



中国(深圳)国际文化产业博览交易会

国际性文化产业展会地位进一步确定

从第三届开始,商务部加盟成为深圳文博会的主办单位之一
深圳文博会正式被批准成为国际展览联盟(UFI)认证展会

时间 **2007年**

5月17日至20日

参展情况

36个省区市、香港特别行政区和地市级政府组团,**1639**家企业和机构参展

分会场

17个

总成交额

499.13 亿元

签约项目 **21186** 个

参观人数

185.08 万人次



第三届深圳文博会促进中国文化产品和服务“走出去”的一系列措施取得良好效果。本届深圳文博会境外成交总额达到134.65亿元,占文博会总成交额的27%,比上届增长37%,文化产品出口交易84.74亿元,是上届的2.7倍,投融资引进外资49.91亿元;合同金额30.48亿元,意向金额104.17亿元。在与港澳台等文博会传统文化贸易区交易额迅速攀升的同时,海外市场进一步扩大,在一些地区实现新的突破。

第三届深圳文博会期间举办的两大核心论坛——“第三届文化发展战略论坛”和“2007中国国际文化产业论坛”总结交流了中国文化机制创新和文化产业发展的最新实践经验和理论成果。历时1个多月的文博会艺术节举办了数十项中外优秀剧目展演活动。

第三届深圳文博会呈现出以下几个特色:

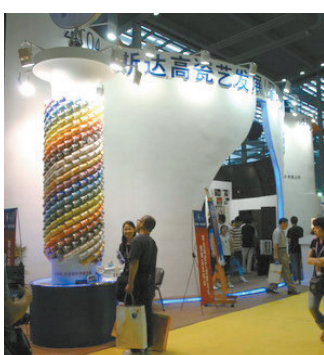
内容更丰富。第三届深圳文博会的内容板块由上届5个增加到6个,增加了文化产业人才交流板块,形成了博览交易、论坛、评奖、节庆、网上文博会、文化产业人才交流六大板块的新格局。文化产业人才交流会入场人数达到2.5万人次。新设了体育产业馆和文学·书画艺术馆,两个场馆展览和交易情况良好。其中文学·书画艺术馆征集了40余项优秀原创文学作品进行集中展示交易,文学、书画的总交易量达到2.13亿元。网上文博会增添了新的平台,文化部主管的中国文化产业网落户深圳并正式启用,为深圳文博会的博览、交易和展示增加了一个新的平台。第三届深圳文博会期间,中国文化产业网、深圳文博会网站访问量首超百万人次。

规模更宏大。主展馆有36个省区市、香港特别行政区和地市级政府组团参展,1639家企业和机构参

展,参展企业和机构数量比上届提高9%。参展企业和机构中有89家来自海外。专业观众大大超过预期目标,比上届提高150%,海外专业观众是上届的2.8倍。分会场规模和数量比前两届有了很大提高,第三届深圳文博会分会场数量是上届的近3倍,总展览面积和交易项目比前两届有了大幅提升。

国际化程度更高。从第三届开始,商务部加盟主办深圳文博会。商务部利用海外商务网络资源,为深圳文博会海外招商工作提供了大力支持,文博会推动中国文化产品和服务出口功能进一步增强。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,深圳文博会作为国际性文化产业展会的地位进一步确定。第三届深圳文博会的海外招商招展工作有了新的进展,海外招商小组赴法国、新加坡、马来西亚、印尼、泰国等进行宣传推介和招商招展,并签署了多项合作协议。在马来西亚举办的第三届深圳文博会中国工艺美术、书画精品展销会获得成功。第三届深圳文博会注册登记的海外专业观众覆盖了全世界53个国家和地区。其中来自亚洲18个国家及地区的,占海外专业观众总数的43%;来自欧洲17个国家的,占海外专业观众总数的16.1%;来自非洲的9个国家,占海外专业观众总数的30.1%;来自美洲7个国家的,占海外专业观众总数的4.5%;来自其他地区的占6.3%。

影响力更大。第三届深圳文博会论坛活动信息量和权威性比前两届有明显提高。主论坛“文化发展战略论坛”上,由中宣部、国家统计局、商务部的相关负责人分别发布的3个行业发展报告,所披露的都是年度最新统计数据 and 权威信息。海外嘉宾的数量和档次都有了明显提高。展会期间,共有新西兰、科威特、捷克等20个国家的政府文化代表团(其中8个部长级



代表团)、法国、德国、日本、韩国、意大利等30余个国家的驻华使馆和驻穗总领馆代表团出席本届深圳文博会,政府代表团、部长级代表团和使领馆代表团分别比上届提高150%、33%和3.4%。

服务更完善。应参展商和观众要求,第三届深圳文博会增加了两个夜场,5月18日和19日展出时间延长至21:00。为方便观众参观,第三届深圳文博会还印制了文博会《参会指南》、《文博会地图》、《展商指南》、《参展手册》、《参观导览图》、《会刊》等,在主会场附近开设展会期间公众停车场,并安排20多辆免费穿梭巴士供观众乘坐。5月18日,李长春同志亲临展会主会场和田面创意设计产业园分会场视察,饶有兴致地观看展览,仔细了解有关情况。李长春同志说,深圳文博会是深化文化体制改革的产物,创办3年来,规模和影响越来越大,已开始成为我国文化产品对外交易的一个重要窗口。

林泽龙 供图