



搭建海内外文化产业合作交流平台

——访深圳文博会组委会主任、文化部部长蔡武

本报记者 王连文

由文化部、商务部、国家新闻出版广电总局、中国国际贸易促进委员会、广东省人民政府和深圳市人民政府联合主办的第九届中国(深圳)国际文化产业博览交易会(以下简称“深圳文博会”)5月17日至20日在深圳举行。一直以来,文化部作为主办单位之一对深圳文博会这一品牌性文化产业展会给予了大力支持。第九届中国(深圳)国际文化产业博览交易会开幕前夕,记者就本届文博会的举办以及文化产业有关政策举措等采访了深圳文博会组委会主任、文化部部长蔡武。

记者:党的十八大对扎实推进社会主义文化强国建设、推动文化大发展大繁荣作出了全面部署。今年是全面贯彻落实十八大精神的开局之年,在这样的背景下,由文化部等部门主办的第九届中国(深圳)国际文化产业博览交易会有何特殊意义?

蔡武:一直以来,我们党把文化建设放在党和国家全局工作重要战略地位,努力探索中国特色社会主义文化建设内在规律,走出了中国特色社会主义文化发

展道路。特别是党的十八大和新一届中央政府对在新的历史条件下全面建成小康社会、加快推进社会主义现代化、夺取中国特色社会主义新胜利作出重大战略部署,文化建设在中国特色社会主义伟大事业“五位一体”战略布局中的地位和作用进一步凸显,实现文化强国梦成为中华民族伟大复兴“中国梦”不可或缺的重要组成部分,我国文化建设进入了前所未有的繁荣发展的黄金时期。

今年是全面贯彻落实党的十八大精神的开局之年,是实施国家“十二五”规划承前启后的关键一年,是为全面建成小康社会奠定基础的重要一年。在这样的大背景下,由文化部等多部门联合举办第九届中国(深圳)国际文化产业博览交易会有着重要意义,体现了“双轮驱动”发展思路下,国家通过大力发展文化产业,推动其成为国民经济支柱性产业,满足人民群众日益增长的精神文化需求,增强中华文化软实力的决策部署。经过10年的培育和发展,深圳文博会已成长

为国内一流、世界知名的文化产业展会。相信本届深圳文博会能够在发挥“内引外联”作用、进一步促进和带动中国文化产业发展的同时,为客商提供个性化、专业化的采购服务方案,增强海外采购商参会的实效性。

记者:深圳文博会作为品牌性文化产业博览交易会,可以说一届一届有特色、年年有提高。请问本届展会较之以往各届有哪些亮点、特色?

蔡武:的确,按照“把深圳文博会办成国际知名品牌”的打造和建设思路,深圳文博会专业化显著、市场化突出、国际化鲜明,已成为展示我国文化产业又好又快发展的窗口,海内外文化产业界实现大交流、大合作、大发展的平台。本届深圳文博会首次明确提出了“交易为王”原则,重点选择市场前景好、产业化程度高、能够促成交易特别是合同交易的内容,进一步完善促进交易配套服务,搭建符合国际市场需求的采购和投融资平台。本届文博会加强了对海外采购商参展前的需求统计分析,为客商制订个性化、专业化的采购服务方案,增强海外采购商参会的实效性。

平台:让文化变成“真金白银”

第二,参展规模明显扩大。本届深圳文博会共有2118个政府组团、企业和机构参展,比上一届增加190个,海外招商邀请来自91个国家和地区的16097名采购商。在“优中选精”组展原则下,吸引了一大批文化产业领军企业参展,主展馆龙头企业参展比例达64%,特装展位达93%。本届深圳文博会还首次明确提出了“交易为王”原则,重点选择市场前景好、产业化程度高、能够促成交易特别是合同交易的内容,进一步完善促进交易配套服务,搭建符合国际市场需求的采购和投融资平台。本届文博会加强了对海外采购商参展前的需求统计分析,为客商制订个性化、专业化的采购服务方案,增强海外采购商参会的实效性。

第三,文化新业态集中亮相。本届深圳文博会首次设立了文化旅游馆,并在文化产业综合馆新设文化新业态展区,将集中展示16家首批国家级文化与科技融合示范基地落实国家文化科技创新工程、发展文化科技产业的最新成果、政策和发展规划,更

又是一年五月,风景旖旎,年轻繁华的深圳别来无恙。今天,我们又一次相约在这里,赶赴与深圳文博会的第九次约会。这一届文博会,政府组团参展“满堂红”已经不再是新闻,而是连续4年的“惯例”;参展商数量的增加也不再引人注目,而是越来越笃定的事实;交易额的逐年攀高,透露出的是深圳文博会的十年来的发展、壮大和繁荣。

2004年,当深圳举办第一个

第四,节俭环保与优化服务统筹兼顾。本届深圳文博会坚持节俭办会、环保办会,不举办大型开幕式,展馆布置简约大方、低碳环保,嘉宾接待严格从简,一切服务于展会的实际成效。与此同时,本届深圳文博会在优化展会服务、提升展馆管理和服务礼仪专业化水平方面也下了很大功夫。可以说,本届深圳文博会做到了节俭环保与优化服务“两手抓”“两加强”。

记者:获评为国家文化产业示范基地(园区)的文化企业和相关单位展区,是每届深圳文博会上的特色展区。文化部已经授牌和命名的几批国家文化产业示范基地(园区)目前运转和经营情况如何?

本届文博会,政府组团参展“满堂红”已不再是新闻,而是连续4年的“惯例”;参展商数量的增加也不再那么令人瞩目,而是蝴蝶效应下越来越笃定的大势所趋;交易额的年年攀升不再是可能的预期,而是有“惊无险的意料之中。人们开始期待和关注的,是透过文博会的窗口,以文化之名,审视深圳这座年轻城市之于文化强国与民族复兴的探索与贡献。

祝深圳文博会历久弥新!

五月的鹏城,凤凰花灿烂如云锦。今天,第九届中国(深圳)国际文化产业博览交易会(以下简称“深圳文博会”)在广东省深圳市隆重开幕。

这是党的十八大胜利召开和新一届中央政府成立后,深圳文博会的首次绽放。站在新的历史起点,承载着为实现伟大“中国梦”贡献力量的重要使命,深圳文博会以贸易扬帆,以文化表达,再次远航。

从坚持实施“内容为王”和“交易为王”的“双王”战略,摒弃由政府大包大揽的传统模式,坚持市场化运作的思路,提出“政府支持、企业办展”的模式,由承办单位负责将项目、活动、展会的各项工作细分,寻找合作伙伴,通过市场机制承办,到第一届成交356.9亿元,第二届成交275.40亿元,第三届成交499.13亿元,第四届成交702.32亿元,第五届成交880.69亿元,第六届成交1088.56亿元,第七届成交1246.85亿元,第八届成交1435.51亿元,深圳人用实干兴邦的作风完美诠释出文化产业领域的“深圳效率”。十年的筚路蓝缕,十年的励精图治,深圳,以其始终如一的自信和层出不穷的创新,在探索和推动中国文化产业发展道路上,不辱使命。

本届文博会,政府组团参展“满堂红”已不再是新闻,而是连续4年的“惯例”;参展商数量的增加也不再那么令人瞩目,而是蝴蝶效应下越来越笃定的大势所趋;交易额的年年攀升不再是可能的预期,而是有“惊无险的意料之中。人们开始期待和关注的,是透过文博会的窗口,以文化之名,审视深圳这座年轻城市之于文化强国与民族复兴的探索与贡献。

祝深圳文博会历久弥新!

产业规模化、集约化、专业化水平,增强文化整体实力和竞争力,推动文化事业全面繁荣、文化产业快速发展。

文博会创办至今,深圳人在一张白纸上重新,从文化与科技的结合上别开生面,走出了一条文化与科技结合的创新之路。今年,第九届文博会更是首次设立以“文化+科技”为主题的文化新业态展区,以“文化+科技”为主题,来自北京、上海、天津、重庆、深圳等16家国家级文化与科技融合示范基地将集体亮相,并带来各地落实国家文化科技创新工程,发展文化科技产业的最新成果、政策和发展规划。同时,超过60家企业的70余项文化科技融合的代表性产品也将一展风采。从主题展区,到主题展馆,再到品牌企业,“文化+科技”的氛围越来越浓。

深圳并非文化资源大市,但文化建设和产业发展能够后来居上,并在年复一年的探索中始终散发出耀眼的光芒,显示了深圳文化人不懈的创新探索。

从道路层面看,深圳率先探索中国改革开放的发展道路,为实现中国梦先行先试、提供经验;从精神层面看,深圳不仅创造了辉煌卓越的物质成就,还创造了浓墨重彩的改革创新的先进观念,彰显了实现中国梦的时代精神;从力量层面看,深圳多民族齐聚和开放包容的城市品格,为中国梦在深圳的落地生根聚合了力量。我们有理由相信;改革开放的先行先试、拓荒创新的深圳精神,将为实现中国梦汇聚文化的力量,共襄中华民族的伟大复兴大业。

祝深圳文博会历久弥新!

为中国梦贡献文化的力量

——写在第九届深圳文博会开幕之际

本报评论员



5月16日晚,大型合唱交响音乐会《人文颂》在深圳音乐厅奏响,由此开启第九届中国(深圳)国际文化产业博览交易会的大幕。 本报记者 谭志红 摄

《人文颂》开启第九届深圳文博会大幕

本报讯(记者林金华 谭志红)“四海皆兄弟,那是做人的主张。仁义礼智信,万古流芳……”5月16日晚,大型合唱交响音乐会《人文颂》在深圳音乐厅奏响,由此开启第九届中国(深圳)国际文化产业博览交易会的大幕。广东省省长朱小丹、商务部副部长钟山、深圳市市长许勤出席。

《人文颂》由深圳市委宣传部策划、撰稿并协同深圳市文体旅游局、市对外文化交流协会和深圳交响乐团实施。作品委约著名作曲家、中国音乐学院教授王宁作曲,从最初创意至创作基本完成,历时6年多。

“大型交响乐《人文颂》是献给伟大中国梦的作品!”《人文颂》的节目册扉页上的这句话,道出了这部作品的创作主旨。该作品紧扣儒家文化的核心要义,分“仁、义、礼、智、信”5个乐章,缀以序曲和尾声,以交响乐的表现手法,对儒家文化进行具有时代性和开拓性地诠释,呈现出一幅恢弘壮丽的儒家文化交响画卷,以此激励全体中华儿女为民族复兴的中国梦矢志奋斗。

第九届文博会共有2118个政府组团、企业和机构参展,比上届1928个增加190个,全国31个省、自治区、直辖市及港澳台地区全部参展,再次实现“满堂红”。海外招商邀请到来自91个国家和地区的海外采购商16097人,超过第八届最终邀请到的16081人。组展中坚持“优中选精”的组展原则,强化对文化产业核心层领军企业的展示,主展馆龙头企业参展比例达64%,特装展位达93%。同时,政府组团在省级组团“满堂红”的基础上,范围进一步覆盖到了文化产业发展较为突出的地级市。

本届文博会还首次设立了文化旅游馆,重点突出具备文化内涵的旅游项目。同时在文化产业综合馆新设了文化新业态展区,集中展示16家首批国家级文化与科技融合示范基地。

深圳文博会,与文化强国梦同行

本报记者 边思玮

国家级文化产业博览会时,有人曾质疑:“文博会,能长久办下去吗?”然而,短短5天的首届深圳文博会获得了空前的成功,从此在神州大地叫响名号,成为当年“中国文化十件大事”之一。

从首届开始,深圳文博会给参展商留下的直接印象,就是文化能够转变为“真金白银”。在深圳,连续九届作为深圳文博会分会场,依靠文博会一夜成名的大芬油画村,2004年首届深圳文博会大幕开启;2007年党的十七大后,深圳文博会逐步成为文化大发展大繁荣的驿站;如今,承载着党的十八大提出的文化强国梦想,深圳文博会扬帆远航。

获得“真金白银”的投资并不是深圳文博会赋予参展商的全部。在这里,参展商不仅能了解到我国文化产业最前沿的政策、技术和信息,更能彼此相互取经、交流,为企业直接参与市场竞争提供了绝佳机会。在这里,一个个文化项目从纸上协议变成了精彩现实,参展商的信心也越来越足。据统计,第八届深圳文博会的成交额达875.62亿元,占成交额61.11%,同比增长45.82%;意向成交485.82亿元,占成交总额的33.9%。

为了文博会覆盖更多地域,在第四届深圳文博会上,深圳通过市财政补贴方式对中西部省区参展给予经费补贴,免除了相关单位50%的展位费用,大大激发了中西部省份参展、交易的兴趣,效果显著。近年来,不仅有更多中西部城市组团来到深圳,更有政府组团深入到了县镇一级。据悉,江西省婺源县等一批县级独具地方特色的文化产业内容将于本届深圳文博会亮相,交易平台

效应正在向更广泛的地域渗透。一花引得百花绽。深圳文博会的成功产生了示范效应,“文博会热”迅速在全国蔓延。北京国际文化创意产业博览会、中国东北(沈阳)文化产业博览会、中国西部文化产业博览会等纷纷举办,将文博会的效应辐射祖国各地。

越来越多的优秀文化项目亟待扶持,各式各样的文博会遍地开花,对敢为天下先的深圳文博会提出了更高、更强的要求。

桥梁:连接古今 沟通中外

古老的中华,年轻的深圳。在深圳这个改革开放的桥头堡,文博会架起了古老与现代之间的桥梁,创意与实践融合灵感在这里迸发。

2011年第七届深圳文博会非遗馆开馆,唐卡、湘绣等来自17个省区市的208个非遗项目得到了展示和投资的机会。与此同时,在新闻出版馆里,龙源期刊网正在推介最新的“微阅读”服务及相

关阅读产品。纵观历届深圳文博会,不仅古老的中华文化得到了展示,产品打开了市场,与文化“联姻”的科技产品也日益凸显着“中国创造”更快、更好的现实。更可喜的是,中国传统文化也借助着现代创意理念,在与海外设计交流和碰撞的过程中,用优秀的产品闯出了市场。