

第二十一届文博会5月22日至26日在深圳举办

# “中国文化产业第一展”今年如何秀实力？

羊城晚报记者 王俊

5月14日,第二十一届中国(深圳)国际文化产业博览交易会(以下简称“第二十一届文博会”)新闻发布会在举行。记者从会上获悉,第二十一届文博会将于5月22日至26日在深圳举办,为期5天,主会场设在深圳国际会展中心,另在深圳各区设52个分会场。

本届展会共组织6280家政府组团、文化机构和企业线上线下参展,比上届增加265家。31个省、自治区、直辖市及港澳台地区全部参展,全球65个国家和地区、305家海外展商线上线下参展。展会将展出文化产品超过12万件,4000多个文化产业投融资项目将在现场进行展示与交易。目前,招展工作已基本完成,已转入展服务筹备阶段。

## 1 首设人工智能展区 AI新技术应用成亮点

第二十一届文博会组委会办公室主任、深圳市文化广电旅游体育局局长刘蕾介绍,本届文博会延续综合展加专业展的办展模式,共设8大展馆,包括3个综合馆和5个专业馆。相比往届,本届文博会更加突出科技为文化赋能,AI、大数据、云计算等数字化手段让传统文化焕发新生,充分展现以文化新质生产力引领文化生活的最新成果。

刘蕾介绍,本届文博会首次设立人工智能展区,将邀请60多家人工智能领域的知名企业参展,呈现AI全应用场景、AI科技演出、AI共创互动等。政府组团将全面展示落实文化数字化战略成果,突出人工智能在各垂类场景的应用。此外, AI展会助手“文小博”将首次亮相,具备机器人也将参与迎宾、志愿服务、导览采访等, AI新技术应用

将是本届文博会的创新亮点和重要看点。

作为全国文化产业发展的风向标,文博会见证着文化与产业的“双向奔赴”,折射出文化产业高质量发展的新机遇和新可能。刘蕾介绍,本届文博会将聚焦数字文娱、人工智能、低空经济、新消费等赛道,全方位挖掘最具代表性的精品内容、最前沿的高端潮流产品项目、最具行业权威的头部企业、最富活力潜力的企业汇聚文博会,腾讯、阿里巴巴等300多家海内外头部企业将呈现中国文化产业高质量发展的最新成果。

此外,本届文博会将携手同期举办的深圳国际人工智能展览会、世界无人机大会,三展联动打造资源聚合平台,深度解码深圳作为人工智能先锋城市的创新基因,领跑“天空之城”低空经济新赛道。

## 2 22项措施促成更多产品交易和项目合作

“交易力”是文博会的“生命力”,也是文博会不断提升、不断发展、源源不竭的强大动力源泉。文博会以“文化深港游”对接“经济新蓝海”,在服务国家战略中展现深圳担当。

作为“中国文化产业第一展”,文博会把促交易放在最突出位置,本届特别策划了22项促交易措施,推动参展企业在文博会平台拼经济、拼订单、卖商品、觅商机,努力促成更多产品交易和优质项目合作,同时大力拓展线上交易,推动更多的文博会参展商通过跨境电商平台出海,不断壮大文博会的生命力。

据统计,截至去年,历届文

博会累计成交额超过3万亿元,服务文化产业机构累计超过4.5万个,交易展示海内外文化创意产业展品累计超过200万种。过往的二十届文博会催生了一大批优质文化项目,也签订了无数的订单。历届文博会累计成功链接文化投融资项目超过7万个。

值得一提的是,本届文博会国际化程度更高。据介绍,本届文博会的国际化朋友圈从60多家增至70多家。展会将新设文化出海展区,组织一大批文化出海头部服务企业参展,以此加快国家对外文化贸易基地线上交易平台一体化建设,进一步加强国内企

业与海外采购商的交流与合作。公开统计数据显示,2024年深圳市规模以上文化及相关产业法人单位3754家,实现营业收入12875.08亿元,占全省的51.5%、全国的9.1%,按可比口径计算,同比增长12.1%,高于全国全省平均增速6.1和5.5个百分点。特别是以多媒体、游戏、动漫、可穿戴、智能设备、文化设备制造等为代表的文化新业态特征较为明显,16个行业小类,实现营业收入5863.99亿元,同比增长12.2%,为深圳文化产业高质量发展提供了硬核支撑,也为加快建设高水平文化强市夯实了坚实基础。

押题谎言, AI噱头, 溢价文创……

# 高考生生意“笑里藏刀”

距离高考仅剩20余天,每年这个时节,“高考经济”便火热起来。记者在电商平台输入“高考”二字,瞬间跳出超百万条商品信息。从打着“押中真题”旗号的高价模拟卷,到印着“金榜题名”的酥油蜡烛,再到各式各样的高考专用文具……对高考美好的期盼,被包装成一件件明码标价的商品。

在这场“高考生生意”里,商家究竟是在为家长和考生真心提供服务,还是利用美好祝福和焦虑情绪精准收割?

## A 押题卷是“美丽的谎言”

高考临近,模拟押题卷市场的热度居高不下。在某电商平台,一款品牌押题卷标价368元起,页面醒目标注“12年,年年押中真题”,累计销量已超4万件。商家宣称该押题卷由“高命题研究组专家”编写,覆盖语数英等9大学科,还附赠“高考命题趋势分析手册”与“考场抢分秘籍”,吸引众多家长和考生下单。

这些标价数百元的“押题卷”,真能精准命中高考原题吗?以某品牌2024年物理学科押题卷为例,其宣传中声称“押中”湖南卷真题。高考原题聚焦特定圆筒空间内电子受磁场、电场作用的运动轨迹问题,而押题卷错题部分则探讨粒子在空间直角坐标系下、不同区域电磁场中的运动情形。尽管二者均构建了电磁场复合情境,但从空间模型的几何形态、电磁场的分布规律,到粒子的初始速度、受力条件等核心要素,都存在显著差异,显然不能简单判定为“押中”。

类似情况在语文、数学等学科同样存在。某语文押题卷仅因材料与真题存在部分相似,便宣称“押中原题”,然而实际考查的文本理解、题型设置与答题方向截然不同。数学科目中,一套押题卷仅因与真题同属“求二面角”知识点,便标榜“命中考点”。记者深入对比发现,所谓押中的题目与真题不仅图形结构大相径庭,所求二面角的具体位置、给定条件及求解思路均无重合之处。

“高三时看到广告说得天花乱坠,抱着‘万一押中了呢’的想法买



清华学霸!一定用  
Deepseek帮你高考...

1.4万

有点意思, AI押题高考

作文Ai, 还压对了#...

187

羊城晚报记者 秦小杰



某网络平台上的押题帖文(网络截图)



某电商平台售卖的高考主题文具(网络截图)

回访

## 上届文博会参展商过去一年发展成绩亮眼、项目推进火热 是秀场更是生意场 文博会「交易力」拉满

“今年我们还要来。”第二十一届中国(深圳)国际文化产业博览交易会(以下简称“文博会”)开幕进入倒计时,5月14日,羊城晚报记者回访部分往年文博会的参展商,得到了“今年还来”的统一答复。文博会“七大超级平台”的首要定位,便是文化产品和服务超级交易平台。上届文博会会展出文化产品超过12万件,4000多个文化产业投融资项目在现场进行展示与交易。过去一年,众多参展企业发展成绩亮眼、项目推进火热。

“深圳速度”感染着参加“文化产业第一展”的众多

文博会被誉为一座“圆梦桥”,以丰富的配套活动,为国内外各地、各文化企业搭建了文化产业项目展示、新品发布、招商推介、投融资服务、信息交流的新载体,国内外众多优秀文化产业项目与投资方精准配对。

上月,因“纽约市民凌晨5时排队两条街抢购中国全景相机”刷屏的影石Insta360,是深圳“土生土长”的科技企业。成立仅十年,影石已经成为全球全景相机市场占有率世界第一的领军企业。多年来,影石通过参展文博会展示前沿技术和创新产品,推动了品牌影响力和市场拓展。其中,X系列全景相机更是连续多年参展的“全勤生”。

影石相关负责人介绍,该企业将前沿科技与文化场景深度融合,不断降低全景影像

## 从行业龙头到新锐品牌 文博会助力企业绽放多元精彩

门槛,构建创作生态。其中,Flow 2 Pro搭载了影石自研的AI深度追踪4.0技术,让追踪体验更精准、更多元、更具美感。Go3S则凭借拇指大小机身,加上今年推出的哆啦A梦限定款,被网友称为最萌Vlog相机。

今年,影石Insta360将继续携带多款爆火的新品、产品亮相文博会。“我们的产品不仅是文化场景的记录工具,更是能够保存文化记忆的时空胶囊。依托文博会国际化窗口,影石正以‘技术+内容’双轮驱动,加速构建数字时代的文化与科技产品的深度结合。”影石相关负责人表示。

除了行业龙头,不少初创企

业也在文博会得到了极佳的展示机会!“自去年文博会以来,我们中气食族发展势头迅猛,首年销售额达3000万

元以上。”中气食族去年亮相文博会的“中药雪糕”吸引了不少市民尝鲜,更是在过去一年的时间里带着“文化味”走向全国。

该品牌负责人沈晓迪介绍,目前,中气食族在全国已拥有20家直营门店,均分布在全国Top50榜单的景区景点。

品牌根据不同城市的文化特色和旅游需求,定制开发具有地域特色的产品和服务。例如,在历史文化名城,推出融入当地历史典故和传统中医智慧的文创;在自然风光景区,结合当地药材,开发特色茶饮和药膳。同时,门店的设计也充分融入当地元素,营造出沉浸式的文化体验氛围。

“很期待参加今年的文博会!我们将以全新姿态展示一年来的发展成果。”沈晓迪表示。

## 从签约合作到创新成果落地 文博会力促文化产业蓬勃发展

去年的文博会催生了一大批优质文化产业项目,也签下了无数订单。其中,甘肃省签约招商项目14个、金额78.03亿元;哈尔滨市冰雪经济和特色文旅招商项目,现场签约12个;深圳丝路视觉达3000万元意向成交。

历年文博会吸引不少国际政商人士前来。去年,英国爱丁堡市市长罗伯特·阿尔德里奇率领9家爱丁堡企业组团参会。他曾公开介绍,在文博会上和爱丁堡达成意向合作的深圳企业,火速定下前往爱丁堡的行程。

“深圳速度”感染着参加“文化产业第一展”的众多

届文博会结束次日,VR主题乐园运营商、上海沉浸机遇科技有限公司就在深圳福田开起了“小会”。在这届文博会上,该企业与超过300家合作方进行洽谈、与50多家合作方签署了合作意向书。现在,一年时间过去,不少项目已开花结果,发展得有声有色。

比如,今年5月1日,全球首款冰雪主题文旅元宇宙产品——《冰龙寻珠·全感VR》空降深圳节日大道节日广场,以全场景、多感官、超真实、沉浸体验的VR3.0模式,揭开福田区“科技+文旅”深度融合的新篇章。这背后是深圳市福田文旅城服有限公司与上海沉浸机

遇科技开发有限公司发挥各自优势,进行资源整合、优势互补,在创新技术与创新模式的科技乐园建设、科技文旅元宇宙新产品研发、科技元宇宙产业投融资等方面进行全方位深度合作,携手推动《冰龙寻珠》特别版落地福田。

作为国内规模最大、规格最高的文化交易平台,文博会以丰富的配套活动,为全球文化产业搭建起集项目展示、新品发布、投融资对接等功能于一体的综合平台。记者了解到,截至第二十届,文博会已累计成功链接文化产业投融资项目超7万个,成为无数创新企业的“孵化摇篮”、无数“顶流”文化产品的集中秀场。

## B AI押题多是引流骗术

随着AI智能工具走进日常生活,“AI中高考押题”成为社交平台上的热话题,更有商家先下手为强,利用“AI押题”等宣传标语营销商品。

例如在某交易平台,有商家推出了“历年高考真题+DeepSeek”预测2025高考题等商品套餐,销量已经破百。还有商家宣称借助AI技术能快速生成出题内容和思路框架,甚至给出与去年真题“总体相似度达87.5%”的夸张结论。这些覆盖全学科的AI押题,搭配“大数据解析”“精准判题趋势”等话术,不断刺激着考生和家长对进一步踏入精心设计的消费陷阱。

而在某社交平台,记者输入“AI预测高考真题”后,大量吸睛内容扑面而来。

“DeepSeek助力高考冲刺”“DeepSeek押中2025高考语文真题”等标题帖层出不穷。这些博主在分享所谓AI押题指令时,或暗藏商品购买链接,或诱导用户加入付费群聊获取“独家资料”。评论区里集中了大量“求分享”“怎么买”的留言,不少考生及家长对此抱有浓厚兴趣,却不知正一步步踏入精心设计的消费陷阱。

对此,一位深耕高三教学多年的资深教师发出提醒。高考命题严格遵循“原创性”和“反押题”原则,市面上“年年押中真题”的宣传大多是营销话术。部分机构通过拼凑改编旧题制造押中假象,甚至虚构用户反馈数据。而市面上鼓吹的AI高考押题,本质

上不过是商家的营销噱头。其标榜的与真题“高相似度”,仅仅局限于常见题型和基础考点的重合,在预测具体题目上的准确率近乎于无。AI作为新兴的学习辅助工具,的确能够为学生提供多样化的学习资源与思路启发,但它绝非具备命题能力的专业权威。

这名教师建议考生和家长保持理性,切勿迷信押题产品,避免对所谓“AI押题”产生不切实际的期待,更不能陷入网络博主制造的消费陷阱,以免因盲目跟风既造成经济损失又打乱正常备考节奏。“押题卷和数字模型仅可作为巩固知识、熟悉考试节奏的辅助工具,扎实学习、夯实基础才是高考制胜的关键。”

## C 主题文创或在“割韭菜”

除了各类押题卷和AI预测,高考周边商品也是当前的热销商品。从各类文创到创意礼物,从文昌笔挂件到寓意“上岸高中”的粽子造型首饰,很多高考周边商品月销量破万,评论区满是家长和学生的留言,“送给孩子做高考礼物,希望考试顺利”的祝福比比皆是。

记者注意到,一对印有“金榜题名”“学业有成”等字样、7.7天燃的蜡烛售价40元至百元不等,价格是普通款的数倍,月销量超2000件。从商品留言看购买者大多是学生家长。

有买家在评论区写下:“孩子马上高考了,点燃蜡烛,希望孩子能有个好兆头。”一名高三学生的家长李女士说:“面对高考这座独木桥,希望借助这些承载美好寓意的商品,为孩子增添一份好运,哪怕明白这或许只是心理安慰,也甘愿为此买单。”

印有“金榜题名”字样的零食礼盒、饮品礼盒、毛绒玩

具等高考周边商品,在电商平台上也颇有流量。一款名为“巧克难题”的商品礼盒就格外吸睛——消费者可定制姓名,礼盒内含4瓶碳酸饮料、一盒状元糕、几个吉祥挂件,以及一套高考专用文具,售价为150元。但记者进一步核算发现,若单独购买礼盒内的单品,总价约80元,溢价近一倍。

针对高考推出的各类主题文具,更是深受考生和家长青睐。例如,为契合高考“文具外观透明无遮挡”的规定,一款透明笔杆文具成为高考前的热销单品,其不仅满足考试规范要求,还能直观展示笔芯余量,方便考生随时掌握使用情况。同时,色彩绚丽、印有“高考必胜”“一举夺魁”等励志标语的主题中性笔,也通过情感营销精准击中考生和家长心理,销量一路攀升。

文具套装方面则溢价较多。以某电商平台一家店铺为例,“一举夺魁”高考文具礼盒

套凭借高考主题包装,在该网店近期销量已突破5000件。该套装12件套售价86元,15件套售价100元。记者详细咨询套装产品发现,该套装在普通文具基础上,仅增加礼盒拉菲草等装饰、红包与一朵针织花束,价格便大幅提升。

不过,火爆市场背后潜藏着一些风险。专家指出,考生和家长的焦虑往往被商家利用,导致非理性消费。以文具为例,文具质量直接关乎考试发挥。劣质2B铅笔可能导致机读卡填涂模糊,影响机器识别;断墨的签字笔则会打乱答题节奏,甚至造成卷面脏乱。考生和家长选购文具时应保持理性,优先选择知名品牌,仔细查看产品包装上的生产厂家、生产日期、质量认证标识等信息,不要被包装所迷惑,避免购买“三无”产品。无论是家长还是考生,都需保持清醒与理性,莫让对高考的重视,变成被商家利用的“焦虑陷阱”。