



YRDICIE



# 江苏携“苏超”等顶流亮相长三角文博会 数智引擎，国潮新风

“十四五”以来，江苏深入学习贯彻习近平文化思想和习近平总书记对江苏工作重要讲话精神，自觉扛起新的文化使命和经济大省挑大梁的重大责任，坚持文化赋能、创新引领，文化科技融合发展从理念到实践、从“起势”到“成势”，成为以文化赋能经济社会发展的生动注脚。

第六届长三角国际文化产业博览会于11月20日至22日在国家会展中心(上海)举办，位于5.2H馆综合发展板块，江苏展区以“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，设置“苏超”主题展区、“数智引擎”及“国潮新风”三大板块，精选文化科技消费产品、非遗文创、IP潮玩、文旅消费体验等万余件优质文化产品进行现场展销和推广，不管是“苏超迷”还是“科技控”，又或者“国潮迷”，江苏展区打造的“可观可买可体验”的超级体验空间将满足各类观众的逛展互动需求。



## “苏超”出圈，科技互动点燃足球热情

作为2025年全国现象级赛事IP，“苏超”不仅带动了体育消费，更成为全国文旅体融合的典范。“苏超”主题展区内，观众可以一站式购买多种赛事官方产品，“苏超”十三太保家族盲盒、首届“苏超”2025纪念徽章、真实版“热血动漫”《苏超“十三妹”出圈记》、云锦球迷香囊、桃兜兜、恐龙妹等火爆全网的“苏超”衍生产品都将一一亮相。在重点打造的“苏超+科技”互动区，由南大电子信息与红山动物园联名打造的导览机器人“杜杜”将带领观众深度了解江苏参展企业；无锡加速智造现场进行机器人点球攻防演示；江苏有维打造的裸眼3D足球内容与体感互动游戏则让观众在沉浸式体验中感受“苏超”赛事背后的科技魅力。



## 国潮新风，非遗美学走进当代生活

文化不仅是凝聚人心的精神纽带，更是推动发展的“硬支撑”。在新的征程上，江苏继续深挖文化“富矿”，让千年文脉成为高质量跨越发展的坚实支撑，为中国式现代化江苏新实践贡献更强大的文化力量。

“国潮新风”板块集结23家企业，聚焦非遗技艺的当代转化与创新表达。其中，融合中国古典诗词与苏绣、盘扣等非遗技艺的新国风服饰、非遗缂丝产品、云锦织造文创衍生品、水晶饰品，以及采用非遗工艺制作的穿戴甲、“中华老字号”美妆……老技艺闯出新赛道，这些产品充分展现江苏在推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展方面的生动实践，呈现“非遗新生”的江苏范式。

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，紧扣《江苏省数字文化产业高质量发展三年行动计划(2025—2027年)》重点任务，本届长三角文博会江苏展区不仅是一个展示窗口，更是一个互动体验、交易对接、产业孵化的综合平台，集中展现江苏在文化科技融合领域的高质量发展成果和江苏在推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展方面取得的新成就。

王晓琳 供稿

## 现场亮点



### ● 苏超主题展区：火爆全网的文创IP将现身

“苏超”主题展区精心遴选30家代表性企业，从“苏超+文旅”“苏超+文创”“苏超+科技”三个维度联动呈现，旨在吸引观众深入感知江苏深厚的城市文化内涵，展现江苏以文旅体深度融合为抓手，积极打造新场景、创造新供给、激发新消费的创新实践。展区内，“苏超”梗文化打卡点、IP文创商店、足球主题互动体验项目以及由南大电子与南京红山森林动物园联名打造的导览机器人“杜杜”等亮点内容集中亮相，为观众带来沉浸式体验；“十三太保”家族盲盒、云锦球迷香囊、无锡“桃兜兜”、常州“恐龙妹妹”等火爆全网的文创IP都将现身。



### ● 雷鸟创新精密制造(无锡)有限公司

AR头部品牌雷鸟创新精密制造(无锡)有限公司携全球首款支持HDR10的AR眼镜“雷鸟Air 4系列”、第三代双目全彩AR眼镜“雷鸟X3 Pro”以及AI拍摄眼镜“雷鸟V3系列”等产品亮相。

第四代口袋电视“雷鸟Air 4系列”搭载Vision 4000画质芯片，首次在AR设备上实现HDR10画质输出。观众可现场佩戴眼镜，沉浸式观看爱奇艺、腾讯等平台的超高清内容，体验“口袋电视”带来的视觉革命。据悉，雷鸟创新凭借39%的全球市场份额，连续3年领跑AR眼镜赛道。



### ● 南京市红山森林动物园

以南京市红山森林动物园“网红”白面僧面猴形象研发定制的导览机器人“杜杜”将亮相江苏展区。除此以外，本届长三角文博会期间，红山动物园还将在现场打造“奇趣动物”主题专线公交特色场景，吸引观众打卡互动；展销原创IP系列文创产品，推广“森灵野集”可持续生活方式品牌，场景化呈现其文旅探索创新模式。该品牌关注商品从原料采集、生产、运输、使用到废弃的全生命周期环境影响，目前已覆盖保护区发展、森林友好等多个议题。



### ● 东海县大轩电子商务有限公司

东海县大轩电子商务有限公司将展示“虎啸山林”“祥懿茂和”“青铜器”以及“鸾笙笙鸾”等爆款穿戴甲产品，运用彩绘、景泰蓝掐丝珐琅、描金大漆、浮雕等多种非遗工艺与穿戴甲相结合，打造出兼具收藏价值、实用性与文化内涵的高端文化产品，展现非遗指尖上的美学。近年来，通过亚马逊、TikTok Shop等平台实现海外客单价超千元、复购率35%，以跨境链路打破“低价内卷”，印证传统工艺与现代商业的共生逻辑，推动穿戴甲从快消品升级为全球流通的文化精品。