

# 文创中国周报

China Cultural & Creative Weekly



本期关注

Focus

为期四天的第九届中国北京国际文化创意产业博览会(简称文博会)不仅给北京的寒冬带来了一股文化暖流,也给发展中的中国文化创意产业带来了高涨的关注度,在乐观情绪四处洋溢之余,同时也引发了从业者们的深入思考:文创产业缺乏创意怎么办?文创设计与生活分离怎么办?展览展示与市场脱节怎么办?等等一系列问题从文博会上暴露出来。实际上,细看文博会,问题的解答同样也能从中寻到。



专家观察

Observe

文博会作为一场文化盛宴,吸纳了全国各领域的文化,也促成了更多新的文化理念。文博会,是展览,更是交易。此次北京文博会参展的多是产业化程度高、产业链完整、市场前景好的文化产品,寻求的是文化产品与真金白银的对接。当前,全国各地每年都会举办各式各样的文博会,参与人数从几万到几十万不等,展会等级也分为国家级和区域级。不同地区文博会的的不同点不尽相同,有民族特色的展会,也有以文化产品交易或者以文化形象展示为主的展会,可谓千姿百态。那么,透过这些文博会,我们能够看到什么呢?

## 品味北京文博会 文化创意进入美好年代

中国出版传媒商报记者 倪成 王少波 王双双

创意在哪儿?

孵化平台孕育创意“种子”

来自北京物资学院计算机系的大一学生杨易达在第四届首都大学生创意之星评选中凭借“初学者用触摸式七键电子琴”获得优秀奖。本届文博会上,他带来了自己设计的“智慧城市系统”。现场一位来自中石油、年近七旬的工程师与他进行了交流互动,并给出了自己的建议。

首都大学生创意创新成果展科技创新展区展示的是首都高校在校大学生最新的科技创新作品。此外,还有中国教育电视台国际高校创意集群展

务平台“高校创意总部”、2014年全国大学生移动应用创新大赛、专业学位教育与文化产业对话等,均在服务企业的同时,为那些正在孕育中的创意创新成果提供了孵化的平台。面对众多的首都大学生创意成果时,某位现场观众感慨道:“这些都是青涩的种子,通过文博会平台的‘灌溉’可能会让它生根发芽。”

学院学校对创意人才的培养成看点。清华大学美术学院环境艺术设计系展台以“非物质文化遗产创城与创新”为主题,展台负责人洪伟介绍说:“希望通过现代化设计与文化提升,将

传统非物质文化遗产进行延续并创新,如“豫剧文化产品专卖店”就是以提出概念店的形式,对豫剧文化进行售卖。”北京印刷学院展台销售火爆,现场展出的学生作品如绘制马勺、藏书票等吸引了无数观众的目光。北京印刷学院设计师许兴告诉记者,现场还提供定制服务,每天都有十几位观众前来预约现场创作。第四届首都大学生创意集市集中展示了中央美术学院、北京服装学院、首都经济贸易大学等高校在校大学生的作品,同样进行售卖。北京国际青年优秀文化创意作品展区甚至展出了不少由小学生创作的作品,据史家小学老师介绍,组织由学生们创办的创客俱乐部参与此次北京青少年文化创意赛场,目的就是为他们提供一个发挥个性、表现创造力的舞台。

文创产业园区“孵化器”作用探讨成为重点。100多个文化创意产业园区、集聚区展现出各地产业园区正在从外源推动向内源驱动转变,从园区建设向园区运营转变的趋势。北京各大城区近年重点打造的国家级、市级文化创意产业园区,整体展现了园区完善产业链,打造产业服务平台的成果和新的发展规划。北京丰台区委宣传部副部长、丰台区文化创意产业促进中

心主任韩骏伟谈到,希望通过博览会的平台,集中展示丰台区文化创意的环境、资源、区位优势和政策规划。

值得一提的是,我国台湾松山原创园区,作为台北市的原创基地和多元展览场,与我国不少借着文化创意产业之名、行地产之实的园区截然不同。据松山文创园区创意发展部执行总监周珮敏介绍,园区自2011年11月正式运营以来已与超过20位设计师开展各类合作,致力于成为我国台湾文创的“孵化器”。

不接地气儿?

文化跨界融入生活设计

本届文博会产业跨界融合特色鲜明,文化与科技、文化与设计、文化与体育、文化与旅游深度融合而生的新技术、新产品、新业态、新模式比比皆是,展现了跨界融合创造的产业新景观,中国文化创意产业正在走向现代化。然而,文化产业还要通过创新设计,集观赏性、艺术性、实用性于一体,更加贴近生活、服务民众,才能真正赢得消费者的青睐。如潍坊风筝节组委会带来了创新设计的风筝衍生产品,作为礼品受到关注;北京和义兴仿有限公司推出的胡桃木的家具,与生活相结合,实现了实用与艺术的结合。

高端到低端,贴近生活的转型有商机。我国台湾文创精品展区带来了一系列苗栗县的特色文创企业及产品。苗栗县代比尔珠宝经理古子欣告诉记者,公司经营两方面业务,先是珠宝,再是文创产品,如七彩桐花样式的项链和耳环,就是采用当地的砾石通过手工制作而成,将特产与文化结合售卖前景无限。

(下转第14版)

动态 News

### 4项红星发布首次出炉

中国出版传媒商报讯 2014中国设计红星奖颁奖于12月12日在北京举行。来自全球1561家企业的6037件参评产品再创历史新高,企业和产品分别比去年增加21.9%和8.4%,经过国内外10余位设计专家初评、终评,共有近300件产品获奖。而4项红星发布在此次颁奖会上也首次出炉。

“科技与文化特别是设计的结合,已经成为不断催生新经济、满足社会消费需求的发展趋势。创新思维带动了研发模式、商业模式、消费模式的变革。”北京市科委负责人介绍到。红星奖正在结合大数据、互联网等科技手段,围绕全产业链,构建产品创新、服务创新、模式创新、消费创新的合作机制,促进科技、设计与消费结合落地,培育新业态与新的消费增长点。

作为此次红星发布之一的红星指数是利用数据采集分析,开展行业趋势及指数研究,刻画设计行业动态发展变化,创建设计市场动态晴雨表。今年首推的红星设计指数,包括

景气指数、50指数、创意指数,本次先行发布红星设计50指数等多项指标。

此外,同时发布的还有根据2006年至2014年企业获奖情况并对获奖数据进行统计梳理的红星奖排行榜和联想CPS计划。联想副总裁姚映佳表示:“CPS计划是一个综合性开放资源服务平台。通过成立‘实验室’,搭建‘产业基地’,将联想的新思维、管理经验、资本对接标准以及全球市场资源整合起来,服务于影响未来中国人生活方式与生活品质的相关产业。”

红星发布之四,也是此次红星发布中的最大亮点,红星众筹计划。红星众筹计划基于对设计消费和创意资源的大数据分析,将创意、融资与电子商务融为一体。众筹网设计项目合伙人马萌告诉记者:“红星奖正在借助新金融力量为更多的设计师提供创业、就业源动力。这个项目的启动将为企业解决创新产品验证、优秀设计项目培育孵化、企业创新融资及市场渠道等问题提供有益帮扶。”(王双双)

### 立足国内外双重视角 文博会首办主题报告会

中国出版传媒商报讯 12月11日,第九届中国北京国际文化创意产业博览会在京开幕,首次举办的主题报告会也如期举行。报告会从国内和国外两个视角出发,邀请业内专家以案例分析的形式,把脉文化创意产业发展,助力中国经济转型升级。文博会组委会副主席、文化部党组成员、部长助理刘玉珠在开幕致辞中表示,依托北京市良好的文化产业发展环境和丰富的会展资源,北京文博会逐步成为展示中国文化产业发展成就、交流前沿理论和观点、促进文化贸易和重大项目落地、加强文化产业合作的重要平台。

随着中国文化创意产业的迅速发展,版权保护的重要性逐渐凸显,

尤其是在互联网时代。此次主题报告会上,国际复制权组织亚太委员会主席摩根·卡洛琳、比利时阿尔伯·盖格游说律师事务所合伙人安德利·盖格分别就“版权保护”和“法律、行政监管”对文化创意产业发展的作用发表主题演讲,为中国文化创意产业的发展提供有益借鉴。

同时,文化产业的发展离不开模式的创新。北京大学文化产业研究院副院长陈少峰聚焦移动互联网背景下的文化产业商业模式创新,以国内重要互联网企业为案例,并预言到2016年底,互联网文化产业将占70%份额;互联网企业主导的并购和资源整合将进一步加剧。(四又)

Scene 现场

### 首都版权产业联盟与浦发银行北京分行签订 版权产业金融创新服务平台战略合作协议

中国出版传媒商报记者 邹昱琴

12月11日,首都版权产业联盟与浦发银行北京分行在第九届中国北京国际文化创意产业博览会现场举行“版权产业金融创新服务平台战略合作协议”签约仪式。

首都版权产业联盟是在国家版权局、北京市委宣传部指导下,北京市版权局主管,国内70多家知名版权机构联合发起成立的,旨在推动版权资源聚集、加强版权保护、促进版权产业发展的创新型行业组织。联盟现已成立了音乐、艺术、动漫游戏、阅读等多个工作委员会,会员单位约500家。

文化创意产业最核心、最具商业价值的部分就是版权。近些年来,随着文化创意产业的大发展、大繁荣,加上版权行政管理部门坚持不懈的努力,中国的版权环境已经得到了非常大的改善,版权产业发展迅猛。但是与世界发达国家相比,仍然存在较大的差距,主要体现在原创能力不足和缺乏足够的产业资金。

首都版权产业联盟与浦发银行北京分行通过近半年时间的密切交流,

共同研究版权产业面临的主要问题,共同探索如何建立适合版权产业需求的金融服务体系,大胆创新、勇于实践,在动漫、艺术等领域取得了令人满意的阶段性成果。

北京市新闻出版广电(版权)局副局长、首都版权产业联盟主席王野霏,浦发银行北京分行行长崔炳文共同签署的“版权产业金融创新服务平台战略合作协议”,在为版权联盟会员单位提供股、贷、债等版权金融创新服务,为版权联盟的版权交易平台提供金融支撑服务,筹建北京版权产业基金等三大领域展开紧密合作,将切实解决版权企业融资难的问题,建立安全可靠的版权交易金融服务体系,推动优秀版权项目和版权机构的孵化。

此次签约是版权产业机构与金融机构的一次深度合作,意义重大、影响力深远。不仅标志着首都版权产业联盟与浦发银行北京分行的合作进入了一个全新的高度,也将成为“版权之都”版权金融服务体系的先行示范区。

### 文博会的存在价值

首先,我们通过文博会看到了十几年来中国文化产业蓬勃发展的喜人景象,体现出各级地方和党委都把抓文化产业当作自己工作的重要组成部分。目前国内比较知名的文博会深圳国际文化产业博览会、北京国际文化创意产业博览会、杭州国际文化创意产业博览会、中国西部文化产业博览会等。全国各地对文博会的重视程度也越来越高,这是值得鼓励的现象,也说明了我们确实把文化产业的发展落到了实处。

第二,文博会的举办,从最初以形象展示、招商引资为主,到现在开始呈现专业化和特色化的发展趋势,着重体现出对文化产品和文化贸易的高度重视。文博会已经开始深入到文化及相关产业协同创新融合的领域。近年来我们可以看到许多文化与科技融合、文化与旅游结合、文化与教育互动以及文化及相关生产领域的融合发展等为主题的展会,这都是近年来我们通过文博会能够看到的喜人景象。比如深圳文博会,就是以博览和交易为主题的国家级、国际性和综合性的文化产业盛会,也是中国文化产业发展成果的年度检阅与总结,既是两岸四地最优秀文化产品集中展示与交易的平台,也是以产品为载体,以文化为内容,以中华文化“走出去”为目标的文化出口贸易平台。又如义乌文博会,充分的发挥义乌国际小商品集散中心的优势,秉承国际化、专业化、市场化、规范化、精品化的办会办展理念,全面展示国内文化产业发展的丰硕成果,交流当今世界文化产业发展的最新理论和观点,以“打造文化产品交易平台、推动文化产业跨越发展”为主题,积极促进我国文化产品出口交易、文化信息交流、产业项目合作和文化产业发展。

通过文博会这扇共同的窗口,我们看到了许多国外的企业以及他们优质的产品和经营理念,为国内的展商和企业提供了许多启示,进一步促进中西文化的交融。

### 目前我国文博会存在的问题

不可否认的是,文博会随着十余年的发展,也暴露出了许多问题。归结起来,大概有以下几个方面。

一是形式大于内容。在许多文博会的展场上,第一天的开幕式往往都是重头戏,当地的主要领导会在文博会的开幕当天进行巡馆活动,但是巡馆结束之后,就只留下冷冷清清的展板和零零散散的工作人员,使得这些展览仿佛是为了迎接领导的巡视而设立,没有发挥出其应有的价值。这样的展览场面在很多文博会的展场上都能够见到。

第二,许多地方的文博会为了凑展会,使现场显得更加热闹,从而让一些非文化产业、非文化创意产品也进入文博会进行展销,背离了文博会的初衷。有的产品把好端端的文博会会场搞的就像集市贸易一样,更有的机构和企业甚至把文博会当成了一个简单的批发市场。当满怀期待的游客来到文博会,结果却看到很多与文化产品毫无相关的内容,对文博会的整体感知和评价就会下降,文博会也没有真正地发挥其应有的价值。

第三,在中国文博会的发展当中,缺少创意成为了许多展会和展品的普遍现象,相比之下,来自我国台湾的许多优秀产品,令许多参观者感到耳目一新。通过产品的体验、互动和展销,能够让消费者真切地感受到设计和创意的魅力。从这个角度来讲,我们许多的企业有好的产品,却因为并没有好的包装和设计而显得非常苍白和乏力。

(下转第14版)

文博会告诉了我们什么?  
范周 中国传媒大学文化发展研究院院长