

第二十届文博会·时尚青岛

青岛企业在文博会上展示数字文化、版权创意、文旅融合等领域最新产品, 亮出产业发展新成果、文化“两创”新动能

“文化青岛”绽放鹏城, 活力实力“出新出彩”

□青岛日报/观海新闻记者 马晓婷 文/图

初夏鹏城,草木葱茏。5月23日,第二十届中国(深圳)国际文化产业博览交易会(以下简称“文博会”)在深圳启幕。跨越二十载,从一粒植入特区沃土的种子,到今天享誉海内外的“中国文化产业第一展”,文博会又一次迎来了思想碰撞火花、行动凝聚共识的绽放时刻。

今年,文博会在展览规模、采购商数量、头部企业参与和国际化程度上再创新高,全国共有超6000家展商线上线下参展,第十五次实现31个省、自治区、直辖市及港澳台地区全部参展,生动呈现我国文化领域新质生产力的最新实践。16万平方米的主会场内,不仅能“逛遍中国”,还能一览世界多元文化的魅力。对于青岛来说,不仅有12家文化企业亮相“好品山东”,还有20余家版权示范企业参加“版权赋能城市高质量发展”主题展。

从“胶州湾”到“深圳湾”,青岛文化以创新创造的活力、科技赋能的实力、底蕴深厚的魅力,在这个中国文化产业领域规格最高、规模最大、最具实效和影响力的综合展会上,以文化产业和版权发展的前沿成果宣推形象,促进交易,寻求机遇。人头攒动的展位前,新老朋友们热情握手,专业观众积极体验洽谈。人们的心是炽热的,对于未来的盼望,更是热切的。



■第二十届文博会山东展区。



■第二十届文博会展馆外景。

文化“两创”,精彩呈现

参与本次文博会,青岛不仅在数字文化领域大放异彩,也组织多家优秀的传统文化行业企业参展,淋漓尽致地呈现了深耕文化“两创”的生动实践,亦勾勒出科技对传统文化的赋能添彩。

一批代表性的手造好品将青岛这片土地所承载的齐风鲁韵传递给观众。山东展区的青未了新“两创”空间内,“90后”青岛糖艺师崔久祥展示了自己创作的国风糖塑《红嘴蓝鹊》《墨虾图》,还原场制作产品与观众互动。借助互联网,崔久祥把糖塑制作过程与网友们分享,也让他找到了众多爱好传统文化的年轻人。现在,他不仅自己是文化传承者,还带出了一批“00后”传承人。

在青岛元开香业展区,负责人拿起一款檀香展示给想要购买的观众。这次亮相文博会,元开香业带来40多种文创香礼,成为展会上的热门伴手礼。这些设计精美、文化元素鲜明的礼盒,为传统的制香技艺增加了不少时尚感,深受年轻人喜欢,应用场景也被不断拓展。

其实,不只是山东和青岛,其他各个展区内的展演展示,非遗特色也占据了很大一部分。尤其是国家级非物质文化遗产项目民歌的巡演,更是成为开幕日的“顶流”演出。与此同时,更多人的目光还投向了如何以数字技术赋能文化“两创”。四川展区内,就通过“四川造”XR超高沉浸体验空间展示了三星堆遗址、皮洛遗址等。

顺应产业发展趋势,近年来,青岛也着力以数字化激发文化“两创”新动能。尤为值得一提的是,青岛通过发挥版权力量,加速版权创意与工艺美术行业的跨界融合。自2013年起,青岛连续举办“中国创意设计文化展暨中国(青岛)工艺美术品博览会”“第50届、第55届全国工艺美术交易会”“上合青岛峰会—亚太手工艺文化周”“中国(青岛)工艺美术博览会暨文化旅游商品交易会”等国家级工艺美术展会,在全国率先创建专业化工艺美术行业版权贸易平台,带动工艺美术行业从传统的“技艺传承”向全新的“版权创意”转型发展,打通了文化旅游产业链各环节,打造了“青岛模式”,让中华优秀传统文化焕发新的时代光彩。

产业引领,活力奔涌

近年来,青岛高度重视文化产业发展,产业政策环境不断优化,形成影视文化、音乐演艺、创意设计、数字文化齐头并进的发展格局。今天,文化既是青岛城市发展的精神底色,也是高质量发展的强劲经济动能。

产业规模不断提升。2023年,全市规模以上文化及相关产业企业实现营业收入1685.31亿元,居全省首位。青岛被国务院认定为首批文化产业和旅游产业领域激励城市,获评首批国家文化与科技融合示范基地,被联合国教科文组织授予中国首个世界“电影之都”。青岛西海岸新区入选首批国家文化产业和旅游产业融合发展示范区建设单位。全市拥有文化企业超过3万家。

影视产业集聚发展。青岛制定出台了《青岛市推动影视业高质量发展若干政策》《青岛市影视拍摄取景基地认定管理暂行办法》《高标准建设青岛影视基地三年行动计划(2024年—2026年)》,拥有灵山湾影视文化产业区、东方影都影视产业园、藏马山影视基地、青岛电影学院等影视基地和机构,成功举办中国网络视听精品创作峰会、青岛影视周、山东省高新媒体创新大赛等影视节展和赛事。位于西海岸新区的青岛影视基地核心区集聚影视产业项目总投资超过3000亿元,累计完成固定资产投资超过1700亿元,集聚影视企业超千家,累计接待剧组300余个。《流浪地球》《封神》《万里归途》《热辣滚烫》《南来北往》等多部优秀影视作品在青岛拍摄制作,电影票房总产出超311亿元。

新型业态加快起步。聚焦推动发展网络微短剧等新型文化业态,青岛研究制定《扶持网络微短剧行业发展政策清单》,推出4个方面17条政策措施,对网络微短剧进行剧本创作、取景拍摄、上线备案等全产业链条的扶持鼓励。聚焦推进数字文化产业发展,成功举办2023青岛数字文化应用发展大会,发布中国数字文化应用白皮书,公布国家文化大数据体系系列标准,成为国内首个专注于数字文化领域的综合性展会,为金东数创、古麦嘉禾、视觉志、深度传媒等数字文化企业搭建合作发展平台,数字文化市场活力不断释放。2023年,全市文化新业态行业实现营业收入160.4亿元,对文化产业整体拉动作用不断凸显。

迎来“弱冠之年”,文博会何以助力众多文旅企业立于潮头?围绕“国际化、市场化、专业化、数字化”,只有真正融入其中,以产业发展的逻辑解构,才能真正得到答案。

以文会友,以展带商

前沿技术,还可以精准捕捉大脑情绪的活跃和投入度。

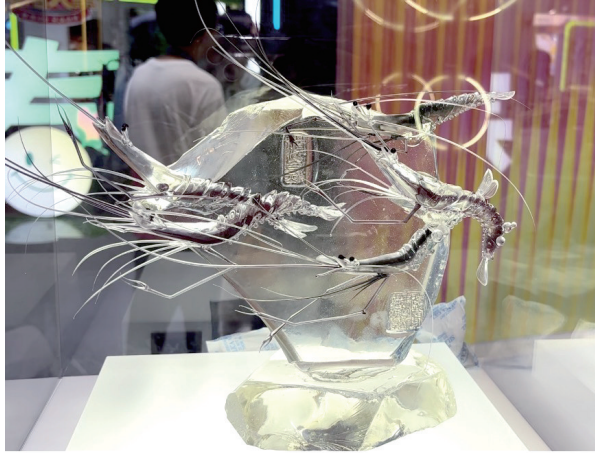
身未动,心已远,身在异地,如何打卡青岛的网红美景?有了领客文化的“秒变数字人打卡青岛”智慧体验项目,只需要站在屏幕前,就可以让观众一秒变身从自己形象虚拟而来的“数字人”,与五四广场、栈桥、崂山等青岛地标打卡合影,几名外国观众路过青岛展区,体验了十几分钟才不舍地离去。

“带来这种刚刚研发出来的项目,就是希望它能通过文博会的平台,从研发阶段加速走向市场。”青岛领客文化传播有限公司总经理王观龙说,文博会对于企业来说,是一个非常好的获取客户的平台,全国文旅企业同台竞技,要想获得订单,产品必须过硬。这次亮相,不仅带来了传统的IP设计与运营展示,还带来了“文化+科技”的展项。

文化与科技紧密相融,博览与交易洋洋大观是记者在本届深圳文博会主会场最直观的感受。机遇总是留给有准备的人,参展本届文博会的青岛企业,纷纷拿出最新成果。

“青岛是一座什么样的城市?”当观众拿起麦克风向聚海视讯研发的AI数字虚拟人“孔子”提问,得到的回答是这样的:“花团锦簇,建筑风格多样,中西结合,名列世界风景名胜之城。望此片海岸,碧波荡漾,舟船来往,美不胜收。”

怀抱音乐梦,却不知该从何下手?有了青岛缪萨的AI音乐智能模型作为“超能力”,只需输入想要的音乐风格关键词,就可以定制一首个性化乐曲。走进脑电音乐评测实验室,借力脑机接口



■青岛“90后”糖艺师崔久祥在文博会展出的作品《墨虾图》。

■山东展区内,工作人员演示《中华优秀传统文化少儿绘本大系》数字互动产品。

文旅融合,潜能释放

好客山东出精品。本届文博会山东展区位于15号馆,以“好品山东 黄河大集”为主题,通过海量好品、丰富活动,全面推介“好客山东 好品山东”品牌。12家青岛文化企业在山东展区内带来多展示项目,成为山东文化产业综合实力的生动见证。

“我们为每一本绘本配套了数字化的服务,通过互动的方式,让孩子对阅读绘本充满兴趣。”青岛出版社数字出版运营中心运营总监李毅给前来咨询的观众讲解道。《诚实不欺》《神农尝百草》《大禹治水》……传统文化启蒙教育丛书《中华优秀传统文化少儿绘本大系》,不仅在青岛版权展区人气十足,在山东展区内同样吸睛。这是一套专门面向5至8岁中国儿童策划的传统文化启蒙教育丛书项目,聚焦数字产品开发,微视频用于互联网传播,互动绘本用于线下教学场景,小程序辅助家庭阅读,呈现出图书版权数字化创新生态链的赋能。

在金东数创的展示区,产品经理魏晓拿出手机,一边操作一边为观众讲解生成式人工智能AIGC-古海档案体验。该项目以AIGC技术赋予《山海经》中的奇幻生物以新生,融合艺术创意与数字科技。观众发挥想象力绘制一只异兽,通



■青岛版权展区“秒变数字人打卡青岛”体验“圈粉”外国观众。