

第九届杭州文博会现场成交金额增加近一倍

中国出版传媒商报讯 2015年10月15日~19日,第九届(2015)杭州文化创意产业博览会将在杭州滨江区白马湖国际会展中心召开。此次文博会以“融——设计,让生活更美好”为主题。主会场展示及活动面积达6万平方米,邀请到美国、英国、意大利、德国、芬兰、新加坡等20个国家及我国台港澳地区和内地20余个省市的2000余家文创企业机构

参展。数据显示,此次文博会吸引了32.68万人次参加,期间各项活动实际成交及意向成交(含项目融资)金额达28.82亿元,其中现场实际成交(含项目融资)达8.26亿元,比上届文博会增加了近一倍。

值得一提的是,第九届杭州文博会除了继续办好两岸文创产业交流对接会、海峡两岸文化创意产业高校研究联盟论坛等活动外,还举办了“首届杭州文创新势力评选暨数字内容产业高峰会”等20余项商务活动。

(文 又)

编

者按

2014年,IP(Intellectual Property)成为文化产业中的热门,被业界称为“IP元年”。2015年,伴随着网络小说翻拍电视剧《琅琊榜》、《花千骨》等的走红,以及同名游戏、周边衍生品的火爆,IP发展火热,业界对于IP的讨论也愈发热烈。

10月15日~19日,第九届(2015)杭州文化创意产业博览会也将版权提上日程,其中,10月16日召开的2015首届版权合作与交易大会成为本届博览会的重头戏。此次会议以“跨界、互联、新时代”为主题,针对“影视IP开发的国际视野”、“传统IP的

开发与新生”、“热点网文的IP开发之路”等主题进行探讨。数据显示,在版权项目交易拍卖环节,10个版权项目全部成交,总成交额1.155亿元。

国家创业联盟秘书长曹海涛预测,未来十年将是文创事业大发展的10年,而文创发展的爆点在IP。那么,针对版权交易,政府可以做什么?如何去发掘一个好IP资源,并通过资源整合把IP的优点发挥淋漓尽致?请看政府相关负责人和业内专家如何解答。

数字内容增加值达563亿元

杭州4大举措推进版权交易

■中国出版传媒商报记者 伊璐



有专家提出,中国版权交易将开启“杭州时代”。这一结论从何而来?杭州市人民政府副秘书长姚坚谈到的一些数据在一定程度上证明了杭州版权产业的快速发展:今年上半年,杭州市数字内容产业增加值达到563亿元,增长了37.8%,高于全市GDP增收27.5个百分点。目前,杭州市获得了国家版权保护示范城市、国家级文化和科技融合示范基地、第一批“三网融合”试点城市、国家数字出版产业基地等一系列荣誉称号,吸引

了重大项目成功落户,带动了动漫、游戏、影视、数字、阅读等行业的蓬勃发展。

杭州版权交易为何发展如此迅速?针对版权交易,杭州有哪些政策支持?杭州市文化创意产业办公室副主任童伟中从4个方面谈到杭州在版权与交易合作方面实施的具体举措。

第一,加强产业规划。杭州制定了《建设全国数字内容产业中心三年行动计划(2015~2017)》,积极培育动漫游戏、影视广告、互动娱乐、数

字媒体、数字阅读等行业。抢占发展的制高点,同时提升政策保障力度,提高杭州市文创专项资金用于数字内容产业,尤其是提高版权合作的比例。

第二,培育领军企业。杭州市坚持扶优扶强,重点扶持原创能力强、经营业绩优的新兴集团。目前,中国移动手机阅读基地、中国电信天翼阅读基地、杭州国家数字出版产业基地等3大国家级数字版权基地已经落户杭州。

第三,打造产业平台。杭州着力优化空间布局,打造重点园区基地,西溪创意产业园、白马湖生态创业园等24个市级园区以外还有35个创意产业的楼宇,这些项目都为版权合作与交易搭建了有利载体支撑。同时,依托杭州文交所和西泠印社拍卖有限公司等交易机构,积极搭建版权交易平台、开拓数字内容、网络游戏、文学影视等领域版权交易,创新整合产业资源。

第四,营造良好环境。近年来,杭州加大版权保护执法力度,广泛宣传尊重版权保护原创的理念。同时,打破行业与区域界限,整合版权资源,做好版权研究应用,促进版权相关产业的融合发展。

现场

一书一联盟一专项
“文创产品”助推“曹红文化”做精做细

■中国出版传媒商报记者 焦翊

一书:《废艺斋集稿》书中技法重现

在《红楼梦》之外,曹雪芹还有另外一本奇书——《废艺斋集稿》,其中囊括了印刻、编织、园林、风筝、烹调等技法,这些技法当年曾红极一时,但随着时间的推移,这些历史传统技艺被逐渐埋没。然而,随着第六届曹雪芹文化艺术节的开幕,这些“遗物”重新出现在大众视野中;同时,这些古代的“文创”产品,通过“曹红文化”的舞台,与现代创意融合在一起,成为打通上下游产业链的载体。

“所谓文创产业,就我的简单理解而言,就是以把文化内容通过创意设计融入到人们生活所需的产品之中,多方面、多形式实现之后就形成文创产业,文化直接走进生活。在现代社会,当人们接受文化的载体不局限于读书的时候,这种影响人们生活的文化形式就很必要了。”北京曹雪芹文化发展基金会秘书长位灵芝介绍,北京曹雪芹学会自2010年恢复工作以来,一直在探索如何以多样化的形式扩大曹雪芹《红楼梦》的影响力,“其中我们发现以产业推动《红楼梦》文化传播是最有效、也最能持久的方式。现代年轻人也许读不了整本书,但是他可以用一个蕴含红楼艺术的杯子喝茶或喝酒;他可以听《红楼梦》的音乐;可以品《红楼梦》中的美酒等等。”

一联盟:“文化产业联盟”
多元化打造“曹红文化”

2014年北京曹雪芹文化发展基金会发起成立曹雪芹文化产业联盟,创始单位共7家。此次曹雪芹文化艺术节除了这7家创始单位外,另有15家参展单位,覆盖陶瓷、首饰、明星片、丝绸等领域。

早在上世纪80年代,以曹雪芹或者红楼梦为文化元素的企业就已经初露头角,我们所熟悉的湖北“劲酒”、河北“曹雪芹家酒”、四川宜宾“红楼梦酒”等,都是那个时候兴起的产业先锋。30多年过去,这些以“曹红文化”为基础的企业发展趋势良好。位灵芝表示:“我们一方面发扬了传统企业多年发展的经验与优势,另外,也结合了当前百姓生活的新需要,寻找更好的产品形式。比如,2014年,由北京曹雪芹文化发展基金会与中华书局联合推

一专项:思想与产品设计并进

“为了实现曹雪芹文化创意产业,基金会发起了一个‘红楼梦精雅生活设计中心’的专项,希望通过这个专项能够把国内外的美学大家、设计师团结起来,共同研究曹雪芹美学思想,并实现产品设计,以此来服务曹雪芹文化产业联盟的企业,提升产品的审美度,赢得消费者的青睐。在企业取得更好收益



出的《红楼梦日历》,一经推出便广受欢迎。”据悉,该日历创作者将《红楼梦》中能够在现实中实现的生活方式,以日历的形式予以体现,同时结合中国的传统节气、礼俗等文化,并节选若干《红楼梦》原文,配以精美红楼艺术插图,让读者在翻阅日历的过程中,达到读原典的效果。位灵芝介绍,除了打造与《红楼梦》原著有关的文化产品,通过与绍兴唐宋酒业公司的合作,曹雪芹最爱喝的“南酒”通过现代手段,被成功复制。“雪芹南酒”一经推出,立刻受到很多文人雅士的追捧。

的同时,曹雪芹《红楼梦》文化的研究和传播也有了坚实的经济支撑,我想,这才形成真正的‘曹红’文创产业局面。”位灵芝说。

接下来,北京曹雪芹学会、北京曹雪芹文化发展基金会将与北京大学艺术学院联合成立北京大学“曹雪芹研究中心”,希望能够实现将百年的曹红学术成果向艺术转化,再由艺术向产品设计转化,“曹雪芹的美学思想如果能够在今天的产品上得到体现,对于产品和企业的提升作用不言而喻,对于消费者的审美也有渐进的影响作用”。位灵芝说。

地理位置优越

不可忽视。以杭州为圆心,以飞机两个小时可到达的航程为半径画圆,可以发现,该圆覆盖了中国乃至全亚洲经济最发达的区域。地理因素固然重要,但对于创业者来说,良好的创业环境才是决定因素。高新区(滨江)就为创业者搭建了一个“人和”的平台。杭州高新区(滨江)为落户的文化企业提供丰富的扶持政策。高新区(滨江)出台了“1+X”体系,“1”是创新建设世界一流的高科技园区的若干意见,围绕这个“1”不断出台、深化、完善各种专项政策,比如说文创政策、人才激励政策、楼宇经济政策、科技企业政策。

完善资金、法律、财政保障措施。

一是国家级资金保障。在国家针对浙江省的扶持项目资金中,杭州占60%份额,而杭州拥有该扶持资金项目的企业80%分布在高新区(滨江),这就意味着国家发改委支持浙江文化产业发展的资金中,一半份额给了杭州高新区(滨江)的企业。二是法律保障。《杭州高新技术产业开发区条例》第17条明确指出,高新区管委会应当每年从其财政支出中安排不低于15%的比例设立产业扶持资金,用于支持高新技术产业发展和中小企业从事创新创业活动。三是财政保障。高新区(滨江)2014年财政总收入170亿元,今年继续保持两位数增长,估计可以到200亿元,人均财政收入位居浙江省第一。与北京海淀区相比,高新区(滨江)土地面积为海淀区的六分之一,但财政收入是海淀区的二分之一,单位土地的税收产出高于海淀区。

全过程扶持企业。从企业初创阶段到成长阶段,一直到企业做大做强,包括企业做大做强后需要土地保障,高新区(滨江)有明确的规定。高新区(滨江)扶持文创产业的方向也是突出重点,目前鼓励方向是四大行业:动漫游戏业、设计服装业、现代传媒业、文化会展业。

对于企业的扶持方式,具体表现为五个方面。一是通过房租补贴、贷款贴息等,尽可能降低企业的投资成本;二是鼓励创新,通过认定的研发、技术中心最高可以奖励100万元;三是项目配套,针对得到上级财政补助的项目,高新区(滨江)财政按照规定及时足额配套到位;四是播出奖励,经过批准首播的原创动画片最高可以获得每分钟1000元的播出奖励。五是其他类奖励,如人才激励、参展补助等。此外,游戏企业自主研发的游戏产品上线运营,最高可以获得200万元的扶持补助。

阿里、网易为何选择杭州高新区?

直击
如何做到游戏与影视的真正融合?
谭景(北京昆仑万维科技股份有限公司副总裁)

如何做到游戏与影视的真正融合?

《花千骨》是2015年一个现象级的作品,无论是电视剧收视率还是其在游戏上的表现,都令人惊讶。可以说,《花千骨》是目前为止真正意义上的“影游互动”成功案例。

如何才能像《花千骨》一样,做到游戏与影视的真正融合?

首先,充分认识影视与游戏的优势。对于影视剧而言,其优势主要体现在:向用户传递信息非常强烈,而且统一;情感类型很丰富,有很强的新鲜感;影视剧IP与剧中明星IP带来的叠加效应显著。游戏的优势也有三点:玩家有很强的参与感;具备社交功能,乐趣不仅局限于产品本身;快速迭代便于调整,保持新鲜感。在充分认识影视与游戏优势的基础上,两者真正的融合表现在四个方面。

第一,品牌融合。近两年来,以湖南卫视为代表的电视剧观众群体,逐渐趋向年轻化。网络视频平台的发展,也造成了影视内容的用户群体更加偏向于年轻化。该年轻化的群体和游戏群体越来越重合,形成了影游互动的基础。同时,将影视故事情节植入游戏当中,包括场景、道具、美术、人物形象。此外,当游戏和影视IP融合的时候,盈利模式也逐渐多样化。就目前现状而言,影视剧尤其是网络剧,几乎很难赚钱,如何收回成本?游戏和相关衍生品是一个好的发展方向。

第二,内容融合。其具体表现在视觉形象的融合,明确关联性;情节同步产生情感叠加作用;玩家自发性的行为对故事情节的扩展;利用游戏的迭代能力,对影视进行补充,当影视剧播放结束后,游戏可以假定这个故事还没有完结,继续创造一些故事,对产品延续有很大好处。

第三,营销融合,互相借用对方的资源。游戏和影视可以捆绑营销,如共同做线下活动,共同进行周边开发或者是主题延伸,甚至活动宣传等,将整个产业链放大出去。

第四,执行融合。目前,影视权利和游戏权利大部分是分开的,因为人们通常存在这一想法:影视的事情由影视公司来操作更专业,而游戏开发和营销,游戏公司更专业。这会造成影视公司与游戏双方配合度不高,执行过程中存在脱节。因此,游戏和影视的操作团队应该更加一元化。由一个统一的团队负责影视和游戏两个项目的执行。另外,游戏和影视之间应该互相尊重,实现资本和利益共享。