

深圳文博会何以生机勃勃

赵鹏飞 程全兵

5月16日，第十二届中国（深圳）国际文化产业博览交易会闭幕。本届文博会实质性成交2032.014亿元、出口交易金额176.972亿元、总参观人数达587.085万人次，均比上届有所提升。展会期间，超过700项各类配套活动举办，10多万种文化创意产业展品、近6000个文化产业投融资项目进行展示与交易。

12年前的深圳，文化产业的资源禀赋和发展规模在全国都不占优势。正是迎着国家文化体制改革的春风，在“文化立市”战略引领下，于2004年举办了首届文博会。从首届1个分会场、700家展商、交易额356.9亿元、观众不到50万人，成长到如今66个分会场、2297家展商、587.085万人次观众，文博会已经成为国内唯一一个国家级、国际化、综合性的文化产业交易博览会。

文博会的成功得益于12年来深圳人的创新探索和辛勤付出，更得益于中国文化体制改革带来的社会主义文化的繁荣发展。可以说，文博会是深圳“文化立市”战略与国家文化体制改革历史性契合的产物。“一枝独秀不是春，万紫千红春满园”。深圳文博会正是借着中国文化繁荣发展的“满园春色”，才成就了今日的非凡。



小观众在“一带一路”展馆与埃及手艺人交流。毛思倩摄（新华社发）

① “敢为天下先”，探索创新注入持续动力

2002年，党的十六大提出，“积极发展文化事业和文化产业”。时任深圳市文化局局长王京生由此提出创办文化产业博览会的建议，并得到了市委主要领导的肯定。2003年6月，深圳市政府同意从2004年开始举办文博会，并于当年10月通过《深圳国际文化产业博览会总体方案》，提出首届文博会的举办思路，要求改革政府主办展会、由政府包揽所有展务的传统模式，按“政府支持、社会参与、市场运作、规范管理”原则，走市场化、国际化、社会化道路办展。2004年1月30日，文化部批准了文博会立项，文博会拿到了“准生证”，我国内地第一个国际性文化产业博览会就此诞生。

为了改革传统办展模式，深圳市以竞争性谈判方式确定深圳广电集团和深圳报业集团作为承办方。由于筹办时间紧，办展会和招商招展工作繁杂，深圳为此专门成立了首届文博会承办工作办公室，充分利用自身

资源优势，市主要领导或写亲笔信，或亲自带队登门拜访，争取各方面支持，挖掘市场潜力，克服重重困难，终于按时完成了招商招展任务，保证了展会如期举办。

首届文博会的大获成功给了深圳巨大的鼓励 and 信心。在之后的每届文博会上，深圳都力争创新，不断提升办展会和招商招展工作质量。第二届文博会就创新性地提出“企业办展，政府办会”的八字方针，由深圳报业集团、广电集团、发行集团出资组建专业化的深圳文博会公司承办办展，按市场化运作；第三届文博会首设“夜场”和“文化产业人才交流会”；第四届文博会首次设立海外分会场，香港首次以政府组团形式参加；第五届文博会上，台湾地区首次正式组团参展。正是由于承办方坚持市场化运作和不断地创新探索，深圳文博会的吸引力和影响力不断提升，参展范围越来越广，成交金额逐年上升，社会影响力越来越大。

② “一年三升格”，政策扶持成就国家级平台

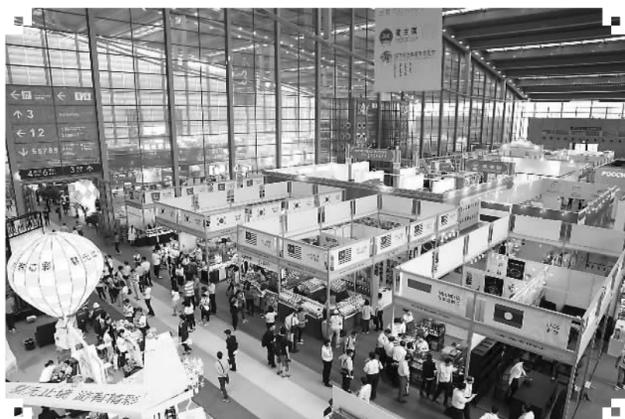
正如深圳市委常委、宣传部部长李小甘所说，正是有了中央领导的关怀指导，有了中宣部和各主办单位的积极支持，有了国内外参展单位的积极参与，有了全市上下的共同努力，文博会的品牌影响力和产业带动作用才得以日益增强，才能集中发挥展示、交易和信息平台的功能，才能在国内外赢得较高的知名度，才能在促进中国文化产业发展和推动中华文化走出去和服务中西部文化发展等方面起到积极作用。

文博会在筹办初期就得到了中央领导的高度关注和支持。2004年3月31日，时任中共中央政治局常委李长春从文化部工作简报得知举办文博会的消息后，作出重要批示：“在广东搞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。”

在中央领导同志的重视和提议下，2004年10月底，经各有关方面协商确定，文博会

主办单位由文化部产业司、广东省文化厅、广东省新闻出版局、广东省广播影视局和深圳市人民政府，变更为文化部、广东省人民政府和深圳市人民政府。半个月后，在中宣部的协调下，首届文博会主办单位又进一步调整为文化部、广播电视总局、新闻出版总署和广东省人民政府共同主办，深圳市人民政府承办。文博会一年内三次升格，成为中国首个打破部门界限，整合了文化、新闻出版、广播电视等多个领域的“大文化”产业展会，凸显了文博会国家级、国际化、综合性文化产业博览盛会的重要地位。

在文博会发展过程中，中央领导和各主办单位都给予了热情支持。中宣部还专门召开文博会协调会议，牵头成立“文博会协调领导小组”，全力支持深圳文博会。各承办单位、各省市也给予深圳文博会巨大支持。到今年，深圳文博会已经第7次实现全国31个省、区、市及港澳台地区全部参展。



深圳文博会现场。

余景铨摄

③

「文化助推器」，共享发展推动文化交流

“推动中华文化走出去”，从一开始就是深圳文博会的使命。据深圳文博会公司总经理叶建强介绍，经过12年的努力，文博会公司已经逐渐在欧洲、南美地区建立了文博会咨询台，并通过影视、新闻出版、工艺美术、创意设计、艺术等行业网络，拓展招商渠道，持续扩大文博会品牌的海外影响力。

深圳文博会12年来的坚持和探索，为中华文化走出去打开了一扇窗，一大批具有鲜明中国文化特色的文化产品和具有国际竞争力的文化企业在这里获得认可，一大批国外企业在这里找到新的发展契机。截至目前，深圳文博会出口成交额累计超过1300亿元；海外吸引力不断提升，海外专业观众超过20万人次，海外采购商从第二届文博会的3000名增加到今年创纪录的1.9万名。

随着深圳文博会的深入发展，展会从单纯的文化产品展示，扩展到文化资源、文化风貌的综合展示；从简单的文化产品市场交易，发展到文化资源融合发展、文化互动交流等。深圳文博会不仅是中国文化走向海外的“桥头堡”，也是海外文化“走进来”的文化之桥。

为了落实国家“一带一路”战略部署，第十二届深圳文博会在去年首次设立“丝绸之路”馆的基础上，专设了“一带一路”馆，俄罗斯、比利时、埃及、韩国等“一带一路”沿线35个国家和地区的106家海外机构携本国特色文化产品亮相。

文博会，是深圳捧给中国和世界的一份文化大礼。文博会的发展不仅为深圳带来文化资源的聚集、文化市场的活跃、文化创意的勃发，也促进了城市文化发展，提升了城市文化品质，增添了城市文化魅力。

如今，“文化深圳”如同“经济深圳”的名号一样，风行世界。伴随着《深圳文化创新发展2020（实施方案）》的出台和实施，文博会在深圳文化创新发展中担负着更加重要的角色。秉承勇于变革、创新的特区精神，深圳文博会必将常办常新、长盛不衰，为深圳建设现代化国际化创新型城市以及中西方更高层次文化交流作出更大贡献。

者，易尚公司专注于3D数字化研发，开发了多款产品及服务，如3D教育整套教学综合解决方案、3D校园创客计划等。

此外，深圳白雪投影机带来球幕影院；华强数码电影公司展示了新型文化科技主题公园，并推广熊出没动漫品牌；深圳方块动漫公司参展的大电影《甜心格格》等，无不展现出“文化+科技”的魅力。

文博会分会场上，八成以上是文化创意产业园区和基地，他们设立文化创客孵化平台，有效整合线上线下资源，为创新创业者提供高效便利服务。例如，深圳千秋教育发展公司规划展示的生产力大厦国际创意产业孵化中心，首创涵盖一级创新创意项目、二级服务机构平台和三级战略智库管理体的倒三角网络化平台组织，以创意资本链接多项目资源，打造创意资本集团化运作产业链条，形成系列创意品牌商业输出模式。

在主会场，多个深圳创客企业及团队集中亮相。深圳左创智慧创新创业孵化基地在展览中亮出“让创新创业变得简单”的口号，它是全国首个地铁创业园区，为

介绍说，数码版画是当代绘画创作在艺术语言和媒介载体上的一种创新与突破，扩展了绘画创作的艺术空间，因与原作高度契合，其投资价值也被藏家看好。“很多艺术学院建有专门的研究与教学体系。大英博物馆、巴黎卢浮宫等世界顶级博物馆日常展出经常采用数码版画作品来代替原作。”她说，公司正与阿特多多平台倾力打造集展示、交易、社交、传播推广功能于一体的艺术空间，使客户能全方位欣赏各种风格的美术作品、数码艺术版画、3D艺术版画，同时参与阿特多多电子平台的金融投资及收藏。

在此次文博会举行的文化与金融合作发展推进会上，共有23个文化金融单位相互对接，签署合作授信协议。23家单位中，有中信银行深圳分行等10家金融机构以及深圳华强集团有限公司等13家文化企业，涵盖影视动漫、传媒、旅游、教育等多个文化产业类别。签署授信协议后，除了向文化企业提供资金支持，银行还可以对企业有关经济活动中的信用，向第三方作出保证，使得企业融资、无抵押贷款更加便利。

购；雁盟酒店文化产业园邀请阿联酋、泰国等国客商参加“一带一路”酒店行”系列活动……

在“文化+创意”领域，深圳大学城创意园以“玩出来的创业”为主题，致力于打造深港澳台高校师生创意、创客、创新、创业的交流平台，专门开展“我是小玩家”活动，对青少年进行科普教育，培养“少年创客”；华侨城创意文化园以“创·艺”为主题举办了系列文艺展演交流活动；盐田国际创意港举行多项“文化+电商+时尚”跨界融合高端项目签约仪式和“互联网+时尚”专题活动；光明喜德盛国际休闲文化创意产业园以“文化+体育”为主题，助推自行车休闲文化产业发展；深圳文化创意园构建低成本、便利化、开放式的创客公共服务平台，打造创客家园……

“时尚”亦是本届文博会的新亮点，多个参展商为广大大市民献上一场场精彩的时尚盛宴，有效促进了文化与经济、艺术与技术、品牌与服务的融合发展。例如，大浪时尚创意城举办“盛世霓裳大浪情”开幕式暨时尚秀以及“一品一质”时尚新品发布展示会等；坪山家居文

突出“文化+”发展模式 激发“新活力”加速落地 创新之光照亮深圳文博会

彭魏勋 邱海峰



智能机器人亮相深圳文博会。

余景铨摄

“文化+科技”引人注目

本届文博会吸引了来自98个国家和地区的代表团参展和采购。展会上，“文化+科技”光芒闪耀，多家企业推出VR互动体验、云技术成果展示等，深圳企业日新月异的创新在文博会赢得了关注与喝彩。

作为飞行影像系统的领军企业，深圳大疆科技公司在文博会上展示了消费级航拍无人机、高端航拍机、一体化飞行平台以及从事农药喷洒作业的农业植保无人机，这些产品代表了大疆现有天空端产品线的最高水平。参观者纷纷表示，有大疆无人机帮助，普通人也可以创作出专业级的影像作品。

从事机器人设计研发的深圳优必选科技公司也带来了多款新产品。Alpha 2智能大脑形成双向互动，不仅能够唱歌、跳舞、讲故事，还可以和观众用中英文对话，实现了中英同声传译、拍照、闹钟、邮件提醒等多种功能。深圳易尚公司则展示了3D扫描打印设备和汉化3D设计软件。作为中国文化创意与展示服务的行业领先

创客带来服务指导、融资、政策咨询等定制化服务；深圳艾肯麦客公司为中小學生提供创建创客空间的软硬件设备及课程指导等服务；深圳玩创工房以培养小创客为目的，综合运用黏土、布艺、木工、机械电子等手段，让孩子自己动手，提升孩子思考、想象和解决问题的能力。

“文化+金融”创新模式

一幅由画家丁方创作的《悼歌》原作在中国嘉德2015秋拍拍出1150万元，而在深圳三鼎科技公司重要战略合作伙伴——阿特多多知识产权网上交易平台上，由丁方授权的电子签名全球限量11893幅《悼歌》版画，交割费仅680元加上电子盘实时价格（版权费）。“平台资金交易可以滚动式当天买卖，实现T+0操作，这让普通人能像炒股那样参与知识产权交易”，深圳三鼎公司有关负责人如此介绍深圳首家知识产权金融新模式。

在主会场一号馆，陈列了多幅由著名画家亲笔或电子签名的版画。深圳三鼎公司董事长吴丽珊女士向笔者

广东省文化厅厅长方健宏表示，目前，广东省文化金融项目落地比重高、实用性强，正不断推动广东文化产业更好、更快发展。为推动文化金融资本的融合发展，广东省建立了相应服务部门和相关推动机制。

“文化+创意”多点开花

本届文博会将文化的概念延伸得更广，尤为注重与“一带一路”战略相结合。从“一带一路”读物，到各分会场展览、采购、洽谈签约、项目推广、论坛等活动，均与“一带一路”沿线国家的文化及贸易往来相关联。

文博会成为众多深圳文创企业连通世界的国际化舞台。深圳市通明实业瓷爱谷科技文化创意产业园举办了“创意中国，连通世界”系列主题活动，展示“一带一路”沿线国家的创意陶瓷产品；T8旅游创意（保税）园举办了“中国·中东‘海上丝绸之路’陶瓷文化展”；2013文化创客园举办“传经送宝——‘一带一路’主题创业分享会”；观澜红木文化产业集聚区举办红木产品采购节，邀请埃及等“一带一路”沿线国家的客商前来洽谈采

购；雁盟酒店文化产业园邀请阿联酋、泰国等国客商参加“一带一路”酒店行”系列活动……

在“文化+创意”领域，深圳大学城创意园以“玩出来的创业”为主题，致力于打造深港澳台高校师生创意、创客、创新、创业的交流平台，专门开展“我是小玩家”活动，对青少年进行科普教育，培养“少年创客”；华侨城创意文化园以“创·艺”为主题举办了系列文艺展演交流活动；盐田国际创意港举行多项“文化+电商+时尚”跨界融合高端项目签约仪式和“互联网+时尚”专题活动；光明喜德盛国际休闲文化创意产业园以“文化+体育”为主题，助推自行车休闲文化产业发展；深圳文化创意园构建低成本、便利化、开放式的创客公共服务平台，打造创客家园……



深圳文博会上演时装秀。

何五昌摄（人民视觉）