

中国文化企业竞争力排行榜出炉

中国出版传媒商报讯 4月27日,2014中国(义乌)文化产品交易指数暨中国文化企业竞争力排行榜在第九届义乌文交会期间正式揭晓。

这份由中国人民大学文化产业研究院发布的榜单共涵盖游戏、动漫、演艺、工艺美术、文化旅游五大行业的前10名文化企业。其中,腾讯控股、广东奥飞动漫、保利文化集团、老凤祥、广州长隆集团分列五大行业榜首。

让文化创意从摆设到实现价值

■中国出版传媒商报记者 尹鸣枫

文化创意,不是摆设,如何通过文化创意来实现价值的增值呢?

“直接卖文化是卖不动的,通过创意将文化融入到产品和服务中,才能将文化变成价值。”品牌中国产业联盟主席艾丰在“2014品牌中国女性高峰论坛”(链接:2037期第12版《文化创意中的“她”经济:2014品牌中国女性高峰论坛》)上如是说。在他看来,不能把文化当成一个摆设,而应该将文化作为一个基本途径,完全可以利用文化创意的手段,解决经济转型和创新驱动的问题。

与此同时,艾丰谈到,当然,创意说起来容易,做起来很难。一方面,创意是个性产品,而不是统一产品,创意好坏由购买创意的人决定;另一方面,现在存在着对创意的要求按照对物质产品要求来实施的问题,而不以质量为要求。作为创意的一种,文化创意的实现更需要不断探索。文化创意真正在中国的推行,从理论途径来说需要虚实结合,从实际操作来说需要实业家和创意家的结合。

“创意是一个系统,从提出到实现,是创意家和实业家精神合并的结果。只有这样,我们中国的实业家才能真正的在创新的轨道上不断的提升自己的水平。”艾丰说。可以看到,今天,在服装业、设计界、房地产业、互联网等许多产业中,越来越多的企业利用互联网思维、大文化下的品牌战略,通过将文化创意融入自身的产业中,借以实现跨界与价值。

互联网思维 把握文化变与不变

在中国社会经济正在深度转型的今天,互联网思维的作用有多大?海尔CEO张瑞敏说过:“没有互联网思维,企业活不了。”

对于文化创意来说,互联网思维应当如何运用呢?艾丰认为:“可能蕴含最大创新的领域是与社会和互联网的结合。这个领域就需要用创意的思维去研究。其中,技术是一种手段。如果只研究技术,不研究文化创意和社会需求,那么很多大的创意是出不来的,也就无从实现。”如果你不具备互联网思维,明天早晨起来,或许你就死掉了。这不是危言耸听,在互联网时代,必须跟上潮流,并将自身文化创意与之结合。

新闻News

苏州文博会 以“专业+产业”促融合发展

中国出版传媒商报讯 4月18日至20日,由文化部文化产业司、江苏省文化厅和苏州市人民政府共同主办,苏州市文化广电新闻出版局承办的第三届中国·苏州文化创意设计产业交易博览会在苏州国际博览中心举行。文化部副部长项兆伦、故宫博物院院长单霁翔,江苏省委常委、宣传部部长王燕文,苏州市市长周乃翔等出席博览会开幕式并参观展会。

据了解,本届博览会定位于“注重产业对接落地,助推经济转型升级”,以“专业+产业”为办展理念,展会总面积约3.2万平方米,由“设计”、“生活”、“体验”三大展区组成,展示内容体现了文化创意和设计服务与相关产业融合发展的新内容、新技术、新成果,吸引了来自美国、德国、法国、英国等10多个国家和地区的538家企业、单位参展。

据主办方提供的统计数据显示,本届博览会期间,共有近10万人次入场参观,交易总额达17.2亿元。此外,本届博览会还设立了43项主题活动,其中,2014中国青年设计师峰会、“设计的价值”2014视觉空间中国青年设计师高峰论坛、“专业+产业”文创企业融资项目推介会等吸引了众多业内人士的关注,为促进文化创意和设计服务与相关产业的融合搭建了平台。

此外,作为文化部、财政部文化产业创业创意人才扶持计划2014年度项目的征集平台之一,本届博览会面向全国征集青年优秀创意作品,共征集作品2127件,参与设计师1966人,作品内容覆盖文化创意设计领域的各个方面,其中部分优秀作品在本届博览会上展出。(波)

“今天互联网时代我们每个人要把握变与不变,不变的是我们品牌追求和格调,变的是不同时代的玩法。”依文企业集团董事长夏华认为。

2013年以依文企业集团跨界投资《北京爱情故事》为例,夏华认为:“现在是电影发展的好时代,电影产业自身也是一个好产业,我们不会再傻乎乎一直做植入,不再仅仅做电影中的服装搭配,而是变成电影引导者之一。《北京爱情故事》与依文一样,坚持爱的主张。”

此外,夏华感觉到社区和粉丝对品牌的重要性。“你今天没有粉丝就没有未来。对于品牌来说,粉丝就是VIP客户。”

而且,这是一个人都敢于表达自己性感的时代,“互联网思维就是越酷、越性感,越好”。目前互联网对于实体百货是有一定冲击,但依文那些有自己独特品牌影响力的线下体验店销售还在不断增长,主要原因就在于,“依文的卖场文化体验和服务方式也在不断变化,让顾客能更多地将时间放在体验上。至于消费者是在线上还是在线下消费并不重要,最终吸引顾客的,还是品牌和产品。”

因为,在互联网时代,每一个企业和品牌都结束了自身的孤岛时代,需要不断地进行文化创新和融合。而在创新过程中,必须把握自身固有的价值,不能因追逐潮流而丢掉自己本身的个性。

大文化思维 将品牌精神融入内心

专家指出,在互联网思维之外,大文化思维在文化创意发展中,同样不可或缺。

观印象艺术发展有限公司联合创始人、总

声音Voice

传统企业如何借力文化品牌创新?

魏继平(品牌中国理事会常务理事、露露集团董事总经理、北京国艺香食品有限公司董事长):露露企业创新体系有一个历史发展的特殊情况,就是改革初期不断进行市场的优化、定位、聚焦。经过30年发展与创新,我们一直打造精品并形成一些体会:第一,转变观念。观念的转变决定了创新的定位。第二,方法论。通过什么样的措施,什么样的办法使你的创新更有效。这种创新方式要与时俱进,需要随着外界的市场环境和消费者的需求和变革悟出来。第三,创新方法保证措施要不断提升。就今天而言,我们谈的创新不是一招一式,而是形成一种体系、机制、措施。特别需要企业长时间坚持不懈、不断学习,才能使你的创新能够有成效。

傅仲宏(达晨创业投资基金合伙人):我们做风险投资,就是投资创新的企业和创新的事情,没有创新我们是不会进行投资的。现在,我发现这个形势在变化,为什么在变化?原因有两个:第一,整个社会的水平在提高,特别是女性的各方面的能力和素质在大幅度提升。第二是互联网新经济的改变。我们现在看到我们接触的企业,女性企业越来越多,大家看到一个趋势,现在女性赚钱比例越来越高。特别是像品牌、消费、创意非常有优势的行业。

贾建青(青岛华世科技发展集团有限公司董事长):一个企业不走创新的道路,是不会有发展的。对一个民营企业来讲,走创新的路利大于弊,至少我认为是这样的。或许对于行业内高端企业来说,他们是在和自己原来的企业抗争,颠覆自己以前的产品比较难一点。但是作为我们来讲,如果不走自主创新的道路,不走产业升级的道路,这个企业肯定没有发展。创新是非常重要的,但是不能盲目创新,要根据市场需求和品牌定位相结合。从研发到模具到注塑到主板,华世科技发展集团一直在不断创新生产。未来,我们需要向行业内龙头企业学习,走边缘道路,实现突破和创新。

李光斗(品牌中国联盟副秘书长、华盛智业·李光斗品牌营销机构创始人):创新有两句话,不创新是等死,创新是找死。但是,微创新

据悉,排行榜测算对象主要是国家文化产业示范基地文化企业以及国内上市文化企业,共计287家,数据主要来自《国家文化产业示范基地年度发展报告》以及上市企业文化年报。

据中国人民大学文化产业研究院执行院长彭翊介绍,排行榜综合考虑了文化企业的规模实力、盈利能力、发展能力、创新能力、社会贡献能力以及品牌影响力等因素。

他指出,在评比过程中可以发现,我国文化企业竞争力不足的主要原因有内容创新不够,产业规模化、集约化程度低,市场营销和品牌建设能力较弱等。“只有在这些方面不断提升和完善,才有可能更好地参与国际竞争。”(双)

政策Policy

中央财政未来3年 投百余万元保护传统村落

中国出版传媒商报讯 日前,住房城乡建设部、文化部、国家文物局、财政部四部门联合出台指导意见,提出用3年时间,使列入中国传统村落名录的村落文化遗产得到基本保护。据悉,未来3年中央财政将统筹整合专项资金,投入100多万元集中保护传统村落,今年将先启动650个左右村落保护工作。

专家估计,目前我国有较高保护价值的传统村落不到5000个,传统村落遭破坏状况日益严峻。要推进这些传统村落的保护工作,如何筹集资金问题备受关注。(尹)

文化部公布国家艺术基金章程 5月1日起施行

中国出版传媒商报讯 4月30日文化部在其官网公布了《国家艺术基金章程(试行)》,自5月1日起施行。

国家艺术基金于2013年12月30日成立,为公益性基金,资金主要来自中央财政拨款,同时依法接受自然人、法人或者其他组织的捐赠。文化部部长蔡武任国家艺术基金理事会理事长。

根据章程规定,国家艺术基金理事会是国家艺术基金的决策机构,受文化部、财政部领导和监督。国家艺术基金管理中心具体负责基金管理和组织实施。国家艺术基金专家委员会承担咨询、评审、监督等相关职责。

国家艺术基金面向社会,国有或民营、单位或个人,均可按申报条件申请基金资助。章程规定,国家艺术基金资助范围包括艺术的创作生产、传播交流推广、征集收藏、人才培养等方面。资助方式分为三类:项目资助,即根据项目申报类别及评审情况予以相应资助;优秀奖励,即对优秀作品、杰出人才进行表彰与奖励;匹配资助,即为引导和鼓励社会力量支持艺术发展,对获得其他社会资助的项目进行有限陪同资助。

依据章程,项目内容有违公序良俗、存在严重质量问题、有弄虚作假行为等,将被追回已拨经费,并取消项目承担主体和相关人员三年以上申请和参与新资助项目的资格。(璐)

2013年知识产权保护 社会满意度得分为64.96

中国出版传媒商报讯 2013年度《知识产权保护社会满意度调查报告》近日发布,调查显示,2013年中国知识产权保护社会满意度总体得分为64.96分,较2012年的63.69分提高1.27分,知识产权保护总体满意度虽有所提高,但仍仅仅处于及格水平。

调查报告由中国专利保护协会、中华商标协会、中国版权协会及专门信息公司组建的调查课题组组织实施完成,其针对知识产权权利人、社会公众、专业人士3类群体,设计了专利、商标、版权3种专业性问卷,历时6个月,共回收有效样本16095个。(伊)

新闻News

“盛装华彩:中国·东盟服饰文化展”在京开幕

中国出版传媒商报讯 4月8日,作为2014中国·东盟文化交流年开幕系列活动之一,由文化部、外交部主办的“盛装华彩:中国·东盟服饰文化展”在北京开幕。以“盛装华彩”为主题的展览,反映了各国服饰制度的特点,强调了中国与东盟各国服饰文化融和多元的面貌。

据了解,此次展览通过动静结合的方式,集中展示中国与东盟各国服饰文化的发展与成就。展览包括静态展览、动态服饰秀及专题对话等环节,共展出来自中国及东盟十国的盛装服饰精品100余件,并通过体验式互动促进各国服饰专家及设计师之间的深入交往。其中,静态展示部分综合考虑服饰文化、特别是盛装这一文化现象在历史、社会、人文领域的角色与内涵,以服饰的“源”、“流”、“工”、“艺”、“情”为顺序线索进行叙述。

展览中东盟各国的服饰可谓精彩纷呈。来自柬埔寨的天然束丝面料制成的“山朴”,泰国的“绊尾幔”纱笼和“帕衣”纱笼,缅甸的“笼基”,马来西亚的“巴迪”,老挝传统色彩图案的服饰,越南的“奥黛”,文莱的“巴汝”,菲律宾的“蝴蝶服”等均体现了东南亚国家服饰文化的丰富多元,为观众展现视觉的飨宴与创造力的价值。

此外,展览现场还以多媒体形式播放中国·东盟人文与服饰方面的多部专题片,便于观众领略和理解各国文化生态环境。展出期间还举行了以“中国·东盟服饰文化的传承与发展”为题的设计师对话。对话过程中还穿插有歌唱、花道、香道、茶道、古琴表演及小型服饰展示,使与会代表在开放式交流中感受到中国文化的独特魅力。(波)

巴林举行“中国文化周”

中国出版传媒商报讯 4月10日,由中国文化部、巴林文化部和中国驻巴林大使馆共同主办的2014巴林“中国文化周”在巴林国家艺术中心拉开帷幕。巴林文化大臣谢赫梅,外交、国防及国家安全委员会主席哈立德,以及中国驻巴林大使李琛、文化部外联局局长助理李立言等500余位中外嘉宾出席开幕式。作为2014“中阿丝绸之路文化之旅”的重要活动,此次“中国文化周”既是为庆祝中国与巴林建交25周年而举办,同时也作为巴林“文化之春”艺术节的闭幕式。据悉,“中国文化周”活动包括辽宁芭蕾舞团访问演出、中国丝绸博物馆“丝路之路”大型展览、中巴建交25周年图片展以及中国杂技团演出等活动。(波)