第七届长三角文博会将于2026年11月19日至22日在国家会展中心(上海)举办,本届展会坚持“交易优先、品质优良、服务优质”,把经贸对接作为重中之重,前期开展近2个月文化项目需求和企业供给能力征集,共有216家企业提交供需信息,共300条项目合作需求,通过这份供需清单,我们发现了文化产业供需合作风向和长期趋势。

“300条需求背后,文化企业买家要的不再只是一件产品,而是IP、技术、场景、渠道和运营能力的一次组合。”

从“买产品”到“买能力”
文化市场供需观察:
第七届长三角文博会供需清单透露了什么?

观察一:文化市场正在从“单点采购”走向“复合合作”

多数文化企业的合作需求呈现出复合化趋势,76.5%的企业填报了2类及以上需求。

以老字号品牌为例,中华药业一次提报了包括IP授权、营销推广、文创开发、视觉焕新、内容创制等在内的12项合作需求;美加净提出的需求覆盖品牌焕新、直播带货、达人种草及IP联名合作;南京同仁堂在IP联名、品牌焕新和数字化营销方面提出了合作需求。

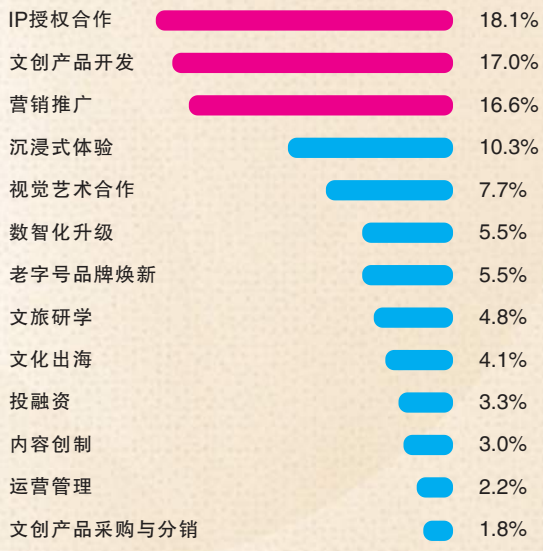
昆山亚太昆蓬文旅有限公司、上海云游雅集创意设计有限公司、上海真友趣文化科技有限公司等多家企业各提报了11项合作需求。

观察二:钱和资源正在流向哪里?

1380万元
IP授权合作+视觉艺术合作

1390万元
文创产品开发及采购

1670万元
沉浸式体验



本届专业买家主要需求和预算分布如下:

IP授权、文创开发、营销推广仍是刚需。位列前三的这三类需求合计占总需求量的51.7%。企业不缺“做产品”的意愿,缺的是可授权的IP、可落地的设计和可转化的渠道。

其中,文创产品的开发及采购类需求具有小额高频特征,39.2%给出明确金额的买家单笔合作预期在5万元以下,但需求量和复购意愿较高。

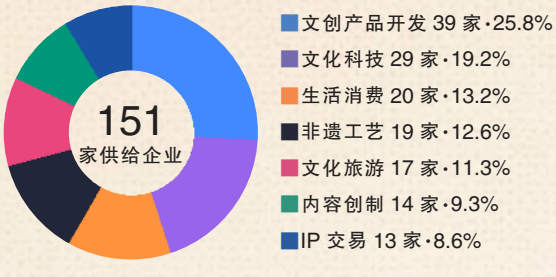
沉浸式、数智化、文旅研学是新增长带。文化消费从“看内容、买东西”转向“进场景、做体验”。场景化消费、情绪消费成为新世代的偏好,也吸引需求方利用更多元的手段承载和传递优质内容价值。

其中,沉浸式体验相关项目人均需求达50.7万元,有3项以上合作金额规模在200万以上,需求侧集中在文化场馆和文旅景区。这类采购需求往往包括内容、设备、施工、运营等一整套项目交付,采购单元变大,金额自然被抬高。

文化出海、投融资、运营管理是产业级服务的小切口。这类需求高度垂直,且与企业战略紧密相关,表明文化市场不只是“买卖场”,更需要产业级平台的“合作撮合”。

以文化出海类服务项目为例,往往涵盖跨境合规、海外发行、版权服务等系列服务内容,对于服务商相关能力的整合度要求较高。

观察三:151家供给企业能提供什么?



服务能力案例

- **腾讯:**智慧文旅、混元AI、全球CDN出海、AI短剧漫剧
- **上海建为历保:**文物预防性保护平台“文物云”数字孪生、沉浸式体验馆
- **苏州苏大维格:**AR导览、裸眼3D、悬空成像
- **安徽省版权服务中心:**版权确权、IP授权交易AIGC存证、版权质押融资
- **上海国际短视频中心:**微短剧短视频产业基地场景服化道;全链条、AI真人剧漫剧制作
- **工艺美术与设计协会(澳门):**艺术疗愈、银发经济全人美育

从供给端趋势,可以观察到三个方面的服务升级。

第一,文创产品开发类企业正在从“代工生产”升级为“IP孵化+设计+生产+渠道”全链路服务能力。

第二,文化科技类企业则将技术嵌入具体文化消费场景,打造“可运营的文旅场景”。

第三,行业主体倾向于从“独立业务”向“平台型能力”迭代,例如腾讯打造智慧文旅/AI内容/出海基础设施、安徽省版权服务中心融合AIGC存证与质押融资、上海国际短视频中心打造全链条产业基地等。

观察四:机会在哪里,错配在哪里?

IP授权合作、文创产品开发、沉浸式体验等领域是高热度匹配区。文博场馆、景区、老字号品牌高度关注IP授权及视觉艺术合作,相关领域需求旺盛;在文创产品开发方面,集合文化挖掘+爆款打造+渠道运营能力的供应方受到欢迎;文旅单位则关注如何将前沿技术与内容创意、运营落地相结合,提升游玩体验。

IP授权合作及视觉艺术合作
需求(条) 70条
供给(家) 66家
IP交易+文创开发+内容创制

文创产品开发
需求(条) 46条
供给(家) 39家
文创产品开发

沉浸式体验
需求(条) 28条
供给(家) 46家
文化科技+文化旅游

值得关注的“小切口大机会”正在涌现。如视觉艺术合作、文旅研学、文化出海等细分赛道需求集中出现,亟需精准对接供应方。

视觉艺术合作 21条
具体内容:视觉艺术IP授权、商业约稿、包装升级、空间美陈

文旅研学 13条
具体内容:课程开发、基地运营、渠道输送

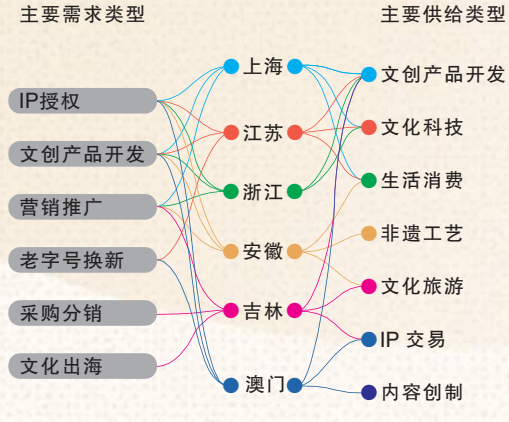
文化出海 11条
具体内容:跨境合规、海外发行、多语种译配、海外展会、商标注册、版权服务

投融资 9条
具体内容:项目投资、股权融资、产业基金

运营管理 6条
具体内容:景区/街区/酒店/文化空间托管

文创采购分销 5条
具体内容:文创书店、文旅商店、礼品渠道

供需跨省市分布,文化产业区域协同效应显现。从供给和需求和跨省分布来看,上海企业提出了近百条合作需求;江苏的文化科技和非遗工艺类供应服务能力突出;浙江企业的需求集中在IP授权、营销推广、文创产品开发方面;安徽提报了60余家头部供应服务企业,覆盖文化旅游、生活消费等多个领域。



长三角文博会不只是持续4天的展会,更是需求跨省发布、供给跨省匹配、项目跨省落地的重要文化产业平台。