

联合国地名专家组第二届会议

2021年5月3日至7日，纽约

临时议程项目 12

地名作为文化、遗产和特性，包括土著、少数民族及区域语系地名和多语言问题

中国地名大会

中国分部提交

2019年至2021年，中国民政部和中国中央广播电视总台联合制作了两季《中国地名大会》节目，在中国中央电视台中文国际频道首播。节目以“从地名看文化，从文化看中国”为主旨，通过知识竞答、嘉宾解读、地方展演等形式，从地理、历史、语言、文学等各个角度，全方位展现中华大地的万千风貌，引导人们探寻地名背后的历史传承和人文底蕴，挖掘、保护和传承中华优秀传统文化。

一、节目亮点

作为首档大型地名文化节目，《中国地名大会》凭借其深厚的文化底蕴、全新的传播视角，在竞争激烈的周末综艺节目中脱

颖而出。节目采取“知识竞赛+文化解读”的形式,征集不同行业、不同年龄、不同特点的 50 多名地名爱好者进行比拼角逐,邀请地名领域专家挖掘解读地名背后的历史事件、名人典故、地域风貌和风土人情,围绕 12 期主题充分展示中华优秀地名文化。《中



国地名大会》第一季获得中国电视艺术最高奖项“星光奖”,入选中国国家广播电视总局 2019 年度广播电视创新创优节目和中国中央广播电视总台年度优秀电视节目。

图 1.第一季宣传海报

第二季节目在第一季基础上进行了全方位优化提升,以地名为切入点,创新推出“地名评书”“千亿像素看中国”“地名飞花令”“地名故事汇”等环节,通过嘉宾讲评地名故事、使用 VR 设备搜索地名位置、从中华优秀传统文化故事中找寻地名足迹等方式,增加题目多样性,提升赛制整体趣味性和观赏性。

依托第二次全国地名普查成果及中国·国家地名信息库丰富

地名资源，引入有关地名规范使用、地名命名方法、地名罗马字



作用。

母拼写等知识题目，发挥节目在推进地名标准化等方面的积极



图 2.第二季“千亿像素看中国”

图 3.第二季试题

邀请江苏扬州、安徽桐城等 18 个地方参与，将当地特色的人文风光、特色美食、非物质文化遗产以展演形式亮相舞台，增强节目的视觉效果，展示地名的丰富内涵，同时带动了当地文化旅游和特色产品产业发展，服务了中国脱贫攻坚战略，服务了经济社会发展大局。节目还邀请了在新冠肺炎疫情防控中做出重大贡献的一线医护人员讲述抗疫故事，弘扬伟大抗疫精神，将中国精神、中国力量、中国担当通过节目舞台再次展现给全世界。

图 4. 第二季地方展演

图 5. 第二季医护人员讲述抗疫故事



二、播出反响

两季节目累计覆盖全国电视观众达 6 亿人次，节目获得人民日报、光明日报、中国社会报等 50 余家主流媒体报道，微博端节目相关话题阅读量近 9 亿，节目内容短视频吸引到各地方、铁路、高校、医疗系统等各领域微博大号的自主转发，并多次登上微博热搜榜。100 余家微信公众号发布节目相关内容，多篇文章阅读量突破 10 万+。央视频端节目相关视频累计播放总量突破 300 万次。节目与抖音联合推出“地名背后是家乡”挑战赛视频累计播放量 38.8 亿，与腾讯联合推出“中国地名大会”答题小



程序总访问次数近 3000 万，受到社会各界广泛关注，引发热烈反响、得到高度评价。**一是唤醒了地名记忆。**《中国地名大会》的播出，唤醒了人们对地名的记

忆，带领观众共同探索了地名背后所承载的故乡情怀。节目生动展现了中华大地的辽阔幅员、多样地理、悠久历史和丰富人文，

阐释了中华优秀传统文化地名文化内涵，展示了中华民族的历史和文化，留下了乡愁记忆。**二是升华了家国情怀。**地名和寻根文化、乡愁情结密不可分，保护和传承地名文化，就是留住中华文化的“根”与“魂”。节目彰显的中国地域文化，使人们更进一步了解地名背后蕴藏的深层含义，唤起根植于人们心中的家乡情结与热土情怀，展现时代精神。**三是强化了历史链接。**地名是地域文化的典型体现，与历史社会文化有着千丝万缕的联系，从地名中可以窥探到历史长河的踪迹。节目通过挖掘各地地名文化素材，充分展示各地历史文化和地方特色，进一步激发了人们的爱国爱家情怀，全面传承弘扬中华优秀地名文化。**四是激发了奋进斗志。**节目播出后，迅速在社会各界掀起讨论热潮，提升了社会公众使用标准地名、保护地名文化的意识，推动社会各界更加关心、关注、支持地名工作，切实增强了地名工作者和社会公众传承和保护中华优秀传统文化地名文化、促进地名文化繁荣发展的信心和力量，营造了良好社会氛围。

下一步，中国民政部将继续联合中国中央广播电视总台摄制《中国地名大会》第三季。