

▶上接第01版

消费群体变化 新型节目冲击

在北京大学文化产业研究院副院长陈少峰看来：“一方面电视台的影响力在下降；另一方面，大型娱乐节目竞争激烈，集中度高，消费群体也发生了变化。”

贾琪也表示：“市场消费主题的转变，导致现在的‘80后’‘90后’更关注互动型网络综艺节目，传统节目和传统管理模式不再适应市场上创新多变的自媒体。互联网的飞速发展，不仅加速了内容的推陈出新，同时也缩短了节目的生命周期。但不不管是电视综艺还是网络综艺，内容为王依然是不变的道理，只有内容被观众肯定，进入二次传播，才能产生理想的传播效果，扩大节目影响力。”

杨澜在接受媒体采访时也谈到：“新媒体的崛起使人们的收视习惯、获取信息的习惯发生了很大改变，访谈节目提供的信息要比一般性介绍深得多才行。”因此，2016年《杨澜访谈录》做了两个调整，一是把外国嘉宾的故事带给中国观众，把中国的故事讲到国际上，全英文版的《杨澜访谈录》在YouTube等英文网站播出。二是将每周集一的播出方式变成季播方式，就某些主题对相关人物进行纵向采访中采访。

在老牌访谈节目遭遇瓶颈时，《金星秀》《奇葩说》等新型节目的崛起，也在很大程度上冲击着老牌访谈节目的影响力。杨智帆表示：“新型节目提供了更加个性化的谈话内容，而互联网也为这类节目提供了充满想象的空间。”譬如《奇葩说》新锐的辩论形式和大胆而又充满争议的话题，在第一季就吸引了7家广告客户，第二季招商破亿元，达到一线卫视综艺节目的标准。

对于这类新型访谈节目的崛起，杨智帆认为，一是节目主持人或节目形式本身具有新鲜感，二是大打年轻牌，表达内容和方式年轻化。《超级访问》制作人赵静说：“简单地说，就是时代变了。”

时代变了，观众的审美也在变。不过，综艺节目短命也不一定是坏事，在找不到新的商业盈利模式下，遵循优胜劣汰的市场法则实现正常换血，才会有更好的节目出现。

同质现象严重 文化品位不高

其实，经常收看访谈节目的观众不难发现，各个访谈节目请来的嘉宾经常“撞脸”。以《鲁豫有约》和《非常静距离》为例，这两档节目同为大众化人物访谈节目，访谈对象的重合度较高。同样的明星、同样的问题、同样的回答，长此以往，节目自然走入一个死胡同。

此前，《非常静距离》曾进行过创新，抢占零点档，话题开放，观众参与，但还是没能掀起新的波澜。而且，由于嘉宾的高度重复，观众的关注度和点击率更低。不过，节目制作人对此也有自己的苦衷，因为专访的明星都访遍了。而《鲁豫有约》也尝试过做普通人的专访，可是，这样收视率就更没有保障。

对此，胡鹏表示：“节目本身缺乏创新，访谈嘉宾资源的重复与商业利益的驱使不无关系，再加上制作人或电视台急功近利的运作，导致一些访谈节目出现庸俗化倾向，让有文化的观众远离电视。”虽说目前的综艺访谈节目中不乏雅俗共赏、寓教于乐、健康向上的内容，但总体上文化含量仍然较低。娱乐至死、没有文化品位、不能带给观众更高层次的精神需求，不能带给观众更多价值，也是访谈节目疲软的一大原因。

纵观这些年来访谈节目的发展，一些制作方更关注的是嘉宾够不够大牌，舞台够不够绚丽，观众够不够疯狂。而很少有人关注主持人采访的功力、嘉宾谈话的真实性、节目制作的品质。“在西方，脱口秀节目是一道独特的文化景观，一把解读西方政治、经济、文化的钥匙。而我们处在一个浮躁的文化生态环境中，很多电视节目陷入一个雷同的套路，纯娱乐、瞎热闹，娱乐完了，我们能带给年轻人什么呢？一个成熟的社会还是需要有人文化底蕴和人文情怀的节目，让更多年轻人从娱乐中拔出来，给年轻人留下点正能量和文化内涵。”贾琪表示。

另外，访谈节目似乎都有一个约定俗成的模式，每位嘉宾都是——诉说成功现状、回忆当年坎坷、总结人生感悟。“一个有力度的访谈节目应该形成有机的谈话，并确立独特的节目架构，充分发挥谈话节目的参与性、对抗性因素。”有业内人士表示。

正如主持人曹可凡所说，我们相信，谈话类节目依然方兴未艾，只不过会不断有人出去、有人进来。访谈节目以后还会有很多，而且会有更多不同的风格，不同时代会出现不同的人。

疏通“文化血液”，集结文创“狼群”

6月28日，Xplus炫嘉国际(以下简称Xplus)获得中科资本500万元的天使投资，本轮PreA的融资也将近日公布。而在今年1月17日，Xplus刚成立；5月21日，Xplus炫嘉中心·优客工场才在北京开幕。短短5个多月时间，Xplus就通过多向合作拓展，实现控股企业14家、参股企业40余家，其项目也在半年间全国签约137个城市，并且落地30多个城市。

这种快速扩张模式自然也引发了行业的瞩目和侧目。国内做孵化器、文创园区、联合办公空间的多如过江之鲫，Xplus的快速扩张凭的又是什么？

□□ 本报记者 郑洁

以“资源池”聚集内容创业者

简要地说，Xplus是一个资源和资本的导向平台。如果复杂地问，它跟现在流行的孵化器、文创园区、联合办公等名词有什么关系，答案是全有关系，因为这些形式、功能或多或少的在他们各个基地都存在。如果要问Xplus集结的是哪些企业，内容创业者算是其中一大类型。与传统的孵化器模式不同，Xplus专注于文化产业内容创业者的挖掘，并以“资源池”的形式打通整个文创产业的生态链。

以其北京中心于今年5月21日与优客工场合作的第一个项目为例，这个名为“Xplus炫嘉北京中心·优客工场众创空间”的MINI综合区，占地近4000平方米，演播厅、直播间、录音棚、联合办公区、独立工作室等一应俱全。除了为入驻企业或个人创业者提供“众包”服务，Xplus还为创业公司提供零房租入驻、培训、项目路演、文创大赛等服务。

而其资源池，一是核心团队在媒体和各细分行业里的资源；二是他们的战略股东——七大互联网电视牌照拥有者之一的“国广东方”带来的，国广东方能够对接各类互联网和内容企

业的需求，带来订单形成“众包”模式，Xplus也理所当然地得到了一些入驻企业的股权。

“企业最关心的一是资源，二是资本。很多文创的人对接资本是很生硬的，我们帮他，有一家企业在入驻第二天就拿到了IDG的投资；很多资本也是看不懂文创的，因此也希望能在一些‘批发’平台上看项目。”Xplus创始人郑舒阳说，越来越多的文创团队从写字楼里解放出来加入他们，他们在全国集结的文创“狼群”已多达160多家；因此他们也能够与中国文化产业投资基金、国家数字出版产业基金等100多个投资机构结成伙伴，融资过程中的FA费用也是其一大收入来源。

与众多把文化当成“另类”的金融投资界人士不同，郑舒阳一直坚定地认为“文化应该是血液”，能和任何产业融合。所以他们推行“无边界发展”，如今开放到连科技公司都可进驻。“联合办公、资源整合，使得即使看上去‘八竿子打不着’的业务，也能跟文化搭上边。”

通过整合不同的资源，以服务招纳企业并换来投资参股，Xplus短时间内就实现控股企业14家，参股企业40余家，年内参控股企业将达到100家以上。而令他们骄傲的是，迄今为止他们的投资还没有现金出资，都是资源

优势和服务换来的。

三大内容平台链接全国

目前，通过与国广东方、苏宁文创、华夏幸福、优客工场、阳光100置业集团的战略合作，Xplus将其形成的青年创业联盟、中央文创区及城市会客厅(时尚生活街区)三大内容平台广泛拓展，立足北京，落地京津冀、南京、杭州、宜兴、长沙、成都、重庆等30多个城市，算上签约城市已达137个。这些都是他们围绕着文创产业生态链，借助地产行业转型、城市功能优化等时代契机“借力打力”的成果。

之所以能突破一开始“单一物理空间”的创业思路，把触角伸向各地城市，是因为“文创的忠实创业者”郑舒阳认为，高科技企业是没办法进三、四线城市的，唯独文创可以，因为文化是属于老百姓的。

其南京中心是与苏宁文创为青创联盟打造的青年创业训练营，占地8915平方米，是一个以文创、创新科技、智能生活为核心的创业生态空间。每3个月毕业一期学员的节奏，有点像“青创的黄埔军校”。而苏宁文创旗下规模3亿元的青创基金，也会对学员进行投资、孵化。第二业务名为中央文创区，通常体量

惊人。以首个坐落在北京大厂区潮白河的中央文创区来看，内设置景棚、拍摄棚、综艺节目场地，研发、实训、制作基地，创业孵化器等，“华夏幸福已规划3年内布局100个城市，我们也将合作建出文创部落，目前浙江嘉善炫嘉传媒总部已在洽谈落实中。”郑舒阳说。

一方面帮助房地产商消化库存、转型升级，另一方面，Xplus又联合有需求的城市，为其打造“文化时尚街区”。“把推着婴儿车溜达的人变成跑酷的少年，用创意商业取代沙县小吃，把普通街区变成世贸天阶”，这就是他们要做的事。如果是低端商业街，就把原先商铺全部清除，引入时尚、文化消费；如果是纯写字楼，就按白领的需求改造，使它具备“人间气味”。一个经过泛娱乐改造的文创小镇——杭州天都城即将面世，埃菲尔铁塔、香榭丽舍大街、公园、城堡集体亮相，苏宁青创、国广互联网电视体验馆中心、VR体验馆、诚品书店等文化机构将深度植入。

如今，围绕着三大核心项目“青年创业联盟、中央文创区及城市会客厅”等项目，Xplus已建立起了“众包服务+文创场地+FA+股权投资”的商业模式，一方面获得源源不断的现金流，一方面正享受着文化创业的利好——内容产生的版权收益和投资收益。

执着的文化创业者

Xplus虽然是一个提供创业服务的平台，其创始人郑舒阳却也是一位持续创业者。她说，跟着入驻小伙伴一起创业已是她未来选择的终

基层万象

满医文化：传承要打破“老套路”

□□ 雅维

在吉林省吉林市丰满区的松花江畔，有一座满族传统院落，与周围新崛起的高楼别墅相比显得有些原始味道，这是吉林市非物质文化遗产——满族萨满祖传医术传承人关香云的宅邸，也是她的传习基地。

“我一生的追求就是传承这项非物质文化遗产，让满医满药为更多人服务，尤其是让生活条件不算太好的老百姓受益。”关香云说。

冲破祖训 成为第一个女传人

走进关香云的院落，这里是一个原生态的场地，满院子绿色植物都是她从山上移植来的药材，院里的百年杏树、梨树、山楂树等果树也是她制药的材料。这是祖上传下来的老宅子，曾经是清朝时期的一座“将军府”。经过几代的变迁，如今的两座带有图腾的平房和一座三层楼房都是后来翻盖的，楼房现在是经政府批准，关香云自筹资金建立的满族萨满医药博物馆。“这里是诊病和教学的场地。”关香云说。

满族萨满医药博物馆里有太医院、草药库和十几间展厅，展厅陈列着祖传制药的各种器皿、100多年前的老宅门面、祖传萨满祭司用具、不同时期的药壶、萨满人偶等共计300多件展品。整面墙的长白山古图前供奉着长白山山神。药材库里，同规格的柳条筐装着两百多种山上采来的药材。关香云就站在药筐前给慕名前来学习的几个学员讲解草药的采集、辨认和药理。

关香云是佛满洲正黄旗瓜尔佳氏的第十四代，她的祖父是四品命官御医瓜尔佳音宝，太爷爷瓜尔佳富成阿为五品御医，她的爷爷瓜福山和父亲关景魁都是当地闻名的大萨满，以祖



满族萨满医药博物馆正门

传医术治病救人。关香云说：“祖传医药原本是传男不传女的，到了我这一代，三个哥哥都当兵转业后在政府部门工作，所以就轮到我来继承祖业了，而我的三个孩子中二女儿徐营成为第十五代传承人代表。”

58岁的关香云小时候正处在破四旧、反迷信的年代，母亲不许她跟父亲学萨满，她就专攻满族医术和医药，11岁开始和父亲上山采药学医，16岁开始给乡邻们治病。那时候看好了病，

人家给一双袜子和一点好吃的就高兴得不得了，根本不懂得挣钱。家里的祖训是：“穷人看病不收钱，富人凭赏”，到现在关香云还依然把这条祖训常挂嘴上。

土法诊疗 就地取材制药

10月末的早晨已经秋凉很重，两名学员一起跟随关香云夫妇清早进山。在漫山绿叶中，关香云很快发现

一株顶头有红珠串的植物，大家马上围过来。她告诉大家这是大参，要慢慢挖，别看上边好看，球状的根部才是更好的药材，祛风除湿效果极好，再配上两味药还能治疗癌症。

两个小时后，大家收获了玉竹、黄连、龙葵、山芝麻等九种药材，其中一种是关香云的药库里没有的。父亲传给她的只有70多种药材，而她的医药博物馆里有200多种草药，好多都是这样挖出来的。

关香云祖传医术既有东北满族民族民间医术的共同特点，也有其家族自身的特色，还有她根据多年经验摸索创新的“原创作品”。她采用的是民间医术，药品都是就地取材，品类多样，包括草药、石、木、水、土、虫、动物等，都是天然无农药化肥的野生药材。每年她有三四个月的时间要上山采药，每天早晨4点半出发，上午回来坐诊看病，下午自修和传习。其诊治手法主要有萨满针刺疗法、药疗、叶疗、酒疗、食疗、水疗、火疗等，她的指甲又尖又长，如同银针一般，是用来疏通经络的工具。

如今关香云从医40多年，她使用的土法还有众多秘传自制的御方、验方、奇方、偏方，治疗很多疑难杂症，曾经为73个国家的患者治愈了疾病。她治愈的患者中有几位外国元首，但更多的是普通老百姓。

非遗文化 传承才是硬道理

“目前国内满族医学文化遗产方面的研究学者甚少，研究成果不成系统。”据吉林省文史馆研究员、著名满族文化专家富育光介绍，满族医学文化蕴涵着民族文化原生态的特质，具有稀缺性、唯一性、不可再生性，尤其是流传在满族民间的偏方、单方、验方

面临濒危的境遇，因此动态保护和传承非常重要。

关香云世居地吉林市四周环山，松花江水穿城而过，是吉林省中医药最早的发源地。但由于历史因素影响，满族医药长期未得到应有的重视和开发。关香云作为吉林市第二批通过的非物质文化遗产传承人，她感到传承责任重大，也更坚定了文化自信的信心。

“过去是口传心授，记不住的就遗失了，如今科学发达了要更好地整理这些资料。”关香云对于传承满族医药已经有了自己的思路。据她介绍，目前在政府的支持下，正在筹建资料库和档案室，准备与专家合作系统研究满族医药，将采药、制药以及治病方法，自己用过的土方、奇方整理总结；其次还要设立传承基地。目前以吉林市为总部，已经建成了北京、深圳两个传习基地，将来还要辐射到国内外许多地区；第三是编写教材，举办培训班，系统培训；第四，配合政府和社会团体举办有关非物质文化遗产的展示会，广泛宣传；第五，配合群众文化活动及一些公益活动进行推广，关香云多年来还以资助民间文艺团满族服饰的方法来扩大宣传。

关香云传承的满族文化没有萨满宗教的形式，但是每年的三月三和九月九她都要去祭拜小白山望祭殿，40多年一直坚持这个满族习俗。那是康熙皇帝巡视吉林乌拉时，率领太子及王公大臣举行望祭长白山仪式留下来的礼俗，也是传习满族文化的一个重要仪式。关香云说：“非遗文化的传承才是硬道理。”