



# 聚焦 第十九屆文博會



## 「愛深圳」多語種網站試運行 打造深圳國際傳播共同體

【香港商報訊】記者林麗青報道：昨日，EyeShenzhen（愛深圳）九語種網站試運行上線儀式暨「深圳全球傳播使者」計劃啓動和「深圳報業全球傳播中心」掛牌儀式在深圳舉行。深圳市委常委、宣傳部部長張玲等出席活動。

### 覆蓋世界主要語言群體

EyeShenzhen (www.eyeshenzhen.com) 上線後可實現英、西、法、德、日、韓、俄、阿、葡九種語言版本的自由切換，語種覆蓋聯合國五種工作語言和世界主要語言群體，為居民、投資者和遊客提供全面、及時的資訊。

除了網站之外，同名英文版本的微信公眾號和視頻號也同步上線運營。用戶可通過微博、微信、臉書、推特等海內外社交平台一鍵分享「EyeShenzhen」的文章。

2016年5月，深圳首個官方英文門戶網站EyeShenzhen

(www.eyeshenzhen.com)正式上線。「Eye-Shenzhen」中「Eye」取自平等 (Equality)、年輕 (Youth) 和卓越 (Excellence) 三個英文單詞的首字母，展現了深圳的優秀品質。同時，「EyeShenzhen」與「愛深圳」同音，意為熱愛深圳這座城市。

### 配合招商引資招才引智

在啓動儀式上，深圳報業集團黨組書記、社長丁時照致辭表示，本次英文門戶網站的優化升級和八語種版本建設，不僅為居住在大湾区乃至海外的國際友人提供更多貼心、周到的多語種

信息資訊服務，更是對市委、市政府及各區海外招商引資、招才引智工作的積極配合。

丁時照表示，為聚合深圳國際傳播資源，全域全民構建國際傳播大格局，本次活動同時揭牌成立「深圳報業全球傳播中心」，啓動「深圳全球傳播使者」計劃，充分激發民間人士，尤其是外籍人士愛深圳的熱情，以他們的親身經歷講述、傳播深圳故事，打造深圳國際傳播共同體。

隨後，「深圳好網民」、來自委內瑞拉的

自媒體博主 Rafael Saavedra 作為深圳全球傳播使者代表在活動上發言，並向在場嘉賓展示了「EyeShenzhen」多語種網站的部分功能。當天，出席活動的領導嘉賓上台為到場的8位深圳全球傳播使者頒發證書。

據悉，「深圳全球傳播使者」計劃是英文《深圳日報》為打造深圳國際傳播共同體啓動的一個項目，邀請積極投身深圳對外交流與傳播事業、來自各行業具有一定影響力的優秀外籍人士擔任全球傳播使者。



昨日，EyeShenzhen（愛深圳）多語種網站試運營上線儀式暨「深圳全球傳播使者」計劃啓動和「深圳報業全球傳播中心」揭牌儀式在深圳舉行。 英文深圳日報記者 孫玉臣攝

### 深圳出版集團「1+1+3」亮相

【香港商報訊】記者蔡易成報道：在本屆文博會上，深圳出版集團採用「1+1+3」模式，承辦1個「媒體融合·新聞出版展區」，1個論壇「第十九屆深圳文博會數字出版論壇」，以及深圳書城中心城、寶安城、龍崗城3個分會場，助力「中國文化產業第一展」出新出彩。

作為文化產業的重要組成部分，新聞出版業一直備受各界關注。深圳出版集團承辦的「媒體融合·新聞出版展區」位於數字文化館（9號館），展區面積7800平方米，以「融合驅動 縱深發展」為主題，特別規劃「媒體深度融合發展創新案例展區」「版權主題展區」「出版及媒體融合主題展區」「行業成果展區」等4大板塊，包括各類主題展、9個特裝展位及1個活動簽約區。

深圳書城中心城分會場採用「展覽+市集」模式，以「非遺」為核心，策劃打造「時序歲豐」非遺主題融合展。深圳書城龍崗分會場突出「文化+科技」新業態，以「開享龍崗 智創未來」為主題，利用智能科技賦能文化空間，為讀者提供沉浸式的智能閱讀新體驗。深圳書城寶安分會場發揮「閱讀+」特色，以「開創新生·文化賦能」為主題，策劃舉辦「深入推進灣區品質文化城區建設——新業態與文化綜合體的融合發展論壇」「AIGC數智未來的科技與人文論壇」2場論壇活動。

舉辦10場招商訂貨會洽談、17場文化及技藝展演活動、26場線上直播帶貨活動。

### 線上線下聯動

將文博會延伸到場外，今年雲上文博會已是第三屆。與前兩屆相比，今年交易成交明顯提升，強化網上交易功能，搭建線上線下相結合的展示與交易平台。

此外，本屆文博會消費季還與天貓聯動，推出天貓618文博會線上分會場，邀請文博會展商參與並拓展天貓優質商家參加線上文博會，並與淘寶直播聯動。

從第二屆開始，文博會的名稱上就增加了「交易」二字。經過十多屆展會的積累，「交易」的分量在文博會上越來越重，本屆文博會更是把突出交易功能的完善推向更重要的位置。記者現場發現，各展團的不少非遺大師正在改變，產業的後來人在對非遺進行改進，以順應現代人的需求。畢竟再好的產品，能賣出去才是好產品。

香港商報記者 童越



### 記者觀察

### 文博會商味濃

周末的深圳文博會，觀展的人潮明顯增多，文博會成為時尚「文化趕集」的好去處。展館隨處都能看到大包小包「掃貨」的人群。

### 搶購一空常現

記者從山東展團了解到，「梵高莖花入畫，煎餅捲成畫中花」——來自山東臨沂的「煎餅俠」徐海霞在文博會上實力火出圈，把煎餅做成了花，現場帶來的「可賞可吃的世界名畫」成為文博會上的「網紅餅」，僅開幕一天半產品就銷售一空。

新疆展區來自吐魯番博物館工作人員哈麗旦亦表示，由於是首次參展文博會，他們只帶來了包括「小花帽」頭飾、方型掛毯、文創冰箱貼、共命鳥刺繡絲巾等兩大箱物品，完全沒想到這麼旺銷，文博會開展的第四天物品就銷售得所剩無幾，明顯帶少貨了。

與大賣展品同步的是，各展團也在大力促銷。在文博會文化產業招商大會上，12個重點文化產業項目在現場簽約，簽約總額達34.2億元人民幣。另外，展會期間山東展區同期

### 「神鵰俠侶」穿越文博會 人氣持續高漲 觀眾爭相合影

【香港商報訊】記者羅維維、肖靜文報道：第十九屆中國（深圳）國際文化產業博覽交易會正在深圳舉行，本報特別策劃的金庸武俠小說人物COSPLAY互動體驗及「走進頭版」打卡活動在文博會上持續人氣高漲。該活動旨在展示香港商報與金庸的情緣，並與文博會觀眾進行一場跨時代、跨時空的文化傳承交流。

昨日適逢周末，文博會現場人潮湧動，熱鬧非凡。在14號館二樓連廊處，港風港味十足的「頭版」逼真再現金庸武俠小說彩色漫畫版人物，近2米高的互動打卡裝置將「楊過」「小龍女」的風姿呈現眼前，1:1還原小說人物。而最吸引眼球的莫過於兩位專業演員現場COSPLAY這對「神鵰俠侶」，上演經典畫面，與觀眾互動，讓人恍若重回武俠片中的風雲歲月，該互動裝置也成為文博會最受歡迎的打卡熱點之一。

### 港媒文博行 深港心聯通

【又訊】昨日，由香港商報、香港經濟導報組成的參訪團一行30餘人特地從香港來到文博會現場參觀交流，更與「楊過」「小龍女」拍照打卡互動，體驗了一場穿越之旅。

當天下午，參訪團一行抵達文博會後，便直奔「楊過」「小龍女」互動打卡點。只見姑姑



▼來自香港漢服團體「丹青承南」成員參觀文博會。 記者 馮瀚文攝

▼「神鵰俠侶」表演經典畫面，與觀眾互動。記者 蘇偉攝

▲本報特別策劃的金庸武俠小說人物COSPLAY互動體驗及「走進頭版」打卡活動在文博會上持續人氣高漲。 記者 肖靜文攝

▼本報參訪團在「無界——深港澳青年藝術大展」前合影。記者 喬凱攝

本報參訪團與「楊過」「小龍女」打卡拍照。 中新社記者 陳文攝

### 海外參展商：「明年還來」

【香港商報訊】記者楊琪報道：恰逢「一帶一路」倡議提出10周年，本屆文博會在線下恢復設立了「一帶一路」國際展區，組織了50個國家和地區、超300家海外展商線上線下參展。展會臨尾尾聲，多家海外參展商紛紛表示，明年文博會還會再來。

「一帶一路」國際館設置了歐洲展區、亞洲展區、中東地區展區、非洲展區、拉美地區展區和文化進口貿易展區。記者走訪展區感受到，本次文博會海外參展商結構多元、展品豐富、質量上乘，且異域特色鮮明，從法國的紅酒香水，到巴西咖啡、蒙古皮畫，應有盡有。

本次印度展商帶了共10個大類、近1萬個單品來到深圳。展品特色鮮明且實用度高，引得眾多觀展市民駐足購買。針對本次展銷情況，曹女士說：「太火爆了，每天都有非常多人來詢問和交換聯繫方式，根本忙不過來，你看這一排的產品剛賣光！」

蒙古展區也是連續多年參展，本次帶來了蒙古皮畫、羊毛衫、羊絨製品等等。蒙古展區組織方包先生說，本次文博會比以往規模更大，規格更高，海外參展商之間的競爭也激烈不少，明年會帶着更多產品來參加。



本報參訪團參觀「無界——深港澳青年藝術大展」。 記者 蘇偉攝



本報參訪團在「無界——深港澳青年藝術大展」前合影。記者 喬凱攝