

第二十二届中国（深圳）国际文化产业博览交易会内蒙古展区工作方案

第二十二届文博会是“十五五”规划开局之年举办的一届重要展会。本届文博会将以“AI 重构·产业引领”为主题，深入实施“人工智能+”行动。内蒙古展区立足我区文化资源禀赋，全方位展示自治区文化产业高质量发展成果、特色文化资源与创新发展潜力，组织全区重点文化企业参展，展示我区文化和科技产业融合发展最新成果，宣传推介优秀文化企业、优质项目及拳头产品，同步开展招商推介等配套活动。

一、展览主旨

以党的二十大和二十届历次全会精神为指引，以铸牢中华民族共同体意识为主线，深入贯彻落实自治区党委十一届十一次全会精神及“1571”工作部署，繁荣社会主义文化，建设文化强区，牢牢把握新时代文化使命，助推自治区文化产业高质量发展。

（一）紧扣铸牢主线，打造沉浸体验。中华民族共同体意识是国家统一之基、民族团结之本、精神力量之魂。通过运用虚拟现实、全息投影、智能交互、生成式人工智能等新技术，生动展现内蒙古丰富的红色文化、壮美的自然风光、动人的民族交融故事，彰显谱写中国式现代化内蒙古新篇章的强大精神动力。

（二）深挖精神内涵，彰显地域特色。2026 年为丙午马年，以

“蒙古马精神”这一核心文化标识为引领、全场贯穿的数字屏幕做亮点，在“蒙古马”的驰骋中展现内蒙古壮美文化，勾勒“祖国正北方”的壮阔坐标。

（三）彰显科技赋能，展现创新生态。积极落实国家文化数字化战略，紧扣“文化+科技”要求，依托内蒙古深厚文化底蕴及 AR、VR 等数字科技创新手段，采用场景化展陈形式，打造沉浸式互动展示空间，展现内蒙古科技赋能文化产业发展的创造性转化、创新性发展成果。

（四）依托平台优势，促进文旅合作。依托“文博会”平台优势，汇聚内蒙古优秀文旅资源、文旅企业、文旅产品，疏通产业融合发展渠道，衔接国内国际大市场，促进内蒙古文化产业高质量发展，绘就文化强区建设崭新篇章。

二、展区概况

（一）展区主题

祖国正北方 亮丽内蒙古

（二）主承办单位

主办单位：内蒙古自治区党委宣传部、内蒙古自治区文化和旅游厅

承办单位：内蒙古自治区展览馆

（三）时间地点

展览时间：2026 年 5 月下旬（展期 5 天）

展览地点：深圳国际会展中心

三、展区设置

内蒙古展区面积为 600 平方米，结合文博会展区规划与内蒙古参

展特色，统筹设置“综合形象展区”、“感·奋进内蒙古”、“看·亮丽内蒙古”、“触·非遗内蒙古”、“品·风味内蒙古”五个展示区域，组织优秀文化企业参展，根据参展需求合理规划，各展区主题鲜明、功能互补，兼顾展示性、互动性与交易性，全面呈现内蒙古文化产业多元发展格局。

（一）综合形象展区

展示内容：内蒙古展区标识性主标题“内蒙古”、“祖国正北方亮丽内蒙古”主题文字，“弘扬蒙古马精神”、“多姿多彩内蒙古”等文字。综合宣传片内容主要有内蒙古参与中华文明进程的丰厚历史文化、各民族交往交流交融的故事、风光旖旎的丰饶文旅资源等。

展示形式：展区主入口顶部沿边缘安装简约内蒙古特色造型框架吊顶，搭配柔性LED屏幕与光影系统，打造蓝紫色渐变的沉浸式星空顶氛围，展位最高点设置发光字展示展位主标题“内蒙古”，降低一层或左右两侧放置发光字“祖国正北方 亮丽内蒙古”主题文字，让观众在远处即可直观感知视觉冲击与情绪唤起，强化入口仪式感与主题记忆点。吊装透明屏展示主题宣传标语和标识性文化符号，展位正面入口侧方设置主舞台综合形象区并搭建LED屏幕播放内蒙古宣传片，制作形象化蒙古马IP造型装置。为了更好地展现内蒙古的综合形象和文化底蕴，此次文博会我们还将增加多种全新的多媒体互动手段，更全面立体直观地展现内蒙古。

展示内容：蒙古马IP打卡造型

展示形式：该IP以蒙古马经典特征为灵感，采用Q版卡通化设计，通过放大头部比例、明亮眼神和微扬嘴角，传递昂扬向上的精神气质，

并增强亲切感。精神内涵上融入隐喻设计：风动形态的鬃毛与尾巴，搭配流动云朵或草原背景，诠释一往无前的自由；马鞍上的微型勒勒车模型则呼应游牧智慧传承。为营造沉浸式体验，IP身后设置巨型卷轴画或LED屏，动态呈现内蒙古自然景观，同时周围地面铺设发光马蹄印地砖，观众踩踏可触发马嘶音效，增添互动趣味与故事感。

展演节目安排：长调民歌、呼麦、马头琴、蒙古舞蹈、好来宝等；展演《牧民歌唱共产党》、《英雄格斯尔》、《父亲的草原母亲的河》、《石榴情》、《圆之梦》等乌兰牧骑经典剧目。

（导演剧目参考：“乌兰牧骑神州行”全国巡演60周年纪念演出）

（二）感·奋进内蒙古

展示内容：以铸牢中华民族共同体意识为主线，深度挖掘内蒙古红色文化内涵、各民族交融的动人故事。重点展示“三千孤儿入内蒙”、“齐心协力建包钢”“红色文艺轻骑兵”等具有重大意义的民族团结事件，同时呈现习近平和党中央赋予内蒙古的五大战略定位和使命任务、内蒙古自治区党委“1571”工作部署、蒙古马精神等内容。

展示形式：通过空间错落设计和多维角度运用透明屏、发光字标语、多媒体设备、独立展陈专区、互动空间体验区分别对上述内容进行立体化展示。

展示内容：红色文艺轻骑兵——乌兰牧骑展示

展示形式：乌兰牧骑被誉为文艺战线上的一面旗帜，设计旗帜场景。通过老照片、影像资料，串联乌兰牧骑从1957年成立至今的发展历程，重点突出“辗转千里为群众演出”的历史细节，如“七八个队员为三四个观众表演”的真实故事，强化“扎根基层、服务人民”的

精神内核。

（三）看·亮丽内蒙古

1. i 游内蒙古

展示内容：展示内蒙古重点文旅项目、精品文旅线路，包括草原旅游、沙漠旅游、乡村旅游、红色旅游等线路推介；展示各盟市特色文旅资源，如呼伦贝尔草原、鄂尔多斯响沙湾、阿尔山等核心景区的宣传资料与文创产品，对接文博会低空文旅、综合文旅展区。

展示形式：布设大尺寸互动触摸屏与高清灯箱海报，完整展示“i游内蒙古”小程序全功能界面，实现线上平台与线下场景深度联动。触摸屏支持游客现场浏览、查询、预约等操作，灯箱海报以主题化视觉设计，强化视觉引导与品牌曝光。同时推荐信誉度高、口碑优良、资质齐全的旅游企业，清晰标注企业名称、联系方式、服务项目、优惠政策及游客评价，提升信息可信度与选择效率；各节点配套宣传折页取阅架，投放企业宣传册、线路手册等内容。推动“现场展示——线上引流——线下消费”的全链条成果转化。

2. 场景体验、互动打卡空间

展示内容：99号草原公路打卡。

展示形式：采用“流动的地平线”造型展墙，模拟草原起伏的轮廓作为视觉引导线，强化空间纵深感，设置打卡微型景观装置和打卡拍照站位点，搭配马头琴、长调背景音乐，打造“视觉+听觉”双重沉浸体验。

展示内容：低空之眼·草原天幕飞行体验舱

展示形式：构建360度模拟体验空间，搭配360°环幕+动态风感

装置，打造“虚拟草原生态系统”，观众身临其境体验或佩戴VR设备体验草原四季风光、沙漠探险等场景。

3. 四大区属文化企业

展示内容：集中展示内蒙古新华发行集团、内蒙古出版集团、内蒙古电影集团、内蒙古广电集团等四大区属文化企业推动媒体融合、文化与科技融合、文化与旅游融合，引领出版、影视、传媒等领域数字化、智能化转型发展成果，彰显国有文化企业在内蒙古文化产业发展中的引领作用。

展示形式：精准展示四大集团核心企业文化，统筹设计展板、灯箱、多媒体、实物展品等多元载体，构建一体化立体展陈空间，实现多维度、全景式呈现。以“重要成果时间轴”“重点出版成果造景”等具象化设计元素替代空泛口号，杜绝内容“大而空”，确保展示主题鲜明、内容详实、形式鲜活。

1) 主题书店场景复刻（内蒙古新华发行集团）：设计石榴型形书架及“最美书店”打卡点，融入蒙古马精神两折屏沉浸式影像，展现“吃苦耐劳、一往无前，不达目的绝不罢休”的文化内核。

2) 多语种出版物矩阵（内蒙古出版集团）：设置精品图书展示区，集中陈列新时代红色主题图书、青少年读物、汉蒙双语出版物等，突出文化内涵与学术价值，部分重点书籍搭配AR扫码功能，实现“纸质阅读+数字解读”联动，展现出版领域数字化转型成果。

3) 影片展示（内蒙古电影集团）：设置电影海报墙，滚动展播文旅微短剧《99号公路》、斩获亚洲电影节多项提名的《脐带》《波

依拉》等佳作精选片段，同步播放“光影北疆行”电影展映活动系列影像资料，以科技赋能光影表达。

4) “智慧广电”惠民成果展（内蒙古广电集团）：智慧固边工程演示：通过数据屏展示“智慧广电固边工程”，呈现边疆地区文化安全屏障建设成果。

4. 文创消费新业态

展示内容：聚焦“可逛、可买、可玩、可打卡”的多元体验，征集筛选具有内蒙古特色和市场热度的文博文创、IP衍生品及数字文创等多元产品，以复刻“呼和浩特宽巷子美食街”“包头金街”等内蒙古特色地标场景的形式，打造具有“烟火气”的文创、美食集市区。同时，通过设置打卡赠好礼、数字互动体验等活动，广泛集聚人气、促进交易。

展示形式：按展区比例微缩还原“宽巷子美食街”等特色地标场景，设置有烧麦等造型元素装置及“青城老字号”招牌（如烧麦馆、奶制品铺），按文物衍生、非遗转化、数字文创分类，于商铺内陈列烧麦冰箱贴、宋锦蒙古包摆件等多种文创产品，搭配沙棘汁试饮、奶豆腐饼试吃等互动，重现“舌尖上的内蒙古味道”烟火气。在街区设置多个打卡点（如“非遗工坊”“数字藏品区”等），安排“集章换好礼”互动玩法设计，完成打卡、AR试戴、消费等任务可收集特色印章，集齐兑换特色羊奶皂等文创好物。

展品组织：具有内蒙古特色和市场热度的文博文创、IP衍生品及数字文创等多元产品。如：“苍天般的礼物”系列文创、“金石交”融创品牌系列、“红山玉龙”文化系列文创、“你好那达慕”文创、

“多巴胺蒙古花纹”、“五畜祈福”系列文创、青铜文化系列、哈尼小羊系列、掐丝珐琅草原文创、“塞上磁韵”系列陶瓷文创及其他冰箱贴、帆布袋、通关文牒等文创产品。

4. 智慧文旅体验

展示内容：征集筛选一批代表性强、体验感好、科技化程度高的文化和科技融合新产品，集中展现数字科技在内蒙古文旅领域的创新应用，让观众通过互动、体验、分享，深度感受内蒙古文旅的“智慧化”升级，强化“科技赋能草原文旅”的核心主题。

展示形式：以简洁线条与通透布局为基础，融合多媒体交互系统、VR/AR 沉浸式体验、全息投影等前沿数字技术，通过光影变化与环保材料的有机结合，打造集科技感、互动性与生态美学于一体的沉浸式数字体验空间，充分展示数字科技在内蒙古文旅资源活化应用和沉浸式场景创新的实践成果。

展品组织：ai 民族服饰换装体验、阴山岩画 VR 场景体验、赛博驯马、VR 数字滑雪、文物活起来（AR 读本）等。

（四）触·非遗内蒙古

展示内容：聚焦自治区丰富的非遗项目，集中展示非遗技艺、民族手工艺品等非物质文化遗产及文创产品，立体呈现自治区代表性非物质文化遗产，同时结合数字科技手段，创新互动形式，让观众感受优秀传统文化在新时代的不朽生命力。选取长调、呼麦、马头琴、格萨尔等重点非遗项目进行现场展演。

展示形式：专设非遗互动体验区，以“非遗纹样流动墙”为背景，融合云纹、回纹等传统元素，搭配暖黄色灯光营造“草原毡房”温馨

感，采用“马鞍形”指示牌、“哈达”造型引导绳，邀请马头琴制作、铜银器锻造、皮画制作等非遗传承人驻场，进行动态演示与现场创作，让观众近距离感受传统工艺的匠心与魅力。同时，现场准备非遗项目材料包，限量组织观众有序参与手工实践，以科技赋能传统、以互动激活文化，用更生动、更直观、更喜闻乐见的形式，让观众深度触摸传统文化的生命力。同步搭载 AI 交互设备，实现内蒙古非遗文化智能解读、皮雕图案快速生成、线上线下同步教学等功能，打通“看、听、学、做”全流程体验。

展品组织：皮雕版画、掐丝珐琅画、非遗羊皮画、剪纸、蒙古族壁毯、乌拉特刺绣、蒙古族金银器、蒙古族马具、清水河瓷艺、泥塑等。

（五）品·风味内蒙古

展示内容：依托内蒙古乳制品、牛羊肉制品、农副产品等内蒙古特色农产品、“乌兰察布燕麦”“锡林郭勒羊肉”等“蒙”字标区域公用品牌产品及风味特产，以现场展销、品鉴试吃的方式展示风味的内蒙古味道。

展示形式：采用蒙古包造型展台，以查干萨日传统摆盘为核心，牛皮纸包装、麻绳装饰，营造“草原牧场”氛围，搭配电子屏播放品牌故事视频，将灯箱展示、实物展销、场景搭建与品鉴体验有机融合，打造沉浸式内蒙古风味展示空间，安排烧麦现场制作、试吃品鉴活动。

展品组织：烧麦、内蒙特色咸奶茶、牛肉干、奶皮子酸奶、益生菌驼乳粉、羊绒制品、驼绒制品、呼伦贝尔草原羊肉、芥花油、黄柿子汁、沙棘汁、莜面等。

四、功能区划分

形象宣传区：通过标语、视频等手段对内蒙古形象宣传推介。

演出展演区：搭建微型演出舞台，专业演员现场演出。

洽谈签约区：组织相关部门（单位）、企业开展项目推介、合作签约和对接洽谈。

数字体验区：依托 AR、VR、AI 等多种数字展陈形式，打造数字文旅体验空间。

销售品鉴区：选取内蒙古特产美食，现场品鉴展销。

集章打卡区：内蒙古 IP 形象展示，设置美陈装置及集章区域供游客打卡。

五、实施计划和进度

第一阶段：前期策划

1 月 6 日—1 月 25 日，撰写展览方案、展览概算、项目绩效表，填报自治区文化和旅游发展专项性资金项目申报书等工作。

1 月 25 日—3 月 5 日：组织专家召开可行性专家论证会和展陈大纲研讨会，汇报确定大纲的主题框架。同时撰写图文大纲初稿。同步启动展区整体图文内容的策划与大纲编写。

3 月 6 日，发布项目需求市场调查公告（此公告需要满足 7 天）。

3 月 11 日，发布招投标文件（此公告需要满足 22 天）。

4 月 3 日，并完成招投标，确定设计施工单位。

第二阶段：深化设计与展品征集

4 月 4 日：与施工方合同签订。完成合同签署，明确权责与工期。

4月4日—10日：基于大纲进行展区视觉效果图的深化设计。

4月11日—15日：根据设计进展，对图文大纲进行补充和优化。

4月15日：提交最终版效果图供审核确认。

4月16日—17日：根据审定的效果图，完成用于现场施工的详细图纸。

4月15日—20日：宣传展板、宣传册等平面内容的设计、多媒体内容的策划与设计等工作。

4月20日：平面设计、多媒体成片初稿送审。

4月21日—22日：平面设计完善与校对工作。同步进行多媒体内容的修改校对等工作。

4月23日：平面设计和多媒体审定。

3月10日：发布征集函与征集清单。向各盟市文化企业、非遗传承人等发出展品征集通知。

3月15日—4月4日：接收、整理展览资料、展品清单。开始接收并初步整理提交的图文、视频资料。

第三阶段：场外加工施工阶段

4月20日—5月17日：此阶段是展位场外加工阶段，包括展墙基础建设、造型、主题结构搭建、成品定制、基层处理、多媒体设备安装调试、展柜制作、地毯、展板等画面喷绘等全部施工物料制作、定制、租赁等。

第四阶段：布展、预展与正式开展

5月18日—21日：展位施工搭建、将全部展品、图文资料、多媒体内容按照规划布置到已完工的展区内。

5月22日：2026年深圳文博会正式开幕，内蒙古展区对公众开放。

六、宣传推广

（一）线下宣传。制作宣传资料。

（二）线上宣传。中央媒体、本地媒体矩阵、自媒体平台。

七、项目预算明细（附件1）