

文化自信的时代模样

在汕头展位，来自印尼的第四代华裔黄阳鸿专门来这里拍照打卡。在他的身后，专门为此次展览布置的电影《给阿嬷的情书》“裕丰银信局”场景，散发着强烈的怀旧气息，吸引不少观众和影迷驻足。

“电影中的情节就是我曾祖父过往的经历，长辈爱国爱乡、艰苦奋斗的精神也鼓励着我在生活中不断前行。”黄阳鸿说。

在电影场景现场古朴的写批桌旁，“写批先生”挥毫落纸，带领观众穿越回旧时光。不少观众在此提笔蘸墨，体验一把写“侨批”的独特韵味。一纸侨批，不仅是潮汕人勤俭持家、不忘根本的缩影，更是一份穿越世代的家国情怀。

在文博会展区，从敦煌壁画到三星堆文物，从景德镇陶瓷到贵州苗绣，引人共鸣的场景比比皆是。8大展馆、16万平方米展览面积、34个细分专业展区……这一系列数字，彰显中国文化产业蓬勃生机，也承载着从文化自信迈向文化自强的时代强音。

截至2025年，文博会累计成交额突破3万亿元，服务企业超5.4万家，展示产品超250万种，链接投融资项目超8.4万个，展现中国文化产业高质量发展的蓬勃气象。

汲古润今，积淀五千年文化自信。在新疆博物馆展台，以“五星出东方利中国”锦护臂为灵感的丝巾、发簪，让汉代祥瑞纹样融入都市穿搭；“天宫市集”拼图复刻克孜尔石窟色彩，让千年壁画走进寻常书房。

产业集聚，展现文化新气象。在会场15号大湾区馆与13号传承与创新馆，广东省各地市500余家骨干企业重装亮相。潮汕英歌舞者与智元机器人在这里同台共舞，紫砂茶具、清代广州十三行描金折扇、潮州工夫茶老茶器等“广东造”悉数亮相。

创造创新，催生文化新业态。在文创中国展区，民俗非遗、织锦染绣200余件优质文创产品集中展出。来自广西的“芽小七”手工虎头包成为现象级爆款，三天卖出三个月产能。在龙岗展区，深圳市十八纸时尚科技把传统蔡伦造纸技艺升级为风琴式可折叠纸艺结构，推出纸凳、纸灯等家居文创，产品远销30多个国家。

开幕以来，各地观众前来逛展，一站式打卡全国多地各具特色的文化场景，文化的温度与活力在整个场馆涌流。在创造性转化、创新性发展中，千年文脉在当代生活中焕发蓬勃生机。文博会的火热，映射出中华优秀传统文化与当代中国社会相融相通、与人民现实生活相契相应的生动图景。

“在习近平文化思想指引下，文化创造活力走向繁荣，这不仅是展会的成绩单，更是中华文明现代转型的新实践。”深圳市委党校副校长谢志焯说。

“文化+科技”培育文化新质生产力

“就像来到现场一样！”参观众吴小兰戴上VR眼镜，瞬间穿越到三星堆祭祀坑考古发掘现场，身临其境体验考古环境。“复活”的青铜大立人担任导游，考古领队“数字人”进行专家讲解，10分钟便浓缩一场奇幻考古之旅。

很多观众纷纷感叹，本届文博会“科技感拉满”，“看到未来文化生活的模样”。在文博会现场，“文化+科技”双轮驱动正催生强大的文化新质生产力。

大约一个月前，北京亦庄人形机器人半程马拉松赛中，“闪电”机器人以50分26秒的净用时获得冠军。在展会现场，“闪电”机器人一身“红装”亮相，吸引观众上前与机器人握手、合影，感受其流畅的动作与智能交互能力。

在文博会15号馆，深圳华强方特已连续参加16届文博会。这家企业先后打造《南极迷踪》《恐龙岛奇遇》等多款优质VR体验项目，其以“熊出没”IP为代表的数字动漫作品，发行到全球130多个国家，系列动画电影在70多个国家影院热映，屡创出口新高。

数字技术的深度应用成为本届文博会的一大看点。云上文博会平台通过文博会官网和微信小程序“文博会+”系统，按照展馆展区分类展示文化产品和项目，并升级AI会展助手“文小博”，打造“数智文博会”。

“科技订单”交易火爆也是文化市场生机勃勃的生动注脚。在会场上，河北毗卢寺博物院的壁画文创开发方看中一款带高清显示屏的充电宝，屏幕可动态循环展示壁画，随即与厂商达成合作意向，计划将智能显示技术融入文创产品。

深入推进文化和科技融合，推动文化产业数字化转型，培育发展新型文化业态，这不仅是本届文博会的特色，更是文化强国建设的应有之义。

数据显示，2025年，深圳规模以上文化及相关产业企业实现营业收入15140.07亿元，同比增长16.6%；其中文化新业态特征明显的16个行业小类实现营业收入7241.98亿元，增长22.7%。

数字背后，是一场深刻的产业变革：从“跟跑”到“并跑”再到“领跑”，文化为科技创新注入价值导向，科技为文化发展提供强大支撑。

推动从“走出去”到“走进来”的价值跃升

今年11月，亚太经合组织第三十三次领导人非正式会议将在深圳举办，本届文博会也首次设立APEC经济体展区。

数据显示，今年文博会吸引来自德国、法国、澳大利亚等全球65个国家和地区、310家海外展商参展，迎来110个国家和地区、3.5万余名海外专业观众。22岁的文博会已成长为全球文化资源聚合、项目交易、创意发布、国际交流的顶级平台。

越南咖啡文化与非遗技艺、韩国动漫IP与特色食品、泰国潮玩盲盒……文博会海纳百川的开放气质，让各国文化精品自然地融为一幅生动的文化共生图景。

埃及参展商哈尼带着近百件手绣作品第一次来到中国，为自己国家的传统文化深感自豪；印度参展商阿卜杜勒连续7次参加文博会，在他看来，带来正在消失的当地印染技艺，“是为了让更多人了解它的价值”。

从“走出去”到“走进来”，本届文博会集中呈现网文、网剧、网游等文化出海“新三样”最新成果。

“以微短剧为例，借助人工智能技术，海外平台搭建更加便捷。”TikTok短剧承制服务商广州光盒动力文化传播有限公司首席营销官梁剑说，“光盒动力已承制超千部海外微短剧。从真人短剧、AI电影到AI漫剧，技术赋能下中国文化出海大有可为。”

同时，“中国制造”正从功能价值向文化价值拓展，将中华文化推向世界舞台。

用果壳制作的小挂饰将“音乐疗愈”概念融入文创，对海外市场而言既新颖又富有东方哲思；英国旅行箱包品牌的中国运营方在箱包装饰上融入中国四大神兽元素，直言“文化应该浸润生活每一部分，通过日常用品传播到全世界，让传统文化变得现代和实用”。

面对数字技术新一轮变革、全球文化格局深度调整与国内文化消费持续升级的交织形势，推动文化产业高质量发展，需要如何破题？

今年文博会已给出答案——展会设立全球文化贸易专区，定向邀约13万名专业采购商，并推出22项促交易举措。从“展示”到“交易”再到“产业生态”，文博会已跳出单一展会属性，蝶变为全链赋能的产业综合服务平台，打通文化创作、科技赋能、市场出海全链条。

“文博会既是展示中华文化魅力、促进国际文化交流合作的关键平台，更是APEC会议文化交流的重要延伸。透过深圳，世界看到中华文化以开放包容之姿与全球文明展开深度对话的新实践。”中国（深圳）综合开发研究院常务副院长郭万达说。

新华社深圳5月24日电

为文化强国建设注入澎湃动能

——来自「中国文化产业第一展」的实践观察

新华社记者 周科 李晓玲 赵瑞希

5月21日至25日，第二十二届中国（深圳）国际文化产业博览交易会举行，吸引6312家海内外机构参展，超12万件文化精品汇聚一堂。

习近平总书记指出，建设文化强国，事关中国式现代化建设全局，事关中华民族伟大复兴大业，事关提升国际竞争力。

作为中国唯一一个国家级、国际化、综合性文化产业博览交易会，文博会是观察中国文化产业动态、扩大文化对外开放的重要窗口，被誉为“中国文化产业第一展”。

党的十八大以来，在习近平文化思想科学指引下，社会主义文化强国建设迈出坚实步伐，文化事业日益繁荣，文化产业提质升级，全民族文化创新创造活力竞相迸发。在本届文博会上，文化新产品丰富多彩、新业态持续涌现，思想伟力正不断转化为文化建设的澎湃动能。