



文博会现场

深圳文博会再赢满堂彩

本报电 5月15日,随着深圳会展中心电子屏幕的倒计时结束,中国(深圳)国际文化产业博览交易会盛大开幕。本届文博会没有晚会、没有开幕式,首次实行“2+3”的展会模式,举办时间由往届的4天延长至5天,前两日为专业观众日,后三日为公众开放日,设有9个主展馆和54家分会场,配套活动、专项活动及分会场活动共达620多项,会展期间上演22台53场精彩剧目,充分展示当代中国文化产业最新成果,传递中华文化之美。

本届文博会在主展馆各展馆中突出展示“文化+科技”、“文化+创意”、“文化+旅游”、“文化+金融”的新型业态模式。展览面积10.5万平方米,推出4500个标准展位,主会场设置文化产业综合馆、创意设计生活馆、非物质文化遗产馆、艺术品馆等九大专业展馆;主展馆参展的政府组团、企业和机构共计2263个,比上一届增加145个;全国31个省、自治区、直辖市及港澳台地区全部参展,来自95个国家和地区的1.7万名海外采购商参会。

文博会作为由文化部、商务部、国家新闻出版广电总局、中国国际贸易促进委员会、广东省人民政府和深圳市人民政府主办的国家级展会,已经连续举办十届,被誉为“中国文化产业第一展”。

据本届文博会组委会主任、文化部部长蔡武介绍,第十届文博会呈现五大特点:

第一,参展再度迎来“满堂红”。吸引更多内涵丰富、竞争力强、实力雄厚的企业和产品参展,注重引入文化产业新业态、新工艺,其中,新业态内容参展比例达70%、龙头企业参展比例达68%,较之上届展会均有提高。政府组团进一步向地市级覆盖,第五次实现政府组团“满堂红”和“全家福”,即全国31个省市区和港澳台地区全部参展。

第二,各展馆品牌企业云集。各展馆发挥综合性展会优势,注重产业链互补与融合,

注重展馆内容及布局的科学规划,除文化产业综合馆为政府组团馆以外,其他展馆均为专业展馆。主展馆各展馆将突出“文化+科技”、“文化+创意”、“文化+旅游”、“文化+金融”主题,展示文化产业与相关产业融合发展的新业态、新成果。

第三,国际化水平进一步提高。本届深圳文博会招商招展工作,特别注重海外采购商邀请的针对性、专业性和国际化水准、市场化程度。据不完全统计,已邀请95个国家和地区的17081名海外采购商参会,海外展区比例达到15.1%,比上届有明显提高。

第四,市场化运作取得新进展。展会从侧重招商向招商转变,推动文博会进入以商带展、以展促商,展商良性循环、市场化程度逐步提高的发展轨道。特别是注重国内市场招商的同时,进一步注重海外招商的培育,实现国内、国外“两轮驱动”。深圳文博会展位“一位难求”的情况更加突出,参展项目和单位往往是“优中选优、优中选精”。

第五,专业化服务不断优化。本届深圳文博会按照国际展会专业服务标准,进一步健全文博会服务体系,在展示和交易平台搭建、配套活动组织、展会准入管理、馆内引导搭建、商旅服务规范、跟踪配套服务等方面为参展客商提供优质服务,特别是在布展环节力求求变,突出文化元素,进一步体现简约、创意、低碳、环保、再循环利用的生态理念,打造全新的主展馆导示系统。

截止5月19日闭幕,第十届文博会文化项目和产品总成交额2324.99亿元,比上届增长39.64%。其中,文化产品出口成交额为161.38亿元,占总成交额6.94%,同比增长30.33%。主展馆海外展区吸引了俄罗斯艺术展团、立陶宛设计展团、智利展团等来自22个国家和地区45个海外机构参展。展会期间,共有来自95个国家和地区的17696名海外采购商参加文博会,总参观人数达507.98万人次,创历届新高。

文化观察

深圳打造文化产业『第一展』

十年成交总额破万亿

被誉文化出口『广交会』

李瑞琦 程全兵

鹏城五月,生机盎然,宾朋云集。一年一度的中国(深圳)国际文化产业博览交易会在深圳会展中心盛大举行。今年已经是它的第10个年头了。10年前,“文化产业”还是一个新名词,早在其创办的2004年,正是中国文化产业产值首度开始全国统计的一年。当年,全国文化产业增加值为3440亿元,仅占GDP的2.15%。10年的发展,文博会参展商数量从700多家增加至2000多家,交易额从357亿元增加到1665亿元,历届总成交额已超万亿元,被誉为中国文化产业“第一展”,成为中国文化产业发展的最新趋势,成为中国文化产业发展的风向标。

1 “市场意识”+“文化自觉”

——深圳尝文产会展头啖汤

改革开放以来,国家文化发展理念在社会主义市场经济发展过程中不断发生着变化。在党和国家的政策文件中,文化从最初单一的“文化事业”表述,到“文化事业”和“文化市场”,再到2000年10月党的十五届五中全会提出“文化产业”概念,再到2002年党的十六大提出“文化体制改革”。这种变化集中反映了国家对文化发展客观规律认识不断深化。

深圳是中国改革开放的闯将、社会主义市场经济发展的试验田,它敲响土地使用权拍卖的第一槌,发行改革开放后的第一张股票……在改革开放大潮中,深圳以又一个第一突破传统计划经济体制的桎梏,勇敢地喊出“时间就是金钱、效率就是生命”的时代号角,凭借勇敢的责任担当、执著的创新探索和敏锐的市场意识成为中国市场经济的弄潮儿。

进入20世纪以后,深圳领悟到国家文化发展理念的变化,城市文化自觉意识不断强化。2003年1月在全国率先提出“文化立市”发展战略和“文化经济”的理念。深圳在国家文化发展观念转变、城市文化自觉增强的背景下,在一些人还在争论文化的社会属性和商品属性的时候,就将文化产业列入城市发展战略。

深圳之所以能尝到中国文产会展头啖汤,主要得益于城市在改革开放实践中形成的强烈的市场意识和不断强化文化的自觉意识。深圳人较早地认识到文化会展业强大的关联带动功能。国际会展业的产业带动系数为1:10,即展览场馆的收入如果为1,则所带动的住宿、餐饮、运输、通讯、旅游、贸易等相关收入将达到10。对文博会来说,其连带作用不仅仅体现在直接的经济效益上,还体现在巨大的文化效益上。深圳通过打造文博会文化产业市场化交易平台,不但促进了文化产品的展示与销售,提升文化企业的市场竞争力,而且优化了文化资源的配置,为整个文化产业的发展注入了新动力。

2 “国家战略”+“城市实践”

——文博会芝麻开花节节高

深圳文博会成功的根本在于它与国家文化战略高度契合,成为“国家立场”的“深圳表达”。

2004年1月,深圳的筹办者们带着文博会方案到文化部申请立项,引起了文化部领导的高度关注,要求相关部门为深圳文博会打破常规迅速办理手续,而且提出由文化部文化产业司参与主办。2004年3月31日,时任中共中央政治局常委李长春在深圳准备举办文博会的工作简报中作了重要批示,国际文化产业博览会的创意很好,望加强协调指导。建议搞成全国性的,产品是我国的,客户是中外的,类似广交会。在文化部成为首届深圳文博会主办单位的半个月后,原国家广电总局与国家新闻出版总署也加入主办行列,令文博会成为中国首个打破部门界限,整合文化、新闻出版、广播电视等多个领域的综合性文化产业展会。2006年,商务部正式加盟文博会。2009年,中国贸促会加盟文博会,形成国家四部委、

中国贸促会与广东省政府、深圳市政府联合主办的格局。著名学者花建认为:“文博会的几次升格,充分显示了国家对文化产业的重视和对深圳的器重。文博会的意义不再局限于一城一池,而是成为中华文化迈向世界的大舞台。”

回顾文博会十年发展历程,作为亲历文博会从创立到成长过程的见证人,深圳国际文化产业博览交易会有限公司董事总经理叶建强用“很不平凡、很不容易、很有实效”来形容。

文博会从最初筹办之初,就摒弃了由政府大包大揽的传统模式。提出“政府办会,企业办展”。在政府的强力支持下,文博会将办展交给了市场。自第二届文博会开始,文博会公司走上前台,充分发挥市场主体的优势,与国内外专业会展公司、文化中介机构、行业协会等合作承办文博会项目,同时,“择优而录”,将主会场的8大展馆都分包给优秀的文化企业和代理机构。2006年,文博会正式获准成为UFI(国际展览联盟)认证展会,文博会作为国际性文化产业展会的地位进一步被确定。

文博会的发展离不开地方和企业积极参与。2004年,大芬油画村作为首届文博会的唯一分会场,一举成名,并凭借文博会的影响力逐渐发展壮大。此举激发了深圳各区和文化企业承办文博会分会场的热情。从第二届文博会开始,分会场逐年递增,今年更是达到了54个。地方和企业的加入既拓展了文博会的空间,实现了从会展由市中心向社区延伸,又将文博会的影响力从媒体带到市民身边。



台湾展区交易火爆

3 “文化流动”+“价值传播”

——深圳文化绽放别样精彩

文博会经过10年的努力,已经成为全国规格最高、规模最大、最具影响力的文化产业展会,它不仅极大促进了深圳文化创意产业发展,更是为城市文化发展聚积了丰富的文化资源。

在文博会的推动下,深圳市文化创意产业在全市GDP占比由2004年的4.7%一路上升至2013年的9%。2013年全市文化创意产业增加值达1357亿元,较2003年增长10倍,年均增速超过14.83%。文博会的聚合效应和文化创意产业的高速发展,吸引了越来越多的文化资源向深圳流动,四面八方的文化遗产、文艺作品、文化观念、文化科技和文化人才不断流入,文化资源在深圳迅速融入市场,催生出“文化+科技”、“文化+创意”、“文化+旅游”、“文化+金融”等产业发展新模式和腾讯、华强文化、雅昌、华侨城等一大批文化产业领军企业。

文化创意产业的高速、高效、高质量发展不但拉动了城市经济增长,更提升了深圳文化软实力。深圳也逐渐从“文化沙漠”蜕变为我国对外文化贸易的黄金口岸,当代中国文化发展的“风向标”和中华文化走出去的桥头堡。深圳先后有55家企业、14个重点项目

被评为国家文化出口重点企业和重点项目,腾讯、华视传媒、A8音乐等优秀文化企业在境外实现上市,核心文化产品和服务出口占全国的1/6;2008年成为世界第六个、中国第一个“设计之都”称号。深圳原创大型儒家文化交响乐《人文颂》2013年世界和平日在联合国教科文组织巴黎总部成功演出,2014年2月深圳更是荣获联合国“全球全民阅读典范城市”称号。



第十届文博会新设分会场甘坑客家小镇开门迎客



小朋友在体验创意工艺品



《熊出没》吸引大量观众



观众对少数民族手工艺很好奇