

# 文博十年： 深圳文化产业发展迎来“新纪元”

## ——访深圳市委常委、宣传部部长王京生

本报记者 林金华 彭海霞



筚路蓝缕,以启山林。2004年,它的名称还是“首届深圳国际文化产业博览会”,仅有大芬油画村一个分会场。如今,它已是享有国际声誉的“中国(深圳)国际文化产业博览交易会”,并在今年设置了54个分会场。回顾十届文博会,十一载风雨兼程,不平凡,也不容易。但这11年坚守,十届探索,成就了文博会“中国文化产业第一展”的美誉,铸就了文化产业发展的“深圳典范”。近日,记者就十届文博会与深圳文化产业发展采访了深圳市委常委、宣传部部长王京生。

**记者:**从2004年一路走来,深圳文博会已经成长为“中国文化产业第一展”。今年深圳文博会迎来第十届,更具“里程碑”意义。您如何看待十届深圳文博会的功绩?

**王京生:**文博会作为我国第一个国家级、国际化、综合性的文化产业博览交易会,有两个功绩不可磨灭。首先,文博会肩负着中华文化的承载者、传承者和传播者的责任,不断提升着中华文化在全世界的影响力、渗透力,为展示中华文化、促进中华文化走出去搭建了一个广阔的平台,这个平台意义重大。文博会从2010年开始,连续5年实现“满堂红”,它集中展示了我国中东部经济发达地区和西部经济欠发达地区文化产业发展成果。同时,搭建了港澳台地区和内地文化交流与融合的平台,促进了两岸三地同胞同文同种的文化认同,提升了中华民族的文化软实力和凝聚力。

其二,文博会带动了深圳乃至全国文化产业的迅猛发展。文博会的诞生,彰显了深圳以及国家相关主管部门高度的文化自觉,文博会的蓬勃发展,则体现了强烈的文化自信,正是在这一平台上,文化产业的多业态发展格局初步形成,为文化发展注入了不竭的动力,催生了一批产业发展前景好、市场化程度高、创意与创新融会贯通的文化企业和文化品牌,实现了文化产业的集聚效应。记得首届文博会举办时,深圳文化产业增加值仅占GDP不到3%,也只有一个分会场,而到了2013年,深圳文化产业(国家口径)增加值达到1087亿元,占GDP的比重约7.5%。在文博会的助推下,一系列各具特色、业态丰富的分会场也成长起来,并带动了文化产业园区、基地的发展,形成了深圳纷繁多元的文化产业发展业态,推动了深圳文化产业集聚化、规模化发展。

**记者:**深圳并非文化资源大市,但却走出了一条文化与科技结合的创新之路,一大批文化科技龙头企业在深圳成长起来,为全国文化产业的发展作出了有益的探索与贡献。您认为在文化与科技融合方面深圳有什么经验值得借鉴?

**王京生:**科技推动是文化发展的重要动力,文化与科技紧密融合是新兴城市文化发展的必然选择。深圳就是这方面的典型,这源于几个因素。

一是深圳在全国较早实行文化科技自觉。深圳市委、市政府对文化科技产业发展极为重视,对文化与科技的融合创新意识较早、认识深刻。深圳以超前眼光和全新理念制

定和实施“文化立市”战略,意识到文化与科技融合是铁律,是文化企业发展的根本出路,是文化建设中的重要力量,将文化科技产业作为现代产业体系建设的重要内容加以推动,近十年来出台了一系列扶持政策,推动文化产业和文化事业大发展。二是深圳具备加快发展文化科技产业的良好基础。深圳作为新兴移民城市,科技发达,多元包容的现代文化和创新型城市的浓厚氛围使得发展文化产业具有独特优势。特别是高新技术产业起步早、水平高、实力强,国内很少有城市能相提并论。而现代科技不仅创造了巨大的物质财富,也推动了与之相适应的新型文化理念和模式形成。凭借这个优势,深圳选择了“文化+科技”的道路,创新文化产业发展方式,解决了文化底子薄弱和资源不足的问题,推动文化产业跨越式发展。

文化科技产业发展的重点是打造文化领军企业,包括具有行业领先地位、国际竞争力强的行业领军企业,自主创新能力强、技术先进、主业突出的行业骨干企业以及拥有自主知识产权、发展较快、产品市场前景好的优质成长企业。深圳诞生了第一家以“文化科技”命名的企业——华强文化科技集团,共认定了32家“文化+科技”型示范企业,一大批文化科技品牌竞相产生;大力构建以企业为主体、市场为导向、政产学研用相结合的文化科技创新体系,建设了446家重点实验室、工程实验室和企业技术中心,形成200多家产业共性技术和检验检测平台,依托先进的创新体系,催生出数字内容、文化软件、动漫网游、创意设计等新兴业态,演艺、印刷、工艺美术等传统业态也在与科技的融合中走向高端,获得新生。

**记者:**深圳被誉为“创造了文化发展的深圳奇迹”,不仅成功探索出“文化+科技”的科学路径,“文化+旅游”“文化+金融”“文化+创意”“文化+电商”等各种业态在全国也颇具代表性。去年,第九届深圳文博会首次设立“文化新业态展区”。本届文博会上,新业态内容参展比例更是高达70%。您认为要如何增强文化产业各业态间的融合升级?

**王京生:**文化产业具有很高的产

业关联度,具有产业融合的特点,能够将创意、文化、技术、市场融为一体,带动一大批相关产业发展,促进产业转型升级和效益提升。深圳催生了一批新兴文化产业形态,以华侨城为代表的“文化+旅游”模式和以文化产业交易所、中国文化产业投资基金为代表的“文化+金融”模式成为文化产业创新发展的亮点。

业态融合就是要进一步推动文化产业与各行业、各领域的联动发展,不断拓展新型文化产品和服务。文化产业与其他产业相互渗透趋势正日益加剧,对传统产业文化内涵和品质的提升发挥着积极作用。在文化科技融合过程中,新兴产业门类和文化业态不断涌现,促进与之相关的产业不断升级换代。文化产业还具有低碳经济的特点,是受资源环境瓶颈制约较小的新兴产业之一,不会随着资源枯竭而萎缩,不仅消耗低、污染小,而且能改变传统消费观念和生活方式,促进节约资源、保护环境,实现生态增值,助推并提升低碳经济的文化内涵。因此,促进文化与各领域的业态融合具有重要意义。

目前,业态融合升级要从以下几方面着手。一是继续推进文化和科技融合发展。积极运用科技手段丰富文化产品的生产方式和传播方式,发挥科技创新对文化产品内容的启发效应和对产品形式创新的带动作用,增强文化产品的表现力和吸引力。二是加快“文化+信息”融合的探索发展。随着人们的生产方式、生活方式越来越融入信息与网络时代,任何产业都将借助于信息技术形成全球供应链组织,文化产业新业态的信息创新空间越来越无边界,要以及时满足需求为业态创新的立足点和出发点,利用网络信息技术改造文化产品创作、生产、传播和消费的每一个环节。三是加强新兴业态的细化创新。要保持产业的竞争力和持续发展能力,就要不断在细分市场中探索新的业态和模式,做到人无我有、人有我优。更加注重推动文化产业与制造业、金融业、建筑房地产业、软件业、休闲旅游业等其他产业的交融,培育更多文化新业态,催生更多产业发展的新引擎。

**记者:**您去年提出打造“文化产业升级版”,并提出了具体思路目标和实施路径。能否结合具体实际谈

谈未来深圳文化产业的发展思路与路径?

**王京生:**打造文化产业升级版的主要目标可以概括为“五高五强两低”:高文化内涵,创意能力强;高科技含量,创新能力强;高附加价值,产业融合能力强;高集聚效应,产业带动能力强;高对外开放度,外向发展能力强;低资源消耗,低碳排放。实施路径则可概括为:业态融合升级,培育优质增量;产业结构升级,提升存量价值;创新模式升级,推动综合创新;产业主体升级,强化龙头牵引;市场体系升级,优化服务平台;开放合作升级,扩大对外贸易。

文化产业已经成为深圳第四大支柱产业和战略性新兴产业,实现了跨越式发展。2013年,深圳文化产业(国家口径)增加值突破千亿元,达到1087亿元,占GDP的比重约7.5%;文化创意产业(深圳口径)增加值达1357亿元,增长18%,占全市GDP比重超过9%;2014年第一季度深圳文化创意产业实现增加值289亿元,增长16.5%,继续保持良好发展态势。

接下来,深圳要按照十八大和十八届三中全会提出的“促进文化和科技融合,发展新型文化业态,提高文化产业规模化、集约化、专业化水平”的总体要求,着眼于构建中国经济升级版和创造深圳质量的目标,进一步发挥文化创意和科技创新在文化产业中的主体支撑和带动引领作用,最终实现文化产业增长速度和数量效益有机统一、文化创意和科技创新双轮驱动、投资和消费共同拉动、资源和环境有效保护利用的创新发展模式。通过转型升级,推动深圳文化产业发展形成新动力、增创新优势,实现新突破、增强竞争力,发挥好规模效应、结构效应、引领效应,巩固和提升深圳作为全国文化产业发展领头羊的地位,发挥深圳在全国文化产业转型升级中的示范带动作用。

**记者:**2006年11月,深圳文博会正式被批准成为国际展览联盟(UFI)认证展会,为深圳文博会“打造国际知名品牌”奠定了基础。您觉得文博会为何能在短短10年取得如此成绩?

**王京生:**深圳文博会的成功绝非偶然,我将其归结为“天时、地利、人和”三方面。

所谓“天时”,就是中央关于文化

体制改革的决定。文博会在这个决定颁布的第二年应运而生,得到了中央各部委和各省、市、自治区的大力支持,大家形成共识,在深圳搭建一个中国文化走向世界的平台。

所谓“地利”,就是深圳毗邻港澳,面向太平洋,与国际间的沟通在中国内地应该说“无出其右”,其改革开放的环境为文博会走向世界占据了地利之便。

所谓“人和”,就是深圳长期的文化自觉。深圳率先提出“文化立市”战略,文博会得到了历届市委、市政府的高度重视。更重要的是,深圳作为改革开放的热土,一直鼓励创新,特别是文化创新已形成新的传统,很多文化企业愿意到深圳来,奔着好的创新环境而来,这也是深圳文博会得到具体支撑的一个最重要的环境因素。

在关注文博会的产业功能时,我们不应该忽略了文博会的社会意义。文化产品走向世界,绝不仅是一种产品的交易,而是体现着一个国家、一个民族、一个城市的价值观的输出,中国文化产品走向世界的过程,正是中国五千年优秀文化价值和改革开放以来的优秀文化成果走向世界的过程,这是文博会对中国文化的贡献,更是对中华民族伟大复兴的贡献。

**记者:**“十年磨一剑”,深圳文博会的国内和海外品牌效应已经凸显,文博会也从初创培育期向转型成长期发展,十届之后,深圳文博会如何继续发挥优势,开拓进取,常办常新?

**王京生:**中央指示要把深圳文博会办成中国文化走向世界的国际知名品牌。深圳市作为主办方之一和举办地,责无旁贷地要为文博会担负应尽责任,以更大的力度、更大的投入和更好的服务,全力提升文博会的软环境,更好地承担国家使命。

纵观世界上各种文化产业展会,都是单一的,如印刷展览会、动漫展览会,唯独文博会是综合性的。把综合性文化展会打造成国际品牌,难度很大,但文博会已闯出一条路,成为中国的一个品牌,正在迈向国际知名品牌展会。文博会综合性的优势,在于它展现了中华文化的博大精深和文化产业全方位的风貌。看起来是综合性的,实际上是集约的,以一个展会满足各方面、各种采货商的集体需求,更聚集了中国乃至世界文化产业的信息,有利于中国文化“打包”走向世界。

深圳作为文博会的举办城市,一直按照中央的部署,围绕“拉动中国文化产业发展”和“推动中国文化产品和服务出口”两大核心目标,重点培育文化产业核心层、九大产业和创意产业,集中展示中国最优秀的文化产品和文化成果,汇聚文化产业投融资项目,努力把文博会打造成为检验和促进中国文化产业发展、推动中华文化走出去、服务中西部文化发展的重要平台。未来,文博会将不断坚持传承与创新,坚持多元文化的吐纳与整合,坚持以服务为本,不断提升展会的“专业化、国际化、市场化、精品化、规范化”水平,打造国际知名品牌,拉动中国文化产业发展,推动中华文化走出去。