

2014年中国文化产业指数发布

本报实习记者 高庆秀

排名	综合指数	生产力指数	影响力指数	驱动力指数
1	北京 82.1	广东 83.9	上海 84.7	北京 83.5
2	江苏 81.1	江苏 80.8	江苏 84.6	辽宁 81.5
3	浙江 79.7	山东 80.8	北京 83.6	青海 80.3
4	广东 79.6	北京 79.1	浙江 83.6	宁夏 80.1
5	上海 78.8	浙江 78.3	广东 79.7	西藏 78.9
6	山东 77.7	四川 76.8	湖南 79.0	江苏 78.0
7	辽宁 77.2	上海 76.1	山东 78.1	浙江 77.1
8	河北 75.2	河北 75.7	江西 77.6	山西 76.5
9	湖南 75.1	河南 74.9	辽宁 76.5	河北 76.5
10	江西 74.2	辽宁 73.8	安徽 76.3	上海 75.4

近日,由中国人民大学和文化部文化产业司共同主办的第六届“文化中国:中国文化产业指数发布会”在北京举行。本次会议发布了《中国省市文化产业发展指数(2014)》和“中国文化产业指数(2014)”。相比往年,今年文化产业指数的发布承载着特殊的意义:在中国经济转入新常态以来,中国文化产业经历了哪些变动?面临着怎样的发展机会?未来的发展方向和着力点在哪里?中央和部委密集出台多项支持文化产业发展的政策效果如何?对于这一系列问题,作为重要的参考依据,文化产业指数给出了一定的解答。文化部文化产业司司长吴江波在发布会上表示,这两项指数描绘了各省文化产业现状和发展趋势,从城市文化产业整体发展和文化消费两个维度展示了我国文化产业发展实力和影响,对各地政府部门推动文化产业发展各项工作的开展具有一定指导意义。

中西部地区文化产业发展潜力大

2014年中国省市文化产业发展指数包括综合指数、生产力指数、影响力指数和驱动力指数4个方面。总体来看,与去年相比,我国区域文化产业综合发展格局基本未变,各省综合指数排名有小幅变动,河北、湖南、江西挤进全国前十名;生产力指数全国排名变化较小,东部地区凭借丰富的文化资源、资本以及人才投入,在前十中占据八个席位;影响力指数排名有一定浮动,前十名的省市中,除了湖南、江西、安徽外,其他均来自东部沿海发达地区。值得注意的是,驱动力指数排名前十位的省市中,有将近一半出自中西部地区,而且,青海、宁夏、西藏三省区进入驱动力指数前五名。

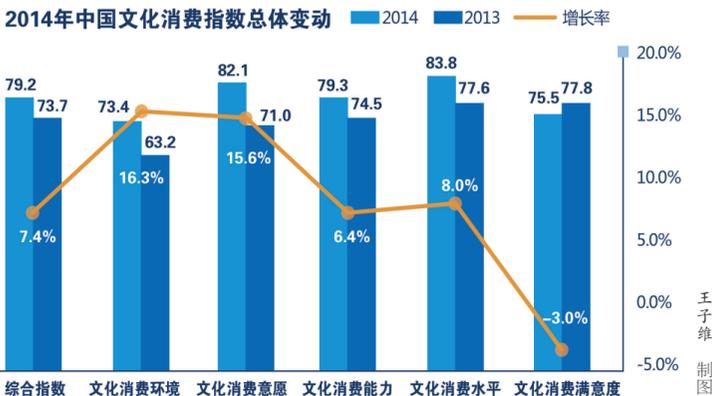
中国人民大学创意产业技术研究院

院长彭翔表示,中西部地区文化产业的崛起部分来自于内生性动力。“以前,中西部地区经济发展缓慢,丰富的文化资源,包括一些独特的少数民族文化资源,并没有转化成文化产业发展的动力。而今,随着我国经济重心的梯度转移,中西部地区文化产业获得了与经济同等的发展机会。相比而言,东部地区文化产业体量较大,文化资源开发较早,‘百尺竿头更进一步’要比中西部地区文化产业由低到高级的发展困难得多。”

除了内生性动力以外,外部政策的推动也是中西部地区文化产业崛起的重要原因。去年,国家提出建设丝绸之路经济带,其范围覆盖我国新疆、青海、广西、云南等西北西南多个省区。业内人士一致认为,丝绸之路经济带战略将使沿线国家与地区的文化产业迎来大合作、大发展的黄金时期,并形成我国西部地区文化产业带;今年3月,文化部、财政部联合发布了《藏羌彝文化产业走廊总体规划》,这是我国第一个国家层面的区域文化产业发展专项规划,涉及西部七省区核心区域藏、羌、彝等少数民族人口超过760万人,覆盖面积超过68万平方公里;8月,文化部、财政部又联合发布了《推动特色文化产业发展的指导意见》。这一系列政策都通过顶层设计和促进着中西部地区文化产业发展。

文化消费满意度不高

“中国文化消费指数(2014)”是在历时6个月,覆盖全国31个省市的文化消费专项调研数据基础上,综合《中国统计年鉴》、《中国文物统计年鉴》等客观数据,经过系统计算和分析得出的,包括综合指数、文化消费环境、文化消费意愿、文化消费能力、文化消费水平、文化消费满意度等6项指数排名。



从各项指数得分情况看,我国文化消费整体情况优于去年。其中文化消费环境和文化消费水平有较大提升,但是文化消费满意度不升反降;从区域来看,东部地区文化消费整体优于中西部地区,文化消费水平和消费能力等优势明显,但是文化消费满意度和文化消费环境方面并不存在此优势。在文化消费环境和文化消费满意度两项指数中排名前两位的是宁夏和海南。

对此,武汉大学国家文化创新研究中心主任傅才武分析,文化消费作为一种体验性较强的活动,会受到地域文化、个人偏好等多方面因素影响。“文化消费满意度不高一方面来自于居民对文化产品的质量要求提高,另一方面可能来自于文化消费环境的影响。比如说在北京,居民想去观影,可能还要考虑天气和路况不适合出行、能不能买到合适时间的票等因素。”

另外,在本次文化消费指数调研中还发现,在国内外文化产品偏好方面,国内的游戏更受欢迎;最受文化消费者欢迎的五大行业是电影、电视广播、图书、期刊、杂志,网络文化活动,文化旅游。由此可以看出,报纸杂志、电视、图书等传统文化产品依然是居民主要偏好的文化产品,但网络文化活动等新兴文化产品也逐渐得到消费者的认可,呈现明显的上升趋势。而且,随着文化旅游热和艺术收藏热的兴起,旅游和艺术收藏分别位列文化消费支出和市场成长空间排名的首位。

文化产业科技创新能力低

目前,我国文化产业尚处于初级发展阶段,在全球价值链中处于中低端环节,迫切需要转型升级。对此,吴江波表

示,中国文化产业正向着成为国民经济支柱性产业的目标稳步迈进,在加快产业结构调整和发展方式转变、促进文化发展和繁荣等方面发挥着越来越重要的作用。但与此同时也应该认识到,我国文化产业发展还存在着整体规模偏小、产业链不够完整、集聚效应不明显、知名品牌少、高端创意人才缺乏等问题,文化产业提升质量效益、加快转型升级的内在需求日益突出。只有破解了这些困难和问题,才能进一步推动文化产业健康快速发展。

业内人士一致认为,促进文化产业转型升级的一个重要途径是促进文化产业与其他产业的融合发展,比如文化产业与设计、创意等产业的融合,尤其是文化产业与科技的融合。党的十八大报告中提出,要促进文化和科技融合,发展新型文化业态,提高文化产业规模化、集约化、专业化水平。但记者从课题组了解到,作为文化产业统计指标之一的文化产业科技创新指数得分并不乐观。

衡量文化产业转型升级的内在动力主要包括3个指标:内容创新、商业模式创新和科技创新。由于前两项指标很难通过量化收集数据,而科技创新可以通过企业科研经费投入、高技术职称人数等4个指标进行精确量化。因此,在一定程度上,文化产业转型升级的动力主要通过文化产业与科技产业的融合程度。“这两项指标的得分一直都很低,去年的得分是66.9分,今年是68.2分,这是整个统计指标中得分最低的一项,这个指标得分低说明文化产业转型升级还有很长的一段路要走。”课题组相关人员表示。

产业资讯

中国电视院线联盟成立

本报讯 日前,以“影响中国电视 共赢院线未来”为主题的中国电视院线峰会在北京召开。由北京歌华有线牵头,上海东方有线、天津有线等全国三十余家省市有线电视网络公司共同发起成立“中国电视院线联盟”。

据介绍,今年年初,北京歌华有线首创“电视院线”公共文化服务项目,以“好影片+低价格+后付费+在家看”的方式,为

北京地区超过400万高清交互用户提供国内外高清影院大片。而今,“电视院线”品牌栏目即将走向全国,目前已经开始在天津进行落地的部署工作,预计将于2015年1月在天津率先上线。

光线传媒有限公司总裁王长田表示,从此,电影版权又多了一个销售渠道,观众又多了一个收看选择,而这也让电影制作者和投资者未来获得更大的收益。(蔡萌)

第六届民族文化产业论坛在京举办

本报讯 (记者于帆)12月28日,由中国传媒大学、联盟中央法治委员会等联合主办的第六届中国民族文化产业论坛在中国传媒大学举办。

中国民族文化产业论坛常设组委会执行主席兼秘书长陈悦认为,在全球化全媒体时代,提高国家软实力、提升国家话语权,都要建立在民族文化国

际传播与文化产业全球推广的基础之上,同时还需要参与国际规则的制定以及国际法体系的建构,保障民族文化产业在国际竞争中的合法权益。此外,中国传媒大学国际新闻研究所所长刘笑盈等人分别从国际传播、文化理论、政策形式及海外竞争等不同角度阐述了中国民族文化产业的发展现状与方向。

《向阳花开》:“不可预见的青春”年末上映

本报讯 12月31日,由安钧璨、陈乔希主演,刘宁执导的青春爱情电影《向阳花开》全国公映。

该片由北京华百灵国际传媒有限公司和深圳市唐嘉洪文化发展有限公司联合出品,中影数字电影发展(北京)有限公司和北京拾月国际影视文化传媒有限公司联合发行。

影片主题为“不可预见,只可

遇见的青春”,讲述摇滚歌手欧阳飞(安钧璨饰)和朋友高峰、大兵、宝宝组成“飞鸟鱼”乐团在深圳各大社区与商场演出。一次公益活动,由于一场闹剧,他认识了佳美(陈乔希饰),后来成为一对难舍难分的恋人。这场邂逅、相识、相恋不仅体现了男主角在追寻音乐道路上的转变,也体现了当年轻人的生活和精神状态。(舒弥)

第四届中国纪录片学院奖最佳创新奖空缺

本报讯 (实习记者高庆秀)日前,由国家新闻出版广电总局指导,中国传媒大学主办,中国纪录片研究中心承办的第四届“光影纪年——中国纪录片学院奖”颁奖典礼在中国传媒大学举行。中国文联副主席徐沛东、中国传媒大学党委书记陈文申、校长苏志武等出席本次盛典。颁奖典礼上《棉花》、《高三十六班》、《互联网时代》、《营生》等14部纪录片获奖,最佳国际传播奖和最佳创新奖空缺。

为了顺应纪录片的技术发展,颁奖典礼特别设置了“新纪

穿越”和“新纪录片时代”两个环节。其中,“新纪穿越”是以网络数字动画的形式总结近年来纪录片的发展历程,展望纪录片发展新趋势;而“新纪录时代”环节则用一个短片向观众展示新技术带来的记录片视角的变化。

值得注意的是,今年纪录片学院奖奖项设置依据国内纪录片类型化发展的趋势有了新变化,除最佳评委会奖、最佳长片奖、最佳新人奖等13个传统奖项外,本届学院奖还新增了最佳纪录片电影奖、最佳系列纪录片奖、最佳网络纪录片奖3个奖项,充分鼓励各类型纪录片的发展。

自制剧《废柴兄弟》第二季开播

本报讯 (记者于帆)日前,由“80后”编剧尹琪打造、爱奇艺自制的喜剧《废柴兄弟》第二季开播会在北京举行。该剧集第二季仍由《废柴兄弟》原班人马打造,延续第一季的爆笑风格。

《废柴兄弟》通过7位所谓的

都市“废柴”在中央商务区一间办公室的爆笑“拼租”故事,展示了随时代变迁而产生的全新生存方式和乐观的生活态度。

据了解,未来爱奇艺将不断优化《废柴兄弟》的品牌,挖掘其IP价值,第二季《废柴兄弟》同名手游和电商也即将上线。

《水中的童话》:教儿童保护环境

本报讯 (记者苏丹丹)日前,《水中的童话》在北京举办了新书发布会。本次活动由联合国环境规划署指导、新华社《中国名牌》杂志社主办。据悉,《水中的童话》是国内首部专门针对水环境问题,征集儿童图画作品所制作的中英双语图书。

据主办方介绍,本次环保图画征集活动通过5篇没有预设结局的童话故事,为少年儿童介绍

了河流污染、海水赤潮等较为常见的水环境问题。自9月启动以来,《水中的童话》环保图画征集活动收到了来自北京、山东、河南、山西等多个省市的数百幅儿童环保画作。

很多家长和老师表示,本次活动巧妙地运用了绘画这种寓教于乐的教育形式,在号召孩子们动手动脑的同时,也潜移默化地将保护环境的使命植根到他们的脑海中。

“助学·筑梦·铸人”征文系列活动评选揭晓

本报讯 日前,由全国学生资助管理中心、中国银行和中国青年报社主办的“2014年度‘助学·筑梦·铸人’主题征文系列活动”在北京交通大学举行颁奖典礼,典礼现场揭晓了征文活动最终的评选结果。

据介绍,自10月中旬启动以来,主题征文活动共收到来自1173所高校的参赛作品10万余

件,包括7795件图片作品。最终,来自东北师范大学的张国娟获得特别奖。此外,还评出征文奖131件,图片优秀奖50件,86家单位获得活动组织奖。

全国学生资助管理中心主任张光明说,“助学·筑梦·铸人”活动将资助和育人相结合,好比予人玫瑰,手有余香。(宏澜)



12月26日至30日,结束了西安、深圳等城市的巡演,《大河之舞》20周年纪念版来到北京,亮相北展剧场连续演出5场。据悉,《大河之舞》此轮巡演包括国内24个城市。此次演出版本是《大河之舞》结缘中国12周年的特别版本,看点颇多:首次增加女子群舞片段,之前反响热烈的“俄罗斯片段”也再次回归,其中的男女双人大回旋、四人飞旋博得观众阵阵掌声。此外,纪念版还重新制作了舞美、灯光、服装,舞台效果更加华美、艳丽。有数据显示,从2003年至今,国内现场看过《大河之舞》的观众人数超过60万人次。

本报记者 苏丹丹 摄影报道

探索中国动漫品牌的价值根源

熊健

被授权商,帮助被授权商扩大市场份额,提升品牌的市场影响力。

动漫形象应用图库的重要性及产品设计对市场发展的必要性,是艺洲人设计总监陈浩昕和香港 Sesign Polygon 设计室合伙人黄志佳的讲授重点。对动漫形象版权而言,不是有了版权作品和动漫形象就可以开展授权工作,而需要建立一个丰富的应用图库,该图库既要有故事性,还要有产品性和潮流性,并且要随着市场发展每年增加新内容。黄志佳还以变形金刚产品设计过程为例,使大家了解到怎样在影视作品生产早期就邀请工业设计团队加入动漫周边产品开发,提出好的衍生产品建议,帮助版权方扩大作品的市场收益。

在具体操作层面,孩之宝大中华区总经理仇涛对一份授权合同应该包括的所有条款以及不同公司可能涉及的政策进行了详细阐释;智师公司首席执行官陈伟明介绍了版权授权行业的现状和未来发展趋势,在卡通和娱乐这些开展授权业务的品类之外如何拓展版权收益,以及如何将受欢迎的动画片延续下去等;中信建投高级副总裁狄斌斌和

深交所综合研究所副主任研究员王晓津则站在创投公司审核企业和交易所服务企业的角度,让我们了解动漫公司在不同阶段应该如何去筹措资金拓展业务。

对于这些课程内容,大家感觉很新鲜也很有意义,非常实用,不仅开阔了眼界,对行业有了新理解,也意识到自家公司所存在的问题,有的学员一边听课一边制定自己的下一步计划。

除了课堂学习,高研班学员还参观了两家企业,一家是专业从事婴童用品贸易、研发、设计、制造、销售的外向型企业——宁波妈咪宝贝婴童用品制造有限公司,产品涉及婴儿推车、婴童床、汽车安全座椅等100多个系列,年生产能力300多万辆,畅销100多个国家和地区;另一家是由Hape国际控股集团、德国贝乐多玩具有限公司、荷兰 Heutink 教育集团共同出资组建的宁波欧蒙教育用品有限公司。

据介绍,Hape国际控股集团是全球最大的木制玩具生产厂家,总部位于瑞士卢塞恩,由彼得·汉斯丹始创于1986年。这次参观让我们感受到德国人办企业的执行力和细节:一到公司,我们100多人被分

成了4组,每组由一名工作人员带领,参观了车间流水线、仓库、办公室、样品间等,每个参观流程都有专人讲解和演示。车间内非常干净,所有木屑都被吸尘设备处理,并进行沉降净化处理,仓库内的原材料库、成品库在计算机系统的帮助下高效完成原料进出、成品进出以及各环节的质量监控工作。

在高研班的尾声,大家对10天的学习、参观进行了交流和分享。本届高研班学员大多是各企业的董事长、总经理和副总经理,大家平时忙于工作,很难聚在一起,也很少会抬头看大市场、大趋势、大未来,更少去思考每一张漫画、每一帧动画对于动漫人的意义。

通过这次学习,我们看到了自身和优秀国际动漫品牌的差距,了解到一个优秀IP可以为企业、为市场、为社会做出贡献,深感中国动漫人的价值和责任。希望通过学习交流加强合作,做强自己的企业,做出自己的品牌,让中国动漫品牌能屹立于世界之林,从中国制造走向中国创造。

(作者系京华书媒文化传播有限公司副总经理、本局高研班副班长)