

《2019中国网络视听发展研究报告》发布

网络视听行业以内容创新应对挑战

本报记者 于 帆

在“无视频，不网络”的当下，视频的观看和使用已经成为互联网用户日常生活中的重要组成部分。当头部网络视频平台竞争格局相对稳定的同时，新的竞争对手依然在持续涌现，网络视听行业正在不断迎来新变化。

视频从“长”到“短”

5月27日至29日，第七届中国网络视听大会在四川成都召开。大会期间，中国网络视听节目服务协会发布了《2019中国网络视听发展研究报告》(以下简称“报告”)。

报告显示，截至2018年12月底，中国网络视频(含短视频)用户规模达7.25亿，占整体网民的87.5%。其中短视频用户规模6.48亿，网民使用率为78.2%。短视频用户使用时长占总上网时长的11.4%，超过综合视频(8.3%)，成为仅次于即时通讯的第二大应用类型。

市场规模方面，2018年整个视频内容行业的市场规模为1871.3亿元，同比增长52.8%。其中短视频市场规模增速最快，从2017年的55.3亿元增长到467.1亿元，同比增长744.7%。

“很多做长视频的公司觉得挺冤的，花那么大力气做了那么多内容，却瞬间被短视频超越了。但这就是现实，短视频已经超过长视频，成为人们休闲娱乐的重要方式。”中国网络视听节目服务协会常务副秘书长周结说。

报告中一组有意思的数据引起了记者的注意：2018年12月，中国网

民平均每天用手机上网5.69小时，比2017年增加1个小时。其中，有约20分钟被用在了短视频上面，并且短视频的用户使用时长整体反超综合长视频平台。随着中国网络视听用户规模日益壮大，短视频在多种视听应用类型中成为使用最普遍且占据用户时长较多的一个应用。

可以预见，未来在网络视听行业如何争取到更多的“用户时间”，将成为各类视频应用激烈竞争的焦点。

用户群体扩大

提到网络视听产品的主要用户，在几年前更容易和年轻人联系在一起，然而从近年来的统计数据来看，用户群体正在发生改变。此次大会上，哔哩哔哩(以下简称“B站”)董事长陈睿就用一连串数字向现场观众阐述了近段时间以来，B站用户群体的变化。

“通过对用户的分析我们发现，B站正在从一个以‘90后’‘00后’为主的平台，扩展到了更多的‘80后’‘70后’。”陈睿介绍，B站今年54.3%的新增用户来自于三、四线城市及乡镇，并且越来越多的家长因为孩子而接触使用这一平台，甚至有不少家长成为平台上的内容创作者。

报告中一组关于短视频用户的数据，尤为明显地印证了用户群体在从年轻人向高收入、高学历以及中老年群体扩大。数据显示，短视频的忠实用户集中在“90后”“00后”“95后”群体中，并且在五线城市中占比较高。

具体来看，在2018年爱刷短视频的用户中，男性(53.5%)占比超过女性(46.5%)。高收入、高学历群体对短视频的使用率也在迅速增长，大专以上群体、月收入5000元以上群体的增幅，均超过80%。值得关注的是，短视频应用在中老年群体中正在加速渗透。

对此，业界分析认为，尽管“娱乐”是短视频所承担的最为重要的功能，但其在推动知识普及、政务和媒体信息传播，以及社交、电商等方面，均发挥着越来越重要的作用。

报告还发布了网络音频的用户群体画像。规模达3.01亿的网络音频用户呈现出男性化、高学历、城镇化特征，并以消费能力较强的20岁至39岁、二线及以上城市人群为主。结合他们的消费内容，业界分析认为，知识付费这一市场热潮令网络音频行业拥有了极具潜力的发展空间。

内容“网”开多面

大会上，中国人民大学新闻中心主任、新闻与社会发展研究中心研究员颜梅表示，短视频的使用时长超过综合视频平台，并不是说以腾讯视频、爱奇艺、优酷为代表的综合视频市场在萎缩，事实上，它们的整体规模也在不断增长，但短视频的来势汹汹，在一定程度上搅动着网络视听行业的竞争格局，引发行业在未来内容布局上的改变和思考。

艺恩合伙人高文韬在大会上也提到，尽管短视频的使用时长从去年6月开始超过长视频，但是在今年2

月，短视频的使用时长达到巅峰后，开始出现回落的趋势，与此同时，长视频使用时长开始逐渐上升。未来长视频的使用时长是否会重新超越短视频？在高文韬看来，“二者的胜负还没有定论”。

伴随着科技的发展，网络视听产品的内容产品形态日益多样化。来自视听平台、内容制作机构、媒体以及研究机构的752份专家问卷调研结果，展示了业界对于网络视听行业内容发展趋势的判断——未来一年，家庭类、悬疑类网络题材，访谈脱口秀类综艺以及原创文化类节目等将被行业看好，“微综艺”等“微型化”节目类型或将成为新趋势。

实际上，在内容研发上下功夫，已成为行业普遍共识。大会期间，网络视听行业代表企业纷纷介绍了各自平台在内容上的创新和布局。当下，“网”开多面的内容生态也引发了资本市场的格外青睐。报告显示，2018年，中国网络视听领域共发生投融资事件412起。其中，媒体及阅读领域是投资人关注的热点，投融资事件数量最多，为164起，占39.8%；其次为视频/直播领域，投融资事件为70起，占17.0%。从公布具体金额的投融资事件来看，投融资金额在1亿元以上的有19起，主要集中在短视频、直播、音频领域。

对于行业的整体走向，报告分析认为，网络视听节目正在走向以量换质的阶段，随着网络视频付费用户规模的扩大，头部平台内容付费超过广告成为营收主力。未来，优质内容将成为平台决胜的关键。



新华社记者 彭昭之 摄

洛阳花树凹村又名三彩陶艺村

本报驻河南记者 陈关超

花树凹村，位于河南省洛阳市洛宁县罗岭乡，原本是一个偏安一隅的小山村，因为遇到了陶瓷艺术而有了新的变化，如今它的新名称“爱和小镇”“洛阳三彩陶艺村”广为人知，旅游业也随之发展起来，村村容貌更是焕然一新。

说起花树凹村的变化，不得不提起郭爱和。郭爱和是中国陶瓷界的领军人物，也是传承洛阳三彩文化的艺术家。在其30多年的“三彩人生”中，获得了一系列国际、国内大奖。花树凹村变身洛阳三彩陶艺村，他是主要发起人。

2013年的春天，郭爱和沿着刚刚开通的洛卢高速公路去洛宁故县水库附近参观一棵千年银杏树。车到罗岭乡，因前面公路尚未完工，无奈沿着乡间小路向故县水库进发。汽车穿行在缓坡的山地上，周围的美景让郭爱和沉醉了，深绿的是柏树、墨绿的是麦苗、浅绿的是新发的杨树叶子，在深深浅浅的绿色中间夹杂的是嫩黄的油菜花。美不胜收的坡地景观让郭爱和动了心思：这不就是自己

理想中的三彩陶艺村吗？

说起来容易，做起来难。罗岭乡所在的洛宁县是国家级贫困县，脱贫攻坚任务十分艰巨，每笔资金都要精打细算，用到刀刀上，在这样的条件下打造三彩陶艺村，难度可想而知。不过，让郭爱和感到欣慰的是，在听到他的提议后，罗岭乡党委、政府经过深入研究，最终顶住压力，决定全力支持三彩陶艺村项目。就这样，郭爱和开始了长达两年的陶艺村建设之路。他将村庄的文化底蕴和自身所长结合，用9999只大陶缸打造艺术底色，在这里，陶缸变身成了花盆、护栏、垃圾桶，甚至是坐凳、展台、指路牌。不仅如此，郭爱还结合时令，用二月兰、向日葵、波斯菊等花卉设计四季花谷。山坡的弧度、道路的设计也相应进行了艺术化调整。

2015年4月12日，洛阳三彩陶艺村(爱和小镇)正式建成。3000多亩的乡村原野俨然成了一座优美的乡村艺术公园，四季有花，森林原野。村里破旧的窑洞、土屋及歪歪斜斜的麦秸垛与艺术展厅、露天观景台、“缸

文化”小径浑然一体，构成了三彩陶艺村独有的特色。

有美景、有文化，三彩陶艺村便有了吸引力。据统计，2018年到这里游玩的游客达6万多人次。今年春天三彩陶艺村举办油菜花观赏节期间，最高峰时一天来罗岭的游客达6000余人次，车辆600余辆。旅游业的火爆让三彩陶艺村尝到了文旅融合的甜头，也激发了当地百姓发展旅游经济的信心。村民们纷纷建起了农家乐，并销售旅游农副产品。昔日偏僻的花树凹村因为这群艺术家的到来，让村民们看到了致富的希望。

吸引来了游客，郭爱和觉得还不够，村里百姓单调、匮乏的文化生活让他无法释怀。“用陶瓷艺术改造山区村落，让山村变成艺术公园，再用美育让山里的孩子们慢慢地热爱上艺术，这可能会改变他们一生的命运。”郭爱人说。从2015年开始，三彩陶艺村每年都会在岁末组织举办一次中国【当日】艺术展，艺术家当日驻村创作、当日进行展览，艺术家当日驻村创作、当日进行展览，当日举行拍卖、当日全款捐赠。目前，中国【当日】艺术展共邀请

艺术家260余人次，捐赠作品313幅，价值上千万元，募集爱心捐款64.8万元，全部捐赠用于建设美育画室及贫困山区学生的美育教育。

“每一个孩子都是天空中最亮的星，每一个孩子的手中都应该有画笔，心中都应该有梦想。”按照这个思路，郭爱和在洛宁山区小学建成3所美育画室，组织“小手画三彩”活动，让孩子们用画笔表现心目中的美丽乡村，并烧制成三彩作品。“我们要利用这个平台，讲好陶瓷故事，帮助罗岭乡通过艺术实现乡村振兴。”郭爱人说。

“村里的艺术气息更浓了，乡村成了文化艺术公园。按照这个模式，以后会有更多艺术家投身美丽乡村建设，用美育为更多贫困山区带来新变化。”郭爱人说。记者了解到，规划中的中国三彩博物馆、中国陶瓷大师创作营、中国窑博物馆、豫西民居艺术馆、百碗山房、窑洞居将在这里相继启动，可以预见，不久的将来，这里将真正成为郭爱 and 梦想中的“世外‘陶’源”。

六个“抓”促进贵州省文化和旅游产业发展

本报讯 5月23日，贵州省文化和旅游产业发展暨促进民营投资项目建设观摩会在贵州省龙里县召开。会议研究推动贵州省2019年文化和旅游产业发展及促进民营投资项目建设工作，以促进文化产业和旅游产业高质量发展。

会议强调，贵州省要依托优质的山地旅游资源，利用丰富厚重的民族文化、历史文化、红色文化等资源，坚持“旅游+”“文化+”多产业融合发展的思路，推进文化旅游与交通、农业、体育等的深度融合。指导创建一批国家级旅游度假区、国家5A级旅游景区，全年新增国家4A级旅游景区10个以上，全省A级旅游景区400个以上，到2020年力争创建一批精品旅游景区，以精品旅游景区为支点，促进国家全域旅游示范区创建。

会议要求，抓好旅游景区建

设，各地要认真做到六个“抓”——抓规划与标准、抓保护与利用、抓创建与品牌、抓营销与市场、抓监督与退出、抓改革与保障，从顶层设计、资源开发、品牌创建、市场培育、监督管理等方面打造精品旅游景区。此外，还要大力推动文创产品开发，深入挖掘文化和旅游资源的价值内涵和文化元素，加强文创人才培养，用好创新创意手段，推出更好更多思想性、艺术性、实用性有机统一、适应生活需要群众需求的文创产品，丰富旅游商品供给。

会前，观摩团成员还赴龙里县油画大草原、龙里水乡飞跃丛林、水乡水街、龙门镇、双龙镇巫山峡谷景区、温泉小镇等实地考察，详细了解当地旅游项目的投资、建设、运营情况。

(董金黄 吴长青)

2019年湖南省导游大赛落幕

本报讯 (驻湖南记者张玲通讯员贾艳)5月28日至31日，2019年湖南省导游大赛总决赛在邵阳市新宁县举办，经过理论考试、才艺展示等层层选拔，33名导游凭借扎实的理论知识和精彩的现场表现，在入围决赛的70名选手中脱颖而出，分获金、银、铜牌。

2019年湖南省导游大赛由湖南省文化和旅游厅、省总工会等共同主办，比赛将导游服务技能比赛与文明旅游宣传引导紧密结合，旨在全面提升湖南旅游服务整体水平及游客满意度，切实加快推进湖南旅游强省建设。此次比赛共吸引了湖南省14

个市州的近3万名导游参赛。最终，湖南华天国际旅行社国际有限公司的谷祥慧等3名导游获得金牌，长沙明珠国际旅游股份有限公司的田黎等10名导游获得银牌，洪江市申德文化旅游发展有限公司的陈璐等20名导游获得铜牌。据了解，3名获得金牌的导游还将代表湖南参加今年9月在宁夏举办的第四届全国导游大赛。

颁奖现场，“崑山导游词”全球征集大赛正式启动。导游词征集时间截至10月31日，分单篇导游词、全程导游词、崑山形象广告片3个部分，要求突出崑山旅游形象定位，把握特色亮点。

浙江衢州以文旅项目“礼遇西安”

本报讯 (驻陕西记者秦毅)6月1日，“南孔圣地·衢州有礼”衢州市品牌发布会在陕西西安举行，浙江省衢州市向西安各界介绍了“全球免费游衢州”政策，并进行了多项重点文旅项目合作签约。

记者了解到，2019年衢州市“全球免费游衢州”活动再次升级：参与免费游的核心景区增加至14个；全年除节假日、双休日外，逢周一至周五全年246天向公众免费开放。此外，14个活动景区自今年6月起对西安市民实行全免政策。发布会上，衢州市与西安市达成了

多项合作意向。曲江文旅集团与衢州市城投集团、陕西省礼泉县袁家村与衢州市文化广电旅游局等达成合作。

此外，根角雕、蛋雕、糖艺、裱衣、麻饼等具有衢州特色的传统手工艺匠人亲临现场，通过现场制作和展示，让参会嘉宾感受到衢州匠心。

衢州于1994年被命名为国家历史文化名城，文脉绵延流长，有江南地区保存最好的古代州级城池衢州府城，是圣人孔子后裔的世居地和第二故乡。

尚8文化产业园积极搭建产业服务平台

本报讯 (记者张靖)5月31日，位于北京市朝阳区的尚8文化产业园正式公布了“以工业遗产资源为载体、保留历史文脉与时代记忆情怀、发展以智慧内容为核心的文化产业”的发展战略，该战略的确立标志着原本位于此处的老厂房正式转型为文创园区。

“文化产业和国民经济的其他领域一样，只有做强产业链条，才能形成核心竞争力。”尚8文化集团相关负责人表示。按照这一思路，尚8园区始终致力于推动文化产业链条上下游资源整合，大大提升园区的集聚力。

据介绍，今年，尚8国际广告园被认定为首批北京市文化产业园区。“下一步，我们将以园区为

原点，通过打造公共文化空间、组织艺术展与文化沙龙等，实现尚8品牌与企业、城市、文化的共同发展。”尚8文化集团相关负责人说。

近年来，在北京市朝阳区良好的政策机遇和市场环境下，尚8进入发展快车道，以城市更新为视角，依托老工厂、古建筑、低效存量物业等空间，通过创新文化资源配置及文化内涵再设计，陆续打造了尚8设计+文创园、尚8里文创园、尚8国际广告园、尚8远东科技文化园等20多个产业项目，实现了文创园区的分布式项目布局及连锁化经营管理，建立起高效优质的园区产业服务平台，引导企业形成自循环、自生长的文化生态。

北文时代“星影”项目落户长春

本报讯 (记者张靖)5月31日，北文时代(北京)文化有限公司自有IP“星影”项目——长春·星影空间城市文化广场正式落户吉林省长春市净月新区。

据介绍，长春·星影空间城市文化广场项目主要包含文化娱乐板块、众创空间、商业板块等，分别以影视、音乐等泛文化产业为主题，打造先锋剧场集群、内容电商生产基地、影视特色体验星影梦工厂、格莱美音乐体验中心等特色空间。项目将强化空间共享的运营模式，将文化娱乐、教育培训、商业办公等功能融为一体，以优质的文

化内容、消费体验吸引消费者，形成消费链收益闭环。

北文时代(北京)文化有限公司相关负责人表示，未来，长春·星影空间城市文化广场项目将导入丰富的IP，落地一系列多形式、多主题、多内容的活动，激活业态创新，促进长春文化产业发展。

据了解，作为北京电影学院影视文化产业园创新园平房园区的运营方，经过多年的发展，北文时代(北京)文化有限公司在园区运营管理方面逐渐探索出一些良好的发展经验，品牌溢出效应不断显现。