

文化体制改革的昭通实践

金 强

经过半年的文化体制改革，云南省昭通市取得了显著成效，这次始于2008年7月的市直文化单位文化体制改革工作，主要涉及昭通市歌舞剧团、京剧团、影剧院、电影公司等单位。由于准确把握了文化体制改革的精神实质

和目标，并结合了当地的经济、文化发展水平，昭通市的改革改出了自己的特色，因而值得关注。

改革过程回放

2008年7月11日，昭通市人民政府印发了《市歌舞剧团京剧团影剧院和市电影公司人民电影院改革方案的通知》。9月10日，撤销昭通市歌舞剧团、京剧团和影剧院3家差额拨款单位，挂牌成立财政全额拨款事业单位昭通市文化艺术剧院，并加挂昭通市文化产业有限公司牌子，人员编制由原来的43人增加到150人，其中在编人员50人，聘用人员100人；撤销昭通市电影公司、人民电影院和昭通市体育场馆管理中心，对人员进行分流，成立了财政全额拨款事业单位昭通市2131电影放映管理站，以及市文体局直属差额拨款的事业单位市文化体育场馆管理中心。9月下旬，完成“两团一院”资产移交和文化艺术剧院演职人员的招聘工作。10月上旬，文化艺术剧院新招聘的89名演职人员正式上岗。10月22日，昭通市电影公司、市

人民电影院资产整体移交市开发投资有限公司。半年来，市直文化单位体制改革工作的进展很顺利，为进一步推动昭通市下属各县区深化文化体制改革奠定了基础。

昭通改革成功的三要素

首先是领导层决策果断。在“两院一团”的改革中，面对具体情况，昭通市果断决策，进一步加大对公益性文化事业的投入，坚持昭通市文化艺术剧院的公益性定位，差额拨款改为全额拨款。如果考虑到昭通市的财政状况，这一点更能凸显当地决策者的改革魄力。2007年昭通市财政一般预算收入12.89亿元，位居云南省16州市中的第七位，但是昭通人口520万人，位居全省第三，远远超过一般州市的平均人口，所以人均财政一般预算收入247元，位居全省最末，远低于701元的全省平均水平。此外，昭通市大胆革新，一扫之前国有文艺院团僵化保守的用人机制和分配制度，切实优化了剧院组织结构，实现了人事、收入分配和社会保障制度改革，放手给剧院自主用人

与自主分配权，并妥善解决了离退休职工的后顾之忧，实实在在为院团卸包袱。离退休职工由财政据实核拨经费，由市文体局负责管理。对新成立的文化艺术剧院，昭通市“扶上马，再送一程”，

话剧也“将爱情进行到底”

故事。李亚鹏作为话剧的监制和出品人全程参与制作，电视剧原班演员王学兵、陈明、高旗以及编剧霍昕都来到演出现场观看了话剧首场演出。

据创作方有关人士透露，“话剧的创作是演员、导演、编剧从身边的情感故事中挖掘整理出来的，在排练时一起做游戏来确定演出角色，剧本完全原创，只是借鉴了电视剧名字”。

（慕 渝）

宝莱坞去年九成电影不卖座

据新华社消息 一向以影片数量称雄世界的印度宝莱坞在2008年遭遇票房滑铁卢。宝莱坞去年投拍200多部影片，但仅有不到10%取得票房成功。部分影片尽管情节生动、演员表演出色，但仍无法将观众吸引进电影院。

据印度报业托拉斯网站报道，2008年初，由阿素托史·哥瓦利克执导的影片《阿克巴大帝》在铺天盖地的宣传攻势后上映。尽管该片激发起民众强烈的好奇

心，也引起诸多争议，但充其量只能算是一部成败参半的影片。

阿巴斯·玛斯坦坦执导的《生死竞赛》堪称去年最卖座的影片。这部快节奏的惊悚片情节曲折复杂，主要女演员卡特莉娜·卡芙、碧帕莎·芭素和萨米拉·莱迪等人在片中的表现均可圈可点。影片《欢迎光临瑟金布尔》、《阿米尔》也博得了影评家和观众的一致好评，成为印度电影业为数不多的亮点。

（刘 欣）

森警题材电视剧《绿色卫士》在京启动

本报讯 （记者梁文）近日，由武警森林指挥部与湖北省广播电视总台联合摄制的电视连续剧《绿色卫士》在北京举行了启动仪式。

《绿色卫士》通过冯子松一家三代“森警人”的情感世界和心路历程，在忠与孝、事业与情感的矛盾冲突中，凸显了武警森林部队官兵催人泪下的“火场精神”，刻画了军警男儿的壮志豪情，真实再现了新中国务林人为国家生态建设事业呕心沥血、无私奉献的精神风貌。

（新华社发）



1月5日，在智利首都圣地亚哥，中国驻智利大使刘玉琴(右)向浙江婺剧团的演员赠送礼物。当晚，中国浙江婺剧团举行了南美之行的首场演出，吸引了近万名观众观看。

（新华社发）

产业纵横

上劳动保障社会化的道路。

昭通改革的启示

昭通改革给我们的启示之一就是准确把握文化体制改革的精神实质和目的。深化文化体制改革的精神实质就是通过体制机制创新，解放和发展文化生产力，建设社会主义先进文化，最大限度地满足人民群众日益增长的精神文化需求。只有准确把握文化体制改革的精神实质和目的，才能看清昭通市文化体制改革的科学合理性。昭通市文化艺术剧院这场改革与我们目前熟知的一些经济发达、文化消费能力较强的地区的改革典型案例背道而驰，但是我们不能轻易否定其创新和科学之处。根本的原因就在于这场改革切合文化体制改革的精神实质，坚持了文化体制改革的目的。向前走一步，转制改企，走产业化道路是改革，向后退一步，回归完全公益性文化事业单位的原点，同样也是改革，与经营性文化事业单位“向前一步”的体制创新改革，具有同等价值。

昭通改革的启示之二就是改革要根据当地实际找对决定文化体制改革方向的目标市场。具体到任何单位的文化体制改革，都不能脱离该单位生存发展的客观环境，尤其是该单位所面对的目标市场。具体单位的改革，应该更多的站在满足当地群众文化消费



新年来临，浙江省衢州市柯城区沟溪乡余东村的农民画也进入旺销季节。据了解，从2004年开始，余东农民画正式开启了有特色的产业化发展之路，共有10多幅农民画被来自美国、德国、英国等国的书画爱好者购买收藏，2007年和2008年农民画还连续两次参加了中国义乌文化产业交易博览会，累计销售46幅，2008年的销售额有望突破20万元。目前，余东农民与义乌文昌文化产品经营公司签订了长期产销合同。图为余东村农民正在现场作画。

加强监管 重在建设

泰安文化市场有序繁荣

董焕芹

（如元旦、春节、五一、十一及寒暑假等），对市场管理重在“堵”，通过抓“四严”（严管、严控、严批、严查），采用“三段工作法”（节前预防重在讲、节中调度重在打、节后巩固重在防）对市场进行高频度、快节奏监控，确保市场的平稳运行。

为了确保护文化市场的平稳安全运行，泰安市还制定出台了《泰安市文化市场重大突发性应急处置预案（试行）》，对重大突发性事件从组织体系、运行机制、监督管理等方面进行细化分工，明确了职责。

为充分调动乡镇文化站（馆）工作人员及基层干部参与文化市场管理的主动性和积极性，完善壮大市文化市场管理队伍，建立起覆盖市、县、乡、村四级文化市场的管理网络，针对全市文化市场特别是基层文化市场管理薄弱的现状，泰安市制定出台了《关于在全市实行文化市场协管员制度的意见》，要求在全市文化馆站工作机构中，明确1至2名工作人员为文化市场协管员，协助各级文化行政部门监管文化市场，将文化市场监管网络延伸到了乡镇和行政村，解决了基层文化市场无人管的问题。

网吧：拒绝未成年人

值得注意的是，泰安市的网

吧诚信建设工程在一定程度上解决了网吧接纳未成年人的问题。泰安市文化局联合市教育局、市联通公司在全市开展了“学习未成年人保护法，推进网络文化市场诚信建设”的集中教育活动，向全市102所中小学发出“告别网吧，远离网吧，从我做起”的倡议书，1000余名中小學生积极签名响应，595家网吧业主为维护未成年人的合法权益，发出了“遵纪守法、文明经营”的倡议，做出了拒绝未成年人进入网吧的承诺，随后又在全市网络文化市场开展实施了“零点断网”制度和“星级网吧”创建活动，一方面从源头上杜绝了未成年人进入、网吧超时经营等不法行为的发生，为未成年人的健康成长营造了一片晴朗的天空；另一方面参照星级酒店的评选模式，对全市595家网吧实施了“星级”管理，首批评选出的12家“星级网吧”已经成为全市网络文化产业发展的一大亮点。

音像市场：保持较高正版率

为了切实抓好全市音像市场的发展规划工作，泰安市建设了市、县、乡、村四级正版音像销售网络体系。以农村为中心，实施了“15211”工程，即各县市区都设1

有话就说

在刚刚宣判的万里大造林案中，主要涉案人员陈相贵被判有期徒刑11年，不过其间法院对名誉副董事长、代言人何庆彪获得的488万元代言费是否合法却没有任何表态。1月3日，内蒙古自治

治区公安厅经侦总队负责人在接受记者采访时表示，何庆彪有还款能力，他们会加大追缴力度，让何庆彪把涉案款全部退还。而何庆彪至今仍坚持认为488万是自己的合法收入，“我们演出过100多场，付出过劳动”。他也表示，打算等待该案二审后再次决定是否在适当的时候提出申诉。

对于何庆彪坚称自己的代言费是“合法收入”，笔者不敢苟同。这是因为，从法律层面上解读这件事情，万里大造林本身就是一个骗局，属于违法犯罪活动，所有围绕它进行的一切活动也都涉嫌违法。在笔者看来，不但要追缴何庆彪的488万元代言费，还应该追究他的法律责任。他的“代言”，加剧了万里大造林违法事实的形成。

这几年，明星代言颇为走俏，但是可悲的是，一些明星不明就里，稀里糊涂地就充当了一些犯罪分子的帮凶。三鹿奶粉事件出现后，为其代言的明星就受到了公众的质疑，尽管某些明星们并不知情，可他们仍然难逃舆论的谴责。

所谓的合法收入，是指在法律允许的框架内所取得的收入，也就

是说，前提是合法。但他此次参加的万里大造林活动是违法的，为了大造声势，万里造林组委会又是请明星助演，又是大打电视广告，何庆彪的“合法收入”从何谈起？

何庆彪这个个案给当下的明星们提供了一个很好的警示：作为一个演员，一定要洁身自好，不能见利忘义，即便是参加商品代言，也要仔细斟酌，不能只要给钱便信口开河，如此不负责任，最后只能是坑了别人，害了自己。

诚然，明星是人不是神，某种程度上讲，他们也是受害者，但是，当自己所代言的商品出现问题时，明星面对义和利如何取舍也在考验着其人格和品质。著名影星葛优也曾面对过此类问题，他所代言的某种产品出现问题遭公众投诉，他的做法是第一时间退出代言费，并配合公安机关调查事情真相。这种做法得到

了公众的肯定，他的形象非但没有受到影响，相反更有人缘了。反之，一个明星如果误导、欺骗公众，还说自己没什么错，代言费也是合法收入，那么他的公众形象肯定会大打折扣。

明星代言请一定要慎重，须知信誉无价，人格无价，一旦失去了观众的口碑和信任，再火的明星也必然会受到市场的冷落。

国产原创漫画“口袋书”上市

本报讯 在1月7日开幕的2009年北京图书订货会上，出现了一系列国产原创漫画“平价口袋书”。该系列漫画“口袋书”为64开本，是近年热销的优秀原创漫画作品的小型收藏版，首批“草莓少女”和“激斗少年”系列包括客心的《未成年》、丁冰的《楼兰绮梦》、LING的《超合金社团》和于彦舒的《黑白无双》等。

在图书市场较为成熟的日本，在很多图书出版的同时，出版商会制作一批印刷精美但体积小、页面少、易收藏的平价“文库版”，即“口

袋书”。目前日本每年的“文库版”占全部书籍出版物的二分之一。但“口袋书”在中国图书市场却一度成为盗版或非法出版物的代名词。对此，该系列漫画“口袋书”的出版人金城表示，此次推出漫画“口袋书”是在对核心读者群的购买能力和消费需求进行了充分调查后，根据读者和作品定位所采取的一种市场细分策略，能有效扩大漫画书的市场覆盖率，同时也希望能借此改变之前“口袋书”的低俗形象，抵制盗版并夺回被盗版占据的市场。

（麦麦）

漫画《钢之炼金术师》推出中文版

本报讯 1月初，日本漫画《钢之炼金术师》简体中文版面市。本套漫画由日本株式会社SQUARE-ENIX授权，中国少年儿童新闻出版总社引进出版，北京中少动漫图书发行公司代理发行。

《钢之炼金术师》于2001年开始在日本少年漫画杂志《少年GANGAN》上连载至今，故事讲述

的是爱德和阿尔这两位炼金术师，由于一次违禁失误，一个失去了一条腿和胳膊，一个失去了整个身体，灵魂只能寄居在一副盔甲里。为了找回完整的身体，两人踏上了寻找“贤者之石”的旅程。该系列漫画凭借丰富的想象力，细腻的感情描写和精彩的格斗场面，赢得了漫画爱好者的好评，并先后被改编成动画和游戏。

（小马）



推进网络文化市场诚信建设教育活动得到了青少年和网吧业主的积极响应。（图片由泰安市文化局提供）

个正版音像批销中心、不少于5个连锁门店或专营柜台，在经济基础好的乡镇发展2至3家连锁门店，在小的乡镇发展1至2家连锁门店，并以此为依托，逐步向乡镇自然村辐射，要求每个新农村试点村都有1家正版连锁门店，同时积极推进“正版音像进乡村”活动，力争在2010年以前实现正版音像向农村的辐射；泰安市还以城市为依托，实施了“五进”

工程，加强对音像制品分销网络的建设，扶持发展连锁门店、连锁经营柜台，让正版音像制品逐步进超市、进商场、进书店、进报亭、进社区等与人民群众生活息息相关的场所，为消费者购买正版音像制品提供了便利。

经过一年的发展，目前全市设立的音像店已达186家，巩固了全市正版制品市场占有率居全省前列的领先地位。