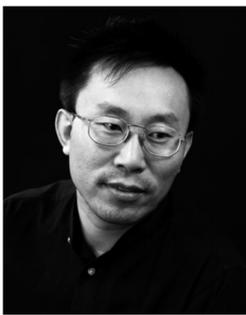


# 2013 文化产业年度人物

## 闫贤良：文化领域标准化的推动者

**上榜理由：**身为中国艺术科技研究所标准研究中心主任，闫贤良身上承担着多项有关文化领域标准化的国家级课题研究。他曾提出“文化产业分类体系”“文化事业分类体系”“现代文化市场体系”等标准化分类，在学术界引起较大反响。2013年，闫贤良又提出许多重要观点，进一步推动标准化科学和标准技术在文化领域的应用，先后发表《公共文化服务要做“事”不做“势”》，倡导公共文化服务标准化；《文化和科技融合的三大重要战略》，提出文化和科技融合对“文化创新”和“科技创新”的战略意义，就文化和科技融合下的文化产业发展路径提出“算术经济”“乘法经济”“裂变经济”发展模式；《基于哲学意义的审美标准化》，从标准化的角度揭示了品质、品格、品牌的内在规律和关系……他所提出的诸多前沿性的观点，为文化产业理论研究和实践提供了新思维。



长期以来，闫贤良以文化人的情怀、科技人的严谨在文化领域标准化研究的道路上探索，他对标准化科学和标准技术在文化领域的应用有着独到的见解，他的理论研究涉及我国文化产业、公共文化服务、非物质文化遗产保护、演出安全等多个领域。作为全国宣传文化系统“四个一批”科技人才，闫贤良在文化建设的大潮中，持续发挥着文化科技工作者的光和热。改造传统文化产业、培育新型文化业态，我们需要更多这样的文化科技人才。

**点评：**以往人们对科技的态度，在某种程度上导致了文化和艺术在行业分工中的弱势地位——文化让科技边缘化的同时，科技也让文化边缘化了。而在新时代背景下，科技对文化发展的重要推动作用越来越受到人们重视。

## 钟伟鹏：文化产业园区创新推手

**上榜理由：**过去的2013年，深圳F518时尚创意园园长钟伟鹏忙得不亦乐乎。其出品的深圳宝安区首部原创动漫电影《圣龙奇兵大冒险》在全国公映，投资开发的大型奇幻网页游戏项目《幻城勇士》在腾讯游戏平台正式运营，策划已久的“深圳设计创意总部大厦”项目获批，入驻园区的企业规模再次更新。



的、完整的产业链，并最终将F518打造一个有影响力、有产品支撑、有管理服务模式输出能力的国内一流的文化服务运营商。

面对全国如火如荼的文化产业发展浪潮，文化产业园区的发展方向 and 格局定位对处在拐角期的中国文化产业具有重要的支撑作用。在这个需要创新的过程中，钟伟鹏和他的“F518模式”值得肯定和鼓励，文化产业的可持续发展也需要更多的钟伟鹏和“F518模式”。

作为深圳独具特色的文化产业园区，F518时尚创意园自2007年开园以来，连续6次担任深圳文博会分会场，吸引了众多文化创意组织慕名而来，交易项目涉及文化科技、文化金融、文化旅游、影视动漫等领域。

**点评：**F518时尚创意园在短短6年时间里迅速成长为一个成熟、有活力的园区，很大程度上归功于园长钟伟鹏创新性的管理模式。在F518园区建设过程中，他坚持创新、重视创意，通过汇聚国内外文化创意设计资源，将文化、技术、产品、服务和市场通过创意元素有机地结合起来，进而构筑起一条独有

## 王向荣：石雕“鼎立”，雕刻时光

**上榜理由：**在2013年11月举办的第二届中国(惠安)国际雕刻艺术品博览会上，通过鼎立艺术馆开馆典礼、问石——中国当代国际石雕艺术邀请展、“三摩地·石创”新品发布会和石雕玉雕品牌高峰论坛等活动，“鼎立”之名一时广为人们所知。“三摩地·石创”是鼎立雕刻集团自2011年开始筹备打造的石雕艺术新品牌，目前已研发创作完成了“十二生肖唐装、旗袍”“惠女”系列数百件作品，并已取得国家外观设计专利和版权保护；而艺术馆既是国内外雕塑艺术家进行学术交流和艺术展示的平台，也是传播石雕艺术的美育基地和教学实践基地。



不惑的王向荣成长于民间艺术石雕世家，承袭父辈又转益多师，“让艺术灵魂融入石雕，让石雕艺术融入生活”，是他做精做强惠安石雕产业的全新理念。成立雕刻艺术研究所和艺术馆，打造石雕艺术新品牌、与院校建立密切合作，均可视为他“让艺术灵魂融入石雕”的实践，至于“如何让石雕艺术融入生活”，王向荣也已找到了答案，我们不妨拭目以待。

**点评：**从1999年创办鼎立雕刻集团，到2013年鼎立艺术馆开馆，福建人王向荣对新时代石雕艺术商业模式的不懈探索终于有了一个着落点。年逾

## 杨凯：倡导品质生活

**上榜理由：**2013年，由杨凯创办并领导的99艺术网迎来了10周年。经过10年的发展，99艺术网已成为目前中国最具影响力的艺术门户网站之一，集艺术网络媒体、艺术品品牌营销、艺术品电子商务三大平台于一体，月访问量逾450万，访问人群遍布亚洲、欧洲、北美，与1000多家美术馆、画廊、拍卖公司、博览会、艺术机构等达成战略合作。在杨凯的带领下，2013年，99艺术网不仅作为特邀媒体对洛杉矶艺博会、威尼斯双年展、巴塞罗那艺博会等全球最重要的艺术盛会进行全面报道，还充分利用北京、上海、成都工作团队和网络媒体平台、微信公众平台等自媒体平台，并整合各种社会资源，在线下成功策划并主办了“首届中国民营美术馆发展论坛”“第四届中国艺术品市场高峰论坛”等活动，推动中国当代艺术品市场的发展，并邀请著名艺术史研究专家吕澎主编并出版了大型文献“中国当代艺术家个案研究”系列丛书，在艺术理论界产



生了重大影响。  
**点评：**文艺青年出身的杨凯，充满艺术理想主义情怀，在烧钱的艺术圈经营着一个更烧钱的艺术网络平台。十年风雨、十年历程、十年如一日，如若没有社会责任，杨凯创办的99艺术网就无法坚持走到今天。“艺术生活，贵在品质”，这是杨凯提出的理念，如他所说，传播艺术精英的思想，普及中国网民和艺术爱好者的艺术知识和艺术修养，让中国民众学会欣赏和消费艺术是一种品质生活方式，更是一种社会责任，这是他、也是99艺术网企业推崇的价值观和奋斗目标。

在2014年的第一期报纸上，《中国文化报》“文化产业年度人物”再次与您见面。

在刚刚过去的2013年，我国文化产业领域不断取得新进展。十八届三中全会提出要“建设社会主义文化强国，增强国家文化软实力”，再次明确了文化产业的战略地位，凸显了国家对于文化软实力的重视，行业的长期向好趋势愈加明朗。

在此背景之下，我们评选出2013年度的文化产业人物，涉及动漫、艺术品、演出、文化科技、影视、互联网上网服务业等多个领域。在这些入选人身上，我们看到了中国文化产业人的见地和品质。或许，这些人并不能代表整个行业的方方面面，但他们却是行业发展的亲历者和见证者，从他们的故事里我们可以看到中国文化产业10余年来的缩影；或许，这些人不够“土豪”，没有动辄惊人的大手笔，但他们却善于厚积薄发，在文化领域深耕细作，用足够的耐心脚踏实地地经营企业或专注于学术研究；这些人中的一些甚至没有响当当的名头，但他们对文化的坚守、对艺术的执着、对理想的追求，让人们对文化产业的今天和明天充满信心和希望。

大浪淘沙。在文化产业大发展的浪潮中，弄潮人要懂市场，更要懂文化，要会传统营销，更要会现代金融，要把握现在，更要着眼未来。回首文化产业发展创新的10余年，当昔日文化产业四个大字背后的光环慢慢褪去，我们终将明了产业的发展还是要靠这些持续耕耘、不折不扣的实干者。而我们多年来坚持以对产业真正产生影响的标准推荐年度人物，不为外界喧嚣所扰，唯愿这些真正为产业发展做出贡献的人得到关注，共同成就文化产业的辉煌。

## 肖寅：中国互联网上网服务业领航人

**上榜理由：**从1998年开始创办上海网鱼网络发展有限公司至今，肖寅在互联网上网服务行业已经打拼了超过15年。15年来，行业大起大落，从最初的暴利时代走向微利时代，再步入转型升级时代。这期间，不少曾经雄心壮志的网吧从业者因为这样或那样的原因退出了这个行业。难能可贵的是，肖寅一直坚持了下来，带领着网鱼网咖成功从1.0模式转型到了2.0模式，并且正在积极探索3.0模式。如今，在上海，每16个常住居民中就有一个是网鱼网咖的会员；每一天，开设在北京、上海、广州、浙江、江苏、深圳、青岛等地的160余家网鱼网咖直营门店顾客的上网总时长相当于8.7年；每一年，网鱼网咖门店至少服务1240万人次。在成功开拓国内市场的基础上，拥有计算机终端过万台，管理人员千以上的网鱼网咖还加快了海外拓展的步伐，很快，在美国和澳大利亚的网鱼网咖门店也将开张营业。肖寅的创新和坚守不仅令网鱼网咖成为互联网上网服务行业的标杆企业，也让更多从业者看到了转型升级的希望。



**点评：**肖寅在这一行业中15年兢兢业业坚守，这其中除了热爱，还有他对这一行业的深度认知和自信。正如他自己所言，“看不起这个行业就是看不起自己”，本着对自己和对行业的信心，无论是在别人一窝蜂抢食暴利的时期，还是在市场日益萎缩、经营艰难的时期，他都能一如既往地保持冷静、积极追求，不抛弃不放弃。尤其是在不少人觉得行业已经开始走下坡路，是“夕阳产业”的时候，网鱼网咖用自己全新的方式为这个行业注入了新的活力，在多方面为国内互联网上网服务行业的转型升级和再次出发提供了一个扎实的有效的借鉴。作为文化部授予的优秀网络文化企业、上海市第一家具有连锁网吧资质的民营企业，网鱼网咖的愿景是：“成为中国网吧行业的领航者。”而网鱼网咖给自己设定的使命是：“创造健康快乐的网络生活，引领行业向健康、快乐的方向发展。”这也是这一行业当前和未来努力的方向。

## 张昭：互联网时代的电影业旗手

**上榜理由：**签约张艺谋，发行《小时代》，完成首轮融资……过去的2013年，张昭和他的乐视影业很忙，一次次引爆着中国影视产业的焦点话题。目前，乐视影业已完成融资2.5亿元，公司估值达17亿元。据预计，乐视影业2013年票房将达12亿元，公司增速达100%，攀升至民营影视企业中的第三位。



乐视影业创立两年以来，CEO张昭全力建设的O2O市场模式已经显示出强大的行业影响力，该模式由“一定三导”(定位、导航、导流、导购)和“五屏联动”组成。在全球电影产业都面临互联网冲击的当下，张昭和他所创办的乐视影业“一定三导”O2O市场模式，把中国电影的核心受众从近6000万影院观众移向6亿互联网网民，其影响力甚至波及大洋彼岸的好莱坞，张昭也被好莱坞主流媒体誉为“中国电影产业文艺复兴的旗手”。

**点评：**两年前，张昭从如日中天的光线影业总裁的位置上离开，高调加盟了乐视，并创立了乐视影业。经过两年来的厉兵秣马，张昭在2013年全面出击，在市场中检验自己最初为乐视影业确立的互联网道路。在互联网时代，电影行业面临着全链条式的系统

创新。有着丰富互联网和影视行业经验的张昭将这两者糅合在了一起，对于拥有互联网基因的乐视影业，张昭一直用“以用户需求为核心”的互联网思维来进行系统创新，不仅靠互联网卖电影，而且从采用剧本、决定题材开始，甚至上溯到投资环节，都是“全互联网模式”。张昭为乐视影业注入了自己独特的互联网基因，在为乐视影业不断创造着利润的同时，也为中国传统的电影行业带来颠覆性改变。根据张昭的理论，传统影视业和他口中的“互联网影视业”最终必将重叠为同一条跑道，而张昭这一年的蓄力，也使得乐视影业的后发优势逐渐凸显。

## 张燕鹏：确立手机动漫高起点

**上榜理由：**2013年可谓是中国手机动漫基地的“丰收年”：全年业务收入超过10亿元，带动产业收入约200亿元；主办了“动漫英雄”系列活动，通过中国原创星、中国COS秀、中国好声音三大赛事在20个省市开展了22场选拔活动和47场校园迎新；率先启动渠道、CP双优对接合作模式，借此优化互联网渠道、CP以及动漫基地之间的分工协作及收益分配，目前已有33家渠道参与合作，预计可带来4500万元的点播收入；而正在建设中的、占地300亩的集美动漫产业园区，预期目标是亚洲地区最具规模的手机动漫产业园区，可望形成“以中国移动手机动漫为中心，汇聚数个国家级通信设备与终端厂商技术研发中心、聚集百家信息服务提供企业”的局面。



动通信分局副局长开始，到2000年底至2003年初主持中国移动通信集团福建有限责任公司市场经营部工作，再到3年前执掌中国移动手机动漫基地，凭借在移动通信建设、维护及市场运营领域20多年的实践经验，张燕鹏在动漫基地成立之初就提出了“构建全新的发行平台、培育全龄的动漫文化、打造全赢的创意产业”三大愿景，打造“手机动漫化、动漫手机化”的产品体系，奠定了手机动漫业务高起点的发展道路。10亿元、200亿元，正是“全新、全龄、全赢”的有力证明。

**点评：**成立于2010年的中国移动手机动漫基地是厦门“新丁”，而出生于1968年的中国移动手机动漫基地总经理张燕鹏则是一位老厦门，二者关系很像新媒体与传统动漫。之所以没有出现水土不服和代沟问题，张燕鹏功莫大焉——从1994年任厦门邮电局移

## 马维理：引领文物古籍科技保护

**上榜理由：**古籍文献除尘修复工作、展柜无线网恒温恒湿控制系统、文物保护物联网系统……这些大家不甚熟悉的设备和技术正在博物馆、图书馆的文物古籍保护与修复工作中发挥着重要作用。而这些技术的研发与应用离不开马维理和他的郑州枫华实业有限公司不懈地探索与努力。



自2001年首度与故宫博物院合作研发国内首台具有国家发明专利的中国字画及纺织品清洗装置，郑州枫华实业在马维理的带领下，逐渐在文物保护与修复技术领域开拓出一条道路，取得了骄人的成绩。作为中国国家博物馆协会认定的文物古籍修复技术中心和生产基地，目前郑州枫华实业拥有3项发明和25项实用新型专利。2013年，这些专利产品已经普遍应用于中国国家博物馆、中国国家图书馆等300多家博物馆、图书馆、档案馆，成功修复和保护文物古籍的案例不胜枚举。

**点评：**评选马维理为2013年文化产业年度人物，不仅因为在这一年他

带领郑州枫华实业取得的文物古籍修复和保护工作方面的突破，还在于他十年如一日地对这一领域的坚守和付出。十几年前，由于看不到我国文物保护科技有效供给不足，出于对文物保护修复现状的担忧以及个人对文物的喜爱，马维理在看不到任何商业前景的情况下，毫不犹豫地承担起这项科技研发重任，并用经营其他公司挣来的钱维持这个研发项目。从马维理身上，我们看到的是一个文化商人的敏锐、魄力、文化坚守和担当。而在当下这个物质至上的时代，马维理的这份坚守和担当更显可贵。

## 刘岩：崇尚颠覆的互联网“手艺人”

**上榜理由：**他是中国互联网早期创业者，也是中国最早的视频网站创业者之一。创办于2006年的六间房一度是中国最大的视频分享网站，但2008年的金融危机令其跌入谷底。2009年，刘岩带领公司探索网络演艺模式，重构网络视频内容和关系链条，开辟出一条“视频+关系”的“秀场”新模式，并在随后的2010年，全力转向社交视频与在线演艺，当年即成为网络视频行业首个实现盈利的企业。如今，六间房拥有签约艺人超过3万名，每日在线演艺时长达1万小时以上，月度活跃用户近8000万，月度营收超过3000万元，访问量保持100%的增长……“低调、不爱做广告、不爱炒作”的刘岩用扎实的企业发展数据向业界“高调”亮出了自己在实现内容与关系变现上所获得的成功。



**点评：**作为国内社交视频行业发展的见证者和推动者，刘岩创办的六间房所缔造的“秀场”模式，构建了一个全新的互联网社区关系体系，深度掘金互

联网“粉丝”经济，令社交视频的潜力和价值逐步显现，并为众多“草根”群体提供了持续稳定的收入来源和上升通道。同时，作为文化与科技融合的代表性企业，六间房也为陷入低谷的传统音乐行业 and 演出行业注入了新的活力和发展契机。用刘岩自己的话说，他是在“用手艺人的心态做互联网产品和服务”“要用互联网思维重新架构视频网站的商业模式，做颠覆行业的手艺人”。我们也相信，崇尚“颠覆”的刘岩不会让六间房一直靠现有的模式生存下去，不停思考创新、不停尝试、不断创业是他不变的想法。

## 《蒋公的面子》：校园戏剧的“奇迹”

**上榜理由：**《蒋公的面子》无疑是2013年最为火爆的一部戏。这部投入不足5万元的“小戏”，在过去的一年时间里到北京、上海、武汉等十几个城市演出百余场，票房近千万，所到之处，反响强烈。不仅如此，这把火还烧到了大洋彼岸，在美国洛杉矶、休斯敦、华盛顿等几个城市连续演出10场，收获好评一片。值得一提的是，这部讲述民国时期3位教授要不要去赴蒋介石之约的戏，竟出自非专业剧团——南京大学文学院之手。毫无疑问，未来演出市场将因为校园戏剧人的加入而变得更具有活力且丰富多彩。这也是我们将《蒋公的面子》作为一个群体形象入选年度人物的原因。



**点评：**剧本入选“人民文学之星”剧本奖，演出被评为十大文化新闻之一……《蒋公的面子》赢得诸多肯定与称赞。温方伊的剧本厚重有辩证、吕敬平的导演拿捏有度、演员的表演

生动到位。这部出自校园的“小戏”带给我们的不仅是惊喜，还有许多反思。当一些专业剧团还在思考着如何用华丽的舞美和知名的演员吸引眼球时，它已经用真诚和质朴打动观众；当一些业界人士还在用专业的眼光审视校园戏剧时，它已经用票房和口碑证明实力。  
戏剧学教授说：“这部戏创造了校园戏剧演出的奇迹，给当代戏剧的发展路径提供了启示。”资深剧评人说：“这部戏为戏剧挣回了面子。”