



引言:六月初夏,广东深圳,一场文化界的盛事拉开帷幕。6月7日,第十九届中国(深圳)国际文化产业博览交易会在深圳国际会展中心开幕,被誉为“中国文化产业第一展”的文博会由中共中央宣传部(国家新闻出版署、国家版权局、国家电影局)、文化和旅游部(本届轮值主办)、商务部、国家广播电视总局、中国国际贸易促进委员会、广东省人民政府和深圳市人民政府联合主办。

从2004年创办至今,历经十九年的时光磨砺,越办越精彩、越来越“出圈”,十九岁的文博会风华正青春,也是中国文化产业高速起飞的“青春年华”。据悉,6月7日至11日,为期五天的文博会精彩不断,艺术品的“大观园”惊艳亮相。本期通过几大亮点一起速览文博会,领略文化产业发展之势,发出自己的“时代强音”。

共赴文博之约 数字赋能点亮中国 深圳文博会中的视觉盛宴

国内外文化成果汇聚一堂

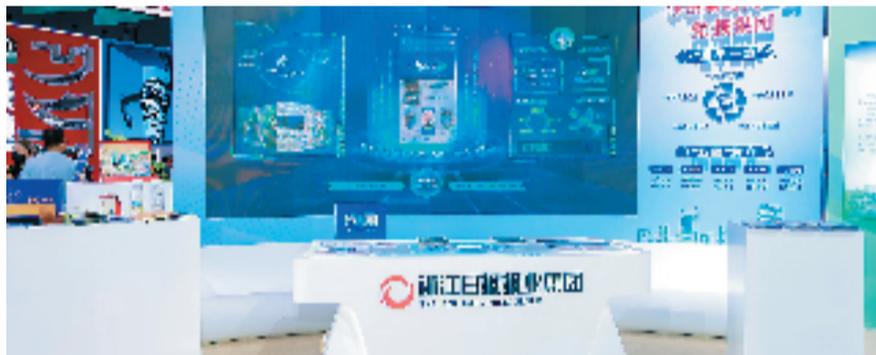
第十九届文博会有3596个政府组团、企业和机构参展,比上届增加194家,其中2688家线下参展,908家线上参展。这是文博会第十四次实现全国31个省、自治区、直辖市及港澳台地区全部参展。参观、参展、采购的国家和地区从首届的10多个增加到第十九届的108个。

文博会国际范儿十足,作为国家级对外文化贸易交易展示平台,来自全球的文化产业最新技术、最新创意和最新成果将精彩登场。本届展会以“一带一路”倡议提出10周年为契机,“一带一路”国际展区回归,海外展商数量、质量都恢复到疫情前最好水平,有超300家海外展商线上线下参展,同时,主办方还组织邀请了100个国家和地区、2万名海外专业观众线上线下参会。

云上文博会展览平台为文博会官网和微信小程序“文博会+”。据统计,云上文博会平台入驻展商总量首次突破6000家。除了线下主会场设在深圳国际会展中心外,深圳全市各区共有64个分会场。

各展馆可谓亮点纷呈。在深圳国际会展中心,本届文博会的主展馆为9-14号馆6个展馆,展览面积12万平方米,分别为:数字文化馆、文化产业综合馆A馆、粤港澳大湾区馆、文化产业综合馆B馆、文旅消费馆·一带一路国际馆、非遗·工艺美术·艺术设计馆。

走进10号馆的北京馆整体采用元宇宙技术,集中展示130家文化企业、园区和机构线上参展(其中59家企业亮相线下展区),共呈现300余件展品,20余互动体验展项。在山东馆里,“淄博新文创”现场亮相!如用软陶还原2米长的“淄博烧烤”微场景、“淄博烧烤”吉祥物“美滋滋”“香博博”;用淄博琉璃打造的“淄博烧烤”大餐等。12号馆的哈尔滨展馆利用VR技术,把冰雪大世界全景“搬进”展会现场,让观众身临其境,见证冰雪王国的魅力。



深圳文博会·浙江馆



浙江小水滴

在文旅消费·一带一路展馆,记者看到,国外展商摆放的特色商品琳琅满目,独具异域风情。印度馆某参展商告诉记者:“我带了很多印度本土特色的地毯和围巾等等,非常感谢能在这个展览中,展示我们的产品,我们希望能在这里找到好买家。”

浙江小水滴 破浪前行

从2004年创办首届文博会就开始采用的“七彩文”LOGO和吉祥物“小水滴”,本届派生出各个省的吉祥物,频频亮相于文博会各种应用场景。说起“小水滴”的名字,还藏着大智慧!水,积小流成江海,海纳百川,万物相融;上善若水,水,象征着任劳任怨,无所不至的创新;水,仁者乐山智者乐水,代表着先进文化,感悟大众,智慧人生。所以,它是当代中华文化传播的重要媒介和载体。

上善若水,从“小水滴”透视19年深圳文化立基,赋能产业进化的历程,历年盛况空前,于斯为盛。如同水滋养万物,文博会

推动文化产业诸领域勃兴发展,并且渗透覆盖于全产业链条,形成了文化立基赋能产业进化的深圳特色。

值得一提的是,浙江省委宣传部与文博会联合推出“我的家乡小水滴——浙江小水滴”,感受江南水乡的独特柔情,岁月沉淀文化基因,展现如同钱江潮般浩荡澎湃,白墙青瓦藏宋韵,三潭印月镜湖心。蕴含着浙江聚焦融合创新,在弘扬与传承文化中内化于心,红船破浪向前行,在时代的浪潮中与与时俱进外化于行。

浙江小水滴头戴宋代特色头饰花冠,身披宋代宋锦花鸟纹传统服饰,体现浙江传承千年的宋韵文化,突显浙江活力、朝气,江南文化韵味的特征与气质。其设计背景以宋韵文化为主题,结合杭州西湖元素IP,体现浙江悠久的历史渊源与极富特色的地域文化内涵。

搭建多元贸易舞台

本届文博会进一步完善交易功能,创新

举办文化产业招商大会、文博会创新项目及新品发布会等促进交易的系列产业活动,为国内外新产品、新项目提供“首秀”平台,让产品由展台走向市场。

非遗文创、潮流服饰、文旅消费、特色食品……文博会携手抖音招募甄选100家优质展商、服务商,在6月1日到8月30日的“文博会消费季”中,为观众带来海量、优质文化商品,通过互联网技术助推文化消费。

同时,聚焦文化进出口贸易主题,文博会通过提前对接、配对、洽谈,撮合境外展商、采购商与国内展商的对接、交流、合作,配套举办2023中国文化贸易发展论坛、文化进出口贸易洽谈会等多项活动。

本届文博会上,“数字化”也是值得关注的一大亮点,进一步凸显文化创新。组织5G、大数据、云计算、人工智能等新技术应用类文化企业参展,举办“国家文化数字化及文化要素交易成果展”。

此次首设“数字中国——AI时代的文化创新”主题展区。展览面积1517平方米,全方位展示文化产业最新技术、最新创意和最新成果。展区分为开启文化数字化大门、数字文化传承、数字文化创新、数字文明时代四大板块。除了“数字人主播”亮相文博会,首次推出数字文创产品。以文博会吉祥物小水滴“文鹏”的IP为核心,融入各地特色文化元素进行二次创作,开发多款“小水滴”数字文创产品,打造一张崭新的数字名片。

十九年汇流成海,文博会逐渐成为推动文化产业发展的引擎。深圳文化产业的快速发展,引领产业“风向标”,正是文博会引擎效应的一个缩影。以文化人、以文兴城。博览与交易,文博会永恒的主题。既展示了文化产业实力,也让文化产业不断突破固有边界,新热点、新趋势、新方向,从场内延展到场外,期待更多的“文化+”赋能,引领现代产业发展。

(本报记者厉亦平综合整理,图片来源文博会)