

2026大同古都灯会主舞台成为焦点

开城迎宾盛典美轮美奂

本报讯(记者 崔莉英)正月里,2026大同古都灯会成为万众瞩目的焦点,而在灯会主舞台的开城迎宾盛典及各种演出,成为沉浸式体验古都大同厚重历史的最美华章。

2月24日(正月初八),古城墙内游人如织。19时,南城墙关城内鼓乐齐鸣。主舞台上彩旗招展,踏歌的武士动作矫健,舞蹈风格粗

犷豪迈;盛装的宫娥衣袂飘飘,身姿轻盈似蝶舞翩跹,一场融合了古礼、演艺与祝文的开城迎宾礼具有祈福纳祥、祝愿平安顺遂的美好寓意,引领现场观众梦回北魏平城盛世。开城迎宾盛典交织出一幅古今辉映、多元碰撞的梦幻歌舞长卷,精彩的演出令人目不暇接,为观众带来一场视觉与心灵的双重盛宴,让游客在沉浸式体验中深刻感受大同文化的深厚底蕴。

活动现场,《髯口梨园风》《华光贺新元》《簪花少年行》《金翎逐惊鸿》《冰雪耀星河》等表演次第亮相,古典唯美、精美绝伦,且各有特色,兼顾历史文化韵味与时尚活力,持续点燃现场



开城迎宾盛典现场 本报记者 戎禹仁 摄

气氛,让游客在历史与现代的碰撞中感受传统文化的博大精深。演出融合戏剧、音乐、武术等表现形式,每一场

演出都似徐徐展开的盛世画卷,且动态的演艺与城墙内的花灯紧密联动,形成“一墙一景、一演一韵”的立体体验,增

强动态感染力,成为2026大同古都灯会的重要组成部分,满足了市民游客的多元文化需求。

“中国年 大同味”大同文旅短视频大赛佳作迭出

本报讯(记者 史涌涛)唯美花灯点亮千年文脉,人间烟火温存非遗匠心,花车巡游点燃古都夜色,社火展演迸发民俗魅力……春节假期,我市精心准备了160余项精彩纷呈的文化活动,邀请八方游客相约古都大同,共享充满活力的“大同年 大不同”。在各项活动蓬勃展开的同时,“中国年 大同味”2026大同文旅短视频大赛也在火热进行,在各大网络平台,以“中国年 大同味”为主题的短视频作品佳作迭出,向世界宣传展示古都大同浓郁的传统年味和独特的文化魅力。

据了解,今年是“中国年 大同味”短视频大赛连续举办的第5年。大赛自创办以来,影响力持续扩大,品牌效应日益凸显,2025年创下话题播放量9.62亿次的历史新高,实现了连续4届的跨越式突破。“中国年 大同味”文旅短视频大赛已成为展现古都大同独特年味、激发城市文旅创新活力的重要平台,也是全民参与、全民共享的城市级文旅品牌活动。

今年的大赛自启动以来,吸引了我市及京津冀晋蒙的抖音、快手等文旅达人、来同游客、市民积极参与。记

者在抖音、小红书、快手等平台看到,打着“中国年 大同味”水印的短视频作品热闹喜庆、异彩纷呈,记录、推荐了大同旅游胜地、餐饮美食、年味生活、市井烟火、宜居乡村、康养基地、非遗民俗、酒店民宿、文旅演艺等,流年W、梧桐踏青、家住平城、云中青年等短视频的作品备受瞩目,点赞评论众多。今年报名参赛的市民安柏旭说:“看到家乡越变越美,感到特别自豪,希望通过自己的作品更好地宣传大同文旅,吸引各地游客来大同过地道中国年。”

“让位”游客拍照 环卫工人获赞

2月23日,一段环卫工人暖心“让位”游客拍照的视频在社交平台刷屏走红:新春佳节的古城彩灯高挂,游人如织,一名身着橙色工作服的环卫工人正准备清理路边垃圾桶时,看到身旁游客正在拍照留念,当即把垃圾桶移开,安静侧身避让,等游客拍完照继续作业。这一暖心举动被网友随手拍下,瞬间收获不少点赞。

春节假期,我市文旅持续火爆,热闹繁华的背后是无数普通劳动者默默坚守和用心护航,环卫工人便是其中最亮眼的一抹“橙色”。

“大同人真好,大同真好”“给大同的环卫工人点赞,是你们的付出才有干净的大同”“这是一个人内心的善意与为他人着想的素养”……评论区里,网友与市民纷纷留言致敬。记者昨日联系到视频中的环卫工,他叫王建才,是平城区环卫服务中心古城管理公司一名环卫工,从事环卫工作已5年多。当时,王建才正在和阳南门附近保洁,当他发现游客在此处拍照时,就悄悄把路边的垃圾桶移开,等游客拍完照后又将垃圾桶迅速归位,投入到自己的工作中。面对大家的称赞,他朴实地说道:“现在大同旅游火起来了,游客特别多,我们工作量虽然大了,但大家都尽职尽责。大多数游客的素质都很高,会把垃圾扔进垃圾桶里。”

礼让显包容,小事见真情。王建才的这个举动,让出的是城市温度,彰显的是大同文明底色,更有藏在细节里的善意与真诚,让每一位来同游客感受到超越风景的暖心力量。

本报记者 杨昱郁

“大同好粮”新春市集销售额破百万元

本报讯(记者 孙向阳)记者昨日从市农业农村局获悉,农历正月初三至初八,在古城云路街举办的“大同好粮”新春市集上,线上直播和线下销售火热,销售额突破100万元,不仅为市民游客奉献了一场年味十足的供给特优农产品、品味美食文化的盛宴,更通过线上线下广泛宣传,在农产品销售、品牌塑造、节日氛围营造、农文旅融合发展等方面交出了一份满意的成绩单,成为大同古城春节文化

活动的一大亮点。

本次新春市集构建了“线下体验+线上带货”的全渠道销售网络。线下市集通过打折优惠、赠送、试吃等方式促销,现场人头攒动,交易火热。煮汤圆、蒸玉米、熬梨汤等热食香气四溢,吸引大量游客驻足品尝;杏干、黄花饼、果丹皮、黄米凉糕等本地特色小吃吸引市民游客争相购买;小米、陈醋、杂粮、杏酒、白酒、黄酒等特优产品广受消费者青睐。同时,线上年货市集精准发力,爆款频出,网红主播、本地

达人轮番登场,以黄花、杂粮为核心的“大同好粮”年货礼盒成为全网爆款,阳高杏脯、大同刀削面、黄芪、胡麻油等单品同样表现抢眼。

“大同好粮”新春市集上,一大批非遗文创产品融入大同元素,玩偶、书画作品和冰箱贴等文创产品琳琅满目。具有地方特色的“大同黄花”文创产品成为市集亮点之一,剪纸艺人创作的“马上有钱”系列作品深受游客喜爱,糖画艺人现场制作的糖画成为孩子们打卡消费的吸睛石。

木兰摇签款冰箱贴受游客青睐

本报讯(记者 郝雨)近日,一款由大同日报木兰工作室设计的木兰摇签款冰箱贴凭借独特的文化融合与互动设计,成为游客来同游览时的“必选单品”,掀起一股木兰文创打

卡热潮。

这款冰箱贴深度融合木兰文化与大同本地文旅资源,以Q版木兰形象为核心,融入云冈石窟、明堂等大同地标元素。其最大亮点在于“摇签”互动设计,游客轻轻摇动冰箱贴,就能解锁“摸过大佛手,好运跟你走”“登上王者

台,福气自然来”等吉祥签文,将旅行中的美好祝愿与记忆巧妙留存。

作为“跟着木兰游古城”主题文创的代表,这款冰箱贴不仅是大同文旅创意的生动体现,更成为游客打卡大同的“仪式感符号”。木兰摇签款冰箱贴成功将木兰文化、大同文旅魅力与文创产品深度结合,让传统文化以更具趣味性、互动性的方式走进大众生活,成为文旅市场中一道亮眼的文创风景。

