

地方两会纷纷聚焦些文化的什么热点话题

本报记者 张婧

春节将近,全国各省市区的两会亦陆续圆满落幕。分析研究各地两会期间发布的政府工作报告以及代表、委员的议案、提案,不难发现,文化品牌建设、文化消费升级以及文旅融合发展等仍是各省市未来推动文化产业发展的重点方向和目标。

依托文化产业发展 打造城市文化品牌

2018年,在国家政策的大力支持和引导下,各省市文化产业的发展有了长足进步;随着“文化+数字”的深度融合,动漫游戏、网络文学、网络音乐、网络视频等与群众生活越来越密切,已经成为当前人民群众文化消费的主要产品。如今,文化产业已经成为城市发展整体规划中的重要组成部分,构建知名城市文化品牌也越来越被提及和强调,这在今年地方两会期间发布的政府工作报告中也有体现。

据北京市两会期间发布的政府工作报告,2018年北京市规模以上文化产业收入达到1万亿元,金融、科技、信息等优势服务业对经济增长贡献率达到60%以上;2018年加大文化惠民力度,通过实施营业性演出低票价补贴政策,使151家实体书店获得了房租补贴等专项支持。此外,北京市还坚持严厉打击非法“一日游”,促进了旅游秩序

明显好转,投诉量同比下降67%。

在2019年文化产业发展工作部署上,北京市提出打造城市文化品牌的目标,具体措施包括:编制文化产业引领区建设发展规划,加快北京文化产权交易中心建设,推动“文化+”市场主体繁荣发展;支持老字号传承创新发展;制定文化特色小镇、文创街区建设导则,推动台湖演艺小镇、宋庄艺术创意小镇等重大项目建设;加强文化综合执法,净化网络空间和文化市场环境;办好北京国际电影节、国际音乐节、国际设计周和中国北京国际文化创意产业博览会等活动,提升城市文化开放性和国际影响力。

文化消费、文化惠民成关键词

1月15日,江苏省政协十二届二次会议举行联组会议,民进组、工青妇组、文艺组、新闻出版、体育、福利保障组的委员,围绕“坚定文化自信,建设文化强省”的主题展开了热烈讨论。其中,完善文化消费补贴机制、文化惠民等成为委员们讨论的关键词。

“江苏省政府工作报告提及‘统筹推进文化惠民工程、文艺精品创作和文化产业发展’,给人印象深刻。”江苏省政协委员、江苏省演艺集团有限公司董事长郑泽云表示,近年来,江苏一系列繁荣文艺创作的政策越

来越实,精准保障文艺创作的力度越来越大,守正创新的文艺生态更加清朗,文艺惠民举措更加务实,呈现出创作导向更加鲜明、创作生产日趋活跃的可喜变化。不过,在看到成果和成就的同时,也应对江苏文化产业发展中存在的社会文化消费习惯尚未形成、文化产品投入方式单一、文化惠民缺乏主动的自主选择机制等问题提高警惕。

为此,郑泽云建议,建立文艺创作多样化投入机制,在加大文艺创作资金扶持力度的同时,优化惠民演出补贴政策,进一步激发文艺院团创作生产和演出活力;完善文化消费补贴机制,发行“文化惠民卡”,观众持卡既能直接享受政府补贴,增强获得感,又能享受各类演出票价折扣,使观众自主选择剧场和剧目,实现“剧场有演出、剧团有剧目、观众有戏看、看戏有补贴”;建立群众文化需求反馈机制和文化惠民工程产品多元采购机制。

紧抓新机遇大力推动文旅融合

如果评选2018年文化产业发展热词榜,“文旅融合”一定排在首位。2018年,随着文化和旅游部的组建,文化产业和旅游业的融合发展也迈入了新阶段,2019年如何更好地实现文旅深度融合,为产业发展注入新活力,成为各省市两会的重点

关注内容之一。

上海市在去年的政府工作报告中专门提出要扩大优质文化产品和服务供给,具体包括:推进世博文化公园建设,开工建设大歌剧院、马术公园,建成程十发美术馆等文化设施;促进文化旅游融合发展,深化落实“文创五十条”“旅游发展三十条”,推动影视、演艺、艺术品等产业集聚区提升能级,加快打造黄浦江游览等世界级旅游精品。

辽宁省省长唐一军在作2019年政府工作报告时提出,要大力发展全域旅游,力争实现旅游业总收入增长15%的目标;整合旅游资源,集聚产业要素,推进文旅融合,加强宣传推介,提升形象品质,加快发展旅游经济;建设5个旅游主体功能区;做大做强辽宁省旅游投资集团等领军企业,做精做优本溪水洞、丹东凤凰山、盘锦红海滩、葫芦岛九门口长城等著名景区,推进乡村旅游、温泉旅游、滨海旅游、冰雪旅游提质升级。

除了上海、辽宁之外,纵览各省市的政府工作报告,“文旅融合”一词出现的频率均较往年有了显著提升,这表明“旅游是文化的载体,文化是旅游的灵魂,二者相辅相成”这一观点,已逐渐成为未来文化事业、文化产业和旅游业发展的共识,2019年文旅融合发展将取得哪些新成果、出现什么新趋势,也备受期待。

一部手机“智·游云南”：2019云南旅游主题宣传活动在北京启动



2019云南旅游主题宣传活动现场舞蹈展示民族风情 程晓刚 摄

本报讯 (记者程晓刚)1月28日,由云南省文化和旅游厅主办、云南腾云信息产业有限公司承办的“智·游云南”2019云南旅游主题宣传活动暨“游云南”APP推介会在北京举办。

据介绍,2019年云南文化和旅游年将围绕1个主题、4个板块进行。主题为“云南国际旅游年——智·游云南”,4个板块分别为“解码云南”——用云南非遗、民族和节庆文化元素在国际舞台讲述云南故事;“奇遇云南”——用音乐、赛事、游戏等结合特色线路打造旅游新体验;“探味云南”——用云南时令物产、饮食文化吸引全球美食爱好者;“茗享云南”——以茶山故事为主线,茶山体验为路径,探索挖

掘不一样的云茶文化之旅。此外,香格里拉、三江并流、苍山洱海、哈尼梯田、腾冲火山热海等云南十大文旅品牌及七彩云南(国际)民族赛装文化节暨彝族火把节、傣族泼水节、景颇族目瑙纵歌节等十大民族节日也将作为重点,贯穿2019年云南文化和旅游年。

2018年,以“一部手机游云南”项目为抓手,云南旅游智慧化进程加速推进。2019年,按照“国际化、高端化、特色化、智慧化”的发展原则和“云南只有一个景区,这个景区叫云南”的全域旅游理念,云南将着力实施“一部手机游云南”完善提升、旅游厕所建设、智慧景区建设、旅游市场秩序持续严打严管等九大工程。

山东省文化和旅游大数据研究中心揭牌

本报讯 (驻山东记者苏锐)1月25日,山东省文化和旅游厅与济南大学战略合作签约仪式在山东济南举行,山东省文化和旅游大数据研究中心同时揭牌。据悉,双方将本着资源共享、优势互补、务实重效、共同发展的原则,就建设山东省文化和旅游大数据研究中心和山东文化旅游研究等事宜,建立长期稳定的合作关系,共同致力于山东文旅融合大发展。

济南大学党委书记徐景颜表示,此次双方携手是发挥彼此各自优势,强化全域旅游人才培养,服务地方经济社会发展的重要举措。下一步,济南大学将依托学校的旅游文化创意研究院,以山东省文化和旅游大数据研究中心为桥

梁,围绕山东文化和旅游融合发展,有效整合旅游教育资源,充分发挥学校在人才、智力、科技、平台等方面的优势,开展务实合作,实现互利共赢,协力推动山东文化旅游事业又好又快发展。

山东省文化和旅游厅副厅长张鲲对此次战略合作提出6点建议:一是完善公共服务平台,发挥高等院校优势,做好基础数据的科学统计,以便于文化和旅游部门准确决策;二是发挥文化旅游“创客”功能,实现创意创新;三是优化旅游业态,通过数据化为游客提供优质服务;四是培育文化创意产品和旅游商品;五是加强文旅融合培训工程;六是开展文化和旅游理论研究,发挥旅游智库的作用。

英国期待小猪佩奇吸引更多中国游客

据新华社消息 (记者梁希之)英国旅游局1月24日表示,随着中国农历猪年的到来,英方希望通过小猪佩奇等知名英国品牌吸引中国游客前来观光消费。

英国旅游局负责人帕特里西娅·耶茨说,中国是非常重要的旅游市场,英方希望为中国游客提供世界级的体验和服务。在即将到来的农历猪年,英国旅游局将与英国航空公司及中国携程旅行网等合作伙伴携手,借助小猪佩奇等在中国知名的英国品牌,宣传推广相关旅游景点,争取吸引更多潜在的中国游客。

英国旅游局公布的最新航班预订数据显示,今年1月30日至2月12日期间,从中国飞往英国的航班预订量比2018年春节期间增长24%。今年上半年从中国飞往英国的航班预订量也比2018年同期增

长了31%。英国旅游局预计,2019年内访英中国游客人数将达48.3万人次,比2017年增长43%,到访中国游客预计将消费超过10亿英镑(1英镑约合8.89元人民币)。

中国驻英国大使馆公使衔文化参赞项晓伟表示,英国在旅游产品开发、旅游管理和旅游标准制定等方面具有独特优势,对中国旅游业有很强的借鉴作用,中英两国在旅游业方面具有很大的合作空间。

据英国旅游局统计,中国游客平均每次访问英国花费2059英镑,是其他国际游客平均消费额的3倍多。在英逗留时间和旅游的区域范围也超过国际游客的平均水平,这意味着每22名中国游客即可为英国旅游业创造一个工作岗位。旅游业每年为英国经济贡献1270亿英镑,创造大量工作岗位并带动经济发展。

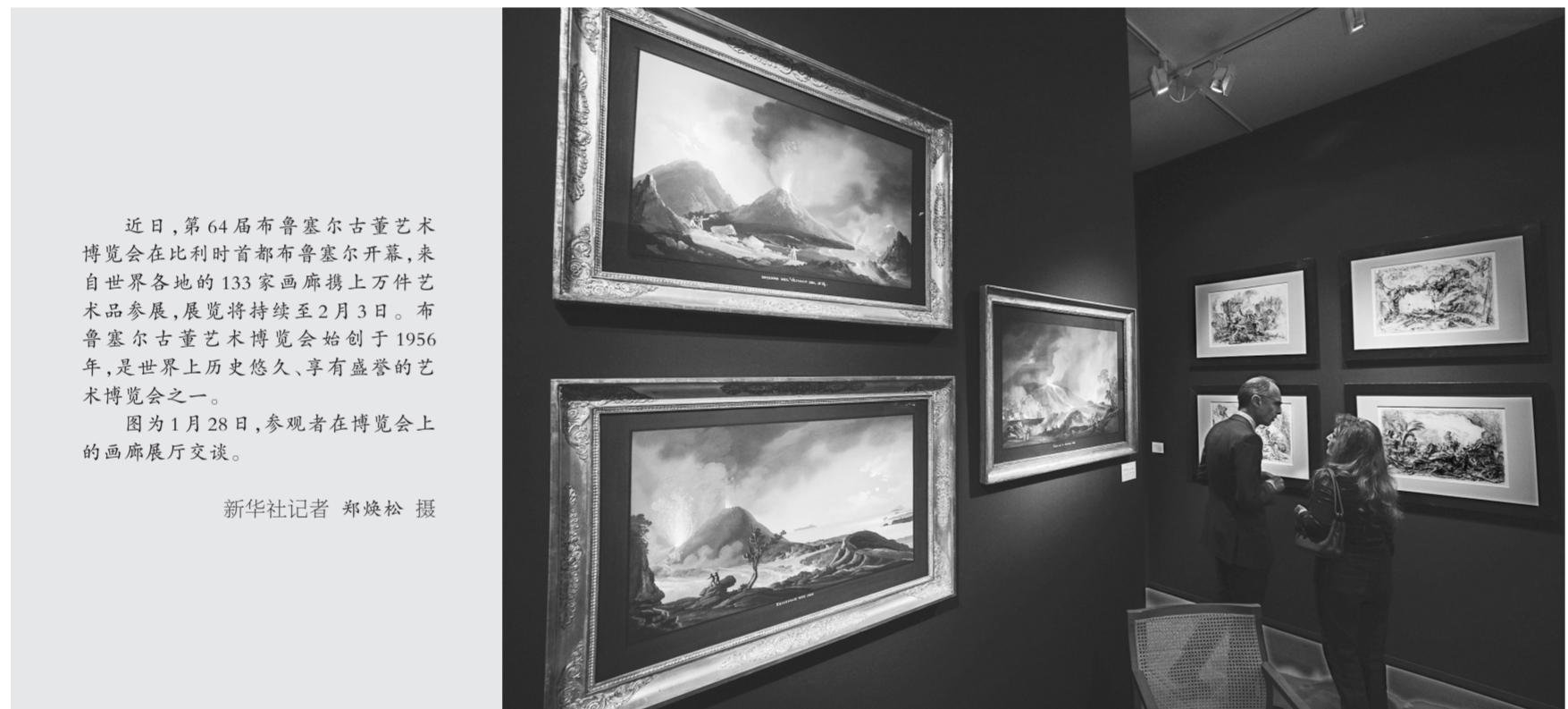
《2018年中国网络综艺市场白皮书》发布

本报讯 (记者于帆)1月28日,泛娱乐大数据平台艺恩发布了《竞逐蝶变的新时代——2018年中国网络综艺市场白皮书》(以下简称《白皮书》)。

《白皮书》指出,历经5年高速发展,2018年中国网络综艺市场进入了激烈的竞逐时代,新增国产网综数量为162部,下滑约2%,网综投资规模达68亿元,同比增长超58%,在政策调控趋严、大量资金注入及制作团队专业化的推动下,网综内容实现了质的飞跃。对此,《白皮书》总结了5个方面:在内容分布中,超级网综数量大幅提升,涌现出《偶像练习生》《这!就是街舞》等具有广泛影响力的作品;腰部内容针对不同用户持续深耕,类型多元,《心动的信号》《一本好书》《奇遇人生》等节目均凭借高品质收获良好口碑,不断满足用户的精神需求;“综N代”在多季开发中优胜劣

汰形成品牌效应,构筑平台网综领域的“护城河”;《吐槽大会》《奇葩说》获得用户高度认可,是“综N代”的典型代表;以超级网综为核心开发的衍生节目重构头部网综长尾效应,进一步扩大了内容影响力;网综的变现能力不断加强。

在此背景下,《白皮书》分析认为,2018年,网综内容结构分布进一步优化;网综产业链的上游、中游环节不断趋向健康,驱动下游变现渠道更多元,商业化能力增强,网综内容生态进一步形成。《白皮书》预测,未来中国网络综艺市场在政策及市场的双向调控下将继续大浪淘沙,制作实力较强的公司将持续胜出,垂直精品网综领域机会也将大幅增多;网综的数量或将趋于稳定,平台对该领域的投入力度将不断加强;网综内容的创新及质量的提升将继续驱动网综商业化升级。



近日,第64届布鲁塞尔古董艺术博览会在比利时首都布鲁塞尔开幕,来自世界各地的133家画廊携上万件艺术品参展,展览将持续至2月3日。布鲁塞尔古董艺术博览会始创于1956年,是世界上历史悠久、享有盛誉的艺术博览会之一。

因为1月28日,参观者在博览会上的画廊展厅交谈。

新华社记者 郑焕松 摄

惠到实处 留足后劲

——第五届安徽文化惠民消费季活动扫描

本报驻安徽记者 郇磊

冬去春来,由安徽省委宣传部主办、省文化厅承办的第五届安徽文化惠民消费季活动,历时近4个月顺利结束。2018年9月至年底,围绕“促进文化消费、提升文明素养”的主题,第五届安徽文化惠民消费季共开展了四大系列、40项重点活动,全省参与人数共1428.24万,直接带动文化消费36.01亿元。

直补“五看”刷卡消费 向贫困地区倾斜

此次消费季的重头戏是鼓励城乡居民刷卡消费“五看”,对看书、看报、看戏、看电视、看文化旅游景点的刷卡消费给予直接折扣。其中,第五项“看文化旅游景点”是第一次设立,将之前的“看电影”改为“看文化旅游景点”,是按照基层群众文化消费取向作出的创新。

省级资金安排了918万元直补“五看”刷卡消费,并对国家贫困县重点倾斜,单设资金池,补贴比例为其其他地区的2倍。据统计,消费季期间安徽省文化消费刷卡交易306.4万笔,消费总额227.5亿元,分别比上届增长5.5%、5.4%;其中,20个国家贫困县累计刷卡交易9.1万笔,享受财政“五看”补贴近210万元。

以革命老区六安市“五看”刷卡消费优惠活动为例,仅“看书”一项就带动4000人次、约75万元的消费额,尤其是霍邱县尚品文化传媒有限公司,完成了约3700人次、70多万元。霍邱县居民老汪在书店门口捧着一摞新书说,子女给自己办了银行卡,

平时不怎么用,这次看到刷卡买书有优惠,就一口气买了几套经典名著,自己看过还可以传给后代。

除了省级资金之外,各地方和部门也纷纷慷慨解囊,如安徽省新闻出版广电局系统,2018年10月下旬至11月上旬到革命老区岳西县、金寨县开展“报刊服务进老区”活动,组织多家报刊社向4个乡镇赠送了总计4万元的报纸杂志,惠及群众约6万人。

把营养全面的文化礼包送给群众

就消费季活动安排来看,既有全国获奖暨优秀剧目展演、全省孵化计划优秀剧目展演,也有文化扶贫携手小康巡演、系列惠民音乐会,还有非遗及民俗文化展演展示等一大批深受群众喜爱的特色文化活动,可谓送出了一份营养全面的文化大礼包,给消费者带来了新感受、新体验。

如安庆市,以“第八届中国(安庆)黄梅戏艺术节”“映山红红色旅游文化节”和“怀宁蓝莓国际文化旅游节”三大活动为核心,涵盖“五看”、演艺娱乐、文化精品剧目,通过成本分摊、政府补贴,使票价从原来的380元至680元降

到了30元至100元,吸引观众3万余人。合肥市蜀山区朱先生说,平时很少进剧院,文化惠民消费季期间到剧场听了音乐会,“那感觉和看电视真不一样,以后要常进剧场听”。

安徽省黄梅戏剧院在消费季期间举办了“黄梅飘香迎国庆”展演,演出阵容由黄梅戏名家、梅花奖得主、优秀黄梅戏青年演员组成,《雷雨》《红楼梦》等名剧共演出6场,全部实行惠民票价。住在安徽大剧院附近的王女士,看完心仪已久的黄梅大戏后高兴地说:“我和老伴儿都喜欢看戏,几十元钱看一场大戏,很值得。”

利民、便民,为惠民留足后劲

在消费季活动中,安徽各地和各有关部门深入基层,作风务实,力求利民、便民。如铜陵市组织报纸、图书销售商户深入22个乡镇、88个社区,吸引3万余名城乡居民参与活动,基本达到全覆盖;安徽新华发行集团共组织下乡活动35场,与乡镇读者面对面,实现图书销售约53万元,读者享受到企业让利约16万元、财政补贴约8万元;“徽韵”开展350场乡镇文化惠民活动,将“看电视”服务送到千家万户;合肥有线电视公司将自有活动与文化惠民活动相结合,双重优惠促消费,共安排60余场“便民服务进社区”活动,单日交易笔数最高为营业厅日