



5月29日,观众参观黑神话悟空主题展陈。 新华社发

法国巴黎,卢浮宫旁的泡泡玛特店内,模仿蒙娜丽莎的限定版潮玩LABUBU持续引发抢购热潮;美国纽约,时代广场的广告大屏上,今年初亮相的魔丸哪吒吸引行人驻足观赏;日本大阪,世界博览会期间,“AI孙悟空”等一系列国潮体验令中国馆吸引数十万观众……

越来越多时尚多元的中国文化IP成全球“顶流”,文化出海的范式不断更新、能量显著提升,古老的东方大国正向世界展现出年轻模样。海外人士纷纷感叹:中国,原来可以这么“酷”!

“潮”起东方 世界热情拥抱“酷中国”

国潮的全球化表达

在香港尖沙咀K11购物艺术馆内,泡泡玛特店前大排长龙。泰国女孩波恩耐心跟着人流前移,近半小时后才入内畅快“买买买”。

无论去哪里,泡泡玛特店一定都是波恩行程的一站。她尤其喜爱LABUBU,去年“入坑”以来已收藏数百个不同装扮的玩偶。“我会给它们搭配衣服,还会带它们去旅游。”她说。

LABUBU这个尖牙、兔耳的森林小精灵近来风靡全球,线下门店一货难求,二级市场溢价频频,带动泡泡玛特今年一季度海外收入同比增长475%至480%。

不仅激发消费活力,由香港艺术家原创、糅合北欧神话与中国设计的LABUBU更引起全球情感共振:泰国官方授予它“神奇泰国体验官”称号,西班牙街头响起它的主题曲,米兰时装周邀请它去看秀……

“优秀的IP有跨越文化的力量。”泡泡玛特国际集团副总裁陈晓芸说,公司致力于打造多元审美的IP,汇聚全球创意。

事实上,近年来,一系列中外合璧、古今交融的中国流行文化产品走红世界。以古装演绎现代情感的C-Drama令外国观众越看越“上头”;国风时装在巴黎、米兰等地的T台上备受瞩目……

“新大众文艺出海,让世界看到‘酷中国’。”北京大学中文系教授张颐武撰文指出,各国民众可以从中国体验到文化创造所具有的真实、普遍性的吸引力。

数智科技“点亮”中华文化

“八戒!你一定要好好的!”看着游戏《黑神话:悟空》中的动人爱情故事,英国游戏主播利比在屏幕前感动得潸然泪下。随着该游戏席卷全球,这一视频片段也在网络传播开来,为利比赢得许多中国“粉丝”。

上个月,利比受邀来到中国,前往观摩另一款原创武侠游戏的制作。她在工作室学习武术动作,然后穿上黑衣、吊起威亚,体验动作捕捉技术。

“这是一次奇妙的体验。”利比回复网友说,要是真的在其中扮演一个角色绝对是“梦想成真”。



6月6日,市民在“与POP MART漫游澳门”迷你展区参观留影。

新华社发

2024年,中国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入为185.57亿美元,同比增长13.39%。游戏出海的成功,彰显“酷中国”背后的“传统文化+数智科技”双轮驱动力。

通过尖端视觉技术,《黑神话:悟空》高度还原了山西古建、江南山水等场景,令玩家宛如身临其境,上线4个多月全球销售额就突破90亿元。

在传统的文化场景,数智技术也为海外受众打开了解中国文化的“数字窗口”。北京故宫博物院到今年5月下旬已完成约52%馆藏文物的数字化;敦煌的飞天仙女通过数字技术在屏幕上“翩翩起舞”;曾侯乙编钟在数字世界中被“敲响”……

“我可以通过它直接扫描文物,了解相关信息!”在河南博物院,意大利博士马西莫手握AR讲解器不禁感叹。

美国《连线》杂志创始主编凯文·凯利在其新作《2049:未来10000天的可能》中提出“酷中国”愿景,认为中国将通过科技创新和文化输出成为全球科技和文化的引领者。“‘酷’能够帮助中国的内容产业收获全球观众。”他写道。

从共通共情到共创

酣畅淋漓的武打描写、取材于东方神话的武魂设定、对家国情怀的强调……因喜爱中国玄幻网文《斗罗大陆》,英国小伙卡文五六年前在起点国际注册账号开始自己创作。代表作品阅读人次

超7300万,完结后被开发成多种形式。

卡文十分享受被读者“催更”的感觉,总能从中获得写作的动力。在他看来,网文的创作过程“是一种社交,一种基于共同价值观的分享”,“作品改编后又会有新用户在故事中找到共鸣,这就是网文的魅力”。

截至去年11月,起点国际已上线约6000部中国网文翻译作品,且有海外原创作家近45万名,海外原创作品数达68万。该门户所属的阅文集团首席执行官兼总裁侯晓楠表示,网络文学之所以被称为“世界文化现象”,不仅在于中国IP的全球化,也在于中国IP模式的全球化。

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举撰文指出,中国文化贸易已转变为“数字内容+IP运营+技术服务”复合型出口模式,文化出口进入“内容为王、技术赋能、生态共建”新阶段。

文化出海的过程中,全球受众不仅产生共鸣,更参与共创。《全职高手》的主角叶修近期受到瑞士官方邀请担任“旅游探路员”,为“粉丝”增添新颖的沉浸式体验;“甲亢哥”中国之旅的一镜到底直播,成为全方位展现当代中国的“爆款”视频……

“中国将以更大范围的开放、更广视野的创新、更深层次的合作,与世界共享更多机遇和红利,让各国人民有更多机会感知越来越‘酷’的中国。”中国外交部发言人林剑近日表示。

新华社记者 褚萌萌 蒋声雄

历时17天左右 黄河启动调水调沙

新华社北京6月23日电(记者 魏弘毅)记者从水利部获悉,水利部黄河水利委员会自23日起通过联合调度万家寨、三门峡、小浪底等水库,启动实施2025年黄河调水调沙。

水利部相关负责人介绍,黄河将于7月1日进入主汛期。按照规定,相关水库水位应消落至汛限水位,腾出防洪库容。按照安全可控、统筹兼顾的原则,结合黄河下游抗旱和中游水库腾库迎汛要求,水利部黄河水利委员会启动本年度黄河调水调沙任务。

据介绍,根据黄河中游河道来水及水库蓄水情况,综合考虑抗旱保灌保供、腾库迎汛、水库排沙、河道减淤、河口生态补水等目标,本次调水调沙将历时17天左右。调水调沙将采用万家寨、三门峡和小浪底水库调控为主,支流故县、陆浑、河口村水库相机配合的联合调度模式,综合考虑水库排沙减淤和下游河道水生生物及其栖息地生态,控制花园口水文站含沙量峰值不超过359千克每立方米。

黄河调水调沙是调节黄河水沙关系的重要手段之一。调水调沙期间,各级水利部门将密切关注天气形势变化,及时滚动分析水雨情,加强应急值守和防汛会商,强化水库实时调度,加强工程巡查防守,保障调水调沙顺利进行,确保人员安全和工程安全。

节能宣传周 绿色高效产品再让利

新华社青岛6月23日电(记者 王凯 魏玉坤)2025年全国节能宣传周启动仪式23日在山东青岛举行。今年的宣传周是我国第35个全国节能宣传周,时间为6月23日至29日,主题是“节能增效,焕‘新’引领”。

启动仪式上,来自石化化工、电力、钢铁、有色、建材等领域10家重点企业联合发布“重点行业企业节能降碳”承诺,带动重点行业绿色低碳发展。国家发展改革委环资司、工业和信息化部节能司、商务部流通发展司、市场监管总局计量司共同启动2025年用能产品设备能效“领跑者”遴选工作,推动提升用能产品设备能效水平。有关电商平台和生产企业合作开启“节能低碳产品消费季”活动,在消费品以旧换新“国补”基础上对绿色高效产品再让利。

据悉,今年全国节能宣传周期间,各地区、各有关部门和单位将聚焦节能降碳工作重点,开展工业领域能效提升、建筑领域节能降碳、交通运输绿色低碳转型、节约型机关建设、农业农村节能减排、产品碳足迹经验推广、节能标准标识、绿色低碳知识科普等活动,并结合实际组织开展具有地方特色和行业特点的宣传活动,传播节能降碳理念、普及节能降碳知识、推广节能降碳技术,提升全民节能降碳意识,推动形成简约适度、绿色低碳的社会风尚。

粤翠名邸入住通知		
尊敬的粤翠名邸业主:天津天房信佳建设发展有限公司开发的河西区珠江道86号粤翠名邸项目已具备入住条件,项目于2025年6月30日办理房屋入住手续。因天气炎热,为尽可能减少您办理手续的等待时间,建议您按照集中办理入住时间安排,携带相关购房文件到场办理。		
办理日期	集中办理时间安排	
	上午8:30—12:00	下午13:00—17:00
6月30日(周一)	3号楼、4号楼	6号楼、7号楼、8号楼
7月1日(周二)	9号楼、10号楼	11号楼、12号楼
7月2日(周三)	13号楼、14号楼、15号楼	16号楼、17号楼
7月3日(周四)	1号楼-11J、18号楼	1号楼-21J、19号楼
办理入住地点:粤翠名邸19号楼北侧现场办理(由珠江道侧项目北门进入,因周边停车限制,请选择公共交通前往,乘坐地铁十号线南珠桥站B出口出站后200米到达现场)注:请您务必携带以下所需资料:1.业主本人携带身份证原件及复印件到现场亲自办理手续。业主为两人的(购房合同上写两人名字)需同时到场办理,若不能同时到场的除携带双方身份证原件及复印件外,还需提供《委托书》。2.《天津市商品房买卖合同》原件。3.购房发票及契税、维修基金发票。4.《入住通知书》原件。5.若非业主本人到场办理入住手续的,需提供《委托书》及房主本人和受托人的身份证原件和复印件。附:入住交费项目:水费:500元。采暖费:按25元/平米*供热面积核算。物业费:由物业业公司按标准收费(计费时间为2025年7月1日)。咨询电话:刘先生18522720927,吴先生18622158522。特此公告!		
天津天房信佳建设发展有限公司 2025年6月23日		