

## 第八届中国(深圳)国际文化产业博览交易会 上午开幕,记者昨天提前探营——

# 文化“大秀场”怎样叫好又叫座?

本报驻深圳记者 于明山

### 各专业馆“优中选优, 优中选精”

文博会对观众而言就是个“大秀场”。

创意设计生活馆、影视动漫游戏馆、非物质文化遗产馆、美术馆、新闻出版馆、工艺美术馆……走上一圈,发现文博会展内容、档次有了显著提升。各个专业馆都是“优中选优,优中选精”,一定程度上代表了本行业的发展现状和最新成果。在这里,可追科技之新、叹艺术之美、尚文化之韵、猎珍宝之奇、揽创新之妙。

“文化+创意”“文化+科技”早已不是什么新鲜话题,创意与科技渗透到文博会的每个角落,传统文化瑰宝在创作方式等方面有了新的突破,闪耀出富有时代气息的青春魅力。

说到“文化+创意”“文化+科技”,人气最旺的当属“博物馆数字加值体验区”,展出内容精彩生动,好看又好玩。以故宫典藏名作“唐人宫乐图”为创意灵感,在展场空间里,以互动方式让人从上海“跳跃”至纽约、巴黎,时间则从唐朝到现代,穿越时空,任意驰骋。

在普通观众眼里,这样的“秀场”或许和普通的车展没有什么分别,风情各异的歌舞表演、绝美惊艳的美女模特,依然吸引人们的眼球和镜头,但文博会更让人们零距离亲近这些凝结着天赋、灵感与科技元素的文化创意产品,耳濡目染间,“文化产业”和“创意产业”等概念悄然深入人心。

### 此届文博会的交易功能得到凸显

对从四面八方集聚鹏城的参展商来说,文博会展就不只“大秀场”那么简单。

从第二届开始,文博会展的全名就由“中国(深圳)文化产业博览会”改为“中国(深圳)文化产业博览交易会”,文博会展的交易功能得到了凸显。“交易”并非是简单的现场售卖,而是“把文化资源变成真金白银”的合同、合作意向的交流、洽谈和签约。

“张小盒”品牌创始人林小能带着原创的动漫品牌参加了上届文博会展,期待能遇到专业的投资公司,或是动漫制造企业,拓展动漫的传播和产业化渠道,但几天下来,感觉文博会展更像是一场大众文化的“娱乐盛会”,来的都是普通观众,专业观众太少。除了参展前就已经安排的中国动漫集团签约拍摄“张小盒”系列电影外,现场没有做成一单生意,只有几平方米的展位,场地费、运输费就花了近4万元,文博会展成了一次“赔钱之旅”。

文博会展能否更务实一些,多一些专业性,提供更多的平台和渠道,满足参展商找到对接的商家和投资人。包括林小能在内的很多中小参展商充满期待。

怎样才能让文博会展叫好又叫座?本届文博会展下了不少功夫,力求吸引全球越来越多的买家、卖家和投资者。文博会展总经理叶建强介绍,一是选择有实力、有影响力的海外代理机构签订了战略合作协议;二是举办国际化的大型活动,进一步建立文博会展在中欧文化产业领域的对话平台作用;三是面向中国香港、澳门、台湾,及东南亚、澳大利亚、加拿大地区,开设“会展+旅游”的合作模式,组织海外采购商参会;四是进一步完善数据库建设,强化“点对点”邀请,文博会展的目标海外采购商数据库积累已达近6万条,通过信息服务、邀请参会、资质审核、专业服务,做好海外采购商的邀请、组织、引导。

文博会展的积极努力或许不会辜负参展商们的期待。本届文博会展的一组数据令人期待:海外招商方面,今年文博会展已邀请到全球95个国家和地区的15098名海外采购商参会,比上一届增加3000多人。

今天上午,第八届中国(深圳)国际文化产业博览交易会开幕。

文博会展有“中国文化第一展”之称,文化与科技在这里对接,创意在这里轻盈起飞,企业和

项目更在这里找到方向。对于市民,文博会展则是一扇文化之窗,可以看到五彩斑斓的世界。今年的文博会展有哪些新看点?会给观众带来哪些新惊喜?本报记者昨天提前探营。



第八届中国(深圳)国际文化产业博览交易会上午开幕

图

【焦点链接】

## 第八届文博会展精彩看点

### ● 数规模之巨

31个省市区以及香港、澳门、台湾地区全部参展,在展商数量、海外客商数量等方面也超越以往:展商数量达到1928家,邀请到15098名海外客商,文化产业投融资项目达3319个。

### ● 携品牌之力

龙头文化企业品牌云集,是今年文博会展的亮点。在主展馆,龙头企业参展比例达61%,比第七届文博会展的56%提升5%。品牌的支撑,是文博会展高规格、高质量的保证。新闻出版馆中,一大批业内龙头企业悉数亮相,包括中国出版集团、上海盛大网络

发展有限公司、A8音乐等。

### ● 追科技之新

“文化+科技”对文化产业的双轮驱动效应在本届文博会展上依然明显,虚拟数字、三维动画制作、触控感应等技术被融入到文化产业中,为观者带来别样体验。雅图利用光和影的艺术,为市民呈现“文化+科技”的体验之旅。

### ● 叹艺术之美

美不胜收的艺术盛宴是许多人对文博会展的直观印象。主展馆内,大量大师杰作及世界级精品频频亮相,雷诺阿作品、列宾美术学院330幅作品、民营博物馆传世名作等

令人目不暇接,热爱艺术的观众不可错过。

### ● 赏华夏之韵

来自全国各地的传统艺术精品,将在展会上原汁原味地展现,其中包括青海唐卡、江西瓷版画、安徽阜阳编织、贵州苗侗服饰、东莞麒麟制作、阳江漆艺、阳江风筝等等。大量民间艺人将在展会上亮相绝活。

### ● 猎珍宝之奇

展商们亮出了价值连城的奇珍异宝,争奇斗艳,令人称奇。看点是朝鲜书画、纯金雕刻《富春山居图》。

### ● 揽创意之妙

无处不在的创新因子,会让观众都感受到创意的力量。99家台湾文化创意企业的集体亮相,创意设计生活馆“台味”十足,生动有趣。

### 推动优秀文化创意企业做强做大

深度参与文博会展,是把握文化产业政策、思路、路径、重点、关键的一次良机。不少参展商都这么想。

记者手上有一份重要活动安排一览表,各式各样的论坛和活动目不暇接。今后几天内,文化和科技融合座谈会、国际新媒体短片产业发展论坛、2012数字出版高端论坛、“文化贸易国际”论坛-中国文化“走出去”的路径与模式……多个论坛和研讨会轮番举行,政府官员、专家以及已经走出去的文化企业负责人发表观点,分享经验,带来一场场“头脑风暴”。

文化创意产业潜在的市场,文化创意产业流行的趋势,文化创意市场畅销的产品……只要够认真够深入,都能在文博会展找到答案。

融资难,一直是制约文化产业发展的瓶颈。本届文博会展注重融资交易功能,在这里或许会找到文化创意产业融资的渠道。

文博会展面向全国征集到3319个文化产业投融资项目,覆盖全国31个省、区、市及部

分地级市,内容涵盖了文化产业的12个行业。

在“文化+金融”方面,文博会展配套举行“中国文化产业投融资项目推介会”等各类项目推介、路演活动,举办重点项目招商推介及合作签约仪式,推进文化与金融的融合,实实在在为文化企业提供资金支持。

文博会展有一项重点配套活动,就是2012深圳文化创意产业投融资峰会。该活动通过嘉宾演讲、资方点评、项目汇编、项目路演等方式,搭建资本与文化创意产业项目无缝对接平台,形成政府引导、市场主导、各种社会资源共同参与的推动力,助力文化创意产业发展,推动优秀文化创意企业做强做大,走向世界。

### 严把文化内涵关,提升展会质量

提升展会质量和内涵,本届文博会展做了不少文章。

采取各种严厉措施,对“展虫”坚决说“不”。往届文博会展上,“展虫”售卖按摩器、衣架、皮具,有损文博会展“文化味”。本届文博会展对“展虫”采取“零容忍”的态度,采取多项措施,根治“展虫”。

文博会展核实建立了历届文博会展的参展商黑名单数据库,用“四关”杜绝“展虫”进入展馆——

“合同关”,从根源上识别展虫;“报到关”,严审展商报到材料及展品内容;“现场关”,组织专门的“展虫清理工作组”开展“展虫”清理工作;“群众监督关”,充分发挥群众监督的作用。

本届文博会展在深圳本地的分会场,仅从规模上已远超主会场。分会场遍地开花,已成为文博会展一景,伴随出现的鱼目混珠现象,令文博会展“文化味”大打折扣。

为提高分会场的质量,本届文博会展严把文化内涵关,强调“内容为王、交易为王”。认定文博会展分会场时,主营业务不属于《文化及相关产业》行业类别或《深圳文化创意产业振兴发展规划》中重点鼓励发展的十大重点行业的申办单位,一律予以淘汰。

深圳各区申报的分会场原本有58个,经现场考察、预认定、公示、正式认定等7个程序,最终认定40家分会场。

据文博会展组委会介绍,以后每届文博会展分会场将不超过40个,并实行优胜劣汰,腾出名额给新的优秀的申办单位。

(本报深圳今日电)