

新闻

News

生态文化·北京论坛推动生态文化科学研究

(上接第13版)

正如我国台湾省台北市政府文化局局长、财团法人台北市文化基金会执行长刘维公所说：“主题展区的设计与展示,除了着重于创作的实验性、强调跨界艺术的美感外,更加关注于台湾的人情味,展现台北特有的原创力。”北京西城区的展台更是打出了“百姓身边的文化金融”这一口号,据北京市西城区文化创意产业促进中心吴潜介绍,“我们希望走进百姓的生活,离百姓更近”。报国寺的大众收藏拍卖、北交所福丽特邮币交易平台和中国林业产权交易所红木交易中心活动,受到参观观众欢迎。

位于1号馆2层入口位置的河北展台人流量很大,据河北省文化厅文化产业处尹长森介绍,此次展台设计充分展示河北文化特色,分为曲阳雕塑、陶瓷艺术、乐器、内画、剪纸、其他工艺品六个板块。并且将文化创意产业与相关产业融合,实现文物和文化、和艺术作品的全景式、网络化再现。同样,北京市房山区文化创意产业领导小组办公室主任助理、北京(房山)历史文化旅游集聚区管理办公室副主任丁学工介绍,房山区展台今年最大的特点主要是创意和生活联系在一起。

现场需互动,吸引观众的产品有市场。国广控股集团旗下中华网、国广互联等十余家媒体子公司携最新推出的“你好,中国”APP、“中华军事”E-magazine等多款移动互联产品首次整体亮相,展现“新媒体,新力量”;北京广播电视台全媒体产业链整体展示,观众可亲历广电节目制作全过程,体验“云平台”上的高清交互。

本届文博会上,代表着创新创意的APEC元素也频频出现。据北京市怀柔区文化产业发展促进中心活动招商部部长李洪英介绍,此次文博会展台设计将中国(怀柔)影视产业示范区主题融入国际会都及APEC会议使用的建筑造型创意中,全面展示影视产业发展的成果,并组织设计手工制作大师与观众现场互动。APEC国宴系列餐具的亮相也迎来大量观众的驻足。中国工业设计协会副秘书长宋慰祖指出:“APEC国宴餐具设计项目正体现了文化创意和设计服务与相关产业融合发展,是设计方法论的准确运用与完整体现,也是实现产业结构调整,从‘中国制造’迈向‘中国创造’的道路探索。”

除了传统的APEC国礼外,一大批融入时代精神,传承创新的优秀传统文化产品也出现在文博会现场,透视出中国文化市场的深厚根基和巨大空间。工艺美术展馆汇集了广西插丝蜡染团扇、剖丝苗绣团扇和剖丝扎染团扇、天津泥人张彩塑、杨柳青木版年画、北京绢人、内画鼻烟壶等,不但尽显全国各地特色文化,还非常贴近日常生活,受到观众喜爱。

无处对接?

推介贸易瞄准专业受众

本届文博会设计了近20场的推介会,以地域和主题不同形式展开,对文博会的推介平台作用添力不少。其中,以“文化创意产业项目推广与资源开发合作推介会”为例,现场促成签约合作项目8项,合作协议总金额超过10亿元人民币。同时,越来越多的参展商更加注重对接的实效性,在文博会加速搭建更广阔平台之后,也非常希望通过吸引专业观众,增加现场洽谈和签约的可能性。

一方面,通过了解专业观众的关注点,可以预测产业发展趋势。如北京八姊妹文化传媒有限公司总经理杨开武作为观众参加了六七届文博会,他希望通过展会了解、学习新创意与设计,同时也在关注传统文化与科技的融合发展。“只有好东西才能在激烈的市场竞争中取得主动。”而作为一名普通观众的红旗出版社第一编辑室主任晋壁东,则希望通过这场“商业气息淡,文化内容浓”的北京文博会,从产业化角度了解文化发展及运营情况。“目前传统文化与商业结合还不是很密切。文化创意产业如何向产业化延伸,文博会上已经有不少对接融合的案例,创意与科技、生活、美学的融合,正在提升传统文化的魅力。”

除了融合之外,特色文化广受关注。西藏今年以“千年技艺 飘香西藏”为主题,组织了6家企业和1家艺术团前来参展,艺术团还在现场进行了表演,并带来了藏香、牦牛皮等特产,吸引了很多观众,也促成了一批签约。据了解,有一家企业签了200万元的藏香单子。新疆八大画廊艺术有限公司相关负责人透露,新疆博物馆典藏艺术衍生品已经在博览会上数次参展,每年销售情况都很不错,目前已经有好几家经销商来进行洽谈。

另一方面,通过专业观众中营造口碑,能够有效树立品牌。现场聚集了来自世界各地的22万人次的观众,既有业内的各地经销商,也有具备消费倾向的观众,可谓是“文创市场的宝库”。如果能够充分利用这座宝库,文博会可以成为文创企业迅速打造品牌的平台。例如,完美影视今年展示的主要是新旧老片的推介,通过采用新的Logo并对展台进行设计创新,营造出一种新的风格;年轻态、更亲民。据完美影视品牌管理部的欧阳梓昕介绍,以前虽然很多人都知道完美影视的某一部作品或者子公司、工作室,但对这个公司不够熟悉,所以今年希望利用文博会的机会,打造“大品牌”的形象。

生态文化·北京论坛推动生态文化科学研究

中国出版传媒商报讯 12月11日,“生态文化·北京论坛”召开。作为第九届中国北京国际文化创意产业博览会主论坛之一,本届论坛由北京市园林绿化局、北京生态文化协会主办,旨在通过举办内容丰富的生态文化活动,集思广益、汇聚民智,从而推动生态文化科学研究,为各级政府部门制定城市发展战略的科学决策。期间,与会的专家学者围绕“用生

如何优化建设文化创意产业集聚区? 特色文化创意产业集聚区该如何发展? 互联网思维下文创产业集聚区的发展方向如何? 如何进一步加强文化产业园区的建设和管理? 2014年12月11日,以“加强文创园区合作,聚焦文创产业发展”为宗旨,“合作与发展、创新与升级”为论坛主题的第九届北京文博会“文化创意产业集聚区项目推介会”在北京中国职工之家酒店举行。

众多文创业界精英及文创集聚区领导齐聚一堂,围绕文化创意产业集聚区发展的主题,深入探讨具有特色的文化创意产业集聚区发展之道,推动集聚区向高端化发展,提升集聚区的核心竞争力。第十一届全国政协副主席厉无畏,文化部党组成员、部长助理刘玉珠,北京市委宣传部副部长张淼,北京市发改委副主任洪继元,国内优秀文创集聚区、领军企业和投资机构代表、专家学者及记者共200余人出席本次活动。

厉无畏就如何优化文化创意产业集聚区建设,提出了要把握好集聚区地理位置选择、产业选择、服务平台搭建以及需要得到的支持等四个方面的问题。刘玉珠强调,文化部这几年比较重视文化创意集聚区的发展,也将园区建设作为推动文化产业结构调整,提高文化产业规模化、集约化、专业化水平重要的抓手。今后文化部将进一步加强文化产业园区的建设和管理,一方面降低准入门槛,进一步推动动态化管理,强化退出机制;另一方面,对目前少数园区存在的内容不足、没有特色、品牌不够的问题,加强指导和支持,着重在助推内容创新、加强人才培养、建设服务平台、促进产业融合、打造文化品牌等

动态

中外专家纵论博物馆品牌营销新思维

中国出版传媒商报讯 12月11日,由北京市文物局、中国博物馆协会市场推广与公共关系专业委员会主办的2014“博物馆发展国际研讨会暨博物馆创新发展交流研讨会”在首都博物馆举行。

今年的研讨会主题为“博物馆汇聚创意·文化引领未来”,聚焦博物馆文创产品设计开发、博物馆如何创新发展等文博行业热点话题,为博物馆发展集思广益的同时,推广文创产品设计开发的优秀经验。

北京孔庙和国子监博物馆馆长吴志友从孔庙国子监博物馆确立工作思路、打造“大成礼乐”等六大国学品牌、把握博物馆工作方向等方面介绍了孔庙和国子监博物馆的继承与创新思路;美国迪美博物

态文化引领美丽北京建设”、“民俗、园林与生态文化”、“森林与生态文化”、“北京城历史变迁与生态文化”等主题展开探讨,并为京津冀生态保护和建设提出建议。

北京市生态文化协会会长、北京市园林绿化局巡视员刘宝军介绍,本届论坛对京津冀一体化、首都水资源的利用和节约、新农村建设、北京民俗文化发展、北京的城市变迁等方面提出了很多很好的思路和建议,大力推动本届论坛取得的研究成果,将有力推进首都生态环境建设,加快建设美丽北京和国际一流的和谐宜居之都。

重特色 调结构 促合作 文化创意产业集聚区项目推介会对焦未来升级

■中国出版传媒商报记者 倪 成

方面给予支持,促进各级各类的文化产业园区做实、做强、做出特色。张淼、洪继元从不同角度阐述了如何支持北京市文化创意产业的发展和规划。

论坛内容包括主题演讲、高端对话、什邡专场投资说明会等三大板块。在主题演讲环节,中国传媒大学文化发展研究院院长范周发表了“明日集聚区”的主题演讲,就互联网时代下文创集聚区发展提出了新思考;北京歌华文化发展集团副总经理王显东介绍了“天竺综合保税区文化保税园”的情况;在对话环节,

中国人民大学文化创意研究所所长金元浦、尚8文化集团董事长薛运达、承德鼎盛文化产业投资有限公司总裁海洪等就集聚区创新升级的主题发表了自己的观点。11日下午,北京对口援建的四川什邡市还召开文化创意产业专场投资说明会。什邡市主要领导、相关部门负责人以及五个乡镇的负责人现场介绍产业发展和投资环境,推介文化产业项目,并与北京企业进行对接洽谈,共谋发展。这是继去年之后,什邡第二次利用北京文博会平台全面推介文化创意产业。

链接

《什邡文化产业发展规划》北京文博会现场发布

11日下午,由北京市接合办、北京市经信委、北京市文化创意产业促进中心和什邡市人民政府共同主办的什邡市文化产业发展规划发布暨项目投资说明会在中国职工之家饭店举行。京什两地相关领导、相关部门负责人及北京市70余家文旅企业和20余家工业企业负责人出席会议。什邡市委常委、宣传部部长殷萍向与会领导和嘉宾介绍了《什邡文化产业发展规划》,什邡市副市长李先辉介绍什邡市招商引资政策和工业、旅游发展情况。

作为北京对口援建城市,《什邡文化产业发展规划》作为京什合作项目,在北京市文化创意产业促进中心的帮助下,由北京嘉乐世纪咨询有限公司完成编制。规划时间为2014-2020年,规划范围覆盖什邡全域。“创建为国家级文化产业示范基

地”是什邡文化产业发展的目标。《规划》明确了什邡文化产业发展将主要实施三大战略:一是深化京什文化领域合作,二是依托两大重要抓手,三是推行“主导产业引领”、“多元产业融合”、“高端人才集聚”、“科技创新驱动”、“扩大开放合作”等五大发展举措。产业布局为“双核驱动、多点支撑、打造五业一节、建设五大功能区”。围绕争创国家级文化产业示范基地的总体定位,什邡文化产业发展将以重点建设27个文化产业项目为载体,将建成“国家西部文化创意人才培养基地”、“四川文化制造产业集聚区”、“成都大都市圈北翼文化创意和设计产业中心”、“四川省文化和科技融合示范区”和“四川特色文化旅游区”五大文化产业功能区。

文博会速递

中国出版传媒商报讯 在多种产业融合发展的时代,版权资产应如何为创意经济保驾护航? 12月12日,在北京市贸促会、中国版权保护中心主办的“国际文化版权创新服务研讨会”上,来自知识产权、品牌授权机构的多位业内人士就版权保护模式创新进行了积极探索。

版权资产三层次。作为无形资产的重要组成部分,版权资产的资本价值并不局限于作品本身。“它能够从三个层面发挥价值,首先是产品层次,其次是产品的生产企业,最后是相关产业。”中国知识产权保护中心副主任范继红介绍,“在这三个层次当中,版权的基本创意附加值在产品层面最能体现出来,相应的价值评估、评估咨询都基于此”。

品牌授权是关键。某种意义上,健全、完善的版权保护机制是文化产业融合发展的润滑剂,而基于版权保护的品牌授权则使版权资产得到极大的释放。专题研讨中,文化部文化产业司巡视员孙若风、大业传媒集团董事长苏忠、北京世熙创意国际文化传媒集团董事长刘熙晨、东道品牌创意集团董事长解建军等业内人士一致认为,以中国式特许经营模式创立的正版授权产品认证服务平台,以严格的版权授权审核备案流程以及专业的版权授权管理服务,对于构建文化创意衍生品授权的查询、防伪和溯源的市场保障机制,实现对文化创意授权衍生品的管理和监督,促进文化产业融合发展具有重要作用。

“随着产业发展,企业对版权保护和版权价值运营的要求也不断提高,构建一个正版授权产品标准体系具有重大意义。”中华版权代理中心衍生品事业部副总经理吴明说。

中国非遗和职业教育发展融合

中国出版传媒商报讯 人才和资源,是文化产业发展的关键要素。12月11日,由中传馆声民俗文化(北京)有限公司承办的“传统文化传承创新高校品牌展”、“民俗文化产业推介交易会”在京举行。

“传统文化传承创新高校品牌展”展出了中国非物质文化遗产和高校职业教育融合的手工、数字产品。北京电子科技职业学院、北京财贸职业学院等展出了民族文化遗产创新国家级教学资源库的“传统金属与泥塑”、“中华老字号企业文化”、“湘绣”子库,以及北京景泰蓝、泥塑等手工产品。

“民俗文化产业推介交易”以“非遗传承·茶香世界”为主题,举行“北京茶道”体验式推介展演,打响“北京茶道”品牌。并设置了传统文化体验区,现场有学生在表演香道、缙绣、欧缙、湘绣和传统刺绣,并且还有11所高等职业院校师生共同创作的中国非物质文化遗产数字读物作品进行推介。

融合,助力文化创意产业加快提质转型。更多市场要素的互相对接,如教育和人才的对话,文化贸易企业和文化主管部门的对接,都使得我们的文化产品在文化生产的各个领域当中找到了自己真正需要的市场要素,这也是办好文博会展思考的一个重要问题。

随着文化产业市场体系的不断完善,文博会作为一个窗口,作为文化产业发展的重要环节也应该适应市场的发展需要,重新思考自己的定位。千篇一律、大而空的文博会,必然会在市场的发展当中被抛弃、被冷落,而文化企业和文化消费者通过文博会这个舞台,能够互通信息,找到彼此所需要的东西,找到真正的市场要素,这也是文博会的策展机构所需要认真给出的答案。(本文在范周微信公众号:言之有范刊登)

(上接第13版)

文博会需要回归市场

随着我国文化产业博览会的转型升级,文博会现存的这些现象,一定会得到及时的修正。市场呼唤的文博会一定会回到市场中来,企业的市场愿望,也需要通过文博会来实现。今年在北京市的文博会中取消了一些空泛的论坛,代之而来的是许多文化产品和文化企业的项目推介会,看到了企业之间实实在在的交流和合作,这是本届北京文博会的一个新亮点和新特色。

本届北京文博会,以“推动文化创新,促进产业融合”为主题,全面展示最新文化创意产业优秀成果和项目,推动文化与科技、金融、旅游、体育、信息等产业

产业融合时代的版权保护新模式