

# “文化+”赋能新业态 郑州文化产业 集体亮相深圳文博会

本报讯 为期5天的第十四届中国(深圳)国际文化产业博览交易会昨日在深圳会展中心开幕,以“文化+创意”为主题的郑州展馆处处彰显着“文化+”赋能新业态的特色和亮点,全面生动展示了新时代郑州文化产业发展的综合成果。记者 苏瑜/文 宋晔/图 深圳报道



## “文化+”赋能新业态 郑州展馆精彩纷呈

据了解,本届深圳文博会共设9个展馆67家分会场,总展位面积10.5万平方米,参展单位2308个,全国31个省、区、市及港澳台地区全部参展,同时吸引了来自42个国家和地区的130家海外机构参展,并邀请了来自美国、英国、法国等全球101个国家和地区约2.1万名海外展商前来参会、参展和采购,500多项配套活动也将在展会期间精彩上演。

为了更好地展示近年来郑州市文化产业发展的亮点和成绩,郑州市在2号馆设立主题展区,以“文化+创意”为主题,重点展示了我市在文化科技融合发展、文博创意产

品开发、文化创意设计以及影视动漫等领域代表行业水平的文化产品和项目。

记者在展馆看到,以“文化+创意”为主题的郑州展馆处处彰显着“文化+”赋能新业态的特色和亮点,全面生动展示了新时代郑州文化产业发展的综合成果。

整个展馆突出“天地之中、国际商都”的设计理念,整体框架以嵩山为背景,并以动漫形式展现了“一山、一河、一祖、一寺、一城”的郑州文化名片。展馆内部诠释“文化+科技”元素的啦啦看书APP、动画图书馆,彰显“文化+创意”成果的嘻多猴、嵩阳文化文博创意

产品、百家姓衍生品,约克动漫罗力视频遥控车、罗力公仔、小樱桃集团《星球大战》漫画刊物及电影周边产品等,以展品、图文、视频、多媒体演示等多种形式彰显了中原历史文化与科技融合的时尚新元素,展示了近年来郑州文化产业发展和文艺精品创作取得的累累硕果。

此外,本届深圳文博会郑州展馆还以视频形式推介了我市优秀的文化产业项目。郑直播、中原网大数据中心、冬瓜视频以及百年德化、瑞光创意工厂、樱桃沟景区等文化宣传片,吸引不少参展群众驻足观看。

## 参展企业愈发重视传承与创新的贴近性

古色生香、活灵活现的郑州展馆内,各类富含郑州文化元素的文化产品让消费者和观展人员体验、品尝了一把荟萃郑州味道的文化大餐。这些参展企业以国际化的视野开拓思路、创新思想,让传统文化与现代消费擦出火花,一段段尘封的郑州故事搭载着满足当代人审美情趣和美好生活追求的文创产品走入人们的视线。

“此次文博会我们主要带来了两大板块的内容产品,一是以原创IP嘻多猴、功夫宝宝和摇钱兔衍生品为主的都市新名片系

列,另一块是与本土汴绣合作推出的刺绣文创品和以郑州地域文化元素为素材创意开发的商城记忆城市新礼物系列。”嘻多猴创始人“猴爸”梁兴告诉记者,嘻多猴和功夫宝宝是郑州本土的原创IP,为更好地代言郑州,还将陆续推出表情包、漫画、手机主题、动画片等系列内容。“希望通过此次文博会,能与更多的各行资源互动,整合更多跨界合作资源,同时,通过原创本土IP嘻多猴、功夫宝宝的亮相,让更多人了解并喜欢郑州的文化!”

在文化传承与发展方面拥有3000多年历史的中原豫锦再次添彩深圳文博会。“这次参加深圳文博会我们带来了禅宗少林音乐大典、中原福塔、百骏图等十几件中原豫锦的精品之作,可谓是惟妙惟肖、古色生香。”负责人张涛告诉记者,中原豫锦深挖河南文化底蕴,依托自主开发的像景技术,把不同颜色的丝线逐行编织成布艺字画,将古人3000多年前的文化结晶以贴近当下生活艺术特质呈现在世人眼前,打造更加美丽的锦绣中原。

## 文化+体育 文化+科技 弘扬姓氏文化

本届文博会上,郑州报业集团打造的中华百家姓电视剧《龙族的后裔》精彩亮相郑州馆,震人心魄的片花,耳目一新的宣传片,丰富多样的“星跑团”活动回顾,让姓氏文化以一种新颖的方式走进大众,衍生品姓氏抱枕、姓氏方巾让姓氏文化从细微处融入现代人的生活,通过二维码扫描,还可得到姓氏源起、姓氏图腾、姓氏演变等相关内容。据《龙族的后裔》总导演张清透露,姓氏方巾将出现在10月举办的郑州国际马拉松大赛上,成为“姓氏跑团”成员的独特标志之一。

“我们计划在沿线用姓氏文化加油站、姓氏文化墙、家风家训展示等内容,来让整个赛道充满姓氏文化元素,我们还将在全国范围内邀请姓氏代表组建姓氏方阵和姓氏跑团,让大家关注、了解、认知我是谁,我从哪里来,这也是《龙族的后裔》这部剧所要表达的核心。”张清表示,希望借助马拉松这项国际性运动,更好地传承和弘扬姓氏文化及传统文化,同时更好地彰显郑州“国际范儿”。

值得一提的是,由郑州智澜电子科技有限公司制作的17米长、两

米宽的动态清明上河图展示区和中华源光影秀展示区,实现古老的华夏文明与现代高科技技术(全息幻影、大型弧幕技术、VR/AR虚拟增强现实等)完美结合,体现了河南文化科技融合的新高度。

关于光影技术与姓氏文化的整合呈现,负责人石增华介绍说,设计以河南百家姓为主体,围绕实体墙体造型字,通过全息成像技术、数字技术和3D显示成像技术呈现,让每个人走到“中华之源 老家河南”都会停留几分钟查看自己的姓氏来源,生发问祖寻根之情。



## “豫游纪”为中原文化寻求世界表达

在2号馆,记者看到一个宽6米、高4.5米的巨大“文化魔方体”,外立面由一幅幅原创的经典设计图案构成,内部借助一组组方形“魔盒”进行产品展示。这是郑州本土企业“豫游纪”精心打造的独立场馆,独特的造型设计吸引了众多观众。

“我们想用文化魔方的概念来启发、探讨关于中国文化产业发展的思考,诸如传统如何现代化?文化如何赋能?产业未来何处去……”“豫游纪”创始人高公璞介绍说,目前,“豫游纪”开发的产品涵盖包饰、日用品、家居饰品、旅游产品等40多个大类数百个品种,终端店铺覆盖北京、上海、郑州、开封、洛阳等地,累计覆盖用户超800万人次。

“从2013年创立至今,我们一直致力于寻找优秀中原传统文化新的表达方式,能被

消费者、被大众更好地接受,同时又能融入大家的日常生活中,也能形成我们中国独特的设计风格和设计理念”。

朱仙镇木版年画、青铜吉祥纹饰、生肖文化……这些都是“豫游纪”为中原文化寻求世界表达的元素和出口,“我们从中挖掘创意元素,从民俗文化、非遗文化中寻找灵感,努力搭建传统文化与现代生活交融的桥梁,让大众在生活中重温传统文化的美好,重拾传统生活美学,为世界上的多元文化注入新的活力,展现新的魅力”。

高公璞认为,这次参加文博会是对“豫游纪”5年来原创设计和在文化创意领域取得的成果的一次梳理和总结。“在此基础上,我们在思考下一个5年如何用文化赋予全行业更大的能量,为文化产业发展提供一条破解之道,成为一个可复制、可借鉴的模式”。