

鹏城劲吹冰城风

哈尔滨参展第二十届中国(深圳)国际文化产业博览交易会综述

本报记者 于秋莹

冰城柳色正新，鹏城繁花似锦。5月27日，为期5天的第二十届中国(深圳)国际文化产业博览交易会正式落下帷幕。本届文博会共有6015家政府组团、文化机构和企业线上线下参展，哈尔滨连续第12次独立参展并办馆。继冬季旅游火爆“出圈”后，哈尔滨再次用包容、真诚、热情的城市魅力，收获了来自海内外参展商及观展者的超高人气。

以冰城特色营造氛围，以冰城文化呼应主题。此次文博会全面地展示了哈尔滨文化发展的新业态、新产品、新模式，呈现了近年来哈尔滨为推动创意设计产业高质量发展，深度赋能产业升级，培育新的经济增长点所取得的积极成果。在发展新质生产力的时代浪潮下，聚焦人民群众精神文化需求，探索创新路径，激发市场活力，哈尔滨紧扣发展新质生产力要求，积极抢占文化产业新质生产力“新赛道”，努力跑出文化产业高质量发展“加速度”。



文博会上哈尔滨展馆收获了观展者超高的人气。

A 特色优势产业推动创意设计赋能 冰城“智造”迈上新台阶

不以山海为远，心连千里共好。虽然深哈相距遥远，但哈尔滨市已经连续第12次独立参展、独立办馆。经十余年的发展，哈尔滨文化产业展馆规模、观众数量、专业化程度、交易成果逐年攀升，已经成为对外展示哈尔滨产业发展成果的一张亮丽名片。在参展商数量上，今年亮相深圳文博会的哈尔滨企业共19家，近50%的企业是首次参展，通过四季旅游、数字、文创、创意赋能等产品，全面展示哈尔滨火爆“出圈”以来的新成果，为观众带来好看好玩好吃的观展体验。

文创产品是文旅融合的载体。在深圳文博会哈尔滨展馆现场，毛茸茸的“淘学企鹅”公仔让大小朋友爱不释手。企鹅背包更是征服了一众漂亮小姐姐，就连“左右哥”都在现场为其打call，为哈尔滨“顶流网红企鹅”站台。哈尔滨极地公园总经理戴瑞接受采访时表示，上个冰雪季仅3个月，“淘学企鹅”就为哈尔滨带来了百亿流量，成了全国最有名的文旅IP。“让‘淘学企鹅’文创产品被游客带得走，记得住。”“淘学企鹅”IP的打造，正是哈尔滨拓宽创意设计赋

能领域的举措之一。据了解，“淘学企鹅”系列文创产品共有7大品类、46个品种，400多个产品。其中，“淘学企鹅”钥匙扣、“淘学企鹅”打卡哈尔滨景区的系列冰箱贴以及公仔都是消费者喜爱的明星产品，经常卖断货。目前，“淘学企鹅”系列文创产品累计销售额已突破1000万元。

抢占制高点、聚焦增长极、提升首位度……按照“一廊居中、四核驱动、区县协同”产业布局，哈尔滨采取差异化发展路径，主城区侧重“设计产业化”，周边区县(市)侧重“产业设计化”，着力建设哈尔滨创意设计产业生态圈。“哈尔滨地处北方，能将文化创意作为经济发展的驱动，是非常具有前瞻性的。通过深哈合作的桥梁，我们是非常愿意到哈尔滨发展的。”深圳甲骨文创意设计公司总经理何美洁表示，2023年，他们已将分公司落户哈尔滨。“黑龙江具有非常多的黑土优质产品和品牌，需要一个载体将其呈现出来给到消费者。借助深哈两地的合作与交流，以及文博会的平台，通过对哈尔滨的品牌产品的重新赋能，我非常有信心让其重新焕发生机与商机。”何美

洁说。

本届文博会上，来自哈尔滨的19家参展商现场销售额达48.6万元，意向签约项目45个。其中，鑫成文化与天津益德成公司、新疆文化旅游促进会、深圳市坪山区乡村振兴促进会三家企业达成后续文创产品开发设计合作意向；哈尔滨超越食品有限公司成功收获了10家意向客户以及4家代加工意向客户，部分意向客户计划在下个月赴哈尔滨实地踏查；哈尔滨奥创体育发展有限公司与肇庆市文化广电旅游体育局、湖北省文化和旅游厅和德县文化和旅游局进一步合作，洽谈跨省研学项目；和粮农业收获北京、河北、广州、深圳和山东的意向合作客户20个，餐饮、酒店订单持续增长。

近年来，哈尔滨市将创意设计产业作为推动经济发展的重要引擎，去年冰雪季哈尔滨火爆“出圈”，其中就蕴含着创意设计的独特作用。中共哈尔滨市委宣传部文改办二级调研员赵龙接受采访时表示，“这次深圳文博会我市冰雪大世界、极地公园、哈尔滨创意设计中心等知名的企业和机构，把最新的创意赋能产品带给全国的观众。希望通过深圳文博会，进一步宣传展示我市独特的旅游资源和创意设计成果，扩大我们的‘朋友圈’，不断开拓思路，提升水平，推动创意设计产业迈上一个新台阶。”



“音乐之城”的魅力势不可挡。



哈尔滨的文创产品广受好评。

B 冰雪新兴业态频频“出圈” 书写高质量发展答卷

在深圳文博会现场，哈尔滨奥创体育发展有限公司带来的陆地冰壶、陆地冰盘成为哈尔滨展馆互动性最强的项目之一。一条陆地冰壶赛道，几个带着滚轮的小号冰壶，再加上颜色艳丽的冰盘，很多观展者都忍不住摩拳擦掌，跃跃欲试上手体验一番。与冰壶的比赛规则基本相同，陆地冰壶保留了冰壶的重要特质，又打破了冰壶运动的场地限制，是冰雪运动发展的创新项目。

随着2025年第九届亚洲冬季运动会脚步越来越近，首次亮相深圳文博会的亚冬会官方特许商品成为广大游客和广大纪念品收藏爱好者争先恐后购买的“时尚新宠”。本届文博会我们带来了亚冬会吉祥物“滨滨”“妮妮”和纪念章、杯子、毛绒玩具、徽章、冰箱贴、背包等7大品类50多款商品。“亚冬会特许商品展区经理李洋告诉记者，哈尔滨展馆开馆以来，“滨滨”和“妮妮”毛绒玩具非常受深圳市民和参

展商的喜爱，开馆当天展品就已销售过百，并一度成为深圳文博会网红打卡地。李洋表示，文博会期间，十几家企业已经与他达成了意向合作，纷纷想要将亚冬会特许商品落户当地。

奥运冠军之城、双亚冬之城的哈尔滨冰雪体育独占鳌头。2023年7月8日，哈尔滨成功申办2025年第九届亚洲冬季运动会。亚冬会不仅将充分释放哈尔滨的冰雪经济优势，同时也为中国—上海合作组织冰雪体育示范区建设提供了新动能。2024年3月26日，国务院正式批复中国—上海合作组织冰雪体育示范区建设总体方案，哈尔滨作为示范区的核心区，按照“双核、一带、多点”格局，建设中国—上海合作组织冰雪体育赛事中心、人才中心、产业中心、文化中心、合作中心。

作为冷资源的集聚地，通过化“短平”为“长链”的方式充分发挥“冷资源”的“热效应”，哈尔滨为中

国冰雪产业的发展提供了新样板。在我国超9000家冰雪运动相关企业中，在哈注册的冰雪运动相关企业超640家，位列全国第一；哈尔滨现有室内滑冰场32处、滑雪场26处，仅亚布力滑雪场就有雪道56条，总长度100多公里，每年组织承办100场以上冰雪体育赛事；哈工大、哈尔滨体育学院等高校冰雪人才储备充足；14家冰雪装备企业，2处冰雪装备产业园，未来将在空中缆车、四季滑雪机、新型石墨烯冰刀、冰雪体育运动服装、头盔、护目镜等国际高端轻装备产业集中发力，“钱景”一片大好。

借助亚冬会窗口，持续发挥冰雪文化动能，进一步释放冰雪文化红利。以《哈尔滨冰雪文化之都(冰雪经济)发展规划(2022—2030年)》和《哈尔滨市支持冰雪经济发展若干政策措施》等政策助力冰雪文化发展，把握举办亚冬会契机，借势而为，精准发力。着力建设“冰天雪地也是金山银山”先行区和后冬奥国际化冰雪经济示范区，加快构建文旅体商深度融合发展格局，不断探索文化赋能“冰雪+”新范式，积极助推“冰雪”新模式、新业态创新发展，叫响哈尔滨冰雪文化品牌。

本版图片由本报记者王译楠摄

C 科技文化双引擎持续助力 合力激发澎湃振兴动能

老工业基地，新发展热土。今天的哈尔滨，是炙手可热的兴业投资高地。在第二十届深圳文博会期间举办的哈尔滨市冰雪经济和特色文化旅游创意设计产业招商恳谈会上，邀请了以珠三角地区为主的国内外200余家文化旅游、冰雪经济、创意设计企业参会，各行业头部企业嘉宾齐聚一堂，畅谈合作愿景，描绘发展蓝图。

深哈合作是国家战略。合作以来产生了非常大的经济效益和价值，让大湾区居民对哈尔滨的文旅资源有了更深的了解。数字经济是未来发展的方向，我们促进会里有很多科技企业都可以助力哈尔滨打造数字资产。”深圳市科技创新产业促进会党支部书记兼执行会长杨扬接受采访时表示，通过合作模式创新，链接深哈两地的政府、企业和市场的合作协同、产业协同、人才协同、旅游协同，“如果能在深哈两地持续做文化周的推广和宣传活动，就可以将冰雪经济和文旅产业更广泛地推向市民的生活、工作和旅游中。”杨扬坦言，通过哈尔滨市冰雪经济和特色文化旅游创意设计产业招商恳谈会，她了解到哈尔滨亚布力的滑雪热，也第一次知道了哈尔滨尚志市既有冰雪文化也有红色文化。“我们正在为中央党校和中国科协做红色文旅的资产化和数字化管理，我觉得哈尔滨在红色文旅和冰雪文旅方面还有非常多的发展空间。

接下来，我们会与深圳、哈尔滨的企业一一进行商讨，深化合作。”杨扬相信，通过元宇宙的方式将深哈两城的空间结合起来，定能改善和提升两地的新生产力。

借助深哈对口合作契机，采取省市区三级共建模式建设的哈尔滨创意设计中心，目前已引入日本、美国、河北、深圳等国际国内创意设计机构40家，在产业集聚、平台服务、赛事举办等方面发挥了牵动引领作用。此次深圳文博会，哈尔滨创意设计中心带

来了众多创意赋能产品，备受深圳市民青睐。与TTF联名“飞龙在天”系列文创产品、“滨滨有礼”系列礼盒展现出哈尔滨深厚的文化底蕴和人文关怀；抚远城市



小朋友和大雪人合影。