

将深圳文博会打造成国际知名品牌

——访第八届深圳文博会组委会委员、深圳市委宣传部副部长吴忠

本报记者 裴霞

招展工作提前完成

据了解,本届深圳文博会招展工作异常火爆。早在4月15日,主展馆就已100%完成招展任务,全国31个省市区及港澳台地区全部参展。其中,辽宁省大连市、内蒙古自治区鄂尔多斯市和广东省的东莞市、江门市均属首次参展,再次实现政府组团“满堂红”。据不完全统计,大连万达集团、华强文化、华侨城集团、洛可可、苏绣研究所、中国美术学院、广州美术学院、天津美术学院、景德镇陶瓷学院、中国出版集团公司、艺美联等行业龙头企业均已参展。创意设计生活馆、美术馆等专业馆都出现了“一位难求”的现象。

第八届深圳文博会主展馆展商数量1928家,比第七届深圳文博会的1896家增加32家;主展馆龙头企业参展比例达61%,比第七届深圳文博会的56%提升5%;核心层参展率达94%,比第七届深圳文博会的92%提升2%;特装展位占91%。在海外招商工作方面,已邀请全球95个国家和地区的15098名海外采购商参会,比上一届增加3000多名。

吴忠介绍,根据预测,第八届深圳文博会成交额有望达到1400亿元,出口额有望达到135亿元,文化产业核心层占主要地位。

规模空前 亮点与特色更加鲜明

据介绍,本届深圳文博会上,深圳文博会主会场近百项精彩纷呈的活动也备受瞩目。中宣部、文化部等部委将主办文化和科技融合座谈会、中国数字出版高峰论坛、中国新媒体短片节、中国文化产业投融资项目推介会、中欧文化创意产业合作研讨会等多项活动,还将发布“全国文化企业30强”名单,并为首批国家级文化和科技融合示范基地授牌。

吴忠表示,对比往届,第八届深圳文博会具有以下特点:目标使命更明确,成

5月18日至21日,第八届中国(深圳)国际文化产业博览交易会将在深圳举办。深圳市委、市政府对此高度重视,要求扎实做好各项筹备工作,以确保深圳文博会真正办出成效、办出水平、办出特色、办出影响力。

日前,记者就第八届深圳文博会相关情况采访了第八届深圳文博会组委会委员、深圳市委宣传部副部长吴忠。

果展示更集中、参展阵容更壮大、展会特色更鲜明、国际化程度更高、融资交易功能更强。

招展工作优中选优,提升质量与档次。本届深圳文博会,创意设计生活馆、影视动漫游戏馆、非物质文化遗产馆、美术馆、新闻出版馆、工艺美术馆等专业馆在完成招展数量的基础上,优中选优、优中选精,进一步提高招展质量,突出“文化+创意、文化+科技、文化+旅游、文化+金融”的展会特色,提升展示交易内容,增强展会发展后劲。

内容为王,突出交易实效。第八届深圳文博会强化各展馆展示交易内容的科学规划与分类展示,并对各展馆的重复性内容进行整合,如将2号馆创意设计生活馆、4号馆非物质文化遗产馆及9号馆工艺美术馆的工艺美术内容分门别类进行整合。2号馆主要展示现代、时尚的文化礼品;4号馆主要展示国家级、省级的非遗产品和项目;9号馆主要展示民族、传统的工艺美术品。

融资交易功能更强。本届深圳文博会上,文化部将发布《中国文化产业2012投融资项目手册》,并举办重点项目招商推介及合作签约仪式。非物质文化遗产馆将打造非遗项目权威展示和交易出口平台。美术馆将增设中国当代名家专题展区 and 国内外画廊展区。深圳文化产业交易所将举办投融资项目大型路演及系列对接活动,中国文化产业投资基金将

举行投资项目现场签约,为文化产权项目交易提供专业化、市场化服务。

本届深圳文博会,投融资项目涉及的领域、层次更趋于多样化。据不完全统计,目前已征集到3319个项目,覆盖全国31个省市区及部分地级市,内容涵盖了文化产业的12个门类。其中,影视音像占6%,传媒出版占4%,娱乐演艺占6%,网络文化占2%,动漫游戏占7%,创意设计类占2%,文化旅游占42%,工艺美术占7%,文化用品占1%,文化设施占15%,教育培训占2%,其他类占6%。

加强分会场管理 推动集聚化发展

为进一步提升分会场质量,深圳文博会组委会办公室修订出台了《深圳文博会分会场管理办法》,对深圳文博会分会场的认定、管理和考评奖励做了更为规范、明晰的规定。据悉,设置的40家分会场中,被评为国家级文化产业示范园区、国家文化产业示范基地的有9个,被评为省级产业示范园区、基地的有4个,被评为深圳市文化产业示范园区、基地的有21个。

吴忠向记者介绍了本次深圳文博会分会场的最新动态:终止中国茶宫等3家分会场的资格,新增南山区的华侨城创意文化园和华侨城欢乐海岸、宝安区的深圳西部国际珠宝城(宝立方)和宝安区的宝安艺术城、龙岗区的力嘉创意文化

产业园、坪山新区的坪山雕塑园6个分会场。

同时,为进一步推动深圳市文化创意产业集聚区的建设,文博办对地域相邻、主营业务相近又符合分会认定条件的数家分会场申办单位,合并为1家集聚式分会场。例如,往届的分会场满京华艺展中心、笋岗工艺城、明珠艺城,再加上艺茂一楼尚,4家位于笋岗片区的高端工艺美术业申办单位整合成为“深圳工艺美术集聚区”,水贝珠宝分会场与东方国际珠宝交易广场形成“深圳珠宝集聚区”。两大集聚区将大大提升工艺美术和珠宝的产业辐射力。

海外招商取得新突破

2011年10月,深圳文博会的承办机构——深圳国际文化产业博览交易会有限通过了国际标准化组织制定的ISO9001质量体系认证,招商、展会服务工作得到了各方的认可和肯定,也为本届深圳文博会招展工作取得新突破奠定了基础。

吴忠说,海外招商工作是深圳文博会承办工作的重中之重。第八届深圳文博会的海外招商工作做到了早启动、早安排、早部署。通过强化与海外代理的合作,进一步提高海外采购商的数量和质量;举办“第八届深圳文博会中欧文化创意产业合作研讨会”,为中欧双方的文化企业代表搭建交流与合作的平台;面向我国香港、澳门、台湾地区和东南亚、澳大利亚、加拿大地区,采用“会展+旅游”的合作模式;不断完善《深圳文博会文化产品采购名录》等方式,进一步培育海外市场,取得佳绩。

第八届深圳文博会海外采购商的分销情况呈现出以下特点:我国港澳台地区和东南亚、美国、加拿大地区参会企业、机构及个人增多,约有6%的海外买家来自美加地区;欧洲地区的参会企业、机构目标性更强。

5月15日,文化央企华侨城集团文化产业展在其旗下新型文化旅游景区“欢乐海岸”开幕,集中而全面地展出华侨城集团在文化旅游、文化节庆、文化演艺、文化科技、文化艺术、文化主题酒店以及文化相关产品制造七大业务板块的成果。“可以说,华侨城集团是过去30多年深圳创造‘文化奇迹’的一个精彩缩影,已经成为今天中国和深圳文化产业的一张靓丽名片。”广东省委常委、深圳市委书记王荣如此表示,“当前,我国文化产业正处在一个难得的黄金发展期。华侨城集团作为优秀文化企业的杰出代表,要抓紧历史机遇,不负中央重托、不辱特区使命,为国家文化的繁荣发展,为深圳当好文化产业发展领头羊、加快建设文化强市作出新的更大贡献。”

王荣对华侨城的赞誉背后,是华侨城集团与深圳文博会一直以来的相融相生,密不可分。

首届深圳文博会启动之初的2004年,深圳市相关负责人向华侨城集团发出了参展邀请。“我们当时得到消息说香港迪斯尼乐园会参展,就想深圳文博会作为一个国际性平台,可以和国际一流对手过招,应当去文博会展现华侨城主题公园的风采。”华侨城集团党委书记郑凡回忆说,“那一年,华侨城主打演艺,成为文博会上最大的亮点;但香港迪斯尼没有参展,让我们有‘重拳打在空处’的感觉。”郑凡一边说,还一边挥了个打拳的动作。

香港迪斯尼没有来,华侨城集团依然大放异彩,成为当年深圳文博会的一大亮点。实际上,此后每一届的深圳文博会,华侨城集团的展位都是游人如织,备受关注。随着深圳文博会国际化步伐的加快,越来越多的国际一流文化企业前来参展;华侨城集团的国际化步伐也明显加快。今年,华侨城和世界排名第四的旅游集团——日本环球影城签署合作协议,将共同拓展日本市场。“华侨城集团争取在

2015年在世界旅游集团排名中达到第五名。”郑凡很自豪地说。现在,华侨城排名第七。

2004年,是深圳文博会的起步之年;这一年,新组建的国资委重新划定央企主营业务范围,华侨城集团正式确立文化产业为主营业务。

2006年,华侨城集团以巨大的商业智慧与决策勇气,冠名第二届深圳文博会。这也是国内省级以上文化产业博览会迄今唯一的冠名活动。

华侨城集团：与深圳文博会共成长

本报记者 简彪

“应该说,作为在深圳落地生根发芽的央企,华侨城集团和深圳市、深圳文博会一直关系紧密。我们把深圳文博会作为一个提升品牌、展示产品、整合资源、助推发展的平台。”郑凡说,华侨城集团积极参与历届深圳文博会,形式包括参展、设置分会场等。如今年的深圳文博会,华侨城共设立OCT-LOFT华侨城创意文化产业园分会场、东部华侨城分会场、欢乐海岸分会场3个分会场;并设立了华侨城文化旅游科技公司展场2个展示区。

1998年,华侨城集团在深圳开发了集娱乐、旅游等为一体的景区“欢乐谷”,由此引领了中国主题公园建设的浪潮。2006年,北京欢乐谷开业;2008年,成都欢乐谷开业;2010年,上海欢乐谷开业;2011年,武汉欢乐谷开业……华侨城由此长期稳居世界旅游集团的八强。其中,2011年,华侨城旗下景区总入园人数超过2400万人次。在演艺、文化旅游等方面夯实了基础的华侨城由此成为国内文化企业里绕不开的巨无霸。2011年,华侨城集团文化相关主营业务收入高达61亿元,占总收入的35.3%。

“华侨城强烈的社会责任感和文化使命感,以及高度的文化自觉和创新意识,为广大企业投身于文化产业发展、加快转型升级提供了有益的借鉴。”王荣说。

无香何以为美

——品读《沉香之美》

任濯心

“香令人幽,酒令人远,石令人隗,琴令人寂,茶令人爽,竹令人冷,月令人孤,棋令人闲,柱令人轻,水令人空,雪令人旷,剑令人悲,蒲团令人枯,美人令人怜,僧令人淡,花令人韵,金石鼎彝令人古。”在《太平清话》这本集生活艺术大成的书里有这样的描述。在所有闲情雅事中,香被排在第一位,甚至有文人感慨“无香何以为美”。苏东坡晚年与其弟苏子由,以沉香为伴,终日焚香作赋,安度晚年!北宋黄庭坚有沉香十德之说:感格鬼神、清静身心、能除污秽、能觉睡眠、静中成友、尘里偷闲、多而不厌、寡而足、久藏不朽、常用无障。让这沉香的德行也潜移默化到人的德行上来,可谓是大造化了。

沉香文化,经过了中华民族几千年的积淀,根基颇深,沉香之美在中国,沉香艺术在华夏。在历史的长河中,沉香文化通过口口相传、文字、诗句、书籍等载体和方式,得以继续传承。所以,对于喜爱沉香,热衷沉香文化的人,还应尽可能当一个记录者,让沉香文化不断传承。苏六河就是其中一位记录者,他忠诚沉香,热爱沉香,本就是一位雕刻大师的他,把从事十几年的沉香雕刻经验和对沉香的执着都记录下来。在他编著的《沉香之美》这本书里,他带我们初识沉香,详细解说沉

香的生长环境及产地,沉香的形成,沉香的鉴别,沉香的药用保健功能、收藏价值以及香道文化,带我们走进沉香雕刻的艺术殿堂。

初拿到这本书,16开的精装本,顿觉赏心悦目。封面的“沉香之美”四字古朴浑厚,功力不凡,细看之下,原来是故宫博物院原院长吕济民老先生的题字。吕老也是位沉香爱好者,因沉香跟作者结为忘年交,苏六河是他的沉香老友。翻开还带有墨香的书,古色古香的线装,让人一下子就有了阅读的兴趣。细看书中内容,引经据典,宏观论述辅以微观描述,向我们详细解释了沉香的“六国五味”,让我们对沉香生长的地理位置和历史价值都有了初步的了解。谈及沉香,就必然会说到它的养生功能,无论是现在的沉香茶还是历史更为悠久的香道,书中都有详细的描述和解说,通俗易懂的文字把我们带进了沉香的世界。

在《本草纲目》里,李时珍从中药理角度对沉香进行了详细的阐述。现在,沉香逐渐成为我们净化心灵的良方,它教人内敛沉静,让我们在繁忙的工作中,

偷得浮生半日闲,真正享受生活。书中还展示了作者的部分沉香雕刻作品。从这些作品中,我们可窥见他精湛的雕刻技艺,以及他对沉香文化的准确诠释。

品读《沉香之美》,是一种精神上的享受。看完之后,突然知晓,沉香之美,美在沉香本身,在于沉香艺术带给我们的精神享受。原来,沉香美在物质,更美在精神。



沉香之美

苏六河 编著

吕清瓦

苏六河,1973年出生于福建省泉州市雕刻世家。17岁师承中国工艺美术大师黄福泉(中国工艺美术协会会员、福建省中级工艺师、海南省沉香协会会员)。他的故乡惠安,人杰地灵,是古今中外久负盛名的“雕刻之都”。从艺20余年,他刻苦学习雕刻技艺,在深厚的文化底蕴、精湛的民间雕刻技艺的熏染下,终有突破,把沉香雕刻艺术演绎得自如通透,自成一体。其作品表现自然,对历史人物和佛教人物都有独特见解。多年来,以沉香为原材料,其雕刻艺术多次在国际展会上获奖。

为发扬沉香文化,弘扬沉香雕刻工艺,他在深圳创立了沉香之美公司,自1990年专业经营沉香艺术品至今。20多年来,该公司以其自身对沉香的精通,收藏了大量沉香精品,也推出了多款经典作品,受到了消费者的青睐和信赖,成为国内沉香艺术品的一面旗帜。

