

中国义乌文化和旅游产品交易博览会带来新风向

文旅深度融合 “诗”与“远方”双向奔赴

叶梦婷 何贤君



裸眼3D、AR、VR等技术应用于文旅博览会各个展厅

4月2日,为期3天的第17届中国义乌文化和旅游产品交易博览会落下帷幕。展会期间共吸引采购商及观众超10万人次,同比2019年采购商及观众增加22.81%。

此次文旅博会由文化和旅游部、中国国际贸易促进委员会、浙江省人民政府联合主办,旨在丰富优质文化和旅游产品供给,加强文化和旅游供需有效对接,推动文化和旅游深度融合,进一步促进文化繁荣和旅游业振兴发展,让“诗”与“远方”双向奔赴。

本届博览会以“启航新征程、乐享新生活”为主题,以赋能“高质量发展”、增彩“高品质生活”为目标,结合时代积极开展创新。展会上,游客可以找到当下潮流的新消费赛道产品,还有裸眼3D、AR、VR等技术在文旅场景的全新应用,更有供给双方无缝衔接的新交易市场……

新展馆展现新形象

本次文旅博览会展览面积超过6万平方米,共设置8个展馆,分别是主题馆、美丽中国馆、诗画浙江馆、休闲创意生活馆、新消费生活馆、数字贸易馆、电竞动漫馆、国货潮品馆等,展现了不少新形象。

“新”首先体现在展馆展区设置上,展会首次在主题馆设主宾省展区。今年的主宾省是四川省,四川省文化和旅游厅组织了四川21个市州的文旅企业、非遗传承人等到会,带来了极具当地风俗特点、民族特色的旅游商品和文创产品,全面展示四川文旅发展成果。“三星堆”文创产品、川剧变脸、四川盖碗茶……安逸·四川馆让游客和参展商感受到了四川的安逸文化,流连忘返。

“新”更体现在展馆类别设置上,此次文旅博会首次设立了数字贸易馆和国货潮品馆。

数字贸易馆利用数字技术迭代,呈现数字技术的新理念、新业态和新模式,并以“文化传承与数字技术生态创新发展”为主题,吸引数字经济相关的企业参加。数字技术融入每个展馆,众多呈现形式让人眼前一亮。

“国货”“潮品”是这几年的热门赛道,一系列国潮品牌崛起,吸引着“Z世代”在内的广大消费者。本次文旅博会期间,有近百老字号品牌、头部企业和平台商参展,同时还举行了中国航天新国货产业峰会和中国新国货潮品展主题论坛等活动。

现场,中国航天新国货的部分产品精彩亮相,重磅推出了具有里程碑意义的“太空笔”,引发广泛关注。同时,还通过产品走秀方式,展示了中国航天头部品牌“天宫开物”系列文创产品。

展会期间还举办了十余场配套活动,如旅游休闲新供给新需求对接活动、2023中国旅游商品大赛、“外交帮扶+百县万品”推广活动、浙江省首届“浙派好礼”大赛、潮品发布会、新国货潮品展主题论坛等,不少活动也是首次亮相文旅博会。

(本版图片由义乌市委宣传部提供)

新技术带来新机遇

在本次文旅博会,你可以变身“无限城”新居民做菜,也可以体验坐在群山之间喝咖啡……裸眼3D、AR、VR等技术应用于文旅博览会各个展厅,智慧旅游为消费者带来了多维立体的场景体验。

在数字贸易馆,不少观众围在屏幕前听戏,唱戏的是一个虚拟人。“这是我们‘适配真人中国传统戏曲仿真表演系统’,在昆曲戏台上,观众带上惯性动作捕捉设备,就可以操作虚拟数字人上台表演昆曲。”中国艺术科技研究所副教授张晴介绍,沉浸式体验可以带给戏曲爱好者更多乐趣,降低了对普通人的门槛。

“数字化和艺术的融合,让中国传统戏曲文化焕发了新的生机。”张晴说,当天早上已经有两个地方的文旅部门工作人员前来观摩,希望把这项技术应用到景区,吸引游客沉浸式参与表演。游客行走在各个展馆,在每个角落都能感受到数字技术对文旅带来的改变。

奇妙城市大会展区虽然位于主题馆,但其采用的沉浸式娱乐,就是数字技术带来的全新体验。奇妙城市大会展区内集齐了露营、VR、咖啡、国潮等热门元素,在一座虚拟的“无限城”中,新居民领取“赏金任务”:挑战用VR设备做菜、在全息影像营造的餐厅展开剧本杀……

VR设备和全息影像不仅增强了游戏中的趣味性,更为玩家提供了一个逼真的游戏氛围,沉浸式游戏体验乐趣。同时,本届展会还邀请了中央广播电视总台数字云听、百度、b站、小红书、阿里云等一批数字企业,展示数字与文化的结合,全面呈现数字技术的新理念、新业态和新模式,给人们带来数字生活新体验。

除了线下体验,当天诗画浙江馆内还展示了我省“浙里文化圈”和“浙游里”两大应用,大数据让浙江文旅应用更聪明,为游客提供更贴心的文化和旅游数字化服务。打开“浙里游”,除了能发现周边的景区、住宿、美食之外,还可以定制行程。填入旅游天数、通行人群、目的地、喜好等个性内容之后,系统就会规划出旅游行程。行程中除了每天游玩的景区,还贴心地标明了景区之间的距离、游玩时间、周围美食和住宿推荐等。如果对行程不满意,还可以自己增减景点。

来自拜城县的文旅局负责人苏比努尔现场展示克孜尔石窟壁画工艺品。

吕斌 摄

数字技术融入每个展区,这是展位上的数字气味电影。



位于主题馆的奇妙城市大会展区

新融合勾画新图景

近些年,各地都在探索文旅融合新路径,勾画“诗与远方”新图景。作为文旅博会,文化和旅游,更要在“融”字上下功夫。

走进主题馆,作为本届展会的主宾省展馆,安逸·四川馆将文旅融合体现得淋漓尽致。行走在四川馆,随处可见以安逸熊猫、金沙遗址、三星堆、四大文化走廊等蜀文化作为设计元素的产品。最让人印象深刻的,是一组川蜀小堆麻将摆件,把四川的特色麻将和三星堆玩偶完美融合在了一起,凭借呆萌可爱的造型,一下子就“出圈”了。一组刚上架的三星堆面具巧克力,一开展就销售一空。

另外,三星堆六大国宝无糖水晶棒棒糖、大熊猫蜀盖、酒具等造型别致的文创小物件,也受到了消费者的喜爱。

展会期间,由文化和旅游部资源开发司主办的“旅游中国·美好生活”2023年

“神州春色”国内旅游宣传推广活动同步举办。活动结合旅游业季节特征和地域特色,把季节作为旅游业恢复的时间轴,把城市作为旅游业恢复的基本盘,把家乡作为旅游业恢复的增长盘,联合相关媒体平台发布“跟着季节游中国”“城市巡游记”“我的家乡有宝藏”专项推广行动。

活动还以“读万卷书行万里路”为文化主题,推出茶文化主题旅游,把各地的茶叶、茶艺、茶道融入旅游发展中,积极推动文化和旅游深度融合。

前不久,义乌也发布了“义乌新丝路文艺版图”,版图中大陈镇马畈村、佛堂镇花园口村等十个市级文艺联络点被一一标注,古月桥、稠州国光社、一峰书院、现代漫画动画艺术研究院等重要文化景观、文化地标、文化场所和文化村落都一目了然,旅游更有文化魅力。

新朋友带来新发展

此次展会也让人看到了更多复苏的迹象。数据能更直观地体现这一点:有来自全国31个省(自治区、直辖市)的1195家企业和机构参展参会,较上一届增加20%。标准展位3403个,较上一届增加了7.8%,有52个大类、16万余件产品参展。他们的到来,给文旅市场注入了更多新鲜力量,带来了更多生命力。

为了扩大朋友圈,本届展会以往招商的基础上,加大了在长三角、珠三角、东北三省等地区的招商力度。前期与近600家商协会、景区、酒店、国内各市场渠道等进行了招商对接,并与13家企业签订采购商指引协议。

展会现场能见到不少新面孔。浙江煜丞户外用品有限公司是第一次来参加展会。公司成立于2021年,是新成长起来的一家新兴旅游用品企业。“这两年,不少人

喜欢上了短途露营,户外用品的销售也跟着火爆了起来。”负责人周青青告诉笔者,这一次他们带来了50多种产品,希望能找到合作商,“见到了很多第一次来参展的朋友,对未来市场很看好。”

参展商来了,全国各大文旅部门、景区、度假区等的相关负责人也来到现场,挖掘新业态新产品,找合作,寻机遇。针对他们的需求,主办方专门邀请了演出团体、文博机构、科技类智慧类创新企业等作为供给方,为双方搭建新供需对接平台,促进文旅深度融合,形成更多文化和旅游消费的新场景、新空间。同时深化“线上+线下”联动模式,线上实现信息发布、产品展示、在线交易、线下活动同步直播等多种功能,提升参展商、采购商和观众的互动体验,提升交易便捷性。