

立足本土 着眼全球

甘肃华源文化产业集团:做中华文化国际贸易的探路先锋

郭建民 张 蕊

甘肃华源文化产业集团始创于1993年,是以文化产业为主、多元化经营的股份制企业,是文化部2004年第一批认定的“国家文化产业示范基地”。经过20多年的艰苦创业与改革创新,集团已发展成为西部文化产业行列中极具实力、影响力、原生动力和发展潜力的产业化、规模化、外向型企业。其经营范围涵盖文化产业项目投资,文化资源开发,对外经济、文化贸易、投资,文化创意产品设计、生产、销售,文化创意产业园区规划,文化产业孵化器建设、运营,文化艺术人才培养,数字影院建设,演出经纪,旅游及宾馆服务等众多领域。



集团董事长朱小勤调研市场



集团总经理张蕊调研市场

举步创新,发展壮大 传统产业大放异彩

2000年,甘肃华源文化产业集团率先实施全国文化系统第一例股份制改造;2003年,集团发展模式被文化部编入首部《中国文化产业典型案例选编》;2004年,集团建成西北第一家国家五星级电影院——兰州东方红影城,并同期被文化部命名为第一批“国家文化产业示范基地”;2010年,实现集团化战略重组,正式由过去的兰州市文化实业发展总公司更名为甘肃华源文化产业集团有限公司,注册资本9000万元。

10多年来,集团通过改制重组、经营积累,探索出一条文化产业内涵式发展的新路子,成为全国文化体制改革的典范,以超常规的速度实现了传统产业各个领域的跨越式发展,成绩斐然,殊荣诸多。

从1997年到现在,集团已累计为全省培养艺术人才接近40万人,其艺术考级培训全省市场占有率达到90%以上。除此之外,每年由华源文化产业集团举办的西部音乐大赛已经成为例行性年度赛事,成为西部广为人知的文化品牌。其中,仅2015年大赛参赛人数就达6000多人,这种由民间机构举办的大赛涉及面之广,影响力之大,前所未有。

作为西北第一家五星级影城,东方红影城对甘肃电影市场的繁荣和发展起到了引领和带动作用。影城票房收入从建成初期的年度100多万,到现在年度票房达到千万,10年增长了10倍。已累计为250万人次提供了丰富的电影文化大餐,大大丰富了人们的文化生活,成为兰州市精神文明建设的主阵地。

2015年初,集团创办了甘肃省第一家文化创意产业孵化基地——华源·兰州文化创意产业孵化基地。孵化基地依托公司总部和甘肃兰州的文化区位优势,旨在聚集一批优秀的文化产业链关联企业,采取“孵化一批、成长一批、走出一批、再引进培育一批”的动态管理模式,帮助中小企业快速发展,孵化有一定实力和潜力的中小文化企业协同发展。基地建成后已先后有20多家企业入孵,提供就业岗位近120个,经营项目涉及策划、设计、广告、影视、动漫、会展、艺术交流等领域。入孵企业相互关联、资源共享、优势互补、体系完善、高效运转,协同发展方向日趋成熟。

近日,由华源文化产业集团投资、创



华源·纽约东方创客活动现场

作的长篇纪实文学《马殿选传奇》即将出版发行。这部26万字的文学作品,以甘肃历史题材“甘南民变”为主线,讲述了中共地下党员、红帮头目马殿选组织发动武装暴动的故事。该书多角度、全方位地描写了革命先烈在护法运动、红军过境、甘南民变、地下斗争中作出的重大贡献。公司拟在文学创作的基础上,进行剧本改编、创作,向影视制作等产业领域延伸。

除重点主营业务外,集团的宾馆、旅游、投资、物业等多元化经营项目也保持着持续、稳定的增长态势,为集团外向型拓展提供了有力的支撑和保障。为了将西部资源优势转化为产业优势,长期以来集团根据自身发展和外部环境,确定了未来发展战略为“资源—市场”战略,即立足西部丰厚的文化资源,挖掘、整理、包装、推出具有甘肃特色的优秀文化产品,与东部发达地区及发达国家先进的创意、设计、技术、制造、经济、消费、市场等优势相结合,为甘肃省文化产业发展构建完整的产业链条。

外向发展,抢占市场 着手海外三大平台建设

“将中华优秀传统文化传播海外,仅仅依靠形式上的展览交流是不够的。如何打通、搭建真正顺畅的贸易渠道,以促进文化消费的形式使得华夏文明在海外落地生根应当是外向型文化企业未来思考的发展方向。”华源文化产业集团董事长朱小勤经常跟同事们这样分享自己的体会。在整合区域文化资源、巩固传统主营业务的基础上,华源文化产业集团早在2012年就着手海外文化贸易、创业孵化、投资商务等三大平台的建设。

2012年至2015年,华源文化产业集团积极响应文化“走出去”的国家战略,调研开拓海外文化市场,先后在纽约设立了“东方文化”(Eastern Culture Corp.)国际交流机构、“华源国际(美国)投资有限公司”(Huayuan International (USA) Investment Co.Ltd.)等四家公司,开展了一系列富有实效的文化交流、服务、贸易、投资等活动。其中,组织兰州牛肉面饮食行业品牌企业赴美考察纽约餐饮文化、邀请美国纽约国际合作高中16人交流团来甘进行文化交流等活动呈现诸多亮点。

打造文化贸易平台。2015年,首届“东方·西方+”年度丝绸之路艺术节在纽约联合国总部隆重举行。这场为期一个

月的艺术节,以“西出楼兰”为主题,围绕丝绸之路文化,以哥伦比亚大学跨界艺术论坛、艺术展览、交响音乐会、公益慈善艺术酒会等形式搭建了交流平台。此次艺术节旨在为促进丝绸之路文化国际交流与推广,为中国“一带一路”战略营造和谐、友好的文化氛围。以“西出楼兰”为主题的丝绸之路艺术节是集团公司精心策划的丝绸之路系列国际文化交流与推广活动的序幕,是甘肃本土企业推动丝绸之路文化艺术走向国际社会的成功尝试,也是中国文化企业第一次在西方发达国家举办为期一个月的艺术盛会。

2016年4月14日至17日,由兰州市人民政府主办,城关区人民政府、兰州市文化和旅游局、甘肃华源文化产业集团承办的“中国丝绸之路艺术精品展”将在美国纽约正式亮相。华源文化产业集团在全国范围内整合一大批高端的文化产品,包括临摹壁画、雕塑、苏绣、国画、油画、漆画、剪纸、唐卡等八大门类。目前,200余件高端展品已先期运抵美国,另整合300余件衍生产品,总计500余件、价值高达1000多万美元的精美展品即将亮相纽约艺博会。“中国丝绸之路艺术精品展”实现了甘肃省对外文化贸易零的突破。

华源文化产业集团经过多年在海外艺术品市场调研,探索认识到:中国优秀的文化产品,不能仅仅停留在文化交流的层面,而要参与到市场中去,要采取走出去,走进去,扎下去的模式。为了给优秀的地方民间民俗文化产品寻找一条国际销售渠道和贸易平台,集团公司在最近开展的一次文化扶贫、探访考察活动中与甘肃省天水市武山县商务局对接,深入企业、农户,筛选了一批具有地方特色的非遗产品——玲瓏剔透的鸳鸯玉“夜光杯”,朴实无华的麻编手工艺品“武山麻鞋”,将作为第38届纽约艺博会“中国丝绸之路艺术展”参展作品进入美国高端艺术品市场。同时,集团公司高层管理人员现场与苏州创博会组委会沟通对接,推荐武山鸳鸯玉夜光杯参展4月底在苏州举办的文化创意设计产业交易博览会。目前,合作意向已初步达成。

2016年,集团公司海外机构将与美国纽约时装周合作,开展纽约·敦煌时装设计大赛活动,为实现西部优势文化资源与世界知名运营平台合作,也为甘肃省文化资源优势转换成产业优势进行有益的尝试和探索。

打造创业孵化平台。2015年底,集团公司海外机构与美国棕榈道创投基金以及纽约华人创业家协会共同合作,在纽约成功建成美国东部第一家由华人设立的创业孵化平台——华源·纽约东方创客,成为甘肃省首家在海外设立分支机构的文化企业。

作为全美第一家以“科技+文化”为主题的创业孵化和文化贸易平台,东方创客在短时间内高效汇集了美国一批包括金融、文化、法律、技术、互联网等众多领域的高端创业奇才。同时,东方创客已经和美国纽约创业学院、纽约媒体实验室、纽约科技聚会、纽约中央科技、XRC实验室等众多著名的、历史悠久的纽约本土创业平台进行了横向的无缝链接,成为了美国创业者了解中国市场的平台和窗口,也为中华文化走出去提供了一个更加广阔的海外智力、科技、信息平台。

打造投资商务平台。2014年,集团充分利用多年来在尼泊尔积累的高端人

脉资源和交往平台,在尼泊尔设立“尼泊尔骋壹科技有限公司”,多批次组织国内文化、旅游、电力、光伏等行业和基础设施建设企业对尼泊尔进行了深入、广泛的考察、调研。期间,与尼泊尔政府高层官员进行了多次会晤对接,了解了尼泊尔投资政策、投资环境等基本信息,为国内“一带一路”战略的实施做了大量基础工作。目前,公司已就组织国内几家著名光伏企业赴尼泊尔建设太阳能电站等项目与尼泊尔政府初步达成投资意向,该项目正在有序推进中。

稳中有升,未来可期 品牌战略辐射全球

“东方创客孵化平台不仅是文化领域的新鲜事物,更是在美‘科技+文化’的、更广泛范围的创业孵化平台。因此,要做好和国内相关机构的对接,要和中国的创新创业关联起来;纽约·敦煌时装设计大赛中要把文化创意和设计服务结合起来,要充分发挥敦煌的品牌效应,把敦煌及中华文化元素和海外设计优势结合起来,和海外顶级设计公司合作,多方位的设计,打造出具有敦煌元素的世界顶级品牌。”中宣部改革办副主任高书生对华源文化产业集团拓展海外文化贸易的两大典型业务给予了中肯评价。长期以来,华源文化产业集团外向型业务拓展的方式得到了社会各界的广泛好评,这也激励着集团向着更高的战略目标前进;经过十多年的艰苦创业与改革创新,公司已经具备一定的综合实力和发展潜力。随着国家推进“一带一路”战略,集团公司也迎来了前所未有的发展机遇。一方面要进一步推进“资源——市场”战略,加快国际化转型和发展步伐,抓好对外投资和文化贸易平台建设,进一步完善东方创客“科技+文化”运营模式,并借助资本的力量逐步尝试推进其品牌、模式在美国东部地区及硅谷进行复制。另一方面要大力推进对外文化贸易项目,调研海外文化市场需求,建立文化产品海外贸易长期、稳固的销售渠道,为中华文化产品走向世界奠定基础。

首届“东方·西方+”年度丝绸之路艺术节的成功举办,正是华源文化产业集团多年来探索海外文化传播的一个缩影。为使该艺术节的品牌影响力得以延续,经与国外合作机构协商,已着手进行第二届丝绸之路纽约艺术节的策划和筹备。并已确定第二届丝绸之路纽约艺术节主题为——“回望敦煌”。将以中国境内的丝绸之路文化艺术为载体,并与国内相关政府和文化机构合作,力争成为敦煌文化博览会的海外延伸项目和国际推广平台,全面立体展示丝绸之路文化魅力。

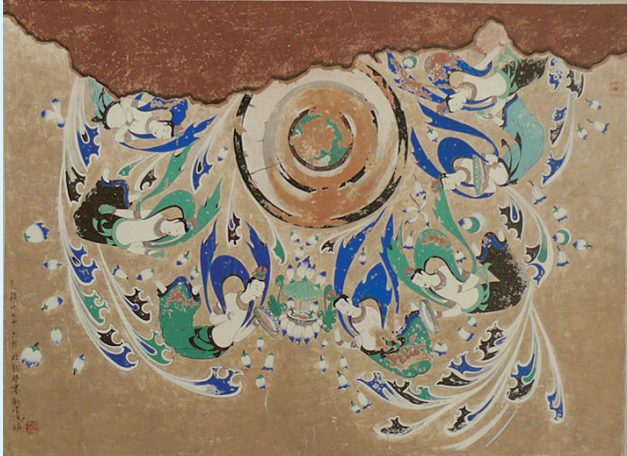
华源文化产业集团要做好甘肃文化产业发展的推动者、优秀中华文化走出去的传播者,需要进一步挖掘本土优质文化资源和与时俱进搭建对外贸易平台。而两者的结点,就是中华文化品牌战略的培养。近期华源文化产业集团开展的对外文化贸易项目,就是要全面了解、调研国际文化市场需求和运营模式,整合国内外优势文化资源,打造一批符合国际市场需求的优质文化产品和品牌,在海外建设一个长期的、综合性的、落地的中国文化产品展示交易平台。

部分赴美艺术展品

2016年4月14日至17日,由兰州市人民政府主办,城关区人民政府、兰州市文化和旅游局、甘肃华源文化产业集团承办的“中国丝绸之路艺术精品展”将在美国纽约正式亮相。华源文化产业集团在全国范围内整合一大批高端的文化产品,包括临摹壁画、雕塑、苏绣、国画、油画、漆画、剪纸、唐卡等八大门类。目前,200余件高端展品已先期运抵美国,另整合300余件衍生产品,总计500余件、价值高达1000多万美元的精美展品即将亮相纽约艺博会。



苏绣《马踏飞燕》 王丽华



临摹壁画 麦积山第76窟 刘俊琪



临摹壁画 敦煌莫高窟第305窟 隋代 高山



油画 敦煌莫高窟第六窟 菩萨 盛唐 叶雄生



甘肃成山 鸳鸯玉——夜光杯