



第二十二届文博会落幕 大湾区文化产业圈加速成型

5月25日，为期5天的第二十二届中国（深圳）国际文化产业博览交易会（以下简称“文博会”）圆满落幕。

作为“中国文化产业第一展”，本届文博会汇聚全球65个国家和地区的310家海外展商参展，创新设立跨境电商专区、APEC经济体展区，集中展出超12万件文化精品，260场新品首发、首展、首秀活动轮番上演。据统计，广东展团签约和意向签约金额超100亿元，跨省联动合作项目较往年大幅增长。

历经二十余年发展，文博会已然成为观察大湾区文化脉动、洞察中国文化产业趋势、链接全球文化市场的重要窗口。

纵观本届文博会，最核心的价值不止于亮眼的展会数据，更藏在产业底层的深刻变革之中——

一个以“广深港澳创新走廊”为脊梁、以珠三角智造为骨架、以港澳国际接口为触角、以县域腹地纵深的大湾区文化产业圈，已经完成从“概念”到“操作系统”的质变。

智造护“圈”

本届文博会释放出一个信号：大湾区文化产业圈最核心的护城河，依然是制造——但不是“传统制造”，而是“文化智造”。

在安克创新展台，全球首款消费级UV打印机成了“隐形顶流”。这款设备突破了基础打印的技术局限，真正实现创作者的色彩创意“所想即所得”。随之升级的还有整体生产模式：从以往的减材制造转向增材制造，从规模化、标准化的批量生产，转变为“小单快返+极致个性化”的柔性生产新模式。

一台设备的迭代升级，背后是广东制造底层逻辑的深刻重塑。海关总署发布的数据，直观印证了大湾区文化智造的硬核实力：2025年中国出口3D打印机503万台，同比增33.2%，其中八成是“广东造”，深圳更是占据全球入厂级设备九成市场份额。

产业转型升级浪潮下，影石创新、拓竹科技、韶音科技等一批本土创新企业加速崛起，这些企业颠覆了此前海外对中国制造“粗糙仿制”的印象，也改变了中国制造的价值叙事逻辑。

东莞的产业蝶变，同样是大湾区智造的生动缩影。

这座昔日的“世界工厂”华丽转身为“全球潮玩之都”，全国近85%的潮玩产能、全球四分之一的动漫衍生品在此诞生。其中石排镇集聚30



余个自主品牌、上百个市场化原创IP，形成了从创意设计、研发生产到终端销售的完整产业链。

中山大学产业数字化服务中心主任戴欣认为，产业转型的关键，是把“一次性消费品”转化为“长期的文化认同和情感记忆”。当下，消费者愿意付费的不再只是玩具本身，更是IP背后承载的文化内涵与价值认同。

这也是大湾区文化智造的核心逻辑：文化不再是附着在制品上的装饰膜，而是深度嵌入产品DNA的定价核心。依靠创意与技术赋能带来的创新溢价，正在逐步淘汰低端、同质化的“价格战”。

全域固“圈”

大湾区文化产业圈的竞争力，既来自珠三角核心城市的前沿产业赛道，更得益于产业圈层的向外溢出与辐射带动，推动粤东、粤西、粤北县域腹地协同崛起、全域联动发展。

本届文博会上，粤东粤西粤北展区摆脱“土特产陈列柜”的传统标签，完成了一次全新的身份升级。

茂名高州等地荔枝打破季节限制，从应季水果转变为“四季甜蜜”的产业链——饮料、饼干、果干、雪糕等衍生产品一应俱全。25家加工龙头企业、年加工能力破10万吨；“包树认购”模式备受好评，全市约1.5万亩荔枝实现定制，同比增长40%。

河源紫金蝉茶跻身广东三大名茶，当地打造的“蝉茶公仔”文创IP，通过文旅、农业与非遗的跨界融合，让深厚的客家文化绽放出新的活力。

全球首艘漂浮式动力定位全域化网箱型工船“湛江湾一号”，不仅以硬核海洋科技支撑湛江深海养殖产业发展，更为城市文旅IP注入鲜明科创特色。

这些案例足以说明，大湾区文化产业圈并非局限于珠江江口的狭小圈层，而拥有广阔的反向辐射带——大湾区凭借成熟的IP打造、渠道运营、品牌塑造能力激活县域特色资源，同时又让县域充实大湾区的供应链纵深与文化素材库，形成双向赋能的良性循环。

这也是“百千万工程”在文化领域的深层价值，不是城市对乡村的单向帮扶，而是湾区核心与县域腹地打破壁垒，共建一套文化产业价值体系。

让“圈”更大

提到“大湾区文化产业”，很多人简单理解为“广东制造+港澳创意”。但本届文博会释放的信号不止于此。

大湾区文化产业圈的核心内核，是一条跨越制度差异的广深港澳文化产业创新走廊，是一个依托梯度分工、协同发展的产业价值共同体。

香港作为国际金融与传播枢纽，以影视娱乐、流行音乐、创意设计为国际文化名片，承担文化资本运作与全球传播的“接口”角色；澳门作为中葡文化交流平台与文旅会展高地，则以文化展演、数字媒体、世界旅游休闲中心为支点，衔接中国与葡语国家的文化纽带；珠三角9城凭产业基础与市场规模，在内容生产、技术研发、文化智造和消费转化上形成底盘支撑，实现“文化制造+文化服务”比翼齐飞。

不仅有分工，还有接力跑。全球70%的舞台灯光设备产自中国，其中85%来自广东——光峰科技把激光打到几公里外的云层上，智元智能机器人与人类舞者在《极SHOW》3.0中完成“人机共生”，大湾区演艺装备产业已然从“卖灯”升级为“卖全流程体验”。

正如暨南大学产业经济研究院院长陶锋所言，大湾区“9+2”的差异化工种正在变成协同优势：香港的创意设计遇上珠三角的工程化能力，珠三角的内容产能遇上香港的国际版权交易——IP从此不只是“做出来的”，而是“流转起来的”。

雄厚扎实的经济底座，也在为这个“圈”注入源源不断的底气。

2025年粤港澳大湾区经济总量突破15万亿元，跻身全球湾区第一梯队；“深圳—香港—广州”创新集群登顶全球第一。▶下转04版

茂名特色农业 香飘包茂高速

“五棵树一条鱼一桌菜”获八方点赞

■记者 潘宇丽 见习记者 陈灵灵
通讯员 许红 易怀学

本报讯 5月20日—21日，以“荔乡柏桥 美‘荔’同行”为主题的茂名市第五届“五棵树一条鱼一桌菜”走进高速宣传推介活动，在包茂高速柏桥服务区圆满落幕。作为全国首个荔枝主题服务区，这里变身

特色农产品沉浸式体验集市，茂名荔枝、龙眼、罗非鱼、化橘红、沉香、高凉菜等“茂字号”好物集中亮相，凭借鲜甜品质与鲜明特色强势出圈，收获参展商、过往旅客与广大网友的一致好评，成为粤西高速上助力乡村振兴的亮眼风景线。活动现场人气爆棚，40个特色展位整齐排布，涵盖水果、化橘红、沉香、高凉菜、文创等多元品类及其衍生产品，1吨新鲜荔枝免费派送，搭配农产品走秀、果王擂台赛、非遗展演、互动环节，让南来北往的旅客在歇脚间隙，一站式感受茂名特色农业的魅力。

作为广东农业总产值连续多年位居全省第一的农业大市，茂名以“五棵树一条鱼一桌菜”为核心打造特色产业矩阵，2025年全产业链产值突破628亿元，带动超65万群众就业增收，小小土特产已成长为富民兴村的大产业。

现场参展商难掩喜悦，纷纷为活动点赞。一位参展商动情表示：“非常感谢市委市政府给这个平台和机会推荐自家产品，希望这个“五棵树一条鱼

一桌菜”活动继续办下去，打响茂名农产品的名号。”依托高速服务区的庞大流量，参展企业直接对接全国客源，既拓宽了销售渠道，也让品牌影响力快速扩散，切实感受到“高速+农业”模式带来的实在红利。

远道而来的旅客更是收获满满。来自哈尔滨的徐女士在品尝新鲜荔枝后赞不绝口：“在我们那都吃的冻荔枝，来这里第一次吃上了新鲜荔枝，茂名荔枝是我吃过的最甜最好吃的荔枝！”一口爆汁的鲜果、风味独特的高凉菜、匠心制作的文创产品，让更多旅客驻足试吃、选购，茂名农产品的优良品质，通过高速窗口深深烙印在各地游客心中。

线下热度高涨，线上反响同样热烈。活动相关视频发布后，迅速引发网友关注，尤其是本地网友积极留言点赞，主动为家乡农产品打call，不少外地网友也被茂名好物圈粉，询问购买渠道。线上线下联动传播，让“五棵树一条鱼一桌菜”品牌知名度持续攀升，茂名农业的好口碑借助网络传向全国各地。

一趟高速，一路飘香。这场别开生面的农业“高速秀”圆满落幕，既让八方旅客领略了“好心茂名”的物产丰饶，也为特色农业发展注入新动能。

未来，茂名将持续擦亮“五棵树一条鱼一桌菜”金字招牌，让更多茂字号优质农产品走出产区、走向全国，为乡村全面振兴与农业现代化发展持续赋能。

以青春之名 传千年橘韵

海龙阁饼业·茂名市首届化橘红文化 推广大使全国选拔赛正式启动

▶详见08版

以青春之名 传千年橘韵

海龙阁饼业·茂名市首届化橘红文化推广大使全国选拔赛

指导单位：中共茂名市委网信办 茂名市文化广电旅游体育局 茂名市农业农村局 茂名市文学艺术界联合会
主办单位：茂名日报社 总冠名单位：广东海龙阁饼业有限公司 承办单位：茂名日报社文化传播有限公司

【参赛对象】18~30岁未婚未育健康女性，净身高1.60米以上，高中（或在读）以上学历。形象气质佳，积极作为、甘于奉献，符合化橘红文化和“好心精神”人文特质。
咨询电话：0668-2963853 张记者15521022695

【选手奖项】冠军：6万元 亚军：4万元 季军：2万元
茂名化橘红文化推广大使（除三甲外）：奖金1万元
单项奖：奖金1万元
最具传播力奖：奖金2000元
备注：1.个人奖项可兼获，奖金不兼得（以获得的最高奖项颁发奖金）；2.奖金均含税。

【非选手奖项】1. 伯乐奖：冠军“伯乐奖”，奖金5000元；亚军“伯乐奖”，奖金3000元；季军“伯乐奖”，奖金2000元。
2. 优秀组织奖：颁发“优秀组织奖”牌匾。

扫码报名