

# 多方合力成就美国文化产业市场繁荣

联文



纽约国际动漫展



美国书展

美国庞大、发达的文化产业市场是政府、行业协会、企业和消费者共同促进的结果。政府通过法律规范市场，维护公平竞争，打破垄断，保护产权，并协助开拓国际市场；行业协会制定行业规范，确立产品质量标准，搭建产品和信息交流平台；企业以市场为驱动力，不断创新文化娱乐内容和形式，满足消费者需求，扩大市场占有率。政府、社会、市场职责明确，发挥各自优势，共同成就了文化产业市场的繁荣。

## 政府：营造公平竞争环境

美国政府对文化产业没有特殊的鼓励政策，不提供资金支持。但政府为包括文化产业在内的所有产业制定了较为完善的法律，为市场公平竞争创造了条件。其中，《版权法》、《专利法》、《商标法》、《电信法》以及《半导体芯片保护法》、《跨世纪数字版权法》、《电子盗版禁止法》、《伪造访问设备和计算机欺骗滥用法》、《录音制品数字表演权法》等法律为文化产业的快速发展提供了有力保障。上世纪80年代，为适应科技信息革命和知识经济的快速发展，推动文化产业升级，美国政府又多次修订《电信法》和《版权法》。《版权法》将版权保护扩大至影视、录音、图像、互联网等新兴领域；《电信法》将网络、电信和娱乐业的壁垒横向打通，打破了少数电视媒体对市场的垄断，允许电信公司经营电视业务、有线电视公司经营电话业务，大大促进了电话、网络、广播、电视和娱乐产业的有序竞争、整合和兼并，扩大了新兴市场的容量，顺应了通讯、电视

和互联网的快速发展，占据了世界通讯、网络和影视娱乐产业的制高点，同时也造就了一批“媒体+影视+娱乐业”的世界级产业巨头，如美国广播公司、哥伦比亚影业公司、时代华纳等。为保护美国创意文化产品的知识产权，美国国务院专设知识产权行动办公室，通过美国驻外使馆的经商、贸易和公共外交官员，协助他国开展打击各类盗用和侵犯美国知识产权的行为，维护美国文化企业的利益。

## 行业协会：维护市场秩序

为维护行业整体利益，规范和促进市场有序竞争，美国文化企业本着自愿、自主、自费的原则，按照行业门类成立行业协会，进行行业管理。行业协会通常由业内企业代表、企业家和律师、会计师等专业人士组成，除为会员提供服务、组织各类培训、交流行业经验、维护成员合法权益、为立法进行游说外，还负责制定行业和产品服务标准，实行自我约束管理。协会注意搭建平台，促进产品流通和交易。如由美国六大电影公司组成的美国电影协会制定了全国影片分级标准；美国电视行业协会和娱乐软件协会按照美国国会法案和联邦通讯委员会的规定，负责对美国电视和游戏等文化娱乐产品实行分级；美国图书馆联盟、博物馆联盟等制定的服务规程和行业标准不仅规范和服务了整个行业，也成为民众评价文化服务的标准。

行业协会收集本行业数据，研究行业发展趋势，定期向政府提供行业发展报告；同时向政府反映本行业共同诉

求，提出行业经济发展政策，协助政府制定和实施有关法规。如美国电影协会负责监督美国电影海外侵权和盗版情况，并及时向政府通报；美国半导体协会起草的《半导体知识产权保护法》由美国国会讨论通过后，最终成为世贸组织《贸易相关知识产权协议》中的重要组成部分。

行业协会还通过定期举办年会、交易会，促进业内产品和技术信息交流，为产品和服务交易搭建平台。美国书展、纽约国际动漫展、迈阿密国际艺术博览会、美国电影交易会等已成为业内产品交易的知名平台。其中，纽约国际动漫展每年吸引包括迪士尼集团、20世纪福克斯等在内的6000多家公司和游戏厂商参展，10多万动漫迷前来参观；全球最大的美国电影交易会由美国独立电影及电视联盟主办，每年有来自全球70多个国家的约8000名电影从业者参加，影片交易量上千部，交易额达10多亿美元。

## 企业：“内容为王”“受众为王”

为了占领市场，实现利润最大化，美国文化企业高度重视产品内容和质量，借助科技手段不断创新，以期满足市场需求。

“内容为王”“受众为王”是美国文化企业遵循的铁律。为使受众最大化，迪士尼、梦工厂等文化企业在打造产品时注意各国观众对内容的适应性，使其产品成功跨越了文化差异，成为不同民族共同消费的产品。

美国文化企业注重借助科技进步，在影视、动漫、主题乐园、电子游戏、网

络电视等领域不断创新形式，丰富文化消费体验，引领世界文化娱乐消费潮流。21世纪的数字化和电脑仿真技术，打破了文化产品生产和供给的时空局限，为大规模的网络文化消费增长创造了无限空间。近年来，美国新兴的网络公司纷纷加入原来由好莱坞和电视媒体巨头独霸的影视内容生产市场。随着互联网宽带技术的广泛应用和流媒体技术的成熟，美国的网络出版、播送和流量服务等相关文化消费在过去5年间成为美国文化产业中增长最快的领域。网络文化娱乐产品内容丰富、享用便捷，越来越多的消费者转向在线娱乐消费。2011年，美国音乐总销售额突破16亿美元，其中网上数字音乐销售额为12.7亿美元，同比增长8.4%。美国在线虚拟网络游戏《魔兽争霸》拥有850多万用户，年营业额达10多亿美元。

为适应新的消费模式，达到市场最大化，较有实力的文化企业通过兼和重组，不断延伸产品生产和供应链，实现了文化娱乐产业在影视、新闻、出版、娱乐、网络等领域的全媒体融合发展。如1996年，迪士尼公司以190亿美元兼并了美国广播公司，使迪士尼拥有了9000多个节目、4600个附属广播电台，美国市场覆盖率约达50%。迪士尼业务横跨广播、影视、娱乐、媒体网络、主题公园、度假酒店、衍生消费品等多个领域，实现了文化内容产品从影院到影视多媒体、网络消费，从人物到品牌，从主题公园到衍生品的全产业链。2015年，迪士尼公司总资产达881.82亿美元，营业收入达524.65亿美元，净利润达88.52亿美元。

## 德国政府支持“艺术专列”项目

本报讯 2016年是德国与波兰邻国边界条约签订25周年，德国政府投入25万欧元支持一项名为“艺术专列”的项目。

在德国德累斯顿至布雷斯劳这段线路上，来自艺术学院的学生们在列车车厢的分隔间作画或进行特殊的时尚创作，将旅程印象和见闻用绘画等方式记录下来，或在列车驶过时快速完成创作，把火车

变成移动的工作室。同时，在列车、火车站和沿线的部分地点还设有演出活动，使乘客在旅途中切身感受艺术的魅力。

据悉，艺术专列将运行到今年10月，往返票价为33欧元/人。此外，在“布雷斯劳——柏林2016，欧洲之邻”项目框架下，从柏林利希滕贝格到布雷斯劳的“文化专列”也已开通，在周末和节假日运行。（焦波）

## 普华永道发布全球娱乐及媒体行业展望报告

本报讯 日前，普华永道经过定期追踪全球54个地区的娱乐及媒体行业，发布了《2016—2020年全球娱乐及媒体行业展望》报告，显示今年全球娱乐及媒体市场规模可达1.79万亿美元，从市场绝对值看，美国、中国、日本仍是全球前三大娱乐媒体市场。

据普华永道分析，未来5年内，全球媒体娱乐行业将持续扩张，但整体增速将低于全球GDP的增长率。不过，在调查的54个地区中，有36个地区的市场增速仍高于

GDP增长，中国名列其中。研究报告称，2015至2020年，全球媒体娱乐行业的平均年复合增长率将为4.4%，印度尼西亚、尼日利亚、印度和埃及等新兴市场的年复合增长率预估可突破10%，将成为全球增长的前四强。报告还提出，中国、英国与丹麦有机会成为全球率先迎接数字化广告营收超越传统广告的国家。此外，报告提醒，盗版问题依旧是阻碍中国音乐产业发挥市场潜力的最大因素。（刘传）

## 图尔恩园艺博览会展现“植物的世界之旅”

本报讯 9月初，奥地利多瑙河畔的小城图尔恩举行了一年一度的图尔恩国际园艺博览会。本届博览会展览面积超过8.5万平方米，20万种来自全球各地的花卉齐亮相，530位参展者带来了最新的园艺作品，规模和名气在欧洲同类型展会中首屈一指。

博览会今年的主题是“植物的世界之旅”，观众可以游览“智利——世界尽头的国度”“日式茶坊”“意大利——柠檬花开的地方”“拉斯维加斯的婚礼小教堂”“非洲——人类的摇篮”“热带雨林”等十几个主

题花园。同时对公众开放的还有18万平方米的“图尔恩花园”，它是目前欧洲唯一的生态园艺常年展区，由60个生态花园组成。

此次园艺文化盛会还设置了多个特别展厅和活动。如“矮人花园的玫瑰庆典”集中展示了6000株玫瑰花；在“本地水果、蔬菜、树木和花卉的舞台”，可以了解到奥地利人高品质的生活以及严格的食物生产标准和监督机制；而“儿童园艺师”和“儿童插花”都是专门为小朋友准备的活动项目。

（王娟编译）



图尔恩国际园艺博览会现场

## 环球趣闻

### 首届伦敦设计双年展聚焦“乌托邦”



日前，英国首届伦敦设计双年展在位于泰晤士河南侧的萨默塞特宫开幕。展览邀请了37个国家和地区设立展馆，其中包括由深圳市设计之都推广促进会主办的中国馆。

本届双年展将持续至9月27日，主题是“设计乌托邦”。展览希望延伸《乌托邦》中描述的理想国度概念，探讨全球面临的突出社会问题，以及如何通过设计创造一个更新、更好、可实现的理想世界。

在中国馆展示的参展作品《深圳新高度：可见的乌托邦》出自中国著名建筑设计师刘晓都之手。他设计出一个可容纳5万人居住、生活、工作、休闲的超级巨构建筑体。

◀ 中国馆参展作品

### 荷兰津德尔特花车巡游纪念梵高

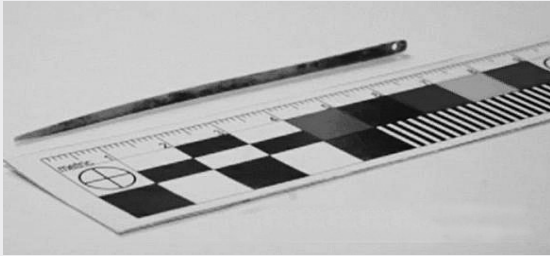


日前，荷兰津德尔特举行了花车巡游节。今年有20辆精美别致的巨型花车参赛，最终的冠军是一件外形酷似橙色巨龙的作品，名为“危险交通工具”。令人生畏的巨龙从鼻孔中喷射着火焰并张开满是獠牙的大嘴，成功吸引了观众的目光。其他竞争作品也都独具匠心，比如在一起翻转的狐狸、与人一样大的蜂巢等。

津德尔特是梵高的故乡，为纪念梵高，每年9月的第一个星期日都会举行花车巡游节。

◀ 荷兰津德尔特花车巡游节冠军

### 俄发现5万年历史鸟骨针



据报道，研究人员在俄罗斯西伯利亚的丹尼索瓦山洞发现了疑似世界上最古老的针，并称这根针已有5万年历史。

丹尼索瓦山洞位于阿尔泰山脉，目前为止，阿尔泰山脉已获得许多考古发现。这根针是在每年一次对丹尼索瓦山洞的夏季挖掘中发现的。针长3英寸（7.6厘米），由古代鸟骨制成。据悉，考古人员对丹尼索瓦山洞的研究已有30余年，他们认为这根针的制造者是早已灭绝的丹尼索瓦人。

◀ 俄罗斯发现的鸟骨针

（本栏目由程佳整理）

## 环球漫步

### 卢塞恩的气质美

叱狼

卢塞恩是瑞士卢塞恩州的首府，位于阿尔卑斯山脉北麓，与罗伊斯河、卢塞恩湖相依相拥。漫游卢塞恩，感觉它宛若蓝眼金发的气质女孩，一颦一笑，哪怕一次回眸，足以让人心波荡漾，从此，一抹魂牵梦绕的美好，便会在脑海不时闪现。

古罗马时期，卢塞恩还只是一个无名的渔村，后来在村口建了灯塔，从此得名卢塞恩，拉丁文的意思是“灯”，1178年修建城池。如今的卢塞恩古城，恬静质朴，像是停在了时光的一端，漫步那些古老而狭窄的街巷，每一步都能收获一段不一样的时光，感受一片不一样的情怀。

沿比拉居斯街西行，有着百年历史的银行、钟表店、巧克力店等比比皆是，这些店面装饰简洁朴素，大多是文艺复兴时期巴洛克式建筑，弥漫着古雅而又浪漫的情调。早前听说，卢塞恩街头巷尾有200多处古喷泉，与瑞士朋友穆勒聊起时，他一脸骄傲：“喷泉是从附近山上流下来的，可以直接饮用！”我们行至一处喷泉，手捧一口细品，口感上乘，清爽甘甜。在卢塞恩逗留数日，没想到我竟习惯直饮喷泉装水，而是觉得瓶装水哪会有喷泉水新鲜呢。

卢塞恩因水而美，流经城区的罗伊斯河更为它增添了灵性。河上的卡佩尔廊桥是一座古木桥，建于14世纪，现已是卢塞恩的城市象征。桥长200米，中间建有八角形古水塔，桥柱间的三角楣上绘有112幅画，讲述着卢塞恩州和瑞士联邦的历史。迎风站在廊桥上，桥下河水涓涓流淌，清澈见底，一群白天鹅伸着修长孤傲的脖颈，怡然

地游弋在河面。河岸上有尖顶的教堂和宏伟的巴洛克式楼宇，紧邻河岸的是几家露天咖啡店。不经意抬起头，远处是青翠连绵的皮拉图斯山。卢塞恩就在这青山绿水中，安然静谧，把时光过得舒缓悠长，难怪著名作曲家瓦格纳曾站在罗伊斯河畔感慨：“卢塞恩的温柔让我把音乐都忘记了。”

诗人苏轼曾说，到苏州不游虎丘乃憾事也。对于卢塞恩，不去看“卢塞恩之狮”乃憾事也。“卢塞恩之狮”其实是一座纪念碑，在浅浅的山麓洞穴里，一头濒死的雄狮匍匐在地，一根锐利的长箭深插在它的背上，雄狮的目光里满是痛苦与哀伤，旁边还有折断的枪和盾牌。穆勒说，法国大革命时，为保卫法王路易十六，700多名瑞士籍雇佣兵壮烈牺牲。为了纪念他们的英勇与正义，一位名叫托瓦森的匠人于

1820年凿刻了“卢塞恩之狮”。马克·吐温称之为“地球上最悲伤的岩石”。站立雄狮前，我凝神定目时，仿佛感受到了雄狮的奋起与挣扎，听到了它雄浑的哀吼，一时间内心满是悲壮。

我总觉得，不管美人也罢，美景也罢，都不能缺少了涵养与气质，否则那种美便会显得浅薄，很难给人留下绵长的回味与眷恋。卢塞恩是有气质的，这气质不仅让我难忘，而且曾征服了俄国作家托尔斯泰，为此他写出同名小说《卢塞恩》。它也曾征服了德国哲学家尼采、法国批判现实主义作家司汤达等，他们都曾倾心于此、流连忘返。尤其是法国浪漫主义作家雨果，干脆长住于此。在给女友的信中，他用诗歌般的语言这样描述卢塞恩：“每块岩石是一个字母，每片湖水是一个句子，每个村庄是一个重音号……”



“卢塞恩之狮”纪念碑