

深圳文博会：文化外贸“直通车”

本报记者 胡振林

“中国文化产品在深圳文博会平台展出，外商在此看样采购，供需双方直接见面，无缝对接，减少中间环节，看中了就洽谈，洽谈好了就签约，广泛促进文化产品贸易合作关系的建立，这就是文博会的文化外贸‘直通车’主要功能。另外一个功能还体现在组织形式上，即面向港澳及国际地区，直接组织邀请更多的境外采购商参加文博会，按照参展商和采购商双方需求，有针对性地引导采购，促成文化贸易。”广东省文化产业促进会副会长、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这样形容文博会的国际化贸易功能。

95个国家和地区的17081名海外参展商将参加第十届深圳文博会。海外展区占比达到15.1%。



海外客商踊跃参加深圳文博会。林泽龙 供图

文化产品出口：得益于文博会助推

据广州海关4月28日公布统计数据，2014年一季度，广东出口文化产品129.8亿元人民币，出口额较去年同期大幅增长94.4%。“在这些文化外贸企业中，绝大多数缘于历届深圳文博会的助推。”与海关部门和外商有着多年合作关系的深圳市人大常委会、深圳外商投资企业协会执行会长郭小慧如是说。

据介绍，在中国文化产业繁荣发展的大环境下，广东文化产品出口表现强劲。今年1月，广东文化产品出口值继续延续2013年底的良好趋势，2月由于春节假期导致回落，3月

环比增长。广东文化产品出口目前以加工贸易方式出口为主，一季度该省的加工贸易方式出口文化产品87.5亿元人民币，大幅增长1.3倍。

美国、欧盟和香港为广东文化产品的前3位出口市场，三者合计占同期广东文化产品出口总值的78.6%。海关部门统计显示，视听媒介是广东文化产品中最大的出口品种，视觉艺术品出口增速较快。今年一季度，广东出口视听媒介70.1亿元，占同期广东文化产品出口总值的54%；出口视觉艺术品29.7亿元，增长1倍。



深圳外商投资企业协会执行会长郭小慧(中)在海外向卢旺达总统夫人(右二)推介深圳文化产业龙头企业。邢传成 供图

境外合作提速：国际元素更浓郁

5月15日，中外瞩目的第十届文博会将在深圳开幕。“十年磨一剑”的文博会带着人们的翘首期盼“闪亮登场”——2263个政府组团、企业、机构参展，与16家境外专业机构建立战略合作关系，吸引1.7万名海外采购商参会，龙头企业参展比例达68%，第5次实现政府组团“全家福”。

本届文博会是在党的十八届三中全会召开后迎来的一届盛会，是贯彻实施文化强国战略、实施文博会发展中期目标的关键一届，也是文博会从初创培育期向转型成长期发展、打造国际知名品牌的标志。

“逢十”如何更上一层楼？“第十届文博会经过近一年紧张有序的筹

备，呈现出的特色与亮点更加突出，尤其是境外合作提速。”作为文博会公司“大掌柜”，叶建强这样向记者表示。

作为中国唯一的一个国家级、国际化、综合性的文化产业博览交易会，第十届文博会“国际化”品牌必将擦得更亮，国际化程度和品牌影响力也将得以进一步提升，“国际味”更浓了。本届文博会与16家境外专业机构建立了战略合作关系，着力强化海外代理商作用，提升文博会在海外的影响力，带动海外采购商的增加。开幕当天，俄罗斯艺术展团、智利展团、东南亚展团等多个境外展团都将如期参展，海外展区占比达到15.1%。

文化外贸“直通车”：众多产品俏海外

“去年文博会，我们找到了6个合作伙伴，拓展了欧美市场，今年还会继续参加。”最近，连续8年参展文博会的珠海天空文化传播公司董事长汤泽明兴奋地对记者说。

“300%！”看到这个数字，雅图文化科技集团副总裁李毅笑了，这是该企业去年出口额增长的数字。自主研发领先技术、创新服务模式、加快并购国外企业、引进国际化管理人才……雅图“全方位多角度”的立体创新使其产品进入80多个国家和地区。

事实上，这只是去年众多深圳文化企业保持强劲出口势头的一个缩影。深圳珠宝企业TTF国际总部在法国巴黎正式落户，成为中国首个获邀入驻的

珠宝品牌；华强集团出口动画片68319分钟，同比增长20%，覆盖美国、俄罗斯、意大利等100多个国家和地区；环球数码文化产品出口额达549万美元，同比增长30%……

作为中国唯一的国家级、国际化、综合性文化产业盛会，文博会犹如一根杠杆，以一笔笔实实在在的交易，撬动了中国文化产业丰富资源，推动中华文化走向世界。去年，第九届文博会总成交额达1665.02亿元，比上一届增长15.99%。文化产品出口交易额为123.82亿元，同比增长7.46%，超亿元项目162个。

文博会已经成为名副其实的“文化外贸‘直通车’”。

海外成功招展：外商采购不断攀升

文博会，是享誉海内外的“中国文化产业第一展”，其品牌吸引力从其招商招展中可见一斑。叶建强告诉记者，主展馆招展任务早已100%完成，共计2263个政府组团、企业和机构参展，比上一届增加145个；全国31个省、自治区、直辖市及港澳台全部参展，连续第5次实现政府组团“全家福”；广东省政府组团也首次实现全省地市组团“全家福”。新业态内容参展比例达到70%，龙头企业参展比例达到68%，核心层参展率达96%。海外招商全面完成，全球95个国家和地区的17081名海外采购商将汇聚鹏城，共襄文博盛会。海外采购商比上

届增加734名。历经10年发展，九届文博会的成交额节节攀升，总成交量突破了8000亿元。本届文博会的成交额同样值得期待，而其助推器正是“创新市场化办展之路”。据初步统计，目前仅深圳市范围内，第十届文博会预计招徕引进和签约项目金额已达到575亿元，其中超过1亿元的项目近10个。

文博会综合馆将专题设立“文化+金融”成果展；非遗馆国家级非物质文化遗产占比超过70%；创意设计生活B馆将汇集国内顶尖的工业设计企业和获得国际专业大奖的产品；工艺美术馆将推出“百名中国工艺美术大师联展”。



宏博昌荣董事长实鹏(前排中)与韩国客商成功签订文化贸易协议后欣喜万分。邢传成 供图