



# 建设长三角文化产业共同体

## 锁定“一体化”与“更高质量”关键词

# 长三角建设区域文化发展高地

■本报首席记者 黄启哲

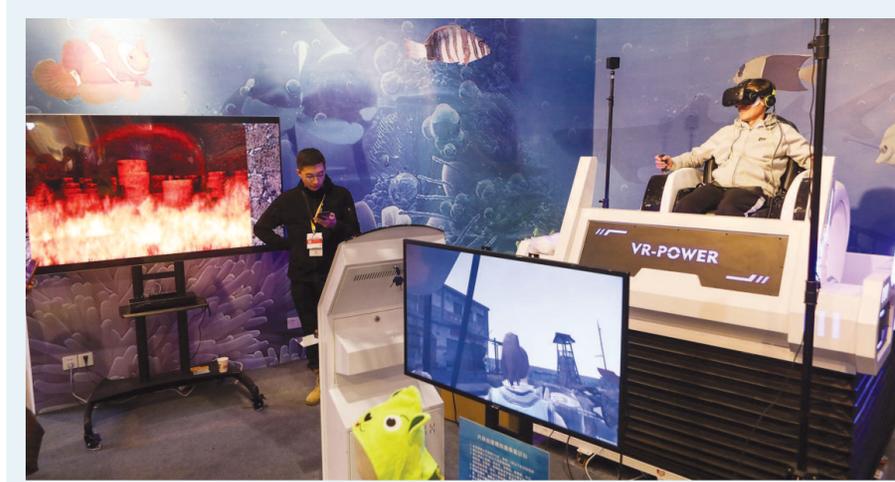
第二届长三角文博会昨天开幕,现场人气爆棚。不仅沪苏浙皖的长三角文化机构企业纷纷带来自己的拳头产品;上海对口援建的云南省展区也以精心布置的亮眼展区与传统服饰T台秀吸引观众驻足;而一些文化产业巨头则将5G、AR、AI语音识别与图像处理等最新技术应用于文化领域,一系列体验项目刷新文博会的观展体验;更值得一提的是,西班牙、韩国、泰国等海外文化产业机构和企业也来谋求合作。据不完全统计,开幕首日的签约项目、合作意向就达到20多项。

为期四天的展期中,有十余场论坛陆续举办。开幕首日的“主旨论坛”作为规格最高的论坛,更是吸引国内外从业者积极参与。在针对产业规模、发展趋势的研究报告基础上,企业家与学者还为长三角文化协同合作的意义、现状与未来精准画像,试图探寻一体化发展的具体路径。与会者认为,长三角是我国文化资源最富集的地区之一,丰厚的传统文化、鲜明的革命文化、多彩的先进文化交相辉映;要发挥地区独特优势,锁定“一体化”与“高质量”两个关键词,增强产业融合,探索体制机制创新,进而为文化产业更好发挥支柱性作用提供保障,真正形成长三角地区文化发展集群优势。

### 项目落地、联盟携手,文化产业一体化发展效应初显

回顾过去一年,长三角在文化产业协同发展上成果丰硕。昨天论坛现场发布的《构建长三角文化发展共同体:现状、问题与路径》报告中,更是梳理出20余项沪苏浙皖在文化产业领域的合作联盟、合作协议与机制,涉及文化金融、电子竞技、影视制作、文旅产业、文创特展等领域。其中,江苏省推出大运河国家文化公园(江苏段)建设项目,尤其引入瞩目。作为连接长三角百座古城、孕育江南文化的根脉,运河文化产业集聚区的打造将成长为长三角区域一体化进程中一枚闪亮的文化标识。

合作频频的背后,是长三角地区文化产业连续多年较快发展的有力支撑。2018年长三角区域国有文化企业利润总额、资产总额占



5G、AR、AI语音识别与图像处理等最新技术亮相长三角文博会,刷新观众观展体验。

左图:观众在上海博物馆展台体验六自由度模拟器。

本报记者 叶辰亮摄

全国比重的30%,今年前三季度长三角地区规模以上文化企业营收占比超过了全国的32%,区域内有十家企业被列为国家文化企业三十强,还有四家国际文化出口基地。可以说,长三角已然成为区域文化发展的高地。

在政府主导下,区域的企业也主动服务于国家战略,积极参与到一体化发展的进程之中。作为上海的互联网企业,哔哩哔哩不仅在本土文创产业布局上动作频频,也引领着整个长三角文创企业发展。据哔哩哔哩董事长陈睿介绍,截至目前,公司在苏浙皖三个主体分中心的员工达到800多人,而参与投资、扶持、合作的文创企业则超过50家。即便是其公司内部的项目,也处处有长三角亲密合作的身影。比如今年平台制作首播的马克思传记动漫《领风者》,就是公司投资杭州娃娃鱼动画工作室,共同孵化制作而来。

### “IP”思维创意驱动,盘活长三角丰厚历史文化资源

当被问及长三角文化产业亟待夯实的要素时,论坛嘉宾、腾讯副总裁张立军不假

思索地给出“IP”这个关键词。这不仅源于腾讯自身提出的以IP为核心的“新文创”发展理念,更是有感于长三角所具备的独特文化优势。

“长三角三省一市地域相近,人文相亲,是传统文化积淀深厚、潮流文化优势突出的区域。”张立军说。近期腾讯在长三角实现了一系列优质文化资源的IP转化。其中网游《王者荣耀》与浙江省文旅厅、小百花越剧团合作推出的“上官婉儿”越剧主题皮肤,上线一个月不到,总曝光量15亿,相关话题微博阅读量达7亿,越剧皮肤最终获取人数6400万。

IP这个答案已在整个长三角文化产业发展中得到广泛认同。对于传统文化资源的IP活化正成为热点。作为国内首家集聚产品展示零售、版权洽谈等功能的文创实体店“海上文创”,也把店面“开”进了长三角文博会。其200平方米的展区被打造成为集“红色文创”“江南文创”和“海上文创”的会客厅。穿梭在充满海派韵味的窗棂拱门之间,一款“蒸蒸日上”小笼包颇受观者注意,原来是陶瓷打造的包子造型茶叶罐,富有上海美食特色的创意设计让人赞不绝口。

作为第二届长三角国际文化产业博览

会中的“展中展”,由国家对外文化贸易基地(上海)、国家版权贸易基地(上海)主办的国际文化授权交易展(CCLF)专区,则深耕“IP授权”方向,3000平方米的展馆面积汇聚80多家企业、展示1000多项国内外热门授权IP。展区由动漫形象专区、艺术非遗及衍生品专区、影视动画及音乐专区、品质生活专区、国际专区、青年创意设计力量专区六大专区构成,覆盖影视、动画、音乐、娱乐、艺术、时尚、企业品牌、体育、博物馆、文创产品等品类授权领域,充分展示国内外从事文化授权产业或相关联的企业、机构、院校及IP内容。

值得一提的是,在本届文博会中,新参会展商占比超过六成,足见文博会正在授权领域引发广泛关注与影响。国家对外文化贸易基地(上海)运营机构董事长任义彪介绍,这次参展展商涵盖了从版权创意到运营推广的产业链上各个环节,为的是在国内原创授权内容提供展示平台的同时,也创造交流与合作的机会,扩展中国市场的授权网络。记者看到,现场专设的经贸配对洽谈区,吸引了不少企业机构代表前来“精准对接”。

本报讯(记者许畅)根植“文化+阅读”,助力内容产业升级赋能——昨天开幕的第二届长三角国际文化产业博览会上,上海新华发行集团全新品牌“新华文创”发布品牌矩阵,与首批来自江浙沪皖及海外的设计师代表现场签约,在文创产品开发与定制、设计师品牌引入与孵化等方面进行深度合作。

“新华文创”将以文化为创意产业根本,通过上海新华发行集团内部各项产业相互连接,融合多方资源,拓展文化创新边界,成为具有可持续性创新的平台,不断挖掘自身价值和品牌价值。LOGO主体形状取自“文”字下半部分,寓意文化为其根基之意;清晰流畅的几何线条组成“新”首字母“X”,也有探索新知充满无限可能之意;左右对称的两部分像两本打开的书,将“文化”与“阅读”作为“新华文创”起源完整呈现出来;线条布局类似“∞”符号结构,意味“无穷”与“无限”,表明“深耕小创意,发力大文创”的发展方向。中英文结合也突出了“新华文创”立足上海,放眼全球的国际化属性。

从文化传承到国际推广,从知识普及到质感生活,上海新华发行集团麾下新华教育、书城杂志、新华园区、城市动漫、明珠美术馆、光的空间、n次方七支团队集体亮相,以各品牌特点优势为依据,形成“大文创”生态环境。这些品牌融合大数据、“互联网+”等科技手段,多维度助力地产、电商、产业园区等领域,让文创真正为传统产业板块赋能,同时也顺应了在新时代坚定文化自信、增强文化自觉、建设社会主义文化强国的新任务、新目标。

在业内看来,借助长三角文博会的东风,“新华文创”将依托根植上海,辐射长三角的地域优势,不断提高文创产业经济效能,通过创意激发多重艺术生命力,将文化与传统行业融为一体,最终使产业爆发出聚变力量;同时放眼海内外,让更多IP创意和人才“走进来”“走出去”。

此次“新华文创”部分内容也搬进了上海报业集团展位,并以形象视频、动漫作品、设计展品、文创产品等形式体现上报业集团“科创为翼,文创起飞”展览主题。其中,展区的“新华红色经典”珍贵图书主题展览吸引了往来嘉宾客流纷纷驻足。作为传承自1937年延安新华书店的上海新华发行集团始终不忘血液中的红色基因,从各种途径收藏了数十种经典图书,其中《资本论》《共产党宣言》等图书各有3-5种珍贵版本在现场展出,包括1872年马克思著德文版《资本论》,1998年中央编译出版社原版初印《共产党宣言》发表150周年特制精装纪念珍藏版,上海科学技术文献出版社出版《首版中译本共产党宣言》珍藏本等。

上海报业集团展位亮相长三角文博会,『红色经典』珍贵图书展等吸引嘉宾驻足 『新华文创』品牌矩阵集结赋能内容产业



2019.11.21~24

国家会展中心(上海)

National Exhibition and Convention Center (Shanghai)

崧泽大道333号,7.2馆 8.2馆 / No.333 Songze Avenue, 7.2H 8.2H

YANGTZE RIVER DELTA

iCiE 2019



# 第二届长三角国际文化产业博览会

## 2019 YANGTZE RIVER DELTA INTERNATIONAL CULTURAL INDUSTRIES EXPO

主办单位:

中共上海市委宣传部  
中共江苏省委宣传部  
中共浙江省委宣传部  
中共安徽省委宣传部

联合主办单位:

上海市国际贸易促进委员会

协办单位:

上海市文化和旅游局  
江苏省文化和旅游厅、江苏省广播电视局  
浙江省文化和旅游厅、浙江省广播电视局  
安徽省文化和旅游厅、安徽省广播电视局  
长三角区域合作办公室

承办单位:

上海贸促展览展示有限公司



关注微信公众号



展会预登记

www.yrdicie.com