

深圳文博会:推进文旅融合发展 加强中外文化交流

文/新华社记者 孙飞 吴燕婷 摄影/新华社记者 毛思倩

为期5天的第十五届中国(深圳)国际文化产业博览交易会20日落下帷幕。本届文博会上,文化旅游日渐展现融合发展的趋势,各种创新创意设计成果,也不断引领文化产业走质量型、内涵式发展道路,在“一带一路”倡议的带动下,中外文化交流更加活跃。

展示“文化+”新业态

本届文博会突出展示“文化+科技”和数字文化内容,重点展示文化与大数据、云计算、人工智能、5G、4K等文化科技融合创新成果,推动数字文化产业内容、技术、模式和业态创新。

旅游景区推出文化消费诚信柜,探索“文化+旅游”、IP Town特色小镇发展模式,文艺演出空间、画廊、艺术品商店等与文化消费深度聚合形成产业链……

在文化和旅游融合发展馆,文博会以“美丽中国”整体旅游形象为统领,重点引进国内重点旅游省份的文化旅游特色产业集



文博会现场



参观者在选购文创产品

群参展,集中展示国内知名文化历史古迹、博物馆、文化创意主题公园、精品旅游演艺项目和旅游科技内容,助推文化和旅游的融合发展。

文化与旅游的融合也使不少地区的文化产业更有生命力。以深圳为例,当

地发挥高科技、滨海旅游等资源优势,推进文化与旅游的融合,使文化主题公园成为文化旅游的主要支柱。如华侨城、华强方特两家企业连续多年入选“全国文化企业30强”,其主题公园入园人数分别位居全球第4和第5。

“旅游实际上是文化体验和享受的过程,旅游很大程度上取决于文化魅力和吸引力。”华侨城集团总经理姚军说,“我们用文化提升旅游品位,以优秀人文资源为主体,把历史文化与现代文明融入旅游发展,精心打造体现文化内涵、人文精神的特色旅游产品。”

打造区域文化发展新引擎

本届文博会展出10余万件海内外文化产品,近6000个文化产业投融资项目在现场进行展示与交易。除主会场外,还设置了66个分会场,期间策划各类活动近600项。截至5月19日,主会场、分会场及各类专项活动吸引了700余万次观众参与,主会场观众比上届增长10%以上。

一批文化创意产品受到市民欢迎,到文博会主会场和分会场了解文化产品最新潮流和创意设计新成果,成为不少市民的新时尚。

3号馆“奇幻影视博览会”展出的《流浪地球》拍

摄道具和美术制品,中影基地“中影幻境”让观众成为科幻片主角,红色VR电竞游戏让人身临其境……这些高质量文化创意产品吸引参观者的目光,也引领着文化产业发展的趋势与潮流。

为落实粤港澳大湾区发展规划纲要,本届文博会首设“粤港澳大湾区文化产业馆”,组织了粤港澳优质文化企业、创意设计企业和产品参展,集中展示粤港澳大湾区文化产业创新发展成果。

来自香港的创新陶瓷家具用品企业爱淘乐带来了兼具创意和实用性的家居创意产品。爱淘乐产品由香港设计师团队设计、江门工厂制作生产、深圳总公司进行线上销售,整个产业链条融合了各个区域的优势,集中体现了粤港澳大湾区协同发展的成果。

国际化水平进一步提升

本届文博会共吸引来自全球50个国家和地区的132家海外机构参展,分别比上届增加了8个和2个。

他们带来了波斯地毯、越南沉香、北欧玩具等各具特色的文化产品。如连续3年参展的苏格兰展团今年带来高度还原电影场景的《哈利·波特》魔法商店。

此外,本届文博会参观、参展、采购的国家和地区达103个,海外采购商达到22167名。文博会的“国际味”越来越浓,海外展区面积占比达23.5%,国际化水平进一步提升。

在文博会“一带一路·国际馆”,海外机构带来各具特色和地域风情的展品,馆内还专门设置了采购洽谈区,在展会期间开展以工艺美术、创意设计等内容为主题的“一对一”“一对多”洽谈活动。

不仅有“引进来”,还有“走出去”。在“一带一路”文化产业和旅游产业国际合作重点项目交流会上,不少企业将中国优质的出版物、非物质文化遗产、文创产品、文化艺术品等进行了推广。

从2015年至今,“一带一路·国际馆”影响力逐年扩大,该展馆参展国家和地区已从首设的15个增加至今年的50个。

文化大餐可以这样“吃”!

文/新华社记者 周科 孙飞 赵瑞希 王晓丹

不爱看晦涩的历史资料?你可以“穿越”;不满足电影的视觉冲击?你可以去幕后看看;没时间读书?你可以用耳朵“阅读”……

第十五届中国国际文化产业博览交易会20日在深圳落幕。享受“文化盛宴”的同时,观众也发现,科技和创意让“大餐”的“吃”法变了。

动画让历史活起来

端起步枪,上膛、瞄准、射击……5分钟的体验时间,参观者王易鹏共击中31个敌人。

文博会3号展馆,华夏动漫VR研发团队设置面积近300平方米的游戏体验专区,首度推出《黄洋界保卫战》对战模式,高度还原中国工农红军第四军在井冈山革命根据地浴血奋

战的历史,吸引许多观众跃跃欲试。

“游戏中设有战壕、沙包、弹药箱等道具,让人感到既紧张又有趣。”王易鹏说,一戴上VR眼镜就进入虚拟的“战争”状态,枪声、炮声、呐喊声让他身临其境,仿佛回到了那段激情燃烧的岁月。

“溜达”皇帝寝宫、观赏乾隆出巡……由领钧公司借助VR、AR、三维重建等技术带来的体验项目,让观众置身于故宫养心殿中,拿起虚拟的毛笔和印章体验批奏折;回到清朝,亲身体验乾隆皇帝南巡;在民国时期的四合院里,寻觅放鞭炮、吃年夜饭的年味……

“通过现代科技手段,可以将晦涩难懂的史料打造成有趣的产品,让更多年轻人喜欢,让青少年在

游戏中潜移默化地学习了中华传统文化。”领钧公司工作人员赵娜说。

影迷的幕后体验

看电影,已成为人们日常娱乐休闲的重要部分。然而,观影者不再满足于享受影院的音效和故事情节,对于电影的设计、道具、制作等是怎么完成的,也是他们想要探寻的内容之一。

在文博会上,《流浪地球》片方展出电影中重达50斤的太空服、领航员空间站的人工智能机器人MOSS等道具,同时还向观众展示了道具从设计理念到实际制作的每一个环节,让“影粉”们一睹为快。

“在这里,不仅可以穿上电影人物同款的‘地表服’,还可与‘火石’拍照打

卡。”参观者李小菜说,“看电影带给我的是直观视觉冲击,而现场道具的展示却让我触摸到导演和演员们的不易。”

神秘的电影制作跃然在观众眼前,成为今年文博会的热门看点。现场一座绿幕影视棚吸引了观众的注意。记者看到,一名女主持人同时在两个屏幕中出现,而现实场景和模拟场景中的动作都是一致的。其中模拟场景中,女主持人站在飞机舱口出境,脚下却是一片浩瀚的大海。

中影制作基地的工作人员介绍,这是采用了全数字化虚拟动捕的实时交互技术,它能够实现虚拟人物和真实人物在同一个空间内的互动,让难以实现的场景变为真实镜头实时呈现。

随时随地的阅读享受

生活节奏太快,没有时间看书怎么办?你可以戴着耳机,在走路、吃饭的同时也能享受“阅读”的乐趣。

场馆内设置的“主播体验间”,让参观者亲身体会录制音频、了解有声书的生产过程。

密闭透明的“图书馆”科技感十足,馆内配置了数百本优质有声作品,覆盖了原创文学、经典出版、历史人文、相声评书、儿童有声、财经等多个线上热门品类,每本书籍封面均附上简介及收听二维码,扫码即可体验收听。

从纸质书到电子书再到有声书,从有人书店到无人书吧,变的只是阅读方式,不变的是人们对阅读的执着。

比起图书,数字化音乐已从听觉感官延伸到“听看唱玩”的立体娱乐生态,不断满足人们高品质、多样化、个性化的需求。

文博会广东数字出版展区,酷狗音乐展出了自主研发的哼唱识曲、蝮蛇音效等智能硬件,还配置了强大参数的43英寸家庭娱乐一体机——酷狗超级K歌机、搭载安卓智能系统的智能音箱——酷狗潘多拉音箱等产品。

“如果你忘记歌名,只用哼几句旋律,就可通过哼唱识曲功能快速找到歌曲。”展台工作人员杨哲说,拥有超过1200件专利发明和3500万正版曲库的酷狗,将专利运用于各个产品中,让“硬核发明”在场景“软服务”中得到加持,不断提升用户的音乐体验。