

回眸“十四五”·强国建设筑牢现代化根基

文化强国：在创新创造中赓续中华文脉

本报记者 张 雪

明具有的突出的连续性、创新性、统一性、包容性与和平性。

中华文明源远流长、博大精深，是中华民族独特的精神标识。“十四五”时期，我国文物保护利用、考古研究得到全面加强。

坚持保护第一，守护国之瑰宝。文物资源家底基本摸清，第四次全国文物普查取得重要阶段性成果，76.7万处“三普”登记文物全部完成复查，新发现文物数量超过13万处；完成全国石窟寺及摩崖造像、古代名碑名刻文物、革命文物资源等调查公布。各级财政文物保护专项经费持续投入，近2000项全国重点文物保护修缮工程有力推进。

深化考古研究，筑牢文明根基。中华文明探源工程成果丰硕，“考古中国”重大项目取得重要进展，批复实施7700余项主动性考古发掘和基本建设考古项目，牛河梁、石峁、二里头、三星堆等遗址取得重要考古新发现，南海西北陆坡一号、二号沉船深海考古迈向世界先进水平，中国特色中国风格中国气派的考古学初步建立。

国庆中秋假期，各大博物馆无疑是人们出游最热门的选择之一。安徽博物院推出“金耀九州——中国古代金银器的文明印记”特展，让观众通过精美的金银器物触摸中国金银艺术从萌芽到鼎盛的历史脉络；“贺兰山下‘桃花石’——西夏文物精品展”在首都博物馆开幕，这是西夏陵列入《世界遗产名录》后的首场专题大展。与此同时，非遗体验也将节日氛围拉满，江苏南京熙南里“百戏灯会”、安徽铜陵打铁花等广受欢迎。

博物馆热、非遗热，是文化遗产融入现代生活的生动写照。“十四五”以来，我国文化遗产的传承利用不断创新，进一步激发文化自信，赋能美好生活。全国备案博物馆数量达到7046家，平均每20人拥有一家博物馆。国家考古遗址公园增至65家，革命文物保护传承激发爱国热情。第五批国家级非遗代表性项目325项、第六批国家级非遗代表性传承人942人相继公布，非遗保护传承制度更加完善、理念深入人心，非遗更好地融入现代生活，各地建设非遗工坊1.29万家，带动相关产业120万余人就业增收。

随着文化强国建设持续推进，国家文化软实力和中华文化影响力不断提升。当地时间7月11日，在法国巴黎召开的第47届世界遗产大会通过决议，将我国西夏陵正式列入《世界遗产名录》。至此，我国已拥有世界遗产60项。去年12月4日，“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。截至目前，我国共有44个项目列入联合国教科文组织非物质文化遗产名录、名册，总数居世界第一位。与此同时，随着电影《哪吒之魔童闹海》票房登上全球影史票房榜第五名，时尚潮玩在全球掀起“LABUBU热潮”……中华文化以更加时尚、多元、开放的姿态走向世界。2024年，我国文化贸易总额达到1.4万亿元，其中具有数字化、网络化、智能化元素的文化贸易总额超过3700亿元，占比超过1/4。一批优质文化企业深耕中华优秀传统文化，推动动漫、游戏、潮玩、演艺等文化产品加速“出海”，有效助力中华文化走向世界。

生动体现，也是文化强国建设的重要支撑。“十四五”以来，我国文化产业发展迈上新台阶，在服务国家重大战略、满足人民精神文化需求、促进经济社会发展，以及提升中华文化影响力等方面发挥了重要作用。

产业规模不断扩大。文化市场经营主体不断壮大，文化产业发展的综合效益持续显现，对国民经济发展的贡献率进一步提升。文化产业资产总量稳步增长，营收规模也在持续扩大，盈利能力有效提升。据统计，2024年，全国文化产业资产总计达到34.4万亿元，实现营业收入超过19万亿元、利润总额达1.77万亿元。

结构布局持续优化。传统文化业态转型升级，新型文化业态加快发展，数字文化精品持续涌现。2024年，在规模以上文化企业中，文化新业态行业实现营业收入达到5.9万亿元，占整个文化产业比重超过40%，比2020年增长88%。

消费潜力不断释放。“十四五”期间，文旅部门等持续开展系列消费促进和惠民活动。据不完全统计，2024年，各地共举办相关惠民活动21万场次，发放消费券等惠民补贴23亿元，带动消费超1400亿元。文旅消费的综合带动作用凸显，演艺经济、夜间经济、票根经济等十分活跃，有效延展了消费链条。

作为高质量发展的重要支点，文化产业还在不断突破自身边界，与其他产业跨界融合。近几年，“跟着演出去旅行”成为新风尚，据统计，演唱会、音乐节等大型演出的跨城观演率超过60%；文物游、非遗游、考古游、博物馆游持续升温，人们在旅途中，除了看山、看水、看风景外，更希望体验美、体验文化、体验风土人情。中宣部副部长、文化和旅游部部长孙业礼表示，文化和旅游的融合发展，不仅稳住了消费的基本盘，同时充分发挥“一业兴、百业旺”的乘数效应，有力带动了制造业、农业、商贸、体育、交通等行业活力的释放，有效促进群众的就业和增收。

走进生活迈向世界

今年是故宫博物院建院100周年，9月29日，“百年守护——从紫禁城到故宫博物院”展览在故宫博物院揭幕。一件件国之瑰宝再次展现在世人面前，立体式阐释着中华文

艺工作者从优秀文化、现实生活、火热实践中汲取创作养分。舞剧《只此青绿》《红楼梦》《五星出东方》，京剧《皿方罍》、昆剧《瞿秋白》、川剧《江姐》、话剧《主角》《桂梅老师》，以及音乐剧《在远方》等精品力作持续涌现，一批充满中国风、时代感的优秀作品深受人民群众喜爱。

着眼满足人民群众多样化、多层次、多方面精神文化需求，聚焦让公共文化服务更加便捷、优质和公平，我国进一步完善公共文化服务体系，公共文化设施网络更加健全。

广东省东莞市文化馆馆长黄晓丽说，现在老百姓对文化的需求更多元、更潮流，更注重场景的体验感，文化馆也要顺应时代变化，从关注“有没有”到“好不好”转变，打造“没有围墙的文化馆”。“我们文化馆已构建起市镇村三级总分馆体系，像便利店一样，遍布东莞的每一个角落。方便市民到文化馆看演出、看展览、学才艺、品茶、品香、品咖啡，交友论道。”

群众文化活动也愈加丰富多彩，“村歌”“村晚”、广场舞、合唱等活动轮番登场，仅2024年全国就举办“村晚”8.17万场，吸引2.62亿人次参与。全国群众自发组织的文艺团体超过47万个，真正做到了群众自己站C位、当主角。

创新创造活力尽显

不久前举办的2025北京文化论坛首次设立了精品文创展示区，600余件文创精品吸引了众多观众目光，这里不仅有国家博物馆、国子监等文博机构带来的“顶流”冰箱贴，各种IP玩具、盲盒、毛绒文创等潮流设计，还有AI拍照打卡机等人工智能文创产品，带人们感受文化与科技融合对生活品质的提升。

透过这方小小展台，可以窥见文化产业发展的生机活力。产业繁荣是文化创新创造活力的

国庆中秋假期，各大知名博物馆再现“一票难求”的盛况，人们不光看展览，还要把精美文创带回家；各地景区、商圈变身文化体验场，古老的非遗和新鲜的潮流文化交流碰撞；演唱会、音乐节、舞台剧等各类演出精彩不断，“跟着演出去旅行”蔚然成风……文化为赋能经济社会发展、添彩人民美好生活写下鲜明注脚。

文明兴则民族兴，文化强则国家强。“十四五”以来，我国社会主义文化强国建设迈出坚实步伐，不断增强人民精神力量，筑牢强国建设、民族复兴的文化根基。

满足精神文化需求

9月3日晚，北京人民大会堂灯火璀璨，纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年文艺晚会《正义必胜》隆重上演，以艺术的方式，带人们沉浸式走进浴血抗战的恢弘历史，精彩的演出动人心魄，引发了强烈共鸣。

文艺是时代前进的号角。“十四五”以来，广大文艺工作者立足当代中国文艺的历史方位，高举时代精神火炬，把握时代跃动脉搏，文艺精品频出。《伟大征程》《正义必胜》等一系列精彩演出，奏响民族复兴路上一个又一个强音。

深入人民，坚持为人民而创作，引导广大文

图① 9月25日，甘肃省张掖市非物质文化遗产活字体验基地毕昇活字体验馆内，留学生们在挑选字模。 王 将摄(中经视觉)

图② 10月12日，游客在安徽省淮北市老电厂工业文化街区夔牛天街参观游玩。 万善朝摄(中经视觉)

图③ 10月8日，贵州省从江县一家民族刺绣企业生产车间，工人在用数控机床生产刺绣产品。 罗京来摄(中经视觉)

截至2024年底

全国共有公共图书馆 3248个
群众文化机构 近4.4万个
新型公共文化空间 4万多个

2024年

文化产业实现营业收入19.14万亿元

比2020年增长37.7%

规上文化企业7.8万家

比2020年增加1.3万家

在规模以上文化企业中

文化新业态行业实现营业收入 5.9万亿元

占整个文化产业比重

超过40%

比2020年增长88%

我国文化贸易总额达到 1.4万亿元

其中具有数字化、网络化、智能化

元素的文化贸易总额 超过3700亿元

占比 超过四分之一

“文旅+”点亮乡村经济

本报记者 梁 婧

“以前年轻人都往外跑，现在文化旅游红火了，在家门口也能找到好工作。”山西省太原市小店区西蒲村村民王丽萍指着村北不远处、青瓦白墙的“浅陌村舍”说。近年来，太原市以文旅融合为抓手，通过顶层设计与精准政策扶持，走出发展新路径。

西蒲村的转型始于一段红色记忆。“85后”村支书赵宏彬在整理旧资料时，发现本村汾河渡口伏击战及秘密印刷《论持久战》的历史线索。在太原市“非遗+红色文旅”融合政策支持下，村里建成山西首个《论持久战》专题展览馆。2025年，村里又新增了国防教育体验馆与抗战军械实景体验馆，配套扎染、漆扇等非遗体验项目。“我们打造的是

‘现场教学+情景体验’的研学模式，目前已接待200余家单位2万余人次。”赵宏彬指着展馆数据墙向记者介绍。文旅发展让村集体收入显著增长，如今，村里60岁以上老人每月能领5斤鸡蛋，70岁以上老人可享1元爱心午餐，曾经的“空心村”成了幸福家园。

作为太原乡村文旅与农业深度融合的标杆，晋源区则以“农文旅商协同”为路径，构建起“产业筑基—文旅赋能—收益共享”的发展闭环，让晋祠大米这一传统资源成为乡村振兴的核心动能。晋源区晋祠镇通过土地流转、劳务合作、产品代销等多元合作模式，为文旅融合发展奠定产业基础，更直接带动村民共享发展红利。晋源区

花塔村以稻田公园为核心打造文旅消费场景，推动农业资源向文旅产品转化。在稻田公园，“稻梦之光”摩天轮成为乡村文旅网红打卡地，“稻前方小森林”露营基地节假日预订火爆，“一粒米的旅程”农耕课程累计接待研学团队6.8万人次，周边特色民宿同步发展至47家。去年举办的稻田音乐节更成为融合亮点，2024年共吸引乐迷4.2万人，实现综合收益超1800万元，成功将稻田从“种植场”变为“文旅消费场”。

从西蒲村的红色研学热到晋源区的稻花香满园，太原用文旅画笔为乡村振兴着色。随着各项政策落地生根，更多乡村正循着这条道路书写着产业兴旺、村民幸福的新篇章。