



迎着新时代的暖阳，紧跟粤港澳大湾区建设的节拍，我们来到南海之滨。带着文化央企的责任和担当，我们走进第十五届深圳文博会火热的现场，弘扬中华优秀传统文化，为繁荣中国文化产业贡献一份力量。

作为文化和旅游部主管的中央大型国有文化企业，中国文化传媒集团深入贯彻习近平总书记重要讲话精神，不断推动媒体融合向纵深发展，做大做强主流舆论阵地。目前，集团拥有“文旅中国”客户端、《中国文化报》《艺术市场》《文化月刊》《艺术教育》《中国岩画》、中国文化传媒网、中国手工艺网等媒体，建有“中传云”全媒体融合平台，拥有《艺术市场》杂志社等18家子公司。业务范围涵盖传统报刊、新媒体、IP交易、艺术品市场、会展广告、文化电商、影视制作、城市节庆、电影院线、文旅产业投融资、文旅产业规划设计、印刷等领域。

文旅融合，才能有诗有梦有远方。本届深圳

文博会，中国文化传媒集团在展区设置了“文旅中国”客户端会客厅，邀请各省、市、自治区、新疆生产建设兵团文化和旅游厅局有关负责人，围绕文旅热点话题，探讨文旅产业融合发展创新之道，出版了《中国文化报·深圳文博会特刊》，宣传展示中国文化产业的改革创新成果。

作为文化和旅游部官方新闻与政务客户端，“文旅中国”拥有文化和旅游部新闻首发权，是文化和旅游部党组在移动互联网的主要舆论阵地，也是文化和旅游系统新闻首发、政策宣传、政务信息等内容的统一入口，最大程度地聚合文化和旅游系统场馆、景区、演出、展览活动、读物、名家等优质文化旅游资源，为文旅系统与公众提供高品质的移动互联网信息服务。

多年来，中国文化传媒集团以高度的文化自觉和坚定的文化自信，积极投身于“一带一路”与粤港澳大湾区建设中，搭建交流平台，弘扬中国精神，传播中国价值，彰显中国风采，讲好中

国故事，为中华文化“走出去”架起了一座桥梁。本届深圳文博会，中国文化传媒集团将推出“太和木作”文创家具，向观众展示中国非遗的魅力。自2011年起，这些非遗文创产品跟随中国文化传媒集团“视觉中国·洲际行”“中国国家展区”等品牌活动，先后在美国洛杉矶、马来西亚吉隆坡、澳大利亚悉尼、匈牙利布达佩斯等国家和地区展出，引发广泛反响与好评。

立足新时代，站在新中国成立70周年的时间节点，中国文化传媒集团将围绕文化产业、旅游产业融合发展新使命，以打造大文化、大传媒格局为中心，围绕“建强传媒本体、做实传媒内容、拓展传媒渠道、构建传媒服务体系”经营主线，设计盈利模式，夯实业务形态，着力打造体现文化央企特色、符合现代企业制度要求、具有核心竞争力和国际影响力的新型文化产业集团，形成党建引领下的“传媒+产业+智库”新产业格局。