

东莞 文采会让文化产品“破圈”出彩

文/王雷

今年中秋节前夕，东莞“中秋可园——岭南园林实景秀”一夜爆红，实景秀重现了可园主人张敬修邀请众多文人墨客齐聚可园的场景，还原了一场穿越百年的“中秋家宴、诗画雅集”，剧中人物的服饰和梳妆造型给人留下了深刻印象。本场实景秀演员服装和梳妆造型负责人正是东莞市木子文化传播有限公司创始人黄小东，其公司从2018年东莞首届文采会开始到2021年粤港澳大湾区公共文化和旅游产品(东莞)采购会，四届文采会一场都不曾落下，从当初的默默无闻到如今的大放异彩，其“莞邑木子美学”实现了完美升级，也成为东莞乃至粤港澳大湾区重大文化活动中的常客。

其实，“莞邑木子美学”只是文采会的受惠者之一。相关统计数据显示，自2018年以来，东莞通过文采会已累计吸引了890余家企业和机构现场参展，在线推出1443家企业和机构的产品进行展示，达成意向成交616单，成交金额累计超过1.85亿元。2022年全国文采会“东莞站”——2022粤港澳大湾区公共文化和旅游产品(东莞)采购会(简称湾区文采会)将如期举办，继续搭建区域供需对接和联动交流平台，丰富大湾区文化旅游“菜篮子”。

助力提升本土文旅企业知名度

“要想保证实景秀的演出效果，最重要的是根据导演的剧本设计理念和角色特点，让历史人物的每一处细节都能得到完整复刻。”黄小东说，经过两个多月的紧密筹备，精彩的实景表演最终唤醒了大家对于传统文化的记忆，取得了预期效果。

东莞市木子文化传播有限公司成立于2016年9月30日，公司常年开设中国古代服饰文化、古装造型梳妆、服饰制作等文化技术交流课程。

除了此次的“中秋可园——岭南园林实景秀”，近年来，莞邑木子美学已成为东莞乃至粤港澳大湾区重大文化活动中的

常客，并持续在中国古代服饰文化、古装造型梳妆等领域大放异彩。

“然而这一切放在几年前，想都不敢想。”据黄小东介绍，2018年之前，他们公司虽凭借《绝色敦煌之夜》敦煌壁画复原秀在外地有了一定的名气，但在大湾区还只是一个“无名之辈”，并不为人所知。“明明是湾区本土文化品牌，在这里却迟迟没有成交量，这让我感受到了落差。”黄小东说。

如何抢占家门口巨大的文化市场？一筹莫展之际，转机悄然出现。“2018年9月，我们在东莞参加了首届文采会，之

后的每一年文采会我们都会参与。在大湾区，越来越多的人通过文采会了解并熟悉我们以及我们这个行业，‘莞邑木子美学’在大湾区的知名度与日俱增。”黄小东表示。

正是得益于文采会搭建的良好平台，自2018年首次参加文采会以来，“莞邑木子美学”连年荣获“最受市民欢迎参展商”“成交量最多参展商”“成交额最高参展商”等。“每年都有大批采购商和市民围着我们展台前的古装模特，等待合影，现场十分火爆。成交额也从2018年的1万元左右提升至2021年的300多万元。”黄小东说。



▲2021年全国文采会“东莞站”——2021粤港澳大湾区公共文化和旅游产品(东莞)采购会开幕式现场
黄孟良 摄(资料图)

搭建文旅行业供需精准对接平台

作为粤港澳大湾区重要节点城市，近年来，东莞在文化和旅游部、广东省文化和旅游厅的大力支持下，把文采会作为推动全市乃至全省、全国公共文旅服务高质量发展的重要抓手，包括“莞邑木子美学”在内的众多文旅品牌也由此获益。

目前，湾区文采会已被列为全国重点区域文采会，在全国业界具有较高的知名度和影响力。同时也被列入《粤港澳大湾区文化和旅游发展规划》，作为重点平台予以支持。

文采会通过打造顶层平台，汇聚“全国—粤港澳大湾区”优秀文旅产品，以现场实物展示、路演推介等多种方式，丰富区域文旅产品供给，多方位推动文旅产品供需精准对接。如2021年澳门广告商会、广东粤剧院、深圳开心麻花等旗下作品纷纷亮相文采会。

此外，文采会强化“文化+科技”展销，多渠道多方式推动参展文旅产品广为人知。如2019、

2020年文采会期间，同步在全国公共文化云平台上线文旅产品；2021年打造“抖音湾区文采会”，直播点击量、抖音话题曝光量近1亿人次。

文采会不仅是文旅产品的展销平台，更是发布行业资讯、加强粤港澳文化交流合作、助力人文湾区建设的平台。如2021年文采会期间，粤港澳三地优秀文旅企业、“广东省民间文化艺术之乡”、省内各城市的优秀非遗项目和文创产品等集中亮相，使文采会成为区域文化交流盛会。

据统计，自2018年以来，东莞通过文采会已累计吸引了890余家企业和机构现场参展，在线推出1443家企业和机构的产品进行展示，达成意向成交616单，成交金额累计超过1.85亿元。“历经几年，文采会从东莞走向粤港澳大湾区，做出了很好探索，值得全国借鉴。”文化和旅游部全国公共文化发展中心主任白雪华表示。

今年文采会即将开办，期待值拉满

2022年全国文采会“东莞站”——2022粤港澳大湾区公共文化和旅游产品(东莞)采购会定于2022年11月25日至27日在东莞市文化馆举办，会期3天。活动坚持“政府主导、社会参与、重心下移、共建共享”的办会原则，围绕城乡新型公共文化空间创新发展等方向，以展览展示、项目推介与采购为主线，以展示科技赋能文旅、文旅合作洽谈、产业对接、湾区文化交流、公共文化空间成果展示、行业圆桌会等活动为主要内容，通过“线上+线下”的方式搭建区域文旅供需对接平台。创新推出线上文采会元宇宙参观、采购等互动体验，打造

线下“非量产”生活节等文化惠民“嘉年华”活动，大力彰显粤港澳大湾区公共文化和旅游产品合作交流新成果新形象，进一步深化区域公共文化服务供给侧改革，把湾区文采会打造成为影响广泛、引领行业发展的全国四大区域文采会之一。

东莞市文化馆相关负责人表示，接下来，东莞市文化馆将认真贯彻落实省委、省政府关于扎实推进文化强省建设的重要部署，深入实施高品质文化供给工程，深化文化领域供给侧结构性改革，做大做强文采会，进一步向港澳辐射，与国际接轨，把文采会办成一届又一届盛会。



市民打卡文采会
东莞市文化馆提供(资料图)



建行生活



新用户限时百元礼

40元

餐饮优惠券
满100减40元

20元

商超优惠券
满30减20元

20元

电影优惠券
满50减20元

1元起点外卖
10元

外卖优惠券
满11减10元

10元

哈啰单车优惠券
满11减10元



中国建设银行
China Construction Bank

东莞市分行

客户服务热线：95533
网址：www.ccb.com

