



文博会八大展馆人流如织。深圳特区报记者 何龙 摄

主要指标均大幅增长！ 第二十一届文博会圆满闭幕

5月26日，第二十一届中国(深圳)国际文化产业博览交易会(以下简称“文博会”)在深圳国际会展中心落下帷幕。本届文博会汇聚全球65个国家和地区的6280家参展机构，展出文化产品超12万件，促成4000余个投融资项目对接，主会场、分会场、各相关活动点总参与人次达220多万，主要指标较上届均大幅度增长。

本届文博会紧扣文化科技融合主线，以人工智能技术重塑展会形态，聚焦博览交易功能，全面提升国际化、市场化、专业化、数字化水平，激发文化创新活力，重点打造“七个超级平台”。这场为期五天的文化盛宴，既是中国文化产业蓬勃发展的缩影，也是中华文化走向世界的窗口，在全球文化产业版图中标注出更加璀璨的中国坐标。

交易规模再创新高 广阔平台链接全球商机

“交易力”就是生命力，也是文博会不断提升、不断发展、源源不断的强大动力源泉。作为中国唯一一个国家级、国际化、综合性的文化产业博览交易会，文博会以“超级平台”之力，将文化流量变现为经济增量，推动文化资源转化为发展动能。

“开展仅6小时，就卖了近200杯咖啡，销售额接近3000元。”上海豚豚机器人科技公司创始人韩兆林携今年升级的咖啡机器人再次亮相文博会，开展三日，已累计收获来自国内及美国、伊朗、哈萨克斯坦的多笔海外大单。基于其广泛影响力和行业专业度，文博会不断推动文化资源与市场需求的精准对接，已成为品牌价值的“超级扬声器”。

从非遗技艺到文创爆品，从科技融合新品到国际文化合作，“来了能拿订单”“签约超过预期”成为不少文博会参展商的共识。文博会期间，10号馆水贝万山展台推出的黄金文创产品一上午就能卖出400多件。广受年轻人喜爱的小黄香蕉原创手钩淘宝店，此次在现场展出多件创意设计产品，线上店铺在文博会期间涨粉1万余人。

在本届文博会举行的第三天，福田资本运营集团与上海沉浸科技开发有限公司现场签约，沉浸时空X-META深圳研发中心正式落地深圳河套地区。

“深圳高效的服务效率、良好的营商环境、完善的知识产权保护制度，让注重创新和研发的企业能够安心发展。”上海沉浸公司董事长胡世辉说。

值得一提的是，文博会创新推出的文化产业招商大会今年连续举办了两天，实现了数量的倍增扩容、质量和结构的能级跃升。在5月25日举行的文博会文化产业招商会暨合作签约仪式上，共有河北省、云南省、新疆维吾尔自治区等共计24家政府组团、企业现场推

介，推介项目数达35个，现场签约项目达41个，总成交额再创新高。

文化科技双轮驱动 新质生产力激发产业变革

近年来，文化与科技的深度融合成为文博会上的核心亮点，这种融合不仅激活了传统文化的现代表达力，还催生了数字文博、云演艺等新业态，推动文化产业向数字化、智能化转型。

今年文博会上，科技以前所未有的姿态拥抱文化，通过AI全应用场景呈现、AI科技演出、AI共创互动等创新方式，AI成为展会创新亮点和一大重要看点。首次设立的人工智能展区，邀请60多家人工智能领域知名企业参展，覆盖具身机器人、智能眼镜、智能耳机等前沿领域，集中呈现企业的硬核创新力。“第一次在线上看到这么多先进的机器人‘天团’，这对我们来说是很好的学习机会。”人工智能专业大四学生周子琪说道。

科技助力下的沉浸式文化体验更是吸引大批观众。湖北馆展区内，观众在虚拟人物“喜”的引导下，穿梭于楚文化的时空长廊，感受从简牍到编钟的文化脉络。由河南大象元公司带来的虚拟现实电影体验厅，同样让市民排起长队参观体验。观众戴上VR头显设备后，不仅能360°围观唐朝乐舞俑“蹦迪”，还能“触摸”千年文物。

文化引领科技创新，科技赋能文化发展。以科技赋能文化，不仅能促进文化产业形态、内容和传播方式的变革，而且有助于提高文化创新的效率、广度和深度。文博会正不断以科技创新重塑文化表达，助力中国文化以更年轻、国际化的方式传播，增强全球文化影响力。

国际化“朋友圈”扩容 文明互鉴书写中国故事

文博会是推动中华文化“走出去”的重要平台，本届文博会国际化“朋友圈”不断扩展，共建“一带一路”国家参展数量、全球合作机构、参展产品品类均创历史之最。

65个参展国家和地区中，超50个来自“一带一路”沿线，波兰、奥地利、罗马尼亚、俄罗斯、巴西、阿根廷、沙特阿拉伯、尼泊尔、韩国、泰国、印度尼西亚、埃及、加纳、乌干达等国家纷纷携特色文化精品亮相。

埃及国宝级文创品牌konouz(埃及复刻宝藏公司)携图坦卡蒙面具与罗塞塔石碑复刻品实现文博会首秀；北欧瑞典高奢珠宝品牌展出白垩纪琥珀藏品；秘鲁羊驼手工艺品与中国非遗掐丝珐琅画形成跨越时空的文化对话……全球文化产品在深同台竞秀，也打造出一方“有温度的文化贸易”场域。

“文博会不仅是展示产品的窗口，更是一个能将文

化创意推向全球的重要跳板。如果有机会，我们一定会在深圳设立分公司。”

为了交朋友，拓市场，许多海外参展商不远万里奔赴深圳。首次参展的埃及企业Pyrus展区内，放置了一台能用古埃及文字“画”出个人名字的机器人，吸引了许多观众前往尝试。Pyrus创始人之一Mostafa感慨，来深圳不到48小时，已经感受到了大家对古埃及文化的巨大热情。

伊朗“Iran Olyalavan”展位的老板马迪已经连续三年参展：“前两次参展我们都收获颇丰，不仅结识了许多中国朋友，还促成了不少商业合作，所以今年我们还要继续过来。”

今年的文博会还专门增设了文化出海展区、世界与中国青年文创项目孵化展区等，并加大了与20多家国际头部展览机构、高端文化产业资源的合作力度，助推更多文化产品及服务“走出去”。

文化消费再添“新意” 文博展台“化身”教育课堂

中国国家博物馆“凤冠”系列文创、“文博会礼物”专区严选全国具代表性的文化伴手礼、全国大师工艺美术精品……本届文博会通过丰富的展览内容和体验项目，激发了文化消费的新活力。

展会精心设置多个特色专题展区，全面覆盖非物质文化遗产、文创产品、游戏电竞、潮玩文化等多元领域，全方位推动文化、旅游、体育等领域的消费潜力充分释放。观众们在展区可以与产品设计(研发)师面对面交流，了解产品设计制作背后的故事以及文化历史背景，满足人们对于知识、情感的互动需求。

“来深圳的时候我们都怕走丢了，第一次出这么远的门!”从云南丽江玉龙县鲁甸乡新主村来到文博会的阿诗主合作社社员笑着告诉记者。阿诗主合作社负责人尼玛次仁此次和十多名工作人员携农副产物、民族手工艺品及非遗文化亮相10号馆，让观众近距离品尝高原地区的松茸、虫草等特色山货。文博会现场，合作社社员杨玉勋还身着东巴服饰，向前来询问的观众讲解纳西族的东巴文化。

除了丰富多元的文化消费体验，此次文博会与高校设计教育、学生美育的紧密联结同样值得关注。深圳大学、南方科技大学、哈尔滨工业大学(深圳)、深圳理工大学、深圳技术大学、深圳职业技术大学等高校纷纷展出了前沿设计与教育成果；Hi World全球青少年创意年展、2025深圳市中小学生创意设计成果展激发孩子们的灵感碰撞，在这里，文博会成为孩子们“行走的文化课堂”，文化传承的接力棒已交到下一代手中。(据深圳发布)