



# 以文旅为桥 与世界相拥

## ——2025年拉萨首届国际文化旅游博览会见闻

本报记者 央金

“这已经是我第三次来拉萨了，我特别喜欢这里！”不丹商人丹多吉笑着说，“这儿的人热情、识货，我们特别愿意来！”

西藏作为我国重要的文化旅游目的地，拥有丰富的非遗、民俗艺术和珍稀物产等宝贵资源，在文旅商融合发展方面具备得天独厚的优势。2025年拉萨首届国际文化旅游博览会暨外贸优品中华行西藏（拉萨站）的举办，正是西藏贯彻国家战略、立足自身资源禀赋的重要举措——既能为打造具有国际影响力的文化体验IP奠定基础，也可以搭建起一座连接高原与世界的交流之桥。

为期5天的博览会现场热闹非凡。入口处，红底黄字的“外贸优品展销”横幅格外醒目；阿富汗商人正用不太流利的中文讲解手工羊毛地毯的编织工艺；不丹展台前，试穿传统服饰的市民络绎不绝；泰国膏药展位的工作人员手持产品说明书，耐心地向顾客介绍使用方法；印度尼西亚展台飘来咖啡焦香与伊朗藏红花的辛香，几位游客正轻嗅小瓷勺中的藏红花；一旁的巴基斯坦玉石展台前，观众正用手机拍摄玉饰的水波纹路，工作人员及时递上放大镜并介绍：“您看这纹路，是巴基斯坦特有的矿料形成的。”双语讲解、询价议价、游客赞叹声交织在一起，宛如一场生动的“国际市集”。

西藏本土产品同样是展会的亮点。在非遗展区，艺人们正向游客传授唐卡选购技巧；藏式食品销售区更为热闹，工作人员为游客递上酥油茶：“趁热喝，配青稞饼更地道！”不少游客端碗坐在藏式卡垫上，一边品尝一边交流，手中还拿着刚购买的唐卡图案布袋，神情喜悦。

本届博览会通过深度挖掘西藏非遗、民俗艺术和特色物产资源，推出沉浸式文化体验项目，打造差异化高原文化IP，吸引海内外游客深度参与。同时，依托“非遗+商贸”展示交易平台，通过特色商品展销、直播带货等形式，推动唐卡、藏香、牦牛肉制品等特色产品走向全国乃至国际市场，提升品牌影响力。

结合西藏旅游旺季，博览会通过精准营销吸引全球关注，实现活动期间旅游人次的同比增长，带动餐饮、住宿、交通等相关消费增长，形成“展旅联动”的短期经济拉动效应。通过持续举办高端论坛、国际会展等活动，吸引全球文旅商领域人才、资本与技术集聚，推动形成具有示范效应的文旅商融合生态圈，为区域经济高质量发展注入长效动力。

“这是我连续三年来拉萨参加展销。”巴基斯坦参展商Asif望着身后叠放整齐的羊毛地毯，信心满满地说，“往年销量很好，今年一定能卖得更好！”

西藏本土企业也在展会中表现亮眼。在西藏5100啤酒展台前，试饮的人排着小队，刚品尝过的游客称赞道：“没想到高原啤酒这么清爽，一点也不涩！”参展商杨永彪一边发放宣传册，一边自豪地介绍：“这是我们刚推出的新品，采用高原冰川水酿造，纯净无污染。这个平台非常难得，能让国内外客产品尝到西藏的优质产品。”

西藏自治区外经贸协会相关负责人表示，本次活动为展示西藏特色产品、深化区域经贸合作提供了重要平台，集中展示了青稞制品、高原蜂蜜、天然饮用水等代表西藏优势的外贸优品，让更多人了解到西藏物产的独特价值。

刚购买完两罐印尼咖啡的市民卓嘎笑着说：“本来只是来逛逛，一进门就被深深吸引。不丹的木碗、伊朗的藏红花、西藏的牦牛肉干，每样都想带回家。世界各地的好产品齐聚一堂，不用出国就能买到优质外贸商品，非常方便。这种既能购物又能体验文化的展会很有意义，希望办得更好。”

“本届博览会不是‘一次性盛会’，而是拉萨文旅商融合发展的新起点。”拉萨布达拉旅游文化集团党委书记、董事长雷青松介绍，本届博览会是在国家“推动高水平对外开放、促进文旅商融合”战略部署下，依托西藏丰富文化旅游资源和特色产业优势打造的国际性文旅商贸盛会。博览会设置“外贸优品展销”“西藏特色文化展示”“国际文旅论坛”等核心板块，吸引了来自中国西藏、香港及尼泊尔、法国、泰国、澳大利亚等十多个国家和地区的企业参展，集中展示唐卡、藏香、牦牛肉制品等特色产品。

雷青松表示：“接下来，我们将继续发挥国企担当，深化文旅融合，创新消费场景，打造更多具有西藏特色的文化IP和旅游产品，为区域经济发展注入新动能。”



图①：波斯(伊朗)摆件。  
图②：巴基斯坦摆件和装饰品。  
图③：展销的木制容器。  
图④：进口羊毛披肩。  
图⑤：西藏手工羊毛包。  
图⑥：进口竹编小挂件。

图⑦：阿富汗手工羊毛地毯。  
图⑧：市民在购买商品。  
图⑨：市民购买不丹竹编容器。  
图⑩：外国商家展示阿富汗手工羊毛地毯。  
图⑪：市民选购蒙古国商品。

本报记者 央金 摄