

2018网络文化产品：

品质满意度较高 价值承载有待提升

本报记者 苏丹丹

在近日举办的2018中国网络文化产业年会上，瞭望智库发布了《2018网络文化产品用户评价报告》（以下简称《报告》）。该《报告》利用大数据和人工智能技术，对2018年1月至10月在市场上受欢迎的100个网络文化产品的用户评论进行了深度分析，涉及手游、漫画、动画（不含低龄动画）、网文4种主流网络文化产品类型。

《报告》显示，国产网络文化产品在“艺术品质与体验”方面，用户评价较高，但用户对部分产品的社会效益评价不高，有些还因沉迷、赌博、软色情等因素招致较多批评。总体来说，我国网络文化产业正从规模扩张转向高质量发展，注重社会效益和文化价值则是转型关键。

社会效益关注度待提升

此次《报告》将“社会效益”“艺术品质与体验”作为两大评价指标，每个评价指标又根据其特点建立了二级指标，其中，“社会效益”包括“国家认同”“社会影响”“个人价值”“基础价值”“史实史观”和“文化认知”6个二级指标。这种评价并非简单地将用户喜好进行归类，而是通过人工智能技术进行了深入识别，如色情、暴力所引起的用户赞许均被判定为负面。

通过分析2000万条用户评论可以发现，用户对网络产品“艺术品质与体验”的关注度远高于“社会效益”。对此，《报告》认为，网络文化产品还缺少能够引发用户关注“社会效益”的内容和元素，价值承载仍有待提升。

在“社会效益”的二级指标中，“国家认同”的得分较高，特别是在动画、漫画、游戏3个领域，尤其在游戏领域的6个“社会效益”二级指标里，“国家认同”分值最高。进一步分析发现，这个结果主要来自用户对国漫、国产游戏的赞扬。

相比之下，“个人价值”的分值则成为各领域的“谷底”，比如漫画，“基础价值”“文化认知”都有较好表现，但因“个人价值”评价不高拉低了总体表现。

《报告》分析，“个人价值”凹陷的主要原因是目前一些网络文化产品还或多或少存在利己主义等不正确的价值观、道德观，并且有易沉迷、软色情等问题，例如游戏领域的易沉迷、诱导消费和赌博，引发大量负面的用户评论。

网络文化产品面临大众化挑战

近年来，中国游戏市场实际销售收入逐年攀升，据统计，2018年上半年高达1050亿元，同比增长5.2%。其中，移动游戏是绝对主力，占实际销售收入六成以上。与此同时，中国游戏用户数也增长到了5.3亿人，其中，约半数为30岁以下的青年。游戏无疑是目前最受关注、最为流行的网络文化产品类型之一。

数据分析显示，在4种主流网络文化产品中，手游的“社会效益”“艺术品质与体验”得分均稍逊。在“艺术品质与体验”方面，国产手游的角色、剧情、玩法、画面、声音等都得到了用户认可，但另一方面，游戏的内生价值、平衡性、人性化等引起用户较多不满，网络环境、程序缺陷、安全等也受到不同程度的诟病。

以游戏领域常见的评论用语“爆肝”（指需要投入较多时间成本、精力）为例，部分游戏产品往往通过重复利用已有内容捆绑用户，通过各种设置引导用户每天付出一定时间投入到重复性的游戏行为之中，这种运营思路引起一些用户的极大反感，给游戏市场的健康发展带来了负面影响。

值得注意的是，游戏是用户规模最大、商业模式最成熟、变现能力最强的网络文化产品类型，手游的快速发展带来了大量新用户，但也降低了用户“吐槽”的门槛，许多资深玩家能容忍或视为常态的问题被新用户普遍“吐槽”，因此，在“艺术品质与体验”评价指标上，游戏受到了更多考验。《报告》认为，一种新型文化产品形式从小众走向大众，实现良性发展，都得经历这种考验，不论是游戏还是网文、动画、漫

画都是如此。

在网文、动画和漫画领域，“艺术品质与体验”方面较受用户关注的指标是角色、产品更新、作者和剧情。其中，角色、作者均得到用户认可，剧情方面得分参差不齐，仍有待提升。这3个领域面临的最突出问题是产品更新——不能及时、稳定地更新，引来用户较多“吐槽”，动画领域尤为突出。《报告》分析，相较于漫画产品用户，动画产品用户似乎对以周更为主 的更新频率更不满意，这可能与动画产品用户的大众性更强有关，还需要进一步养成习惯。

从规模发展转向高质量发展

结合各类型网络产品的发展表现，《报告》认为，当下，我国网络文化产业正在从规模扩张转向高质量发展，这种转向既来自行业动力，也有政府引导。

在行业动力方面，各领域用户增长陆续放缓，消费升级趋势明显，新型文化形式不断涌现，对用户的争夺日益激烈；同时，更具国际视野和消费能力的新一代消费人群崛起，国产产品必须参与国际竞争。在政府引导方面，强调将社会效益放在首位，以人民为中心，以创新实现中国特色的文化发展道路。

《报告》认为，在高质量发展中，社会效益和文化价值是关键所在。而落实社会效益和文化价值，说到底考验的是网络文化企业的研发运营能力和战略思维，网络文化并非没有正向内容要素，它们需要被发现和弘扬，特别是形成良好的商业模式，因此，必须转变粗放的运营方式，实现真正的精细化运营。

从总体上看，网络文化产业从规模发展转向高质量发展仍需加大对内容创新的投入。《报告》提出，无论是现实主义题材作品，还是弘扬中华优秀传统文化的作品，都要在传统优势题材、模式、习惯的基础上实现创新，这既考验企业的资源和能力，更考验企业负责人的耐心和远见。

青海省文化产业干部培训班在北京举办

本报讯 近日，文化和旅游部文化产业高端复合型人才素质能力培养计划——青海省文化产业干部培训班在中央文化和旅游管理干部学院举办，青海省各市（州）、县（区）文化部门分管领导、行政管理人员以及重点文化企业负责人共50人参加培训。

本次培训班结合青海省文化产业发展实际需要，聚焦推动文化产业高质量发展，创新培训形式，通过专题教学、座谈讨论和实地考察等活动，拓宽了学员对区域文化产业发展的认识，达到了明确思路、增强本领、提高能力的目的。培训班邀请了中共中央党校（国家行政学院）、中国人民大学文化创意研究所、北京大学文化产业研究院、中央文化和旅游管理干部学院的专家、教授分别

就文化产业项目的筛选与评价、文化旅游——文化传承中的文化消费、特色文化产业的IP开发、文化产业政策导向和发展趋势等进行了专题授课。学员们围绕青海省文化产业发展现状、问题和对策以及挖掘区域特色IP进行了分组研讨和讨论，并实地考察了北京中关村科技园区雍和园、朝阳规划艺术馆。

今年以来，青海省文化和旅游厅联合省直相关部门先后举办了全省文化产业统计工作培训班和全省文化产业经营管理人才培训班，选派文化产业人才参加了国家部委举办的文化产业项目、文化金融、文旅融合、文化消费、藏羌彝文化产业走廊建设等专题培训班，累计培训达到320余人（次）。

（蔡文斌）

河北举办第七届特色文化产品博览交易会

本报讯（驻河北记者李秋云）12月24日，为期4天的第七届河北省特色文化产品博览交易会在石家庄闭幕。

本届交易会以“京津冀协同发展聚精会神 文化产业创造价值相得益彰”为主题，由河北省文化和旅游厅主办，北京市文化和旅游局、天津市文化和旅游局以及河北省教育厅、省科学技术厅、石家庄市人民政府等共同协办，河北演艺集团承办，河北省文化产业协会、河北

省艺术传媒有限公司具体运营。交易会主展区设置了12个展示区域，参展商家达500余家，设置标准展位130个，特装展位33个，展示产品及业态涉及影视、动漫、科技、演艺、出版、文创以及烧造、编扎、织染、绘画、剪刻、雕塑等，囊括了传统文化精品、文博创意产品、红色旅游产品和特色手工艺品等。与往届相比，本届交易会涉及范围更广、创意元素更多、互动性更强、文化产品展示更有代表性和示范性。

“中国影视蓝皮书2019”启动编写

本报讯（记者李佳霖）12月20日，“中国影视蓝皮书2019”在北京大学艺术学院宣布启动编写。

据介绍，“中国影视蓝皮书2019”包括《中国电影蓝皮书》《中国电视剧蓝皮书》，是北京大学影视戏剧研究中心与浙江大学国际影视发展研究院合作推出的“年度影响力影视剧”范例报告，在北京大学、浙江大学两校学生初选的基础上，由国内50位知名影视学者、评论家投票选出2018年度中国电影、电视剧作品中最具影响力和代表性的作品各10部。“蓝皮书”以这20部作品为分析

对象，总结2018年度中国影视产业创作、发展的特征和规律，助推中国影视创作质量提升、影视产业升级换代与电影工业美学理论建构。

在启动仪式后举办的“中国电影年度论坛2018—2019”上，与会人士围绕2018年中国电影的创作格局、产业状况等展开讨论，对现实主义电影创作热潮、电影新力量的涌现表示了肯定，对行业存在的某些问题进行了反思，并倡导打磨优质电影项目，联合业界开展影视教育、储备优秀人才，为中国电影发展繁荣积蓄能量。

上海版专与阿里体育合作开展电竞教育

本报讯（黄艺芹 记者洪伟成）12月21日，上海出版印刷高等专科学校（以下简称“上海版专”）与阿里体育有限公司在上海市教委和上海杨浦区相关部门的支持下，围绕电子竞技运动与管理专业展开校企合作，在产教融合、大学生电子竞技赛事、实训基地建设方面达成了《关于电子竞技教育的战略合作框架协议》，将开设电子竞技运动与管理专业，于2019年秋季开始招生。

去年底，上海市委、市政府印发《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》，明确了上海加快全球电竞之都建设的发展路径以及将在政策、资金、人才等方面加大扶持力度。为此，上海版专对电竞产业特性进行了深入研究，在专业设置上

将人才培养分为3个方向：电子竞技新闻传播、电子竞技节目制作与播音主持、电子竞技赛事运营，并提出了“泛电子竞技”概念，力图在此基础上长期发展将该专业扩容为“电子竞技专业群”，形成电竞人才的职业培养体系。据悉，该校电子竞技运动与管理专业2019年秋季招生拟招120人，着重培养学生与电竞相关的新闻与传播、播音与主持、节目策划与制作及赛事运营等方面能力。

目前，上海已集中了国内80%以上的电竞公司、俱乐部资源，国内外许多电竞赛事都将赛事举办地放在上海，随着大型赛事、电竞企业、直播平台等的纷纷落户，上海的电竞产业链日益完善，产业集群效应初显。

“优创计划”扶持电影新力量

本报讯（记者于帆）12月23日，旨在扶持优秀青年电影人成长的“优创计划”在北京公布了6个意向合作项目。

“优创计划”由电影频道节目中心发起并主办，电影频道（上海）影业公司承办，先从数百部文学作品中挑选出20多部，于今年9月面向全国发布了第一期书目，邀请青

年导演、青年制片人以及影视制作公司以此为基础完成电影项目改编策划书，经过评审选择6位意向合作伙伴；之后，还将帮助入选的青年电影人解决缺资金、缺资源等问题。

据介绍，该计划邀请了成龙、何冀平、胡玫、冉平等行业资深从业者担任导师，为入选团队提供全方位的帮助和指导。

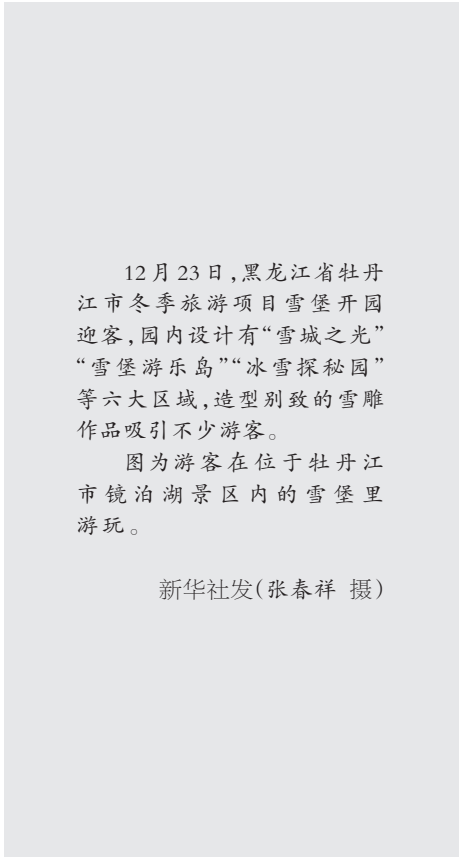
2018中国数字艺术产业高峰论坛青岛举办

本报讯（驻山东记者华伟）12月20日至21日，由中国动漫集团、青岛市文化广电新闻出版局、青岛市城阳区人民政府、青岛出版集团联合主办的2018中国数字艺术产业高峰论坛暨海峡两岸文化艺术创意交流会在山东青岛城阳区举办。

本次论坛以“新时代·新动能·新未来——数字艺术引领美好生活”为主题，采取“1+2+4”模式，由1个主论坛、2个专题会、4个活动组

成。论坛会聚了行业的“政、产、学、研、金、介”参会代表600余名，故宫博物院、中国国家博物馆、京东方科技集团等知名机构的代表在论坛上发言并进行案例分享；此外，论坛还成立了数字艺术产业发展专家智库。

据介绍，青岛市城阳区目前正大力实施文化产业发展“金种子”计划，2019年将引进培育文化企业120余家，此次有12家参会企业与城阳区达成协议。



12月23日，黑龙江省牡丹江市冬季旅游项目雪堡开园迎客，园内设计有“雪城之光”“雪堡游乐场”“冰雪探秘园”等六大区域，造型别致的雪雕作品吸引不少游客。

图为游客在位于牡丹江市镜泊湖景区内的雪堡里游玩。

新华社发（张春祥 摄）



产业观察

文化IP开发更需向立体纵深推进

本报记者 张婧

文化创新类真人秀节目《上新了·故宫》最新一期在12月21日更新了。与前几期推出的美妆日用品“美什件”“真丝睡衣”一样抓人眼球的是，最新亮相的文创产品“十公主重萌故宫益智游戏棋”将故宫



今年六月，《黑荔枝》在重庆新光天地购物中心现场手绘，完成了高达四米的巨型漫画彩蛋机。

地图作为棋盘，故宫的文物照片则变成了游戏功能卡片。这样一来，消费者在游戏的同时还能够以一种更自然、轻松的方式了解故宫历史文化。

从参观体验的不断改善到惊喜不断的主题展览、令人爱不释手的文创产品，再到这次推出将进宫识宝、探寻历史文化、开发衍生品熔为一炉的文化节目，故宫博物院这个一直以来备受关注的现象级文化IP，总是不断给人们带来惊喜。业内人士认为，故宫博物院在文化IP打造方面的成功让社会大众意识到，IP并非天然就是IP，而需要提炼、孵化和运营，在这个过程中，文化所产生的品牌价值和商业价值具有巨大的潜力，需要IP开发者和运营者对其进行持续深入挖掘。

与故宫博物院、敦煌研究院等文博单位基于馆藏文物和历史文化进行文创产品开发为主的文化IP运营不同，文化企业因不具备相应条件，因此在文化IP培育上更倾向于与成熟的青年艺术家合作，选择风格鲜明、有辨识度的作品，然后以这些作品为核心打造文化IP，持续挖掘艺术作品的品牌价值和商业价值。

“青年艺术家IP化，重要的是如何将 自己的创作扩散形成一条产业链继而成为一种文化现象。也就是说，除了要有很强的变现能力，还要有强大的文化影响力。”上海毕知文化创意有限公司相关负责人认为，近年来，随着中国经济持续增长，人们的消费支出已不仅仅围绕着衣食住行展开，提高生活品质、追求精神享受也成了共识，这是文化IP成长和发展的群众基础，也是他们坚持与青年艺术家合作开展文化IP运营，打造知名文化品牌

的信心来源。

“治愈系”绘本画家“黑荔枝”是与上海毕知文化创意有限公司合作的艺术家之一。经多次尝试，他将自己绘生作品中的形象转化为装置、雕塑艺术品和众多衍生品等，并探索出具有自身特色的文化IP发展路径。例如，今年“双十一”购物节期间，“黑荔枝”与国产美妆品牌玛丽黛佳合作，以作品《不凋集》系列中的经典形象“多萝西”作为玛丽黛佳“双十一”定制礼盒的限量伴手礼，该定制礼盒一推出就受到了消费者追捧，销售额在10天内突破了千万元。

此外，“黑荔枝”还与华为、卡西欧等国内外知名品牌进行合作。“文化和艺术能赋予产品更多的内涵和特质，就拿今年4月我与某手表品牌的合作来说，我把定制款产品的设计主题定为‘怪物世界’，创作了各种稀奇古怪的小怪物，传达出不同于传统、勇于表达自我以及面对世俗质疑仍坚持前行的精神，这与该品牌‘坚韧不止’的品牌理念也十分契合。”“黑荔枝”说，通过参与文化IP的培育和运营，他对创作也有了更新的认识，希望将来的产品在具有实用价值的同时，能给消费者带去更多精神上的满足感。

当前，我国文化IP产业正处于成长期，还存在政策体系尚不健全、缺乏顶层设计、产品创新力不足、文化IP交易市场尚未建立、价值评估体系没有统一标准等一系列问题，但是，随着产业精细化、专业化程度的加深，以及大数据、云计算、人工智能、区块链等信息技术的发展，文化IP的开发、孵化必将向着立体纵深的前进。