



内蒙古出版集团展区



各展区盖章打卡点人潮涌动 本报记者 张杨 摄



展览现场

# 观众有新体验,企业有新商机,产业有新活力

## ——第八届内蒙古自治区文化产业博览交易会侧记

本报记者 张鑫

8月29日—9月2日,为期5天的第八届内蒙古自治区文化产业博览交易会(以下简称文博会)落下帷幕。本届文博会办展规模空前盛大,交易成果丰硕。超25万人次观众线下观展,现场交易额达2146.62万元,实现合同订单额7255.17万元。

展会以“打响北疆文化品牌 推动文化产业发展”为主题,设10大展区,汇聚20余个国家和地区,以及全国25个省(区、市)的500余家企业参展。一开馆,内蒙古国际会展中心就迎来排队等候入场的观众及专业参观团,不少人从外地赶来,奔赴这场备受瞩目的文化盛宴。

展会现场,自治区及全国各地的多彩文化、前沿科技、知名IP、文创项目同台亮相,文化之花竞秀、数字新潮涌动……为观众带来文博大餐的同时,折射出文化与产业的双向奔赴,亦勾勒出中华文化灿烂多彩、交流交融的繁荣景象。

内蒙古地区自古以来就是多民族共同生活的家园,各族人民在这里共同创造了多彩灿烂的历史文化,积淀形成北疆文化。本届文博会聚力打响北疆文

化品牌,精心打造北疆文化主题展区。

步入场馆,内蒙古的秋季绝美画卷映入眼帘,耳边马头琴悠扬飘扬,浓浓的北疆文化风情扑面而来,向观众传递着内蒙古自治区的文化自信与开放姿态。

作为文博会的开篇,主题展整体策划设计,集中遴选展示了一批自治区具有北疆文化代表性的优质文化资源、产品、企业。“赓续红色血脉”“我和草原有个约定”“魅力‘几字弯’”“在希望的田野上”“长城两边是故乡”五大板块缤纷呈现,以图文、视频、实物展品、数字体验、技艺展演等多种形式,淋漓尽致展现北疆文化丰富内涵、深厚底蕴与时代价值。

今年文博会“朋友圈”持续扩大,成功吸引了大运河礼物、津门礼物、洛阳博物馆、明孝陵博物馆、上海好励、青壹坊、熊猫书店、楚国礼物、这就是俑等一批国内优秀的文旅文创品牌参展。文化“顶流”同台竞技,漫步各个展区,都能够充分感受到中华文化的多元魅力与蓬勃生机。

从齐鲁大地到南海之滨,从三秦大地到巴蜀之地……文博会以产品为载体,生动呈现中华文化“百花齐放”的盛

景。

来自湖北的楚国礼物展位将荆楚文化符号融入展位设计,成为不少年轻观众的拍照打卡地;四川的熊猫书店搬进了文博会现场,带来百余种熊猫主题文创,以国宝熊猫为桥梁,加强不同区域的文化联动;“礼遇东坡”品牌通过点茶体验、文创展示等形式,传承“三苏”文脉,弘扬东坡文化;明文化、秦文化、中医药文化……不同的优秀文化在文博会上交融互鉴,竞相绽放光彩。

除了多彩的文化荟萃,展会现场代表着新质生产力的各种沉浸式数字体验也广受好评。数字技术的创新应用,为文化传承创新打开了更多想象空间。在文博会上,穿越时空都不在话下。场馆内即可骏马驰骋游遍大草原;没有去过金字塔,也能看到自己置身古埃及情景;还可以真实感受商代祭祀仪式,亲历甲骨文制作流程……观众在现场可以一站式体验到丝路视觉、励丰文化、北京当红齐天、浪潮科技、大连博涛、浙江无界AI、广东超元力等优秀数字文化企业带来的潮流“黑科技”,探索“文化+科技”深度融合的无限可能。

本届文博会突出数字赋能,积极引导国内头部数字企业参展,促进新技

术、新应用、新场景的交流融合。据不完全统计,展商阵容中首次参展企业占比达70%,人工智能、文旅装备、文物数字化类企业争先在文博会上“秀”出前沿数字产品。

通过文物“一张图”,感知文物数据“全貌”。首次亮相文博会的浪潮科技重点展示文物资源采集登录与综合管理、文物资源大数据库、文物安全监管、文物数字化保护、智慧博物馆等一系列智慧文博产品及解决方案。广东超元力带来虚拟现实探索项目《金字塔幻像》,吸引观众参与体验,作为一款主打“科幻+沉浸式路线”,具有超大空间、超强临场感的元宇宙爆款产品,只需戴上头显和背包,就可以身临其境走进古埃及文明。

“我们每年都来逛文博会,能看到很多新奇有趣的东西,今年比往年开设的场馆更多,展出的产品也更丰富”“我是四川人,出来打工好几年了,在这里看到家乡的展馆很兴奋,家乡的文化产业发展得这么好,我感觉很骄傲”“正好是周末,所以带着孩子来逛逛,也想让他多受一些文化熏陶”……在5天时间里,内蒙古文博会迎来了一波又一波观众,许多人在精美的展品前驻足观

看,连连称赞,更有不少家长领着孩子前来学习、体验,增长知识,开阔眼界。

演员萨日娜感慨道:“现场太欢乐了,在展会现场就可以看到跨越2400公里内蒙古全境的所有的好产品,真的是好幸福啊!我是第一次来参加文博会,希望以后每届都能来,来看更多更好的文化产品。”

参加此次文博会的参展商们在接受记者采访时纷纷表示,参与文博会不仅仅是一次展示他们自己发展成果的机会,更是一次难得的交流与促进合作的机会。

观众有新体验,企业有新商机,产业有新活力。文博会上与现场人气一样热气腾腾的还有各种密集的对接、推介、发布活动。

文博会现场,毛茸茸的“马小阅”“雁小北”“疆芽芽”系列“阅北疆”IP人偶吸引了众多市民前来打卡拍照。

为更好展现北疆风采,内蒙古出版集团打造了易于传播、易于接受的年轻态“阅北疆”IP形象,其中包含憨态可亲的“马小阅”、活泼可爱的“雁小北”、古灵精怪的“疆芽芽”,三大IP形象将组成北疆文化“三人组”,为广大游客尤其是青少年开启一扇感知和热

爱北疆文化的窗口,带领大家在阅读中领略北疆风光、寻找北疆风物、弘扬北疆文化,讲好新时代的北疆故事。

“我们在文博会现场感受到了浓郁的北疆文化,不仅打卡了‘阅北疆’IP,还品尝了内蒙古美食。这里的人们热情好客,内蒙古给我留下了深刻印象。”来自四川的游客庞海燕说。

据悉,备受瞩目的“阅北疆”三大IP形象首秀,不仅承载着北疆文化的深厚底蕴与独特魅力,而且以生动鲜活的态度,为北疆文化品牌增添无限创意与活力。此外,内蒙古出版集团展区还在现场精心设置“阅北疆”IP相框合影打卡区,并全程开展趣味横生的人形玩偶互动,让每位观众都能近距离感受IP角色的生动与活力,共同编织一段段关于“阅北疆”的美好故事。

展会期间,内蒙古出版集团还推出新书首发式、读者见面会、图书分享会等10余场“阅北疆”文化品牌推广活动,并同步开展直播带货推广、接待台打卡盖章及线上线线下阅读书评、读后感、写给编辑的一封信等互动活动。

以“文”会友,“博”览世界。明年文博会,我们相约再见!  
(本版图片除署名外均由主办方提供)



非遗展示 本报记者 张杨 摄



数字体验