

聚焦新创意 蓄积新动能

——第七届山东文化产业博览交易会侧记

本报驻山东记者 苏锐

日前,以“新时代、新动能、新创意、新发展”为主题的第七届山东文化产业博览交易会(以下简称“山东文博会”)在济南举办。5天时间里,本届山东文博会共推介300个文化产业项目,集中展示了山东文化产业发展的巨大潜力和广阔前景。

发挥平台产业聚合作用

秉承“文化的盛会、人民的节日”这一办会理念,第七届山东文博会共设置文化改革发展、港澳台及国际、文化科技、产业融合、创意设计、单项冠军文化企业、时尚生活、工艺美术、室外广场九大展区。展览总面积6万平方米,折合国际标准展位2000余个,汇聚1253家国内外客商。

按照山东省委、省政府“双招双引”的工作要求,第七届山东文博会加大了文化产业项目征集、推介和招商力度,实现了从单纯的博览向博览与交易并重的转型升级。会上举办了山东省重点文化产业项目签约仪式,现场签约6个重点文化产业项目,项目投资额达1216.8亿元,涵盖文化旅游、影视演艺、出版传媒、创意设计、文化会展商贸、文化制造等多个领域。

潍坊风筝、临沂柳编、德州黑陶……本届山东文博会还充分挖掘齐鲁文化资源,通过项目推介、成果展示、主题论坛等,展示齐鲁文化特色和近年来山东文化改革发展新成就。

就。展会期间,山东共举办了首届中国新媒体发展年会、文化产业高峰论坛等24个系列论坛及47项“相约文博会”系列活动。

第七届山东文博会组委会副主任杨峰介绍,与往届相比,本届文博会各个展区都进行了精心策划和提升。比如产业融合展区以产业融合新业态进行板块划分,突出“文化+”内涵,精心策划了文化与旅游、文化与体育、文化与金融、文化与现代农业、文化与商贸等产业融合板块,培育文化产业新动能;在文化改革综合展区,山东17个地市甄选组织了当地优秀文化产业园区和示范基地、文化企业30强、文化产品出口重点企业等参展。

业内前沿技术成亮点

业内新技术的展示,是第七届山东文博会的一大亮点。

在潍坊市展区,歌尔声学股份有限公司的展位吸引了很多参观者驻足。作为潍坊高新技术产业的代表,歌尔展示了公司在VR、智能音频设备、智能穿戴、机器人等智能硬件方面的研发、制造成果。现场工作人员介绍,歌尔是中国声电行业的龙头企业,客户包括苹果、三星、索尼、华为等。

在青岛市展区,影视产业基地“东方影都”展示了影视拍摄制作领域的高新技术:虚拟预演系统和影视后期调色。据现场讲解员介绍,在虚

拟预演系统运用中,演员可快速明确站位,从而适应在电影中的虚拟场景,在提高影视作品艺术创造力的同时,节省了影片拍摄的时间及成本;Baselight调色系统是业内顶级的电影、电视、广告调色完成系统,其改变了传统电影制作工艺下用光方式的选择,无需反复试验对比,大大缩短了调色周期,提高了制作效率。

在文化科技展区,一家主打机器人的展位人潮涌动,会讲故事的机器人、可以自己组装拼插的机器人……吸引了不少小朋友乃至大人的眼球,这就是深圳优必选科技有限公司(以下简称“优必选”)的展位。

优必选培训经理王刚介绍,本届山东文博会,他们带来了两大类8种机器人,大体分为积木编程类机器人和陪伴教育类机器人。与其他品牌的机器人相比,优必选的不同类别机器人全部采用多个伺服舵机关节,具备高精度转动的性能,可轻松应对多种高难度动作,实现人形仿真模拟。有的机器人内置声呐传感器、压力传感器、加速传感器,通过智能识别人脸,感知声音位置,实现人机交互新境界。

展会成效实现新突破

展会时间短,后期如果企业再有合作意向或需求怎么办?为解决这个问题,第七届山东文博会突出“文化+互联网”“展会+互联网”特色,利

用成熟的移动支付技术,聚合山东省内外文化项目、产品资源,打造安全、快捷、方便的线上交易平台,形成线上、线下双向互动永不落幕的“线上文博会”。同时,通过移动互联网技术打造服务平台,提供文博会展区、分会场导航搜索服务,方便观众互动参与。

“文化+科技”“文化+旅游”“文化+创意”“文化+影视”“文化+教育”……本届山东文博会现场,以“文化+”为代表的文化产业新业态在主题展馆和分会场遍地开花,竞相发力,呈现了当前文化产业融合发展的良好景象。同时,许多海外元素惊艳亮相,不仅使山东民众大开眼界,也使得更多国外参展商深入认识了山东。

杨峰介绍,本届山东文博会共汇集德国、俄罗斯、日本、韩国、法国、新加坡、加纳、斯里兰卡等31个国家和地区参展,集中展示世界各地传统工艺美术、创意设计、非物质文化遗产、文化旅游及特色演艺等内容。此外,中国台湾展团也带来了当地的文化创意、名家名器、数字影视等内容,传递台湾文创特色与品牌精神。

据了解,山东文博会自2006年开始,每两年举办一届,形成了集产品展示交易、项目推介洽谈、行业发展研讨等多种功能于一体的展会框架,逐步发展成为集聚文化产业资源、洞悉文化产业动向、开展文化产业合作的重要平台。

资讯

2018中国数字创意与技术博览会聚焦文旅融合

本报讯 近日,2018中国数字创意与技术博览会在北京举办。本届博览会旨在展示我国在数字创意与技术融合领域的最新产品和成果。

今年的博览会以“数字科技赋能文旅融合”为主题,由主题论坛、专题展览、项目体验等多项活动组成,集中展现了数字技术在文旅融合、影视工业化、城市创新生活等方面的行业应用及产业协作。其中,“数字科技赋能文旅融合专题论坛”从公共文化设施、数字文化体验、文化旅游展演、旅游景区等方面探讨当前文旅融合的创新发展模式。论坛还邀请到数字影像

领域的专家学者、行业一线创作人员等现场分享了数字文旅项目“桃花源”、舞台剧《美人鱼》等在数字技术应用方面的经验。此外,博览会上还发布了本届“数字创意新技术清单”。清单聚焦于一年来我国数字创意产业领域的新技术和创新应用,涵盖了电影虚拟化制作中的现场实时预演系统、数字虚拟演员系统、空气投影技术、混合现实技术等近30项前沿科技。

据了解,中国数字创意与技术博览会由中国电子学会等主办,其前身是3D技术与创意博览会,此前该博览会已经举办过8届。

(李雨潇)

第五届北京市文化融合发展项目合作推介会签约近70亿元

本报讯 (记者曲晓燕)第五届北京市文化融合发展项目合作推介会近日在北京举办。推介会上文化产业重点项目签约额近70亿元,创历史新高。同时,记者还获悉,《北京市促进文化科技融合发展的若干措施》即将出台,北京市将从工作机制创新、政策体系完善、资金人才保障等多个层面,全面推动文化与科技双向进入、深度融合。

本届推介会由北京市文资办、北京市贸促会、工信部工业文化发展中心、中国动漫集团联合主办,主题为“文化融合 创新引领”。推介会采取“企业介绍+成果展示+专家点评”的方式进行,对文化科技融合类、文化旅游融合类、文化教育融合类、文化体育融合类、文化商务融合类、文化金融融合类等50余家文化融合企业的最新成果和项目进行展示和推介,来自北京大学、北京科学学研究中心等大学和

研究机构的专家学者对企业推介项目的特色亮点做了精彩点评。推介会同时举办了文化融合发展项目合作沙龙并设置了文化融合企业展示区,收到了较好的现场推介展示效果。

推介会上,北京演艺集团、北京文投国际控股有限公司等多家文化企业推荐的演艺、贸易等文化融合项目受到关注。对此,北京市文资办有关负责人表示,去年以来,北京市立足全国文化中心定位,深入推进文化体制机制创新,不断提升发展质量和效益,文化产业持续稳定增长。今年1月至6月规模以上法人单位实现收入8493.4亿元,同比增长16.6%,对首都经济增长的拉动作用不断加强。举办第五届北京市文化融合发展项目合作推介会,正是为了适应当下文化创意产业高端化、服务化、融合化发展趋势,宣传推介文化与相关产业融合的新业态、新模式、新内容,从而推动文化产业高质量发展。

安徽破获一起特大侵犯网络文学网站著作权案件

本报讯 (记者白炜)全国“扫黄打非”办公室10月25日公布了安徽查办的一起特大侵犯网络文学网站著作权典型案件。

据介绍,安徽省合肥市高新区检察院近日正在对“许某等人网络侵犯著作权案”进行审查起诉,将很快向人民法院提起公诉。目前,公安机关已抓获涉嫌侵犯著作权嫌疑人11名,查封涉案服务器12台,关停虎踞阁、小小书屋等侵权盗版小说网站11个,侵权APP平台2个,冻结涉案账户4个。

今年初,合肥市高新区公安分局根据某网络文学公司举报线索,核查发现虎踞阁、小小书屋两个网站在未获授权情况下,侵犯该公司读书网站享有独家著作权的热门小说1000余部,擅自复制发行在网

站上供免费阅读。经查,许某等人利用专业技术,架设13个盗版网站,未经授权随意复制他人文字作品,侵权牟利,服务器内复制他人文字作品500余万部,被点击量18.9亿次。截至案发,非法获利1000余万元。

全国“扫黄打非”办公室有关负责人表示,在今年开展的网络文学专项整治中,“扫黄打非”部门将侵权盗版作为突出问题之一予以整治。安徽合肥查办的这起案件,犯罪嫌疑人运营盗版网站数量之多、时间之长,非法获利、侵权数、被点击量之巨,都比较罕见,案情非常典型。该案的有力查办,将有效震慑网络文学领域侵权违法犯罪行为,推动网络文学市场秩序更加规范、网络环境健康清明。

专家研讨影视产业升级与江苏影视发展

本报讯 (驻江苏记者王炜)近日,由中国高等院校影视学会、南京艺术学院和紫金文创研究院主办的中国高等院校影视学会影视产业与管理专业委员会第三届学术年会暨影视产业升级与江苏影视发展论坛在江苏南京举办。

会上,来自清华大学、复旦大学、中国传媒大学、北京电影学院、腾讯视频、幸福蓝海影视文化集团等高校与影视公司的专家学者、业界嘉宾共同聚焦影视产业

转型升级和江苏影视产业发展,从影视共创模式、影视工业化、“影视+文旅产业”融合发展、影视IP升级等方面进行深度研讨,探索影视产业的发展路径。现场,与会人员进行充分探讨,对高校与影视企业的交流合作达成了许多共识与初步合作意向。大家一致认为,此次论坛活动拓展了高校教师们的学术视野,较好地搭建了产学研合作平台,有利于各方为影视产业发展贡献力量。

“非遗与设计”艺术文化节在京举办

本报讯 10月20日至10月30日,“非遗与设计”艺术文化节在北京陶瓷艺术馆举办。本届艺术文化节以“现代设计走进传统工艺,传统工艺融入现代生活”为主题,开展了工艺传承大讲堂、工艺花展和“鱼悦生活”学生作品展等活动。

据了解,今年艺术文化节有300余件以“燕京八绝”和“民间九珍”、陶瓷、玻璃、金属、织物等为题材创作的花卉作品展出,本次展览

也是2019年北京世界园艺博览会园艺展的预展。除了欣赏优秀作品,观众还可通过报名工艺传承大讲堂,近距离领略青花捏塑等工艺的魅力,了解相关知识和制作技法。

北京陶瓷艺术馆相关负责人表示,艺术文化节的举办既为广大市民提供了近距离接触非遗的平台,也为鼓励传统工艺、非遗项目通过创意设计与现代生活方式相结合创造了机会。(李雨潇)



近年来,天津市宝坻区不断发展乡村旅游产业,通过挖掘地方渔业、非遗等文化资源,建成渔业文化展览馆、葫芦博物馆等一批文化旅游场所,形成40余个特色鲜明的旅游村。

因为在天津市宝坻区河北庄村潮白河渔文化展览馆内,当地村民在介绍收集来的渔业老物件。

新华社记者 李然 摄

《面向高质量的发展:2017—2018年度IP评价报告》:

创建优质IP需要构建新的文化生产方式

木岩

近年来,随着国内市场对于IP重要性的认识不断提升,IP的价格和受重视程度迅速提高,与此同时,如何有效评估IP价值、打造具有国际影响力的精品IP也成为业界关注的重点。近日举办的第13届中国北京国际文化创意产业博览会发布的《面向高质量的发展:2017—2018年度IP评价报告》(以下简称《报告》)称,目前,互联网已经成为我国IP产业发展和国家文化符号打造的重要舞台,网络文学、动漫等文化业态在我国IP产业链上扮演着重要角色。因此,《报告》提出,面对文化软实力和

与文学的创作成本较低有极大关系,即使相比漫画等同样可以个人完成的作品形式,文学(特别是网络文学)的创作门槛也更低一些,产品数量更多。

根据排名,游戏、漫画、动画的原创IP位于排名前列的较少,存在头部IP稀缺的情况,即在这些行业中,头部IP的竞争力优势更明显、更具价值。比如位于IP排名前50的3部漫画作品《狐妖小红娘》《一人之下》《镇魂街》,市场竞争力尤为突出。此外,具有中国传统或历史文化背景的IP在前20名中的优势比较明显,占比约一半,特别是《西游记》《三国演义》这些传统文学IP以及武侠经典IP,均具有较持久的文化价值和市场规模,而这些IP的开发主要体现在网络游戏领域。《报告》显示,目前市面上的头部网游产品题材主要来自传统文学IP或武侠IP。

不过,《报告》也指出,影视化赋予了IP更丰富的形象与故事内容,为其注入更大的影响力,提升了IP的文化价值和产业价值。因此,影视产业是IP塑造的关键一环,可以被视作IP的“放大器”,IP建设应尽量进行影视产品开发。

互联网企业成IP创建主力

此次,《报告》根据公开信息对企业参与(持有版权或开发产品,高关联度参与)的274个IP的情况进行

了分析,排名前5位的均为互联网企业。其中,腾讯参与的有110个,阿里参与的有24个,完美世界参与的有19个。非互联网企业排名靠前的则多为电影公司,但其原创电影IP极少有跨领域文化产品出现。对此,《报告》认为,互联网企业是中国IP创建的强势参与者,未来的国家文化符号建设需要依托互联网。当下,许多企业仍局限于强调互联网对于文化产业规模扩张的意义,尚不能全面看待互联网文化新形态、新渠道、新影响对整个社会的冲击,因此也就无法认识到文化领域从高速增长转向高质量发展的必然性和紧迫性。

《报告》显示,目前能够积极实现从产业价值转向文化、产业二元价值的主要是互联网行业中的龙头企业,这些企业明确认识到了文化价值的重要性。比如腾讯不仅将企业发展战略定位为“科技+文化”,而且将自身在文化领域的发展思路,从最初的“泛娱乐”战略逐步升级到了“新文创”战略,希望通过以IP构建为核心的文化生产方式,“打造更多具有广泛影响力的中国文化符号”。同时,也有越来越多的企业参与“新主旋律影视剧”创作,并涌现出一大批社会效益、经济效益俱佳的文化产品;越来越多的企业与故宫博物院、敦煌研究院等机构合作,促进优秀传统文化在网络时代的现

代化进程。《报告》认为,虽然文化产业高质量发展首先需要变革发展思路,但也需要企业的自觉意识。

IP创建要走“中国式”道路

过往业界对IP的评价主要是针对某一文化符号在某一文化领域的表现,缺乏对其跨领域情况的评价。但跨领域多品类开发,往往是一个文化产品成为IP的重要特征。多领域共生也是衡量IP生命力的主要标准——它究竟是“一红而过”的爆款,还是能够不断衍生、创造更多文化价值和利润的文化符号。

《报告》显示,当下我国的文化IP尚未实现良好的多领域共生,而要解决这一问题,首先是在每个领域打造精品,同时也需要倡导IP多领域共生,这是我国文化符号打造和文化产业发展必须着力解决的重要问题。

为此,《报告》提出,我国的IP打造要走有别于好莱坞等西方模式的“中国式”道路。《报告》认为,中国的IP产业发展不能照搬国外模式,需要构建自己的文化生产方式。通过分析可见,不同的文化形式在IP链条上有不同的角色,不同性质的企业、机构可以根据自己情况选择不同的投入节点。而目前,处于头部的优质IP越来越成为稀缺资源,值得更多关注和投资。