



CULTURE 文化周刊

□ 余宛璐

1

文博“破圈” 科技让文物更生动

“戴上智能AR眼镜,就能看到铜车马在汉代古道上行驶的场景,太震撼了!”在贵州省博物馆,来自广州的游客李女士通过AR技术与镇馆之宝铜车马互动。贵州省博物馆在2025年1月至8月,已累计接待观众188.48万人次。其中东汉铜车马、北宋韩琦楷书札、明代鹭鸟纹彩色蜡染褶裙等国宝级文物成为游客打卡热点。

不远处的贵州省地质博物馆里,另一番时空对话正在上演。长约10米的梁氏关岭鱼龙化石、5亿年前的海百合化石群等构成“史前贵州”奇观,复原的“海底隧道”结合多媒体技术,让游客沉浸式体验远古海洋世界。贵州省民族博物馆作为展示贵州民族风情的重要窗口,也吸引众多游客细细端详民族服饰,或使用电子设备聆听历史故事。“红飘带”(贵州长征文化数字艺术馆)创造性地将厚重的长征历史与VR、AR、全息投影、AI虚拟交互等前沿科技相融合,把历史转化为可感知、可互动的沉浸式体验。自试运营以来,累计接待游客超200万人次,2025年国庆期间单周接待量达到10万人次。

为一座馆赴一座城。近年来,“文博游”热潮持续涌动,已成为众多游客的出行新选择。博物馆、红色文化展馆如同承载历史回响与文明密码的“时光宝盒”,一跃成为文旅消费中炙手可热的旅游目的地。

贵州历史学家范同寿表示,博物馆是人类文化传承、社会教育、精神疗愈和知识传播的载体,是连接过去、现在与未来的桥梁。贵州“博物馆热”的背后,是社会公众对这片土地及其文化的强烈关注。“人们走进贵州的博物馆,能感受到山地贵州的独特历史魅力,聆听多彩文化的回响。”

2

非遗技艺 民族的就是世界的

2025年3月的中国国际时装周上,45名5岁至12岁的贵州“村T”少年,跨越1600公里抵达北京,迈着自信的步伐将大山里的时尚带到了国际舞台;6月的日本大阪世博会中国馆,贵州村民身着融合苗绣、侗布、银饰的服饰走秀,引发了现场持久的掌声。

贵州非遗的“破圈”密码,藏在“创造性转化、创新性发展”的实践中。苗绣、蜡染、银饰等不再只是陈列于博物馆的“老物件”,而是成为国际时尚界追捧的设计元素。苗绣、银饰等非遗技艺多次登上巴黎时装周、米兰设计周,台江绣娘石传英与国际品牌合作的苗绣高定礼服——“劳伦斯·许”“山里江南”系列作品,让“穿在身上的史书”惊艳国际时尚界。

更为生动的是源自乡村的“村T”现象。截至2025年10月,贵州“村T”已举办600多场,吸引200余个村寨、海内外6万余人参与,先后有30多个国家的青年前来登台走秀,让阿妈手作的“高定”与村民最本真的演绎,共同定义了一种源自乡土的、充满生命力的时尚潮流。

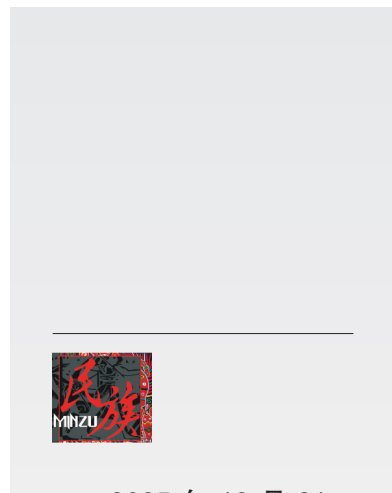
“我想用自己的力量,把中国优秀的传统文化从大山里带出来,让更多的人看到并了解我们的民族之美。”“村T”发起人杨春林运用“老绣新生”的理念,将苗族刺绣、侗族刺绣



贵州“村T”现场。本报特约记者 吴常琛 宋朝晖/摄

新年贺词中提到的“顶流审美”在贵州有了生动实践——

潮涌黔地 国风当红



贵州省地质博物馆吸引众多游客“打卡”。本报记者 杨文静/摄

等非遗技艺,以及苗族飞歌、芦笙舞等传统文化元素与现代时尚巧妙融合,并打破传统非遗传播的刻板印象,让文化传承从博物馆标本变为流动的生命体。

创新不仅体现在设计上,更体现在传承与展示的手段上。近年来,贵州着力推动非遗与文旅、创意、市场深度融合,强化品牌培育——“鸽子花”“宁航蜡染”“瑞银鸟”等品牌声名渐起,安顺蜡染、松桃苗绣、三都水族马尾绣获得国家地理标志产品认定,市场竞争力显著提升。全省认定的522家非遗工坊,已成为重要的产业载体和就业平台,实现产值26亿元,



“非遗凤冠”文创产品。(资料图片)

带动4万余人就业。黔山石桥的古法造纸产品远销40多个国家,带动旅游消费超1亿元,书写了“以纸兴村、以旅促产”的融合篇章。

3
创新多元
国潮文创获年轻人青睐

古韵国风在贵州的流行,离不开年轻群体的热情参与和创新表达。位于黔东南苗族侗族自治州麻江县的贵州绣娘文化有限公司是一家生产非遗文创产品为主的企业,设计团队由60余名少数民族青年组成,他们以非遗技艺为根基,通过“科技+设计+产业”融合创新,推动苗绣、蜡染等古老技艺焕发新生。每月500款国潮新品,让非遗文创年销千万。

作为我国重要影视拍摄基地,贵州都匀秦汉影视城于2025年“五一”及暑期推出的“我在都匀当明星”沉浸式夜游活动,以独特体验受到游客

欢迎。活动以“三楼六景九戏,一夜游遍千年”为内容载体,通过互动剧情与影视科技,让年轻游客沉浸于秦汉主题场景之中。

在第六届长三角国际文化产业博览会期间,“贵阳礼物”带来4款非遗凤冠系列成熟产品,其中凤冠冰箱贴凭借独特工艺与精致造型,一经发售就成为爆款,累计销售量突破2万套;以贵阳黔灵山猕猴为原型打造的“猴爽爽72变”盲盒首次亮相,萌趣外观搭配鲜明地域IP属性,吸引不少年轻人关注。

在贵州,多元文化与非遗技艺正通过传统与现代交融的创新表达,在消费市场掀起极具地域特色的国潮新风尚。各大文创商家精准把握“Z世代”的情绪需求,推出多款以本地美食、标志性建筑为原型的文创产品,推动文化消费向情绪消费升级。甲秀楼、侗族鼓楼等知名地标被做成软萌的毛绒玩偶,苗族阿妹、“小老费”等地域符号化身精致手办,这些带着浓厚贵州特色的文创产品,成为年轻人表达对当地文化的喜爱、寄托旅行记忆的重要载体。

走进贵阳青云路步行街,刺绣、香囊、蓝染等琳琅满目的文创产品让人目不暇接,文化体验氛围感瞬间拉满。位于步行街的阳明文创店吸引了不少游客,以阳明文化为设计元素的阳明陶瓷礼盒、《何陋轩记》书灯、龙门四规书签等产品,备受青睐。

“我是从省外过来贵州游玩的,很喜欢这些带有贵州元素的文创产品,又好看又实用,打算多买一点回去送给我的朋友。”正在贵阳青州市集一家文创店里购买文创产品的罗女士说。

如今,博物馆的文化盛宴、非遗工坊的匠心坚守、年轻人的热情追捧、跨界融合的创新实践,贵州正以独特的文化魅力呼应殷殷期许。在新的一年里,这片土地上的文化传承者们将继续深耕细作,让千年文脉在新时代绽放更加灿烂的光彩。

链接>>>

2026年贵州 文旅优惠有哪些?

2025年12月30日,《2026年贵州文旅优惠活动方案》正式发布!本次方案的发布旨在进一步释放旅游消费潜力,通过优惠活动“引客入黔”,让更多人了解贵州、来到贵州、爱上贵州,推动全省文旅产业高质量发展。

一、全年景区门票优惠

优惠时间:2026年1月1日至12月31日

1.全国(含港澳台)6周岁以下儿童、65周岁以上老年人凭有效身份证明享受贵州全省国有A级旅游景区门票免费优惠(不含特许经营项目)。

2.现役及退役军人、人民警察、消防救援人员、医护人员、人民教师、台湾首次到大陆的游客、残疾人凭有效身份证明、工作证件和资格证件享受贵州全省国有A级旅游景区门票免费优惠(不含特许经营项目)。

3.全国(含港澳台)在校大、中、小学生凭有效学生证明、学生证件享受贵州省内国有A级旅游景区门票免费优惠(不含特许经营项目)。

二、景区联动优惠活动

优惠时间:2026年1月1日至12月31日

1.在贵州全省国有A级旅游景区推行“一票多日使用制”(仅限购票游客本人使用),游客在参与活动的景区内自购票之日起,5日内本人凭预约无限次进入景区。

2.游客通过“一码游贵州”购买我省“黄小西吃晚饭”及省内其他5A级景区任一景区门票,自门票核验之日起,5日内通过“一码游贵州”平台购买“黄小西吃晚饭”及省内其他5A级景区以外的省内其他国有A级旅游景区门票,可享受五折优惠(不含特许经营项目)。