

让文化产业展会多些“化学反应”

——第四届中国(天津滨海)国际文化创意展交会观察

本报记者 程丽仙 文/图

8月29日至9月2日,第四届中国(天津滨海)国际文化创意展交会(以下简称“展交会”)在天津滨海会展中心举办,本届展交会以“魅力天津、文化滨海、创意未来”为主题,5天时间里,19个特色活动在9个展厅内陆续呈现。

天津滨海新区成立于2010年1月,虽然时日不长,但早在2006年,国务院对滨海新区就作出了“中国北方对外开放的门户、高水平现代制造业和研发转化基地、北方国际航运中心、国际物流中心和宜居生态型新城区”的功能定位。首届展交会于2010年2月举办,这个与滨海新区同成长的“国字头”展会,目前已逐渐成为外界了解滨海新区在国家相关政策推动下所取得的发展成就及其风情风貌的一个窗口。

扩大影响力,利他也利己

据主办方公布的数据,本届展交会参展企业近400家,其中,天津及滨海新区文化企业所占比例由上届的85%降至60%,津外文化企业占比从上届的15%升至40%,分别来自北京、上海、河北、内蒙古、河南、浙江、台湾等地。

若与国内其他大型展会比较,这些数字并不出众,但可看出展交会为实现“中国北方极富特色的国际性标志性文化节展”这一目标所做的努力以及展会渐渐显现出的吸引力。上海文化创意产业知识产权法律服务平台今年也是首次参展,展位布置简单,除了介绍平台成立背景的展板之外,就是好几摞与知识产权有关的案例报告和资讯手册,最引人注目的是一个印有“文化创意产业知识产权管理进阶”的易拉宝。“平台的宗旨是为文化企业的知识产权创造、管理、利用和保护提供系列法律服务,成立半年来,已在上海各大文化产业园区举行过多次知识产权公益巡讲。”该平台媒体总监袁媛告诉记者,“接下来想向北方拓展业务,在更大范围内开展这项公益巡讲,希望通过展交会能接触一些需求方。”

像这样带着开拓业务的目标来到展交会的津外企业并不少见,而对一些天津本地企业来说,展交会则是一个扩大知名度和影响力的好地方。主

营正版台版、港版和日版漫画的漫爵号称是“天津本地现货最多的实体店”,“其实在展会上一天卖不了多少,我们网店一天的流水最高能近两万元。”漫爵展台工作人员对记者说,参展还是为了宣传,让更多的本地人知道漫爵。

扩大影响力不仅是参展商的需求,也是展交会自身的发展需求。从2010年的“首届滨海新区(国际)工业设计成果展交会”到2011年的“中国(天津滨海)国际创意设计展交会”,再到2012年正式更名为“中国(天津滨海)国际文化创意展交会”,名称的变化显示出展交会范围的扩大。天津市滨海新区文化广播电视局局长张仁刚是4届展交会的参与者、亲历者和见证者,他告诉记者,和前三届相比,今年的第四届在内容上、布展规模上、参展商性质上以及展会对外的影响力等方面均有质的飞跃。“本次展会突出专业性、国际性、互动性、实效性,突出全产业链概念,向观众和社会最大程度呈现了文化产业的最新发展成果。”

滨海特色 > 文化+科技

到过本次展交会的观众一般不会忘记1号馆的“机器恐龙”,那其实是中国科学院自动化研究所10年的科研成果——智能技术助力大型智能机械复活工程。在本届展交会开幕式上,中科院作为参展商举办了“大型四足智能复活机械运动平台”项目发布会,通过影像、图片、模型等形式与观众互动交流,展现文化与科技互融的广阔应用前景。中科院自动化研究所科学艺术中心常务副主任张之益认为,这次展出的技术应用不仅为机器人技术、新型影像技术对人们未来生活的影响作出了畅想,同时也给科研项目的产业化应用带来了新的机遇,具有非常重要的价值和意义。

确实,在科技高速发展的今天,文化产业如果仅靠政策和资金的支持,却没有科技的内涵和技术支撑,将可能面临停滞不前甚至倒退的危险。科技与文化产业之间如何互相促进?本届展交会不仅给普通观众提供了大型模型

的直观展示,还为专业观众和企业方准备了一场“头脑风暴”——数字科技助推文化产业变革与发展高峰论坛,邀请国内文化与科技行业学术专家、知名企业、科技领域专家就文化企业与科技相融合之道、开辟文化企业发展新方向、企业如何利用科技核心增强企业竞争力等问题进行了探讨。

从滨海新区的“文化与科技融合的示范基地”这一角色来看,展交会的这些内容显现出了典型的“滨海特色”,但滨海特色并不仅限于此——当夜幕降临,展馆闭门谢客,附近时尚天街的“声浪音乐节”拉开序幕,现场乐队的演出持续至晚上11点多。

“今年注重展交会与周边产业融合,从单一办展变成调动滨海文化资源共同参与的全方位办展。”张仁刚告诉记者,“通过整合形成以展交会为核心,集合滨海港湾艺术节、沙滩艺术节、时尚天街音乐节等娱乐活动的新型展会模式,让群众享受到滨海新区开发开放的成果和丰富的精神文化生活,打造滨海文化新模式。”

动漫成为主角

综观本届展交会,会发现动漫相关活动内容占比重大,除了六大国际漫画节综合展区、天津滨海中国原创漫画展、动漫周边衍生品展销区等静态展示外,还有如中国动漫品牌峰会、国家动漫素材库平台上线、第一届漫神杯Cosplay精英赛、50位漫画家“放飞梦想”主题创作、漫画名家签售等活动。为何如此?其原因不仅在于本届展交会的

策展人之一陈维东自身是一位漫画企业经营者和漫画活动家,更因为天津滨海新区在我国动漫产业发展格局中的独特“地”位——2011年5月,位于滨海新区中新生态城的国家动漫产业综合示范园正式开园,这是文化部与天津市政府的重大合作项目,也是双方落实中央精神、推动动漫产业发展的重大举措。

“从建成到现在已有3年,在扶持动漫产业发展上,除了其他园区都有的一般性政策之外,我们特别注重一些关键点,比如通过原创漫画大赛和漫画展览等探索如何创意‘土壤’更肥沃,以此聚拢创意人才和企业。”天津生态城动漫园投资开发有限公司总经理张浩表示,要在各个关键点上帮助企业慢慢形成实力,当企业打造出品牌时,园区的品牌自然随之形成,实现双赢。

“土壤”也被陈维东所强调,“展交会好比一场连下5天的大雨,而‘土壤’即举办地必须提前有所准备,做好产业集聚的接应工作,政府负责‘将土刨松’,企业备好各种储水容器,否则,雨水落地即流,达不到‘润物’效果。”陈维东告诉记者,“如果办展仅仅只是把一年中的成果摆出来展示给大家看,那只是物理反应型会展,不能满足文化产业发展的需要。未来的文博会展应该是化学反应型会展,让汇集来的各种资源、要素在合适的环境中彼此碰撞,发生反应,迸发新的生命力。就本届展交会而言,我们可以说是脱掉鞋子踩进泥土里——从观众出发,让他们切实感受到文化创意成果对生活的影响和改变。”



本届展交会上,中国科学院自动化研究所展示了10年的科研成果——智能技术助力大型智能机械复活工程,所展出的大象头部机器造型,象鼻会跟随参观者的手势灵活转动。

产业与市场·资讯

边巴唐卡艺术个展798开幕

本报讯(记者周志军)9月1日,勉唐派唐卡画师边巴个人唐卡艺术展在北京798艺术区白玛梅朵艺术中心正式开幕。展览展出了边巴唐卡绘画生涯中的20余幅精品,突出展现了边巴对于唐卡绘画创作在当代艺术环境中新的表达方式的探索。参观中,不少观众发现,在边巴的唐卡作品中,佛祖菩萨被代之以藏族少女形象,佛教法器变成了横笛、吉他等乐器,曼荼罗坛城上飞出了神火火箭,地球上也有佛的慧眼在注视着天下众生……

据了解,勉唐画派是近代影响最大的唐卡绘画流派,以呈现出纯粹的本土画风以及浓郁的民族色彩见长。边巴从17岁开始便跟随西藏勉唐画派唐卡大师贡桑朗杰学习唐卡,并曾参与

了长达10年的布达拉宫维修工程,以及此后的百余座寺庙古建壁画的修复工作。2006年,边巴的唐卡创作开始有了相对独立的风格,开始引入当代艺术的表达方式,并引起了国内外藏家的关注与收藏。“我希望通过自己的创作,能够让世界上各个文明和宗教背景的人们更容易认知和接受唐卡艺术。通过感知藏文化元素和符号的艺术魅力,从而产生兴趣再探索其源头,真正推动藏文化的传播。”边巴认为,当代艺术的思想性,是当下唐卡绘画艺术创新所急需的,只有融入更多时代特色创作出来的唐卡作品才具有更强的生命力。

本次展览将免费向公众开放至10月13日。

动画片《少年关羽》立项

本报讯 8月30日,由天津祺祥文化创意有限公司出品的动画系列片《东方之神关公——少年关羽》立项发布会暨关公文化研讨会在天津举行。据了解,该片投资方天津长城影视动漫投资有限公司邀请了动画片《兔侠传奇》总制片人董法昌、周超,制片人鲁旭和国际发行人唐铭基加盟本片制作。

该片选择彩塑关公作品为原型,借助具有时代感的形象讲述了一个世人

盛大游戏:预计三季度手游环比增50%

本报讯(记者周志军)根据盛大游戏近日发布的2013年第二季度财务报告,今年第二季度,盛大游戏净营收10.85亿元人民币(1.76亿美元),净利润3.74亿元人民币(6060万美元),环比增长52.9%,同比增长21.4%。盛大游戏CEO张向东对此表示,盛大游戏延续了前几个季度的成功,在手机游戏方面取得了重大进展,受《百万亚瑟王》在中国地区的强劲表现,预计接下来的第三季度,盛大游戏

的手机游戏收入将环比增长50%,同时实现收入占比超过10%。

张向东表示,手游已经成为盛大游戏目前的重要战略,随着产品线中30多款手游的陆续推出,公司未来的收入来源将得到进一步扩展。但与此同时,盛大游戏仍将继续关注客户端网络游戏业务的进展,继续吸引客户端网游玩家并储备高品质游戏产品,并已经为未来几年准备了强大的该类型游戏产品线。

打造主题公园的文化影响力

木岩

当前,文化产业已经成为首都经济的重要支柱和新的增长点,作为全国文化中心的北京,如何推动文化产业水平及核心竞争力的提升成为业内广泛关注的话题。《北京市国民经济和社会发展规划“十二五”规划纲要》明确提出:“着力培育具有战略支撑作用的文化服务功能区和不同特色的文化创意集聚区。”这为北京文化产业发展提示了方向,也使得各类主题公园的走秀出现分化,一些优质主题公园在政策引导下开始着手通过各类专题性文化活动逐步建立起了属于自己的文化影响力。

8月25日,2013北京欢乐谷狂欢节落下帷幕,这场从6月29日开始、历时58天的异域风情派对横跨整个暑期,共吸引了来自全国各地的92万名游客,日均游客人数近1.6万人,周末及节假日日均游客人数突破2万人,夜场人数也有突破性增长。透过这些数据我们发现,在推动文化与科技、市场、旅游相结合方面,欢乐谷已经走出了自己的路子,成为值得国内文化旅游行业研究的重要模式之一。

节庆文化植入主题公园

近年来,政策利好背景下的中国文化产业进入了欣欣向荣的高速发展

时期,然而,繁荣背后仍暴露出后劲不足、创意匮乏等症。各类主题公园作为国内文化产业的集中缩影,大众娱乐生活的重要场所,引起了各界的广泛关注。据业内人士介绍,当前中国主题公园的发展瓶颈已经不仅仅局限于单纯的创新升级,而是在高举“文化植入”和“科技创新”两面大旗的同时,如何契合当下社会发展趋势?这也成为了文化旅游项目面临的全新课题。

基于对主题公园行业的多年经验积累,北京欢乐谷在建园初期便确立了以节庆文化为核心的园区活动模式。北京欢乐谷摸准游客心态,全年打造了百艺闹春欢乐节、国际时尚文化节、欢乐谷狂欢节、国际魔术节、万圣欢乐节和冰雪狂欢节六大年度主题活动。而在六大活动的大主题下,针对每个小的活动又都会推出相应的主题,环环相扣、节节创新的创新使游客在任何时间和心境下光顾北京欢乐谷,都可以感受到特别的游园氛围,游客的所见所感不再是游乐设施的简单堆积,而是深入生活细节的人文情怀。源于生活又回归生活,细节之处的不断完善不仅让北京欢乐谷的文化创意扎根落地,也为游客带来了独特

的体验。

此次狂欢节期间,北京欢乐谷邀请了来自亚、非、欧、美、澳五大洲的200余名中外专业表演者:来自巴西的十余位桑巴舞者带来了原汁原味的桑巴舞和电臀PK挑战赛、古巴哈瓦那五人乐队带来了充满浓郁加勒比风情的传统拉丁音乐……每一项活动都围绕展现火辣奔放、无拘无束的狂欢节文化进行,以期在调动游客情绪的同时,把狂欢文化如同符号一般,植入每一位游客的美好记忆中,从而在园区和游客之间连接起一条坚实的纽带。

演艺节目保持高品质

一个成功的活动必须具备品牌影响力,当活动模式成型后,便需要在不断丰富活动内容的同时,进一步强化其品牌效应。

作为北京欢乐谷的年度固定活动,六大活动自建园7年来从未间断,并且规模一届胜于一届,形式一年比一年新颖,吸引的游客数量也逐年增长。“常做常新”是北京欢乐谷员工经常挂在嘴边的一个词,这和北京欢乐谷确立的经营理念密不可分。据了解,为了充分落实“常做常新,常玩常新”的经营理念,北京欢乐谷保持每三

年至少3亿元的投资用于建设新的游乐设施以及打造新的娱乐产品,每年保证3000万元的资金用于园中各项设施的修缮翻新。据悉,投资5亿元打造的北京欢乐谷三期将于2014年正式开园,新开园区面积5万平方米,其中包括了大型室内环球漂流项目“欢乐世界”、全景互动式家庭娱乐体验馆等。

同时,北京欢乐谷一直保持演艺节目的高品质。一方面从外部引进优质演艺资源;另一方面建设由明星俱乐部、极限俱乐部、街舞俱乐部、魔术俱乐部及动漫表演基地组成的“四部一基地”,培养自身内部的原创演艺力量。为保证呈现出原汁原味的狂欢节文化,北京欢乐谷多次邀请巴西、乌克兰、古巴等国家的多名大牌演艺明星前来为狂欢节助兴。

目前,主题公园行业在国内的发展时间并不长,很多受众对其的认知仍旧停留在传统的游乐园阶段。而随着欢乐谷“活动品牌”战略逐渐取得成功,一条属于主题公园差异化发展的模式正越来越成熟,这不仅为未来的欢乐谷赋予了独特的竞争力,也为国内的文化旅游产业提供了一个可以参考的案例。

产业与市场·周记

数据

美国知名社交网站Facebook最新发布的一份报告显示,近来,各国政府都对该网站的用户数据表现出了极大的“关心”。仅今年上半年,Facebook就收到了来自各国政府的2.56万份用户数据请求,其中有1.1万至1.2万份请求来自美国政府,大部分与绑架、抢劫等犯罪调查案件相关。与以往相比,该数据请求的数量呈上升趋势。Facebook表示,公司回应了其中79%的请求,并表示只有在政府的数据请求“达到很高的法律标准”时,才会提供相应的用户数据。(来源:快鲤鱼)

荷兰音乐行业组织NVPI近日发布财报称,荷兰唱片公司今年上半年的整体营业额约5800万欧元,同比增长1.9%,实现了12年来的首次同比增长。分析显示,流媒体服务是该增长的重要驱动力。荷兰流媒体音乐服务在今年上半年的营业额为1570万欧元,同比增长131%,占唱片公司同期总营业额的27%。就流媒体音乐服务和下载音乐的数字音乐市场总体而言,今年上半年总营业额为2400万欧元,同比增长60%。(来源:新华网)

观点

把文化产业发展到农村去

近年来,文化产业日益成为我国一个广泛关注的热门课题。但是,许多人对于文化产业的关注更多着眼于城市,很少关注文化产业在农村的发展。事实早已证明,把文化产业发展到农村去是完全可能的,而且对于推进新农村建设意义十分重大。

事实上,在中国这个古老的国度,特别是西部、中部、东部的广大农村地区,像少林寺这样的文化资源很多。如张艺谋在山西省祁县乔家大院拍摄的电影《大红灯笼高高挂》、在广西朔编导的山水实景剧《印象·刘三姐》都是如此,它们都带来了相关产业的繁荣发展,为这些地方经济社会加快发展创造了一个独特的机遇。如果各地能够有意识地如此运作,对于新农村建设一定是一个极大的推动力。(来源:《中国社会科学报》)

国内影视行业凸显投资价值

未来中国影视行业投资发展将呈现以下趋势:一是产业链条延伸优化收入结构。即以作品创作为源头,涉及文化产业、制造业、工业、服务业等各个行业形态。二是未来行业并购将会风起云涌。中国影视行业在2012年迈开了海外并购的重要一步,通过收购、控股、技术引进和直接投资等形式,更多的国外电影公司开始参与到中国影视产业的制作环节。未来行业并购将会风起云涌,但是并购之后能否有效文化融合、实现效益值得关注。三是互联网时代,大数据将与内容创作相结合。但需注意的是,大数据不能代替创作者创作出好的影视作品,因此如何在利用大数据精准预测与分析的基础上奉献给观众高质量的影视作品才是影视制作人需要思考的问题。四是合拍片将增强海外市场票房竞争力。五是新媒体将助推影视版权交易与营销发展。这是因为新媒体视频不受播放时间限制,对内容提供商来说存在着巨大的市场空间。(来源:《2013年中国影视行业投资研究报告》)

地方

合肥首次就文化产业单独出台政策

《合肥市支持文化产业发展若干政策(试行)》(以下简称《文化产业政策》)即将出台,26条“真金白银”政策将助推文化产业大发展。这也是合肥市首次就文化产业单独出台政策。据介绍,此次合肥市专门设立了文化产业专项资金,预计今年资金需求约2500万元。凡是在合肥市区域内注册、纳税,主体税种在合肥市缴纳,且申请项目在本市组织实施的,具有独立民事责任资格、自主经营、独立核算的企业,均可申请专项资金支持。

在四大产业政策修订的基础上,《文化产业政策》增设了相关奖励条款,其中特别放宽了企业注册条件。凡组建集团,其母公司注册资本可降低至500万元,母公司和子公司的注册资本综合可降低至1000万元,子公司数达到3家即可。为支持文化企业发展,对在合肥市登记注册的企业投资拍摄电影、电视剧、广播剧,电影在院线公映的,每部一次性奖励50万元。同时,在合肥市注册的演艺类公司原创舞台剧进行国内商演,年演出场次超过40场的,可获50万元的一次性奖励。在合肥市年组织剧场(剧院、奥体中心)演出活动12场以上的文化中介机构或文化经纪人,将分别奖励10万元、5万元。(来源:《合肥日报》)

苏州设立创投基金扶持传统文化产业

近日,由江苏省苏州市财政局、苏州市文广新局和国发创投共同发起设立的文化产业创投基金正式成立,首期规模达1.5亿元。该文化产业基金将致力于培育吴门画派、刺绣、苏雕等苏州本土特色文化产业,保护和推动苏州文化产业健康发展。另据了解,2012年,苏州设立了苏州市文化产业担保基金,为7家文化企业提供融资担保1.4亿元;今年4月,苏州创意博览会实现总交易额15亿元。(来源:《光明日报》)

(周志军 整理)