

亲历者说

十届文博会 十年“大掌柜”

——访深圳文博会公司董事总经理、深圳文博会拍卖公司董事长叶建强

本报记者 胡振栋 通讯员 林泽龙



图为深圳文博会公司董事总经理、深圳文博会拍卖公司董事长叶建强在文博会新闻发布会上。
(林泽龙 供图)

5月9日下午,在深圳市福田区奥林匹克大厦10楼——深圳国际文化产业博览交易会有限公司(简称文博会公司)、深圳国际文博会拍卖有限公司(简称文博会拍卖公司)总部,记者好不容易“逮住”了大忙人叶建强,对这位深圳文博会从创立、成长到成熟全过程的见证人进行了专访。

“上头千条线,下面一根针”。5月15日,第十届中国(深圳)国际文化产业博览会将在深圳举行,而作为历届文博会唯一承办机构的“大掌柜”——文博会公司董事总经理、文博会拍卖公司董事长叶建强,其忙碌程度是可想而知的。因为文博会6家主办单位,4家承办单位,以及文博会组委会及其办公室工作意图、市委市政府领导指示精神,大都要汇集到他这里落地执行。

“第十届文博会就要开幕了,会展中心主展馆的准备工作还有哪些需要完善?各参展商、采购商还有哪些新的困难和问题需要解决?这些我们都要去考虑,去一个个检查落实,一定要做到万无一失。”叶建强告诉记者。

■ 旗开得胜

首届盛会轰动中外

万事开头难,头三脚难踢。谈起首届文博会的艰辛历程,叶建强说:“当时市里提出举办文博会是破天荒的,筹办工作很有挑战性,因为在全国、全球都找不到可以借鉴的经验,只能自己探索,可谓是‘摸着石头过河’。”叶建强告诉记者,“当时,深圳广电集团、深圳报业集团两家单位共同接受了承办首届文博会的历史性重任。最大的难处就是一张白纸,既没有品牌,也没有影响力,甚至不为社会各界所知,更缺乏国内外具有影响力的知名企业参展。”于是,两个集团倾力投入,抽调精兵强将组建团队,由集团领导分别带队,集中力量招商招展。“我就是从这个时候开始被抽进来负责‘打理’这些事务的。”叶建强说。

作为首届文博会“承办工作办公室”主任,叶建强回忆起当时筹备文博会的情景,许多艰辛至今历历在目,令人难以忘怀:刚刚初创培育的文博会品牌无人知晓,在北京、上海、香港招商的时候不仅要费尽心思去解释、宣传,遭遇的怀疑和拒绝更是数不胜数。另外,举办如此大型的展会,对于承办的深圳广电集团、深圳报业集团而言,也是头一次,更是一种全新挑战。

经过一年的紧张筹备,2004年11月18日,首届文博会正式拉

开序幕。叶建强介绍,因为中央领导的高度重视和倾心推动,第一届文博会举办前的一个月,就在规格上实现了“三级跳”:从最初的文化部文化产业司、广东省文化厅、广东省广电厅、广东省新闻出版局和深圳市政府联合主办,再到文化部与广东省政府和深圳市政府三方主办,而在开幕前,又再次调整为由国家文化部、广电总局、新闻出版总署、广东省政府共同主办,深圳市政府承办。这样高规格的开端,奠定了文博会精彩的前路。之后,又依次增加深圳市政府、商务部、中国贸促会为主办单位。

盘点首届文博会,各类观众达47.7万人,累计合同成交额31.36亿元人民币,意向成交额325.5亿元人民币。还举办了五项拍卖交易,拍卖总成交额超过1亿元。时任中共中央政治局常委的李长春同志视察首届文博会,时任中共中央政治局委员、中央书记处书记、中宣部部长的刘云山同志出席首届文博会开幕式并宣布开幕;时任博鳌亚洲论坛秘书长龙永图,国际展览局、外交学院院长吴建民,深圳市荣誉市民、日本前首相海部俊树等中外知名人士前来参观文博会后均给予高度评价;首届文博会还入选了2004年“全国十大文化事件”。

■ 顺势转型

专业公司精心运作

“首届文博会结束了,第二届文博会就面临着市场化运作的转型问题,迫切需要有专业公司来进行运作。”叶建强说,当时文博会战略定位和办展的十六字方针——“政府办会,企业办展,市场运作,以展兴业”都已确定,不久又提出了“国际化、专业化、市场化、规范化”的办展目标。2005年4月,从第二届文博会开始,深圳报业集团带头挑起

大梁,联合深圳广播电影电视集团、深圳出版发行集团公司成立了文博会公司,并由现任深圳报业集团经管委委员的叶建强担任公司董事总经理。至此,他便与文博会结下了不解之缘,成了历届文博会的“活档案”。

到了第三届文博会,又进一步提出了“精品化”要求,这样就形成了如今的深圳文博会“国际化、市场化、专业化、规范化、精品

化”的“五化”办展方针……谈起文博会,叶建强如数家珍,欣喜之情溢于言表。

2009年4月,文博会公司斥巨资独立组建子公司——深圳国际文博会拍卖公司,并由叶建强担任董事长。公司以“公道、诚信、专业、卓越”为宗旨,为中外艺术家搭建了一个展示才华与天资的平台,同时也是一个创作者与艺术收藏爱好者良性互动的交流平台、一个推动美术界及艺术市场规范化发展的平台。公司成立之后的历届文博会,都创造了不俗的业绩,赢得了良好的经济效益和社会效益,

■ 追求卓越

十年耕耘硕果满枝

广东人的低调与务实尽人皆知,作为一个资深的策展人,叶建强更是如此。

采访之前,记者曾上网搜索他的背景资料,结果一无所获。在他递给记者的名片上这才发现:他不仅是一位工艺美术师,而且还拥有景德镇陶瓷学院客座教授、国际会展联盟(UFI)成员、广东省文化产业促进会副会长、深圳市工艺美术行业协会副理事长、深圳市会议展览协会常务副会长、深圳市海外交流协会常务理事等“含金量”极高的头衔。

“这些都是为便于对外联系拓展业务,增强公司业内影响,办公室统一设计印上去的,否则我也不会同意。”叶建强笑着说。

从第一届到第九届文博会,不论是参展企业、海外采购商数量,还是交易总额、国际影响等都在逐年大幅递增。因此,文博会公司先后获得了中宣部、文化部、国家广电总局、国家新闻出版总署颁发的“首届中国文化产业创新奖”和“全国文化体制改革先进单位”,同时获得了国际会展联盟(UFI)的会员认证,获得国际ISO9001质量管理体系认证,叶建强也在2011年荣获“广东省优秀企业家”称号等诸多荣誉。尽管如此,但在所有媒体报道中都见不到介绍他个人功绩的只言片语。叶建强认为,自己只是一个文博会的全程参与者、见证人。

在谈到连续九届文博会为何

如今已成为文博会专项活动中的一张亮丽名片。

到去年的第九届文博会,主展馆展商数量已达2118家,比第八届文博会的1928家增加了190家;全球93个国家和地区的16347名海外采购商受邀参会,比上一届的16081人增加266名;总成交额1665.02亿元,比上一届同期增长15.99%。“这些都是文博会组委会正确领导,承办单位精心运作,国内外参展商和采购商的积极参与,社会各界大力支持的结果,也是集体智慧的结晶。”叶建强说。

能办得如此成功,并能打造成国际知名品牌时,叶建强说,文博会是一个庞大的系统工程,11年来,依靠政府、社会、企业力量的聚合,协同推进,共同打造了“中国文化产业第一展”。具体来讲,一是中央领导、中宣部及各主办单位倾情文化产业,致力于中国文化走出去的国家方略;二是深得深圳这一经济特区改革创新热土的滋养哺育;三是深圳市委、市政府以及全市各部门和广大从业者、市民们的积极投入与无私奉献;四是市场推动力和社会推动力;五是承办单位、协办单位团结协作,全力担当。“只有上下同欲、各方力量聚合才能形成巨大的合力,文博会才能连获成功,并且一届比一届好,一届比一届强。”叶建强说。

“至于我个人,只是不折不扣执行上级指示和决议,带领员工全力以赴策划、执行、落实每一届文博会的各项承办工作,抓好公司运营,充其量履行了一个‘大掌柜’应尽的职责。”叶建强这样定位自己。

叶建强对文博会的未来有着深情的期待:“第十届文博会是从培育期向成长期转型的一届关键展会,将在国际化、市场化、专业化方面有更大的提升和跨越。我们展望未来,要真正把文博会从中国文化产业第一展进一步打造成国际一流的文化产业品牌展会,这是作为一个文博人的朴素心愿和美好追求。”