

首设文化旅游馆,新增文化新业态展区,海外展区面积比提高至10%以上——

特色鲜明“味”更浓

——第九届深圳文博会展馆巡礼

本报记者 杨阳腾 隋明梅



图为文博会分会场的大芬油画村。

本报记者 杨阳腾摄

些平时只在科幻影视里看到的情形都真真切切地在文博会上呈现,让观众感受文化与科技融合带来的勃勃生机,触摸到我国影视制作、出版、发行、印刷复制、广告、演艺、娱乐、文化会展、数字内容及动漫等文化产业的发展脉搏。

除“文化+科技”外,本届文博会还多渠道、多层次地展示了“文化+创意”、“文化+金融”、“文化+休闲”、“文化+贸易”、“文化+旅游”等新业态的发展趋势。在首次设置的文化旅游馆里,重点突出了具备文化内涵的旅游项目,涵盖全国主要的中华历史文化、民俗文化旅游景点景区和香港迪士尼等境

外著名旅游企业,人文景观、文化创意主题公园等领域龙头企业云集,丰富多彩的展览形式和多种文化旅游演出、节目将让参观者一饱眼福。

促贸易交易 文化远航

从首届的356.86亿元到上一届的1432.90亿元,8年来,文博会的成交额节节上升,成为文化产品市场化强大的助推器。第九届文博会以“贸易扬帆、文化远航”为主题,着力推动文化贸易,充分体现推动中华

本届文博会上,参展商和参展项目选择中,市场前景好、产业化程度高、能够促成交易特别是合同交易的内容进一步扩大,重点展示文化含量高、体现文化产业发展前端和趋势的项目,文化产业核心层参展比例达95%,为历届之最,主展馆龙头企业参展比例达到64%。展会期间,还将举办文化产业重大项目发布及推介会、文化贸易与文化对外合作促进政策研讨会、海外采购与对接洽谈会等300场论坛、会议等互动活动,为推动文化项目与产品的展示交易提供更加多元的渠道。

为了增强海外贸易实效,实现“文化远航”,本届文博会在海内外招商及服务上也是动足了脑筋,做法更加创新、更加细化、本届文博会不仅首次与广交会达成合作,通过广交会“点对点”组织海外采购商参会,吸引到与广交会有交叉的22个国家和地区2000多名采购代表加盟本届文博会。同时,面向港澳台、东南亚、欧美等区域再次开设“海外直通车”吸引目标客户参加。

本届文博会采购服务还细致到对海外需求进行提前统计分析,以专业化、有针对性的服务吸引了来自91个国家和地区的注册海外采购商16097人参会。

第九届文博会还劲吹低碳简约风,布展选用更环保的材质,主展馆不铺红地毯不摆放鲜花,减少标语广告悬挂,把更多资源放到更实际的需要上。文博会自身发展更从侧重“招展”向侧重“招商”转变,逐步进入以商带展、以展促商,展商良性循环、市场化程度逐步提高的发展轨道。

现 场 采 风

这里有个“保姆式”小窗口

本报记者 杨阳腾

在每年文博会期间,文博会主展馆——深圳会展中心二楼,总能看到熟悉的202A办公区。这是深圳海关派驻展会现场服务的展览品监管科的办公地点,也是文博会展览品进出境的海关咨询和协调中心。在展会开办的前前后后,这个小小的窗口前总是围满了前来协调办理展览品及咨询文化产品进出口业务的企业代表。

5月17日,第九届文博会开幕当天,在忙碌的办公现场,记者见缝插针和深圳海关展览品监管科副科长谭慧玲聊了起来,“这个窗口科室是为文博会而生的,也看着文博会一天天发展壮大起来。”她自豪地告诉记者,2004年下半年,为了适应深圳地区高速发展的展会管理和服务需要,更直接的原因也是为了服务好首届文博会,深圳海关特别组建了展览品监管科。

谭慧玲一边答复前来咨询的参展商,一边帮助记者回忆文博会发展历程的点点滴滴。她说,记得首届文博会时仅有700多家企业参展,那时候很多国外展商第一次参加国内展会,还不熟悉展览品暂时进出境的业务流程,很多国内的展商也不清楚产品出口的途径和手续,根据需求,展览品监管科当时就定下了为展商提供“保姆式”的“一站式、点对点”服务标准。如今的文博会参展机构已达到2000多家,参展的海外展团达到了40多个,进出境展览物品也随之大量增加。仅最近3年,这个窗口科室所监管的展览品价值就达2.8亿美元。

“9年来文博会不断发展壮大,各种突发事件发生的概率也在加大,这对我们的现场服务提出了更高的要求。”谭慧玲告诉记者,在第八届文博会开展前日,一个外国展商非常着急地找到了科里,原来这个展商原本带来一个大型的高精度设备参加文博会,由于航班延误在开展前夜才运抵香港,十分担心赶不上布展。海关展览品监管科了解情况后,迅速启动应急预案,第一时间联系了口岸海关,为展商协调好加急通关手续,并全程从口岸至文博会现场开设免检通道,至凌晨2点为展商办结了入境手续,最终保证其顺利参展。

急展商之所急,想展商之所想,这已成为深圳海关展览品监管科的工作习惯。为保证境外展商如期赴会,类似的加急办理通关手续在谭慧玲看来已经不知道经历了多少次。为保障第九届文博会的顺利举办,深圳海关在各口岸旅检现场开辟了专用申报通道供文博会境外展商及采购商优检通关,在通关环节也为展商的入场、撤场工作提供全方位服务,将暂时进出境货物从口岸直接转到会展中心现场办理报验手续,为展会参展商进出境展品提供备案、申报、转关、查验和征税的“一站式、点对点”服务,实现了展会期间的7天24小时预约通关,同时还在展会现场提供货物通关、自主知识产权境外保护等业务咨询服务。

历时9届的“保姆式”服务,让不少海外展商成了202A窗口的老朋友。在现场采访的一个多小时里,记者目睹了数十位匆匆前来咨询的展商总是能带着满意的微笑而去。谭慧玲说:“这一个个微笑才是对服务文博会的海关工作人员最好的肯定和赞赏。”

链接

深圳海关引导企业 加强自主品牌保护

本报深圳5月17日电 记者杨阳腾、通讯员叶剑今天从深圳海关获悉:为促进深圳文化产业的发展,提高文博会参展商知识产权保护的意识,该关在第九届文博会召开前夕,举办了3场主题为“让企业走进海关,让培训贴近现场”的知识产权保护交流会,邀请了国内外70多家知识产权权利人代表参会,介绍海关知识产权保护政策,展示海关知识产权保护成果,鼓励和引导高科技企业积极寻求知识产权海关保护,并与相关企业建立合作机制,实现海关和企业的双赢。

近年来,国内自主品牌不断增加,且知名度大幅提升。但随之而来的侵权情况也频频发生,令不少缺乏维权经验的国内企业多年经营的品牌毁于一旦。“如果企业申请了海关知识产权备案,就可以借助海关的力量,直接在进出口环节对侵权产品实施扣留、调查以及处理,无需等到产品已经到了海外市场才发现。”深圳海关法规处处长丁治海告诉记者,“另一方面,对于已进行知识产权备案的产品,深圳海关能通过国际合作,跨境查处侵权产品。”

丁治海表示,深圳海关将进一步加强对文博会知识产权的保护力度,通过培训提高现场监管关员对知识产权保护的敏感意识。文博会期间,该关在现场设立海关服务窗口,提供包括知识产权在内的专业服务,受理侵权投诉等工作;还将加强对参展商展出物品的严格审查,涉嫌违反知识产权保护的企业,将予以限制。



图为深圳海关在文博会现场为展商提供政策法规咨询服务。刘金锋摄

逛会场

设计“奥斯卡”奖亮相

本报深圳5月17日电 记者杨阳腾报道:深圳设计之都创意产业园自2007年开园以来,连续五届成为文博会分会场。5月17日,国内首次引入的全球工业设计最高奖“iF奖”将在这里上演“在中国”系列主题活动,全球62个国家和地区的500多件最前沿、最具特色的设计产品将集体亮相。

据悉,“iF奖”被产品设计界公认为设计界的“奥斯卡”,是国际公认象征品质和市场竞争力的标志。本次“iF设计奖在中国”活动,是iF机构首次以固定展的方式在中国整体展出,展期为一年,期间将定期更换展示主题和内容,专业买家和大众将首次有机会在中国与iF全面对接。

在本届文博会期间,以“美丽设计、低碳生活”为主题,深圳设计之都创意产业园将推出最前沿的设计产品和设计理念,凭借iF国际化、专业性、全产业链平台,进一步拓宽深圳作为设计之都和中心城市的国际性产业影响力。

据了解,深圳设计之都创意产业园目前已吸引了来自美国、德国、法国、澳大利亚、韩国、日本等国家在内的230余家企业的总部进驻,成为国内工业设计企业规模最大、企业总部数量最多的创意产业园区,先后被评为国家级文化产业示范基地、国家现代服务业工业设计产业化基地和国家工业设计高新技术产业化基地等。

珐琅彩瓷艺术大放异彩

本报深圳5月17日电 记者金晶报道:珐琅彩作为陶瓷工艺源自清代,为制作皇家器具所专属,沉寂数十年后,这一工艺在第九届文博会斯达高分会场上亮相。在斯达高瓷艺馆里,中国传统工艺被融进现代新科技煅烧的瓷艺作品,琳琅满目,让参观者应接不暇。

今天上午,精彩的舞蹈《再现珐琅彩》拉开文博会斯达高分会场序幕,通过华丽的服装、丰富的肢体语言,配以精美的珐琅彩瓷器作为道具,展现出珐琅彩再现的过程。一进入斯达高瓷艺馆,摆在展馆中间的《清宫寿宴》、《清宫婚宴》、《清宫帝王宴》三套餐具制品就以细腻的瓷质、凝重的彩料,鲜艳亮丽的色泽牢牢锁住了记者的目光。

展馆中另有巨幅画作《秋韵》,水鸟展翅、森林水草染上秋色,一幅实景拍摄的山水风光经过斯达高的高精度花印网印,成功变成精美的瓷版画。据悉,经过多年研发,斯达高的瓷版画制作已达到成熟水平,其色泽、质感与纸质布质完全一样,而瓷版画具有抗风化、抗老化的优势。

在瓷艺馆艺区,参观者还能看到斯达高各个时期的设计精品,仅餐具系列就有以龙文化为主题的《龙威犹在》、《万寿无疆》宫廷瓷、《敦煌飞天》壁画瓷、《龙凤呈祥》大红瓷等。目前,斯达高90%的产品面向国际市场,一批出口产品也难得一见,其中就有《玫瑰红》系列、《茶花》系列、《茉莉花》系列,浓厚的中国文化元素和精湛的制瓷工艺深受海外采购商的喜爱。

“手艺农村”融合城市生活

本报深圳5月17日电 记者韩秉志报道:把农村传统的“家”搬进城市,体验抽纱、草木染、扎风筝和油纸伞,分享台湾艺术家挖掘汉字的力量从千种创意图书感受创意生活资讯……今天,第九届文博会深圳书城中心城分会场一系列活动将演绎新城市生活。

在文博会期间,中心书城搭建了一个农村传统的“家”,包括客厅、书房、卧室、庭院,各具特色的民间手工艺品及其反映的农村生活将展现在市民眼前,通过“手艺农村的城市生活”系列活动,讲述农村手工艺与城市发展的相互交融与推进。市民可以在活动中感受到随着时代迁移而转变成既传统、温暖又新鲜、美好的农村手艺,激发对农村手艺的重新认识和重视,寻得城市生活里的情感归属。山东传统手工艺人还将现场表演抽纱、扎风筝、油纸伞、草木染等手工艺,以动静态相结合的方式来再现原汁原味的农村手工艺生活和用品。

据悉,在5月15日至31日期间,中心书城还将举办海峡两岸“字句铿锵”文学阅读创意展,展览包括“悦书房”、“字慧”、“阅读精品”、“工作坊”、“动态讲演”5部分。其中“悦书房”由7个书房组成,囊括中式、港式、台式、欧式特色书房,呈现多元地域的阅读文化,并向市民出售书房家私、文具等,让市民将好设计、好品位带回自己的书房。

坐拥丰富山海特色与旅游资源的深圳市盐田区,在经济发展中深挖“山海”资源,突破产业孤

立,立足错位发展,打造出独具特色的盐田文化风格和产业发展优势——

多业态复合型产业演绎盐田文化

本报记者 杨阳腾

业和电子商务产业发展的制高点。

物流业和旅游业是盐田两大支柱产业,对文化创意、电子商务需求强烈,“十二五”期间,盐田计划充分利用其优越的港口、物流仓储条件,在打造专业化全球采购平台、建设国际配送中心、大宗商品国际集散基地、发展国内配送和商贸物流等领域获得新突破,以电子商务服务全国、全世界范围的商品交易,实现盐田“电商港”和“物流港”的交融,而实施“文化+电商”双轮驱动将直接带动盐田两大支柱产业的发展。

在此基础上,盘活海滨旅游资源、主题乐园旅游资源,探索文化创意与电子商务及旅游业的进一步联动,打造全球文化旅游和特色旅游、特色旅游装备、产品商贸体验平台,使得盐田旅游业由单纯的景观旅游功能转向“创意型”、“个性化”、“体验性”,并结合数字创意、电商交易的高端化发展,打造全球线上旅游商贸体验平台,向景观、购物、商贸展示等综合性旅游功能发展,将有效形成产业聚能效应,提升盐田滨海文化内涵,增强盐田文化竞争力。

“学院+园区”

形成转型示范效应

在“文化+电商”双产业融合发展的同

时,盐田国际创意港引进“深圳大学(盐田)工业设计特色学院”,开创“学院+园区”模式下中国首个设计职业经理人培养的高等教育综合性创新平台,实现“人脑”和“电脑”无缝对接,“教育”和“产业”密切配合,为老工业区升级改造、新园区产业发展注入高端人才动力。

“深圳大学(盐田)工业设计特色学院”是全国第一所在产业园内直接建设的高端设计人才学历教育和职业培训的高等学府,以工业设计创新技术为支撑,以产业化和市场化为导向,直接输送创新性复合人才,形成深圳东部第一个特色型高端人才高等教育起步区和第一个滨海现代产业集聚区,改变深圳现代服务业“西重东轻”的产业现状,让东部增加新的产业发展内核。

作为盐田老工业园区升级改造的示范项目,盐田国际创意港将通过对始建于上世纪八十年代、经营粗放、产值低、园区环保问题突出、以中低端劳动密集型企业为主体的田心工业区开展升级改造,实现“腾笼换鸟”、盘活存量、强化服务、汇聚力量”。一个“学院”加上“文化”与“电商”两个产业,三驾马车形成盐田国际创意港“3.0版”的创意产业园区特色运营模式。“双产业同步引入,学院

和园区同步建设”突破了“旧厂房升级只能依靠创意产业,老工业区空间只留给产业招租”的单一模式,盐田国际创意港直接腾出了15000平方米园区商业空间,留出了丰富的产业人才教育和孵化空间,从功能、形态到综合配套等均瞄准未来发展趋势,形成集教育、经济、文化、科技、旅游等多功能于一体的国际常态交流合作基地。

依托“文化港+旅游港互惠共荣、电商港+物流港互补交融”的协同发展模式,以及“3.0版”创意产业园区特色运营模式,盐田国际创意港将具备创意设计、研发、交易、展览、交流、孵化等综合功能,拥有展示中心、深港两地车、酒店、电影院等配套服务,成为集办公、休闲、购物、旅游为一体的复合型、体验式综合产业园,成为深圳创建国家电子商务示范城市的重要组成部分,并致力于打造成为“文化+电商”示范性、标杆性、国家级创意产业园。市场培育期结束后,盐田国际创意港直接产值将达到10亿元,带动产值达到50亿元,形成“高薪软优”等新兴产业发展的集聚区和新的经济增长极,成为盐田产业转型升级和创新发展的强力助推器和孵化器,同时吸引高端人才集聚,提升整体品味,推动盐田加快向现代化、国际化先进滨海城区迈进。

本报记者 陈艳