

“国际文化贸易论坛2011”在京举办

中国“熊猫”如何“走出去”

本报记者 周志军

最近国内文化产业领域最热门的话题之一莫过于电影《功夫熊猫2》的热映,上映两天票房即破亿,目前其在中国的票房收入已经超过5亿元。眼瞅着好莱坞借用中国文化资源创作的“熊猫”们一次次来中国赚得盆满钵满,怎样让中国本土创作的“熊猫”更多更成功地走向海外市场,也赚个盆满钵满便成了很多国人的期待。

就在《功夫熊猫2》继续刷新票房纪录的同时,6月18日,一场以探讨中国文化产业如何“走出去”话题为主的国际文化贸易论坛在北京拉开了帷幕,论坛由文化部对外文化联络局、北京第二外国语学院国家文化发展国际战略研究院和英国纽卡斯尔大学联合举办。论坛期间,来自海内外有关文化产业及经济学领域的专家就国际化视角下中国文化“走出去”等相关话题进行了积极的研讨。

发展文化贸易迫在眉睫

根据论坛发布的《首都文化贸易发展报告(2011)》公布的数据显示,2010年中国服务进出口总额为3624.2亿美元,其中出口1702.5亿美元,进口1921.7亿美元。数据表明,中国已经成为全球服务贸易的重要国家,服务贸易呈现出开放有序、规模增长、结构优化等特点。

“地球正变得越来越小,各国的联系从来没有像今天这样密切,因此,文化在外交、贸易领域

的魅力也将越来越大。”文化部政策法规司副司长孙若风表示,在全球化以及数字化发展愈发迅猛的今天,文化产业的发展必须要做到国际国内两个市场的有效统筹,才能开创新的发展局面。为加快中国文化贸易发展的步伐,他认为,首先应该通过多层次多渠道的国际互补互动来拓宽文化建设的思维方式;其次,要通过“请进来”“走出去”,加快拓展中国文化建设空间;此外,还应通过对外文化交流与贸易,不断丰富文化建设的内涵;“发展文化产业应该在提高文化产品和服务质量,培育扩大居民和非居民文化消费的同时,树立对外文化交流的新理念,加快构建现代文化市场体系和加大拓展国外文化市场的力度。”他说。

对于政府决策部门在促进文化产业及文化贸易发展中应该发挥什么作用的问题,文化部对外文化联络局副局长于其表示,政府在制定相关的政策之初,就必须掌握好两个原则:可操作性与可评估性。“政府在制定政策前要和企业进行充分的沟通和交流,广泛听取来自一线企业的意见,否则就是纸上谈兵,出台的政策也产生不了效果。”但他认为,在加快文化贸易的发展上,政府并不是做得越多越好,而是要在一些关键点上做好引导和规范工作,给予企业有效的支持。“比如在宣传方面给文化产品和服务出口营造良好的服务环境和市场环境,在企业刚刚起步研发的时期,

以及在优秀的产品尚未形成足够的市场信心前,给予它们相应的扶持。”他表示,这其中,政府主要需要扮演好5个方面的角色,即指方向(制定出3至5年内比较稳定的规划)、搭架子(构建产业架构)、画框框(建章立制)、给银子(支持创作、采购优秀成品)以及培养人才。

南北合作:“好市场”搭配“好经验”

据了解,作为“国际文化贸易论坛2010”的延续,此次论坛在文化贸易方面的议题更为充实和深入,参会人员所覆盖的领域也更为广泛,尤其是此次英国纽卡斯尔大学的加入,使得论坛的国际化氛围更浓。据两届论坛的主办方之一、北京第二外国语学院副校长李小牧介绍:“引进英国纽卡斯尔大学也是为了引进国外的优质资源,此次合作办会不仅拓展了论坛的研讨视野,也有助于双方在文化贸易人才培养方面的深入合作。”李小牧表示,目前在北京、上海等城市,文化贸易发展非常火热,相关的产业项目接踵上马,对文化贸易专业人才的需求也急速上升。“随着文化经济全球化的发展,国际文化贸易正在成为被全球逐渐认识的新概念,急需大量从事国际文化贸易的专门人才。而对于国际文化贸易这一交叉学科、特色专业来说,必须创造性地进行人才培养,才能造就国际化、应用型、创新型国际文化贸易专门人才。”据李小牧介绍,目前,“文化贸易”已经成为北京第二外国语学院新学科专业的增长点。

英国纽卡斯尔大学文学院院长

Gerard Corsane也表示,希望借助论坛交流的机会,使中英两国的文化产业学术界和大学之间建立起很好的合作关系,在各自擅长的领域,以及城市之间达成更多的合作项目,同时他还希望通过交流在两国的文化贸易政策制定、专业人才培养方面互通有无。

而对于发达国家与发展中国家的文化贸易方面的合作,中国人民大学教授金元浦认为,双方都有着各自的优势。“发达国家拥有比较先进的发展经验和模式,发展中国家则有着令人羡慕的市场需求和潜力,加强合作交流将有助于共同发展。”据他研究分析,目前在一些发展中国家,文化消费已经成为了“刚性需求”,并且拥有了一批相对稳定的消费群体,不再只是以往发挥“口红效应”的角色。“机会往往存在于需求增长的地方,发展中国家的文化贸易、基础设施建设和需求增长速度方面都有可能比发达国家还要高。”他说。

文化贸易也要突破体制瓶颈

的确,作为发展中国家中的主力军,中国发展文化贸易的潜力毋庸置疑。然而,不容忽视的是,与发达国家相比,在人们文化消费需求日益增长以及全球化趋势越来越明显的今天,中国的文化贸易在发展水平、规模等方面尚有差距。对此,与会人士普遍认为,中国的文化贸易要想取得新的发展,除国际化、应用型、创新型国际文化贸易专门人才外,还要敢于突破区域和行政体制的一些限制,创造出新的文化产业发展业态。

在探讨中国文化贸易目前所存在的逆差问题时,中国动漫集团副总经理柳士发认为,抵制不是解决

问题的根本办法,“超越才是最好的抵制”。以电影《功夫熊猫》的成功为例,他认为,无论是动漫产品,还是其他文化产品,都应该面向市场和观众去生产,“文化产品要遵循市场规律,市场认可的才能生存下去,而那些仅面向专家的所谓‘艺术品’最后只能成为‘文化遗产’束之高阁。”他认为,艺术家和资本家不是对立的,应该成为合作伙伴,这样才能加大市场的整合力度,加快符合市场需求的精品创作速度,也只有这样才能加快中国文化产品进军海外市场的步伐。

而对于中国国粹京剧“走出去”所面临的难题,北京京剧院院长李恩杰认为,必须加快国内京剧院团的体制改革,创新业态,才能突破瓶颈和“天花板效应”,创造出更大的发展空间。他表示,目前京剧院团过于行政化的、非企业的运作方式不仅令这一传统艺术离大众的生活越来越远,也空置、浪费了其在文化产业方面更多的价值开发。对于目前京剧“走出去”的效果,李恩杰并不乐观,“境遇还不如杂技”,他分析,一方面是因为缺乏渠道,另一方面,也有国外观众看不懂,以及京剧自身宣传的问题。他建议,政府应该成立一个“走出去”的统一协调机构。当然,“演出院团也应该增强自身的抗风险运作能力。”

与此同时,“理论研究也需同步跟上”。北京第二外国语学院副院长李嘉珊在对近年来国内关于文化贸易方面的学术文献进行大量的调研分析后发现,从2004年开始,国内的文化贸易学术文献数量一直处于逐年增长的趋势,但她认为,与文化贸易的实践相比,目前国内关于文化贸易的研究仍处于一个相对较年轻的领域。

文化产业周刊

数据

普华永道近日发布了《娱乐及媒体行业2011—2015展望报告》,报告指出,2010年全球媒体收入增长率为4.6%,预计未来5年,年均复合增长率为5.7%,而收入来源将从传统平台向数字平台转移。香港方面,传统媒体包括电视和报纸仍可保持60%的广告份额,娱乐及媒体行业收入于2010年增长了10.4%,预计未来5年复合增长率会保持在7.4%。中国内地方面,内地娱乐及媒体行业在2010年增长13.9%,而未来5年年均复合增长率将达11.6%,远高于全球水平。在增长构成中,前三位为电影娱乐、视频游戏及付费电视。(来源:《大公报》)

根据福建省厦门市统计局发布的数据,去年厦门市文化产业实现增加值159.55亿元,占厦门市GDP的比重为7.77%,比上年同期的122.90亿元增长29.82%,高于厦门GDP增长速度14.72个百分点;对GDP增长的贡献率为11.58%,比上年同期提高2.91个百分点。统计资料显示,去年厦门市五大新兴文化创意服务行业实现增加值32.93亿元。(来源:《厦门日报》)

观点

遗憾的是,诚信缺失是多数赴美上市的中国互联网公司普遍存在的“软肋”。一些企业对重要信息披露不及时,缺乏信息持续披露理念,甚至总是抱着能少则少、能不披露就不披露的心态。更有少数公司弄虚作假,企图蒙混过关。然而市场经济就是诚信经济,随着中国经济的高速发展,国内文化企业到国外上市融资的步伐将会越来越快,规模也将日益壮大。对任何一家中国公司来说,加强诚信体系的建设、树立诚信第一的思维模式势在必行。事实上,真正讲诚信的中国公司在华尔街成功的范例也不少。这次华尔街集体对不讲诚信的中国公司说不,也给那些失信者敲响了警钟。(来源:《京华时报》)

这些年来,音乐产业的内容行业和销售渠道之间,谈判的时候有点像敌我阵营,大家都希望自己的利益最大化,结果谁的目标都达不到。只有内容商和渠道商之间有充分的沟通,才有可能创造出好的商业模式来。而仅靠唱片公司悲情的呐喊,根本挽救不了音乐行业的颓势。唱片工业走到网络时代,网络企业,包括大的搜索引擎门户,还有风起云涌的个人音乐网站,这些互联网企业的喧嚣虽然是种繁荣,但也掩盖不了它们自身缺少商业模式的尴尬。(来源:《中国青年报》)

地方

天津新政促文化产业发展

近日,天津市政府办公厅发布了《关于鼓励和支持天津市文化产业发展的实施意见》,将通过财政、税收、工商管理、土地、投融资和人才等系列扶持政策,促进天津文化产业实现跨越式发展,文化产业总体水平达到全国前列。根据《意见》,天津市允许内资文化产业有限责任公司注册资本延期缴付,首期注册资本可在注册登记后3个月内缴纳,其余部分在规定期限内缴足。实施海外留学人员、高校师生、科技人员等创办科技型中小文化企业注册资本“零首付”政策,放宽名称核准条件,鼓励以知识产权等智力成果出资,放宽企业住所限制。海外高层次人才来津创办文化企业,可享受国家和天津市高层次人才相关政策待遇,已加入外国籍的,可享受外国专家来华待遇和天津市对文化企业的各项优惠政策,并允许个人持股、技术入股、租赁承包、合作开发。从事文化产业的海外高层次人才和侨、华人中高级人才在国外或来津工作期间,其合法提供的国外新产品、新工艺或科研成果被采纳投产,由使用单位给予一次性成果转让费或连续3年按其产生效益的税后利润5%奖励本人,也可将其成果作价入股,参与企业收益分配。(来源:《渤海早报》)

(杨浩鹏 整理)

相关链接

《首都文化贸易发展报告(2011)》发布

本报讯 (记者周志军)由北京第二外国语学院国家文化发展国际战略研究院编著的《首都文化贸易发展报告(2011)》(以下简称《报告》)近日发布,《报告》显示,2010年北京82家营业性演出场所的演出场次比2009年增长16.45%,演出总收入达10.9亿元,比2009年增长17.8%。同时,北京地区电影票房从2006年的2.9亿元直至2010年的11.8亿元,连续4年位居全国城市票房首位。

鉴于北京作为首都的特殊地位和我国文化贸易发展现状,秉承年度报告的编撰原则,《报告》分为三大部分对2010年首都文化产业主要门类的贸易发展状况进行了详细盘点和研究,并对首都文化产业在对外贸易发展中所遇到的难题,结合实际给出了相应的建议和对策。同时,《报告》还将“北京

798创意文化聚集区需求市场及效益”“北京欢乐谷经济效益”和“北京小剧场市场需求与发展”的问卷调查与分析等具体特色项目加以融入,对2010年首都文化产业及贸易方面的数据资料进行了梳理。

《报告》指出,随着北京建设有中国特色世界城市目标的提出,借鉴国外经验,把握自身优势,推进改革创新,坚持文化引领,实行超越式的发展已经成为了一种必然。根据《报告》显示,2010年,北京82家营业性演出场所的演出场次比2009年(16397场)增长16.45%。其中,演出场次在200场以上的剧场有39个,演出总收入达10.9亿元,比2009年(9.33亿元)增长17.8%。此外,新媒体产业、首都会展业、版权业等在2010年的首都文化产业发展中也呈现出了欣欣向荣的景象。

综合资讯

30亿元投向首都音乐产业集聚区

本报讯 以中国唱片总公司为代表的7家文化企业6月19日与北京市平谷区政府签订战略合作协议,共计划投资30亿元建设国家级音乐产业基地——中国乐谷。

平谷区政府分别就高端音乐文化品牌建设、音乐产业化运营和传播服务、艺术资源、投融资平台等方面,与中国唱片总公司、北京歌华文化发展集团、北京渔阳集团等7家公司签署了战略合作框架协议,平谷区政府将为企业投资提供相应的优惠政策。

中国乐谷是首都音乐文化创意产业集聚区的简称,位于北京

市东郊平谷区东高镇。东高镇以生产提琴闻名,目前提琴产量占世界市场的30%左右。北京市政府已将中国乐谷纳入北京市“十二五”专项发展规划,成为对接北京建设世界城市的重要文化产业项目。此次签约标志着中国乐谷项目进入了正式建设阶段。

根据合作协议,中国乐谷将筹建中国唱片博物馆、中国原创音乐基地、国际民族乐团,以及雕塑博物馆、中国音乐版权交易中心和五星级音乐酒店等项目。各家企业将发挥音乐产业资源和企业资金优势,共同参与中国乐谷建设。(郭晋晖)

光线传媒瞄准创业板

本报讯 继续华谊兄弟、华策影视之后,近日又一家影视传媒企业光线传媒迈出了闯关创业板的步伐。依靠其独特的节目联播网模式,光线传媒近3年业绩实现营收增八成、净利增十倍的爆发式成长。记者出身的老板王长田间接持股5627.39万股,北京光线传媒上市后,市值有望超过20亿元。据介绍,光线传媒主营业务是电视节目和影视剧的投资制作

和发行业务。电视栏目、演艺活动和影视剧是公司的三大传媒内容产品。其中,电视栏目和演艺活动是自主制作发行,通过节目版权销售或广告营销的方式实现收入;影视剧主要是投资和发行,少量参与制作,其中又以电影的投资发行为主,收入主要包括电影票房分账收入、电视联播版权收入、音像版权等非影院渠道收入和衍生产品收入。(王亚宁)



四川成都杜甫草堂博物馆将于8月6日至10月7日,推出为期两个月的“中国(成都)诗圣文化节——夜游草堂”系列文化活动,届时游客可在夜间游览杜甫草堂,领略美丽的灯光夜景,还可欣赏到民乐演奏、茶艺表演、非遗展演等各类特色表演。图为近日杜甫草堂博物馆测试灯光并邀请部分媒体参观。

本报记者 卢旭 摄

产业时评

奢侈品消费亟待回归理性

百欣

商务部新闻发言人姚坚近日表示,我国将进一步降低进口关税,包括部分中高档商品的关税。随着中国人均GDP超过4000美元,居民收入持续增加,降低关税是大势所趋。商务部部长陈德铭此前也曾表示,由于部分境外市场没有关税、内地高档消费品产销体制等原因,导致“奢侈品国外便宜国内贵”,他个人倾向于在降低关税方面有进一步的考虑和推进。

这对于热衷奢侈品的时尚人士无疑是一个好消息,再也不用那么辛苦,坐着飞机、倒着时差,大包小包专程到海外购买“便宜的奢侈品”。笔者认为,降低中高档商品的关税,除了能吸引海外投资发行为主,收入主要包括电影票房分账收入、电视联播版权收入、音像版权等非影院渠道收入和衍生产品收入。(王亚宁)

内奢侈品的价格比海外高10%至15%是常态,有些甚至高20%。正是因为巨大的价格差异,导致了很大一部分消费者会到欧洲、美国或者我国香港等地购买奢侈品。数据显示,全球1/4的奢侈品是由中国人购买的。但调查同时显示,中国消费者60%的奢侈品是在国外购买的,去年一年,中国消费者在法国就消费了15亿元人民币的奢侈品,蝉联“购物王”,这显然对拉动内需非常不利。

有统计数据显示,中国人在国外的奢侈品消费是国内市场的4倍多,消费严重外溢。世界奢侈品协会中方首席代表欧阳坤认为,这主要是国内外奢侈品价格分离状态造成的,中国奢侈品市场目前的税率是全球最高的。行业协会此前也关注了奢侈品消费外溢的问题。中国商业联合会呼吁降低奢侈品的

相关税率,防止国内强大购买力外流。”与其国内征收高税,导致消费外流,不如降低国内的税率,将购买力留在国内。”

在法国巴黎老佛爷百货,笔者亲眼见识了国人对奢侈品的狂热,也感受到了奢侈品消费外流状况的严重。中国游客们迫不及待地冲向奢侈品柜台,其中LV、古奇、香奈尔、Prada等大牌手袋是受关注度最高的。正是因为国内与国外巨大的差价,很多中国人出国前会拉一个长长的清单,上面承载着身后亲友团的“殷切期望”。笔者看到,当中国人掏出事先准备好的所需商品样图,一款又一款,法国售货员眼中充满惊异,马上请出店里事先准备好的华人售货员,即使顾客不懂外文也可以买到满意的商品。当然,老佛爷里一些品牌为

了保证其奢侈品的成色,对顾客的消费也是有限制的。比如最受中国人青睐的LV专柜就规定,一本护照只能购买一大一小两件,大手手袋小脚钱包。但这并不妨碍有人通过借护照的方式一下子就买走三四个LV手袋。

笔者发现,国人在海外慷慨消费也是有限的。比如最受中国人青睐的LV专柜就规定,一本护照只能购买一大一小两件,大手手袋小脚钱包。但这并不妨碍有人通过借护照的方式一下子就买走三四个LV手袋。笔者发现,国人在海外慷慨消费也是有限的。比如最受中国人青睐的LV专柜就规定,一本护照只能购买一大一小两件,大手手袋小脚钱包。但这并不妨碍有人通过借护照的方式一下子就买走三四个LV手袋。

奢侈品消费回归理性,当然也需要一个过程。上世纪80年代,法国也曾刮起过一股“奢侈风”,但现如今,巴黎的香榭丽舍大街等奢侈品商店林立的地方,普通法国人的身影并不多见,使用奢侈品的人数也一直下降。一位常住法国的中国导游开玩笑说,很多法国人都开小型两厢车,而把大型豪车只卖到了中国;很多法国人用的包很便宜,而把昂贵的大牌名品都卖给中国人和日本人。

普拉达说:“我最不希望看到的事,就是顾客全身穿满了Prada。”而如今中国就如同全身穿满Prada的豪客让世界惊讶。不过,相信随着国人消费心理的成熟,国内国外奢侈品“同价时代”的到来,以及中国慈善事业的发展,中国的奢侈品消费将逐渐由狂热回归理性。