

# 为文化强国建设注入澎湃动能

## ——来自“中国文化产业第一展”的实践观察

□新华社记者 周科 李晓玲 赵瑞希

5月21日至25日,第二十二届中国(深圳)国际文化产业博览交易会举行,吸引6312家海内外机构参展,超12万件文化精品汇聚一堂。

习近平总书记指出,建设文化强国,事关中国式现代化建设全局,事关中华民族伟大复兴大业,事关提升国际竞争力。

作为中国唯一的一个国家级、国际化、综合性文化产业博览交易会,文博会是观察中国文化产业动态、扩大文化对外开放的重要窗口,被誉为“中国文化产业第一展”。

党的十八大以来,在习近平文化思想科学指引下,社会主义文化强国建设迈出坚实步伐,文化事业日益繁荣,文化产业提质升级,全民族文化创新创造活力竞相迸发。在本届文博会上,文化新产品丰富多彩、新业态持续涌现,思想伟力正不断转化为文化建设的澎湃动能。

### 文化自信的时代模样

在汕头展位,来自印尼的第四代华裔黄阳鸿专门来这里拍照打卡。在他的身后,专门为此次展览布置的电影《给阿嬷的情书》“裕丰银信局”场景,散发着强烈的怀旧气息,吸引不少观众和影迷驻足。

“电影中的情节就是我曾祖父过往的经历,长辈爱国爱乡、艰苦奋斗的精神也鼓励着我在生活中不断前行。”黄阳鸿说。

在电影场景现场古朴的写批桌旁,“写批先生”挥毫落纸,带领观众穿越回旧时光。不少观众在此提笔蘸墨,体验一把写“侨批”的独特韵味。一纸侨批,不仅是潮汕人勤俭持家、不忘根本的缩影,更是一份穿越世代的家国情怀。

在文博会展区,从敦煌壁画到三星堆文物,从景德镇陶瓷到贵州苗绣,引入共鸣的场景比比皆是。8大展馆、16万平方米展览面积、34个细分专业展区……这一系列数字,彰显中国文化产业蓬勃生机,也承载着文化自信迈向文化自强的时代强音。

截至2025年,文博会累计成交额突破3万亿元,服务企业超5.4万家,展示产品超250万种,链接投融资项目超8.4万个,展现中国文化产业高质量发展的蓬勃气象。

汲古润今,积淀五千年文化自信。在新疆博物馆展位,以“五星出东方利中国”锦护臂为灵感的丝巾、发簪,让汉代祥瑞纹样融入都市穿搭;“天宫市集”拼图复刻克孜尔石窟色彩,让千年壁画走进寻常书房。

产业集聚,展现文化新气象。在会场15号大湾区馆与13号文化传承与创新馆,广东省各地市500余家骨



5月21日,在深圳举行的第二十二届文博会上,观众体验“寻觅三星堆——祭祀坑考古发掘现场”VR项目。

干企业重装亮相。潮汕英歌舞者与智能机器人同台共舞,紫砂茶具、清代广州十三行描金折扇、潮州工夫茶老茶器等“广东造”悉数亮相。

创造创新,催生文化新业态。在文创中国展区,民俗非遗、织锦染绣200余件优质文创产品集中展出。来自广西的“芽小七”手工虎头包成为现象级爆款,三天卖出三个月产能。在龙岗展区,深圳市十八纸时尚科技把传统蔡伦造纸技艺升级为风琴式可折叠纸艺结构,推出纸凳、纸灯等家居文创,产品远销30多个国家。

开幕以来,各地观众前来逛展,一站式打卡全国多地各具特色的文化场景,文化的温度与活力在整个场馆涌流。在创造性转化、创新性发展中,千年文脉在当代生活中焕发蓬勃生机。文博会的火热,映射出中华优秀传统文化与当代中国社会相融相通、与人民现实生活相契相应的生动图景。

“在习近平文化思想指引下,文化创造活力走向繁荣,这不仅是展会的成绩单,更是中华文明现代转型的新实践。”深圳市委党校副校长谢志岗说。

### “文化+科技”培育文化新质生产力

“就像来到现场一样!”参展观众吴小兰戴上VR眼镜,瞬间穿越到三星堆祭祀坑考古发掘现场,身临其境体验考古环境。“复活”的青铜大立人担任导游,考古领队“数字人”进行专家讲解,10分钟便浓缩一场奇幻考古之旅。

很多观众纷纷感叹,本届文博会“科技感拉满”,“看到未来文化生活的模样”。在文博会现场,“文化+科技”双轮驱动正催生强大的文化新质生产力。

大约一个月前,北京亦庄人形机器人半程马拉松赛中,“闪电”机器人以50分26秒的净用时获得冠军。在

展会现场,“闪电”机器人一身“红装”亮相,吸引观众上前与机器人握手、合影,感受其流畅的动作与智能交互能力。

在文博会15号馆,深圳华强方特已连续参加16届文博会。这家企业先后打造《南极探险》《恐龙岛奇遇》等多款优质VR体验项目,其以“熊出没”IP为代表的数字动漫作品,发行到全球130多个国家,系列动画电影在70多个国家影院热映,屡创出口新高。

数字技术的深度应用成为本届文博会的一大看点。云上文博会平台通过文博会官网和微信小程序“文博会+”系统,按照展馆分区分类展示文化产品和项目,并升级AI会展助手“文小博”,打造“数智文博会”。

“科技订单”交易火爆也是文化市场生机勃勃的生动注脚。在会场上,河北毗卢寺博物院的壁画文创开发方看中一款带高清显示屏的充电宝,屏幕可动态循环展示壁画,随即与厂商达成合作意向,计划将智能显示技术融入文创产品。

深入推进文化和科技融合,推动文化产业数智化转型,培育发展新型文化业态,这不仅是本届文博会的特色,更是文化强国建设的应有之义。

数据显示,2025年,深圳规模以上文化及相关产业企业实现营业收入15140.07亿元,同比增长16.6%;其中文化新业态特征明显的16个行业小类实现营业收入7241.98亿元,增长22.7%。

数字背后,是一场深刻的产业变革:从“跟跑”到“并跑”再到“领跑”,文化为科技创新注入价值导向,科技为文化发展提供强大支撑。

### 推动从“走出去”到“走进来”的价值跃升

今年11月,亚太经合组织第三十三次领导人非正式会议将在深圳举

办,本届文博会也首次设立APEC经济展区。

数据显示,今年文博会吸引来自德国、法国、澳大利亚等全球65个国家和地区、310家海外展商参展,迎来110个国家和地区、35万余名海外专业观众。22岁的文博会已成长为全球文化资源聚合、项目交易、创意发布、国际交流的顶级平台。

越南咖啡文化与非遗技艺、韩国动漫IP与特色食品、泰国潮玩盲盒……文博会海纳百川的开放气质,让各国文化精品自然地融为一幅生动的文化共生图景。

埃及参展商哈尼带着近百件手绣作品第一次来到中国,为自己国家的传统文化深感自豪;印度参展商阿卜杜勒连续7次参加文博会,在他看来,带来正在消失的当地印染技艺,“是为了让更多人了解它的价值”。

从“走出去”到“走进来”,本届文博会集中呈现网文、网剧、网游等文化出海“新三样”最新成果。

“以微短剧为例,借助人工智能技术,海外平台搭建更加便捷。”TikTok短剧承制服务商广州光盒动力文化传播有限公司首席营销官梁剑说,“光盒动力已承制超千部海外微短剧。从真人短剧、AI电影到AI漫剧,技术赋能下中国文化出海大有可为。”

同时,“中国制造”正从功能价值向文化价值拓展,将中华文化推向世界舞台。

用果壳制作的小挂饰将“音乐疗愈”概念融入文创,对海外市场而言既新颖又富有东方哲思;英国旅行箱包品牌的中国运营方在箱包装饰上融入中国四大神兽元素,直言“文化应该浸润生活每一部分,通过日常用品传播到全世界,让传统文化变得现代和实用”。

面对数字技术新一轮变革、全球文化格局深度调整与国内文化消费持续升级的交织形势,推动文化产业高质量发展,需要如何破题?

今年文博会已给出答案——展会设立全球文化贸易专区,定向邀约13万名专业采购商,并推出22项促交易举措。从“展示”到“交易”再到“产业生态”,文博会已跳出单一展会属性,蝶变为全链赋能的产业综合服务平台,打通文化创作、科技赋能、市场出海全链条。

“文博会既是展示中华文化魅力、促进国际文化交流合作的关键平台,更是APEC会议文化交流的重要延伸。透过深圳,世界看到中华文化以开放包容之姿与全球文明展开深度对话的新实践。”中国(深圳)综合开发研究院常务副院长郭万达说。

(新华社深圳5月24日电)

# 科技创新中的“北京解法”：“转”出实验室的力量

新华社北京5月23日电(记者鲍赫 宋依楠)一项科研成果从实验室走到生产线,要过多少年?答案可能是14年。

2012年,北京生命科学研究所李文辉团队首次发现了乙型和丁型肝炎病毒共同的细胞受体。2026年1月,李文辉团队研发的立贝韦单抗注射液获批上市,成为全球病毒性肝炎领域的第一款单抗药物。

这背后,是北京支持基础研究从实验室“转”向产业落地的具体实践。要把研究发现进行成果转化,李文辉心里没底。作为科研人员,他的舞台在实验室,成果转化要面临融资、临床、评审等多个环节,困难重重。

转机来自北京市委和中关村管委会。他们主动联合北京首都科技发展集团等力量,以企业承接成果定向转化的模式,孵化出华安健公司,助李文辉迈出了第一步。

让科研人员“想转”“敢转”,资金是关键。基础研究转化周期长、风险高,社会资本往往望而却步。北京的解法是用好政府投资资金,投早、投小。

对成果转化之路,北京大学电子学院常林教授也深有同感。他的团队在光芯片技术上攻坚多年,突破了光频梳芯片化的核心技术,将芯片上的

时间调控速度提升了近百倍。

基于这项技术,常林团队开始产业化的探索,将其以专利授权形式落地至北京卫星制造厂科技园内的启明光子公司。这座“东方红一号”卫星诞生的老厂房,如今转身成为聚焦新一代信息技术和高端装备的创新转化高地。

光子芯片做出来了,但将实验室的原型产品推向产业化,还差“封装测试”这道坎。问题在于,光芯片属于典型的“重资产”硬科技,一套封装测试设备动辄数百万元。对于资金有限的初创团队来说,这笔投入与短期使用需求之间的矛盾,几乎无法靠自身消化。

2022年底,北京市科委支持中科院星标杆孵化器在卫星制造厂科技园投资建设了面向社会开放的光电封装测试公共服务平台,配备20余台封装测试设备。启明光子便依托这个平台完成了产品定型前的关键测试。

常林算过一笔账,公共封装平台为他省去了一大笔设备购置成本,有限的资金得以全部投入核心技术迭代中。待产品完全定型、具备量产条件后,团队才去建面向量产的生产线。对成果转化的支持还不止于此。在启明光子筹备量产的关键阶段,北京市委主动帮助对接国内顶尖晶圆



高能同步辐射光源(HEPS)全景(无人机照片,2023年12月11日摄)。

制造厂,为其量产计划铺平道路。一年前,启明光子注册成立时还只是一间实验室的衍生项目,如今已进入量产倒计时。

如果说孵化器和公共平台是初创项目跑跳的“摇篮”,那么大科学装置是为硬科技的深度验证架起通往产业应用的桥梁。

在怀柔科学城,由中国科学院高能物理研究所焦毅团队负责研制的高能同步辐射光源,是亚洲首个第四代同步辐射光源。2025年底试运行以来,该装置已承接290余个课题实验,合作对象包括宁德时代、比亚迪等企业。航空发动机叶片缺陷检测、新能源电池充放电过程原位观察、半导体芯片可靠性评估,一些困扰企业的“卡脖子”难题,也在这束光下加速破解。

“大科学装置建立了从基础研

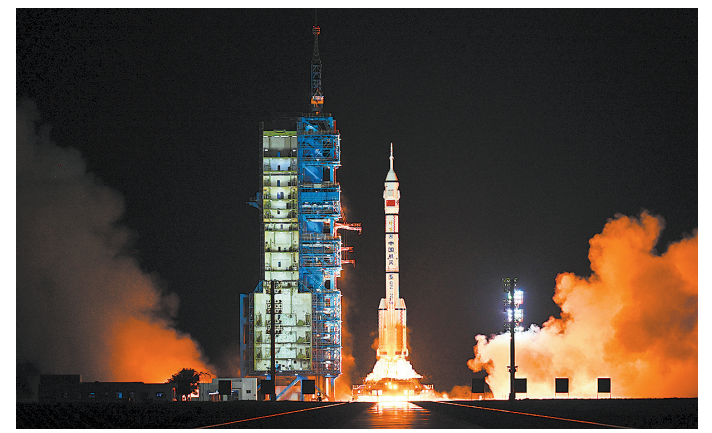
究到实际产业应用的重要桥梁。”焦毅说。

从华安健到启明光子,再到大科学装置向产业开放,北京正在打通一条全周期的成果转化链。支撑这条成果转化链运转的,还有一系列制度保障。北京市陆续出台了“先使用后付费”“先赋权后行权”“建设概念验证平台”等改革举措,在企业端、科研端降低成果转化的门槛。

截至目前,北京累计支持建设100余家技术转移机构、46家概念验证平台和30家标杆孵化器,全市国家高新技术企业已突破3万家。

一座城市的科技竞争力,在于它有多少“种子”变成了“大树”。当越来越多的创新种子在北京找到破土而出的路径,基础研究“转”出实验室的力量就会聚成生机勃勃的科创丛林。

# 神舟二十三号载人飞船发射取得圆满成功



新华社酒泉5月24日电(记者李国利 刘艺)5月24日23时08分,搭载神舟二十三号载人飞船的长征二号F遥二十三运载火箭在酒泉卫星发射中心点火发射,约10分钟后,飞船与火箭成功分离,进入预定轨道,航天员乘组状态良好,发射取得圆满成功。

据中国载人航天工程办公室介绍,飞船入轨后,将按照预定程序与空间站组合体进行自主快速交会对接,神舟二十三号航天员乘组将与神舟二十一号航天员乘组进行在轨轮换。在空间站驻留期间,神舟二十三号航天员乘组将在空间生命与人体研究、微重力物理科学、空间新技术等领域开展多项(试)验与应用,进行多次出舱活动,完成舱内外设备安装、调试、维护维修等任务。

这次任务是工程进入空间站应用与发展阶段的第7次载人飞行任务,也是工程立项实施以来的第40次发射任务。截至目前,我国已有30名航天员、47人次进入太空执行飞行任务。

这次任务也是长征系列运载火箭第644次飞行、神舟飞船第23次飞行。

目前,空间站组合体已进入对接轨道,工作状态良好,满足与神舟二十三号载人飞船交会对接和航天员进驻条件。

# 近3年存量外资企业数量逐年上升 存量外资超3.6万亿美元

新华社北京5月23日电(记者谢希瑶)商务部23日发布数据显示,近3年,我国存量外资企业数量逐年上升,已超过53万家,存量外资已超过3.6万亿美元。

数据显示,绝大多数存量外资企业选择深耕中国,持续扩大投资。2025年,8000余家外资企业增加对华投资,同比增长超过10%;2026年1至4月,已有3000余家外资企业追加投资。

数据还显示,2026年1至4月,全国新设立外商投资企业20113家,同比增长6.8%;实际使用外资金额2876.9亿元人民币,同比下降10.3%。

从行业看,制造业实际使用外资788.8亿元人民币,服务业实际使用外资2041.5亿元人民币。高技术产业实际使用外资1163.3亿元人民币,同比增长20.3%,占全国实际使用外资的40.4%,较去年同期提升10.3个百分点。其中,研发与设计服务、计算机及办公设备制造业、电子及通信设备制造业实际使用外资同比分别增长108.4%、22.9%、20.2%。

从来源地看,卢森堡、瑞士、法国、美国实际对华投资同比分别增长110.3%、60.8%、58.3%、24.5%(含通过自由港投资数据)。

记者从商务部了解到,今年以来,商务部共召开5场外资企业圆桌会,已推动解决外资企业通过常态化交流机制反映的180余件困难诉求。

# 2025年全国1%人口抽样调查主要数据公布 全国人口为140545万人

据新华社北京5月22日电(记者王雨箫)国家统计局22日公布2025年全国1%人口抽样调查主要数据。根据这次调查推算的人口主要数据,全国人口为140545万人,全国共有家庭户51465万户。

数据显示,全国人口中,男性人口为71722万人,占51.03%;女性人口为68823万人,占48.97%,总人口性别比(以女性为100,男性对女性的比例)为104.21。全国家庭户人口为129685万人,平均每个家庭户人口为2.52人。

从年龄构成看,全国人口中,0至14岁人口为21436万人,占15.25%;15至59岁人口为86987万人,占61.89%;60岁及以上人口为32122万人,占22.86%,其中65岁及以上人口为22309万人,占15.87%。

从受教育程度看,全国人口中,具有大学(指大专及以上)文化程度的人口为27233万人;具有高中(含中专)文化程度的人口为24272万人;具有初中文化程度的人口为45283万人;具有小学文化程度的人口为33122万人。

# 美国消费者信心指数跌至历史新低

新华社纽约5月22日电(记者徐静)由于霍尔木兹海峡通航受阻持续推高汽油价格,美国5月消费者信心连续第三个月下滑,刷新这一月度数据的历史低点。

美国密歇根大学22日发布的调查数据显示,美国5月消费者信心指数终值为44.8,明显低于4月的49.8和去年同期的52.25。同时,5月当前经济状况指数终值和消费者预期指数终值分别为45.8和44.1,环比及同比均出现下滑。

调查显示,生活成本仍是消费者最关心的问题。57%的消费者表示高物价正损害其个人财务状况,高于4月的50%。其中,低收入消费者和未受过大学教育的人群对汽油及其他必需品价格上涨更为敏感,信心下降尤为明显。

调查同时显示,消费者担心通胀将进一步加剧,并由燃油价格波及其他领域,未来一年通胀预期从4月的4.7%上升至5月的4.8%,大幅超过中东战事前的数据。此外,长期通胀预期也从4月的3.5%升至5月的3.9%。