

第十二届中国（深圳）文博会特别报道



第十二届文博会准备就绪——

紧扣国家战略 首设创客展区



本报深圳5月11日电 记者金晶 杨阳报道：为期5天的第十二届中国（深圳）国际文化产业博览交易会将于5月12日在深圳正式开幕。作为国家“十三五”时期的首届文博会，本届展会围绕“一带一路”“大众创业，万众创新”等国家战略，走质量型、内涵式发展的办展路径，坚持“国际化、市场化、专业化”的办展方针，设博览与交易、论坛、评奖、节庆活动及网上文博会五大板块。

据悉，第十二届文博会已第七次实现我国31个省、区、市及港澳台地区全部参展，确定参展单位2297个。主展馆

龙头企业参展比例达到70%，将集中展示文化与科技、互联网、金融、商业、旅游、体育、时尚等产业融合发展成果及40个国家的115家海外机构参展，采购商覆盖全球98个国家和地区，数量突破19000名。

首次设立的电影展区位于影视动漫游戏馆，主要展示党的十八大以来我国电影产业的发展历程，同时配套举办经典影片道具展示、优秀影片公益展播、公益性电影文化系列讲座、影视发布会等活动。以“新媒体·新生活·新未来——

移动互联网时代的全媒体融合”为主题，影视动漫游戏馆还将着重展示媒体融合的发展成果与未来发展方向，通过VR技术互动体验、高清技术和云技术成果展示等方式，向观众展示融媒体的发展趋势。该馆还将继续设立“优秀原创动漫推广展”“国家新闻出版广电总局智慧广电展”“国际文化产品交流展”等主题展区。目前，央视动画、华视传媒集团、北京网尚数字电影院线有限公司、湖南动漫游戏集团、华强数码电影公司、香港卫视、湖南卫视、浙江卫视、香港壹传媒动画等机构和企业参展。

首次设立的“创客展区”位于5号馆文化创客馆。依托深圳打造“国际创客中心”的良好条件，本届文博会将进一步贯彻落实国家创新驱动发展战略，围绕拓展创客空间、搭建创客资源平台、打造创客活动品牌、倡导创客精神等内容。文化创客馆以“大众创业，万众创新”为主题，设立了综合展示区、创客成果展区、创客嘉年华展区、台湾创客展区、青年个人创意成果展区5个展区，在内容和特色上实现新的突破。目前，春晚机器人设计研发机构——优必选，创客孵化机构——奇点创客邦等都将携最新的创意产品亮相本届文博会。此外，来自英国、德国、美国、加拿大的5家海外创客团队以及由广东、江苏、湖南、福建、贵州、香港等多地青年创客组成的青年个人创意成果展已基本到位。

值得一提的是，展览面积7500平方米的“一带一路”馆，秉承和弘扬丝路精神，充分展示了文化交流、商贸沟通的历

史成果，推动中国与沿线国家的文化交流与文化贸易。该馆分为综合展示区、国际展区、国内展区三大组成部分，组织35个国家和地区的106家海外机构参展，俄罗斯、德国、意大利、法国、西班牙、匈牙利、澳大利亚、葡萄牙、波兰、泰国、马来西亚、韩国、新加坡、埃及、老挝、伊朗、瑞士、保加利亚、蒙古、希腊、越南、印度、乌克兰、印尼、巴基斯坦、尼泊尔、土耳其、柬埔寨、日本、缅甸、克罗地亚、罗马尼亚、肯尼亚、巴布亚新几内亚、加纳等“一带一路”沿线国家都以政府组团、机构组织、企业参与的形式，携本国特色文化产品亮相该馆。同时，该馆还规划了“一带一路沿线旅游展区”“藏羌彝文化产业示范区”“珠三角地区文化产业展区”3个展区，有针对性地邀请国内城市同台竞技。在展馆设计上，选用了较为国际化的设计方案，将融合丝绸与各国国旗的元素，提炼各国国旗的图案和色彩，延伸融合形成展馆整体氛围。

文博会期间，主展馆还将举办61场论坛、推介会、讲座等配套活动，包括由文化部、商务部、新闻出版广电总局等部委主办的文化产业重点项目招商推介合作签约仪式、中国文化产业国际营销年会、中国文化创新创业（深圳）峰会、2016中国数字出版高端论坛、全国院线国产影片推介会、非遗产业论坛等。同时，展会现场还将举办多场“一对一”“一对多”采购对接洽谈活动、各类签约活动、文博会颁奖大会等。

题图 第十二届文博会主展馆。 本报记者 隋明梅摄

“装”上智慧软文化的互联网电视、打破内容瓶颈的VR全景相机、借3D打印技术修复的文物古董……第十二届文博会上，“文化+科技”成为一道独特而亮丽的风景，创意与技术水乳交融互促共进的活力在这里凸显。

在第十二届文博会坂田手造文化街&创意园分会上，一款名为“OKAA 双眼全景相机”的全景VR相机吸引了记者的注意。这款相机能拍摄360度全景、1080P 30fps的图像和视频，用户将VR相机与手机相连后可以实时预览VR全景视角内容，并剪辑和储存在手机端。

“利用这款产品，不懂VR内容制作、不懂全景影像的人也能随手制作VR内容。”深圳市果拍网络科技有限公司总经理杨小为告诉记者，互联网让一切信息数字化，全景技术和VR技术还原和展现了更加丰富的现实生活和虚拟生活，随着影像技术的革新，未来的影像文化生态将变得更加多元。

科技在改写人们对图像认知的广度和深度，也在改变大家的传统文化消费习惯。为了把“手机党”“低头族”拉进客厅，传统电视品牌商对互联网电视的倾注越来越多。在文博会1号馆文化产业综合馆，传统电视设备制造商兆驰集团联手全球IPTV用户量第一、互联网电视牌照最全的东方明珠，以及拥有10年互联网视频运营经验的风行网共同推出多款互联网电视产品，为家庭娱乐提供丰富的文化资源。

“电视屏是家中最大的一块屏，但是人们的视线却常被手机等小屏占有。”风行网孙硕告诉记者，优质丰富的内容是争夺用户的核心指数之一，风行互联网电视就把精彩独特的文化装进高科技设备里，它的背后是东方明珠联手上海广电集团每年投入20亿元版权产生的内容，覆盖国内90%以上最新院线大片。同时这也是国内唯一一家英超全场次版权的互联网电视，全年独家推出380场英超比赛。而根据兆驰集团董事长顾伟的说法，风行互联网电视未来3年要销售1200万台，成为互联网电视行业老大。

科技不仅改变今天的文化生活，还能改变文化“历史”。一直以来，文物古迹的保护是个难题，文物作为一种不可再生资源，一旦毁掉将不复存在。在本届文博会上，深圳市深信德成型技术有限公司总经理庞永兵向记者展示了一款能修复文物的3D打印设备。

“传统修复方式是直接在文物表面上操作，对技师的要求很高。而3D打印技术可以在不接触文物的前提下通过立体扫描、数据采集、绘画模型打印等一系列步骤，对文物进行修补甚至再生。”通过3D打印，庞永兵和他的团队按1:1的比例复刻了故宫博物院门口的铜狮子，还做过国宝级文物“马踏飞燕”的文物修复工作。

“目前我们的文物修复工作主要是跟故宫博物院联手开展，还有一部分是个人收藏家。”庞永兵表示，众多博物馆和文物修复工作者都开始利用3D打印与3D扫描技术，修复了文物，让古代文化得以更好的展现和传承。

文化
科技
生活

本报记者 郝彬

华侨城：融入“文化+”时代

本报记者 杨阳

作为文博会的常客、多次荣膺全国“文化企业三十强”称号的深圳华侨城是中国最大的主题公园运营商，麾下欢乐谷、锦绣中华、世界之窗等景区在全国闻名遐迩。而从今年开始，“主题公园”可能不再是华侨城最显著的标签，与之相提并论的还有“文化旅游小镇及自然景区运营者”。

据透露，继签约四川甘孜海螺沟景区和深圳龙岗“甘坑新镇”之后，华侨城在成都市安仁镇和天回镇的开发项目也将于月底正式签约。大手笔、快节奏签约自然景区和文化旅游城镇化项目，意味着华侨城“文化+旅游+城镇化”发展模式进入密集落地期。

从开创到领跑

纵观华侨城的发展轨迹，与时代环境的变化紧紧相扣。

1989年，改革开放渐入佳境，旅游市场快速兴起，华侨城在南中国投资建设了中国第一座主题公园——锦绣中华，让人们“一步迈进历史，一日畅游中国”，点燃了主题公园市场的第一把火。而后，华侨城精准发力文化旅游市场，打造了世界之窗、欢乐谷等一大批全国闻名的主题景区并走向全国连锁，成为中国主题公园的领跑者，仅去年，华侨城旅游景区年游客量达3300万人次。根据世界主题公园TEA/AECOM的权威统计数据，华侨城集团已连续两年游客接待量排名“亚洲第一、世界第四”，仅次于迪士尼、梅林娱乐和环球影城。

据业内人士分析，主题公园是一个完全竞争的市场，目前国内投资在5000万元以上的主题乐园有300家左右，而真正能够实现盈利的只有10%，约70%处于亏损状态。华侨城能够保持领先，靠的是起步早、步伐快、布点广，并将文化元素注入主营业务，形成了七大文化业务板块。这种以文化为核心的内涵生长和外延扩展能力是其核心竞争力。

尽管顶着“亚洲第一”的光环，华侨城也并不能舒服地“活在当下”，而要看得更远。一方面，主题公园投资大、更新及维护成本高，且市场同质化程度高，想要在较长时期内维持高入游率和高重游率难度较大。另一方面，迪士尼、环球等洋品牌纷纷进入中国市场，万达、长隆、方特等本土品牌也拼命追击，再加上VR(虚拟现实)等新技术的冲击，市场局



首次入选文博会分会场的锦绣中华·民俗村推出全国少数民族特色村寨展，为广大市民及游客带来一场文化的饕餮盛宴。

势变得错综复杂。华侨城必须保持高度警惕，以避免陷入企业成长周期漩涡，被其他企业弯道超车。华侨城为此每年投入巨额资金用于欢乐谷等景区的改造升级和扩建。目前，华侨城集团旗下公司——深圳华侨城文化旅游科技有限公司正在研发中国第一代虚拟现实过山车产品，这类产品被公认为是下一代主题公园的核心设施。

大象转身 抢进风口

如果说开发虚拟现实过山车还只是防御行为，那么，投资“甘坑新镇”以及海螺沟景区就是华侨城的进攻信号。

以甘坑为例，这里拥有纯正的客家文化，具有很强的文化历史价值和社会经济价值。其所处的龙岗区近年大力发展文化产业，成功打造了大芬油画村、三联水晶玉石文化村、中百饰创意文化设计园、文博宫、甘坑客家小镇等文化产业的“五朵金花”；今年文博会，龙岗区共有13个分会场，位居深圳各区之首。华侨城和龙岗区、深圳市甘坑生态文化发展有限公司合作开发“甘坑新镇”项目，不仅能促进当地经济发展，也能在一定程度上丰富华侨城文化内涵。

“在国外，以文化旅游推动地区经济转型发展的运作方式已经有不少成熟案

例。如法国的鲁尔区，通过文化科技改造，从一个污染严重、经济落后的旧工业区，成功转型为商业文化消费区；再如美国拉斯韦加斯，通过发展娱乐产业，将不毛之地变成了全球知名的旅游胜地。在这种运作模式下，企业和项目所在地都实现了共赢。”业内人士指出。

其实，华侨城谋求外部文化资源，尤其是具有唯一性的自然景区资源，并非最近才开始。2015年以来，华侨城曾接触安徽黄山景区、河北秦皇岛、广西桂林等地的主管部门，谋求促成文化旅游合作。去年4月，华侨城集团以2.65亿元注资成都文化旅游发展股份有限公司，成为其第二大股东，该公司拥有中国纬度最低天然优质滑雪场——大邑西岭雪山滑雪场以及索道、酒店、森林公园等优质资源；同时，华侨城集团积极在北京、南京、宁波、顺德等地加强资源储备，并于今年4月份正式与四川甘孜州政府签订海螺沟景区整体开发协议。在资本市场，华侨城同样动作频频。2015年4月，华侨城集团与国家开发银行签订《开发性金融合作协议》，获得授信额度200亿元；10月，华侨城运作旗下文旅科技公司登陆新三板；11月，深圳华侨城股份有限公司作为战略投资者参与了招商局集团自贸区板块整体上市配套增发，成为新上市公司的前十大股东之一。

种种动作表明，华侨城已经为大象转身在资本、资源方面做了全面“铺路”。

“文化+”描绘市场蓝图

随着一系列举措的实施，华侨城新时期战略部署逐渐浮出水面。未来数年，华侨城战略重心将转入“文化+”。这个“+”，不仅要加华侨城最熟悉的旅游业，还要与互联网、金融、科技、城镇化等相关产业进行深度嫁接、融合。其中，“文化+旅游+城镇化”的发展模式是华侨城的主要发力方向。

以刚刚签约的“甘坑新镇”为例，按照规划蓝图，华侨城将向“甘坑新镇”输入其所擅长的资本、创意和管理，将传统城镇改造成独具特色的文化旅游小镇，以文化带动相关科技、旅游、商业、生态、农业、教育、家居等产业的转型升级和快速发展。

据介绍，华侨城为“甘坑新镇”规划了五大功能区，涵盖文化旅游、文化创意和高新技术培育等多项业务。三五年之后，当人们来到“甘坑新镇”，所看到的不仅有风情浓郁的客家社区，还将有美术馆、文献馆、虚拟现实体验中心、传统文化产业基地、生态观光农业等。在这里，华侨城不仅是投资者，也是运营管理者、金融及相关服务提供商；小镇居民不仅是普通住户，也是相关产业的运营者；八方来客不仅是外来的消费者，也是部分产业的投资者以及当地文化建设的参与者。

事实上，“文化+相关产业”的发展模式，早已成为全球经济的共同趋势。在美国、日本等发达国家，文化与相关产业的融合度高达50%-60%；国内这个数值虽然不到20%，但已有许多成功的尝试和案例：“文化+旅游”模式，如华侨城文旅科技公司；“文化+城镇化”模式，如安仁博物馆小镇；“文化+金融”模式，如北京盛唐时代将影视作品版权，通过文化基金运作，与资本市场嫁接，完成证券化的过程；“文化+餐饮”模式，如西安亮宝楼；“文化+酒吧”模式，如深圳合纵文化集团；“文化+茶道”模式，如中华文化促进会的万里茶道，等等。“十三五”期间，国家将加快战略性新兴产业培育成为经济发展的主动力，以形成数字创意等5个十万亿级的新兴产业，“文化+相关产业”的融合发展必将成为新的经济增长极。华侨城以开放、创新的企业文化与生动、多元的民俗文化相碰撞，或将产生奇妙的化学反应，赋予企业发展新的能量。

“互联网+创新创业”成文博会亮点

本报深圳5月11日电 记者余颖报道：全面聚焦“互联网+”融合创新发展趋势和成果价值，12日开幕的第十二届文博会国际创意港分会场以“互联网+创新创业”为核心内容举办了系列主题活动。

据了解，在本届文博会期间，国际创意港分会场将举行第四届“文化+电商”双产业融合发展高峰论坛、第四届“设计+智造”互联网+主题展、首届“互联网+广告影视”专题活动，以及“雅致生活分享·家”弘雅高端酒店家居用品品牌推介会等多个“文化+电商+时尚”的跨界融合活动。科技精品与创客新品共同展示“互联网+文化”“互联网+科技”“互联网+广告影视”等新兴产品及业态，打造文博会“互联网+”趋势首个“文化+”主题分会场，助力深圳创新创业发展以及盐田美好城区建设。

据创意港运营方、深圳市灵狮文化产业集团副总经理孟剑介绍，盐田国际创意港作为盐田区唯一的文博会分会场，以及全国首家“文化+电商”“学院+园区”3.0运营模式的复合型产业园，目前已集聚“文化+电商”双产业企业80余家，引入集聚了浪潮集团、天涯社区、源创尚品、畅想飞扬等一批集团总部型企业，初步建立了深圳东部第一个高端特色产业集群。

畅想飞扬是首批在国际创意港成长起来的企业之一，将于文博会期间在深圳知识产权交易所举行挂牌敲钟仪式。“盐田国际创意港给予了企业很好的创新创业的土壤。这里不论是自然环境、人文环境，还是政府环境都非常好。”深圳市畅想飞扬网络科技有限公司董事长兼CEO谷晓雨告诉记者，公司拥有自主知识产权的肥猪游戏已于去年10月正式上线，是业内唯一以H5作为载体和媒介的自助移动广告分享平台，现已在国内各视频网站及社交平台对接。目前，平台移动视频储备已达2万小时，海内外用户数量超1亿，累计用户访问(PV)超过2亿，累计UV超8000万，日活60万。

为更好激发创新创业活力，深圳东部·E港创客创业基地于去年9月在创意港扎根。“爱宠DIY”项目就是入孵项目中的一个典型。曾为媒体人的官逸看中这里创新创业环境，成立了深圳市知了文化传媒有限责任公司。官逸说，现在，宠物已不仅仅是一个情感伴侣，宠物形象塑造也是巨大的市场消费热点。目前中国有超过1.5亿只宠物，宠物经济市场将超千亿。为此，知了传媒团队正着手打造“爱宠DIY”项目，建立一个以宠物形象包装、设计、宣传为主，兼含宠物交易、美容、食品推广为一体的宠物生活平台。“其实就是打造宠物网红。”官逸解释称，微信“爱宠DIY”订阅号、服务号已上线，并将着手PC端以及APP端的平台开发。