

热点



■文博会上的“电竞粤超”展区。

280万人次打卡第二十二届文博会

“中国文化产业第一展”彰显交易硬实力

1 超13万名采购商云集 现场爆款频出 成交火爆

历经二十余年积淀成长,文博会已然成为彰显国家文化实力、洞察文化产业发展趋势、促进中外文明交流互鉴的重要窗口。数据显示,截至2025年,文博会累计成交额突破3万亿元,服务企业超5.4万家,展示产品超250万种,链接投融资项目超8.4万个,展现中国文化产业高质量发展的蓬勃气象。

今年文博会展会能级跃升,产业集聚效应凸显。主会场共设8大展馆、34个专业展区,总展览面积达16万平方米;共吸引6312家政府组团、文化机构和企业线上线下参展,共展出文化精品超12万件。主会场、分会场、各相关活动点总参与人次突破280万,产业辐射力与平台影响力持续扩大。

展会成色看实效。锚定“交易力即生命力”,本届文博会创新推出22项升级版促交易便利措施,量身打造8条专业精准观展路线,设立4个交易洽谈区和专属金融服务区,推动服务保障从“基础”变“精准”,招商体系从“办会”变“搭台”,交易场景从“分散”变“闭环”。展会期间,主会场举办260余场供需对接、路演及新品推介活动,较上届增加80余场。超过13万名专业采购商从世界各地前来参会,来现场拼订单、谈项目、觅商机,实现一站式“买全球、卖全球”。

现场爆款频出,成交火爆。荣耀闪电和元气仔机器人、众擎T800人形机器人、跨维智能人形机器人、阿里千问AI眼镜、影石创新全景相机等科技新品备受追捧;非遗缙丝、宋锦文创、军工文创、广西展区非遗手工刺绣虎头包等特色好物热销全场;北京展区泡泡玛特THE MONSTERS与FIFA世界杯联名潮玩、奇梦岛跨界IP等深受年轻群体青睐。文博会“超级卖场”效应凸显,展品变爆品、“流量”转“增量”成效显著,“中国文化产业第一展”的交易硬实力全面彰显。

2 文博会上AI热爆 引领“文化+科技”沉浸体验

本届文博会,AI唱主角。观众可以直观看到人工智能深度赋能文化产业的全场景、全业态。华为、腾讯、阿里千问等200余家AI头部企业和近百项AI最新应用场景项目集中亮相,人工智能、数字演艺、未来科技、AI切磋大会、跨境电商等展区全面落地。

一批前沿科技成果惊艳全场。国家版本馆展出《巧渡金沙江》版画、五代吴越国“雷峰塔经”等古籍精品,以典籍实物与数字交互屏相结合的方式,让观众感受数字技术赋予传统文化的时代价值;广东锐丰文化携《极SHOW》3.0“赛博戏台”震撼亮相,以人机共舞、沉浸式光影秀展现科技与文旅深度融合的硬核实力;亿航、高巨创新等企业首次大规模引入低空文旅场景,展示低空观光、无人机表演等新模式,开辟文化消费新赛道。

本届文博会以沉浸式观展、互动式体验、场景化消费新模式,推动科技与文化深度融合、同频共振,成为我国文化新质生产力集中展示、创新转化、落地应用的核心窗口。

5月25日,第二十二届中国(深圳)国际文化产业博览交易会圆满落幕。作为“中国文化产业第一展”,本届文博会以习近平文化思想为指引,与2026文化强国建设高峰论坛同期举办,紧抓“十五五”规划开局和APEC会议在深圳举办的双重机遇,展会规模、交易实效、科技融合、国际能级再攀新高,为建设文化强国、提升国家文化软实力注入强劲动力。爆款粤产电影《给阿嬷的情书》成为论坛、展会期间嘉宾与观众的热议话题,温暖动人的岭南故事浸润人心,展现广东文化产业蓬勃向上的发展态势。

■采写:新快报记者 黄闻禹
■摄影:新快报记者 郭思杰



◀展会精心打造九大核心展区,覆盖文创中国、博物馆文创、动漫电竞等领域,集中展现文化新质生产力发展成果。



◀现场展出的亿航载人飞机。

现场

广东展团签约和意向签约金额超100亿元

5月25日,第二十二届深圳文博会闭幕日,由广东省委宣传部主办的广东重点文化产业项目签约暨成果发布活动在深圳国际会展中心15号馆广东展团推介发布区举行。活动现场,22个涵盖影视、动漫、网络游戏、电子竞技、演艺市场、网络视听六大领域的重点文化产业项目集中签约,4个代表性项目进行路演,总投资覆盖内容创作、技术研发、产业融合等全链条,为广东文化强省建设注入新动能。

据统计,截至目前,广东展团签约和意向签约金额超100亿元。主办方表示,本次活动是广东深化推动文化产业高质量发展“政策包”落地的重要成果,本次签约项目预计带动直接投资超100亿元,其中,与省外联动项目较往年大幅增加,体现了广东在国内统一大市场建设中“走在前列”的新作为。

据悉,本次活动签约项目紧扣省委“1310”具体部署,聚焦文化产业高质量发展,呈现“技术赋能、跨界融合、全球视野”三大特点。

例如,影视领域,中央广播电视总台与注艺集团联合推出的法治题材影视剧《探案局》,构建“司法内容+主流传播+大众语态”普法矩阵。动漫领域,国内首个中小学综合素养人工智能平台正式签约,该项目为教育部规划课题重大成果,将面向全国18.5万所中小学、2亿学生提供AI教育资源,预计带动千亿级产业收入。网络游戏与电子竞技方面,羊城创意产业园“游戏二次元主题公园”启动,打造6万㎡青年文化生态空间。演艺市场与网络视听方面,2026广州草莓音乐节以“On! Holiday!”为主题,融合艺术与科技,打造沉浸式青年文化聚集地。

活动现场,4个重点路演项目以“技术+内容+场景”三维突破,展现广东文化产业创新实力。

其中,AI教育平台是国内首个中小学综合素养人工智能平台,集成AI教学资源库、研究性学习项目库及高考新题型题库,将全面革新基础教育模式;《机神战队》动画对标《变形金刚》,以热血机甲故事传递正向价值观,计划年内国内外同步上线,预计带动10亿元产业链收益;2026《永劫无间》世界冠军赛总决赛奖金超千万元,12月广州总决赛将联动文商旅体活动,打造全球电竞盛宴;XPL2026 CS2广州国际职业邀请赛是VALVE官方Tier1级赛事,总奖金100万美元,7月落地广州,为粤港澳大湾区最高规格CS2赛事。

文博会邂逅“情书” 粤产佳作引热议

近期,粤产电影《给阿嬷的情书》热映,获得高票房和好口碑,实时票房已经突破11亿元。在本届文博会上,影片导演与主创亮相分享创作过程与演出感受,同期举行的文化强国建设高峰论坛上,“阿嬷”更成为多场分论坛嘉宾发言频繁提及的热词。

5月21日文博会现场,饰演“谢南枝”的李思潼和饰演“郑木生”的王彦桐惊喜现身。李思潼用潮汕方言送上“平安当大赚”的祝福,坦

言“影片里真挚的情感是包括潮汕人在内的所有人的共同情感”。

汕头展团在文博会量身打造《给阿嬷的情书》巨型主题积木打卡墙,并实景还原“裕丰银信局”,邀请影片主创演员蔡汕长到现场互动,让观众沉浸式感受潮汕乡愁与温情。

影片导演蓝鸿春现身文化强国建设高峰论坛电影业高质量发展论坛,分享影片创作经历。他在论坛上感慨,《给阿嬷的情书》创下近乎奇迹的传播成绩,离不开社会

各界的鼎力托举。作品的成功充分印证,精耕细作、扎根生活的诚意之作,不会被市场辜负。纯粹、真实、有温度的本土故事,永远拥有直抵人心、打动大众的力量。

中山大学历史学系教授陈春声在论坛上分享,《给阿嬷的情书》看哭了千万人,原因是它体现了中华文化的核心价值。在强国论坛的多个重磅论坛中,来自全国的专家和嘉宾也频频提及这部粤产佳作,予以高度评价。