



中国(深圳)国际文化产业博览交易会

文化贸易主题更加彰显

首设文化旅游馆和文化新业态展区,重点突出具备文化内涵的旅游项目
首次与中国进出口商品交易会建立合作关系
突出强调节俭和环保的办会理念 海外展区比例首次达到10%

时间 **2013年**
5月17日至20日

主题 **贸易扬帆 文化远航**

参展情况
共有 **2118** 个政府组团、企业和机构参展。
来自 **91** 个国家和地区的注册海外采购商 **16097** 人参会

分会场
设立 **43** 个分会场,比上一届增加 **3** 个,有 **7** 家首次承办

总成交额
1665.02 亿元

参观人数
479.17 万人次



2013年5月17日至5月20日,第九届中国(深圳)国际文化产业博览交易会在深圳会展中心举行。历时6年精心打造、深圳原创的大型交响音乐会《人文颂》在深圳音乐厅盛大上演并拉开了第九届文博会的序幕。作为第九届文博会开幕活动,这场以传播儒家“仁、义、礼、智、信”文化内核的音乐会,在实践“国家立场、深圳表达”的同时,充分彰显深圳文化的从容与自信。在传统文化的寻根溯源中,慢慢沉淀出属于自身的文化特色和品格。文化的滋养与浸润,蜕去一座年轻城市的浮华与迷茫。高度的文化自觉,成就一座城市文化建设上的责任与担当。

第九届深圳文博会首次独立设置了文化旅游馆,文化旅游馆进一步丰富了文博会的业态结构,还集中展示了华侨城等具有中国特色和中华文化软实力的文化旅游景点景区,香港迪斯尼等境外著名旅游企业也在此亮相;而在影视动漫馆,深圳文博会集中展示了三网融合的最新技术、新产品;在新闻出版馆里,则首次集中对国家数字出版新成果进行展示。除了展现出文化产业多业态融合的成果外,深圳文博会还展示出中国文化产品出口向好的趋势。第九届深圳文博会上,海外展区的比例首次提高到10%以上,共有欧洲设计展团、马来西亚、巴基斯坦、泰国、俄罗斯等10多个国家和地区的40多个海外参展机构,展会的前3天,共计有来自90多个国家和地区的1.46万名海外采购商前来参加,文化出口交易额同比增长9.72%,这表明,深圳文博会已成为中国文化产品和服务走出国门的重要窗口。

第九届深圳文博会主要突出文化贸易主题,通过投资贸易展览、招商引资项目推介、专项合作洽谈等多种形式,提升了会展的专业化、国际化程度,取得了良好效果。据统计,第九届文博会总成交额再创新高,达到1665.02亿元人民币,比第八届深圳文博会增长了15.98%。展会期间,共有来自93个国家和地区的16347名海外采购商参加文博会,文化产品出口交易额为123.82亿元,比第八届增加8.6亿元,超额完成115亿元的目标任务。而且在第九届文博会上,我国文化产业与科技、旅游、创意、金融等产业融合发展的态势也表现得十分抢眼。

在带动文化贸易发展的同时,深圳文博会还发挥着促进经济转型,产业做大做强的作用。融合文化和科技的“设计产业”已成为深圳经济发展新的增长点。从延伸设计产业链到提供“设计外包”服务,深圳工业设计占全国市场份额的六成,深圳工业设计企业慢慢实现“跨界又跨国”,正向着全球设计版图进军,继续做大市场份额。同时能耗少、使用资源少的文化产业在国民经济中的位置也越来越重了,对经济转型的作用也越来越大。像在文博会主场馆北京团的展区,首都博物馆的多款艺术衍生品、朝阳规划艺术馆制作的国内首个3D影片城市纪录片,拥有京城百工坊的北京金一文化公司的《传世名画手工彩雕系列之百骏图》等精彩文化产品纷纷亮相。以“金融创新助力文化贸易”为主题,北京团展区内中国工商银行北京市分行、中国民生银行、北京银行也分别推出了自己的文化金融产品,并在现场与国家

体育场有限责任公司、四达时代、星网通讯公司等签订贷款及授信协议,合同金额达26.5亿元。随着社会力量的参与、产业实力的增强,这样数十亿元的大订单将越来越多,文化产业离“做大做强”的梦想也越来越近。第九届文博会“文化企业30强”总的主营收入首次超过2000亿元大关,达2047亿元,比第八届增长了28%,文化企业的总体实力更强。文博会不仅是深圳的“金字招牌”,更是经济转型的“引擎”,大力促进了文化与经济的腾飞。

文博会地举办同时更好地促进了“文化的流动”。越是流动的文化越有生命力,深圳文博会已经成为深圳文化产品“走出去”的见证者,一批深圳文化企业借助文博会将优秀文化产品与项目推向海外。华强文化科技集团的原创动画片目前输出到海外100多个国家和地区,其主题公园出口到南非、乌克兰等国家和地区,先后向美国、加拿大等40多个国家输出70多套环幕4D立体影院系统,每年出口配套影片20余部;环球数码的动画片也出口到了法国、意大利、澳大利亚等多个国家,出口创汇额十分可观。除此之外,环球数码、第七大道、雅昌集团等企业也都凭借自己的独创产品与知识产权,在国际贸易舞台上比肩欧美,成为全国文化产品出口创汇的“排头兵”,并赢得了国际业界的充分肯定。产业主体的不断壮大,使深圳在全国对外文化贸易格局中的作用日益增强。据统计,2012年,深圳核心文化产品出口达43.3亿美元,占全国的六分之一强。

十年九届文博会,留下中国文化产业快步前行的脚印,在这个世界多样文化交融的舞台上,中华文化释放出璀璨的光芒。借文博会起航的风帆,“文化深圳,文化贸易”的航船继续远航。

