

第七届山西文博会大同市文艺演出暨文旅推介、项目签约仪式举行

欢迎大家来同投资兴业

本报太原消息（记者 王春艳）8月23日，第七届山西文博会大同市文艺演出暨文旅推介、项目签约仪式在山西潇河国际会展中心N1馆主舞台举行。我市向四海宾朋发出热诚邀请：古都大同欢迎大家前来投资兴业，感受大同活力与魅力。

本次活动由市委宣传部主办，市文旅局、市促进外来投资局、市文旅集团、平城区委、平城区人民政府承办。借助第七届山西文博会这一专业平台，集中展示“文化古都、清凉夏都、美食之都”的深厚历史文化底蕴。这是我市贯彻落实省委赋予大同“融入京津冀、打造桥头堡”重大使命的具体举措，立足大同文旅资源优势，生动展示“中国古都 天下大同”城市品牌和“能源之城、算力之城、文化之城”城市新名片，与广大有识之士共襄盛会、共享机遇。

伴随着《幸福大同》的优美旋律，活动拉开帷幔。紧接着，开场文艺节目《壁绘曼舞》精彩上演，节目以大同各处古老壁画为灵感源泉，从北魏的质朴率真到辽金



开场文艺演出《壁绘曼舞》

本报记者 韩堃 摄

的细腻典雅，舞者们仿若破壁而出，用灵动身姿勾勒历史轮廓，于舞台方寸间开启一场震撼人心的壁画奇“舞”之旅。

在文旅推介环节，大同市文旅局局长安玉坤从“大同是一座有历史有底蕴的城市”“大同是一座有品质有情趣的城市”“大同是一座有烟火有流量的城市”“大同是一座有机会未来的城市”等方面进行推介，邀请四海宾朋走进大同、感知大同、品味大同、体验大同、创业大同。

最后，大同古城县隍庙街两侧地块凤凰蛋商业文旅共生体签约仪式举行，平城区人民政府与山西恒瑞房地产有限公司达成合作，总投资额达10亿元。该项目位于大同古城核心区域，用地面积4.33万平方米，项目品牌定位为“大同古都，千年对话”，对标阿那亚、良渚文化村，融合潮流商业、高端居住、文化艺术、休闲度假和社群生活，将打造北方首个“生活美学、商业文旅共生体”，形成独特的消费场景和生活方式体验。

大同非遗产品受热捧



火山石雕刻展区



大同铜器展区

本报记者 韩堃 摄

本报太原消息（记者 王春艳）8月23日，在山西文博会大同展厅现场，众多观众被大同非遗产品展示吸引，并不时发出由衷赞誉。

在国家级非遗大同铜器展位前，观众被造型美观、工艺精湛的铜器所吸引。只见“九龙奋月”“龙凤呈祥”等经典铜火锅、铜壶、厨具以及现代技艺与传统工艺相结合的文创产品依次陈列，让观众尽享非遗魅力。“我们这次共带来50余款产品，既有传统技艺的保留，也有融入大同元素的创新，希望通过非遗展示，吸

引更多人走进大同，感受非遗魅力。”大同铜器制作技艺非遗代表性传承人李艳林说。

“这些火山石雕刻采用了哪些工艺？”“这些产品和大同有什么渊源？”在大同火山石雕刻展位，众多观众向非遗代表性传承人刘坚了解火山石雕刻技艺。只见火山陶茶具、火山石冰箱贴、火山石香薰炉系列产品融入北魏文化、云冈元素，让沉睡的火山岩变身承载文明密码的艺术载体，彰显大同独特地域文化。“大同文创做得太好了，这些造型

各异的产品真是太精美了，非常有亮点，给人耳目一新的感觉。”太谷观众薛志佳说。

精美的篮子、别致的桌凳、漂亮的托盘……花色繁多、品质优良、朴素雅致的灵丘草编颇受观众喜爱，这些产品不仅蕴涵深厚文化底蕴，而且兼具审美与实用功能。同时，融合国画、版画、剪纸、烙画等艺术手法的灵丘麦秆画也收获好评，系列作品以平型关、云冈大佛、悬空寺等极具代表性的大同地标为创作元素，将大同的历史底蕴与自然风光生动展现。

山西文博会
大同文创魅力爆棚

本报太原消息（记者 王春艳）“花木兰冰箱贴真是太美了。”“北魏蓝冰箱贴好精巧呀！”“善化寺四大天王冰箱贴好萌呀！”8月23日，在山西文化产业博览交易会现场，大同展厅众多文创产品魅力爆棚，凭借新颖的创意、深刻的内涵、生动的造型成功“出圈”。

走进大同展厅，花木兰系列、佛小伴系列、北魏蓝系列展位前人潮涌动。花木兰系列文创巧妙地将花木兰形象与大同元素融合，展现大同深厚底蕴；佛小伴系列文创产品凭借可爱形象和美好寓意，吸引众多观众打卡拍照；北魏蓝系列更是凭借耀眼的色彩和独特的质感，吸引众多观众去品味独特东方美学与历史韵味。文物、古建、黄花、长城系列文创也独具巧思，其中，市博物馆“吞火·踏浪”鸱吻系列文创将鸱吻形象与其寓意巧妙结合，形式多样、内涵丰富；司马金龙漆画屏风系列文创凭借创新设计与科技赋能，成为观众感知大同文化的诗意桥梁；以善化寺四大天王塑像为设计灵感的冰箱贴更是以生动表情包圈粉。

“北魏蓝冰箱贴设计形式非常好，用色也非常讲究，而且通过它还能了解大同的历史文化，我感觉特别好。”太原观众王俊杰说。“我是专门从大同过来的，因为自己是学设计的，这么多好的文创产品集中呈现，对我来说也是一次很好的学习机会，其中鸱吻系列文创让我印象深刻。”山西大同大学学生刘维奇说。

真人扮演木兰 互动体验感拉满

本报太原消息（记者 郝雨）第七届山西文博会期间，大同展厅里真人扮演木兰的互动环节，点燃现场氛围，成了展会实打实的“人气王”，观众在沉浸式互动中触摸木兰文化，收获满场好评。

在大同日报传媒集团木兰工作室展区，北魏戎装的“木兰”和花黄妆的“木兰”格外惹眼，一举一动都透着巾帼英雄的飒爽。不同于静态展示，这里的互动设计充满巧思：观众上前问候，“木兰”会拱手还礼，用温和又坚定的语气回应“远道而来的朋友，可要听听我的故事”；小朋友好奇触摸铠甲，“木兰”抬

手作出执剑的姿势，配上一句《木兰辞》里的“万里赴戎机”，瞬间把人拉进故事场景。

“以前带孩子看展览都是‘远观’，这次能和‘木兰’对话，孩子问了好多历史故事！”临汾观众王女士笑着说。记者看到，现场队伍排起了长队，不少观众特意调整角度，想拍下“木兰”拱手、

执剑的不同姿态，还有人轻声跟着“木兰”念《木兰辞》。

据工作人员介绍，扮演“木兰”的演员都经过专门培训。“我们想让观众不是‘看木兰’，而是‘遇见木兰’，用真人互动的形式，让传统文化真正‘活’在当下。”这种沉浸式体验，让木兰精神可感可触，悄然融入观众感知。



北魏蓝文创展区

本报记者 韩堃 摄



激发创新创业活力 加快文化强省建设

聚焦第七届文博会

