

正在舉行的第八屆中國（深圳）國際文化產業博覽會（簡稱文博會），吸引大批市民入場，不少港人昨日亦組團前來參觀。「傳統+科技」、「文化+創意」等新業成為今屆文博會最大的亮點。參展商盡展各種珍奇古玩的同时，更使出渾身解數，在傳統的文化產品中，添加各種最新科技以及創意元素，加上世界模特小姐、中華小姐等美女的表演助陣，着實吸引眼球。

■香港文匯報記者 李望賢、郭若溪、李昌鴻 深圳報道



■西安超人公司研製的星雲大師仿真硅膠像，幾可亂真，觀眾不禁伸手觸摸以判斷是否真人。中新社

運用最新高分子材料進行人物雕塑、傳統的國畫可以進行3D展示、水墨畫中的城市風貌可以呈現晝夜變幻，文博會上，潮流科技和傳統文化碰撞出新奇別致的火花，令觀眾耳目一新。此外，引入超算中心提升製作效率、運用環保技術進行印刷，香港文化創意企業也帶來具有濃郁科技味道的產品，力求在激烈的競爭中異軍突起。

硅膠星雲大師仿若真人

在一號展館，台灣星雲大師微笑着端坐在陝西展區，引得不少人駐足。觀眾許久之後，有觀眾「斗膽」上前摸了大師一下，大師一動不動，觀眾這才恍然大悟，原來是塑像。

這是由西安超人公司研製的高分子硅膠仿真人塑像。據該公司工作人員介紹，運用該材料雕塑的人像，皮膚的彈性和質感比傳統的蠟像更酷似真人，且高低溫不變形，可直接水洗，方便打理。記者觀察到，人像臉上的細微皺紋，甚至血管的痕跡都若隱若現，十分逼真。

該工作人員表示，目前產品已經在國內外300多家博物館、紀念館和旅遊景點收藏陳列。該公司還率先將仿真硅膠塑像的工藝和機器人技術結合，研製出惟妙惟肖的高仿真機器人，被新加坡機器人專家周長久稱為「提示科學家注意如何讓機器人更加『人化』」。他介紹，公司未來還計劃籌建一座硅膠藝術館，並致力於研發更高仿真、智能型的家政服務機器人。

台灣館3D展示故宮國畫

為突顯台灣文化創意產業近年發展數位典藏的豐碩成果及與科技的跨域整合能力，台灣館今年也特別推出了故宮「博物館數位加值體驗區」，觀眾可以通過3D裸視電視看到立體的國畫巨作《南宋皇城圖》在觀看趣味卡通片的同時，還可以了解到故宮各藏品的歷史故事。

台灣文化創意館館長趙永全稱，該體驗區將故宮博物館所有的96萬件產品、180多萬張照片整合數位化，數位化裡面結合3D的技術做成微影片，可直接聽到裡面聲音並隨時看3D效果。「3D卡通形式的播出，能令很多觀眾直接從科技的結合裡對整個故宮的陳列產生興趣，願意去看和參與。」趙永全說。此外，故宮還將4千多件展品做成了數位產品，極大的增加文化的科技附加價值。

動態水墨畫 觀眾稱奇

水墨畫中，水在潺潺流動，人物的衣襟臨風飄逸，城市的風貌從白天隱入夜色，霓虹燈閃爍不已。新奇的動態國畫，也讓不少觀眾嘖嘖稱奇。

該組展示深圳歷史的組畫《春天頌》由深圳本土畫家段然等人創作完成，由30幅約4米高的國畫作品組成，總長120米。經過加入原本用於遊戲動畫的三維動畫技術之後，觀眾在顯示屏上便可以看到畫中的各種動態情景。據《春天頌》文化產業投資發展有限公司總經理侯俊翔介紹，未來還計劃在動態組畫中加入旁白和音樂，用於城市形象推廣。

傳統+科技 文化+創意 文博會 潮爆



■Cosplay真人秀助陣。香港文匯報記者郭若溪 攝

■世界模特小姐現場表演助興。香港文匯報記者李望賢 攝

濃縮新·奇·趣 一眼看世界



■10噸重玉雕孔廟吸引眾多參觀者駐足。

香港文匯報記者郭若溪 攝

作為國內文化產業頂級的盛會，文博會儼然成了小型的文化「珍寶展」，參觀者通過文博會即可「遊遍」全國、「看盡」世界。記者搜羅發現，今屆展會高端創意產品眾多，「創意設計生活館」中最引人關注的莫過於首次亮相的長6.3米、寬5.7米、高3.45米的大型彩石玉雕「孔廟·大成殿」。

孔廟·大成殿玉雕重10噸

據展出商介紹，該作品按照山東曲阜孔廟大成殿10比1微縮雕刻鑲嵌，並配有兩匹玉馬和孔子駕着馬車周遊列國的形象。耗費10餘噸遼寧岫玉及5公斤黃金，歷時3年，花費45,000個工時才完成，整體估價為1.285億元人民幣。它是溫州已故工藝大師吳進德生前的扛鼎之

作，作品曾在1997年被評為大世界健力士世界最大玉雕珍品。

11.8噸泰山碧玉標價逾億

位於「工藝美術館」的高3米、寬2.6米、厚1.2米、重11.8噸，標價1.18億元的巨型泰山碧玉首次出現即吸引了眾人的眼球。據該玉石的主人韓先生稱，這塊玉石發掘於山東泰山，僅挖出來並運到山下就用了2年時間。該玉石其珍貴之處在於其是玉心。他透露，有迪拜商人想買，但是因是國家文物，不得出口；而香港一

名億萬富翁擬購去雕塑其本人的玉像。

金玉《富春山居圖》首亮相

以元朝畫家黃公望的傳世之作——《富春山居圖》為題材的，經台北故宮博物院和浙江省博物館雙雙授權，首次按照原著1:1例用100多公斤黃金打造的《富春山居圖》合璧版，首次在6號館內展出。該文化黃金藝術作品長639.9公分，寬33公分，結合黃金、和田玉、天然瑪瑙、花梨木等珍貴材質，呈現了美輪美奐的山水合璧藝術新畫面。目前，該作品已被上海大世界健力士總部核准為「世界最重的純金工藝品」。

■100公斤黃金打造的《富春山居圖》驚艷亮相。

香港文匯報記者 李望賢 攝

1.5萬名外商 料採購135億

由於受到歐債危機的衝擊，中國出口出現持續下挫，而作為國家大力發展的文化產業則異軍突起，不但內地市場受到歡迎，出口也有了良好的增長，成為中國應對危機的重要增長點。在此次文博會上，逾1.5萬名海外採購商與會，預計文化產品出口將達135億元人民幣。

中國貿促會深圳分會副主任陶永欣告訴記者，協會組織的珠三角企業數十家文化企業與歐美公

司對接和簽約，出口油畫、雕刻、影視和手機遊戲等，共計2,500萬美元。深圳開雲工藝品副總經理鐘小姐表示，在歐洲出口受影響的情況下，公司加大對美國的文化出口，並聘請了海外5位兼職設計師，在文博會上已經獲得2,000萬美元的訂單，預計今年出口將增長一倍。

此次前來深圳採購的美國華人客商ICN李燕表示，他們此次前來採購深圳衛視的節目《飯沒了

秀》，金額達數十萬美元，並擬將其在美國進行本地化，吸引美國觀眾。該公司還與廈門大拇指動漫公司簽約，採購了動畫片《小瑞與大魔王》。她表示，目前他們公司來華文化產品採購年增長達20%。中國正從以前初級的加工貿易向文化出口轉型，利用5000年文化底蘊的優勢，深入挖掘文化內涵，有利提升文化產品吸引力、自主知識產權和品牌形象。



■文博會吸引不少觀眾入場參觀。香港文匯報記者李望賢 攝

動漫珠寶紛創新 引領新潮拓商機

在此次文博會上，港企在創新上大做文章，包括動漫、珠寶和印刷等，以進軍內地競爭日益激烈的市場。

例如由長江實業和首鋼合資的港資環球數碼，突破傳統動畫，發明虛擬仿真互動、實時語音捕捉系統等技術，用於主題公園和4D電影，從而有利公司突破了國內市場，推動新的發展。該公司深圳分公司副總經理曹輝告訴記者，公司有300多人從事動漫創作，目前技術已在深圳錦繡

中華和東部華僑城等的最新創新產品中應用。

港資珠寶公司不甘落後，金至尊通過技術人員將中華文化與創新融合起來，今年推出了「舞龍」套裝系列，由K金鑲嵌鑽石，售價高達41萬元。中華商務聯合印刷（香港）有限公司則突出環保創新，在印刷工藝、紙張和設計進行創新，推出環保產品，受到國內外客戶歡迎。

美女模特助陣 觀眾大飽眼福



在文博會上，除了各類文化展品外，還有世界模特小姐、以及亞洲小姐等美女表演助陣，令觀眾大飽眼福。

在香港館缺席的情況下，今屆亞視展位有亞洲小姐的助陣，格外搶眼。據悉，亞視動員應屆及歷屆亞洲小姐、亞洲先生及星光家族成員，共同啟動展位。現場還擺放着亞視展位的佈置也比較特別，擺放着各類演員服裝，還有一個小型T台供藝員們表演。

各種動漫人物Cosplay也在文博會展館中隨處可見，不但讓小朋友和年輕觀眾頻頻駐足，連上了年紀的觀眾都忍不住上前合影留念。

■各種動漫Cosplay，造型奇特。香港文匯報記者李望賢 攝