



# 文创中国周报

china Cultural & Creative Weekly

2015年10月23日 星期五 第2180期



10月16日至18日,以“京津冀协同发展聚精会神 文化产业创造价值相得益彰”为主题的第四届河北省特色文化产品博览交易会(以下简称特博会)在石家庄举办。本届特博会由河北省委宣传部支持、河北省文化厅承办,北京市文化局、天津市文化广播影视局、河北省新闻出版广电局等9家单位协办。

本届特博会的参展企业数量首次突破600家,展馆面积达3万余平方米,参展企业数量、展示面积均创新高。展会分为非遗文化展区、京津冀文化展区以及特色文化综合展区,设立标

准展位400余个、特装展位45个,集中展示了京津冀丰富的文化资源和特色文化产品。数百种各具特色的文化精品在现场展销;同时,冀广传媒、河北美术学院、河北根雕协会、百年巧匠等多家特色文化企业、院校团体参展;此外,还有来自香港、台湾、贵州、江西、青海等省区的众多知名企业汇聚特博会。

本届特博会设置了多项文化活动。包括首届国际名车文化展、第二届河北省文化创意设计大赛、第三届河北省特色工艺美术精品大赛以及河北演艺集团——“广场舞之家”展演等文化惠民活动,有展演,有交流,有切磋。

## 第四届河北省特色文化产品博览交易会举行 京津冀携手 以非遗激文创活力

■中国出版传媒商报记者 王少波 王双双

### 京津加入 资源集聚效应凸显

这场由京津冀三地共唱的特色文化产业“大戏”备受瞩目。统计显示,连续3天的展会共吸引参观者近13万人次。据展会相关负责人介绍,特博会今年首次打出“京津冀协同”牌,参展企业数量从去年的300多家增加至今年的600多家,展会面积从去年的1.8万平方米扩大至今年的3万多平方米。可以说,一定程度上,这都得益于资源集聚效应。

**“自上而下”整合资源,搭建平台打造产业集群。**本届特博会特邀北京市文化局、天津市文化广播影视局等冀外地区的单位协办,并从主题设计、展区设置等方面,“自上而下”地搭建了特博会京津冀三地文创企业展示、交流、交易的平台,多层次、多渠道宣传推介三地的文化产品和服务,吸引到很多知名文创企业和文创品牌参展,如河北竹韵文化传播有限公司、河北百年巧匠手工艺品股份有限公司、北京毛猴、天津泥人张彩塑等。

值得一提的是,本届特博会首次推出京津冀文化协同发展标识“J”(见左图)。该标识是由京津冀汉语拼音三个首字母“j”写意制作而成。

据特博会运营单位河北演艺集团党委书记王晓英透露,组委会正计划和天津合办特博会,未来的特博会很有可能由津、冀轮流主办,合力举办,和北京文博会“交相辉映”。

**“自下而上”汇集资源,借力造势形成“向心力”。**本届特博会设立的京津冀文化展区成为特博会的最大亮点,而其中来自三地的特色文化产品更是成为人们关注的焦点。这些或来自民间艺人之手,或由民营企业、小微企业带来的文创产品,如北京的工艺毛猴、非遗面塑,天津展区展出的杨柳青木版年画、河北的蔚县剪纸、曲阳石雕、藁城宫灯等,品类丰富,数量繁多。

正如廊坊市文广新局文化产业办负责人赵金龙所说:“文化产业需要向心力。文化产业不同于其他产业,需要集聚发展。”廊坊展台在500平方米的展区内陈列了36大类、1700件展品,开展首日参展商全部“开张”,效益喜人。(个案报道链接:本版《36大类 1700件展品 500万元订单 廊坊以展会营销文化品牌》)



### 非遗的“市场化”仍在路上

毫无疑问,非物质文化遗产相关的文创产品成为本届特博会上一道亮丽的风景线。国家级非物质文化遗产“天津泥人张”项目、河北省省级非物质文化遗产项目“郭氏铁板浮雕”和“方士英石影雕艺术”等,一方面在展场内外获得了高关注度,纷纷走进人们的视野;另一方面,经济效益逐年显现的同时,如何进一步激发产业活力成为难题。

非遗潜在的巨大价值毋庸置疑,如何将其中蕴藏的文化进行创意开发?非遗的市场化之路,如今看来仍需提速。在此届特博会中,石门烙画、郭氏兄弟雕塑艺术工作室、方士英石影雕艺术工作室等非遗传承项目的工作坊引人关注,因为正是这些作坊让非遗项目逐步走向市场。成立文创产品工作室、培养更多学生、从个人创作走向团队创作,该举措一方面可以拓宽创作思路、丰富作品种类,一方面也增加了作品的数量,一定程度上解决了规模化难题。无论是山雪雕刻艺术工作室负责人杨双艳还是郭氏兄弟雕塑艺术工作室负责人郭海博,都表示因为创作周期长、难度大,所以每年的出品很少。这从特博会的展台上也能看出,山雪雕刻艺术工作室几乎将未出售的全部作品都带来了,也不过数十件。

相对来说,已经开始进行团队创作的方士英石影雕艺术工作室和石门烙画工作室,由于是师生协作,不但作品数量多,而且覆盖高、中、低档,适合各类人群购买。据方士英石影雕艺术工作室负责人方士英介绍,本届特博会带来的石影雕有人物、生肖、山水花鸟等多个题材,其中人物题材的作品是由她亲自创作,而其他的题材则由工作室的学生创作。如此一来,效益显然得以提高。

(下转第16版)

### 新闻

#### 广东佛山首份创业带动就业政策出台

#### 第十届中国北京文博会即将开幕

中国出版传媒商报讯 10月15日,《佛山市人民政府关于进一步促进创业带动就业的实施意见》正式出台,这是广东佛山第一份专门创业带动就业的政策文件。10月21日,佛山市人力资源和社会保障局召开新闻发布会对该文件进行全方面解读。根据新政,有五大方面的利好政策直接关系到创业者的切身利益,其具体表现为4“新增”1“简化”。

第一,一次性创业资助对象扩大。新增了留学回国人员、军转干部、复退军人和登记失业人员。按照规定,这几类人群创业可获得一次性5000元的资助。第二,小额担保贷款提高,个人最高贷款额度从10万元提高到20万元。第三,新增租金补贴、创业带动就业补贴、创业培训补贴和创业导师交通伙食补贴。第四,新增优秀创业项目资助、市级示范性创业孵化基地奖补。其中,市级示范性创业孵化基地每年评选约3个,奖补为每个30万元。第五,简化优化补贴申领程序和要求。值得关注的是,补贴政策打破户籍等限制,明确按照“属地”原则落实各项补贴,不得设置户籍、身份等限制条件。(阳)

中国出版传媒商报讯 由文化部、国家新闻出版广电总局和北京市人民政府共同主办、北京市贸促会承办的第十届中国北京国际文化创意产业博览会(简称文博会)将于10月29日~11月1日在京举办。

据悉,前九届文博会,共吸引了来自数十个国家和地区的300多个政府机构、行业组织、国际组织,上万家国内外文创企业,千余位文创产业知名专家、学者和政府高官参展参会。前九届文博会上签约总额达5898亿元。

本届文博会将以“推动文化繁荣 促进融合创新”为主题,突出展示文化+科技、文化+创意、文化+金融、文化+旅游、文化+体育等跨界融合的新业态发展趋势,深入探讨新常态下文化创意产业发展的新理念新模式,强化文博会集聚产业要素、整合优化产业资源的市场平台功能。

文博会期间将举办综合活动、展览展示、推介交易、论坛会议、创意活动、分会场六大系列百余场活动,并继续搭建官方互联网展示平台;秉持专业办论坛的原则,将举办4个专题论坛,分别是国际电影产业发展研讨会、北京国际版权会议、博物馆文化创意产业发展国际研讨会、动漫游戏产业发展国际论坛。此外,本届文博会还将着力推动原创文化,营造创意氛围。(阳)

### 个案

带有“环京津、沿渤海”字样的区位优势背景板,整齐排列的文安拉丁打击乐器,在10月16日~18日的第四届河北省特色文化产品博览交易会(以下简称特博会)上,廊坊展区布置让中国出版传媒商报记者眼前一亮。在廊坊市文广新局文化产业办负责人赵金龙看来,廊坊展区可以用3个“最”来形容:河北省展团规模最大、展台面积最大、展区布置最漂亮。

■中国出版传媒商报记者 王一 尹天



## 36大类 1700件展品 500万元订单 廊坊以展会营销文化品牌

记者了解到,廊坊市文广新局以“立足京津冀协同发展高地 建设环渤海文化体验名城”为主题,在此次特博会主会场设立500平方米“廊坊展区”,集中展示推介包括霸州舞台灯具、胜芳仿古家具、现代乐器、琥珀制品、舞美道具,大厂传统景泰蓝、金漆镶嵌、花丝镶嵌、永清冀派微雕、文安拉丁打击乐器、大城“京作”红木、广阳脱胎漆器、固安京绣、传统漆雕,安次第什里风筝在内的57家企业和项目,共计展出了36大类、1700件展品。展会期间,廊坊展区实现现场销售25万余元,签订销售订单500余万元。

赵金龙告诉记者,参加特博会只是廊坊文化产业展会营销中的一站。今年以来,根据廊坊市招商引资集中行动整体要求及廊坊市文化产业推介工作需要,廊坊市文广新局相继组织全市文化产业企业参加2015第4届中国苏州文化创意设计产业交易博览会、第10届中国(义乌)文化产品交易会、2015中国—东盟博览会文化展、第4届河北省特色文化产品博览交易会等国际、国家级、省级重点文化产业展会8个,取得了较好的营销效果。具体说来,主要表现在三个方面。

**第一,品牌影响力提升。**地处北京与天津之间,廊坊文化产业的发展一直受到忽视。近些年廊坊文化产业的品牌逐渐树立,目前廊坊重点文化企业共27家。以风筝为例,除了风筝之都潍坊之外,廊坊安次区第什里村的风筝也独具一格。

**第二,企业实际营销效果明显。**在今年参与的8个展会上,廊坊展区共计实现现场及订单销售2700余万元;廊坊市文化产业企业拓展了墨西哥、尼泊尔、韩国、俄罗斯等国家和地区的市场;廊坊市乐器产业、家具产业、舞美产业和工艺美术业在浙江、广州、广西、云南、江苏等省份发展了代理商及加盟商。

**第三,文化产业的向心力增强。**与其他产业发展不同,文化产业需要集聚效应。目前,廊坊共有文化企业5570家,企业与企业之间、企业与市场之间、企业与政府之间的关系较为融洽。赵金龙给记者举了一个简单的例子:展会期间,某个展台负责人突然有事情需要离开一段时间,他随便找其他展台任何负责人帮忙照顾展台,不仅可以保证展台产品不丢失,而且还帮助售卖产品。这就是企业向心力的表现:彼此之间互相信任。

重点导读  
从默默无闻到初露头角  
阿根廷欲以五大主题游吸引中国游客  
杭县菁容镇打造创客平台  
数字内容增加值达503亿元  
P14 P15

杭州大力推进版权交易  
P16

P16

P16