



中国国家版本馆入藏首批网络数字版本

共计45项,覆盖网络文学、网络视频、数字音乐等五大类

羊城晚报讯 记者王俊俊报道: 12月29日,中国国家版本馆在深圳文博会现场举行“中国国家版本馆首批网络数字版本入藏仪式”,接收腾讯公司、阅文集团、腾讯音乐娱乐集团三家互联网企业首批优秀网络数字版本。

据介绍,国家版本馆作为国家版本资源总库和国家版本数据中心,日前启动网络数字版本入藏计划。中国国家版本馆副馆长王志庚表示,汇聚入藏有历史文化传承价值的数字版本资源,是国家版本馆履行国家版本资源总库和国家版本数据中心建设职能的体现。腾讯公司联合阅文集团、腾讯音乐娱乐集团积极支持,为网络数字版本入藏国家版本馆

开了好头。

腾讯公司、阅文集团、腾讯音乐娱乐集团作为首批原创网络数字版本入藏国家版本馆的支持企业,分别遴选推荐了旗下原创于互联网环境的典型作品与项目,覆盖网络文学、网络视频、网络游戏、数字文博、数字音乐等五大类、45项不同形态的网络数字版本。

据介绍,此次入藏的45项网络数字版本均是数字时代文化新韵的代表性作品。17项反映时代新风的优秀网络视频作品入藏,包括5部电视剧作品《扫黑风暴》《埃博拉前线》《启航·当风起时》《风声》《梦华录》,3部纪录片作品《敦煌:生而传奇》《风味人间》《柴米油盐之上》,6部综艺作

品《邻家诗话》《新游记》《五十公里桃花坞》《令人心动的offer》《一本好书》《战至巅峰》和3部动漫作品《中国好故事》《眷思量》《吞噬星空》。阅文集团10项网络文学作品入藏,分别是《复兴之路》《大国重工》《朝阳警事》《写给鼯鼠先生的情书》《秦吏》《庆余年》《斗破苍穹》《全职高手》《他从暖风来》《斗罗大陆》,这些作品以积极正向的主题和优秀的内容质量多次获奖。来自腾讯音乐娱乐集团的8首数字音乐入藏,分别为《步香阶》《戏子(中国韵版)》《金丝鸟》《粉墨行》《渔(中国韵版)》《梦想,我为你歌唱》《沪依江南》《珠水映月舞夜歌》。

积极探索内容交互趣味性与

社会价值普及性的结合,尝试运用游戏化手段传递积极向上的正向社会价值,也是入藏网络数字版本的一大特征,如《普通话小星球》《星火筑梦人》《碳碳岛》等腾讯自主研发的功能游戏。首批入藏的网络数字版本还有与数字技术应用密切相关的重大文化事件和堪称经典文化项目的“数字档案”。如此次入藏的“数字长城”项目是腾讯联合中国文物保护基金会等推出,是全球首次通过扫描重建,借助腾讯自研的“程序化生成”、云游戏等多种前沿技术,数字化复刻了一公里的喜峰口长城,实现了全球最大规模的文化遗产毫米级、交互式数字还原。此外还有两款国民度极

高的网络游戏精品《王者荣耀》与《和平精英》也入藏国家版本馆。这些网络数字版本,体现了中华文化在“数字中国”视野下的数字化传承。

中国国家版本馆党委书记、馆长刘国勇介绍,今天入藏仪式标志着国家版本馆网络数字版本入藏计划正式启动,欢迎今后更多的互联网企业积极参与到国家版本馆网络数字版本入藏的工作机制、流程与标准,优选入藏更多传承中华文明、彰显中国精神、展示中国形象的网络数字版本,从版本视角做好新时代中华文明的记录典藏。

“以文促旅 以旅彰文” 释放文旅融合新动能

羊城晚报记者 李艺戈

12月28日下午,第十八届中国(深圳)国际文化产业博览交易会(简称“文博会”)在深圳拉开帷幕。据了解,每年文博会,文旅融合这一话题都会成为关注的热点。而“宜融则融,能融尽融,以文促旅,以旅彰文”作为文化和旅游公共服务机构功能融合试点工作的基本原则,国家文化和旅游部将逐步打破文化事业、文化产业和旅游业的边界,使旅游成为文化发展的重要载体和途径。

以旅彰文 推动文旅产业高质量发展

“沿海所城,大鹏为最”,作为深圳的传统文化和红色文化资源集聚地,大鹏现有各级历史文物139处,全国重点文物保护单位2处,其中有着600多年历史的大鹏所城被誉为“鹏城之根”,这也是深圳简称“鹏城”的由来。

近年来,华侨城按照“保护为主、活化利用、综合提升”的指导思路,为大鹏所城量身定制了《大鹏所城文旅融合发展总体规划》《大鹏所城文物保护规划》,提出了“文化引领形态、业态、文态三态合一”的总体提升策略,并以此为核心开展保护、开发工作。

据不完全统计,大鹏新区“十四五”期间共有文旅重大项目21个,其中12个位于环龙岐湾片区,其余分布在大鹏沿海各重要片区。值得一提的是,大鹏把环龙岐湾片区建设成为世界级滨海生态旅游度假区“中央旅游区”。

“以前和家人去过几次大鹏,觉得是个风景优美、很有历史感的地方。这次来到文博会大鹏展区,也是想来看看大鹏有没有其他值得游玩的地方。”市民刘先生表示。

据悉,全球最大乐高乐园和深圳海洋博物馆等重大项目已落户

该片区,现已规划布局5S运动文旅小镇、新大滨海文化公园、泰康之家鹏园、龙岐湾水岸度假城等重大文旅项目,世界级滨海生态“中央旅游休闲带”雏形初现。

“大鹏所拥有的文化的底蕴就是它的文化力量,文化需要发展,它就要依托旅游这样的形式,通过一些项目、游乐设施、热门片区来展现,这是我认为整个大鹏新区在深圳所特有的能够到达文旅融合的亮点,而且是独有的。”大鹏文体局相关负责人表示。

以文促旅 用IP打造文旅新形象

广东省第十三次党代会报告明确提出:“深入推进大湾区文化圈和世界级旅游目的地建设,吸引海内外游客前来领略科技之光、文明之光、时尚之光。”近年来,在文旅融合的背景下,粤港澳三地携手共同打造世界级旅游目的地。

作为文博会的“常客”,此次澳门特别行政区政府文化局与文化发展基金合作,组织本澳文创单位参展,并设立“澳门创意馆”,来促进产业交流及发展。

据了解,“澳门创意馆”设于粤港澳大湾区馆,汇聚多个澳门文创品牌,当中不乏澳门知名IP及蕴含澳门文化遗产元素的设计作品,涵盖生活用品、时装饰品、纪念品等范畴,向内地业界及民众展示澳门创意多元的文化形象,其中以澳门旅游吉祥物“麦麦”为主题的文创产品随处可见,全方位向大家宣传澳门旅游,助力澳门文创业界提升品牌的知名度。

“每个城市有各自的文化底蕴及文化特色,通过文旅融合的形式,能够更深层次地吸引游客,让他们去了解不同城市之间的差异。”中国澳门广告展览有限公司项目经理曾桥向记者介绍道。

羊城晚报讯 记者李晓旭摄影报道: 第十八届中国(深圳)国际文化产业博览交易会2022年12月28日至2023年1月2日在深圳国际会展中心举办。据了解,本届文博会将第十三次实现全国31个省、自治区、直辖市及港澳台全部参展,第九次实现广东省21个地市组团参展的“满堂红”。

广东展馆位于深圳国际会展中心12号馆“粤港澳大湾区馆”的醒目位置,面积1353平方米。广东团以“深入学习贯彻党的二十大精神,加快推动广东文化事业和文化产业高质量发展,建设更高水平的文化强省”为主题,设置了序厅、数字文化、文旅融合、岭南文化“双创”、媒体融合5个板块展区。展场采用4K高清大屏等设备,运用数字沉浸、大型沙盘等新技术强化展陈效果,67家省内头部文化企业和700多件文化产品精彩亮相。

在这里,将集中展现粤港澳大湾区城市群及广东其他地市的文

化产品、合作成果,重点聚焦数字文化、创意设计、文化旅游等创新发展成果,集中呈现广东高质量高质量发展,围绕“打造数字文化引领地、文化创意新高地、文旅融合示范区”,积极推进文化产业高质量发展、推进粤港澳大湾区世界级旅游目的地建设的新成就。

本届文博会香港创意馆由香港特别行政区驻粤经济办事处支持,UNI香港青年创业空间具体承办,展览面积180平方米。今年首次引入独立设计师团体参与筹办,带领多位香港杰出文创青年参展,展品涵盖平面设计、产品设计、时尚设计、艺术陶瓷、绘画等领域。

本届文博会,澳门特别行政区政府文化局与文化发展基金合作,设立“澳门创意馆”,介绍多个澳门品牌及原创IP,创意设计涵盖生活用品、纪念品、时装饰品、动漫、玩偶等,丰富文化消费选择,向内地业界及民众展示澳门创意多元的文化形象,促进粤港澳大湾区文创领域融合发展。

广东21市参展实现“满堂红”

67家省内头部文化企业和700多件文化产品精彩亮相



12号馆是“粤港澳大湾区馆”

“东进南拓”是广州近年发展方向,具有丰富资源的增城区,是广州东进的前沿阵地。作为广深港澳科创走廊的重要节点,在粤港澳大湾区基础设施建设全面提速、产业带规划发展的大背景下,增城已成为粤港澳大湾区建设发展的重要一环。

增城产业的不断发展及交通、医疗、教育、商业等市政配套的逐步完善,吸引了越来越多企业和人口进驻。作为低调务实的粤系地产实力派成员,敏捷集团深耕增城已逾十年,开发了多个大型居住社区,为东部生活圈的丰满和精彩持续赋能。敏捷·绿湖首府和敏捷·东樾府的热销,是市场对敏捷集团产品力和交付力高度认可的体现。

深耕东部 敏捷集团赋能千亩精彩生活圈

文/陈玉霞 图/受访者提供

敏捷·绿湖首府的社区配套已经很美了



敏捷·绿湖首府的社区配套已经很美了



开发近十年的敏捷·绿湖首府,赋能东部生活圈升级

十年千亩大城 赋能东部生活圈升级

在竞争激烈的增城区能常年成为销量冠军,一定会有项目的过人之处。敏捷·绿湖首府规模之大,是其一大竞争优势——社区规模大,意味着生活配套会比较齐全。

作为荔湖新城片区的千亩大盘,敏捷·绿湖首府的已近十年,社区烟火气已经越来越浓厚。

在家长最关心的教育配套方面,该社区拥有两所幼儿园和一所36个教学班的小学。其中,公立石滩镇第一幼儿园(翠湖幼儿园)、位于六期组团的翠湖小学均已开学。项目周边还有黄冈中学广州增城学校、广州市增城外国语学校(原石滩中学)等,可满足买家多种教育配套需求。

总建筑面积约8万平方米的社区商业配套,进驻的华润万家、美宜佳、江渔儿、尊宝披萨等十家品牌商家已经开业,麦当劳签约即将进驻,多元业态让业主生活越来越便利。

在居住环境上,其园林绿化的颜值比较高,楼盘自带占地约6万平方米法式风情园林、约1.8万平方米的全民运动公园,配套2个五人标准足球场、1个篮球场、1个网球场、环形跑道、儿童游乐区等;逾1万平方米双泳池缤纷会所也配置有室外标准泳池、室内恒温泳池,业主可随时畅游。

在交通出行方面,楼盘目前已开通了地铁21号线的接驳专线及往返天河区的直通巴士。

“东部双星”推新 总价75万元起安家广州

敏捷集团在东部的连片开发,优势在于产品供应丰富,既可满足改善型换房群体对空间舒适的需求,也能满足首次置业者对“亲民价”的需求。

目前,敏捷·绿湖首府主推的是七期紧凑实用型产品,有建筑面积约75-105平方米两房和三房。其中,备受买家青睐的建筑面积约75平方米两房两卫单位,不仅有多飘窗,更配有多功能空间,可满足两口或三口之家的“成长需求”。八期产品则主要是建筑面积约130-168平方米大平层,强调的是空间舒适度。从户型图可见,建筑面积约130平方米的三房两卫户型,客厅开间达4.5米宽,客厅和房间连接的景观阳台更达8.4米宽,景观和视野都相当开阔;建筑面积约168平方米的四

房两厅两卫户型,客厅开间达7.7米宽,双厨设计、预留的多功能空间可让居住舒适度达到最大化。

敏捷·东樾府方面则采用一字板楼设计,2梯4户,充分满足了通风、采光和私密生活的高品质居住需求。目前推出建筑面积约75-108平方米的三至四房,较大化扩充生活空间,解锁生活更多可能。

据介绍,两大项目的产品,总价最低75万元起,目前,项目推出一系列优惠活动,例如成交者可获赠千元家电大礼包(名额有限)、到访可获赠礼、“老带新”成交可获赠4-6年物业费,全民推荐成交可奖励佣金4万元/套(含税)等(活动有效期至2022年12月31日,具体优惠信息以案场输出为准)。

用心交付 兑现理想生活承诺

产品交付力,是衡量房企品牌实力的一个重要体现,体系化的交付流程也是房企交付价值观的有力输出,更是对购房者及业主的硬核兑现。

据悉,2022年1月至7月敏捷集团完成了共计逾10000套住宅的交付,累计交付26批次,实现交付面积逾108万平方米。先后交付的项目多达17个,包括敏捷·绿湖首府、敏捷·锦绣国际花城以及敏捷·东樾水岸、敏捷·悦江府等。其中,广州市增城区的敏捷·绿湖首府在今年1-7月份已累计交付3次。

据了解,敏捷集团通过自身实力,不仅100%兑现了买家购房时对于收楼时间的承诺,更有多个项目实现了提前1-15个月提前交付。今年9月25日,绿湖首府六期圆满交付。不少业主反映,当天的交付现场,在指引签到、排号

等待、手续办理、业主验房、交付钥匙等环节,都有敏捷集团的工作人员贴心帮助业主答疑解惑,同时也为业主们准备了惊喜的抽奖环节,让回家的美好一路延伸。

敏捷集团人士介绍,该集团为每个项目都设计了交付流程编制,通过“90-80-30-20-7”五大节点管理,确保项目保质保时,“1月后”这个节点里还有标准动作持续改进,提升满意度——在房子交付后1个月,敏捷集团会组织营销、物业、工程、设计、监理、维修等部门开展交付后评估工作,通过回访和物业日常工作总结,发现提出交付前、中、后存在的各类需改进问题;交付后,还会不定期巡查品质效果,严格落实验收整改等内容,确保业主满意程度。

扎根东部 六年获得增城网签销冠

交付量大,也侧面说明了楼盘的成交量大。在作为广州楼市粮仓的增城,楼盘要成为年度销量冠军并不难,但若是一个楼盘常年成为销冠,那就值得市场高度关注了。

克而瑞统计数据表明,从2015年开始,敏捷·绿湖首府就成为销冠常客,该盘的网签套数在2015-2018年、2020年都位列增城第一名,而在2021年,该盘的网签面积则排名首位。数据显示,2021年,敏捷·绿湖首府网签面积达134838平方米,而敏捷·东樾府的网签面积也达100173平方米,位于增城区第六名。

销冠地位的稳固,除了和楼盘产品质量息息相关,增城区域价值越来越受认可也不可或缺。

增城地处粤港澳大湾区“A字形”的顶端位置,又在广深港科技走廊的核心覆盖范围,是广州“东进”城市战略主轴与粤港澳

湾区中轴的黄金交汇点。2021年6月,增城发布《广州市增城区国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》,内容涵盖交通、产业、GDP目标、规划蓝图等多个方面。该规划纲要明确增城的三大功能定位,其中之一是“广州东部枢纽中心”。“十四五”期间,将加快广州东部交通枢纽、增城南站和增城西站三大枢纽的建设,全力保障广汕铁路、新白广城际按既定计划建成通车,同时,还将大力推进广州地铁28号线的规划建设。

产业规划不断完善,高速路网、城际轨道等交通基础设施建设,增城都在有序推进,越来越多的人在增城安居乐业。洞察了东进机遇,敏捷集团深耕增城已逾17年,目前已在该区打造了敏捷·锦绣御景国际、敏捷·锦绣半山御景、敏捷·绿湖首府、敏捷·东樾府等大型居住项目,成就了数万户家庭的美好人居梦。