

寻找城市的文化个性和品位

——特色文化城市发展论坛侧记

本报记者 白 炜

党的十七届六中全会通过的《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》中明确提出,要“加大对拥有自主知识产权、弘扬民族优秀传统文化的产业支持力度,打造知名品牌。发掘城市文化资源,发展特色文化产业,建设特色文化城市”。

为贯彻落实党的十七届六中全会精神,研讨特色文化城市发展理论,交流特色文化城市建设经验,推动特色文化城市建设与发展,4月11日,由文化部文化产业司、河南省文化厅、洛阳市人民政府联合主办的特色文化城市发展论坛在河南洛阳举行。此次论坛是第30届中国洛阳牡丹文化节的一项重要活动,文化部文化产业司司长刘玉珠,河南省文化厅党组书记、厅长杨丽萍,以及洛阳市相关领导出席论坛,来自全国各省、自治区、直辖市和计划单列市的文化(厅)局、文化产业教育研究机构、优秀文化企业的代表共计200余人参加了论坛,代表们分别结合各地区特色文化城市建设的实践和思考发表了看法。

文化是城市的特色和标志

杨丽萍在论坛上介绍了河南省文化建设情况,并谈了对特色

文化城市建设的看法。她表示,文化是城市的灵魂,文化是城市的形象,文化是城市独特的标志,在我国工业化、城市化、信息化、全球化同步发展的今天,挖掘城市文化资源、建设特色文化城市,都决定了城市化建设中一定少不了的文化身影。发掘城市文化资源,建设特色文化城市,是摆在所有文化工作者、城市建设者面前的一个很好的课题,也是社会主义文化大发展大繁荣的重要任务之一。河南省将立足实际,认真做好文化遗产保护,科学规划和开发利用本地文化资源,延长文化产业发展链条,使特色文化产业成为新的经济增长点和支柱性产业。同时还将积极开展文化推介,参与国际文化交流,打造地方文化品牌,提高知名度和美誉度。

洛阳市委常委、宣传部部长杨炳旭表示,特色文化是城市发展的动力,它对一个城市的经济、文明、环境、人文乃至人的习惯、习俗都有重要影响。在未來城市发展中,洛阳市将围绕“千年帝都、河洛之根、牡丹花城、丝路起点”4张文化名片,坚持用社会主义核心价值观价值体系引领特色文化城市建设,深入挖掘历史文化资源,培育城市独特人文风貌,改善城

市文化环境,举办特色文化活动,发展文化旅游产业,打造知名文化品牌,建设国际文化旅游名城,不断提升城市文化软实力。

打造特色城市要注意原创性和差异性

清华大学文化产业研究中心主任熊澄宇在发言中表示,科学求同,而文化求异,这就意味着文化的多样化。今年伦敦奥运会就提出了“一个城市就是一个世界”。可以从4个角度去思考城市文化:一是地理环境。一方水土养一方人,特定的水土空间、气候差异,会造就不同的文化。二是民族、语言、风俗。三是行政区域划分。四是经济发展水平。不同的发展水平,会表现出不同阶段的特点。

如何打造特色文化城市?熊澄宇认为,最重要的是要考虑原创性和差异性,选定不同的目标、不同的方向,以原创的思路打造差异化的特色文化城市。这样才可能避免千城一面。其次,打造特色文化城市还要具有不可替代性,具有唯一性,只有这样,才能区别于其他城市。比如桂林,《印象刘三姐》就具有唯一性。“如果对于一个城市,来过的人流连忘返,没来的人心向往之,住在这里

的人安居乐业,那么这一定是有文化特色和文化魅力的特色文化城市。”熊澄宇说。

特色文化产业大有可为

山东农村特色手工艺品市场前景广阔,有手工艺企业4300余家,从业人员近200万人,总产值突破千亿元。他们生产的柳编制品、中国结、风筝等特色手工艺品,销往世界100多个国家和地区。据预测,2010年到2015年,特色工艺品市场年增幅在20%以上。国家行政学院社会和文化部副主任祁述裕用以上数据来表达自己的观点:特色文化资源利用前景广阔、特色文化产业大有可为。

祁述裕认为,各地都应努力将特色文化资源提升为特色文化产业,这一过程要具备两个条件:能够提供有特色的产品或服务,消费者愿意购买产品或服务。“为了加快特色文化产业发展,我建议尽快设立特色文化产业扶持基金,以扶持这一领域中众多的中小企业。此外,还要寻求特色文化资源与时尚的结合。”祁述裕说。

文化部将推动特色文化城市建设

文化是城市的灵魂,特色是城市的魅力。文化建设既是城

市化进程中的重要组成部分,也是城市化进程中的重要保障力量。判断一个城市的发展水平,已不能单纯看发展速度和国民生产总值,还要看城市环境和文化品位,以此来判断城市的综合实力。

刘玉珠在论坛上表示,纵观世界城市的发展历程,文化的个性和品位决定着城市的个性和品位,缺少文化品味和文化底蕴的城市,它的吸引力和魅力就会大打折扣,发展动力也会受到制约。因此,特色文化城市建设越来越受到人们的关注。它对于提升广大居民的精神文化生活、展示城市风貌、提高城市品味、支撑城市发展具有越来越重要的作用。推动特色文化城市建设,就是要传承历史文化,弘扬现代文明,发挥地域特色,大力加强以文化建设为主要内容的软实力建设,增强城市核心竞争力。中央高瞻远瞩,适时提出建设特色文化城市的任务,文化产业司也把举办此次论坛作为推动特色文化城市建设和发展的开端,并且希望此次论坛成为我国特色文化城市发展的启动器、宣传车、助推器和播种机,进而推动全国特色文化城市的建设和发展。



4月11日,香港海洋公园在上海举行推介会,向华东地区旅游业界推介新景点和新优惠措施,包括已开街的“香港老大街”和将于今年开馆的“四川奇珍馆”“冰极天地”等今年重点推介的新景点。

据介绍,近年来内地游客已占外地来港游客总数量的八成半。2011年海洋公园更是达到历史最高纪录的700万入场人次,迄今入园游客总数超过1.05亿,成为香港旅游业的重要支柱。图为香港海洋公园的知名人物“李小龙”“蝙蝠侠女”和吉祥物在推介会现场亮相。

新华社记者 任 珉 摄

景区门票跨入“百元时代” 网民惊呼“玩不起”

新华社记者 周 蕊 王 蔚

井冈山门票涨了、台儿庄门票涨了……清明小长假期间,不少景区门票争先恐后地迈入了“百元时代”,使得网友感叹秀美河山成了“玩不起的风景”。记者调查发现,景区涨价背后,除了有景区运营维护成本现实的考量,更反映出当前旅游产品结构的不合理、景区盲目的攀比心理和地方财政对门票收入的依赖。

景区门票跨入“百元时代” 网民表示“玩不起”

清明节期间,不少网民在网上发帖惊呼“门票又涨了”“玩不起了”!

有网友披露:江西省发改委3月31日公布的消息显示,实行一票制的井冈山景区门票由原130元/人次调整为160元/人次,同时实行淡季票价浮动:旺季上浮最高价为190元,淡季下浮不限。而曾经一度免费的山东枣庄台儿庄古城4月1日起正式涨价,门票由每张100元涨价至160元,一次性涨价幅度达60%。

门户网站上一项超过1000名网友参与的调查显示,认为中国景区门票“太贵了”,门票支出已经严重影响旅游热情”的网友高达

89.2%,仅有0.3%的网友认为“门票不贵,物有所值”。另一项调查显示,超过九成的网友可接受的5A级景区门票心理价位在100元以内,其中约有61%的网友认为门票价格应在60元以内。

北京网友“刘悦”说,自己临时起意想去天坛公园遛个弯儿,一看门票要35元,无法接受小时候只要5毛、1块的地儿儿现在这么贵,只得放弃。

网友“壹壹零”说,很多景区存在攀比心理,跟风涨价,现在不少名山大川门票动辄数百元,超过了很多人的承受能力,最终会影响消费者旅游的积极性,损害大众旅游权益。

近半5A级景区门票过百 高昂价格背后“三大推手”

记者调查发现,井冈山和台儿庄并不是景区门票价格高昂的孤例。统计发现,尽管有杭州西湖等不设围墙、免费向公众开放的景区,全国(不含港澳台)130家5A级景区(非淡季全票)中,近半数门票价格过百元。其中,价格在100元至200元(含200元)的5A景区占比最多,达35.38%。而包括湖北武当山、四

川九寨沟、安徽黄山等14个景区门票价格高于200元,所占比例超过一成。

中国旅游研究院与携程旅行网日前发布的一份最新报告也显示,从国内游客看,景点门票、交通费最多的游客所占比例较大,分别占21.92%、20.92%,其次才是购物、餐饮、住宿和休闲娱乐。国内景区门票花费已经成为游客出门旅游的一大开支。

业内人士指出,2007年,国家发改委曾下发通知,规定旅游景区门票价格调整频次不得低于3年,因而不少国内景区“闻风先动”,上一次门票调整时间抢在了2006年。时逢第二个“3年解禁”,各地景区开始了新一轮价格调整浪潮。

专家认为,除了景区运营维护成本等现实的考量,一路攀升的门票背后是旅游产品结构的不合理、景区的攀比心理和地方财政对门票收入的依赖这“三大推手”。

华东师范大学旅游系主任楼嘉军认为,目前旅游产品结构不合理,旅游景区发展产业比较单一,相应的旅游产业链还未完全形成也是景区产生“门票依赖”的重要原因。“游客在景区除了

产业与市场·周刊

数据

2011年四川省文化系统文化产业实现增加值270余亿元,同比增长20%。其中民营企业文化实现增加值150多亿元。(来源:《四川日报》)

目前,与中信银行杭州分行建立战略合作关系的浙江文化企业已有近20家,涉及新闻出版、文化创意、文艺娱乐等,授信总额突破50亿元。(来源:《浙江日报》)

观点

文化产业大发展大繁荣不等于文化产业的“大跃进”,许多文化企业走向市场或者是首次公开发行IPO的路子是对的,但是现在入市势头过猛,一下子有很多公司都要上市,其实很多文化企业或者跟文化相关的一些企业并不具备IPO的条件。同时,随着文化概念的日益火热,不少地区顺应国家政策方向,纷纷上马文化产业园区建设项目,这不仅是由于文化产业本身的高投资回报率,而且也是因为地方政府的大力推动导致的,在一定程度上存在集体扎堆现象。对于这两方面的热度,我们都需要谨慎应对。(来源:《证券时报》)

由于在网络环境下作者几乎无法对自己的作品进行有效的控制,未经版权人同意而上网传播虽然给网民享受网络的发展带来极大便利,但凸显出来的互联网侵犯版权问题也愈演愈烈。虽说与互联网产业发展相适应的一系列相关法律法规已经出台,但随着网络技术更新周期越来越短,新业态层出不穷,这些法律法规与互联网的发展态势存在不相适应之处。对此,完善相关法律法规,加强职能部门的监管力度,就成为护航互联网产业发展与繁荣的当务之急。(来源:《广西日报》)

地方

福建将积极吸引台资电影企业来闽

由台商投资建设电影院有望在福建各地开始运营。日前,福建省政府办公厅出台《关于促进福建省电影产业繁荣发展的实施意见》。根据意见,福建省将积极吸引台资和台资电影企业来闽设立电影机构。将争取国家有关部委支持,参照对港澳投资者在内地新建、改造影院的政策,鼓励出台允许台商在闽投资建设影院的先行先试政策。不仅如此,闽台在电影产业学术和人才方面的交流也将加强,福建省鼓励符合条件的台湾电影专业人才来闽兴业,支持省内电影企业聘用台湾专业人才。从今年开始至2015年,福建省的电影生产数量将达到每年10部以上。2012年底前,实现全省所有县(市)城区均建有一座数字影院的目标;2014年底前,基本实现省定综合改革建设试点小城镇均有数字化影厅;2015年底前,实现每个设区市都有一块以上3D银幕,全省影院票房收入达到6亿元以上。

(来源:《东南快报》)(杨浩鸣 整理)

第三届中国特色世界城市论坛探讨文化产业

本报讯 (记者于帆)4月7日,以“推进公共文化服务,建设先进文化之都”为主题的第三届中国特色世界城市论坛在北京举行。来自国内外的学者、政府代表、企业家代表等共400余人出席了本次论坛。

在论坛上,博鳌亚洲论坛国际咨询委员会委员龙永图强调,建设文化强国就要培育、发展中国先进文化的载体,这个载体是文化产业。但发展文化产业不仅靠艺术家,还需要经营文化的管理者,要遵循市场规律。同时,还需要培养具有核心价值观的公民,优秀公民是打造中国软实力的基础。文化部社会文化司司长

于群表示,文化事业的繁荣是文化产业健康发展的基础,文化产业要靠文化事业来涵养。为此,建议以法律的形式,明确各级政府的责任,避免政府在文化事业发展中的缺位,以及在文化产业发展中的越位。

中国特色世界城市论坛已成功举办过两届,通过论坛的举办产生了一大批优秀的研究成果,为北京建设具有中国特色的世界城市提供了有益支撑。此次论坛从深入研讨文化建设理论、探索文化建设长效机制、推动传统文化创新等方面深入探讨了社会主义先进文化之都的建设。

山西旅游今年将力推品牌塑造

本报讯 (记者简彪)“2012山西旅游品牌塑造年”宣传推广活动日前启动,山西省旅游局有关负责人表示,此后还将陆续启动以“我发现,晋善晋美”为主题的整体品牌传播推广活动,通过组织策划山西旅游景点发掘与评比相结合的专题营销活动,让山西旅游新品牌口号“晋善晋美”深入人心。“相信随着‘美好印象——山西十大景点全球票选’‘我在山西发现美——最美山西摄影作品征

中国乐谷地标建筑全球征集设计方案

据新华社消息 自两年前提出建设中国乐谷概念后,位于北京东部的平谷区作为中国提琴产业基地和国家音乐产业基地,其乐器制造业闻名于海内外。去年,中国乐谷进行了完整规划,今年则为项目落地年。目前,中国乐谷的地标性建筑正在向全球征集设计方案。

据介绍,今年,中国乐谷将有一系列音乐产业项目陆续落地和启动。其中,集乐器制造、音乐人工作室、音乐公司总部于一体的

集’等大型网络互动活动的陆续启动,以及积极参加各种旅游会展推介活动,山西旅游品牌将以全新面貌展现在世人面前。”该负责人说。今年初,山西启用了旅游新口号“晋善晋美”,目前“晋善晋美”的旅游主题形象塑造已初见成效。据统计,2012年春节黄金周期间,山西省共接待海内外旅游者达375.49万人次,同比增长16.72%;实现旅游总收入17.07亿元,同比增长26.22%。

音乐节展示中心将于不久后完工落成,中国乐谷露天音乐广场也即将开工,音乐创意基地和音乐工坊将于近期启动。同时,今年中国乐谷还将通过举办国际最高水准的提琴制作大赛和音乐创作大赛,吸引了众多音乐智力产权成果在乐谷进行转化和交易。并将与国内知名影视制作公司合作,建设音乐人才培养基地和青少年音乐夏令营基地。

另据悉,中国乐谷门户网站将于4月16日正式开通。(王思海)

的透明化是非常重要的,这需要第三方的介入。”

网友“钟学城”认为,对于涨价热,有关部门不能视而不见,或只是阶段性地监管,应建立长效机制,规范景点收费行为,尤其对于不正当收费应及时制止和查处,以保障旅游市场的健康发展和消费者权益。

“现在不少古镇都围起来收费,这里面的发展思路就有问题。应该鼓励游客游览古镇,在古镇品尝特色美食、购买旅游纪念品,通过这些消费来获取收入。”楼嘉军认为,除了要对一味涨价有所限制,地方政府也应改变发展思维,鼓励景区结构调整。

搜狐网友“孙伟业”认为,只有改变依靠卖门票和涨价的经济模式,才能有利于降低旅游门槛、提高出游意愿,促进大众化旅游发展。

楼嘉军建议,应加快旅游产品结构的调整,从“观光经济”过渡到“度假经济”,拉长产业链。通过发展和旅游密切相关的周边服务产业,开发休闲度假、商务会议等多种旅游类型,提供人性化的服务,才能让游客感到物有所值,形成良性循环。

变“门票经济”为“旅游经济”

专家认为,票价合理化不仅需要引入长效的监督机制,规范的不合理收费,还需要地方政府转变思维,变“小旅游”为“大旅游”。

“在中国这样一个人口大国,相对来说旅游资源是稀缺的,高品质的旅游资源更是一种稀缺资源,因而适当调价是可以理解的。”上海财经大学旅游管理系主任何建民说,“对黄山等具有垄断性的国家旅游资源来说,必须引入监管机制,景区的收入与支出