

第八届天津滨海文化创意展交会

激发文创新动能 凝聚产业生命力

中国文化传媒新文创(IP)平台成为中国政府执行“**Our IPOOL**”中日韩IP孵化计划的唯一指定落地实施平台

本报记者 薛帅

10月19日至21日,第八届天津滨海文化创意展交会(以下简称“展交会”)在天津滨海新区文化中心举办。本届展交会以“协同集聚智能”为主题,通过展览、交易、论坛、路演等多种形式,集中展示了国内外文化产业领域的先进理念和优秀成果,受到了广泛关注。

本届展交会汇集了中日韩三国文化创意领域的项目、产品,并采取“4+5”模式,设置了中日韩专题展区、京津冀协同发展展区、“一带一路”国际特色文化展区和文化艺术表演区4个公共展区,以及以展现天津滨海新区五大功能区文化产业为核心的区域展区。

“展交会以推动文化产业的宣传、互动合作、协同发展,达到合作共赢的目的,为京津冀乃至全国文化产业搭建融合发展的优质平台。”天津市滨海新区区长杨茂荣说。据悉,展交会期间,共有国内外300余家文化企业参展,观众突破20万人。

国际交流合作、协同发展的平台

作为第11届中日韩文化产业论坛的系列活动之一,本届展交会与论坛相呼应,为文化企业项目合作与落地提供高效服务,营造优质环境。论坛发布“**Our IPOOL**”中日韩IP孵化计划并签署中日韩文化产业合作发展协作协议,为中日韩文化产业注入新动力,为三国文化产业开展深化务实合作提供保障。展交会则进一步助推政策、项目落地,为企业搭建展

示、交流、合作、洽谈、分享平台,专设的中日韩专题展区与“一带一路”国际特色文化展区,占据了公共展区的“半壁江山”。韩国Com2us、ICONIX、Webzen和日本葵友、可来软件、万代南梦宫等24家国际知名文创企业的参展让中日韩专题展区成为展交会的焦点。

走进中日韩专题展区,首先映入眼帘的是中国文化传媒集团展位。本届中日韩文化产业论坛中,中国文化传媒集团开发的“**Our IPOOL**”中日韩IP孵化计划的唯一指定落地实施平台。据悉,中日韩三国支持推出“**Our IPOOL**”中日韩IP孵化计划,旨在共同孵化、培育优秀IP,保障三国间IP交易的健康有序和高效顺畅,鼓励业界利用中日韩文化产业论坛及本国现有平台深入开展交流合作。

据中国文化传媒集团相关负责人介绍,中国文化传媒新文创(IP)平台将IP的登记、溯源、确权、验证、保护、运用等环节完整整合,面向国内外市场,为中外企业在IP领域的交流与合作提供一站式在线解决方案。因此,本届展交会中,中国文化传媒集团得到日韩企业界的高度关注,多家日韩企业前来咨询洽谈,并就国际视野下的IP开发、保护与合作等话题深入交流。

传统与时尚交相辉映的舞台

中日韩专题展区的中国企业展位中,除大型文化央企外,也囊括了

阅文集团、哔哩哔哩、新经典文化、科大讯飞、京东方等多家上市企业,云集了喜马拉雅、上海文广互动、上海炫动等一批行业领军企业,以及清华大学、北京邮电大学等知名高校,成为国内优秀文化企业、机构和产品的集中展示与交易平台。

日本馆的企业展位中,有以日本IP开发中国版电影,投资制作了枝裕和的《小偷家族》和东野圭吾的《平行世界·爱情故事》等电影的AOIPRO北京葵友等企业;韩国馆的企业展位中,有先后推出了《魔灵召唤》《钓鱼发烧友》《高尔夫之星》等上百款知名手机游戏的Com2us北京阳光加信软件技术有限公司等企业。其中,韩国文化产业振兴院展区尤其受观众欢迎。

除了让人眼前一亮的创意,展现深厚底蕴的传统文化也是本届展交会的一大亮点。京津冀文化协同发展展区不仅囊括了文房四宝之一的“墨”文化、中华春节符号、杨柳青年画、益德成闻药、满绣、布糊画、缙丝等京津冀地区的传统非物质文化遗产代表,还融入吉林长春、甘肃甘南等地特色文化元素与内容,共同绽放多元文化魅力。此外,“一带一路”国际特色文化展区以80余幅版画艺术作品为观众呈现了20个国家和地区的风土人情。

同时,本届展交会内容涵盖影视动漫、游戏娱乐、VR体验、前沿科技、科教文化、新闻出版、工艺美术等多个领域,展会举办地滨海文

化中心自有的60余家商户也配合本届展交会提供了多样的文化体验。此外,本届展交会还延续往届的主分会场模式,在天津东疆湾沙滩景区、南湖绿博园、天津海昌极地海洋世界、古文化街等地设立近30个分会场,进一步丰富了展会内涵。

深化务实合作、成果累累的丰收节

据统计,本届展交会交易额累计达到5200万元,市场主体之间达成合作项目400余个,意向签约额总计超过20亿元。展交会期间,天津市滨海新区政府与人民网、渤海证券签署战略合作协议,共同发起设立文化产业投资基金,全面推进文化领域金融合作;五个功能区现场分别与逻辑思维、青果灵动、多隆国际等11家企业签署项目合作协议;场外与途牛旅游、星耀东方文旅演艺、猫眼文化等一批知名文创企业签约合作,项目投资总额达到52.6亿元。

“文明交流互鉴是推动人类文明进步和世界和平发展的重要动力,中日韩文化产业论坛自举办以来,对于加强文化交流,深化务实合作,密切民间交往起到了积极的推动作用。”杨茂荣表示,本次展交会与论坛同期举办,通过文化创意资源的相互交融,文化产业项目的深度对接,将推动中国与日本、韩国在更多合作领域取得新成就。



10月24日,第四届中国(广东)国际“互联网+”博览会在广东佛山顺德区揭幕。本届博览会设有“互联网+”前沿技术、数字化商业、数字化生活、创新创业、智能制造和机器人六大展区,汇集全球650多家知名工业、互联网企业的前沿技术和产品。

图为参观者在博览会上体验来自复旦大学智能机器人研究院的自主交互中医体检机器人。
新华社记者 刘大伟 摄

佳士得引入区块链为艺术品销售“加密”

本报记者 宋佳恒 编译

日前,世界知名艺术品拍卖行佳士得对外宣布,将与区块链安全艺术品注册服务机构Artsy合作,引入区块链技术,为艺术品销售进行注册。这也是世界主要艺术品拍卖行首次尝试引入区块链技术。

事实上,佳士得对区块链技术的关注由来已久。今年7月,在英国伦敦举办的佳士得“艺术+技术”峰会就将主题定格在区块链技术上,邀请各行专家,探讨在艺术品销售领域引入区块链技术的可行性,并就区块链技术在其他领域中发挥的作用及不足进行研讨。

目前,在规模达5万亿美元的行业,只有5%的投资集中在艺术品市场上。这也使得佳士得拍卖行与Artsy的这次联手备受业界关注。

佳士得对外发布的信息中提到,佳士得拍卖行希望利用区块链技术不变性的特点来记录艺术品交易。Artsy被佳士得认为是一个可信的平台,其主要目标是通过高度精确的艺术品信息安全数字登记系统,提升艺术品销售的透明度。

如果一切按计划进行,作为佳士得拍卖行的试点艺术品,即将在佳士得拍卖行出售的“美国地点:巴尼·A·埃布斯塔斯系列”的所有细节将被存储在区块链的分布式账簿上,拍卖中出价最高者将获得交易的安全加密证明。鉴于区块链技术的不变性,出售后的艺术品的相关信息也将永久提供给所有者。

佳士得相关负责人明确表示,这次合作是一次试验,他们希望通过这次合作检测客户对这一新科技的接受度。“这次试验性合作反映出我们这一行业对安全数字注册技术及区块链技术的兴趣正在不断增长。”佳士得拍卖行信息主管理查德·恩特鲁普在接受媒体采访时说,“埃布斯塔斯家族具有创业精神,对前沿科技也有很强的包容度,这使得11月即将举办的埃布斯塔斯藏品拍卖活动成为检测这一新技术是否符合客户需求的理想平台。”

巴尼·A·埃布斯塔斯的美国现代艺术系列藏品被藏家们认为是“20世纪美国艺术最重要的私人收藏”,预计此次拍卖将产生超过3亿美元的收益。区块链技术引入后,这一系列艺术品的标题、描述、最终价格及其他细节信息都将被安全地记录在Artsy区块链注册表上。此外,Artsy还将为佳士得创建一份包含交易信息在内的数字证书,拍卖成功后,买家将收到佳士得提供的登记卡,以安全访问他们所购买艺术品在Artsy注册中心的加密记录。值得注意的是,买家的个人信息并不会出现在区块链中,这使得买家的隐私得到有效保护。

Artsy创始人兼首席执行官纳内·德金对此与佳士得的合作表示

兴奋,并指出这是艺术界的一个重要里程碑。这家区块链公司自称拥有世界最安全的以艺术品为中心的数据库,该数据库保存了经过验证的、具有极高可信度的艺术品信息,其中包括艺术品自创作伊始所经历的大事件。他说:“区块链技术可以在不确定和不透明的市场环境中给买家带去信心。”曾经在苏富比拍卖行担任要职的他深知买家对拍卖环境的担忧。纳内·德金表示,现在的买家对市场有更多疑虑,并且更加害怕承受风险。他们希望能够毫不犹豫地购买艺术品。区块链技术的引入恰恰可以帮助他们消除这些疑虑。

科幻电影新版《铁血战士》中国上映

本报讯 10月26日,由二十世纪福斯出品的新版《铁血战士》在中国上映。

据了解,1987年美国演员施瓦辛格出演首部《铁血战士》,影片不仅让施瓦辛格所塑造的硬汉形象深入人心,由特效师斯坦·温斯顿创作的铁血战士形象更是在科幻界声名鹊起。随后30年间,好莱坞又陆续出品了《铁血战士2》《新铁血战士》,还推出了《异形大战铁血战士》系列两部曲。此番新版《铁血战士》在北美地区上映以来,便显示出其强大的票房号召力,拿下了北美地区首日票房和首周末票房冠军。

据悉,本片由曾出演第一部《铁血战士》的沙恩·布莱克执导,由出演了《金刚狼3》《毒枭》等影片的波伊德·霍布鲁克担任男主角,奥立薇娅·玛恩担任女主角。据沙恩·布莱克介绍,新片剧情加入了更多的冲突,讲述了狙击手奎恩·麦肯纳带领士兵与生物学家一同勇敢反抗外星入侵的故事。为了最大化呈现铁血战士的角色设定,新角色“终极铁血战士”在形象上舍弃了面具和部分盔甲,全面显露其狰狞兽性的一面。影片所展现的人类之间的相互磨合、人与外星生物的争斗等情节都成为影迷讨论的焦点。(于帆)

91科技集团发布集团化发展战略

本报讯 10月23日,91科技集团在北京发布集团化发展战略,并对旗下金融、文化、实业、投资四大业务领域的未来战略布局进行推介。91科技集团董事长、CEO许泽玮表示,开启集团化发展,是整个公司战略发展的必然。未来,91科技集团将深耕细作各项业务,以创新为企业发展动力,以党建为企业的红色引擎,为加快集团化改革努力奋进,实现业务多元化发展,以集团合力推动泛金融共享生态系统的全面发展。

据了解,从2011年成立91金融,到2018年1月1日正式宣布集团化发展,目前91科技集团旗下的金融、文化、实业、投资四大业务板块已各自发展成为独立子公司。其中,文化业务板块目前推

出的传媒类产品包括主打深度原创报道的新媒体《今晚财讯》,关注女性时尚消费的杂志《花样盛年》以及以构建内容生产生态为主的视频节目“红人计划”等,已初步形成了“新媒体+报刊+视频”的融媒体矩阵。同时,91科技集团旗下的91众创空间目前已完成在北京市西城区、石景山区和延庆区的业务布局,联合入驻企业分别打造了科技金融产业基地、旅游文化产业基地和VR产业基地。

据许泽玮透露,作为91科技集团泛金融共享生态系统建设的重要一环,91科技集团旗下的文化业务——极物文化目前已提交新三板挂牌申请,同时启动新一轮融资。(张婧)

文化消费试点城市的长沙实践

傅才武

作为第一批国家文化消费试点城市之一,湖南省长沙市经过两年的探索、实践,逐渐形成了“以文化消费政策为引导,从供给侧发力,以政府购买、企业惠民等方式为引擎,以多元文化消费活动为支点,以‘文化+’和‘互联网+’战略为核心”的文化消费模式,成效显著。

以文化消费政策为引导,形成系列政策组合拳。为激发文化消费活力,引领文化消费方向,长沙市政府先后出台了《长沙市实体书店扶持办法》《促进长沙市印刷业发展若干政策规定》《长沙市非国有博物馆管理办法》和“长沙人才新政22条”等政策,紧扣文化市场的生产、流通、消费各环节,形成了系列政策组合拳,为文化消费提供新动能。

以增加有效供给为着力点,提质扩容文化消费市场。长沙市依托长沙音乐厅、梅溪湖大剧院、湖南大剧院等场馆,引入优质资源,满足高雅文化的供给保障。推进铜官窑国际文化旅游度假区、长沙方特东方

神画等重大文化产业项目建设,扩容文化消费新供给。利用文化产业园区企业集中、消费能力强的特点,长沙市培育、建设并形成了中国(长沙)马栏山视频文创产业园、天心文化产业园等11个消费聚集区。发挥龙头企业的引领作用,中南传媒、广电传媒等七大上市企业全速领航。发挥小微企业的聚集效应,推进大众创业、万众创新,壮大文化消费供给主体,形成了文化消费供给主体不断丰富,大中小企业分工协作、竞相发展的良好格局。

以政府购买、企业惠民等方式为引擎,刺激居民文化消费。长沙市财政每年投入2000万元用于政府购买公共文化服务,通过发放消费券、政府购买服务等方式,培育文化消费市场。同时,长沙市政府鼓励文化企业积极参与文化消费试点,向居民适当让利,通过政府补贴手段和企业让利方式相结合降低票价,使之达到“高质不贵,文化惠民”的目的。2016年,长沙市获批成为国家文化消

费试点城市;2017年,长沙市教育文化娱乐人均消费达到6378元,增幅为11.1%,文化产业增加值突破900亿元,占GDP比重9%以上。

以多元文化消费活动为支点,激发文化消费市场活力。长沙市利用图书馆、文化馆、博物馆等文化“据点”,开展“千团百家”“好戏天天演”等系列品牌活动,培育文化消费“热点”。通过全民艺术普及工程,带动服装、乐器、艺术培训等文化消费增长。策划举办“阳光娱乐节”“杜鹃花艺术节”等节会活动,以公共文化激发文化市场活力,同时又以文化市场“反哺”公共文化,实现文化产业、文化事业的良性互动。此外,长沙市遴选确定了300家文化消费试点合作单位,通过政府引导、企业自主的方式,鼓励社会资本投资文化产业和文化消费领域,指导企业举办丰富多彩的文化消费活动。

长沙市文化消费试点模式具有重要的理论与现实价值。首先,长

沙市依托文化消费试点工作,打破了文化事业与文化产业的壁垒,推动了文化事业与文化产业之间的互通,积极发挥政府在文化消费中的引导性作用及市场在文化资源配置中的决定性作用,推进跨部门、跨领域、跨系统的交流合作,并带动所属行业消费高速增长。其次,在试点过程中,长沙市坚持基本性、均等性、便利性原则,强化管理,优化服务,有效保障了群众参加文化活动的合法权益,满足了群众日益增长的多元化、差异化文化消费需求。最后,为信息时代政府文化管理流程再造提供了经验模式。长沙市坚持“互联网+”战略,加强文化电子商务体系建设,坚持网络与实体并举,线上与线下互动,不断推出适应互联网消费的文化产品;开发市域文化消费公共服务平台,将文化供给领域的相关资源和信息整合起来,开展文化消费数据采集分析归纳总结工作,掌握产业发展动向,为试点工作提供支撑。