

动态

News

中国民营演出联盟首次亮相文博会

中国出版传媒商报讯 在文博会文化演艺展区,中国民营演出联盟首次亮相北京文博会并设立中国民营演出展,携手联盟部分成员单位集体展示近年来全国民营演出成果,引起现场参展商、媒体记者以及到场的国内外观众广泛关注。文博会上,中国民营演出联盟副主席兼秘书长郝涛与我国台湾演艺总工会理事长陈桓浩就全球华人演艺大赏项目进行了签约。此外联盟的成员单位在文

博会上同时也进行了签约,中视创星(北京)国际文化传媒有限公司副总经理朱敏与中国(吴桥)国际杂技艺术节组委会代表郝增强就中国(吴桥)国际杂技艺术节项目进行签约;北京风华秋实文化传媒有限公司董事长助理唐正一与上海上体文化传媒有限公司总经理吕玲就《新花怒放》演唱会项目进行签约。这些合作协议的签署标志着中国民营演出联盟2015年新年三大项目同时启动,同时也表明了联盟致力于让演出行业形成资源、利益共享,促进演出市场良性竞争发展的宗旨。(波)

文化产业发展年均增速达1.59%

2014年“中国省市文化产业发展指数”、“中国文化消费指数发布

中国出版传媒商报记者 王双双



12月13日,由中国人民大学和文化部文化产业司联合主办的“文化中国:中国文化产业指数发布会”在中国人民大学文化科技园举行,第五次向社会公开发布“中国省市文化产业发展指数”编制结果,并第二次向社会发布“中国文化消费指数”编制结果。

中国人民大学文化科技园管理委员会办公室主任彭翊指出,从2010~2014年五年指数变化总体态势来看,我国文化产业发展指数平均值呈现正增长的态势,年均增速达到了1.59%。中西部地区文化产业发展迅速优化。2014年中国省市文化产业发展指数结果表明,我国区域文化产业综合发展格局基本未变,东部沿海省份占据大部分席位,今年河北、湖南、江西挤进全国前十名。但从五年的增长率来看,连续五年西部地区文化产业发展水平普遍增长比较快。彭翊认为这一现象的产生主要源于两方面的原因,一方面,中西部各省市进一步提高了对文化产业的重视程度,文化产业发展确实是快速的。另外有一个客观情况,因为东部地区经济总量,文化产业体量和基数大,增长速度不容易显现。

农村居民文化消费意愿强烈。数据显示,我国文化消费整体情况优于去年。其中,文化消费环境、文化

消费意愿和文化消费水平提升较大,但文化消费满意度不升反降,说明居民对文化产品的质量要求更高。同时,城镇居民文化消费远高于农村居民文化消费。但农村居民文化消费意愿比较强烈,文化消费市场成长空间相对较大。

调研发现,在政府提供的文化消费补贴方式偏好方面,大多数消费者倾向于100~200元等一定金额的文化消费储值卡,并且大多数消费者倾向于将补贴花费在图书、期刊、杂志、电影、文艺演出、旅游等文化行业;在国内产品偏好方面,消费者更青睐于国外的电影和动漫;而国内的旅游和游戏更受消费者欢迎;最受欢迎的五大行业是电影,电视广播,图书、期刊、杂志,网络文化活动,文化旅游;消费支出最大的五大行业是旅游,图书、期刊、杂志,电影,文化娱乐活动,网络文化活动;市场成长空间最大的五大行业是艺术收藏品,文化旅游,图书、期刊、杂志,电影,文化娱乐活动。

表 1:中国省市文化产业发展指数(2014)得分及排名情况

排名	综合指数	生产力指数	影响力指数	驱动力指数
1	北京 82.1	广东 83.9	上海 84.7	北京 83.5
2	江苏 81.1	江苏 80.8	江苏 84.6	辽宁 81.5
3	浙江 79.7	山东 80.8	北京 83.6	青海 80.3
4	广东 79.6	北京 79.1	浙江 83.6	宁夏 80.1
5	上海 78.8	浙江 78.3	广东 79.7	西藏 78.9
6	山东 77.7	四川 76.8	湖南 79.0	江苏 78.0
7	辽宁 77.2	上海 76.1	山东 78.1	浙江 77.1
8	河北 75.2	河北 75.7	江西 77.6	山西 76.5
9	湖南 75.1	河南 74.9	辽宁 76.5	河北 76.5
10	江西 74.2	辽宁 73.8	安徽 76.3	上海 75.4

首届中欧文化与贸易论坛共话文化贸易发展新前景

中国出版传媒商报讯 作为第九届中国北京国际文化创意产业博览会的一项重要内容,首届中欧文化与贸易论坛于2014年12月12日在中华世纪坛举办。论坛以“交融与共赢:中欧文化贸易与发展新前景”为主题,旨在加深中欧间文化理解和认同,寻求在文化贸易方面深层次、多领域的合作,探讨实现中欧文化产业的创新合作与共赢发展。论坛由文博会组委会办公室主办,国家对外文化贸易基地北京国际文化贸易服务中心、国家文化贸易学术研究平台共同承办,欧洲各国驻华使馆商务参赞、文化参赞、中欧双方文化贸易机构负责人到会参加了论坛。

与会专家代表围绕中欧文化贸易的合作前景以及双方目前在文化贸易服务方面的实际需求等展开讨论,并结合国家对外文化贸易基地(北京)建设,基于目前业务发展情况就今后国际间合作交流提出新思路和建议。商务部欧洲司欧盟处处长许正兵、北京市文资办产权管理处(改革处)副处长苏俊、俄中友好协会俄中文化教育发展基金会会长崔姗、北京歌华文化发展集团总经理李丹阳、副总经理李斌等出席论坛。(文 枫)

论坛上,北京歌华文化发展集团副总经理王昱东在主题发言中全面介绍了国家对外文化贸易基地(北京)发展现状。目前基地企业集聚中心已基本建成,保税运营中心已投入使用,基于文化保税开展的一站式服务平台已开始试运营,可为国际文化贸易提供信息、金融、展示、交易、仓储、物流、报关等一系列便利化服务。王昱东表示,目前基地正在开展招商入驻,欢迎欧洲各国与基地合作建立对华文化贸易的国家馆,欢迎欧洲企业来基地发展成就新的事业,基地一定为各国文化贸易企业和机构做好平台服务。

许正兵、国家文物局博物馆与社会文物司博物馆处处长郭长虹、俄罗斯联邦驻华大使馆文化参赞兼北京俄罗斯文化中心主任孔诺夫·维克多、俄中文化教育发展基金会文化创意产业发展中心主任刘炜志、法国驻华大使馆商务处高新技术、服务、航空部门贸易参赞魏雅乐、意大利共和国大使馆商务处一等经济商务秘书倪飞等分别在主题发言中深入介绍并阐述了欧洲各国文化贸易发展情况、中、欧市场需求以及实际业务中需要解决的问题等。(文 枫)

专家观点

文化产业升级到底“升”什么?

“2014年我国文化产业发生了非常巨大的变化。第一,中央高密度发布关于文化产业发展相关文件,可以称之为‘文件的暴雨年’;第二,进入‘互联网思维年’,不仅广泛地影响了整个文化创意产业,也对文化创意产业提升发挥了非常大的作用;第三,文化创意产业金融方面的投融资,呈现突发性的、爆发性的增长;第四,跨界融合逐渐深入,一方面要为整个第二产业发展服务,另一方面也提升文化产业自身低中高端各个层次的发展;第五,‘文化消费年’在全国范围内开始启动。”中国人民大学文化创意产业研究所所长金元满将2014年的文化产业归纳为5个特色。

2014年文化产业一系列的变

激活全民族的创新活力

○齐勇锋(中国传媒大学文化发展研究院学术委员会主任)

文化产业经过10年发展之后,继续推动产业转型升级成为关键。其主要表现在四个方面。第一,产品转型。文化产业既需要互联网,又要有体验产品。如果没有体验性的产品,那就不是文化。第二,产业结构整体转型。由粗放式发展向内涵式的发展方面转化。第三,区域结构调整。这是之前文化产业发展中所忽略的地方。区域布局应由之前主要发挥东部的率先的带动作用转向全面发展。如丝绸之路文化产业经济带的规划、长江经济带的开发、黄

河经济带的建设等。第四,全民族的创业和就业,激活全民族的创新活力。近日,教育部发布《教育部关于做好2015年全国普通高等学校毕业生就业创业工作的通知》,要求各地各高校做好毕业生创业就业工作。值得注意的是,教育部提出大学要建立弹性学制,允许在校学生休学创业。这个政策出台的很快、很及时,但还存在不足。如对于孵化器项目没有出台专项措施、创意人才培养方面仍待政策的完善,从而激发全社会创业创新活力。

迎接全球文化市场的中国主场

○张晓明(中国社科院文化研究中心常务副主任)

近来以来的文化产业转型大局主要由三个方面。第一,我认为整个文化产业出现了产业汇流的壮观景象。由于受到国民经济发展、整个宏观经济转型和新技术的推动,出现了不仅仅是文化产业内部各个行业之间的融合,而且出现了文化产业跟国民经济相关行业的融合,从而促使文化产业可以顺利转型走向新的轨道。

第二,我觉得需要关注的是文化产业出现了一个空间转向,从行业分布、行政分布走向空间布局的全国性空间布局的转型。实现文化布局从点状布局走向带状布局,目前有一个条件已经成熟了,就是由国家文化部牵头,制定一个全面文化产业空间布局规划,以此来引领文化产业在市场资源配置作用之下进行统一的空间布局,并从中获取

文化产业升级的资本论:资本和创新

○魏鹏举(中央财经大学文化经济研究院院长)

从外生动力来看,文化产业和互联网的结合,对文化产业升级有巨大的带动作用。但是其中的核心动力是什么?我们看看BAT,或者其他具有创造力的企业,都是基于市场和资本的力量。所以要实现文化市场和互联网产业对接,基本还要靠资本的力量。同时,文化产业区域发展的融合,需要政府的适当推动,但更为重要的是资本的有机的力量,才能真正让区块的整合有效地发生,而且产生1+1>2的效果。此外,产业链的打通和融合,其推动的力量

还是资本。因此,文化产业升级资本论的第一个层面,即文化产业升级的外生动力靠资本的力量、作为和智慧。

从升级的内生动力来看,毫无疑问是创新,无论是科技创新还是文化创新,都是文化产业升级最核心的地方。一方面,创新需要国家公益力量的介入,但要适度而止,应完善国家文艺创新的公共资助体系。另一方面,积极发挥市场的作为,而且政府资金需有意识调动社会资本进入文化产业和创新领域,支持文化创作。

2014中国3D技术与创意博览会推动“资本运作”

中国出版传媒商报讯 12月9日,2014中国3D技术与创意博览会在北京朝阳规划艺术馆开幕。作为第九届北京文博会的创意活动之一,今年主题为“资本市场与3D产业经济”。中国3D技术与创意博览会创办于2010年,作为文博会的一个重要创意活动已成功举办过四届,是国内举办历史最长的3D技术博览会。据主办方介绍,今年“3D博览会”持续时间长、形式新颖、亮点纷呈、活动密集丰富,期间包括3D影视短片体验、3D设备展示、3D科技产品影片推介会、2014年城市3D体验中心联盟年会等十余场活动。

在开幕式当天的3D高峰论坛上,由朝阳规划艺术馆率先提出了“3D生态圈”的发展模式——引入“3D产业经济”中的新动力“资本运作”,集3D产品(技术、内容)研发、展示、推广、投融资全方位立体式的3D产业服务模式。论坛吸引了国内外众多3D影视技术专家、好莱坞3D影视制作公司、专业投资人、行业用户等,300余位嘉宾齐聚一堂共话3D产业未来,大家对“3D生态圈”模式表示出强烈的感兴趣和强烈的参与意愿。

而在“3D博览会”联盟年会活动中,引入文化金融新模式——众筹,推出两个3D科技影片众筹议题。院线联盟内的成员单位通过影片众筹的模式参与,联合出资,版权共享的模式,在影片后续的推广和版权交易中可享受利益均摊。此想法一经推出得到联盟成员的纷纷响应,在本届3D博览会上举行众筹影片的签约仪式,标志着影片正式进入运作阶段。3D博览会策划人、朝阳规划艺术馆馆长杨军介绍说,在去年3D博览会上,由朝阳规划艺术馆等13家规划馆、科技馆、博物馆等单位共同发起成立了中国首个城市3D体验中心院线联盟,经过一年的发展,成员单位已增至19家。

此外,本届博览会期间,“3D科技产品推介”也是一大亮点活动,盘点展映国内外最新的3D科技产品和原创3D影视作品。同时,推介会还邀请国内外知名影视采购播放平台、投资人、联盟成员等需求方进行推介和交易。据博览会相关负责人透露说,此次推介会吸引了国内外3D产品和影片制作企业的参与。(倪 成)

《弟子规》百集微电影传承中国传统文化

中国出版传媒商报讯 12月11日,由1905电影网、传奇梦想(北京)文化传媒有限公司联合主办的《中华优秀传统文化百集系列微电影》新闻发布会在京举行。该活动旨在通过微电影创作发扬中华优秀传统文化和儒家思想,传承中华美学精神,搭建中华优秀传统文化大型公益平台。

《中华优秀传统文化百集系列微电影》作为国内首创的大型传统文化教育题材系列影片,是一个由少年儿童真人参与表演的百集古装剧目,深入挖掘和严格甄选能够反映“尊敬父母、尊敬师长、文明礼貌、诚实守信”时代价值的传统伦理道德故事,用富有教育性、趣味性、故事性、观赏性的影视手段首次将中华传统文化呈现在屏幕上,传递跨越千年的中华传统美德。

《弟子规》是集儒家道德教育之大成的国学经典,包含了大量思想修养、待人接物、为人处世等礼仪规范,作为中华传统美德之教育指南,在新的历史时期仍具有积极的现实意义。因此《弟子规》将作为首个百集系列微电影主题,在明年2月正式摄制。微电影项目具体负责人表示,他们将在微电影制作上力求精品,精选100个《弟子规》传统美德故事,采用真人表演来诠释《弟子规》形成的礼仪规范和真实含义,让影片真正接地气,以弘扬中华传统文化。

发布会现场,主持人特别邀请五位小演员上台为大家表演《弟子规》,身着汉服萌系可爱,绕头朗诵,霎时谋杀台下媒体无数菲林。四位小童星在台上为大家启动了电影打板,同时公布了《中华优秀传统文化百集系列微电影》的先锋海报,预示着《中华优秀传统文化百集系列微电影》项目正式启动。

《中华优秀传统文化百集系列微电影》将采用边拍边播的方式,拍摄周期为一年。(冯 昭)

对外文化贸易政策与企业推介会加速文化“走出去”

中国出版传媒商报讯 12月12日,由北京市商务委员会和北京市贸促会共同主办,北京服务贸易协会承办“对外文化贸易政策与企业推介会暨项目签约仪式”在北京举办。签约单位代表、文化贸易企业代表等150多人参加此次推介会。

推介会上,商务部服务贸易司就《国务院关于加快发展对外文化贸易的意见》等新的文化贸易政策进行了详细解读;北京市商务委副主任倪侃刚介绍了北京市文化贸易发展现状及下一步工作计划,他认为,近年来北京市文化贸易继续保持平稳增长,一批具有国际影响力的外向型企业已实现集群化发展,必将加快北京文化“走出去”步伐。北京歌华文化发展集团介绍国家对外文化贸易基地(北京)发展现状及政策创新;中国民营演出联盟、北京四达时代通讯网络技术有限公司、完美世界(北京)网络技术有限公司、北京华韵尚德国际文化传播有限公司4家企业,从业务构成、平台建设、成功案例以及未来发展方向等方面对企业项目进行推介。北京相关文化贸易项目签约仪式也同期举行。(波)