

既有“山东味儿”，又有“国际范儿”

第七届山东文博会昨日闭幕，共征集300个文化产业项目

本报济南10月15日讯（记者

崔岩 范佳）15日，第七届山东文博会圆满落下帷幕。比起往届，本届文博会国际化、市场化和专业化水平进一步提高，既有“山东味儿”，又有“国际范儿”。特别是文化改革发展展区、文化科技展区、产业融合展区、创意设计展区，都成为人们关注的亮点。本届文博会共征集300个文化产业项目，投资总额达7283.856亿元，融资总额达1511.24亿元。

据统计显示，10月11日—10月15日，文博会期间共举办了24个系列论坛等活动，吸引了30余个国家和地区以及省内外的1250余家文创企业和机构参展，参展观众和现场文化产品交易额再创历史新高。6个项目在文博会上正式签约，项目投资额达1216.8亿元，融资总额达85亿元。项目涵盖文化旅游、影视演艺、出版传媒、创意设计、文化会展商贸、文化制造等多个领域。

五天时间主会场参观人次突破20万，加上36家分会场，24个系列论坛和在济南市举办的文博会系列活动参观参与人数超过百万人次，文化产品现场成交额达3亿元人民币，意向合约订单突破40亿元人民币。

其中十七市展位参展商订单额占比约39%，省直单位参展商订单额占比约12%，国际展区订单额占比约9%，文化科技展区订单额占比约16%，工艺美术、时尚生活、创意设计、单项冠军展区订单额占比约24%，其中首届泰山杯创意设计大赛现场签约额达到4000万元，台湾展区两家企业现场意向订单额分别达到500万元及800万元，香港展区参展企业意向订单额更是达到1100万元，科大讯飞意向订单额1500万元，思特科技意向订单1380万元。

本届文博会充分利用文化+互联网、展会+互联网的新技术，将传统文博会同步迁移到线上智能终端设备（智能手机），开通了文博会官网及英、日、韩文版官方网站，微信、微博和手机APP，打造掌上文博会，形成线上、线下双向互动永不落幕的“线上文博会”。

同时，通过移动互联网技术打造服务平台，提供文博会展区、分会场导航搜索服务，方便观众互动参与。此外，为提升文博会参观体验，本届文博会还首次启用电子门票系统。

记者从第七届山东文博会执委会办公室获悉，明年展览面积超过10万平米的济南西部国际会展中心投入使用，展会的规模将会实现翻番。将继续加大文博会网上商城的运作力度，提升交易功能，打造永不落幕的文博会。



在第七届山东文博会上，高科技的AI、VR体验区吸引了众多观众。图为一名市民正在通过新技术感受太空场景。本报记者 左庆 摄

□延伸阅读

12年，形成独有的灵魂和性格

山东文博会进入国际品牌展会行列，亮点十足

第七届山东文博会落下帷幕，令人意犹未尽。本届文博会亮点十足，“鲁”字号文化产品占展会内容总量六成，有力地展示了山东形象。诸多海外元素的惊艳亮相，让本届文博会更具“国际范儿”。12年来，山东文博会已经逐渐形成自己独有的灵魂和性格，未来必将有更多更棒的创新创意在这里诞生。

本报记者 崔岩 范佳

“鲁”字号文化产品占展会内容总量六成

要说今年文博会给人留下印象最深的是什么，一定在于体验本身以及向生活和文化的延伸。本届展会围绕“新时代、新动能、新创意、新发展”主题，顺应国内外现代文化产业发展大势，内容涵盖影视音像、传媒出版、娱乐演艺、创意设计、文化软件等十大行业门类，文化产业核心层参展率达100%。

展会设立了文化改革发展、文化科技、产业融合、时尚生活等展区，汇聚了一大批文化创意产品和新兴业态，聚焦新旧动能转换，集中展示文化与旅游、科技、金融、海洋、现代农业等产业融合发展，特别是文化与大数据、云计算、人工智能等高新技术的融合，推动文化产业新业态发展。

本届文博会根植底蕴深厚的齐鲁文化，注重把齐鲁文化区域特色贯穿于展会、论坛、文化活动各板块，表现在展区设计、展品展示、展区推介的各方面，重点宣传推介齐鲁文化、孔子文化、创意山东、设计山东和文明山东五大品牌，“鲁”字号文化产品占展会内容总量的60%，有力地展示了山东形象。

全省17市和省直参展单位、企业立足各自文化特色和发展定位，既有泉水文化、滨海文化、泰山文化、运河文化、黄河文化等地域文化的充分展示，又有民间艺术、传统工艺的现场展演和制作，还有新兴业态、现代科技以及发展成果成就的缤纷呈现。人们从中既感受到了博大精深的齐鲁文化，也感受到了山东文化蓬勃发展的良好势头。

30余个国家参展更有“国际范儿”

馨香馥郁的法国香水、造型各异的德国黄铜雕塑、可爱精致的俄罗斯套娃……本届文博会大幅度增加了国际展区面积和参展国家数量，德国、日本、韩国、俄罗斯、印度、法国、斯里兰卡、加纳及“一带一路”沿线等共计30余个国家参展，集中展示了传统工艺美术、创意设计、非物质文化遗产、文化旅游及特色演艺等内容，带来很多文化艺术范儿满满的异域风情。

在日本展区，展示了有500年历史的冲绳传统工业艺术——琉球红型染，独具特色的漂染织物吸引了很多人欣赏。他们还特地开辟了一个由多种安全有效的微生物复合而成的多功能微生物制剂EM的展示区，负责人岛田理奈介绍，使用EM能使微生态结构更丰富，从而使整个生态系统更活跃。这一技术具备强大的抗氧化能力，已广泛应用于农业、畜牧、水产、环保等领域。

跟日本展区一样，许多海外元素的惊艳亮相，让本届文博会更具“国际范儿”，也使得更多国外参展商深入认识了山东，认识了济南。

岛田理奈说：“山东文博会特点很鲜明，非常精彩，我会向更多的日本人民介绍山东，期待下一届文博会我们有更多更优秀的作品带到山东来。”

VR和全息成像都来了 展会科技感满满

除了“国际范”，打造先进科技范儿也是本届文博会亮点。此次文博会进一步凸显“文化+科技”元素，充分展示我省文化与数字创意产业融合发展的成果，重点展示的VR（虚拟现实）、AR（增强现实）、

全息成像、数字文化设备及软件等内容，积极推介网络视频、网络音乐、网络文学等数字文化内容产品付费模式。

文化科技展区各参展单位无论是从企业的技术实力、知名度以及展示形象方面都是此次展会的一大亮点，其中科大讯飞的听见会议系统，喜马拉雅的有声图书馆，上海风语筑的AI规划师、VR赛道英雄以及MR数字沙盘等高新技术领域成果等，展示文化新科技和新技术；创意设计展区“泰山设计杯”文化创意设计大赛、山东博物馆、文旺阁等展位，凸显了文化创意新成果。让人们感受到文创的无声无息、无处不在。

山东文博会已进入国际品牌展会行列

近年来，山东聚焦重点、强化措施，着力推动文化产业转型升级、提质增效。全省文化产业增加值年均增长15%以上，远高于同期GDP增速。

济南市也对文化产业发展进行具体部署安排，明确了在推进规模发展、促进集聚发展、推动融合发展等方面的政策。在最新政策的利好下，文创产业与金融资本犹如一双比肩翱翔的翅膀，将山东文化创意产业推至一个新的高度。

一流的城市，需要一流的展会。可以说，今年的山东文博会就像一面透亮的镜子，映照着山东文创产业的昨天、今天、明天，不仅是济南市民看世界的望远镜，更是让世界和全国了解了山东、了解了济南。

12年来，向内，山东文博会已经逐渐形成自己独有的灵魂和性格；向外，山东文博会在国内叫得响、传得开，特别是今年通过UFI（国际展览联盟）认证，也标志着山东文博会进入了国际品牌展会的行列。



在印度展区，不少市民被印度手工制作的各色披肩所吸引。

本报记者 王媛 摄