

5月13日-16日,第七届中国(深圳)国际文化产业博览交易会正式在深圳会展中心拉开帷幕。在为期4天的时间里,万种“文化创意产品”让这里成为创意活跃的舞台,也成为中国创意产业集中交流、对接经济的“文化大集”。为此,本报特派记者亲赴深圳文博会现场,透过一个个关键词,对本次文博会进行深度解读。



聚焦深圳文博会

本报特派记者探访深圳文博会:

# 融汇交流 创意经济“搭车”文化盛宴

商报记者 陈杰/文并摄

## 关键词之:精、新、实

“从组织工作到展现手段,都体现出精、新、实,把精品、新品和实实在在的产品展示、交流,才能看到差异,获得机会。”

——北京代表团负责人

在文博会主展厅1号馆,北京展团的展位格外引人注目,胡同特色的造型、祥云图案的背景、整体红色的基调,散发出浓浓的京味儿。

开馆不到一小时,北京展区就人头攒动,在中国设计界最高荣誉“红星奖”展位前,很多参观者好奇地把玩着各类创意电子产品,向工作人员询问价格、功能。在另

一展位,来自中国石刻博物馆的专家们现场创作石碑拓印品,每印好一幅就被“抢购”,这让他们不得不“忍受”隔几秒一下的闪光灯,边创作边解答参观者的各种问题,忙得不亦乐乎。

“北京代表团规模不是最大的,特色也不是最鲜明的,但这次参展的产品可以用三个字形容:精、新、实。”北京展团负责



现场创作石碑拓印品引来关注

人向记者介绍,此次共有近30家单位参展,带来的展品不多,但全是精品、新品和实实在在、具有代表性的展品。除了设计界“红星奖”获奖产品和石刻艺术,北京团

此次还展出了由保利博物馆提供的圆明园4个兽首的精细复制品并重点展出北京在广电、网游方面的成果。

“例如,代表团里有在海外拓展电视台业务的俏佳人公司,他们在海外收购电视台已经颇具影响力;还有水晶石公司,他们在数字化博物馆领域相当成熟,虽然这些成就无法通过很形象的东西表达,但很多参观者都是业内人,他们一眼就可以看出北京团展出的这些成果的高端性,并考虑开展合作。这才是我们真正想通过展会达到的目的。”该负责人介绍,此次北京展团也是遵循了人文北京、绿色北京、科技北京的理念,并且将理念完全融入到展会的现场布置、展位安排等细节中去。争取实实在在的成果,才是最核心的理念。

## 关键词之:“出版湘军”

“中南国家数字出版基地的建设发展将成为湖南发展数字出版产业的重要抓手,促进了湖南数字出版产业链和产业集群的形成。”

——湖南省委宣传部部长 路建平

“出版湘军,数字转型”是7号新闻出版馆参观者听得最多的口号,全馆首个新闻发布会就由“出版湘军”率先打响。此次展会“出版湘军”推出了全国第四大数字出版基地中南国家数字出版基地规划方案,并进行了一系列的企业签约仪式,投资总额超过20亿元。

“到2020年,力争实现入驻企业不少于300家、年销售收入不少于500亿元。”在谈及基地的规划时,湖南省新闻出版局党

组书记、局长朱建纲这样表示。

作为“出版湘军”的王牌部队,中南出版传媒也在展会上亮出大手笔,签约金额高达5亿元,涉足出版、教育与新闻资讯三大类数字产品。“为此,中南出版传媒与华为技术有限公司成立合资子公司天闻数媒,全力开拓新兴数字市场。”中南出版传媒副总经理彭兆平向记者介绍。

在出版领域,中南出版传媒将建立一



湖南蓝猫动漫吸引了众多小朋友参观

个数字内容平台,为上游的内容提供商,包括出版社、报刊社、个人作者,还有选题策划机构,提供一个适合他们内容销售的通道。

中南出版传媒在新闻资讯领域则是瞄准了海外市场,与华为技术有限公司在

海外的15个手机报据点合作,开发适合海外的实时资讯内容,今年在进行规划,最快明年就有实质性的活动。

此外,中南出版传媒借助三网融合的背景,开始涉足电子书包市场。“三网融合的价值就是让三个网络变成一个网络。我们想借此来传送我们电子书包的教育内容。其中涉及到的内容创作、技术维护等问题,是我们需要关注的重点,如果进展顺利,不久就可以在湖南开始试点了。”彭兆平说。

不仅是“出版湘军”,此次文博会上,整个“文化湘军”也异常抢眼,2010年湖南十大文化事件、十大文化人物颁布;由中南大学主办的《2011:中国文化品牌报告》暨中国文化品牌排行榜同时发布;而随着3D电视、云电视等新媒体的推出,“广电湘军”也开始发力。

## 关键词之:“非遗”抱团

“青海唐卡现在走的是生产性保护道路,让非遗产品成为一种实实在在的消费商品,激发生产者的创造力,同时也激发市场的购买潜力。”

——青海省文化新闻厅厅长 曹萍

一进入4号非遗馆,就让参观者感觉目不暇接。这边一位苏州的漂亮姑娘身着苏绣旗袍,专心绣花;那边一股香醇的酸味又把参观者引到山西陈醋展台,还没来得及品尝,广东龙舟制作的手艺又引人赞叹;转眼而去,一幅幅精美的唐卡让人看花了眼。

青海非遗展团是4号馆最大的展团,带来了唐卡、昆仑玉等多个非遗项目。还请来了6位土生土长的非遗艺人现场演示。就在记者采访前不久,多幅唐卡已经被参观者预订或者购买,这让青海省文化与新闻厅厅长曹萍乐得合不拢嘴。

谈及当下非遗的保护与发展,曹萍有



曹萍讲解国家级“非遗”项目青海唐卡

着切身感受:“青海最有名的非遗项目就是唐卡,唐卡要想生存发展,就必须进行生产性保护。”她向记者解释,在青海的热贡地区,很多农牧民都是以唐卡制作为生的,因

此在保护唐卡时要将其看做是不断消费的产品,而非束之高阁的展示品。政府要帮助这些民间艺人拓展其销售渠道。

“去年一幅唐卡作品卖了150万元,这就说明唐卡有艺术收藏潜力。我们也鼓励民间艺人创作更多的高质量唐卡,进入艺术品收藏市场。”曹萍说道,此外还要鼓励新技术、新工艺唐卡的制作和生产,让唐卡以更为被市场认可的方式流传。

此外,为这些信息闭塞的民间艺人提供更多展示的机会也是当务之急。“这次带来的6位艺人都是第一次出门,看得出他们很高兴自己的产品被人认可,以后我们会通过更多的补贴,让唐卡以及其他的非遗走出小圈子。”曹萍说。(下转A7版)