

助推中国文化产业扬帆远航

(上接A1版)文博会已成为我区文化产业集中展示的重要平台。”新疆维吾尔自治区文化厅厅长穆合塔尔·买合苏提说。湖南组团参加第九届深圳文博会,还被确定为当年湖南省委宣传部“湖南文化走出去”的三大主体活动之一。而31个省区市参展的“满堂红”,对于深圳文博会来说已经是第6次了。

不断刷新的数字让全国看到了深圳文博会在文化产业展示和交易方面的实力:十年来,深圳文博会总交易额突破8000亿元,合同成交额占总成交额的比例不断攀升。仅仅在第九届文博会上,就有157个超亿元的文化项目成交,合同成交额同比增长24.87%。文博会已成为促进文化产业项目投融资的重要平台。

面向市场,打造文化产业盛宴

从2004年的初试啼声,到2014年的声名远扬,深圳文博会从最开始的参展商“不愿来”到“抢着来”,白手起家成为“中国文化产业第一展”,要归功于其一开始就确立了市场化、专业化的办展思路。

从第二届文博会开始,文博会公司便走上前台,充分发挥市场主体优势,逐年优化参展结构,从过去的形象展示转变为以项目交易和产品贸易为主体的市场化模式,并通过举办项目推介会、艺术品拍卖会、系列签约洽谈等活动和服务,形成文博会多元化、市场化的交易格局。

这些年,利用网络技术,更加面向市场,“永不落幕”的文博会渐成现实。从第三届开始,文博会开始建立客户服务数据库,并进行常态跟踪。目前,国内客户数据已超过26.8万条,海外客户数据已超11.6万条,文化产品的线上展示和交易也越来越频繁。

敢为天下先的深圳文博会,十年来不断创新思路,让文博会品牌的进一步发展壮大成为可能。与海外代理商合作,在我国港澳台地区及东南



亚、欧美等地开设“海外直通车”,让中外客商沟通更加便捷。从第六届首设非物质文化遗产馆,到第八届设立创意设计生活馆,再到第九届首设文化旅游馆和文化新业态展区,深圳文博会始终紧跟文化产业的发展步伐。第七届和第八届文博会冬季工艺美术精品展,更是文博会对“1+N”办展模式的成功探索。首创分会场模式,将文博会的精彩扩展至全市甚至海外的数十个分会场。

据介绍,本届文博会文化产业核心层参展率达96%,比第九届文博会的95%提升1%;文化产业龙头企业参展比例达到68%,比第九届文博会的64%提升4%。“第十届深圳文博会将在提升实效上下功夫,坚持以需求为导向、以内容为核心,进一步强化文博会交易功能,促成更多的实质性交易,让文博会取得实实在在的

的经济成果和社会效益。”深圳市市长许勤如是说。

扬帆远航,文化产业的中国名片

从创立之初,以展会形式打造对外文化交流平台,让更多的中国文化产品走向世界就成为了深圳文博会的一项重要使命。如今,在文博会现场随处可见来自不同国家的面孔。强有力的数据说明了深圳文博会的国际化影响力:2010年,文博会海外出口交易额突破100亿元;2011年89个国家和地区超过12万名海外参展商汇聚文博会;2012年,文博会文化产品出口交易额超过115.22亿元,吸引约13.17万人次的海外专业观众观展;2013年,第九届深圳文博会的海外展区比例首次突破10%,达到13.7%;今年,文博会海外展区的比例超过了15%,将有来自全球95个国家和地区的1.7万多名海外采购商参会。

文博会为国际采购商与国内展商的洽谈和贸易提供了高端平台。在这里,遵义杂技团将杂技晚会《依依山水情》等推向五大洲的63个国家和地区;天津福丰达公司将其环幕立体电影系统推广到了60多个欧美国家的电影院;深圳华强文化集团拥有完全知识产权的大型主题公园“方特欢乐世界”走向伊朗和非洲。借助文博会,闽南特色纸扇画、青海唐卡、寿山石雕、苏州刺绣、深圳香云纱、平湖纸龙舞等“养在深闺”的非物质文化遗产也走出“闺房”,面向国际。

文博会的发展让许多海外参展商慕名而来。俄罗斯列宾美术学院就是其中的典型代表。连续7年参展文博会,如今其油画作品展览作为文博会艺术馆的主导力量,近两年文博会销售额都有近千万元。“文博会是列宾美术学院打开中国市场的窗口。”俄罗斯列宾美术学院院长、功勋画家尤金尼·祝波夫说。

展示和采购的“角色互换”丰富了深圳文博会的国际化内涵,也给中国企业带来“创意风暴”。台湾地区的设计,日本和美国的技术,世界各国文化和创意在此交融荟萃,在文博会这一国际化文化交易平台上,国际展商领略到了中国文化的精髓和中国文化产业发展的前沿,中国展商也在此融入世界文化产业

发展的大背景。

2013年文博会期间召开的文化贸易工作座谈会上,中共中央政治局委员、中央书记处书记、中宣部部长刘奇葆强调,要统筹国际国内两个市场、两种资源,扩大文化领域对外开放,突出文化产品和服务的思想内涵和文化内核,真正把那些思想深刻、艺术性强,具有中国特色、中国风格、中国气派的优秀文化产品推向世界,不断增强中华文化的国际影响力,提升国家文化软实力。

十年来,搭载着中国特色、中国风格和中国气派的优秀文化产品,深圳文博会这艘巨轮一路扬帆,成为中国文化的一张闪亮名片。

引领和创新文化产业发展的见证者

“参加文博会是我们公司发展的里程碑,文博会见证了我们的成长,每年我们都会‘盛装出席!’”珠海天空文化传播有限公司董事长汤泽明说。连续9年参展,天空文化在第二届文博会上推介的“悟空”形象从纸上“跃起”,“变身”为各种衍生产品,再弹跳至欧美、日本、中东等市场。如今,借助着文博会的“筋斗云”,天空文化的品牌越做越响,已是动漫界的耀眼新星。

“文博会对一个企业的影响不仅是简单的增加订单和交易量,而是为企业指引了发展方向,这是一个系统、综合的提升过程。”连续10年参展的雅图文化科技集团董事长谢敬说。这几年的深圳文博会,最令人欣喜的就是很多早年签约的项目如动漫影片、文化产业园等,都成为了现实。

十年来,深圳文博会见证着无数个与天空文化一样的企业从无到有,从蹒跚学步到扬帆远航;也更见证着中国文化产业从摸索起步到蓬勃发展的历程。

2002年,党的十六大提出积极发展文化事业和文化产业,2004年首届深圳文博会大幕开启。2010年4月,中国人民银行、财政部、文化部等九部委联合发布了《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》,同年,由财政部、深圳文博会等联合发起的中国文化产业投资基金获准筹备。2012年深圳文博会举办期间,中宣部、科技部在深圳召开文化与科



技融合座谈会,强调加快文化与科技的融合。今年3月,国务院发布《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》;同月,财政部、中国人民银行、文化部召开全国文化金融合作会议商讨深化文化金融合作,共促文化产业发展。“文化+科技”“文化+创意”“文化+金融”,这些深圳文博会自创办以来一直坚持的宗旨,不仅带动了文化产业的强力发展,成为中国文化产业政策制定的推动者,也是文化产业体制机制创新的实验田。

深圳传奇:从经济高地到文化旗手

深圳文博会也见证着深圳文化产业的发展。2003年,深圳文化产业发展增加值为135.3亿元,2013年文化创意产业增加值达1357亿元,为10年前的10倍,占全市GDP比重达9.3%,年均增速达25%。

十年来,我们看到了深圳这座创造了经济奇迹的城市,在创立和发展文博会的过程中,沉淀出了属于自己的文化底色。她以敢为天下先的精神,让经济领域的奇迹在文化领域重现。

十年,伴随着文化体制改革,文化领域的“深圳道路”不断拓宽。全市有6000多家创意设计企业,工业设计产值占据全国的半壁江山;华强科技、雅图数字、华侨城……文化产业巨头扬名。如今,深圳正在以自己的文化实力和文化自觉,让每一位市民畅享文化体制改革和发展带来的红利。

创新、智慧、有力量——这是深圳文博会带给深圳的文化精神。深圳文博会改变了深圳,见证着中国文化的蓬勃发展,更作为中国文化的展示窗口,让世界得以发现,中华民族伟大复兴的中国梦,正在文化发展的道路上日渐清晰。

