



哈达门国家森林公园

呼和浩特提前布局助力文旅“四季长红”

春启繁花 夏揽清风 秋拾盛景 冬聚欢游

●本报记者 杨彩霞 文/图

2026年以来,呼和浩特市持续深耕文旅融合发展,创新推出年度活动月历,在“15分钟文旅体商生活圈”基础上,全面升级打造“15分钟农牧文旅体商生活圈”,形成“月月有主题、周周有亮点”的全季文旅发展格局。截至目前,呼和浩特市已圆满举办春季赏花、“五一”狂欢、端午民俗三大阶段性文旅活动。当前正值暑期文旅黄金窗口期,文旅市场热度持续高涨,我市提前布局秋冬、冬春系列特色活动,以全周期、差异化的活动供给补齐旅游发展短板,推动文旅消费持续提质扩容。

今年春季,呼和浩特市以花事经济激活文旅市场。自3月起,2026呼和浩特黄河开河民俗文化周、2026呼和浩特风筝艺术季等特色活动轮番登场,鲜活民俗烟火气接续新春年味。4月7日,“花漾青城”2026内蒙古呼和浩特赏花系列活动正式启动。公主府公园桃花次第绽放,乌素图、红山口沿线杏花漫山遍野,雅致的杏花雅集、氛围感十足的春日赏花派对接连上演。我市还同步引进国际IP友趣芝麻街内蒙古首展落地万象城,精心策划春日赏花专线、“骑遇青城”春日骑行等特色活动,形成多点开花、全域共赏的春日游玩新格局。

春季市场收官后,2026年“五一”假期掀起新一轮文

旅消费热潮。假期期间,我市推出“呼和如此HOT·多巴胺城市打卡计划”,构建“4+7+N”全域活动矩阵,接连举办多场演唱会。与此同时,全市文博场馆、景区景点、商业街区联动发力,推出小型音乐会、趣味互动、创意市集等80项配套特色活动,打造全域覆盖、全时在线的沉浸式假日体验。

今年“五一”假期,全市接待国内游客324.62万人次,较2025年同比增长7.08%;实现国内游客总花费23.53亿元,较2025年同比增长6.33%。凭借出圈的城市气质和优质的文旅体验,呼和浩特城市文旅品牌影响力持续攀升。

端午节假日期,哈素海、神泉等景区推出龙舟竞技、水上游船等趣味项目,将亲水游玩、民俗体验、休闲消费深度融合,让传统节日成为拉动文旅消费的重要引擎。

7月盛夏,暑期文旅市场全面开启,我市承接上半年持续走高的市场热度,全力深耕清凉夏季微度假赛道。依托舒适宜人的夏季气候资源,紧扣“清凉青城”“青城慢生活”主题,推出漫游青城骑行打卡路线、夜间“星光酒馆”活力单元等新潮沉浸式体验活动,精准适配当下游客轻量化、慢节奏、高自由度的出行需求。同时,昭君文化节各项活动有序推进,国风夜市活动持续开展,昭君博物院《遇见昭君》剧本游全面升级,昭君主题文创、联名奶茶、美妆、盲盒等国潮新品持续热销,以深厚文化底蕴赋能新潮消费,让暑期文旅既有温度、更有深度。

呼和浩特市文化旅游广电局相关负责人表示,今年暑期文旅市场主打沉浸式、生活化、年轻化体验,持续放大青城夏日清凉优势,全力稳固文旅消费基本盘,为全年文旅经济增长提供有力支撑。

针对中秋、国庆假期,我市将整合全域优质文旅资源,构建以敕勒川草原为核心,南接老牛湾黄河大峡谷旅游区、西联伊利现代智慧健康谷、北通哈达门国家森林公园的全域活



市民、游客在乌素图杏花谷打卡拍照

动矩阵。计划推出中秋国庆演出季、超级光影秀、黄河沉浸式夜游、网红旅拍、环线骑行等系列精品活动,联动全市近30家露营地合力打造金秋露营品牌,充分发挥自治区首府集聚优势,全力冲刺秋季文旅消费新高。

针对冬春文旅淡季,我市将持续做强本土暖冬冰雪品牌,计划11月至次年2月,依托马鬃山、太伟两大滑雪场,精心筹办中蒙俄冰球赛等赛事,推出大众滑雪、夜场滑雪等冰雪项目。大黑河军事文化乐园、哈素海等景区将陆续打造欢乐冰雪节、冰雪沉浸式光影嘉年华等大众

冰雪活动。以敕勒川草原为主会场,联动新华广场、大黑河等地,升级跨年夜烟花秀、冰雪演艺、那达慕、冰雕盲盒等新潮供给,春节、元宵期间持续开展非遗中国年、南北年俗大赏、冰雪游园、年味市集等系列活动,以冰雪资源、年俗文化激活冬季文旅消费。

下一步,我市将依托丰富的旅游资源,持续创新文旅业态、丰富消费场景、提升服务品质,放大四季联动、全域联动的文旅发展优势,让青城文旅四季有热度、全年有活力,推动全市文旅消费提质扩容、稳步增长。



昭君博物院举办十二花神巡游活动



拼布技艺作品

本报讯(记者 刘艳霞)近日,由内蒙古自治区文化和旅游厅、内蒙古自治区教育厅联合主办的“激扬青春 非遗焕彩”内蒙古高校毕业生季非遗传承创新系列活动在呼和浩特举行。

活动中,内蒙古高校毕业生季非遗相关设计作品展吸引了众多市民驻足观看,来自内蒙古农业大学、内蒙古师范大学、内蒙古民族大学等9所院校的153套、1200余件非遗相关毕业设计作品、文创产品集中亮相。

“激扬青春 非遗焕彩”内蒙古高校毕业生季 非遗传承创新系列活动举行

作品包含创意服饰、包装设计、非遗手作、面塑及家居摆件等,青年创作者将传统纹样、非遗技艺融入日常生活消费场景,让非遗变得可触、可感、可用。

“我的作品《8-bit·三艺颂》获得二等奖,设计时,我在保留传统手工质感与民族纹样精髓的基础上,融入新潮像素风格。”内蒙古民族大学美术与设计学院的大四学生包山丹说,“我希望把非遗技艺转化为简约、可爱、实用的文创产品,让古老传统文化变得年轻化、生活化。”

来自赤峰大学美术学院的学生许桦棋依托非遗项目蒙古族银器制作技艺,以“雁归来”为主题设计了一套银饰作品,包括披肩、吊坠、项链、戒指等。她说:“我想用年轻人喜欢的方式打造作品,让非遗‘活’起来、‘潮’起来。”

据工作人员介绍,下一步,将推动这批优秀青年文创成果市场化转化落地,让青年创意走进景区、商圈与乡村。同时,将常态化开展各类文旅品牌活动,充分激发青年创意潜能,持续推动优秀传统文化创新发展。



包具设计作品



作品《8-bit·三艺颂》

当博物馆『牵手』AI

● 苍铭 曹森皓

今年是西湖申遗成功15周年,据报道,在不久前举行的第七个“杭州西湖日”活动中,杭州西湖博物馆总馆推出AI潮玩机器人,可详细回答有关展览、文物、历史等问题,成为观众体验文化遗产的一种新方式。近年来,博物馆里的“数字人”纷纷亮相,国家博物馆的“艾雯雯”、敦煌研究院的“伽瑶”等形象频频出圈。如今,AI正深度嵌入博物馆内容生产过程中,让公共文化空间变得可感、可触、可参与。

从以往经验来看,游客参观博物馆的方式相对固定。观众沿着既定路线前行,接收统一内容,参与感有限。早期的数字化尝试,比如文物三维展示或VR体验,更多的是让展示效果更炫目,虽然缩短了文物与观众的时空距离,但本质上仍是“你讲我听”的状态,缺乏互动与共情。今天,AI正在改变这个局面。多模态交互、自然语言处理、大模型等技术的成熟,让AI实实在在地嵌入观众游览的各个环节。参观前,AI系统可以根据个人兴趣定制路线;参观中,AI讲解员能实时回应提问,让不同观众各取所需;离馆后,还会生成一份专属报告,让参观者将当天的体验带回家。同时,后台通过归集分析观众的交互数据,反过来优化展览内容和场馆服务。

据统计,2025年,全国备案博物馆达7188家,全年接待观众16.4亿人次,同比增长6.2%。这组数据不只是一张文化成绩单,也证明了越来越多的人愿意为文化消费买单,走进博物馆正成为大众的文化消费习惯。数据显示,2026年博物馆文创的搜索量比去年同期增长126%;仅三星堆博物馆,2025年文创收入已近2亿元,数年间营收增长数十倍。旺盛需求之下,公众对观展体验的期待持续提升,浅尝辄止的参观已无法适配大众需求。这反过来形成了一种倒逼机制,推动博物馆探索突破原有服务边界,围绕观众需求打造多层次、沉浸式的完整文化体验形式。

博物馆公共属性持续释放,也是推动行业变革的重要原因。当下,博物馆的服务模式已从单向的“向公众开放”升级为双向的“与公众共创”。例如,故宫博物院推出的“听宝贝说”AI互动播客,通过技术利用观众的声音讲述文物故事;2025年国际博物馆日,广州主会场活动专门设立了“无界共创区”,邀请观众化身“数字匠人”,输入关键词即可用AI生成专属文物主题数字艺术品。众多博物馆依托馆藏资源、AI创作工具等,从个体视角吸纳多元叙事方式,与馆方专业内容形成有效互补。专业资源与大众创意相融,拓展了文博行业的发展局限。与此同时,博物馆的功能边界得到了进一步重塑,从单纯的文化展示地转变为兼具历史陈列、民俗体验、休闲消费与社交互动功能的综合公共空间,这些都为AI的充分应用创造了条件。

再往深处看,大众正在成为文化新形态的塑造者。《国家宝藏》《中国考古大会》等文博类综艺让文物考古成为大众话题。借用AI技术生成的文博类短视频在各大社交平台上播放,大量内容由普通爱好者创作并推广,为产品“出圈”注入了活力。原本局限于专业圈层的文化知识,借着技术的应用从展陈柜里“走出来”,在大众分享、探讨的过程中得到延展与普及。很多博物馆顺势而为,持续深化AI技术的应用,联动不同群体,共同搭建了更多易于交流与创作的空间。

AI深度融入博物馆内容生产,为大众参与文化建设搭建了技术通路。专业馆藏知识与普通人的个性化解读在AI的催化下交融碰撞,持续释放出更深层的公共价值。可以预见,一套更加包容、更重互动、更加鼓励共创的新型文化生态正在逐步形成,博物馆也将在开放共享、协同创作的氛围中,保持文明传承的鲜活生命力。

(据《光明日报》)



本组图片由本报记者 刘艳霞 摄

市民参观作品展