

文博会奏响全球文化「交响曲」

展出文化产品超过12万件、4000多个文化产业投融资项目在现场展示与交易，主会场、分会场、各相关活动点总参与人次达220多万……5月26日，一年一度的第二十一届中国（深圳）国际文化产业博览交易会在深圳闭幕。

搭建国际文化舞台，汇聚世界文明之光。中国通过文博会这扇窗口，既向世界展示中国文化和产业的发展成就，又促进全球文化在此相遇相融、跨界对话，将助力中华文化实现从本土符号向全球叙事的历史性跨越，推动全球文化繁荣发展、多元共生。

► 5月22日拍摄的第二十一届中国（深圳）国际文化产业博览交易会现场。

（梁旭 摄）



“成为全球文化艺术节日”

本届文博会，国际“朋友圈”再一次扩容，全球65个国家和地区、305家海外展商线上线下参展，国际化占比达20%，国家参展数量、全球合作机构双双刷新纪录。

16万平方米的八个展馆，不仅展出了中国各地的非遗技艺、数字科技，还有来自埃及、波兰、奥地利、巴西等国的文化展品。埃及企业带来了著名的图坦卡蒙法老面具与罗塞塔石碑复刻品，机械臂可以把观众姓名创作成为埃及象形文字，写在传统的莎草纸上；瑞典珠宝商展出白垩纪的琥珀藏品；印度展区墙上挂满了传统手工鞋，刺绣、珠串、印花等造型精致繁复；还有来自秘鲁的羊驼手工艺品，全球文化产品在这里交相辉映。

除了实物展品以外，今年文博会还有一些独具外国特色的活动。在土耳其展台，观众在一个咖啡制作台前排起长龙。当观众喝完一小杯咖啡后，咖啡师可以利用沉淀在杯底的咖啡渣来解读运势，这一独特的土耳其文化体验也成为文博会的“顶流”。

尼泊尔珠宝商、香格里拉手工艺品公司创始人兰姆·纽潘此次参展收获不浅，不仅找到了来自中国的批发商和马来西亚的镶嵌机构，还联系到了欧洲的客户。“我把这里当作国际展示台、会客厅和交易所，一到深圳就开始发消息，邀请新老客户来洽谈，很多长期的合作伙伴都是在文博会上找到的。”纽潘说。

连续两年参加文博会的德国法兰克福书展主席岳根·博思说：“深圳在粤港澳大湾区有着得天独厚的地理位置，能够触达大湾区及周边地区。”俄罗斯美协副主席叶弗吉尼亚·罗马什科·维克多罗维奇也盛赞：“文博会成为全球文化艺术节日，让人惊喜。”

不少海内外客商说，文博会的魅力不仅在于做生意，更在于广交世界朋友。在连续第三年参展的伊朗展位，老板马迪开心地说，前两次参展收获颇丰，不仅促成了许多商业合作，还结识了不少中国朋友。

来自文博会组委会的数据显示，今年海外展商、海外专业观众等国际合作多项指标达历史新高。为了更好地接待这些“远方来客”，今年文博会首次设置了外籍志愿者岗位，他们来自意大利、印度、泰国等国家和地区，能提供10多种语言服务。

“AI+文化”让传统焕发新活力

具有对话功能的AIGC玩具、可以拍照识物的AI相机、技艺高超的下棋机器人……今年文博会首次设置人工智能（AI）展区，吸引60余家人工智能企业参展。

记者在现场看到，人工智能展区全面展示了“AI+文化”的各种应用场景。人形机器人利用灵活的手指，熟练地弹奏古筝；扫描二维码，沉浸式体验甲骨文、敦煌藏经洞、北京中轴线，博大精深的中华文明用最新的形式呈现出来。

点击屏幕，选择一块唐代的石碑，历经千年风霜，石碑上的汉字已经模糊不清。不过没关系，只需要点击旁边的微痕修复、数字拓片等功能按钮，高清的石碑图片瞬间映入眼帘，汉字的笔画完整饱满，还能自动生成对应的白话文，阅读起来毫不费劲。

在今年文博会上，像“石碑修复大师”这样古今交织的文化展品总是吸引大量观众围观、体验。在前沿技术的帮助下，传统与时尚碰撞出火花，源远流长的中华文化拥有了越来越多的现代活力。

“这里能看到中国各地的文化精华，尤其是高科技文化产品让人眼前一亮。”来自巴基斯坦的观众艾哈迈德对人工智能展区颇感兴趣，详细了解不同的应用场景。

今年以来备受关注的机器人，也变身成为机器“诗人”。一袭白衣的“李白”拿着酒杯，旁边的“杜甫”手持毛笔，机器“李杜”能够以其独有的个性和风格与观众互动交流。据大连蒂艾斯科科技发展股份有限公司工作人员许贤明介绍，机器人不仅能够复现李白、杜甫的诗文，还能进行相关文化背景解读，让人们在景区游览时多了一份乐趣。

记者在本届文博会上看到，当前，越来越多的文旅大IP与科

技企业走到一起，共同挖掘传统文化的现代属性。

在甘肃展区，敦煌研究院与腾讯公司的合作让“数字敦煌”成为“爆款”。借助虚实融合技术，莫高窟第285窟得以1:1还原，观众只需扫码，就能随时随地欣赏高清壁画，深入了解洞窟知识，仿佛身临其境。在这样的技术帮助下，甲骨文、北京中轴线也在数字世界重获新生。

在河南展区，洛阳与深圳元象信息科技有限公司联合对龙门石窟进行了实地全息扫描，依托AI大模型实现高精度重建还原，开发了沉浸式VR互动电影《永远的盛唐》。观众能够在虚拟世界里走进龙门石窟、盛唐街市，体验盛唐时期古都洛阳的繁盛景象，还能感受“杨贵妃”等历史人物的风采。

在前沿技术的帮助下，很多文化意象已经不仅仅局限于过去的载体，其核心内涵以新的呈现形式融入现代生活，获得全新的生命力。

在湖南展区，云鸟、龙凤、藤蔓等来自马王堆的汉代纹样引人注目。为了进一步挖掘这些纹样的文化内核，湖南博物院与马栏山文化数字化创新中心共同建设了马王堆汉代纹样基因库，开展纹样研究、纹样提取、二次创作、图库开发，从而构建纹样基因库，不仅让沉睡的文物“苏醒”过来，也给当代设计积蓄了灵感和源泉。

深圳市南山区雨林维育学校外籍教师杰伊·霍姆斯带领学生们前来观展，体验了裸眼3D、数字人等项目。他说，这些前沿科技与文化融合的案例，为学生们提供了感受世界文化多样性的绝佳窗口。

从“产品搬运”到“价值共生”

阅文集团的26部网文作品入藏大英图书馆，《庆余年》登陆27个国家和地区的新媒体平台和电视台，《黑神话：悟空》一经问世便畅销全球……从产品到产业，中国文化出海之路越走越宽广。在本届文博会上，中华优秀传统文化正在以各种不同的形式，出海又出彩。

商汤科技研发的下棋机器人“元萝卜”，棋艺高超，堪比一流大

师，有围棋、象棋、国际象棋、五子棋等种类。据现场工作人员介绍，截至今年4月，元萝卜系列产品累计销售超10万台，并且开始布局海外市场，“现在在美国的Costco超市就可以买到”。

近年来，网剧、网文、网游“新三样”推动了中华文化在国际市场上大放异彩。阅文集团旗下的网络文学平台“起点国际”汇聚了6000多部中国网文的翻译作品，覆盖多种语言，累计访问用户已近3亿。

除了内容方面，华强方特还推动主题乐园和成套设备“出圈”又“出海”。华强方特集团执行总裁、华强方特动漫董事长尚琳琳表示，在全国建成运营40多座方特主题乐园的基础上，华强方特先后完成在尼日利亚等地主题乐园的总体设计，并将主题乐园成套出口中东，开拓了中国自主知识产权主题乐园整体输出的先河。

当前，中国文化产业的发展，不仅根植于深厚的中华文化，而且开始从国外当地文化出发，用中国视角、中国审美打造全球性的文化产品。

泡泡玛特在澳大利亚推出了以考拉为主题的玩具、冰箱贴、挂件等系列产品，还在法国把自己的知名IP人物“Labubu”与卢浮宫主题结合起来。

从今年文博会的情况来看，文化出海的题材已经从单纯的“产品搬运”变成了“价值共生”。

深圳市酷看文化传播有限公司副总经理曹蕊表示，公司最开始的商业模式，是向海外平台上传所采买的中文原版影视，后来在外国网友的要求下，逐渐组建了翻译、配音团队，对内容进行语言转换。现在，公司会针对不同的市场对影视剧进行二次加工，封面设计、文字、总体审美都会有所调整，避免把内容“一厢情愿地硬塞给人家”。

跨越时空的文化交流，激荡出魅力无限的创新灵感，凝聚起消弭隔阂的共情力量。21岁的文博会上生生不息，将释放更大的舞台效应，让人类文明迸发持久活力。

新华社北京6月2日电