

奏文化强音 谱时代华章

——历届深圳文博会精彩回顾

编者按：

鹏城五月，生机勃勃。深圳文博会，又一次如约而至。

第十五届深圳文博会是在新中国成立70周年、深圳建市40周年举办的一届重要展会，也是在粤港澳大湾区建设深入推进之际的一次文化之约！

本届展会将坚定文化自信，坚持中国特色社会主义文化发展道路，坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一，坚持弘扬中国特色社会主义文化，充分展示文化改革发展新成就，以高质量文化供给增强人民的文化获得感和幸福感。加快推进粤港澳大湾区协同创新发展，大力推进中华文化走出去，全面落实“一带一路”倡议，不断深化国际交流合作，全力打造中国文化产品与项目的高端展示和交易平台，着力提升中国文化软实力和中华文化影响力。加快推动文化和旅游融合发展，培育新型文化业态和文化消费模式，激发文化创新创造活力。突出质量型、内涵式发展，集中展示文化产业核心层和科技融合的新产品、新技术，进一步提升专业化、市场化、国际化水平，加快推动文化产业高质量发展。

作为“中国文化产业第一展”，本届深圳文博会主展馆共设9个展馆，计划举办80余项配套活动。今年共有2312个政府组团、企业和机构参展，全国32个省、区、市及港澳台地区全部参展，并邀请了来自欧洲、亚洲、非洲、北美洲、南美洲、大洋洲的50个国家和地区的132家海外参展机构。全市设有66家分会场，涵盖文化产业各重点领域。作为全国文化产业发展的重点检阅台、风向标，深圳文博会将继续充分发挥国家级、国际化、综合性文化产业盛会的优势，为我国优秀文化产业项目与投融资方搭建一个展示、交易与资源对接、合作的国家级平台，引领文化产业未来发展趋势，切实发挥其推动中外文化交流、展示、交易、交易的强大效能。

作为文化和旅游部主管的权威性文化综合类日报，在文化和旅游部、中共深圳市委宣传部和深圳文博会组委会办公室等单位的支持下，《中国文化报》连续多年编辑出版深圳文博会专刊，以权威的视野、敏锐的目光、鲜活的笔触将深圳文博会创新经验推向全国乃至世界，自觉担当起深圳文博会的见证者、记录者、思考者和参与者。值第十五届深圳文博会开幕之际，本报对深圳文博会发展历程进行了梳理，以飨读者。

专业化

2014年，第十届深圳文博会首次设置专业观众和普通观众日，文博会的专业化服务水平进一步提升。专业观众达到127.565万人次，占总参展人数17.4%。
2019年，第十五届深圳文博会对专业展馆进行了更为科学的设置，2号展馆变更为“文化和旅游融

合发展馆”，5号展馆变更为“粤港澳大湾区文化产业馆”，与时俱进的同时更专业。其中2号馆将以“游中华，品文化”为主题，集中展示历史古迹、人文景观、全域旅游示范区、主题公园、精品旅游演艺项目和旅游科技等内容。5号馆将集中展示香港、澳门和广东9个地

市的文化产业创新发展成果，展示大湾区“文化+科技”“文化+创意”等新业态和创意设计产品及文化产业协同创新成果。华强方特、易尚展示、奥雅设计、中钞光华印制有限公司、国家对外文化贸易基地（深圳）音乐及音乐剧产业中心等将亮相该馆。

第十五届文博会进一步扩大了专业观众比例，将实现包括国内专业观众在内的10万人左右应邀参会采购，主展馆计划举办80项专业配套活动，邀请了来自美国、英国、法国等全球103个国家和地区的2.1万名海外展商前来参会、参展和采购。

国际化

第四届深圳文博会首次举办中国（深圳）国际文化产业高峰论坛，汇集国内外重量级嘉宾，探讨全球文化产业发展趋势。2015年、2016年、2017年深圳文博会海外展区比例连续3年占到20%以上，海外采购商结

构更加优化。
2016年，第十二届深圳文博会首设“一带一路”馆，全力推动中华文化“走出去”。
近年来，文博会海外参展商激增。第二届文博会海外采购商只

有3000人，第7届则达到1.2万人，第9届为1.6万人，第十三届的海外客商就达到创纪录的约2万人，海外展区面积占总面积的20%，其中不少海外客商都是怀揣大订单而来。

2019年，一带一路·国际馆以“推动‘一带一路’框架下文化交流与文化贸易”为主题，通过形象展示、产品项目展示相结合，组织了50个国家和地区的132家海外机构参展。

市场化

2003年，深圳被确定为全国第一批文化体制改革综合性试点地区。第二年，首届文博会应运而生，当时文博会的名称是“首届深圳国际文化产业博览会”，而如今，文博会的名称变成“中国（深圳）国际文化产业博览会”。这多出的“交易”二字，正是这一享誉国际展会15年来成长壮大的重要关键词。
2005年，深圳国际文化产业博览交易会有限公司（简称“文博会公司”）正式成立。从此，文博会公司作为历届文博会的具体承办者走上前台，全面实施文博会的市场化运

作。一方面，文博会公司与海外优秀代理机构签订代理招商协议，面向全球200多个国家和地区招商。另一方面，文博会公司自身按照国际片区建立海外客商数据库，进行点对点招商。这一系列市场化举措让文博会在全球影响力迅速提升。
2010年，深圳文博会首次举办冬季工艺美术精品展。2013年推出书画艺术交易平台“2013艺术深圳”，文博会“1+N”办展模式逐步推开。
2015年，深圳文博会与国家行业协会、知名中介代理机构合作

办展招商，采取设置采购洽谈区、建立专业拍卖平台等措施，优化交易环境，提升交易实效。
2017年，首设文化消费主题馆，即2号馆文化消费·时尚文化馆。
2019年，第十五届文博会将组织全国优秀文创企业、设计机构、设计类高等院校参展，加大引入优秀文化创意产品，推动时尚设计与艺术在工业时代的融合发展，充分挖掘文化消费潜力和市场价值创新，扩大中高端文化供给。主会场2号馆文化和旅游融合发展馆将举办“一带一路”文化和旅游产业国际合

作重点项目展，配套举办中国文化旅游产品国际营销年会，深化国际文化旅游合作，促进文化旅游消费。预计第十五届深圳文博会可实现10万人以上的采购商参会，将极大增强展会交易实效，进一步激发文化消费活力。
接下来，深圳文博会将建立更具竞争力、影响力和充满活力的市场运作模式，打造成为全球文化会展的核心平台，更好地承担促进中国文化产业、推动中华文化“走出去”、扩大文化对外开放的使命任务。

精品化

从首届文博会开始，中宣部就作为文博会筹备工作领导小组，规划布局、科学指导展会的各项承办工作；2009年第五届文博会起，文博会就建立了三级联动办展机制，即原文化部、商务部、原国家新闻出版广电总局、中国贸促会、广东省人民政府及深圳市委、市政府等主办单位牵头协调，并每年指定一个主办单位作为轮值单位，从文化产业的

战略高度，对展会进行整体布局、高端引领和科学指导；深圳市各政府职能部门具体指导；文博会公司具体承办，统筹协调，统分结合，有效保障了各类优质资源的注入，也有效推动了展会配套服务质量和水平的不断提高。
2016年，《深圳文化创新发展2020（实施方案）》提出“创新文博会办展办会机制，打造国际知名展会

品牌”的目标，明确要突出质量型、内涵式发展，着力提升文博会的国际化、市场化、专业化水平。
2019年，文化产业综合馆优化展品布局，打造中国文化精品走廊，将各地重点项目及特色展品布置在靠近主通道外围区域，集中展示中国文化发展成就和各地特色文化资源，献礼新中国成立70周年。
接下来，深圳文博会将衍生系列

文化创意专业展会，提升分会场的文化内涵和产业发展质量，探索设立文博会海外分会场。建设国家对外文化贸易基地（深圳）公共技术服务平台和“一带一路”专业服务平台，支持文化企业和行业组织举办文化产业各领域、各类型的专业展会。鼓励文化企业在海外设立分公司和分支机构，搭建营销网络，利用电子商务等方式组织文化产品和服务出口。



2014年



十年来，深圳文博会见证着无数个与天空文化一样的企业从无到有，从蹒跚学步到扬帆远航；也更见证着中国文化产业从摸索起步到蓬勃发展的历程；十年来，我们看到了深圳这座创造了经济奇迹的城市，在创立和发展文博会的过程中，沉淀出了属于自己的文化底色。她以敢为天下先的精神，让经济领域的奇迹在文化领域重现。创新、智慧、有力量——这是深圳文博会带给深圳的文化精神。深圳文博会改变了深圳，见证着中国文化产业蓬勃发展，更作为中国文化的展示窗口，让世界得以发现，中华民族伟大复兴的中国梦，正在文化发展的道路上日渐清晰。
——摘自《助推中国文化产业扬帆远航》

2015年

人们感叹，深圳文博会总能敏锐感知并抓住历史的机遇。因此，今年我们看到，为呼应国家“一带一路”倡议而新设的“丝绸之路”专馆和突出“大众创业，万众创新”的创客展区成为深圳文博会最大的特色馆区。以“一带一路”建设推动文化“走出去”和提升文化软实力；以“创客创新创业”激活经济引擎，为全球创客打造交流合作的平台，与创业基金、人才、产业链寻求对接，符合深圳文博会的一贯引领风格，也展现了深圳在建设国家创新型城市、打造创客之都方面的理念和品位。
——摘自《聚合“文化+”的产业力量》



2016年



12年风雨沧桑。深圳文博会的发展故事，正是中国文化产业成长缩影。从早期的粗放式增长和规模化扩张，到后续的集约型发展和专业化调整，再至今日的走特色创新与科技融合之路，注重向世界展现中国风采，深圳文博会上所展示的文化企业的创新探索，都是中国文化产业发展的真实写照。
——摘自《推动实现文化产业腾飞梦想》

2017年

每一次展示，都有亮点；每一届交流，都有新意。本届深圳文博会，全国31个省市区及港澳台地区第8次全部参展，国外117个参展机构来自40个国家和地区；68家分会场，80%以上为文化创意产业园区基地，涵盖文化创意产业各重点领域和“文化+”新领域。文化部主办的中国文化产品国际营销年会、商务部主办的中国文化贸易与文化双创大会、国家新闻出版广电总局主办的国家数字出版高端论坛等配套活动，将更加突出文化内涵，发挥高端引领作用，为相关行业提供权威导向和前沿理念。站在新的历史起点上，我们有理由期待本届深圳文博会能带来更多的亮点、新意和更大的欣喜。
——摘自《质量型推进内涵式发展》



2018年



新时代开启新征程，新时代呼唤新作为。深圳文博会呈现的喜人景象令人鼓舞，但我们也应该清醒地认识到，如何进一步增强文化产品供给的有效性，以供给侧结构性改革引领文化消费，助推中华文化更好地“走出去”，仍是摆在大家面前的重要课题，需要我们不断用创新实践给出更有效的解决方案。
——摘自《奋进新时代 引领新风貌》