

聚焦第二十一届文博会

“中国文化产业第一展”奋力迈向“国际文化产业头部展”

第二十一届文博会将打造文化开放与出海超级贸易平台

羊城晚报讯 记者郑明达报道：5月22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“文博会”）将在深圳国际会展中心拉开帷幕。这个被誉为“中国文化产业风向标”的展会，今年以更开放的姿态拥抱世界：65个国家和地区的305家海外参展机构，110个国家和地区的3.5万名海外专业观众线上线下共赴，国际化占比达20%。

据文博会公司透露，今年展会还增设了文化出海展区、世界与中国青年文创项目孵化展区等，并加大了与20多家国际头部展览机构、高端文化产业资源的合作力度，助推更多文化产品及服务“走出去”。

文博会是文明对话的窗口，世界文化在此交汇，中国及世界各国文明开展平等对话、交流互鉴、相互启迪。“中国文化产业第一展”正奋力迈向“国际文化产业头部展”。

海外参展商占比达20%

今年文博会，“国际化”依旧是关键词，其定位之一为打造文化开放与出海超级贸易平台。文博会参观、参展、采购的国家和地区由最初的50个增加到本

届的110个，本届海外线上线下参展商数达到305家，国际化占比达20%。

在去年展会上，以网文、网游、网剧为代表的“文化出海”“新三样”头部企业进一步拓展了海外市场，其中作为“短剧出海吃螃蟹的第一人”的Crazy Maple Studio（枫叶互动），去年凭借一款短剧App“ReelShort”，跻身海外短剧赛道头部产品。

“在深圳、在文博会，能最迅速地捕捉到行业趋势，这也让我们得以提前在全球布局，以此来验证我们的创新性产品和商业模式。”枫叶互动北京公司总经理南亚鹏说。

无独有偶，作为国内最早致力于内容出海的市场化机构之一，雅文传播在去年文博会期间结识超过40家国内具有地方特色的文化企业，并与韩国、泰国、印度等海外展团建立沟通。

为助力参展企业进一步拓展海外市场，提升国际竞争力，

“文博会搭建的不仅是展

易发展中展现“深圳担当”。在去年展会上，以网文、网游、网剧为代表的“文化出海”“新三样”头部企业进一步拓展了海外市场，其中作为“短剧出海吃螃蟹的第一人”的Crazy Maple Studio（枫叶互动），去年凭借一款短剧App“ReelShort”，跻身海外短剧赛道头部产品。

“在深圳、在文博会，能最迅速地捕捉到行业趋势，这也让我们得以提前在全球布局，以此来验证我们的创新性产品和商业模式。”枫叶互动北京公司总经理南亚鹏说。

无独有偶，作为国内最早致力于内容出海的市场化机构之一，雅文传播在去年文博会期间结识超过40家国内具有地方特色的文化企业，并与韩国、泰国、印度等海外展团建立沟通。

为助力参展企业进一步拓展海外市场，提升国际竞争力，

“文博会搭建的不仅是展



往届展会现场 主办方供图

第二十一届文博会新设立文化出海展区、文化产品进出口贸易展区等多个专题展区，组织具有出口潜力的文化企业参展，借助头部跨境电商平台资源优势，助力参展企业“走出去”，让世界了解中国，读懂中国文化。

“文博会搭建的不仅是展

台，更是展商品牌价值跃升的黄金赛道。”据深圳国际文化产业博览交易会有限公司总经理方石玉介绍，本届展会将特别策划22项促交易措施，通过场景、通路、服务三方面再升级，实现交易环节的全面扩容、全链赋能、全程无忧。

去年广东省游戏产业营收达2604亿元，占全国8成 文化“顶流”如何炼就全球“王炸”？

文化IP从“神话再造”到“全球共振”

“哪吒脚踏风火轮，敖丙身披冰晶甲”——《哪吒2》创造票房奇迹的背后，广东游戏产业延续对传统文化IP的“超时空改造”。

当《王者荣耀》将“魔童降世”的叛逆美学植入四款限定皮肤，这场影游联动的本底，实则是数字时代“文化编码”的重构实验：用游戏语言的交互性解构神话叙事，以影视艺术的沉浸感重塑英雄史诗，让3000年前的封神传说在方寸屏幕间焕发新生。

从汇聚8支中外战队的国际巅峰杯，到英雄联盟手游联动蚩尤虫动漫游戏嘉年华，再到广州塔打造“无限”夺金战场……单单是今年“五一”假期，广州就至少为广大游客和爱好者准备了三场游戏盛宴，打造“电竞+文旅”“游戏+文旅”的全新体验场景。

从腾讯游戏日活破亿的“现象级”生命力，到灵犀互娱《三国志·战略版》实现全球用户突破亿级大关，再到三七互娱2024年全球发行的移动游戏最高月

流水超过23亿元，“内容为王”的铁律再次得到印证。

游戏不再是IP的衍生品，而是成为激活传统文化基因的“超级培养基”。而这种创新绝非偶然。“游戏+传统文化的深度融合，是广东高质量发展的必由之路”。数据显示，2024年广东移动游戏营收1967亿元，客户端游戏增长5.4%，小程序游戏更以119%的增速成为新增长极。在深圳和广州合计占全省超九成。其中，移动游戏出海收入占整体游戏出海的99.16%。

广东有10亿元以上营收量级的腾讯、网易、三七互娱，1亿元以上营收量级的易网网络、中旭未来、创梦天地等，也有5000万元以上营收量级的游莱互动、星邦互娱、望尘科技等；既有常年稳居头部的移动端游戏，又有进入发展“快车道”的小游戏。广东游戏企业构建了一套清晰的游戏出海生态。

AI技术赋能，则让广东游戏出海有了新引擎。腾讯“游戏AI中台”实现角色设计效率提升300%，三七互娱的自动化测试系统节省70%人力成本，库洛科技的“元工”模式让游戏迭代周期缩短至两周。当传统文化还在纠结“讲什么故事”，广东游戏已用工业化体系解决了“如何持续讲好故事”的世纪难题。

（全球游戏开发者大会）上中国游戏走向世界的“三大热点”——《王者荣耀》首次亮相、《黑神话：悟空》获最佳视觉艺术奖、库洛游戏《鸣潮》单日营收创纪录，均有“广东造”身影。

在AI“buff叠满”下，广东包含开发、运营、发行等游戏产业链条和发达的数字经济基础，让游戏厂商们“如鱼得水”，将AI、云计算、大模型等应用于游戏产业的工业化项目中。

Sensor Tower的统计显示，2024年TOP30中国手游发行商的收入占全球TOP100手游发行商收入的36%。其中，腾讯为中国手游发行商全球收入榜第一位，而三七互娱的放置RPG游戏《英雄没有泪》，在2025年3月首次进入中国大陆市场iOS手游收入前十。

在电竞领域，近年来广东电竞出海成果同样显著，电竞赛事活动在海外频繁开展，《王者荣耀》《和平精英》《卡拉比丘》等游戏产品在海外反响良好。

“不出海，就出局。”在“技术创新”和“文化融合”双重驱动下，广东游戏在游戏出海这张桌上，已经成为了局内人。

广东荔枝开启2025年“全球之旅” 60吨鲜荔枝奔赴北美

辰大海。5月18日，2025广东荔枝出口首发暨中荔高品质荔枝全球发布会将在广州举行，60吨鲜荔枝奔赴北美，2025年广东荔枝开始高光走世界。

18日下午，中荔集团总部仓库内一辆辆满载着新鲜广东荔枝的货车整齐排列，蓄势待发。随着中荔集团发车仪式的启动，货车缓缓驶出，带着岭南大地的甜蜜与芬芳，踏上了前往世界的征程。本次出口的首批荔枝共计60吨，目的地是北美市场。中荔集团董事长陈耀华告诉记者，北美消费者对高品质水果有着较高的

需求，广东荔枝凭借其独特的口感和优良的品质，近年来已经在当地市场赢得一席之地，很受欢迎。

作为农产品出口大省，广东特色水果近年来不断开拓全球市场，其中广东荔枝就是最受欢迎的“全球果”。

2024年前三季度，广东省农产品出口972.8亿元，占同期全国农产品出口值的18.6%。其中，湛江海关所在的粤西地区农产品资源丰富，2024年前三季度，当地荔枝、菠萝等特色水果出口8189.2吨，增长43%。

据陈耀华介绍，近年来在广

东省农业农村厅的指导下，中荔集团正积极参与到广东农产品“12221”市场体系建设当中，以佛山市高明区作为广东农产品出口的服务中心，推动广东荔枝“走出去”，进而带动其他农产品走出国门。

近年来中荔集团出口的荔枝远销欧美、中东、东南亚、南美洲等市场。今年尽管国际贸易环境复杂多变，但我们仍有信心保持稳定增长。这次广东荔枝集中出口首发60吨，标志着中荔集团2025年广东荔枝出口季工作的全面启动，预计今年荔枝出口量有望增长30%。



荔农忙着运输廉江妃子笑荔枝
廉宣供图

茂名荔枝嘉年华开幕 以会兴业，共绘产业新图景



嘉年华现场直播销售荔枝

羊城晚报讯 记者全良波、詹翔闵、王子桐，通讯员周仪、戴玉仪、李艳玲摄影报道：茂名是中国荔枝之乡，拥有世界最大的连片荔枝生产基地，全球每5颗荔枝便有1颗产自这里。

5月19日，2025年茂名荔枝嘉年华在中国荔枝产业大会会址举办。这场融合产业、文化、旅游的盛会，汇聚全国产业链代表、专家学者、文旅名人及电商达人，通过文化展演、产业签约、惠民消费等多项活动，打造茂名荔枝“节庆经济”。

在嘉年华现场，一棵3D荔枝订单树赫然醒目，实时展示茂名荔枝全球采购数据，见证“茂名荔枝，世界共享”的贸易版图。

茂名发布了《2025年茂名荔枝产业发展白皮书(2025年)》，市、

县(区)、镇三级成立了57个荔

枝LOGO的包装箱，深入主销区北京、上海、广州、西安、保定等城市开展“茂名荔枝”品牌宣传，进一步擦亮“茂名荔枝”品牌。

“我们保证不熟不摘，确保送到消费者手上是最好的荔枝。”高州市为达农业科技进步有限公司总经理葛志勇说。外地采购商河北首衡农副产品有限公司副总裁杨建飞说，去年采购了1.3万吨，今年将采购2万吨茂名荔枝，进一步提升茂名荔枝的市场占有率为。

此次嘉年华还设置了现场签约环节，广东省气象局、农业农村厅等六方将签署合作协议，通过金融、气象、科技手段护航荔枝产业。河北首衡、广东省邮政、广州江南市场、顺丰等企业现场承诺扩大采购规模，依托“田头智慧小站”和冷链专线，实现24小时内送达全国主要城市。

在保鲜技术的加持下，茂名荔枝“漂洋过海”。去年，茂名市创建了全国首个特色水果技贸评议基地，为荔枝出口提供支持。今年新增出口国家和地区5个(科威特、塞尔维亚、乌兹别克斯坦、哈萨克斯坦、基里巴斯)，出口国家和地区增加到22个，预计全市荔枝出口量将增长110%以上。

据悉，茂名还将开展美“荔”之夜、我爱荔集体婚礼活动、十万电商卖荔枝、茂名荔枝龙眼的甜蜜故事微短剧创作、专家荔乡行等系列嘉年华活动，持续推动荔枝销售热潮。



羊城晚报讯 记者许悦报道：随着粤西片区越来越多的荔枝陆续成熟上市，广东荔枝这个“全球果”，将奔赴全球共享的星

廉江荔枝产业升级：多措并举打造区域品牌新标杆

羊城晚报讯 记者余胜容、通讯员张思燕报道：近年来，广东省廉江市以荔枝产业为核心抓手，通过深化市场体系建设、强化科技支撑、拓展销售渠道等措施，推动荔枝产业向规模化、品牌化方向迈进。据2025年廉江市荔枝生产销售情况报告显示，当地荔枝种植面积达29.29万亩，预计总产量20万吨，销售金额约26.51亿元，产业规模与效益稳步提升。

廉江市主栽品种包括妃子笑、桂味、鸡嘴荔等。2025年数据显示，妃子笑种植面积达24.1万亩，预计产量17万吨；桂味、鸡嘴荔等特色品种种植面积约4.1万亩，产量合计2.9万吨。此外，仙进奉、冰荔等新兴品种种植规模逐步扩大，形成早、中、晚熟品种搭配的上市格局，妃子笑

参与产业链就业。

荔枝上市期间，廉江市多部门联合规范市场管理，推出《良垌镇荔枝收购市场管理十大公约》，从果品标准、卫生要求到交易流程进行统一规范，确保公平有序的市场环境。此外，“良荔”品牌标签的推广使用，进一步强化了产品溯源与品质保障，带动区域品牌影响力辐射全国。

面对未来，廉江市提出三大发展路径：其一，延伸产业链条。计划引入荔枝深加工企业，开发荔枝酒、冻干产品等高附加值品类，构建“鲜果+加工制品”的产销模式。其二，突破关键技术瓶颈。联合华南农业大学等科研机构，攻关生物降解保鲜、低温气调贮藏等技术，延长保鲜周期，为拓展远距离市场提供支撑。其三，深化品牌建设。通过

荔农忙着运输廉江妃子笑荔枝
廉宣供图

统一地理标志、举办荔枝文化节、参与国际展会等举措，推动“廉江荔枝”从区域品牌向全国乃至全球知名品牌升级。