

聚焦第二十二届文博会

文博会广东实力刷屏：

打破地市边界产业聚力破壁 粤派文化开启“大航海时代”

文/羊城晚报记者 林园
图/主办方提供

刚刚过去的周末，第二十二届中国（深圳）国际文化产业博览交易会（以下简称“文博会”）热度居高不下。伴随《给阿嬷的情书》总票房正式突破10亿元，全网目光再度聚焦深耕精品、科技、生态的文化产业“广东军团”。

依托优质内容创作、硬核科技赋能、完整产业生态三大核心优势，广东展团在人山人海的盛会中，全方位展现出大湾区文化产业的蓬勃活力与硬核竞争力。



观众沉浸式打卡展会

打破地市边界 场景开放贯通

走进本届文博会广东展团，最直观的变化就是无边界、全贯通。往年清晰的地市划分界限彻底消失，取而代之的是沉浸式、一体化的流畅观展场景。今年广东展团打破延续多年的“产业与地市平行策展”传统模式，将展区整体优化为文化创意、网络视听、动漫游戏电竞潮玩、影视出版演艺等核心板块，实现了从传统单一“产品陈列”，到现代化全链条“场景体验”的跨越式升级。

“以前逛展要逐个城市找亮点，现在顺着产业板块走，从核心技术到终端产品一目了然，体验感太直观了！”资深电竞爱好者、大学生小刘在动漫游戏电竞潮玩、影视出版演艺等核心板块驻足良久，沉浸式体验互动展品后由衷感慨。本届文博会，全省21个地市联合港澳地区共500余家骨干企业，以“链主牵头、集群亮相”的全新模式抱团参展，完整串联起核心技术研发、原创内容创作、终端产品落地、多元场景应用的全维度业态，清晰勾勒出粤港澳大湾区文化产业协同共生的完整生态版图。

打破地市壁垒、重构策展体系，正是湾区文化产业高质量发展协同发展的核心密钥。展区内，“首发首展首秀”与“广货行天下”两大特色品牌馆遥相呼应，双向赋能，20余项重磅核心IP实现全国首发。传统岭南工艺与前沿硬核科技同台亮相、碰撞交融，让底蕴深厚的“老广货”焕发新生，让创新活力的“新广货”擦亮招牌。

如今，湾区城市已然跳出单打独斗的发展模式，以全域产业链思维整合优质资源、互补短板，推动岭南非遗、本土文化从区域性地域符号，逐步成长为具备全球竞争力的文化IP品牌。

“含AI量”拉满 机器人“天团”圈粉

“我以前都不知道机器人已经能做到这么高难度的工作了！这款机器人不仅能和人对话，还能跳高难度舞蹈，动作特别流畅，太神奇了！”今年广东展团设置了“文化产业+AI”观展路线，沿着这条路线，中学生小陈解锁了不少机器人的“隐藏技能”，连连感叹。

本届文博会，广东展团“含AI量”拉满，人工智能早已不再是只起到辅助点缀的功能，而是深度融入文化创作、生产制作、沉浸体验全链条，全面重塑传统文化产业的生产力逻辑，成为产业升级的核心驱动力。

在广东展团，智能机器人“天团”集体亮相，现场圈粉无数：乐聚Roban机器人随乐起舞、灵动优雅，趣丸科技AI虚拟乐队奏响原创乐章，咏声动漫猪侠AI陪伴机器人趣味互动、萌态十

足，众擎T800极限运动机器人演绎高难度硬核操控……全品类智能产品覆盖家庭服务、运动陪伴、精细操作等多元场景，成为本届展会文化消费创新的潮流标杆，吸引大批市民观众驻足打卡、沉浸式体验，展位前不时爆发出惊叹声。

亮眼数据印证广东文化科技融合的强劲成效。2025年，广东规模以上文化企业营收突破2.77万亿元，同比增长8.9%，增速持续领跑全国；文化新业态营收突破1.13万亿元，同比增长17.6%。新业态、新科技已然成为广东文化产业的核心底气。

立足湾区沃土 扬帆全球市场

在三七互娱展位，大屏幕循环播放《叫我大掌柜》游戏画面，五羊雕像、艇仔粥船等极具辨识度的广府元素贯穿游戏场景，吸引众多客商驻足咨询、洽谈合作。

“我们深耕传统文化与游戏玩法的深度融合，极具东方特色的内容体系，深受海外玩家喜爱。”展位负责人介绍，目前三七互娱产品已成功登陆全球200多个国家和地区，覆盖欧美、东南亚、中东、拉美等主流市场。2015年至2025年十年间，企业境外年收入从3.56亿元攀升至53.81亿元，增幅达十多倍，成为广东游戏文化出海的标杆企业。

本届文博会恰逢“APEC中国年”，首次设立的APEC经济体展区，为粤产文化搭建了高效的国际交流合作通道，助力广东文化从“走出去”，向深度融入全球市场迈进，让岭南文化魅力绽放世界舞台。

立足湾区沃土，扬帆全球市场。本届文博会全方位展现了广东文化产业的国际化格局与硬核出海实力，彰显着广东文化产业已迈入精品化、规模化、全球化的“大航海时代”。

如今，以游戏、动漫、网文短剧为核心的广东文化“新三样”，领跑全国文化出海赛道，频频斩获国际殊荣。游戏领域，库洛科技《鸣潮》融合东方美学与开放世界创新玩法，斩获TGA国际大奖；动漫领域，《熊出没》《喜羊羊》等经典IP发行至全球120多个国家和地区，原创动画《落凡尘》成功入围法国昂西国际动画节主竞赛单元；网文短剧领域，阅文集团38部作品入选大英图书馆，深圳集策ReelShort等头部出海平台，AI短剧成为文化出海全新风口。在出海成绩单上，广东实力亮眼：文化产品和服务出口额约占全国40%，为全国1/6的产业体量，贡献了超全国1/3的实物文化产品出口份额，出海实力稳居全国首位。

纵观今年的文博会广东展团，湾区破壁共生的产业生态、AI科技赋能的创新动能、扬帆远航的全球格局，共同书写了广东文化产业高质量发展的崭新答卷。



广货行天下

一待红荔到
更知岭南好

助力广东荔枝增收特别报道

茂名荔枝北上冰城 打通南北产销新通道

文/图 羊城晚报记者 全良波

初夏蝉鸣起，茂名荔枝拉开“北上、出湾”的帷幕。作为广东特色农业的金字招牌、茂名乡村振兴的核心产业，24日，茂名荔枝依托品质优势与成熟的保鲜技术，奔赴北国冰城哈尔滨开展专场推介活动。一颗荔枝，联结两地风情。茂名以活动为契机，加强荔枝的品牌推介、产销对接，进一步开拓东北三省新兴市场，让广东优质特色农产品走出大湾区、走向全中国。

甜了冰城赢了口碑

在第十三届哈尔滨荔枝文化节暨茂名荔枝推介活动中，2.5吨新鲜采摘的茂名荔枝在哈尔滨江上城堡、中央大街、红运市集以及红旗Mall等4个点位供市民游客品尝，活动现场人气十足、氛围热烈。

以往不少哈尔滨市民吃到的多是冷藏储存、长途周转的荔枝，口感偏淡、甜度不足，而此次新鲜到货的茂名荔枝，彻底颠覆了大家的固有印象。“从没吃过这么新鲜的荔枝。汁水特别足，甜而不腻，一点都不酸涩。”哈尔滨市民王爽品尝后连连称赞，表示对茂名特色农产品有了全新的认识。

在人群中，俄罗斯友人安娜和丈夫、家人一同前来打卡尝鲜，这也是她第一次品尝正宗的茂名荔枝。“相比以前吃的荔枝，茂名荔枝更加甜。”安娜说，十分憧憬茂名的岭南风光，希望未来能带着家人专程前往茂名，走进荔枝园，沉浸式体验亲手采摘荔枝的乐趣。

本次活动亮点十足，白糖罂、妃子笑等多款主流茂名荔枝集中亮相，通过鲜果品鉴、产业推介、产地溯源展示等多元形式，全方位展现茂名荔枝的优良品质、标准化种植体系、绿

色安全生产理念和全链条产业优势，打破南北地域消费认知差，让哈尔滨市民近距离感受岭南水果的独特魅力，真切体验“一口荔香、不负初夏”的广东味道。

已敲定长期采购意向

产销对接是广货走出去的核心，也是茂名荔枝北上的本质。在活动中，茂名市农业农村产业协会与东北大型民营连锁零售企业家得乐超市（家得乐集团）签订协议，茂名荔枝进一步开拓东北市场。

作为“千年荔乡”，茂名荔枝的硬实力让采购商印象深刻。“历史久、面积大、产量高、品种全、品质优、产业链完整，六大优势名副其实。”家得乐超市采购总监杨金宇说，此次活动让他真切感受到茂名荔枝产业的成熟与底蕴，从种植、保鲜到运输全链条完善，品质稳定可靠，市场竞争力十足。

谈及后续合作，杨金宇表示已敲定长期采购意向，将批量引入茂名荔枝，覆盖哈尔滨商超、生鲜门店及批发市场；结合东北地区消费习惯，推出亲民装与高端礼盒装，适配零售、团购等多元场景；依托本地渠道资源，全力推广茂名荔枝品牌，实现粤黑两地产销共赢、长期携手。



茂名荔枝在哈尔滨中央大街掀起甜蜜风暴

文博会观察

羊城晚报记者 杭莹

文博会15号馆 藏着一张全新的广东文化产业拼图

第二十二届文博会15号馆（粤港澳大湾区文化产业创新馆），广东展团的“摆法”有点不同。电竞、游戏、潮玩、传媒、舞台灯光……所有展位不再按城市划分，而是按产业逻辑自然生长在一起。

电竞粤超展区前排起长队，年轻人举着手机等一场即兴对战；“赛博戏台”前电子民乐激荡心潮，古筝与摇滚乐撞了个满怀；东莞潮玩展位上炫酷“风冠”精致华美，让无数人咋舌。

以上场景的背后，藏着一张全新的广东文化产业拼图。这张“拼图”里，有3条线索尤其值得玩味。

产业链上下游成为 展位“邻居”

在动漫游戏电竞潮玩板块，电竞粤超展位前始终排着队。这是广东省内首个覆盖全省21个地市的官方电竞赛事，由羊城晚报报业集团与广东省游戏产业协会于2025年12月联合启动。项目设《王者荣耀》《无畏契约》两个竞赛项目，首次将全省划分为广府、湾区、潮汕、客家、粤西五大文化赛区。截至文博会开幕，赛事已走进21个地市的商圈和文旅地标，累计参与玩家超10万人。

与电竞粤超相邻的是库洛游戏和

趣丸科技。前者凭借《鸣潮》实现全球同步发行，2025年海外收入同比增长超200%；后者深耕语音社交与虚拟偶像，拥有国内最大移动语音社区。

3个展位共享同一条人流：观众打完一场比赛，转身就能与虚拟偶像互动，再去试玩最新游戏版本。这种“赛事+内容+社交”的闭环，折射出广东游戏电竞产业从单点突破走向生态协同的趋势。

东莞展位上是以捏捏熊、食梦熊为代表的原创潮玩IP，设计感强，客单价高；汕头展位则展示积木、遥控车、智能玩具等全品类，主打规模化制造。展位上的相邻，对应着产业带上的协作；东莞的设计与品牌运营，汕头的模具开发与规模生产，两者本就是上下游关系，当它们在展馆里只隔一条过道，产业集群的自发逻辑便清晰可见。

传媒“站C位”当起 产业链“连接器”

如果你在15号馆迷路了，有个最简单的定位方法：找到整个场馆最中心的位置。那里不是某个巨头的特装展台，而是以羊城晚报报业集团等为代表的媒体集团展区集群。

被几十家企业展位“包围”的传媒集团，在展位图上天然处于“C位”。这不只是物理位置上的巧合，更隐喻着传

媒在广东文化产业中的新角色：不再是扛着相机在边上记录的旁观者，而是钻进产业链中间搭桥牵线的“连接器”。

最硬的证据，还得是电竞粤超。这个赛事的诞生本身就打破了“媒体只做报道”的刻板印象：羊城晚报提供内容生产、传播渠道和公信力背书，广东省游戏产业协会拿出行业资源和运营能力，双方合伙“造”了一个赛事品牌出来。赛事期间，羊城晚报旗下全媒体矩阵同步直播、运营话题，首赛季线上曝光量超过3亿次。一个省级媒体，硬是把电竞比赛打成了全省年轻人的社交事件。

“以前我们是写稿子的，现在我们是搭台子的。”展位上一位工作人员说得直白。

传媒的“C位”意味着信息流、资源流在这里交汇。政府政策通过传媒更精准地传导至企业，企业需求更有效地反馈至决策层，跨界合作的可能性在策展、论坛和联合发布中被催生。

演艺装备从“造光者” 走到聚光灯下

离开电竞区和传媒区，循着电子民乐声走过去，是锐丰文化带来的《极SHOW》“赛博戏台”。古筝、二胡与中国大鼓被电子摇滚重组，A3机器人完成

空翻，360度环绕投影将岭南瓯耳墙转化为赛博朋克视觉符号。观众围了里外三层。

这场表演的背后，是一个长期“隐身”但体量巨大的产业：舞台灯光与演艺装备制造。

锐丰是广州演艺产业的代表性企业。它周围还有一批来自珠三角的灯光音响企业组团参展。这些品牌普通观众未必熟悉，但在全球舞台灯光设备市场中，中国产品占比超过80%，其中的85%就来自广东。换言之，全球每10台舞台灯光，有将近7台是“广东制造”。

锐丰的“赛博戏台”能实现机器人与民乐的无缝配合，背后是数以千计的工程师、模具师和产线工人。文化与制造的边界在此被打破。

数据也在说话。2025年，广东规模以上文化制造业营收突破1.2万亿元，其中文化装备制造增速达7.4%，是增长最快的细分领域之一。从广州、佛山到思平，一条完整的文化装备制造产业链已形成，涵盖灯光、音响、舞台机械、LED显示屏等全品类。

“中国文化产业第一展”上，当东莞潮玩与汕头玩具成为展位上的邻居，当电竞粤超与游戏企业共享同一条人流，当舞台灯光从幕后走向聚光灯下……这些“并置”背后只有一条逻辑：真正的产业集群，不是规划出来的，是“长”出来的。

中央生态环境保护督察在广东

中央第四生态环境保护督察组 向广东省交办第十五批群众举报件

羊城晚报讯 5月24日，中央第四生态环境保护督察组向广东省交办第十五批群众举报件184件（来电62件，来信122件），列为重点件8件。涉及大气60件、水39件、噪声39件、固废18件、生态13件、其他污染15件。其中，广州34件、深圳6件、珠海4件、汕头9件、佛山14件、韶关3件、

河源6件、梅州7件、惠州8件、汕尾11件、东莞8件、中山13件、江门5件、阳江2件、湛江26件、茂名11件、肇庆5件、清远8件、潮州5件、揭阳4件、云浮6件。

当日，上述群众举报件已全部转有关地市、单位办理。存在1件转交多个地市或省有关部门办理的情况。（许敏）

中央生态环境保护督察群众信访举报转办 和边督边改公开情况（第六批）

羊城晚报讯 截至5月24日，中央第四生态环境保护督察组交办我省的第六批148件群众举报件中，已办结67件、阶段性办结54件、正在办理中27件。根据督察要求，现予以公开。（许敏）



扫码
看相关具
体信息

中央第四生态环境保护督察组 值班电话和邮政信箱

督察进驻时间：2026年5月9日—6月9日
专门值班电话：020-33976695（每天8:00—20:00）
专门邮政信箱：广东省广州市A273号邮政邮箱