

# 网络文化建设, 风景这边更好

本报记者 周志军

在党的十七大刚刚闭幕后不久的2007年11月1日,上海巨人网络技术有限公司在美国纽约交易所成功上市;11月2日,福州网龙公司在香港创业板挂牌上市,随后5年间,国内网络文化企业上市的越来越多,国内绿色儿童网络社区的代表淘米网,网络音乐的代表巨鲸音乐、A8音乐以及网络视频行业的优酷网、土豆网……据不完全统计,目前,我国已有50家左右各种经营模式的互联网企业分别在美国和中国香港、内地上市。网络文化产业的发展自十七大召开以来,不仅在规模化、集约化、专业化等方面的水平上进一步提高,一批具有中国气派、中国风格的网络文化产品和品牌的影响力、市场占有率也不断提高,网络文化繁荣发展的良好局面逐渐形成。

## 网络游戏行业嬗变

作为我国网络文化产业的重要分支,网络游戏这一新经济概念在十七大之后表现得尤为强劲,5年间,完美时空、金山、巨人、网龙、淘米等纷纷上市,为国内网游市场上演了一出精彩的舞台剧。而企业的争相上市以及华尔街乃至整个国际风投领域对游戏概念的中国互联网公司的持续看好,也使得网络游戏当仁不让地成为了近年来各互联网企业巨头继续竞争的焦点。据文化部文化市场司网络处处长李健伟介绍,截至目前,我国网络游戏运营企业已经达到了1293家,客户端游戏扁平化、网页游戏移动化、移动游戏规范化正在成为我国网络游戏行业发展的主要趋势。

不仅是企业数量和市场规模的大幅提升,在很多人的眼中,近年来,网游行业的整体形象也在嬗变。

“网游业兴起之初,社会舆论对网络游戏最典型的批判语就是‘玩物丧志’,虽然商业上取得了一定的成功,但在口碑和文化方面,很长一段时间以来都是短板。”一位资深游戏业内人士回忆认为,转机出现在2005年,主管部门文化部开始着力扶持国产游戏产业的发展,并对行业进行了积极有效的引导和规范。为加强网络游戏市场未成年人保护工作,文化部会同中央文明办、教育部、工业和信息化部、公安部、卫生部、共青团中央、全国妇联等部门,自2011年3月1日起,在网络游戏行业全面实施“网络游戏未成年人家长监护工程”。为提高实施成效,文化部要求各地文化行政部门开展网络游戏经营单位“家长监护工程”培训考核,对工程实施情况进行调查评估;并广泛发动社会各界对“家长监护工程”进行监督,发挥好12318文化市场举报电话的作用,认真办理家长及用户举报,做到有报必查并及时反馈查处结果。

## 腾讯推出文化娱乐月度指数报告

本报讯 日前,腾讯娱乐联手艺咨咨询共同发布了《腾讯五月娱乐指数报告》(以下简称《报告》),通过微博影响力指数、热点新闻指数、新闻人物指数、热门歌曲指数、热门电影指数、热门话题指数、热门电视指数等8项娱乐指数的排名与分析,对5月国内互联网的文化娱乐行业相关情况进行了全面呈现。《报告》中的数据均源于腾讯旗下诸如腾讯网、腾讯微博、腾讯视频、腾讯SOSO等平台,覆盖了中国98%的网民,有助于数据和相对权威和精准。《报告》中提出的诸

同时,为从根本上解决游戏内容同质化问题,推进我国网络游戏原创技术的普及,降低中小网络游戏的研发成本。在文化部的推动下和中央财政资金的支持下,“游创精英”等中国网络游戏原创技术引导研发项目的开发相继启动,越来越多的网游企业开始着手研发以中国古典小说或武侠小说为主题、符合中国玩家口味的网游产品,《大话西游》、《QQ三国》、《剑侠情缘》等优秀国产网游逐渐强势崛起,技术与传统网游相结合的游戏产品理念日益受到重视。据统计,在文化部2010年审批或备案的204款网络游戏中,进口网游为28款,国产网游为176款,实现了由“中国代理”向“中国创造”的转变。到2011年,国产游戏的优势更为明显,该年度在文化部审批或备案的646款网络游戏中,进口网游仅为42款,国产网游则达到了604款,中国网游玩家的心已经被有文化的国产网游所牢牢占据。

2010年7月23日,胡锦涛总书记在中共中央政治局第二十二次集体学习时所强调的,要加强文艺评论,加强对文艺创作、生产的引导。为了加强网络游戏的理论引导,2011年10月29日,在文化部文化市场司指导下,网络游戏评论联盟在北京正式成立,随后,由联盟主办的首届网络游戏评论征文活动以及关于网游行业相关热点问题讨论的沙龙活动也相继成功举办。文化部文化市场司副司长庚祖海认为,网游评论活动从比较纯粹的理论框架的建设,深入到产、学、研结合的层面,不仅更加贴近了网络游戏行业的种种问题,也更加贴近网络游戏管理所面临的突出问题,对网络游戏的学术研究、网络游戏的研发生产和运营以及管理工作都将产生积极影响。

## 网络音乐 从技术创新走向商业模式创新

十七大以来,我国网络音乐市场用户规模稳定增长,市场规模迅速发展,市场整体版权保护状况不断改善,商业模式探索逐渐形成,对传统音乐产业的整合拉动作用日益显著,市场呈现良好的发展态势。据统计,截至2011年底,获得文化行政部门审批、具有网络音乐业务经营资质的企业已经达到了452家,网络音乐总体市场规模达到了27.8亿元。以虾米网、音悦台、豆瓣电台为代表的新兴专业音乐网站和酷我、酷狗等为代表的音乐客户端,通过应用融合、技术创新和个性化的服务等大大提升了网络音乐用户的体验感受,使用户规模进一步增加。同时,音乐和微博、在线演出、网络游戏、移动互联网等其他网络应用的融合也进一步加强。“政府对网络音乐行业的管理和引导,为优秀的音乐提供了公平、开放的平

台,鼓励了优秀作品的创作和传播,而且也使得更多的资金和人才开始进入这一行业。”巨鲸音乐CEO陈戈认为,通过政府管理所推动下的和中央财政资金的支持下,“游创精英”等中国网络游戏原创技术引导研发项目的开发相继启动,越来越多的网游企业开始着手研发以中国古典小说或武侠小说为主题、符合中国玩家口味的网游产品,《大话西游》、《QQ三国》、《剑侠情缘》等优秀国产网游逐渐强势崛起,技术与传统网游相结合的游戏产品理念日益受到重视。据统计,在文化部2010年审批或备案的204款网络游戏中,进口网游为28款,国产网游为176款,实现了由“中国代理”向“中国创造”的转变。到2011年,国产游戏的优势更为明显,该年度在文化部审批或备案的646款网络游戏中,进口网游仅为42款,国产网游则达到了604款,中国网游玩家的心已经被有文化的国产网游所牢牢占据。

为了达到规范网络音乐市场秩序、保护知识产权、增强企业竞争实力、鼓励优秀作品的创作和传播、促进网络音乐市场健康繁荣发展的目的,十七大以来,文化部坚持对网络音乐“以管理促发展”的思路,有效加强了对网络音乐市场的持续健康发展为方针,进一步推动网络音乐发展,切实落实《文化部关于网络音乐发展和管理的若干意见》精神,加强和改进网络音乐内容审查工作,切实落实《文化部关于网络音乐发展和管理的若干意见》精神,加强和改进网络音乐内容审查工作。2010年,为贯彻全国知识产权保护与执法工作电视电话会议精神,针对网络音乐市场侵权盗版现象,文化部积极联合有关部门进行执法资源整合,建立健全了跨部门、跨区域的协查机制,开展了积极有效的打击网络音乐市场侵权盗版专项行动。2011年,为推动行业自律和规范工作,文化部指导成立了由网络音乐运营企业、唱片公司、第三方机构组成的“网络音乐行业发展联盟”,在联盟框架内,国内网络音乐产业链中内容方、渠道方、运营方等各参与方搁置争议、加强合作,从行业可持续发展的大局出发,共商推进网络音乐市场的自律和健康发展。

目前,我国网络音乐整体市

场的发展势头良好,尤其是在政府的监督引导下,整个网络音乐市场正在逐步走向成熟,市场正沿着行业自律加强、版权合作逐步规范、原创内容增加、多种技术进一步融合探索等方向发展,网络音乐也必将对音乐产业的发展起到进一步的推动作用。

## 网吧行业加快连锁化进程

伴随着中国互联网的发展走过了十几年的历程,网吧行业作为传播先进文化的新途径、低收入人群主要的文化娱乐场所、信息和通信技术产业发展的重要推动力量,在我国文化市场建设和网络文化发展中一直发挥着积极的作用。尽管目前全国网吧连锁工作仍在推进的过程中,但实施连锁经营后的网吧已经步入了规范化发展轨道。据统计,截至2011年底,我国共有网吧14.6万家,终端台数达2006年初的不足5%提升至目前的近40%。经认定的全国网吧连锁企业4家,省级连锁企业232家,区域性连锁企业343家。

“十七大以来,文化部以保护未成年人为首要任务,以推进网吧连锁为重点,努力规范网吧行业健康发展,网吧市场稳定发展,网吧管理日趋规范,突出表现为‘四下降’和‘四提升’的趋势:‘四下降’就是网吧案件数量明显下降,网吧违规举报明显下降,网吧提案立案明显下降,网吧负面报道明显下降;‘四提升’就是网吧监管水平明显提升,网吧连锁比率明显提升,网吧服务质量明显

提升,网吧行业形象明显提升。”李健伟表示。

近年来,特别是2010年4月全国推进网吧连锁工作现场经验交流会议召开以来,各地结合实际进行创新,大力推进网吧连锁工作,摸索出了许多网吧成功发展的新方法和新模式,如多部门联动推进连锁的“江苏模式”,推动网吧联合经营发展的“安徽模式”、整合与整治同步的“辽宁模式”、鼓励网吧连锁管理企业参与网吧管理的“浙江模式”、以内容配送为主导的“四川模式”,以及将无违规评估指标引入连锁企业管理的“上海模式”等。在政府的大力引导和扶持下,网吧企业借助连锁优势,不断拓展业务范围,与咖啡屋、网络游戏、网络教育、演艺、租赁、电子竞技、物流配送等多个行业有机融合,推进了网吧从单一的上网服务场所向以上网为基础的多元化运用平台方向发展,网吧企业所蕴含的渠道价值、规模效应也逐渐凸显,网吧行业的投资环境逐步趋好,投资吸引力不断增强。

文化部相关人士表示,今后,我国网吧管理工作要继续完善网吧管理长效机制,规范网吧市场秩序,创造优胜劣汰、公平竞争的政策环境和市场环境,保障网吧的合法经营。同时,要坚持“政府主导、市场运作”的原则,稳步推进网吧连锁工作,通过科学谋划、合理布局,把网吧的发展重点适当向条件成熟的城郊、农村地区倾斜,填补这些地区网吧市场的空白,为缩小城乡差别、建设社会主义新农村提供文化阵地。



6月11日,在美国旧金山举行的苹果公司2012年全球开发者大会(WWDC)上,与会者参观新一代的Macbook Pro笔记本电脑。当日,苹果公司在旧金山举行的2012年全球开发者大会上发布了包括新一代的Macbook Pro笔记本电脑和iOS6系统在内的一系列新产品。(新华社发)

当“最美司机”“最美女教师”“最美妈妈”这些美好的人和事,留在网页上和网民心坎里、留在网络的空间芬芳留香的时候,人们发现,“芙蓉姐姐”“凤姐”等所谓的网络热词和网络红人早已如流星般消失……2012年,中国网民总数迈入“5亿时代”,经历了近二十载的变迁,中国互联网的主流文化也逐渐清晰起来,网络“正能量”不断积累发酵。

## 网络主流文化轮廓渐清晰

鱼龙混杂的互联网上,究竟是什么才是主流文化?

2011年“最美妈妈”吴菊萍给了网民一个答案。这位“80后”母亲面对10楼坠下的两岁娃娃临危一抱,轰动互联网。同样是“草根”、“最美妈妈”激起了虚拟社会对于真善美的强烈呼唤。吴菊萍的事迹在网上被转载了近百万次,释放出几何倍数的道德力量。

网友“燕群2010”说,吴菊萍出名了,这是网络的力量,是媒体的力量。而此出名异于“芙蓉姐姐”们的出名,从某种角度来说,在短時間內“最美妈妈”事件被广泛关注,是社会对人性真善美的渴望,“最美妈妈”当时的表现和事后的低调无不体现了普通人的、人性之美让人感动。网友还发现“最美”这个名词,不仅适用于吴菊萍,在身边还

# 我国互联网主流文化变迁观察

许晓青 周蕊 张梦洁

有数不清的“草根英雄”,“最美司机”吴斌、“最美婆婆”陈贤妹、“最美乡村女医生”钟晶、“最美女孩”刁娜,“最美志愿者”王晰味……近年来一些地方还发起了“最美”系列的网上评选,从街道社区到田间地头,人们挖掘身边的“最美”,通过网络与人分享。直到最近,黑龙江“最美女教师”张丽莉勇救学生的事迹也在网上广为流传,人们每天都在关心这位素不相识的女教师能否从手术生死线上脱险。

吴菊萍、张丽莉、吴斌等人的走红或许也有偶然,但网络主流文化的轮廓已逐渐清晰起来,那是一种群体式的崇拜,是草根英雄至真、至善、至美的心灵境界。

## 从审丑到审美: 虚拟与现实拉近距离

回首往事,“芙蓉姐姐”也感到自己“曾经的不堪”,她在接受采访时说:“我是一个‘草根’,网络给了我恶名,我现在还是要通过网络改正自己的形象。”

## 网络音频

### 不好看视频网站自制电视剧

龚宇(爱奇艺CEO)

龚宇日前对于某些视频网站重金打造自制剧评论称,与视频网站自制娱乐节目等相比,不好看视频网站自制电视剧。他表示,每个行业都有其独特的属性,视频网站自制剧与电视台的剧不在一个水平线上,没有可比性,花了大量资金,但是很难收回成本。他称,视频网站应该找准定位,做强擅长的事情。

他强调:“爱奇艺与其他视频网站最大的区别在于投入的侧重,在两方面一直坚持行业的最大投入,一是技术产品,另一个就是自制综艺节目。”

### 转战移动互联网只做自己可以做的事

陈一舟(人人网董事长)

移动互联网对每个传统互联网公司来说都是一个坎儿,这就好像农民每天种着非常熟悉的土地,突然有一天,土壤迅速地变化,地里的庄稼也就必须得跟着变了。

目前,人人网已经有50%的用户转为使用人人网的移动客户端,都是用户自己主动往上转的,没有办法。我们还算比较幸运的,至少我们的用户在转的过程中没有跑到别人那里去,还在人人网,只不过换了一个平台。我现在有50%的时间要花在移动互联网的业务上,但我也强迫自己必须只做自己可以做的事情,只想清楚了的事情,想不清楚的事情继续想,等想清楚了再做。想清楚的事情,成功率高很多。

### 深刻理解客户需求是移动互联网发展关键

张春鹏(中研博峰咨询公司资深咨询顾问)

未来移动互联网竞争的胜利属于真正进行客户生活研究、客户行为研究的企业。移动互联网企业的发展由粗放式经营日益向精细化经营转变,客户的选择也越来越多。只有真正掌握客户需求,尤其是客户的生活需求,才能满足客户、留住客户,所以企业对移动互联网客户的社会学研究越来越重要。

而通过技术的完善来满足客户感知则是另外一个关键点。要通过客户行为研究、生活研究知道客户想要的业务与产品后,还要通过技术来实现客户想要的。技术发展的方向将使客户的移动互联网感受更顺畅、更便捷、更实惠。(周志军整理)

## 爱奇艺自制内容战略升级

本报讯 (记者于帆)6月11日,爱奇艺首档自制评论脱口秀节目《以德服人》在北京启动。据介绍,《以德服人》每周将约访两位一线风云人物评析近期国内热点事件,将评论话题对准亿万网民关注的“热点事件”“热门搜索”。第一季共52期,将横跨2012年,第一期节目将于6月25日正式上线。

据了解,《以德服人》上线适逢“爱奇艺出品”战略推出一周年。一年以来,“爱奇艺出品”坚持以电视节目的规格做网络综艺节目,建立起了自制综艺节目一

周7天不间断播出的“综艺大日播”体系。作为以综艺娱乐节目切入自制领域的视频网站,截至目前,爱奇艺已成功推出近20档自制综艺娱乐节目。爱奇艺内容部高级总监高瑾表示:“当前爱奇艺出品的综艺节目每周固定时间上线播出,已经形成一套完整的排播机制。随着近期《以德服人》等节目的推出,爱奇艺将继续加大多类型综艺投入,并不断提升爱奇艺的媒体价值,彻底打通综艺节目产业链上从策划、制作、艺人合作到宣传推广的每一个环节。”

## 国家音乐产业基地A8音乐大厦建成

本报讯 6月7日,国家音乐产业基地A8音乐大厦建成封顶仪式在深圳举行。作为一座力求打造集音乐数字化、创作、发行及互联网技术研发于一体的综合性大厦,A8音乐大厦设有多个实验室、试听间等专业的音乐出版所需设施。

据了解,数字音乐产业园是由国家音乐产业基地A8音乐集团于2010年投资3亿元建设的,该项目位于深圳市南山区高新技术园南区,总用地面积

4745.49平方米,总建筑面积为52318.13平方米。A8音乐大厦预计明年投入使用,届时将有近500人的专业数字音乐从业人员入住。

A8音乐集团主席刘晓松表示,A8音乐大厦的建成,将推动、促进和聚拢更多更优秀的音乐人和作品,使中国的原创音乐在质量上有一个很大的促进,更好的帮助音乐爱好者们实现梦想,也使爱好音乐的人们可以听到更多更好的原创音乐。(白炜)

现实社会进一步交融、趋同,恰恰促使那些健康向上的价值观念能进一步发扬光大。

## 折射真善美: 互联网培育主流文化

种种迹象表明,经历近20年的砥砺,中国互联网主流文化已初具雏形,政府、媒体、民间三方共筑起互联网健康、正面、向上的力量。网络不仅是主流文化的传播载体,也是主流文化的培育之基。

近年来,我国各级政府纷纷开设官方网站和官方微博、试行网上政务公开等。截至2011年底,全国各级政府门户网站累计超过4.5万个,电子政务网站被老百姓称为“24小时不下班的政府”,仅政务微博各地累计已超过5万个,一些政府官员也热衷于采用实名制“织微博”,推动政务公开、增强透明度的同时,也大幅提高了公民参与的程度。

近5年来,以重点新闻网站为骨干,各级政府网站、知名商业网站和专业文化类网站积极参与,

共同推进网络文化建设的生动局面正逐步形成。包括新华网、人民网、中国网络电视台等一批中央重点新闻网站驶入了快速发展的新时期,这些主流媒体的网页每日访问总量已达7.2亿次,与2003年相比增长了8倍多,对主流价值观念的网上传播发挥了更积极、有效的作用。而今由主流媒体主办的网站、手机报、微博、移动客户端等层出不穷,共同构成主流文化的传播力量。

一些传媒和专家还注意到,凝聚我国主流文化的网上民间力量也正在形成之中,例如网民依托互联网发起的民间慈善项目、一些网站推出的“谣言粉碎机”等,这些民间力量聚合起来,捍卫着真善美。

北京大学新闻与传播学院常务副院长徐泓曾指出,崇善爱美的网民们心往一处想、力往一处使,就会形成一股强大的正面力量,现实生活中也会有越来越多对于真善美的追求自然流露在互联网上。(据新华社)