文化创新2020

深圳文博会：文化创新联通中外

陈金海　杨世国

5月11日至15日，第十三届中国（深圳）国际文化产业博览交易会（简称“深圳文博会”）举行。在本届深圳文博会上，各种“文化+”新业态精彩纷呈，文化与科技等产业深度融合趋势进一步显现。同时，在“一带一路”倡议的带动下，传统文化“走出去”的渠道更加丰富，中外文化交流更加活跃。

本届深圳文博会以新发展理念为引领，积极贯彻落实“一带一路”倡议和“大众创业、万众创新”战略，按照“走质量型、内涵式发展之路”的总体要求，以“供给侧结构性改革”思路创造新的文化消费增长点，推动文博会的市场化、专业化和国际化水平再上新台阶，打造了一个高端、优质的中国文化产品与项目的展示交易平台，为推动中华文化走出去、促进中国文化大发展大繁荣作出了应有贡献。

图为2017第十三届深圳文博会展馆一角。　余景铷摄

创下多项展会数据新高

作为中国文化产业的一个风向标，深圳文博会凭借强大的交易与出口功能以及对文化品牌的着力锻造，成为推动中国文化产业发展的重要平台和力量。

本届深圳文博会主会场总展位面积10.5万平方米，吸引2302个单位参展，全国31个省份及港澳台地区全部参展，来自40个国家和地区的国外参展单位达117个，海外采购商20016名，规模再创历史新高。此外，文博会还吸引了158家境内外媒体的1400名记者参与报道。深圳文博会主会场共设9个馆，包括文化产业综合馆和文化消费时尚文化馆、影视动漫馆、新闻出版媒体融合馆、文化科技馆、艺术品馆、“一带一路·国际馆”、非物质文化遗产馆、工艺美术馆等8个专业馆。同时，深圳各区设立68个分会场，展会期间举办各类活动超过500项。本届深圳文博会实质性成交2240.848亿元，比上届增长10.28%；总参观人数达666.106万人次，比上届增加79.021万人次，增长13.46%。成交额的显著提升，表明本届深圳文博会取得明显交易实效，文化消费活力得到进一步激发与释放。而总参观人数高达两位数的增长，既展现出本届深圳文博会的开放性与吸引力，也有力地呼应了成交额的大幅攀升。

经过13年砥砺前行，深圳文博会成长为“中国文化产业第一展”，成为深圳文化的一张名片、中国文化产业的一张名片。去年5月12日，中共中央政治局委员、中央书记处书记、中宣部部长刘奇葆在参观第十二届深圳文博会展馆后指出，文博会越办越红火，是中国文化产业发展不断取得新成就的缩影。作为一年一度的文化盛会，深圳文博会已成为观察和研究我国文化改革发展趋势的重要窗口。

近年来，深圳文化建设取得长足进步，各项文化事业蓬勃发展，为深圳勇当“四个全面”排头兵、实现城市战略定位，提供了强大的文化支撑和源源不绝的精神力量。当前，深圳正以《深圳文化创新发展2020（实施方案）》为总抓手，按照“认准一个目标，实施一套方案，构建五大体系，一年干几件实事，坚持数年，必见成效”的总要求，夯实基础、补齐短板、谋划长远、创新发展，着力打造与现代化国际化创新型城市和国际科技、产业创新中心相匹配的文化强市。创新的旋律、文化的交响正在鹏城激荡，深圳文博会正是文化蓝图落地的美好画卷中浓墨重彩的鲜明一笔。

图为深圳文博会泥塑作品《丝路印记》。　新华社发

设立“一带一路·国际馆”

深圳文博会自诞生之日起，便始终坚持国际化定位。10多年来，深圳文博会的国际化程度日益攀升，“朋友圈”不断扩大，成为世界文化舞台上一个越来越有“存在感”的品牌，也搭起了中华文化走出去的一条金桥。本届深圳文博会吸引了40个国家的117家海外机构参展，邀请了99个国家和地区的约2万名海外展商前来参会采购。通过深圳文博会牵线搭桥，世界更好地触摸到中华文化脉搏，感知到当代中国活力。

本届深圳文博会深入贯彻落实“一带一路”倡议，全力推动中华文化走出去，将原“一带一路”馆升格为“一带一路·国际馆”，展示的内容更加优化丰富，展会国际化的程度也进一步提升，海外组团面积占总面积比例达到20%。美国、英国等发达国家和埃及、以色列、印度、马来西亚等“一带一路”沿线共计35个国家和地区参展，共同发出“国际好声音”，重点展示“一带一路”沿线国家和地区的传统工艺美术、创意设计、非物质文化遗产、文化旅游及演艺等，其中埃及、匈牙利和印度等国家馆备受参展商和观众关注。

展会期间，主会场和分会场举办了数十项以“一带一路”为主题的文化项目展演、论坛、洽谈、签约等配套活动，来自俄罗斯、印度、埃及、以色列等国家的50多个国际知名企业代表参加活动。“一带一路·国际馆”及配套活动推动了中国与“一带一路”沿线国家和地区的文化产业合作，促进了“一带一路”沿线国家间的文化交流。在深圳文博会的开放平台上，不同国家共同寻找“美美与共”的文化密码，求解互利共赢、共同发展的时代课题，为“一带一路”的实施推进提供强大支撑。

文博会扎根深圳以来，深圳文化创意产业保持了平均20%的增长速度，已成为全国对外文化交流、贸易的重要基地和口岸。实际上，深圳文博会一直坚持用文化交流与文化贸易“两条腿”走路，随着“两条腿”越来越强健，中华文化走出去的步伐也越来越坚定、自信。深圳文博会作为一个国际性的文化交流、展示、贸易平台，是中国走向世界、世界读懂中国的一个重要窗口。不同国家、不同地区的多样文化在深圳文博会上集中展示，本身就是一种有效的文化交流、文化互鉴。

探索“文化+”产业发展模式

本届深圳文博会突出“文化+”特色，注重体现文化与科技、互联网、金融、商业、旅游、时尚等产业的融合，催生文化新业态、汇集文化创意、聚合产业力量，推动文化产业提质增效、转型升级。走近一个个“文化+”产品和项目，可以感受中国文化新业态的脉搏——版权云、原创IP、设计4.0、数字出版……新潮关键词给人们留下了深刻印象。

在优化展示内容上，本届展会更加注重突出文化和科技的深度融合发展，不仅有力拓展了“文化+”的跨界融合属性，而且以此为突破口，进一步推动了文化产业供给侧结构性改革。本届展会将文化创客馆调整为“文化科技馆”，集中展示文化产业核心层与科技融合的新产品、新技术，充分展示文化产品的供给质量。在提升大众文化消费方面，首设“文化消费·时尚文化馆”，以文化消费新热点促进新供给，培育经济发展新动能，郑州二七纪念塔衍生品、浙江丝绸、安顺蜡染、苗绣银饰产品、茅台酒非遗展示等来自全国各地的高端时尚文化产品和创意精品集中亮相，激发文化消费热情。

“文化+”不仅是深圳文博会的重要抓手，也是深圳发展文化产业的原创性探索。作为全国较早发展文化产业的城市，深圳早在2003年就将文化产业列为与高新技术产业、现代金融业、现代物流业并立的四大支柱产业之一。依托市场、产业和科技优势，深圳在全国率先探索出“文化+”发展模式。今年展会上，68个分会场以不同的方式全面展示“文化+”新业态的成果和魅力。例如，雅昌文化集团结合“艺术+科技”战略，推出“点亮科技之光，传承中华文明”系列活动；盐田国际创意港以“互联网+”为核心元素，全面呈现互联网与传统产业跨界融合发展的最新成果；坪山家居文化创意园以“家居文化+科技创新”为核心，举办全球家居创意设计产业峰会等活动。

多年来，深圳坚持创新驱动战略，充分发挥高科技城市、金融中心城市和滨海旅游城市资源优势，促进文化创意和设计服务与相关产业的融合，培育“文化+”新型业态，打造领军企业和知名品牌，提升文化创意产业的发展质量，为供给侧结构性改革作出新探索。

一年一度的文博会，无疑为深圳文化创新发展带来了重大契机，也成为深圳使命担当、创新活力、进取精神、国际气派的缩影。一部文博会发展史，某种意义上，就是深圳推动中华文化走出去，坚持不懈地发掘、阐释、传承、弘扬、传播中华文化的历史。在这一段意义非凡的文化发展旅程中，不仅深圳城市文明得到锤炼和升华，更使中国精神、中国风格、中国气派在文化传承中生生不息，为全球治理贡献更多中国智慧、提供更多中国方案，让中华文化与其他国家的文化一道携手推进人类文明发展进步。

文化名片

文博会：文化产业发展的“加速器”

李战军　陈昌华

一年一度的中国（深圳）国际文化产业博览交易会（简称“深圳文博会”），被誉为“中国文化产业第一展”。作为面向市场、面向全球的专业展会，深圳文博会以博览和交易为核心，全力打造中国文化产品与项目交易的平台，是促进中国文化产业发展的引擎、推动中国文化产品走向世界的桥梁。

◎市场运作激发活力

深圳文博会的成功举办，归功于“政府办会、企业办展、市场运作、打造平台”的市场化运营模式。自2004年11月首届深圳文博会举办以来，组委会就致力于将其打造成集文化产品博览、文化产业要素交易和文化产业信息交流于一体的综合平台。政府除了创造良好的产业土壤，最重要的是搭建了“文化产业的金融支持系统”，以市场为导向，以交易为核心，让投资资金能够便利地与文化产业对接，并解决其投资出口问题，推进文化产业项目与投融资方的对接和合作，促进优秀文化创意成果的转化。

正是政府强有力的扶持和不断优化的政策环境，激发了深圳文博会持续发展的动力和活力，也催生出一批知名文化企业和文化品牌，引领着文化产业创新之路。尤其是每年的“文博会艺术节”，按照“国际化、专业化、市场化、规范化、精品化”的总体思路，搭建国际文化交流桥梁，打造中国原创舞台艺术精品展示平台，使传统艺术与现代艺术交相辉映，获得广泛好评。

与此同时，深圳文博会还带动了文艺精品建设，图书馆之城、钢琴之城和“设计之都”建设等让创意融入城市的每一个角落，使更多的科研机构、企业和创业者获取信息、资金和技术，创造了更多的文化成果，产生了更大的社会效益和经济效益。

继深圳文博会之后，文化产权交易所、中国文化产业投资基金、国家对外文化贸易基地等重量级平台相继亮相，有力拉动了深圳乃至全国文化产业的发展。

◎科技创新联姻文创

依托深圳文博会，锐意创新的文化体制改革成为深圳文化发展的活力源泉。文化与科技结合、创意和创新结合，共同推动形成了深圳的创客浪潮。深圳文博会专门设立了“文化创客馆”，为创客个体和机构参展者展现“科技”和“创意”特色提供舞台。其中不乏科技创客明星和大学生创客作品。例如，智能无人机设计研发机构大疆科技、春晚机器人等参展，突出“智能”元素，打造智能时代的“硬件+软件+服务”的模式。

此外，深圳文博会还设立了创意设计方面的新锐奖、中国设计大展以及深圳创意设计七彩奖等，分别面向国际、全国和深圳本土，体现了作为“设计之都”的深圳积极发展创意设计产业的担当。

深圳文博会充分利用科技优势，带动文化产业发展。例如，“懒人听书”有声读物App用科技革新的方式改变观众的阅读习惯，凭借“文化+互联网”模式大受欢迎。再如，深圳时尚家居设计，将文化创意、设计、智能等产业链植入，推动中国家具向智能化转型，向高端服务业升级。还有来自深圳、北京、上海、香港等城市参展的拳头创意产品，通过科技元素的传播，推动了不同文化交流融合。

图为2017第十三届深圳文博会现场。　余景铷摄

◎品牌影响辐射海外

自诞生以来，深圳文博会步履坚实，成果斐然。2006年，深圳文博会获得了全球展览业协会（UFI）认证；2008年，深圳被联合国教科文组织全球创意城市网络认定为“设计之都”；2010年，第一次实现国内省份组团参展“满堂红”并持续至今，“文化产业第一展”的名号响彻全国；2011年，深圳市政府出台《文化创意产业振兴发展规划》，较早提出将文化创意产业作为战略性新兴产业重点发展；2013年，海外展区比例首次突破10%，达到13.7%；2015年，深圳七大战略性新兴产业中，文化创意产业增加值1757.14亿元，增长13.1%；2016年，文博会科技、创意的元素更加凸显，展馆内首次设立文化创客馆。

可以看出，经过时间的积累和沉淀，深圳文博会展示交易规模、数量、质量、水平均逐年提升，国际化、专业化、市场化程度不断提高。交易额从首届的356.86亿元增长到第13届的2240.848亿元，深圳文博会的成交额已累计超过1.5万亿元，采购商遍布全球近百个国家和地区。不得不说，伴随着中国文化产业的快速发展，深圳文博会已经发展为目前国内规模和影响最大的文化产业展会。

尤其是深圳文博会还吸引了来自近百个国家和地区的机构参展，汇聚了海外采购商数万名，有力地推动了中国文化产品和服务走向世界。可以说，深圳文博会通过集中展示中国优秀文化产品和文化成果，已成为国家级、国际化、综合性的文化产业交易博览会，成为中国文化产业展示整体实力的舞台。

◎文化创新推动发展

如果将深圳文博会视为文化产业的大观园，它所营造的已不仅仅是各地文化产业成就的展示台，还是文化品牌孕育的孵化器。深圳文博会不仅带来了文化资源的聚集、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。深圳文博会始终伴随着全面推进文化体制改革的积极探索，体现了敢闯敢干、开拓创新的深圳精神。

深圳文博会已成为了解中国文化产业发展现状、进行文化产业技术和信息交流的理想平台，同时为中国文化产品的国际采购提供集中的“卖家资源”，不断推动中外文化产业开展交流与合作。深圳文博会既让经济开放推动了中华文化的繁荣，又使文化产业迸发出巨大的经济活力。

深圳文博会反映了深圳“文化立市”“文化强市”战略的理念、实践和经验，带动了中国文化产业的腾飞。未来，走质量型、内涵式发展道路的深圳文博会，必将以文化创新更好地推动文化繁荣。