

# 深圳文博会国际化特色日益鲜明

本报记者 彭海霞

鹏城五月,红荔飘香。5月18日,第八届深圳文博会如期而至。作为中国最大规模的文化产业博览会,深圳文博会的国际化色彩鲜明。与往届相比,第八届深圳文博会凸显六个“更”,而国际化程度更高便是其中之一。在过去7年里,深圳文博会在向国际知名展会品牌稳步迈进的同时,其海外买家的质量和数量也不断提升。

## 海外招商、国际交易年年攀升

一直以来,海外招商工作都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通过主办单位牵线搭桥、代理招商、“点对点”招商、开设“会展+旅游”合作模式等方式,超额完成邀请任务,邀请了全球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。据悉,主办方还力争海外专业观众占专业观众总量22%以上。

逐年上升的海外采购商和专业观众数量,证实深圳文博会的国际影响力和国际化水平正日益提高。据深圳国际文化产业博览交易会(简称“深圳文博会公司”)总经理叶建强介绍,深圳文博会(含各展馆和分会场)的海外专业观众已经从第二届的3012人次、第三届的9500人次、第四届的5.36万人次、第五届的5.68万人次、第六届的8.5万人次,跃升至第七届的10.72万人次。

参会海外采购商的数量也从第六届深圳文博会的86个国家和地区的10680人,到第七届89个国家和地区12000多名,再攀升到今年的95个国家和地区的15098名,深圳文博会在国际化招商招展工作方面一年迈上一个新台阶。

与海外采购商和专业观众数量一同攀升的还有深圳文博会文化产品和服务的海外交易额。从最初的不足10亿元到去年的124.11亿元,深圳文博会经过数年的成长,国际化程度不断提升,在全球的辐射力日益增强。据介绍,第六届深圳文博会文化产品和服务出口交易额达到114.06亿元,突破100亿元。第七届深圳文博会文化产品出口交易额为124.11亿元,占总成交额的9.96%,同比增长8.81%。其中,合同金额74.61亿元,意向金额49.50亿元。地区分布上,我国港澳台项目金额47.79亿元,占出口总额38.51%;欧美地区67.29亿元,占54.22%;其他地区9.03亿元,占7.28%。

深圳文博会在国际化运作中还采用了“文化+旅游”等创新手段,如第八届深圳文博会重点推出了“文博会旅游线路”,面向东南亚、美国、加拿大等地区,组织海外采购商参会。

## 国外展商积极参展

深圳文博会作为中国文化产

业博览交易的国家级平台,经过数年发展,其国际化形象日益清晰。深圳文博会不仅推动了中华文化走出去,更吸引了不少海外参展商前来参展,使之成为中外文化交流的窗口。

从第二届开始,深圳文博会设立了创意设计馆。本届深圳文博会与深圳灵狮文化产业投资有限公司合作,将创意设计的内容整合进入原有的创意生活馆,统一为创意设计生活馆。在创意设计展区,澳大利亚知名设计企业Cube设计公司便是亮点之一。Cube设计公司总部位于澳大利亚悉尼,主要为国际客户提供高品质的工业设计及产品服务。Cube业务涵盖了概念设计、三维效果制作等,并提供虚拟产品如仿真三维表现、电影、动画等可视性文件的展示。Cube设计的产品以其独特的外形及创新的结构方案,包揽了包括澳大利亚年度设计大奖、德国红点至尊大奖、美国优良设计大奖等在内的众多设计大奖。

深圳文博会6号馆美术馆一直以来坚持优中取精的参展原则,力保美术展品的档次。本届深圳文博会上,观众仍将在美术馆看到非常熟悉的国际面孔——俄罗斯列宾美术学院。提起列宾美术学院,人们会想起创作了《伏尔加河上的纤夫》的俄罗斯现实主义画家列宾。现在这所学院与深圳的合作越来越紧密。本届深圳文博会,列宾美术学院将再次扩大参展规模和档次,精选师生优秀作品参展,参展的艺术家有42名,参展作品约330余幅,展区面积达1700平方米。2009年,在成功参展第四届、第五届深圳文博会后,列宾美术学院院长查尔金·阿里别曾访问深圳,并与深圳文博会签署了长期合作意向书,定于在未来5届深圳文博会美术馆,常设超过500平方米的专馆。列宾美术学院还将协助深圳文博会公司推选该校先进教师作品、优秀艺术家作品参展深圳文博会。查尔金·阿里表示,藉此希望将真正的俄罗斯艺术带到年轻的深圳,架起沟通中俄艺术文化的友谊之桥。

此外,6号馆美术馆的CLASSIC简经典西画沙龙展区还将展出19世纪印象派经典画家雷诺阿的作品《阅读的女人》,以及彼得·诺埃尔的作品《阿姆斯特丹王子运河街景》,吉恩·弗兰西斯·韦豪斯的作品《父亲节蛋糕》,查尔斯·雅克的作品《蓝衣小男孩》等。

值得一提的是,为了培育书画艺术品展示交易的延续性,去年10月,深圳文博会公司成立了深圳文博会艺术品展示交易中心,至今已举办了“翰墨丹青专题展”等多个涉外展览活动。

工艺美术一



第八届深圳文博会大芬油画村分会场的中外才艺展示。



深圳文博会在国际化招商招展工作方面一年迈上一个新台阶。

直是历届深圳文博会产品出口的“大户”。在本届深圳文博会的招展过程中,深圳文博会非常注重9号馆工艺美术馆参展企业的出口能力,进一步加强了对外向型企业的组织力度,如天雅轩、大观园、石居坊、德宝轩、富贵红、藏乐阁、游艺堂、宣雅轩、钧缘阁、艺美联、五昌堂刺绣等出货量较大的企业。除了在“走出去”这方面做足功夫,工艺美术馆更将展出缅甸树化玉、越南沉香、意大利珠宝、日本铁壶等国外展品,希望在“引进来”方面有所作为。

## 采用代理机制,加强海外招商

在2011年第七届深圳文博会闭幕新闻发布会上,深圳市副市长吴以环总结了第七届深圳文博会的多个特色,其中之一是“国际化色彩更浓,产品项目出口持续向好”。其时,深圳市委宣传部副部长吴忠表示,第八届深圳文博会将在7个“进一步”上充分“给力”,其中之一便是进一步提高国际化程度,引进有实力的海外采购商到深圳

文博会采购,实施定期海外招商推介活动,逐步设立深圳文博会境外长期展销机构,把深圳文博会办成国际知名品牌。

因此,第八届深圳文博会加大了海外招商力度,继续依托我国驻外文化、商务、外事机构,引进有实力的海外采购商到深圳文博会采购。如文化部通过驻境外办事机构,强化对国外文化官员的邀请力度,同时有针对性的邀请创意设计行业内的企业代表参会。商务部通过驻外经商参赞处和商务部服务贸易网络,广泛邀请境外相关企业、机构代表参会,同时在文博会期间配套举办中欧文化创意产业研讨会。贸促会同样发挥自身优势,充分利用海外资源,做好海外招商工作,在深圳文博会期间配套举办两个洽谈会、一个节庆,并制作精美的海外推介特刊。

此外,深圳文博会还进一步加强与国际知名经纪机构、商会、商业展览公司合作,建立战略合作伙伴关系;定期实施海外招商推介活动,逐步设立文博会境外长期展

销机构,探索建立文博会海外宣传平台和中国文化产品拓展海外市场公共服务平台,提供规模化、国际化、贸易化服务平台。

记者了解到,从第二届开始,深圳文博会公司就开始采用海外代理机制。第八届深圳文博会更是选择有实力、有影响力的海外代理参与深圳文博会的海外招商工作。据了解,文博会公司已与方子营销、世纪假日、欧盟KEA咨询事务所、荷兰中国商会、银马国际、戴百润投资有限公司等海外机构签订了战略合作协议。

在各方努力下,深圳文博会平台吸引了海外机构的高度关注。德国红点、百老汇演艺、俄罗斯列宾美术学院、罗马艺术双年展、法兰克福书展公司等一批在国际上具有实力的机构频频携合作项目参加深圳文博会。如今,深圳文博会公司已分别设立了国际综合协调组、欧洲事务组、亚太事务组等小组,深度开发深圳文博会国际资源,搭建多个“走出去”“引进来”平台。

# 中国的展会 世界的盛会

杨梓

从2004年创办首届文博会开始,深圳文博会就给自己定位为国家级、国际化、综合性文化产业博览交易会。8年来,它一如既往地坚持“专业化、国际化、市场化、精品化、规范化”的办展方针,以博览和交易为核心,全力打造中国文化产品与项目交易平台,促进和拉动中国文化产业发展,积极推动中国文化产品走向世界。

“国际化”是深圳文博会矢志不渝的追求。在第八届深圳文博会上,将有95个国家和地区、15098名海外采购商云集鹏城。深圳文博会的国际化特色愈加鲜明。

在第八届深圳文博会动员大会上,主办方表示,本届深圳文博会要力争成交额、出口额分别超过1400亿元和135亿元,以实际行动和实际成效向党的十八大献礼。深圳市市长许勤表示,在新的发展时期,深圳文博会要紧紧围绕“建设国际化城市”的战略目标,不断总结办展经验,树立更高目标,面向世界、面向未来、面向现代化,着力将深圳文博会打造成为国际知名品牌。许勤说,深圳文博会肩负着推动中华文化走出去的崇高使命,也是传播城市信息、推介城市形象、促进

城市文明、发展城市经济的重要机遇。他要求,通过深圳文博会平台,努力扩大中华文化国际影响力和深圳的文化影响力,着力打造对外展示窗口。

只有吸引更多的海外采购商、海外专业观众、海外参展商参与到中国文化市场中来,深圳文博会才能不负其“国家级、国际化、综合性的文化博览盛会”以及“中国文化产业第一展”的盛名。

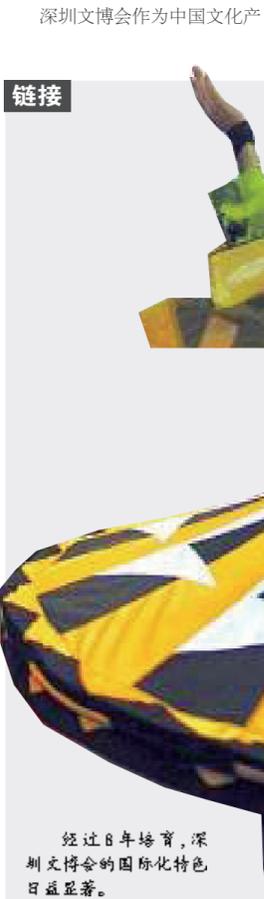
促进中外文化交流,是深圳文博会的责任和使命。按照深圳文博会2010—2020年总体规划,深圳文博会将继续按照市场化模式开展相关工作,把深圳文博会打造成具有国际影响力和辐射力的文化产业博览交易会。

年总体规划,深圳文博会将继续按照市场化模式开展相关工作,把深圳文博会打造成具有国际影响力和辐射力的文化产业博览交易会。



第八届深圳文博会的海外采购商突破了1.5万人。

## 链接



经过8年培育,深圳文博会的国际化特色日益显著。

# 深圳文博会:中外文化企业的合作平台

## 中欧研讨会:让欧洲企业家听到中国声音

为了进一步提高深圳文博会的海外知名度,提升深圳文博会的国际化水平,在第四、第五、第六、第七届深圳文博会海外论坛的基础上,由商务部主办,深圳文博会组委会办公室、深圳文博会公司及欧盟KEA咨询事务所承办的“本届深圳文博会中欧文化创意产业合作研讨会”将在第八届深圳文博会亮相,继续为中国的企业代表搭建交流与合作的平台,使更多的欧洲企业听到中国企业文化企业的“声音”。

俄罗斯列宾美术学院连续第5年参展了。此次列宾美术学院共有42名优秀画家带来约330幅高水平的艺术作品。无论是参展画家的人数,还是参展作品的数量,都创新高。参展的画家中除了一直以来积极投身于中俄艺术文化交流的多位俄罗斯艺术学院院士、人民艺术家、功勋画家、教授外,还有艺术学院院士、前俄罗斯艺术学院副院长、人民艺术家梅尔尼科夫·安德烈教授。

在展览方面,除原有的俄罗斯列宾美术学院展区外,今年还增加了俄罗斯艺术家协会展区。

## 艺术节让国际剧目大放异彩

艺术节是深圳文博会配套的重要文化活动项目,活动时间从5月10日至5月31日。艺术节期间,俄罗斯冰上芭蕾舞剧《胡桃夹子》、肯尼G(Kenny G)至尊金曲2012世界巡回音乐会深圳站——《回家》、《俄罗斯安娜·丽嘉娃娃吉他音乐会》、《情迷·麦斯基大提琴独奏音乐会》等国外精品舞剧和音乐会将会精彩呈现。

深圳文博会期间,国际级萨克斯演奏家肯尼G将在春茧体育馆吹响他的金喇叭。世界童声合唱领域领先的童声合唱团——德意志童声合唱团的《2012访华巡演音乐会》将在深圳音乐厅呈现。

## 奥斯卡最佳视觉效果奖得主分享创意理念

本届深圳文博会期间,奥斯卡最佳视觉效果奖得主安东尼·拉默里纳拉携获奖“证书”——小金人亮相深圳环球数码科技有限公司。环球数码也是深圳文博会南山7个分会场之一。安东尼·拉默里纳拉是动画师、导演、作家、雕塑家,曾参与制作的作品包括《玩具总动员》、《精灵小第3》、《蜘蛛侠》、《透明人》、《阿凡达》等,更凭借电影《蜘蛛侠II》夺得第77届奥斯卡最佳视觉效果奖。2011年,安东尼出任环球数码创意艺术总监。

深圳文博会期间,安东尼还将出席环球数码国际创意大师讲堂。除安东尼之外,环球数码还邀请到加拿大 Bardel Entertainment 总裁兼创始人巴里

沃德、风靡全球的玩具 ZHU PETS 创始人 Russ Hornsby 亲临环球数码分会场,举行创意专场讲座,从动画电影创意、海外动漫的发展、动画衍生品等方面,介绍国际先进创意理念,探索文化创意产业发展的趋势。

## 海外拼布作品亮相中心书城

5月14日至31日,以“中国最好的拼布展”为目标打造的中国拼布展将在深圳文博会分会场中心书城北区中央通道举行。拼布展将展现美国、日本、韩国等地名家的约5000件拼布作品。另外,会场还开辟了拼布原材料及衍生品展区,展示销售日本最大的工具制造商乐工具、日本布料供应商奥林巴斯、日本真善美缝纫机、德国salf拼布材料制造商等商家的拼布材料工具约20万件及成品约1万件。此外,来自日本等地的老师将在现场进行免费教学,增强互动性。

生活”为主题的出版物新品看样交流订货会在中心书城首层综合书店举行。该订货会将展出国内的手工趣味DIY、设计文化、建筑文化等类别的千种图书,以及来自新加坡、英美等国家主流出版社的优秀出版物。

## 观澜版画基地举办“国际当代版画作品邀请展”

本届观澜版画基地分会场很国际,也很亲民。观众不仅可以欣赏到世界各国版画大师的作品,还可亲手制作版画,体验创作的乐趣。5月17日上午,观澜版画基地分会场开幕。“聚变——国际当代版画作品邀请展”同时举办,有中国、法国、比利时、波兰、保加利亚、美国、澳大利亚7个版画大国60名艺术家的120件作品参展。另外,基地将举办“聚变——国际当代版画发展的回顾与展望”学术论坛。作为目前国内最高水准、最大规模的版画推介交易平台,中国(观澜)原创版画交易会仍是重头戏,将有千余位艺术家的近万件版画原作参与。

5月17日至31日,以“创意书