

打造文旅融合发展的“展会样板”

——第14届义乌文交会和第11届旅博会综述

本报记者 张婧文/图

自去年4月新组建的文化和旅游部正式挂牌以来,致力于推动文旅深度融合的新探索和新尝试便层出不穷,各类聚焦文旅融合发展的活动更是如雨后春笋般涌现。4月30日,为期4天的第14届中国义乌文化产品交易博览会(以下简称“义乌文交会”)和第11届中国国际旅游商品博览会(以下简称“旅博会”)圆满落幕。据统计,两大展会共吸引了境内外43个国家和地区、超过11万名采购商及观众参会。业内人士认为,文化产业类展会与旅游类展会首次同期举办,给加快文化产业化和旅游产业联动发展和转型升级带来了全新视角。

集中展示产业发展新成果

展览面积达10万平方米、标准展位4192个、共1277家企业和机构参展、汇集77个不同国家和地区的展品、30多项各具特色的活动轮番上演……此次两大展会遵循“以文促旅、以旅彰文”“宜融则融、能融尽融”的理念,以“融·创·美”为主旨,重点围绕文化产品、旅游商品的展览和交易,集中展示了文化产业和旅游产业发展的新成果。

据了解,本届义乌文交会和旅博会的展位数和展览面积创历届之最,值得一提的是,特装展位占比高达78%,最大程度上提升了展会的质量和档次。“从展会活动开展情况、现场氛围以及社会大众的关注度和参与度来看,本次精心策划的两大展会可以说是成绩斐然、成果突出。”组委会相关负责人表示。

在各项活动中,由文化和旅游部组织举办的“心灵四季·美丽中国”盛夏旅游推广季启动仪式备受瞩目。该活动配合展会特设的“三区三州”旅游大环线专题展区,挖掘了红色旅游、乡村旅游、度假休闲、自驾露营等旅游线路,推出了富有当地特色、互动体验感强的夏季文化旅游产品,大大提升了“三区三州”旅游大环线的知名度和影响力,切实推动旅游扶贫落在实处。

与此同时,为突出义乌文交会、旅博会侧重产品采购和交易的特色,满足参展商、采购商的市场需求,组委会在展览展示之外还策划举办了文化旅游产品新品发布会、采购洽谈对接会等经贸活动,为供需双方提供一对一的洽谈对接平台,切实推动文化旅游创意成果转化落地,并着力扩大参展企业的市场空间,放大展览的经贸实效。

全方位、多角度推进文旅融合

文旅融合,创造的是更贴近需求、更注重体验、更适应时代的新生活。本届展会以满足人民群众对美好生活的向往为出发点,持续深入推动文旅融合,开发符合当前市场需求的文旅资源和项目,引领文化产业和旅游产业联动发展。

如陕西省铜川市,紧扣展会主题组织了当地5家知名企业参展,这些企业的经营范围涵盖耀州青瓷、宜君剪纸、核桃艺术品、玉米叶编织品等。“为了顺应文旅融合的发展大势,我们带来了种类繁多的特色文化产品。其中,以倒装壶、公道杯、凤鸣壶等为代表的耀州青瓷,外表朴素、内藏乾坤,集中展现了中国传统匠人的过人智慧和精湛技艺。此外,我们还特意在展区开辟了一块区域展示铜川的旅游



智慧旅游展区的机器人表演

资源和景区,积极向观众推介铜川旅游。”陕西铜川贸促会负责人靳刚在接受记者采访时说。

湖南韶山毛泽东同志纪念馆已连续多年参加义乌文交会。与往届不同的是,今年纪念馆在展区推出了研学实践教育活动介绍。“纪念馆依托独有的文化资源和红色教育资源,结合学生身心特点,开发了‘励志修身’体验、情景演绎、立志成才礼等多种主题活动课程。”韶山毛泽东同志纪念馆负责人曹慧娟认为,研学实践教育活动能让学生在欣赏韶山自然风光的同时接受文化和革命精神的熏陶,这是纪念馆推动文旅融合发展的一个新切入点,也为韶山旅游业发展注入了新活力。

在驴妈妈集团副总裁任国才看来,文旅融合带来了更多新可能。“多年来,驴妈妈一直深耕旅游市场,为游客提供景区门票、自由行、度假酒店等一站式服务。如今,在文旅融合大潮下,集团得以将文化纳入整体发展规划中,今后将持续关注并介入文创产品开发、文旅IP孵化等领域。”谈及此次参加义乌文交会和旅博会的感受,任国才坦言,这对文旅企业来说是不可多得的机会。“通过参展和逛展,我发现文化类展会更侧重于产品展示,而旅游类展会则偏向于互动和销售,此次二者同期举办,互补效果很明显,新角度带来了新创意、新商机。”

立足传统求新求变

近年来,在国家政策的大力支持和引导下,中华优秀传统文化呈现出繁荣发展的态势。另一方面,对“如何传承优秀传统文化的同时进行保护性开发使其真正融入大众现代生活中”的思考和讨

论从未停止。为此,本届展会在展区设置上十分注重“创新”和“转化”,希望能给从业者带来一些灵感和启发。

对传统节日符号进行提炼、设计、开发不失为一种良策。以中国最重要的节日——春节为例,2014年,在文化部的指导下,中华“春节符号”全球征集活动组委会成立,并于2015年初评选出中华“春节符号”。“目前,‘春节符号’系列文创产品已经开发完成,接下来希望通过组织、参加活动和相关展会推动产品量产,让消费者能够在日常生活中感受到中华春节传统文化的丰富内涵。”中华春节符号全球推广委员会执行主席兼秘书长刘祥法认为,本届义乌文交会和旅博会为“春节符号”系列文创产品的宣传推广、采购洽谈搭建了平台,有效促进了优秀传统文化的传承、创新发展。

互联网时代的文化传承和创新当然离不开数字技术。匈牙利高科技企业佰路得携其核心技术“魔墙”亮相此次展会,展现了数字时代产品技术与人文艺术的充分结合。据介绍,“魔墙”的技术亮点在于支持多人同时对数字屏中的海量展品进行互动,而且这些互动数据能够被保存下来,以便使用者进行数据分析。

“多年来,通过与业内专家以及中国国家博物馆、内蒙古博物院、上海自然博物馆等中国各一流博物馆、展览馆的深度沟通与合作,我们了解了中国文化行业发展趋势,并积累了丰富经验。”匈牙利参展商、佰路得公司负责人贝思文表示,“匈牙利是‘一带一路’沿线国家,与中国各方面的交流合作都十分融洽,希望佰路得能为中国文化产业的发展提供一些更新、更科学的解决方案。”

国家统计局发布最新数据： 一季度全国规模以上文化 及相关产业营业收入增长8.3%

本报讯 (记者于帆)日前,记者从国家统计局了解到,根据对全国规模以上文化及相关产业5.5万家企业调查,今年一季度上述企业实现营业收入19799亿元,按可比口径计算比上年同期增长8.3%。

从行业类别看,文化及相关产业9个行业中,有8个行业的营业收入实现增长。其中,增速超过10%的行业有5个,分别是:新闻信息服务营业收入1454亿元,比上年同期增长20.9%;文化投资运营95亿元,增长13.3%;创意设计服务2532亿元,增长12.5%;文化传播渠道2540亿元,增长11.5%;内容创作生产4669亿元,增长10.1%。

从产业类型看,文化制造业营业收入8400亿元,比上年同期增长5.2%;文化批发和零售业3588亿元,增长5.8%;文化服务业7812亿元,增长13.2%。

从领域看,包括新闻信息服务、内容创作生产、创意设计服务等行

业在内的文化核心领域营业收入11592亿元,比上年同期增长12.0%;而包括文化辅助生产和中介服务、文化装备制造、文化消费终端生产3个行业在内的文化相关领域营业收入达8207亿元,增长3.5%。

从区域看,东部地区规模以上文化及相关产业企业实现营业收入15125亿元,比上年同期增长7.3%,占全国的76.4%;中部、西部和东北地区分别为2704亿元、1779亿元和192亿元,分别增长10.7%、15.2%和下降1.2%,占全国比重分别为13.7%、9.0%和1.0%。

国家统计局相关负责人分析认为,上述数据表明全国文化产业总体继续保持较快增长的态势;文化产业结构进一步优化,文化产业在文化服务业的占比提高,文化核心领域的比重提高,西部地区增速较快;文化新业态发展迅速,已成为引领和推动文化产业发展的力量。

第14届加拿大中国电影节启动

本报讯 (实习记者李雨潇)5月5日,由加中影视文化艺术协会和中国商业文化研究会商界演艺文化工作委会共同主办的第14届加拿大中国电影节在北京正式启动。

加拿大中国电影节始于2005年,一直致力于中国电影的海外推广和海内外电影交流,是最早在海外举办的中国电影节之一。据了

解,本届电影节以“迈向高峰”为主题,延续了以往的影展、论坛、国际影人交流活动、文化之约及红毯、颁奖典礼等内容,并增添了新的元素,如在奖项设置上增加了电视剧单元、动画片单元及网络片单元。电影节征片及评选环节截至今年9月30日,颁奖典礼将于今年10月16日至21日在加拿大温哥华举办。

《名侦探柯南》官方授权 主题咖啡店上海开业

本报讯 4月29日,日本知名动漫《名侦探柯南》官方授权的主题咖啡店在上海静安大悦城正式开业。

据了解,该店由《名侦探柯南》中国地区版权总代理上海新创华文化发展有限公司授权、小学馆集英社制作股份有限公司监修、潮漫文化传播有限公司运营打造,是《名侦探柯南》在中国大陆的首家官方授权主题咖啡店,也是动漫IP开发线下衍生服务的一次尝试,将营业于7月29日。店内随处可见动漫作品中主要角色的人形立牌、大量《名

侦探柯南》正版周边产品以及为动漫粉丝准备的限定周边产品等,咖啡店还推出了呼应动漫剧情的主题餐饮,力求为广大动漫爱好者提供集“拍照留影、休闲购物、美食餐饮”为一体的综合服务。

近年来,以《名侦探柯南》为主题的咖啡店每年都会在日本开办,今年是主题咖啡店开业5周年。为了于今年4月上映的剧场版《名侦探柯南:绀青之拳》预热,3月起,日本东京、大阪等多个城市陆续开办了《名侦探柯南咖啡厅2019》。(李雨潇)

本报讯 (记者陈璐)日前,中国对外文化集团旗下中演院线发展有限责任公司(以下简称“中演院线”)与中赫太舞崇礼太子城冰雪小镇在北京天桥艺术中心签署合作协议。双方将通过联手打造崇礼太子城冰雪小镇演艺剧院,丰富小镇

文旅运营内容,提升北京冬奥会文化软实力,实现冬奥会核心区项目的可持续发展。

作为2022年北京冬奥会重点建设项目的太子城冰雪小镇,位于北京冬奥会张家口赛区,毗邻太子城高铁站和有800年历史的太子城金代城址遗址,由中赫太舞(张家口崇礼)文化旅游有限公司打造,包括冬奥塔、景观湖、文创商街、国际会议中心、冰雪特色配套区、绿色农业生态示范区等,赛时可承担重要的接待保障任务,赛后将作为国际化度假小镇长期运营。中演院线自2009年成立至今,已拥有70家加盟剧院,14家直营剧院,并有四海一家、中演票务通、中演工程咨询3家公司,形成了内容制作、宣传营销、剧院平台运营的全产业链经营模式。

此次联手打造的崇礼太子城冰雪小镇演艺剧院,将成为中演院线运营管理的第15家直营剧院。据介绍,该剧院位于太子城国际会议中心,总建筑面积超过1万平方米,可容纳800人同时观赏演出,是太子城冰雪小镇项目中重要的文化设施。

在签约仪式上,中演院线发展有限责任公司总经理张利、中

赫太舞(张家口崇礼)文化旅游有限公司联席总裁姚启怀、太子城项目运营总经理李敏等人就文旅融合大背景下剧院未来的发展思路进行了探讨。

李敏表示,崇礼因得天独厚的地理位置、优越的气候条件和丰富的历史文化资源,成为近年来环北京区域的热度旅游目的地。中赫太舞致力于在此打造一个中国风格、国际标准的特色小镇,从硬件设施上提供保障;而中演院线不仅可保证剧场建设的高标准,还可将国内外优秀剧目引入崇礼,让消费者在小镇享受一流的视听盛宴。

“中演院线在剧场建设和拓展之外,也非常关注文化属性和旅游属性的紧密结合。”张利表示,多年来,中演院线积累了丰富的国内外演艺资源和制作运营经验,中文版《妈妈咪呀!》《猫》、引进的英文原版《剧院魅影》《芝加哥》等经典剧目,均在全国巡演中取得了很好的票房,2019年将推出英文版《绿野仙踪》《蓝人秀》、中国歌舞剧院《孔子》等12个项目。“这些都可成为太子城冰雪小镇演艺剧院的内容优势,我们将根据该剧院的规模

和京津冀地区文化市场消费情况,参照全国同类型度假旅游区剧院的演出规模,有效整合资源,引进高质量的国内外精品演出项目,同时打造具有特色的驻场演出,根据不同季节推出不同主题的文化艺术活动。”张利说。

“音乐+动漫”跨界玩起来

酷狗打造文化社交新场景

戴宇



“酷狗蘑菇×萤火虫动漫音乐嘉年华”活动现场

刚刚过去的“五一”假期,酷狗携手萤火虫动漫在广州琶洲会展中心举办“酷狗蘑菇×萤火虫动漫音乐嘉年华”,众多动漫、游戏品牌和二次元“大咖”惊喜亮相,4天共接待观众27.8万人次,创“五一”华南地区漫展历史新高。酷狗此次跨界音乐与动漫,通过线上线下的多样玩法,精准地将传统文化和“90后”“00后”连接起来,为传统文化表达创造了年轻化的新语境。

打造文化社交新场景

走进漫展场馆,处处可见精心打扮的动漫爱好者。这些以“二次元人类”自居的“90后”“00后”,热衷动漫、游戏、Cosplay,也爱古风音乐和传统文化。

对于动漫迷而言,展商、新作云集的动漫展会,是他们寻找知音的重要线下场所,“酷狗蘑菇×萤火虫动漫音乐嘉年华”正打造了符合二次元粉丝需求的文化社交新场景。

2016年,酷狗音乐开始通过“音乐+动漫”模式布局二次元市场,今年是第4个年头,“酷狗蘑菇动漫”音乐品牌也逐渐打响。作为数字音乐交互服务提供商,酷狗围绕音乐属性,在传统漫展中融入音乐会元素,邀请国内音乐“大咖”担任嘉宾,使突破次元界限的视听盛宴成为跨次元壁的共同狂欢。

将音乐融入二次元文化社交场

景的“音乐+动漫”新玩法,一方面使漫展好看又好听,满足了二次元粉丝的需求和期待;另一方面,凭借内容升级、粉丝经济与音乐场景的互动协同,激活了酷狗音乐现有的“听、看、唱、玩”立体娱乐生态,不断拓展音乐生活边界。

创新演绎国风文化

近年来,国风元素渗透到音乐、漫画、服装等领域,越来越受到年轻人的追捧,并呈现出拉动市场增长和文化消费的时尚力量。

此次“酷狗蘑菇×萤火虫动漫音乐嘉年华”上,国风也是不可忽视的一大特色。漫展首日,春日踏歌古风声唱会/签售会在开场前就掀起

了长长的队伍,内场200多个嘉宾席位早早爆满,外场则挤满了层层观众。酷狗“燃即青春”短视频Cosplay大赏活动也受到很多年轻用户的追捧,其中,“寻找最仙国风Coser”短视频话题下收到不少原创内容。

如果说Cosplay和动漫强调的是年轻人新潮的一面,那么创作国风音乐、穿汉服,呈现出的则是年轻人传统的一面。围绕国风文化,“酷狗蘑菇×萤火虫动漫音乐嘉年华”在吸引国风爱好者创新演绎国风文化的同时,也诠释着国风文化价值和传递出国风文化魅力。

释放娱乐正能量

将动漫与传统文化有机结合

是新时代的主题,而文化价值的开发需要商业模式的辅助。“酷狗蘑菇×萤火虫动漫音乐嘉年华”为二次元与传统文化的融合提供了一个新契机,也为践行文化自信探索了一条新路径。

漫展现场,由酷狗音乐孵化的亚洲首个电子国风女团“SING”的3名练习生亮相,引得现场观众阵阵欢呼。与此同时,酷狗音乐联合国内知名原创音乐团体沙音社特别策划了“五城记”活动,结合广州、南京、西安、成都、北京5个城市的本土文化元素创作出5首代表中国精神、弘扬优秀传统文化的国风音乐作品,献礼祖国70年华诞。

人气歌手“伦桑”在漫展现场首唱了“五城记”歌曲之一《风伴广州港》:“天清明风伴广州港,云卷风淡远望,奇货满,竞逐浪干帆扬,万里出远航……十三行,好机遇,东来西往最风光。广州港,有口碑,一口通商敢担当……”这首为广州量身打造的城市歌曲融入了广州博物馆馆藏历史、广东非物质文化遗产、粤剧等多种元素,在酷狗音乐上线3天,评论已破万条。

依托二次元动漫和国风音乐的表现形式,传统文化正在新时代散发出新的生命力。“酷狗蘑菇×萤火虫动漫音乐嘉年华”在打造二次元音乐文化IP的同时,也在当代年轻人的娱乐生活中注入了文化正能量。