

中国(深圳)国际文化产业博览交易会从2004年开始,迄今已举办八届。10年来,一大批文化创意企业、产品在这里找到“伯乐”,实现了从创意到市场的飞跃。如今,深圳文博会已成为中国文化走向海外的“桥头堡”,越来越多有竞争力的文化创意产品和企业通过文博会登上了令人瞩目的世界舞台。

# 深圳文博会:中国文化走向世界的“桥头堡”



## ■ 强化推介:海外客商逐年递增

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说,文博会肩负着“拉动中国文化产业发展”和“推动中国文化产品出口”两大核心任务。“同文博会设立之初相比,我国文化产品出口地区结构呈现积极变化,欧美

逐渐成为文博会的主要出口地区。”叶建强说。

目前文博会的海外招商渠道越来越开阔,海外招商的质量和数量也逐年提高。据叶建强介绍,从第八届开始,文博会改变过去“广泛撒网”的海外推介模式,

在欧洲地区的招商强调针对性,与海外代理商合作,制订欧洲企业、机构参与文博会的市场分析、访谈和报告,并在欧洲设立“文博会咨询台”,面向对中国文化项目和产品感兴趣的专业买家提供专业的咨询服务。第八届文博会克服了欧洲经济不佳等不利因素,超额完成15000名海外采购商

的邀请任务。主办方告诉记者,第九届文博会国际化水平更为明显,本届文博会扩大了专业展馆的海外展区面积,使其达到全馆面积的13.7%。目前已有10多个国家超过40个海外机构报名参展,吸引了来自91个国家和地区的海外采购商16097人,已有16个国家的文化部部长等政府官员明确参会,创下历届之最。

## ■ 龙头企业:引领创新产品走出去

每一届文博会上,都有一批行业领军企业和代表未来文化产业发展趋势的产品项目亮相,他们在促进文化创意产业创新发展、推动产业结构不断优化升级的同时,勇敢地走向海外参与国际竞争,成为引领中国文化走出去的风向标。

深圳雅图数字视频技术有限公司是一家集投影技术研发、高端制造和新媒体文化创意、数字科技、连锁院线于一体的文化科技企业,每年都参加文博会。文博会见证了雅图如何在历届文博会签下大项目,从小企业发展

为具有国际影响力的品牌企业的历程。目前雅图建立了稳固的全球销售和服务网络,产品在全球100多个国家被广泛应用。2011年第四季度雅图品牌以9.3%的市场占有率位列世界第四。

华强文化科技集团是文博会的另一家“明星企业”,该公司的原创动画片目前输出到海外100多个国家和地区,其主题公园出口到南非、乌克兰等国,环幕立体电影系统及影片更打入了包括美国、加拿大在内的40多个国家,并在欧美建立了60多所环幕立体电影院。



## ■ 中国品牌:从文博会扬帆起航

历经10年磨砺,深圳文博会已成为“中国文化第一展”,在这里交易的文化项目累计超过5000亿元。

与文博会展会规模、国际化程度、交易成果连年攀升的同时,深圳的文化产品出口以每年14%的速度在增长,已成为我国文化出口的重要基地和主要口岸。一大批文化创意企业与文博会共同成长,逐步发展为在国际上具有一定竞争力的世界品牌。

深圳市闲云工艺品有限公司(以下简称“闲云工艺”)拥有一批自主知识产权的油画、雕塑等艺术作品,是中国目前规模最大的油

画创作厂商之一。该公司副总经理钟声告诉记者,闲云工艺始终坚持有针对性地在文博会上寻找目标采购商。第八届文博会上,闲云工艺与到会的多国采购商签下13份订单合同,签约金额是当年文博会之最。第九届文博会,闲云工艺又邀请了20位美国大买家来深圳选购。

钟声说,文博会为本土文化企业提供了接触世界各地采购商的机会,足不出户就可以将中国的文化产品销售到国外。深圳文博会成为中国文化产品走出去的最佳服务平台。

深圳市香云莎服饰有限公司

(以下简称“香云莎”)是深圳第二批市级非物质文化遗产“香云纱染整技艺”保护传承单位,是拥有完整自主知识产权及自主创新能力的民族品牌企业。据该公司总经理欧阳小战介绍,香云莎已连续七届参加文博会,通过文博会等平台不断打开国内外市场,如今在澳大利亚、美国、新加坡等国都有代理商。

据统计,通过文博会这一平台走向世界的企业数量逐年递增。目前深圳有22家企业被评为国家文化出口重点企业。今年第一季度,深圳市文化产业增加值超过248亿元,同比增长16%。



2012年深圳文化产品出口43亿美元,占全国总量的1/6

## 深圳多措并举力推本土文化产品“走出去”

作为我国对外开放的前沿阵地,深圳在创造开放型、外向型经济奇迹的同时,也实现了文化贸易的扬帆远航。2012年,深圳核心文化产品出口达43.3亿美元,占全国的六分之一,起到了领跑全国的示范带头作用。深圳,已经成为我国文化贸易的黄金口岸和推动中华文化走出去的“桥头堡”。

### 平台助推:文化贸易硕果累累

每年5月,全球文化产业界的眼光就会聚焦深圳,定格在中国(深圳)国际文化产业博览交易会上。作为国家级、国际化、综合性的文化产业盛会,深圳文博会自创办以来就突出“博览和交易”两大主题,积极探索符合国际惯例和市场运作规律的营销方式,目前已成功举办八届,累计贸易成交额超过6400亿元,出口额超过735亿元,数以万计的文化产业项目在这里得到展示。事实证明,深圳文博会已成为中国文化产品和服务走向世界的重要平台和中外文化企业交流合作的最佳场所。不仅如此,深圳还在中央指导下成立了文化产权交易所,参与发起设立中国文化产业投资基金,为文化贸易企业提供良好的投融资服务,它们与深圳文博会共同构成了促进中国文化产业发展、推动中华文化走出去的“三驾马车”。

### 政策驱动:文化产业如日中天

当前,经济全球化特征日趋明显,国际文化贸易空前活跃。在新形势下,深圳市将文化产业确立为四大支柱产业和重要的战略性新兴产业之一,相继出台

多项政策措施,推动文化市场创新,提升文化贸易质量。

2011年10月,深圳出台《文化创意产业振兴发展规划》,明确将“推动文化创意产业走出去”作为主要任务之一,提出了一系列配套措施,促进文化和科技融合发展,推动文化出口转型升级;支持文化创意企业参加国际展会,鼓励与海外相关机构合作举办文化产业投资贸易推介活动;支持文化企业在海外兴办经营实体,建立文化产品营销网点;每年认定“文化创意企业出口十强”,并对进入国家重点文化出口目录的企业和项目给予奖励,多方面、多维度拓展国际市场,扩大文化产品和服务出口。

### 自主创新:贸易主体比肩欧美

没有金钢钻,不揽瓷器活。文化企业是文化贸易的主体,文化企业的质量、规模和实力,决定着—个国家和地区在国际文化市场中的地位。在产业政策的有力推动下,一批拥有自主研发能力和自主品牌的深圳文化企业抓住机遇,迅速成长,实力不断增强,与西方文化企业巨头同台竞技,为我国文化企业在国际市场占有一席之地发挥了重要作用。

如深圳华强文化科技集团提出“文化+科技”模式,努力推动具有自主知识产权的文化产

品出口,先后向美国、加拿大等40多个国家输出70余套“环幕4D影院”系统,每年出口配套影片20余部。华强集团还开创了文化科技主题公园整体打包输出的新路子,与伊朗、南非、乌克兰等国合作兴建主题公园,使我国成为继美国之后第二个大型文化主题公园出口国。

除此之外,深圳环球数码科技有限公司、深圳第七大道科技有限公司、深圳永丰源集团、深圳雅昌集团等企业也都凭借自己的独创产品与知识产权,在国际贸易舞台上比肩欧美,成为全国文化产品出口创汇的“排头兵”,并赢得了国际业界的充分肯定。腾讯、华视传媒、A8音乐等优秀文化企业也在境外成功上市。产业主体的不断壮大,使深圳在全国对外文化贸易格局中的作用和地位日益增强。

### 强强联合:贸易基地抱团远航

强强联合,相得益彰。在支持文化企业大力发展对外贸易的同时,深圳积极打造12个国家级文化产业示范基地和50多个市级文化产业园区,积极支持文化企业以“集团军”的形式走出去,尝到了“抱团”远航的甜头。

人们熟知的大芬油画村,原本是龙岗区一个相对封闭的客家村,现在却是国际知名的油画交易中心。经过

10余年的发展,大芬村聚集了各类油画经营门店1100家,画家、画工8000多人,每天都能收到大量海外订单,年出口额近20亿元。罗湖水贝珠宝城汇聚了1500多家珠宝企业,是全国黄金珠宝企业最集中、产业链最完善、交易最繁忙的珠宝基地。我国每年生产和出口5万件珠宝,就有3件来自这里。

罗湖笋岗工艺礼品城是国内最大的工艺礼品展示、交易和出口基地,2012年与澳大利亚有关方面合作建立了“澳洲深圳工艺礼品展示中心”,是国外首家以“深圳”命名的大型常设展馆;开创了由大型专业市场和行业协会联合,帮助中小企业“抱团”拓展海外市场的新模式。

深圳高新区是全国首批16家国家文化和科技融合示范基地之一,这里聚集了200多家知名文化科技企业,文化科技产业年产值逾200亿元,文化贸易发展迅猛,是深圳文化产品和服务的出口重镇。

距离深圳高新区不远,就是正在规划建设中的前海深港现代服务业合作区。这片被誉为“特区中的特区”的土地,将借助区位和政策优势,建设一个国家级文化创意产业园区,吸引国内外最优秀的文化企业入驻,推动国家级对外文化贸易基地落户,全面建成后将有望成为我国对外文化贸易新的增长极。

(本版撰文 林金华)

### 链接

#### 雅图科技: 跻身国际知名品牌

深圳雅图文化科技集团坚持以中国市场为基础,占据欧美主流市场,整合国际优势资源,积极实施海外扩张计划。境外市场占有率从2008年不到20个国家和地区,发展到2011年拥有80多个国家和地区;市场开拓从东南亚、中东、北非等市场,拓展到欧美主流市场;2011年上半年,雅图在印度市场份额排名第二,在土耳其成为首选品牌,在墨西哥名列前茅;外销收入同比增长176%。通过在大量海外订单,年出口额近20亿元。罗湖水贝珠宝城汇聚了1500多家珠宝企业,是全国黄金珠宝企业最集中、产业链最完善、交易最繁忙的珠宝基地。我国每年生产和出口5万件珠宝,就有3件来自这里。

在全球经济发展放缓和紧缩的背景下,雅图研发的投影显示终端等文化产品出口逆势增长,2009年出口收入3662万元;2010年出口金额3754万元;2011年突破亿元大关,较2010年3754万元增长167%;2012年1至4月实现外销收入8149万元,较2011年1至4月2665万元同比增长205%。未来3年将保持强劲的增长势头。

#### 骄阳数字: 引领行业绿色网游

深圳骄阳数字图像技术有限公司致力科技创新,利用3D数字技术和视觉创意,为国际客户创作,设计了数以千计的3D产品,累计创汇数百万美元。其产品服务包括3D动画、3D影视广告、3D虚拟现实、多媒体等,其创意设计作品以其独特新颖的创意视角和精湛细腻的表现手法,多次获得国际大奖,多部作品被收录入专业年鉴或年度作品集,其中

骄阳的3D动画作品《Time, City On Clock》获得第三届国际CG卓越动画短片类第一名,并入围2008年度CGA建筑动画大奖提名。

2009年,骄阳公司成功为全球最专业、应用最广的3D Max软件创作开机画面,多部作品被收入Autodesk全球客户设计作品集。同时,骄阳还与欧美顶尖的CG公司建立起长期合作关系,通过合作开拓了国际视野,提升了创意和技术水准,与国际标准接轨。2011年,骄阳公司“第七大道”网页游戏全年营业收入总额为2.3亿元人民币,其中出口创汇总额1492万美元,纳税3477万元,主要出口国家为印尼、泰国、菲律宾、马来西亚、新加坡、印度、越南和欧美国家,以及我国港澳台地区,并成为行业绿色网游的“引领者”。

#### 华强科技: 国际市场叱咤风云

华强文化科技集团掌握了多个文化领域的关键技术,拥有大量原创自主知识产权,在国际化发展探索中提出了以文化科技主题公园、特种电影成套设备、原创动漫产品、环幕4D影院等产品作为进入国际市场竞争的拳头产品,将中国文化产业逐步推向世界。近年来,华强争取到了大量优质国际客户资源,赢得了广泛的国际市场认可和赞誉,建立了良好的国际知名度及“方特”“FANTAWILD”品牌美誉度。

2011年,华强文化科技集团产业出口成绩显著,出口金额达491万美元。其中,华强文化科技主题公园出口伊朗296万欧元,约391美元;华强特种电影远销巴西、印度、叙利亚、菲律宾、乌克兰等国家,出口金额约21万美元;华强原创动漫产品输出至美国、意大利、俄罗斯等国家和地区,出口金额79

万美元。

目前,华强已拥有未来科幻类主题公园“方特欢乐世界”、中国文化类主题公园“方特梦幻王国”两个完全自主知识产权的文化科技主题公园品牌;成功研制出环幕4D电影、悬挂式球幕电影、巨幕4D电影等多类特种电影形式,出口到美国、加拿大、意大利等40多个国家,每年有20余部配套电影租赁出口;华强原创动画累计出口10万分钟,覆盖美国、意大利、俄罗斯等100多个国家和地区。

#### 中华商务: 设备顶尖出口兴旺

中华商务联合印刷(广东)有限公司是中华商务联合印刷(香港)有限公司的全资附属机构,于1995年注册成立,位于深圳市龙岗区平湖工业城,占地10万平方米,员工1500余人。公司设备先进,有德国海德堡、罗兰各种型号平张印刷机,国内最先进的海德堡M-600高精度八色商业轮转印刷机,还拥有计算机直接制版CTP全数字流程生产线,各类精装、平装和骑马订联动线,以及票据、存折等印装设备。

公司是以生产高档优质印刷品为主的综合性印刷企业,主要产品有书刊画册、挂历贺卡、儿童书籍、商品样本、商标、包装纸盒、银行票据和存折本簿等,集书刊印刷、包装印刷、安全印刷、商业印刷、零件印刷于一体。

中华商务主要出口各种高端印刷品,主要包括香港、美国、德国、法国、日本、澳大利亚、巴西、印度、意大利、南非等30多个国家和地区,产品深得海外客商认同青睐。2011年,公司销售总额达7.5亿元人民币,出口销售达5.4亿元人民币,外销达70%以上,出口创汇8227万美元。