

中国文化报

文化财富周刊



中华人民共和国文化部主管 CHINA CULTURE DAILY 中国文化传媒网: <http://www.ccdy.cn> China Culture Daily-Fortune Weekly

2017年12月23日 星期六 丁酉年十一月初六 第7932期 国内统一刊号CN11-0089 邮发代号1-115 今日8版 文化财富周刊网: <http://www.whcf.com.cn>

关注

世界旅游联盟总部落户杭州

近日,世界旅游联盟(WTA)与中国浙江省政府战略合作文件签字仪式在北京举行。仪式上,世界旅游联盟主席段强与浙江省副省长梁黎明签署战略合作文件。以此为标志,世界旅游联盟总部正式落户杭州。

西部地区文化娱乐活动支出高于全国平均水平

中国西部省市文化产业发展指数(2017)显示,总体看,西部地区各省市文化产业发展综合指数和全国平均水平比较存在一定差距。从分指标看,生产力指数和影响力指数西部地区和全国差距尤为明显,而反映文化产业外部发展环境的驱动力指数。

专题



树公益精神 怀慈善心愿 为人民服务

华夏文化纽带工程执委会“公益慈善项目推广和征集”课题组关于十方缘心灵呵护公益团队的长篇调研报告,这标志着华夏文化纽带工程“公益慈善项目推广和征集”正在从广度和深度上进一步拓展。本篇调研报告从文化心态的深度开掘入手,以文化哲学的视角,研究十方缘心灵呵护公益团队的心路和运行发展历程及其模式。

02-03版

文化旅游



北京西城历史文化街区: 旧貌换了新容颜

位于北京市西城区虎坊桥魏染胡同在网上到处被“旅游攻略”。近日,以街区整理与老城复兴为主题的西城区名城年会在整修一新的地安门百货商场举行。明后年,西城区将加快文物腾退和保护的工作力度,包括京报馆(邵飘萍故居)在内的文保单位,将尽快实现腾退。西城区的历史文化街区将以新的风貌展现在游客面前。

06版

中国国家展区



刘以林:用原创艺术风格走向世界

近年在国际上崭露头角、一鸣惊人的艺术家刘以林,以雕塑、油画、钢笔画同时示人,体现出东方色彩、原创质朴、普世之美的特点,引起国内外艺术界的高度关注和广泛好评。吉祥物《萌萌》的设计,充分体现艺术家的创作理念:用艺术弘扬东方气韵,用原创艺术风格走向世界。

08版

掌上品读《文化财富周刊》



官方微信

*扫描二维码,掌上《文化财富周刊》,每天都有新精彩。您还可登录 www.whcf.com.cn,获取更多独家内容。

本版责编:唐弋
周刊美编:张海宁
投稿邮箱:whcfzk@163.com

财富聚焦

点燃文化产业的“烽火”

2000年,北京大学教授陈少峰和时代华纳前中国区总裁许晓峰创办了“北京大学·时代华纳人才工程”培训项目。18年后,这个40人的人才工程发展成了一个“烽火文创”的品牌和产学研合作机构,如今已在全国近100个城市开展文创产业的促进工作。“烽火文创”成为文化产业学术界、企业界、投资界等资源整合的大平台,一年一度的“烽火文创大会”也汇聚各行业产能,规模远胜国内其他产业论坛。

今年的“烽火文创大会”主题多达20多个,涉及文化产业的各个方面。150多位演讲嘉宾与行业一线创业者们,共同探讨新时代下的文化产业新业态,以及文化生命力如何融入文化产业创新、未来如何发展的命题。

□□ 本报记者 郑洁 唐弋

大视角:一带一路和政府规划

2012年以来,文化产业5年来平均增速14.2%,比同期GDP增速高出6个百分点;5年来文化产业对国民经济增量的贡献率达6%,这表明文化产业已成为经济增长的新动能和新引擎。从文化企业看,截至2016年,全国规模以上文化及相关产业的法人单位截至去年达5.5万家,实现营业收入超过9.4万亿元,比2012年增长67.2%。2017年6月底,全国文化及相关产业企业数量超过322万户,同比增长22.4%。这表示文化产业已成为创新创业“双创”最活跃的领域之一。

文化产业的投资趋势更为活跃。2016年文化产业固定资产投资额达到3万多亿元,比2012年增长115%,年均增速21%,比同期全社会固定资产投资年均增速高出8.8%。可见文化产业正投资价值热潮。但当下文化产业固定资产投资占全社会固定资产投资比重仅为5.7%,所以,文化产业投资离其顶点还有很大空间。

在文化产业高举旗帜、大步前进的当下,“一带一路”是重要命题。今年5月14日举行的“一带一路”国际高峰论坛上,习近平总书记讲话中强调了“以和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢为核心”的丝路精神。

全国政协常委、民建中央副主席周汉民在“烽火文创大会”上表示,在丝路精神和共商、共建、共享的基础上,文化应当在“一带一路”建设中承担深重的责任,体现在5个具体的措施上——以人为本、科技创新、文化多元、合作共赢、面向未来。

中国动漫集团党委书记、董事长,北京网络文化产业协会会长唐祖海谈了对方文化产业发展的看法,同时介绍了政府对文化产业的部分最新规划。

地方政府在发展文化事业、产业

上的“文化自觉”都实质性地增强了,既是贯彻落实中央提出的“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局的需要,也受地方经济转型升级需求、文化产业价值凸显等因素的带动。各地政府大多已非常重视文化产业的发展,纷纷制定文化发展规划,设立文化产业带、文化生态保护实验区,建设文化园区、基地、聚居区、特色小镇、街区或乡村,设立专项资金和产业引导基金,设立会展、节庆、奖项、协会等平台,并招商引资和招才引智。如国家最近提出的大运河文化产业保护规划,致力于非遗保护的藏羌彝文化走廊等,都是跨度很大、涉及面极广的产业规划。文化生态保护实验区是近些年提出的,借鉴了国际最新的理念,已有10多个已获国家批准的文化生态保护实验区。另外,据统计,全国文化部门经过批准认可的文化产业园区有600多个。

互联网成为文化发展的东风

2016年起,互联网发展有了新趋势,深刻影响着文化产业和人们的生活。“我认为有六大趋势:一个是以数据化、智能化和移动化为标志的,基于大数据和人工智能技术的头条化;二是从CTC到CFC——最初我国互联网复制国外商业模式,拿到中国的场景进行仿创新和改造,如今我国互联网实力大增,开始把中国的商业模式往国外复制,即CFC;三是互联网文化产业居于主导地位;四是生态不同的产业之间高度融合,即“双融加快”;五是不断收购和兼并重组,互联网集中度提升;六是新巨头露出水面,除了BAT,现在还有业界总结的“TMD”——头条、美团、滴滴。”国家行政学院社会和人文教育研部高级经济师郭全中在“烽火文创大会”的主题演讲中表示。

近年来,随着整个数字发行的增长,以及数字化为传统影视带来的颠覆,越来越多的数字内容或影视内容



众人拾柴,让“烽火”传递文化产业。

被搬到网络上,给年轻创作者提供更多机会。

数据显示,2016年,全球数字内容市场产值为1800亿美元,其中,中国产值为578.5亿美元,位居全球第三位;全网付费会员量在全球约为4.02亿人,2016年,中国的付费会员量为7500万人,今年已达1亿人。由此可见,我国数字内容市场未来增长空间十分巨大。

数字内容市场只是互联网文化的一部分,20余年的时间里,互联网已对我国的文化产业产生了根本性的颠覆和革命。以今日头条为例,其利用大数据和人工智能技术,并抓住移动互联网和自媒体的红利。从2016年开始,今日头条又赶上了短视频的快车,将火山视频分拆对标快手,进军三四线城市甚至农村;推出抖音APP、唯头条,对标新浪微博等举措,可谓紧紧乘乘互联网文化的东风。

“2017年,我们想带动150万人读完至少5本书以上。因为有书共读APP的核心理念是读好书成为一种生活状态,希望帮助人们在阅读中养成持续学习、终身学习的习惯。”有书共读计划创始人雷文涛,也在“烽火文创大会”分享了依托互联网进行知识服务的创业心得。有书共读计划起于2015年12月12日的“你有多久没看过

视点

美好生活、文化自信与旅游使命

□□ 徐挺 厉新建

党的十九大报告将“把人民对美好生活的向往作为奋斗目标”作为战略取向,并判断“我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”。在这样的大背景下,如何通过旅游业的改革创新、优化发展,不断满足人民对美好生活的需要,不断满足人的全面发展的需要,是我国旅游业发展所面临的方向性问题。

同时,如何发挥旅游业在促进供给侧结构性改革、实施乡村振兴战略、决胜脱贫攻坚、推动区域协调发展、打造全面开放格局;如何坚定文化自信、传承红色基因、弘扬优秀传统文化、培育核心价值观;如何改善民生水平、优化社会治理、建设健康中国、践行生态文明、构建人类命运共同体等诸多方面的独特作用,是我国旅游业发展所面临的关键性问题。

科学开发、营造“绿水青山”

人民对美好生活的向往,包括休闲旅游的成分,休闲旅游将成为重要的快乐产业、幸福产业。“看得见山,望得见水,记得住乡愁”,通过这种形式上的回归,休闲旅游正在不断带给这个时代的人们以最需要的恬适、快乐和品质生活。

在传统发展模式下,“靠山吃山”是耗竭性使用其本身资源,生态文明时代,“靠山吃山”是持续性使用其衍生资源。科学地开发“绿水青山”,让祖国大地的每一片优质“生态空间”都成为人民实现丰富生命和人的全面发展的休闲度假、旅游观光的“生命空间”,是当前和未来一段时间内都必须高度关注的现实问题。

鲜活生动的乡村振兴、精准扶贫成果已经表明,通过旅游化、休闲化的发展来发挥“绿水青山”的社会经济效益,通过“与自然协作,体现人文关怀,为游客提供好玩的产品和优质的服务,让旅行成为大多数人的美好生活”,是践行“两山理论”的最好路径之一。

为文化自信提供新动能

党的十九大报告指出,“没有高度的文化自信,没有文化的繁荣兴盛,就没有中华民族伟大复兴”。古人说,“灭人之国,必先去其史”。我们要说,“欲强其国,必先强其文”。

民族复兴有赖于文化自信,文化自信源自于文化理解,旅游则是促进文化理解最好的方式之一,发展旅游能够为文化自信提供充沛的新动能。文化是旅游的灵魂。目前我国已经是最大的国内旅游市场、最大的出境旅游市场和全球第四的入境旅游市场。巨量的旅游人群对于文化传播而言是一个值得关注和利用的空间和路径。

发展旅游的重要目的之一,就是要让厚重的文化变得可以轻松阅读,就是要通过文化的故事化、文化的科技化、文化的可视化,让文化转变为新时代可以源源不断被消费和吸收的养分,让文化被更广泛的旅游者所领略和理解。当然,无论多么辉煌的文化,只有在有

文化的后继那里才能闪闪发光。

如何通过旅游演艺、文创产品以及旅游的主题化体验建构等文化表现形式的进一步创新,将规模巨大、快速流动的旅游人群转化为“慢吞吞地关注各地大量零星风味、琐屑世情的陶醉者和凝思者”,是摆在文化和旅游领域共同的持续课题。

同时,如何通过视角创新、政策创新、渠道创新等方面的努力,用国际方式讲述中国故事,用国际视野组合中国元素,是通过旅游方式加快对外文化传播,让“文化自信”进一步在全球范围内形成“文化他信”的重要前提。

传承不能只靠老祖宗、老天爷

“后之视今,亦犹今之视昔”。在文化繁荣和文化自信的新征程中,要挖掘优秀的传统文化,但一味固守不会有出路,而是要秉承知常达变、革故鼎新的精神,用匠心精神创造时代的精品,为文化建设添砖加瓦,在传统文化的基础

上有新时代的创新和丰富,给未来的历史留下新时代深深的文化印记。

因此,在利用传统文化遗产、大力发展休闲旅游的同时,也需要通过休闲旅游领域的创新,为未来创造属于我们这个时代的文化遗产。在旅游项目开发建设中创造未来文化遗产,会成为文化自信新时代的新动能。

传统文化可以是文物古迹、琴棋书画,但文化从来不只是凝固于物,还更多地赋予于人,人才是文化生生不息更重要的传承和呈现。文化传承不能只关注老祖宗(文化遗产)和老天爷(自然遗产),更要关注老百姓身上所蕴含的文化生命力。怎样通过共享经济理念和企业创新机制,让外来游客“像当地人一样生活”,让老百姓手里所拥有的资源进入文化产品供给的新循环中去,挖掘和体现出这些旧资源的新价值,将成为目的地文化传播的新课题。

