国风新生、AI 赋能、文化出海

长三角文博会全景呈现网络文化“新三样”创新成果

11月19日至22日，第七届长三角国际文化产业博览会将于国家会展中心（上海）6.2H、7.2H展馆启幕。本届长三角文博会以“促进文商旅体展融合发展，激发文化消费新活力”为主题，秉持“交易优先、品质优越、服务优质”理念，以重点项目首发首展提升展会平台能级，以文化市场供需发布和经贸对接搭建长三角文化产业供需平台，致力于打造引领全国、辐射全球的文化产业枢纽。

一段随手拍下的视频，可以一键“变身”一款立即可玩的游戏；一次隔屏对话，就能与熟悉的IP角色聊到尽兴……11月19日即将开幕的第七届长三角国际文化产业博览会，还将带来更多创新体验。

从悦英网络带来“视频即游戏”的SoonPlay平台，到米哈游呈上戏曲、非遗、音乐、诗词四大出海板块，以网络文学、网络影视、网络游戏为代表的文化“新三样”的正在由单一作品生产与传播，转向优质内容持续供给、跨媒介IP开发、文化科技协同和长期市场经营，并借由长三角文博会的平台，积极展开经贸对接，促成文化产业交流合作，持续焕发蓬勃生机，重塑人们的日常文化生活。

AI科技赋能 提升网络文化内容创作力

随着当前AIGC技术的发展，网络文化产业也逐渐开始借助科技羽翼，在内容生产端加速布局，重塑创作逻辑，提升大众参与感与获得感。

作为中国领先的网络文学与IP运营公司，阅文集团正依托海量优质IP与全产业链运营能力，持续推进“IP+AI”战略。本次文博会，阅文集团将集中呈现多元精品内容及“IP+AI”融合成果。

截至今年9月底，阅文已有107部漫剧播放量破亿、超660部播放量破千万，形成覆盖广泛、题材多元的内容供给。阅文集团今年也将DramaBuddy漫剧助手升级为OPC一站式平台，为漫剧创作者提供从IP源头到AI制作、全网发行的全链路服务。

阅文还将进一步向精品动画方向探索，开发《赛博英雄传》《不科学御兽》《镇妖博物馆》等首批AI精品动画项目。这是行业首次以“网文IP+AI技术+动画专业力量”三方协同的方式，验证AI在精品动画领域的工业化与风格化能力。从漫剧规模化验证到精品动画突破，阅文正以AI工具提升IP视觉化效率，以生态协同释放IP全链路价值。

不止阅文，悦英网络近年来也有不少AI+相关产品问世。今年10月，悦英网络旗下极逸人工智能推出的全球首个AI轻游戏生成交互平台SoonPlay正式上线，让用户不仅能在手机上玩游戏，也能在手机上使用SOON AI制作游戏——创作者只需要上传一段视频，SOON AI即可识别其中的玩法要素，自动生成游戏。无需具备编程基础，亦无需反复研究提示词，即可在移动端开展创作，随时随地对作品进行打磨与发布。

本届文博会，除SoonPlay之外，悦英网络还将携旗下时光川行《零号台》、治愈系AI潮玩品牌《暖星谷梦游记》以及马良大模型等AI相关研发成果亮相。

此外，本次世纪华通展台也带来《龙之谷》《永恒之塔》《冒险岛》《无尽冬日》《奔奔王国》等多款人气游戏，同时展出极测信息AI自动化测试创新成果。现场安排讲解员全程带领参观，每个区域都准备了趣味互动，用寓教于乐的方式，带大家读懂游戏背后的艺术表达与科技内核，感受数字内容独有的文化魅力。

除了上海本土文化企业之外，徐汇文旅展团此次也亮相文博会，聚焦AI潮玩、AI微短剧、游戏三大方向，呈现区域产业发展新脉络。其中，AI微短剧展示区呈现的是技术如何隐入好故事。例如有光同尘（上海）科技有限公司制作的音乐主题短剧，讲述了两个女孩在音乐的指引下如何升级打怪继续梦想的故事，现场还带来了上线新短剧的MV抢先试看；也有徐汇AI+微短剧产业服务中心与剧火（上海）文化传媒有限公司同台呈现，展示徐汇在AI内容创制、算力工具与产业服务上的生态底盘，让人看到微短剧从创意到成片的完整路径。

根植传统文化 经典IP融入文旅新场景

网文、网剧、网游之所以能成为中国故事的“新载体”，归根结底，是基于本土浓厚的文化根脉。非遗、绘画、古诗词、戏曲……各大网络文化企业在科技创新的浪潮中，也催生出了自主研发、推动数字科技与中华优秀传统文化融合的生动实践成果。

本届文博会，巨人网络就将携旗下《超自然行动组》《征途》《球球大作战》《月圆之夜》《太空杀》《名将杀》六款产品参展。其中，《超自然行动组》，就是“文化+游戏”创新融合的标杆作品。游戏通过非遗、文博等跨界联动，将傩戏、华县皮影戏、水墨画等传统文化元素融入游戏内容，已成为近年来休闲竞技赛道的现象级爆款。截至2026年一季度末，游戏累计注册用户超2亿。同年8月，日活跃用户数突破1200万。

米哈游也同样立足中国创作者身份，深耕中华文化内核。公司推出的《原神》《崩坏：星穹铁道》等产品已译成英、德、法、意、俄、日、韩等15种语言字幕，并在海外多地设立运营与研发分部。

以经典游戏IP《原神》为例，其推出以京剧为创作灵感的角色“云堇”，将七星额子、云肩、中国结等传统元素融入造型设计；



原创戏歌《神女劈观》把京剧唱腔与现代编曲结合，随角色与作品面向全球玩家传播；游戏以仿《诗经》体的原创诗歌《琅风·兹白》传递家国情怀，诗中生僻字词在海外社交平台引发讨论，外国玩家自发查阅字典、标注拼音并尝试翻译；《原神》交响音乐会更是以全球巡演的方式把游戏旋律带上纽约卡内基音乐厅、伦敦皇家节日音乐厅等世界舞台，实现中国原创游戏音乐的商业性出海。

基于在文化出口领域的长期贡献，本届文博会，米哈游将以“文化出海”为参展主题，集中呈现戏曲、非遗、音乐、诗词四大板块的数字文化传播成果，邀请海内外观众近距离感受中国原创IP的文化魅力。

此外，七猫也凭借自有原创平台的丰富内容储备，近年来不断布局“网文IP×文旅”产品矩阵。例如今年七猫小说节落地上海东方明珠城市广场，就是把爆款网文的世界观与名场面搬进城市地标与景区，以“沉浸体验+作家见面会+NPC演艺+文创市集”的形式激活线下。市民游客与书迷手持打卡手册逐站探秘，解锁专属江湖记忆，沉浸式感受网文世界的多元魅力。

在徐汇文旅展团的潮流延展场，数字创意正长成可以带走的IP。Hitcard将携多款热门及经典IP衍生品参展，IP类型覆盖真人影视、二次元动漫、明星个人IP与综艺等，均持有官方正版授权，包括《兰香如故》《花开锦绣》《盗墓笔记》等，产品类型涵盖多玩法卡牌、卡砖、毛绒挂件、抱枕、大富翁玩法卡牌等，兼具观赏、互动玩乐、日常使用价值；

有光同尘带来獭与獭的朋友们，以一对性格反差鲜明的海獭朋友为原型，IP从两只海獭的陪伴日常出发，逐渐延展出海洋动物群像、自然科普与生态保护故事。

上海衡复投资发展有限公司以“魅力衡复”系列文创，把武康大楼等百年建筑与人文“搬到”了展台现场，不仅有武康康和衡复风貌区全新IP复兴猫毛绒挂件，还有打卡扇、地图冰箱贴、金箔贴、纸雕笔记本与武康大楼一百周年纪念礼盒，每一秒都能与“武康大楼”同框。

发挥文博会平台效应 区域协同促成文化产业合作共赢

作为我国经济文化最发达的区域之一，长三角凭借自身的地理优势和资源禀赋，正通过区域协同构建文化产业发展的强大合力，让文化创新效应持续放大。这种协同既体现在文化企业的跨区域布局，也表现为文旅资源的联动开发和产业链的互补共赢。

值得一提的是，本届长三角文博会组织了近10场专题经贸对接会，实行“会前需求征集+定向匹配+现场一对一洽谈”的工作机制。例如智慧文旅产业对接会、多项文商旅体展融合路演活动以及浙江省文化“新三样”产业推介活动等，从上海延伸至长三角地区，覆盖全域文化产业资源互通，拓宽内容生产和传播边界，丰富大众精神文化生活。

晨报记者 王 琛



地址：威海路755号 邮编：200041 国内统一连续出版物号 CN 31—0070 广告热线：22895373 印刷：上海报业集团印务中心 零售价：1.50元