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

从产品到产业：

文博会江苏展区书写“文化赋能”新答卷

以“优化文化产品和服务供给，以文化赋能经济社会发展”为主题，亮相第七届长三角国际文化产业博览会综合发展板块6.2H馆A24展位的江苏展区，遴选全省69家文化企业，集结8000余件文化产品现场展销，带来了34个互动体验项目，配套22场路演发布。展区以“数智演艺”“智慧客厅”两大场景开篇，“数智赋能”“非遗焕新”“潮玩文娱”三大板块纵深展开，构建起“场景引流、板块承载、交易闭环”的完整链路。

一方能折射千年丝绸纹样的万花筒，一间能自己招呼客人的智慧客厅。江苏带来的不只是一批“可看、可买、可体验”的特色好物，更是一场科技与文化的双向奔赴、一次从展品到产品的落地转化。



场景开篇：进场即入戏，让文化可感可及

展区的第一印象，交给两位“主角”。展区中心，苏州文投集团“丝绸纹样数字万花筒”以六棱锥为载体，让馆藏纹样在光影与镜面中流转变幻；展演环节，江苏省演艺集团50台数字戏曲机器人“艾鳎”同台演艺经典戏曲剧目。紧邻的“智慧客厅”复刻真实居家环境，把AI陪伴机器人、机器狗、AR眼镜、3D试衣镜、闺蜜机放进客厅、办公、娱乐三大场景。一虚一实，印证了江苏文化装备制造从“单点出货”迈向“系统集成”的跃迁。



数智赋能：大模型集中展示，AIGC加速成链

“数智赋能”板块覆盖数字文博、视听、文娱、智能装备等赛道。苏州昇河智能的银河太空舱内Galbot G1机器人演示迎宾、点单、支付、抓取递送全流程，已在50多个城市落地约200个点位；川奇光电彩色电子纸全球市占率超95%；江苏印象乾图“数字显真阁”让文物无需穿戴即可观赏。AIGC矩阵多屏展陈集中展示全省32家备案文化大模型，南京文旅集团NeoCanvas智汇无限平台、南京爱思Agnes全模态大模型与Pavo工具、南京八点八AniShort漫剧平台、江苏省文化科技控股集团“视界智核”AI内容赋能平台同步亮相，呈现从研发、工具、内容到海外发行的生态。AIGC在江苏，已不只是技术热词，而是一条正在成形的产业链。



非遗焕新：老技艺走进日常，老手艺做成生意

“非遗焕新”板块以“产品展销+手作工坊”呈现传统工艺的当代表达。苏州龙泉禧里由“85后”中国十佳时装设计师黄秋停领衔，推出“金桂拢意”“姑苏花影”真丝系列；南京十竹斋带来“饾版拱花”技艺体验，并将笺谱雅意承于方寸文创；渭塘珍珠首饰莹润生光；常州邢粮梳篦的按摩梳单品累计销售42万把；扬州中运以省级非遗“扬州文人香”邀观众现场制香；南京长物文心把大漆做成发簪、手串；苏州诺艺琴韵以国博馆藏隋代“鬧蛾金钗”为灵感制作苏绣配饰。从技艺体验到市场下单，江苏呈现文化从“遗产”到“资产”的路径。





潮玩文娱：好创意落地，好文化出圈

“潮玩文娱”板块聚焦创意如何落地、订单如何跑通。江苏凤凰出版传媒集团以艺术美陈呈现“符号江苏”精选本；德基现场打造“玩物舱”快闪店，搭起一座可逛可买的微型主题博物馆；若态以微缩场景拼装潮玩，可亲手搭起一座小世界；东海水晶穿戴甲把“墨竹熊猫匣”“釉色千年”的青花意象画进方寸甲片；渭塘珍珠首饰莹润生光；十竹斋以东方美学文创承续笺谱雅意；南京芯伴以《山海经》瑞兽为原型打造AI潮玩“灵瑞集”，构建“潮玩+游戏+漫剧”矩阵；江苏省广电总台打造“荔趣岛”快闪店，展销节目IP衍生文创。全省的城市文创在此串成一条“江苏礼物”展线。



路演洽谈：打通供需渠道，让流量沉淀为留量

今年，江苏展区首次配套设置路演发布与休闲洽谈复合功能区。展会期间将举办22场路演发布，覆盖人工智能、数字视觉与沉浸交互、非遗活化、文博文创与城市IP四大板块，龙城音律、南京赛炳坤“烫头鸭”等IP集中亮相。洽谈区里，泸溪河的新中式糕点与南京同仁堂的养生茶饮一同上桌。以路演为媒、以洽谈为桥，把“看展”热度转化为“合作”黏度。

江苏展区以数字技术激活传统文化，以场景创新连接消费需求，以产业链条承接创意转化，让文化资源不止于“展台亮点”，更成为“发展动能”。从一副AI眼镜到一方丝绸纹样，从一台数字戏曲机器人到一条柔性供应链，江苏正把文化嵌入制造、消费、文旅与城市生活，把分散的创新点连成可持续的产业生态。

现场亮点抢先看

●数智演艺场景：

展区开篇是一场传统与未来的同台。六棱锥状的“丝绸纹样数字万花筒”缓缓转动，千年四叶纹样在光影与镜面间流转变幻，这项入选文化和旅游部数字化创新示范十佳案例的项目，让馆藏丝绸纹样从库房走进大众视野；展演环节，50台戏曲机器人“艾鳎”水袖轻扬，《梨花颂》《说唱脸谱》轮番开唱，这个三度亮相央视的“数字戏班”，把唱念做打装进了钢铁之躯；两侧展映区轮播文华奖、华表奖、牡丹奖等奖项作品。场景将成果展映融入观展动线，一步一景间，观众可直观感受江苏以数字技术激活历史经典的生动实践。

●智慧客厅场景：

在江苏展区，15家文化科技企业把“未来之家”搬到了现场。AI黛玉机器人“林妹妹”执礼导览，落座即闻苏超主题宣传片《万众一心》从定向声场中传来；抬手夹上AR眼镜片，信息随视野浮现；转身站上3D试衣镜，一键换装随心搭；办公区里，思必驰AI办公本随笔而记，电子纸日历静静翻页；娱乐区中，全透明歌词音响让旋律随光影浮现、歌词“看得见”，AI乐队即兴合奏，罗化芯闺蜜机让追剧、网课、健身一机搞定，观众可沉浸式感受兼具创造力与趣味性的家庭文娱体验。在江苏展区，科技不再以参数示人，而是化作可居、可感、可玩的日常生活。

●数智赋能的N种表达：

数字文化产业的“江苏方阵”里集结了20家优质企业，形成从AI硬件、文旅装备、消费产品到文化大模型的落地矩阵。丹阳西米的AI音频眼镜，靠自研“西米芯”低功耗芯片实现多语种实时互译、AI音乐创作；江苏博人“时空飞越”入选省文旅装备优秀案例，已落地重庆、郑州、广州等地；未来镜莫纳歌词音响一年卖出约3亿元，居同类产品市场首位。再加上全省32家备案文化大模型组成的AIGC矩阵，数智赋能在江苏不是概念清单，而是一张张已经开出的订单、一条条已经跑通的链路。

晨报记者 陶令