第七届长三角国际文化产业博览会
2026 YANGTZE RIVER DELTA
INTERNATIONAL CULTURAL INDUSTRIES EXPO

当上海滩的文化脉搏跳动在长三角产业的沃土之上，文化带动多元消费，正在成为区域经济协同发展的重要引擎。

第七届长三角文博会启幕之际，回望过去一年，上海正在借助科技的强大势能，着力打造更多“文化+”融合发展的消费新场景，覆盖传统和新兴的多种业态。

而长三角文博会作为区域文化产业重要的交流和合作平台，也深度贯穿其中，见证和推动着申城文商旅体展持续融合发展，激发文化消费新活力。

盘活区域资源，持续科技创新

上海探索文化产业融合发展新路径

文化 IP 带动经济消费 促进城市文商旅体展融合发展

近年来，中共一大纪念馆接待境外观众逐年提升，去年接待境外游客近 10 万人次，创下历年新高；今年 7 月，上海博物馆打造了全球史上规模最大的美洲古代文明大展，20万张早鸟票火速售罄，爆款文创产品供不应求，还联动上海光影节、上海旅游节、“五五”购物节等推出票根经济方案，拓展文化消费场景。

依托商业体系发达、文旅资源丰富等复合优势，上海正在探索“文化 +”多元融合发展的消费新场景。借助文博会的平台效应，不止文博行业，各家参展单位也都纷纷呈现文化产业融合发展新成果，不仅成为拉动经济增长的重要引擎，也成为展示上海城市文化魅力的鲜活窗口。

此次巨人网络展台呈现的热门游戏《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。

同样作为网络文化企业，米哈游也致力于探索游戏和文化多元结合，打造更多文商旅融合新场景。今年国庆期间，米哈游携《星布谷地》《原神》等 4 款游戏 IP 集中登陆杨浦复兴岛 RED LAND 2026，通过舞台演绎、玩家互动等多重实践，成为本土游戏 IP 对接城市文旅场景的鲜活样本。今年 4 月，米哈游还携现象级游戏《崩坏：星穹铁道》落地城市地标东方明珠塔，通过“线下实景装置 + 线上联动传播”的双向赋能，不仅为传统地标注入潮流活力，更有效带动客流增长与文旅消费，为后续的五一假期预热。此次文博会，米哈游也携旗下经典游戏 IP 亮相，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。

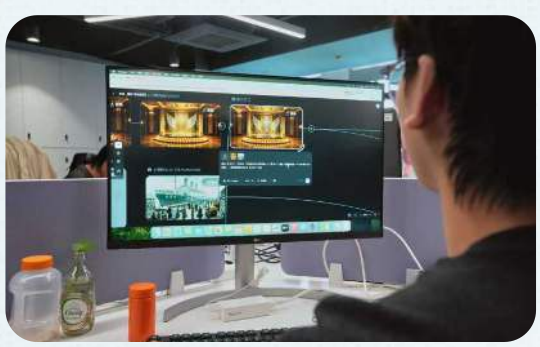
线上网络文化产品热度不减，线下演艺行业也不甘示弱。每年秋天，长三角文博会会期都与中国上海国际艺术节





有重叠或接续，文化氛围从“四叶草”延伸至城市的各大剧场、户外空间，也同样辐射长三角地区。

去年，第 24 届中国上海国际艺术节舞台演出总票房超过 6500 万元，观演带动的总消费规模达 10.3 亿元。其中，无锡、南浔、合肥三大长三角地区分会场拉动经济规模约 1.5 亿元，释放了强大的消费动能，也带动了上海周边游热潮。据统计，到沪参加艺术节的外地观众中，27.4%的观众还计划游览江苏、浙江和安徽等长三角其他省市。



科技赋能文化产业 本土企业积极探索创新发展新路径

除了聚集人气的线下文商旅体展融合场景，上海文化企业也在向科技创新领域进发，利用自身文化 IP 优势，借助 AI、VR 等数字技术，让文化内容传播不断拓宽边界，探索全新发展路径。

今年 10 月，恺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，恺英网络就将携旗下 SOONPLAY、时光川行《零号台》以及马良大模型等 AI 相关研发成果亮相。

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。今年，阅文集团将 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。

本届文博会，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。阅文进一步向精品动画方向探索，将开发《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。

在文博领域，文物展品和历史故事也正在以更加数字化的形式走进观众视野。今年，中国航海博物馆就将从临港而来，在文博会现场带来“郑和下西洋”中国大航海沉浸 VR 体验。观众通过佩戴 VR 眼镜，“跟随”历史人物郑和穿越古今，走进明朝，亲历郑和船队的恢宏场景，还能与中海博文物亲密“接触”，仿佛置身于历史长河之中，打破时间和空间的界限，体验一次高帧率、多角色、超写实的精彩海上之旅。

盘活存量文化资源 激发传统业态新活力

就在本届文博会前夕，第 39 届中国电影金鸡奖揭晓荣誉。上海电影集团出品影片合计收获 5 座金鸡奖杯，多位上影人站上金鸡领奖台。其中，上影第一出品《密档》《浪浪山小妖怪》《菜肉馄饨》斩获 3 项大奖，参与出品电影《南京照相馆》拿下 2 项奖项，展现了上海本土电影制作的实力和影响力。

除了在传统的影视剧创制领域大放异彩，上影集团也在寻求创新发展，不断激活传统业态呈现新活力。今年，集团旗下上影昊浦智慧产业社区联合筷子科技正式推出“昊帧影视创制平台”并完成园区落地部署，直指当前 AI 影视制作工具零散切换繁琐、团队管理效率低等行业共性痛点，重构 AI 影视创作完整链路，将创作周期从“天”级压缩至“小时”级，适配短剧素材批量产出、广告创意快速迭代等规模化生产场景。

除了传统电影产业正在加速升级外，上海的剧场演艺生态也正在重塑。10 月 17 日，上海演艺集团正式成立，这一举措不仅是对现有演艺资源的整合，更是文脉传承在组织形态上的升华，让分散的艺术力量汇聚成传承城市文化血脉的磅礴合力。

新组建的上海演艺集团将首次亮相长三角文博会，集结 17 家市级文艺院团、25 座剧场以及中国上海国际艺术节中心等企事业单位，集中展现旗下院团、剧场、节展、产业等各板块风采，特别是上海大歌剧院这一文化新地标的独特魅力。展会现场观众可一站式“逛文创、遇快闪、读地标、赏剧场”，感受上海新型国有文化企业的全新面貌。

在长三角文博会的见证下，上海文化产业新动能、新优势、新活力持续激发。2025 年，上海文化及相关产业企业实现营业收入首次突破 1.4 万亿元，文化新业态企业营收同比增长 10.0%，占全市文化营收 56.6%。

在上海，文化作为一种复合性创新要素已经深度融入城市肌理，“文化 +”新赛道实现各领域的跨界融合，促进产业提质升级和社会经济增长。市民游客更因此得以在这座底蕴浓厚、开放包容的城市里，深刻感受文商旅体展交融共生的新浪潮。本届长三角文博会上，更多跨界融合新成果将一一呈现，并为行业从业者提供经贸对接和跨界交流与合作的平台，进一步激发产业发展新活力。

晨报记者 王琛



