



381家参展企业,2万件文化产品 广东展团亮出主场阵容

5月23日,广东迎来“文博会时间”——第二十届中国(深圳)国际文化产业博览交易会(以下简称“文博会”)主会场在深圳国际会展中心(宝安)正式开幕。广东展团以“勇立潮头,推动文化产业高质量发展走在前列”为主题,全省21个地市、参展企业381家,协同文化央企以及香港、澳门,携2万件文化产品,在第13号馆“粤港澳大湾区文化产业创新展”集中亮相。

据介绍,该馆以广东综合展区为中心,辐射产业线、地区线、行业线,突出文化产业科技创新,地区线突出地市级文化引领;同期举办六大系列60余场配套活动。展区分置两大板块:文化科技创新和特色文化产业。其中,“大模型产业应用厅”通过8个大模型,呈现未来文化科技细分领域新技术、新场景、新趋势。在促交易上,将精心搭建“粤文购”、直播等四大平台,组织产品推介、现场促销等50余项活动,开展商务配对、招商招展等五大服务。

令人瞩目的是,广东综合展区创设“大模型产业应用厅”,重点宣传参展的8个代表性大模型,包括鹏城实验室“鹏城·脑海”通用大模型、南方电网大瓦特大模型、视源CVTE-教育大模型、云天励飞天书大模型、云从大模型、佳都知行通大模型、腾讯混元大语言模型、元象大模型。展厅通过呈现大模型的技术特点、应用场景以及行业赋能等方面,体现广东科技创新赋能未来文化生活的趋势、新前景。

产业线包含新闻信息服务、数字创意、影视出版、先进文化

制造、创意设计、文旅融合等产业板块,展现以科技引领未来生活、未来场景、未来业态,重点展示了广东5个千亿级重点产业,其中70%为骨干企业,涵盖了43家龙头企业。

广东综合展区还设置了“广东文艺精品”“文旅产业助力‘百千万工程’”“广东文旅产业高质量发展”三个展区,展现广东大力推动岭南文化双创,服务“百千万工程”、建设绿美广东等突出成效。

地区线上,21个地市将依托其特色文化产业,围绕“百千万工程”“现代都市文明新窗口”“岭南文化双创”“滨海旅游黄金带”“世界美食美味大都会”“全球主题公园荟萃地”等主题,结合各地市文化产业发展的特点与优势,突出展示参展的特色文旅产品,呈现各地文化产业高质量发展成效亮点。

线上线下融合力促交易

广东展团还创新促消费促交易的形式,线上线下融合引领文化消费新潮流。线上交易平台以

“粤文购”为中心,重点联通京东、淘宝、天猫、微信小程序四大电商平台,联动抖音、快手、小红书等主流消费渠道,协同“文博会”“广东惠家”“优联云购”等交易平台共同发力,带来非遗类产品、国产热门IP衍生文创产品、大湾区特色农产品在线上进行交易。

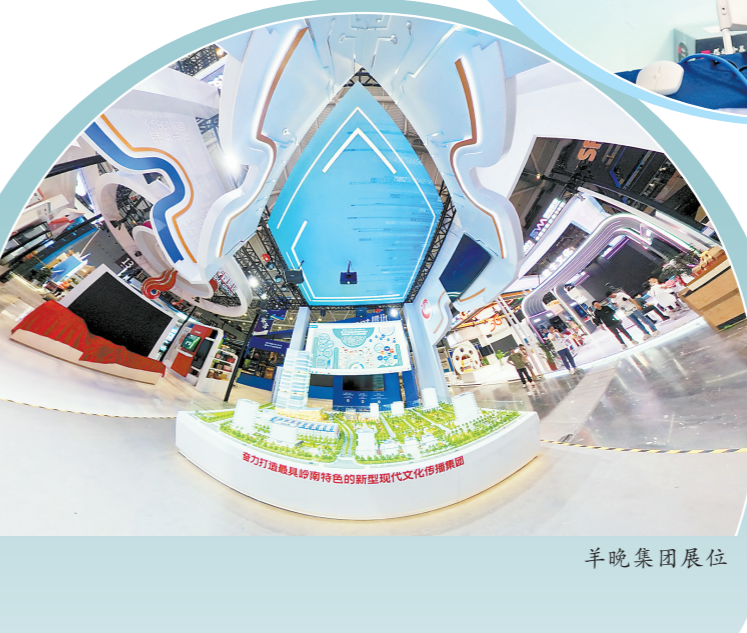
此外,以“文化+直播”强化交易功能。邀请知名网红直播带货,组织百万流量网红现场探馆带货,激发文化消费新活力新动能。

聚焦“首展”“首秀”“首发”,广东展团将组织举办产品推介、专题发布、现场促销、精品拍卖、金融对接、行业交流等六大系列80余场活动。例如,举行广东大模型赋能文化产业合作对接会,会上启动广东大模型赋能文化产业应用联盟,发布《广东加快发展新质生产力的产业实践成果》;举行2024粤港澳大湾区文化产业投资大会(广东·广州)发布会,启动“大湾区文化创新创业大赛”;举办地市级文化产业、广东文旅产业、广东影视动漫产业、跨境电商沙龙等推介会、交流会等。集聚广东多元文化生态,开展推介交流与合作对接活动,全面提升交易实效。

羊城晚报记者 王俊



广东展团直播间,工作人员为直播做准备



羊城集团展位

羊晚集团展位亮相文博会 生动展示岭南文化名片如何打造

走出独具岭南文化特色的媒体融合发展之路

《羊城晚报》创刊67年来,坚持“文化立报”“开门办报”的优良传统,传承开新立势的创新基因,始终不变的百姓情怀、独特深厚的文化底蕴,融合发展、谋发展,打造“响当当的岭南文化名片”。2023年,《羊城晚报》位列亚洲品牌500强第181位,品牌价值达到639.28亿元,持续领跑全国晚报。羊晚集团数字化转型成果——羊城派客户端上线8年,下载量累计达1.25亿,位列全国省级党报第三。

此次文博会,羊晚集团展位的全媒体发展展示区,全面展示了羊城晚报如何走出独具岭南文化特色的媒体融合发展之路:以羊城派客户端为中枢,羊城晚报报搭建起“1+2+3+N”立体传播矩阵,覆盖移动端各大主流平台,打造适配不同用户需求的“分众云道”,触达用户2.19亿。在这当中,羊城晚报孜孜不倦精雕细琢“文史”“文脉”精品,聚焦岭南文化及广东各地市的人文史脉、文化建设,推出《岭南

文脉》《岭南文史》《惠州文脉》等系列融媒体专刊,成为广东省及相关地市推进文化建设的重要舆论宣传平台;精心培育了一系列文化品牌项目,比如已持续开展十年的“花地文学榜”,每年对中国当代文坛的创作进行梳理和总结,为广大读者提供一份极具含金量的年度专业书单,至今已包括莫言、贾平凹、冯骥才、迟子建、毕飞宇、韩少功、刘震云、麦家等文学名家获得年度作家(作品)殊荣。

“一园七区”成党报创园成功探索

羊城创意产业园是羊晚集团的另一块金字招牌,也是党报创园的成功探索。羊城创意产业园展示区,系统展示了集团“一园七区”格局:自2017年创建至今,羊晚集团已发展形成羊城创意产业园主园区、东风东园区、南沙园区、沙洛园区、南海园区、增城园区、同创汇天河园区,入驻企业总产值400多亿元。其中,羊城创意产业园主园区

区位于广州市国际金融城北核心区地带,这里也是广州市城市文脉、城脉、商脉的交汇点。园区总用地面积17.1万平方米,总建筑面积13万平方米。自羊城创意产业园创建以来,羊晚集团把自身文化软实力、资源聚合力和品牌优势转化为园区发展动能,着力打造粤港澳大湾区数字文化社区。主园区获评国家文化产业示范基地、国家音乐创意

“小羊楼”力塑湾区文化地标

型正是岭南数字创意中心建设项目。该项目在广东省委宣传部部署推动下,由羊城晚报投资建设,于2023年2月开工,计划2025年底完工交付,2026年正式投用。项目总建筑面积约12万平方米,高达149.95米,地上32层。大楼外立面以“羊”字为脉络,顶部塔冠宛若一张“打开的报纸”,寓意羊城晚报“从纸开始,向云出发”的媒体融合和产业孵化之路,因此羊晚人也亲切地称之为“小羊楼”。

羊城集团将以“小羊楼”建设为抓手,与羊城晚报的数字化、智能化发展融会贯通,引领推动羊城创意产业园成为数字文创产业引领地、媒体深度融合新高地、粤港澳大湾区高质量发展示范区,致力将“小羊楼”打造成为“面向未来的精品工程,引领湾区的文化地标”。羊城晚报记者 林园

中国文化产业第一展 峥嵘廿载再启新程

第二十届中国(深圳)国际文化产业博览交易会今日开幕

羊城晚报记者 王俊

作为中国唯一一个国家级、国际化、综合性的文化产业博览交易会,也是国内首个获得UFI(全球展览业协会)认证的综合性文化产业博览交易会,中国(深圳)国际文化产业博览交易会(以下简称“文博会”)已迈入弱冠之年。5月23日至27日,第二十届文博会在深圳盛大举行。

自2004年创办以来,文博会的国际化、市场化、专业化、数字化水平稳步提升。20年发展历程,文博会成就非凡:展示规模从首届的4.5万平方米,扩大到第二十届的16万平方米;线下展商数量从首届的700多家,攀升至第二十届的3076家;参会国家和地区从首届的10个,增加至第二十届的108个;近年来每年都吸引国内外超10万种文化创意产品、4000多个文化产业投融资项目在现场进行展示与交易。一年一度的“文博之约”,众多文化产业龙头企业来粤,展示行业发展风采,发挥示范带动效应,持续推动文化新领域、新业态、新模式创新发展。

经过多年努力,文博会已成为全国文化产业发展的风向标。它既是中国特色文化产业领域规模最大、规格最高、实效最强、影响最广的展会,也是引领中国文化产业发展的引擎、推动中华文化走出去的重要平台和扩大文化对外开放的重要窗口,被广泛誉为“中国文化产业第一展”。

推动文化企业成长升级

时针拨回二十年前。2004年11月18日,首届文博会在原深圳高交会馆正式开幕,一炮打响。大芬油画村是参与者,也是受益者。

那一天,在大芬油画村分会场,1000名画工身穿统一的白色T恤,进行油画创作表演,广受关注。“文博会后,订单像雪片一样从国外源源不断地飞向大芬。”大芬美术产业协会名誉会长周峰回忆,2003年大芬的油画销售额为8000万元,而在首届文博会举办后,大芬当年的销售额就跃升至1.4亿元,首次突破了亿元大关。

“在当时所有人的眼里,文博会带来的就是真金白银。大芬油画村2022年产值是42亿元,从首届分会场到现在,年产值翻了四番。”大芬油画村文化发展中心主任杨艳玲表示,通过文博会带动,大芬油画村市场规模在全国首屈一指。深圳华强集团有限公司是一家文化科技企业集团。在第四届文博会上,华强集团旗下华强文化科技集团与伊朗山曼·高斯达公司签约,在伊朗共同建设“方特卡通动漫园”项目,涉及投资达8000万欧元。从第五届文博会开始,华强集团成为文博会的分会场。华强文化科技集团旗下深圳华强数码电影有限公司与株洲市签订的文化科技产业园项目,投资额达50亿元;该集团与株洲市签订的方特株洲主题产业园项目,单项签约达到45亿元。借助文博会的平台力量,以华强文化科技集团

为代表的新一业态不断茁壮成长,“文化+科技”成为深圳文化产业向高端拓展的突破口。

博览与交易是文博会永恒的主题。据了解,文博会每年组织邀请众多全国文化产业龙头企业、中国优秀文化产业园区和示范基地、文化产品出口重点企业等参展,已成为中国文化产业发展的年度检阅平台和我国文化产业整体实力展示的重要平台。同时,文博会也是全国文化产业发展的风向标,每年重点组织4000多个文化产业投融资项目在现场展示与交易,各馆展示和交易内容都代表了本行业的发展现状和最新成果。

近年来,一批文化领域的上市公司纷纷亮相文博会,如新华传媒、读者传媒、华侨城、芒果超媒、中青宝、长江传媒、华数传媒、中南传媒、时代出版、百视通、同洲电子、宋城演艺等。保利文化集团股份有限公司、中国出版集团公司、中国电影股份有限公司、中国对外文化集团公司、上海电影(集团)有限公司等连年荣获全国文化企业30强的企业也连续多年参展,大大提升了文博会的展示质量和交易份额。

这一文博盛会,生动折射出中国文化企业转型升级的清晰轨迹:“融合发展”成为很多参展企业共同的特点,由低端变高端、从产品到产业,通过融合实现文化产业的业态创新和模式创新已经成为文化企业的共同追求。

赋能文化粤军繁荣发展

在每年的文博会分会场阵容里,都不乏华侨城创意文化园(OCT-LOFT)的身影。回溯园区的发展历程,文博会占据着重要节点。2006年5月,华侨城创意文化园于第二届文博会期间挂牌,正式参与深圳文化发展的进程中。自2012年至今,华侨城创意文化园连年入选文博会分会场。

“可以说,我们园区是伴随着深圳文化创新发展而成长起来的,也见证着创意设计成为深圳乃至国家文化产业的重要组成部分。”华侨城创意文化园运营负责人许茜表示。今年,第13次成为文博会分会场的华侨城创意文化园,将以“链接Link with”为主题,带来包括“Made in Shenzhen——在地青年提案”、T街创意市集、第八届明天音乐节在内的一系列多元开放的活动。

华侨城创意文化园的快速成长与持续参展,是文博会廿载峥嵘的又一缩影。20年间,在文博会的推动下,一系列业态丰富的分会场成长起来,并带动了文化产业园区、基地的发展,形成了深圳纷繁多元的文化产业发展业态,推动了深圳文化产业集聚化、规模化发展。据统计,目前深圳文化企业超10万家,从业人员逾100万人;全市共有市级以上文化产业园区80家,入驻企

业超1万家,就业人数近20万人,实现税收逾150亿元。

据了解,以大芬油画村、华强方特、华侨城创意文化园等为代表,本届文博会共设52个分会场,策划近400项产业特色鲜明、文化内涵丰富、交易功能突出、公众参与度较高的展示交易活动。

放眼全省,广东文化产业也在文博会“弱冠重塑再出发”之年迎来新进展、新成效。数据显示,广东文化产业规模总量已连续20年位居全国首位,支柱产业地位进一步巩固。

广东也是全国少数实现文化产业全行业覆盖的省份,文化产业体系完备,上中下游产业链完整配套。2023年,广东规模以上文化企业在文化核心领域实现营业收入1.34万亿元,增长10.7%,占全国1/8;以内容生产为主的现代服务业保持快速增长,2023年规模以上企业营业收入9127亿元,增长10%。与此同时,区域协同促进态势良好,珠三角携手港澳,共建粤港澳大湾区文化产业圈,并加强对粤东粤西粤北12市的辐射带动和帮扶支持,共同打造了工艺美术、动漫游戏设备及衍生品制造等产业集群,培育了一批富有地方魅力的文化品牌。

数说

本届文博会 共设8个展馆

- 文化产业综合展A馆
- 文化产业综合展B馆
- 粤港澳大湾区文化产业创新展
- 文旅融合·文化消费展
- 影视·出版·版权·游戏电竞展
- 非遗·老字号·工艺美术展
- 艺术·设计·国潮展
- 国际文化贸易展

线下展览内容在云上
文博会平台同步展示

