

黑龙江伊春：

立足本土资源 推动文化产业集聚发展

本报驻黑龙江记者 张建安 文/图

近两年，在文化和旅游融合发展的大背景下，黑龙江省伊春市立足本地自然资源和文化资源，积极发展文化产业，为经济发展注入了新活力。

统计显示，目前伊春市有1125家文化企业，伊春永达工艺品有限公司是其中一家极具代表性的企业，生产的文化产品包括北沉香木雕、木艺家具、木艺画、旅游纪念品等。由于产品种类丰富、质量上乘，且极具地方特色，伊春永达工艺品有限公司开设的文化产品展厅已经成为外地游客的重要旅游目的地。伊春市文化广电和旅游局局长王欣红表示，伊春市通过培育文化龙头企业、培养文化产业专业人才、优化文化产业发展环境等方式大力发展文化产业，从各项数据来看，成效正在显现。

立足本土资源开发文创产品

有着“红松故乡”之称的伊春市拥有北红玛瑙、北沉香、桃山玉等丰富的自然资源，借助这一资源优势，该市积极发展特色文化产业，涌现出了一批知名文化企业，这其中包括利用北沉香资源自主研发十大系列木艺产品的伊春市侨艺公司、利用干桔花朵和树叶研发出植物工艺画的伊春市桃山北方园艺研究所、利用空心木材和山槐树根制作民族乐器和西洋乐器的伊春市新青区树琴根韵工作室等，这些企业和工作室生产的文化产品不仅销往全国各地，在国外也有一定的市场。

以伊春市五营区中艺商贸有限公司为例，其利用林区随处可见的枯枝烂叶专门生产与圣诞节、万圣节等节庆有关的工艺品，2018年出口销售额已达百万美元，是伊春市重要的文化产品出口企业。

“我们的企业在文化产品的开发上非常注重提升品质和内涵，通过打造核心技术、选聘高级人才等办法，不断细化产品种类，在产品提档升级的基础上，让产品的文化价值得到了更充分的发挥。”伊春市文化广电和旅游局调研员佟荣军表示。据了解，伊春市的文化企业近几年来已获得国家专利63项，仅伊春市柏成木艺有限公司就获得了包括产品创新、工艺创新、专用工具创新等在内的国家专利37项，为企业的长远发展打下了基础。伊春市乌伊岭区北红玛瑙玉石产业基地则在产品设计、市场开拓上下足功夫，产品迅速销往全国，年产值已超过亿元。



伊春出产的北红玛瑙手镯备受游客欢迎

不仅如此，伊春市还特别重视文旅融合发展，目前已形成森林文化、冰雪文化、北红文化等为重点的“文化+旅游”产品体系。

比如，伊春市金山区通过挖掘金祖文化元素，创建了金祖文化产业园，建设了金祖文化主题博物馆，还编排了大型户外实景剧《金山千古情》，每年接待游客超百万人次。

推动文化产业集聚发展

伊春市文化广电和旅游局工作人员李鸿志表示，伊春市非常注重文化产业集聚发展，这样既能提高文化企业的经济效益，又可使信息快速流动，还能提升抗风险能力，可谓一举多得。

伊春市乌马河木艺小镇拥有乌马河木艺文化展示销售街区和乌马河木艺文化生产示范园，乌马河木艺文化创意园的“一区两园”文化产业格局，吸引上百家木艺企业入驻，带动4000多人就业，其中，专门从事木艺研发创作的技术人员多达千人。通过集

聚发展，乌马河小镇木艺文化产业技术力量显著提升，木艺小镇的知名度在不断提高。

经过几年发展，如今伊春市逐渐形成了以玉石文化产品开发为主的伊春市桃山玉石文化产业园、以森林生态资源保护利用为主的汤旺河区二清河冰雪书画小镇、以农业观光休闲和文化体验为主的伊春市五营区自在乡里山水田园综合体等10余个文化产业园区，这些园区通过示范和辐射作用，扩大了本土工艺大师规模和产业工人队伍规模，提升了伊春市文化产品的精深加工能力和水平。

此外，伊春市还通过出台相关政策，切实加大对文化产业园区在财政、工商、税收、金融等方面的扶持力度。可喜的是，通过努力，产业园区逐渐形成了集设计、研发、生产、销售、服务于一体的完整的文化产业链，带动就业和消费的作用非常明显。

构建多元营销格局

伊春市南岔区巧手草柳编有限公司用藤条灌木生产制作花环、花框、动物造型、圣诞礼品等上百种原生态木质文化产品，这些产品经常出现在全国各地举办的各种文化展会的展台上，同时还在线上销售。该公司一名工作人员表示，通过走出去销售、网上销售和代理销售，产品的市场销售额有了大幅提升。

据介绍，几年前，伊春市的很多文化企业还用等客上门的传统方式销售文化产品，销售渠道十分单一，大大影响了产品的销量。随着互联网的普及，伊春市文化企业逐渐改变了营销思路，通过展会营销、线上线下结合营销、对外出口营销、代理营销等方式来进行全方位市场布局。伊春市相关政府部门也经常组织文化企业参加各类大型展会推广当地的文化产品。同时，伊春市还引导企业增加线上销售渠道，通过电子商务平台扩大文化产品销售。

值得一提的是，伊春市一直鼓励文化企业走出去，打开国际市场。伊春市中艺商贸有限责任公司通过多年的海外市场开拓，如今，公司95%的产品销往国外；伊春凯锐林木艺制品有限公司生产的枝丫家具、彩绘浮雕系列文化产品远销美国、法国、日本等国；伊春市美江木艺有限公司、伊春市森木工艺有限公司、伊春市翔龙木业公司等文化企业的产品出口销售额也逐年增加。

互联网助力艺术『出圈』之后……

于帆

“出圈”是时下流行的网络用语，意指某种文化、事件的传播突破固定受众人群，被更多人所了解。这一词汇其实很好地诠释出了互联网在当今社会传播中所具备的特点——迅速扩大化。在艺术领域，互联网的传播功能不仅扩大了其受众范围、改变了其传播方式，重要的是，其传播主体以及传播内容也在发生改变。

日前，由北京师范大学艺术与传媒学院联合抖音短视频发布的《网络绿洲——短视频艺术普及与全民美育研究报告》指出，短视频连接起大众审美与艺术创作，使原本不具备线下普及可能性的艺术门类，在短视频中实现了高深文化的解码，调和了高雅精英艺术与大众通俗艺术的不同旨趣。可以说，短视频在帮助一些“小众”艺术“出圈”。

短视频的优势在于以便利性、非仪式感，消弭了日常生活与艺术之间的界限，令大众可以在日常生活中体验艺术。在突破了固定场景传播的限制之外，短视频平台也在重新定义“艺术家”的外延，帮助“小众”艺术家“出圈”。笔者发现，时下的一些短视频平台上不仅吸引大量专业艺术类号入驻，还吸引不少民间团体、个人在平台上发布大量与艺术相关的内容，包括普通的乡村教师、艺术院校毕业的学生等。这些内容结合平台创意运营，形成一系列艺术相关的热门话题，在引起公众参与兴趣后，不仅扩大了艺术的传播范围，也让艺术更加大众化，从而改变了大众对艺术“高冷”的固有认知，潜移默化地实践全民艺术美育的逐渐推进。

据统计，截至今年7月，抖音平台上覆盖各大艺术门类的内容短视频总数已达1.09亿条，累计播放量超6081亿次。数据背后，体现了大众对于艺术内容的高度接受和需求。不过，当短视频以其特有的运营方式令艺术内容生态蓬勃发展之时，也有研究者提出了一些隐忧：作为以视听为主导的短视频艺术形态，它的审美性与日常性结合，是否体现了必要的美育内涵，以及呈现出了育人的价值？那些活跃一时的小众艺术，如何持续提供新鲜内容才能避免昙花一现？

尽管以短视频为代表的互联

网平台在艺术、人文教育领域所发挥的作用，目前还不能完全替代线下教育，但其所承担的对全民美育的唤醒作用正在显现。笔者认为，互联网助力艺术“出圈”后，能否带动更多爱好者“入门”，其实值得短视频平台运营者以及互联网从业者深入思考。短视频贵在以短小悦人，而艺术教育和审美培养需要长线投入，以“短”育“长”是大众对短视频这一新兴媒介的更高期望。

海南打造海岛特色图书旅游博览会

本报讯（记者于帆）8月21日，由海南省委宣传部、三亚市人民政府、海南省旅游和文化广电体育厅主办的首届海南岛国际图书（旅游）博览会（以下简称“书博会”）新闻发布会在北京举行，宣布首届书博会将于11月15日至18日在海南三亚举办。

据介绍，首届书博会将以“全球价值链视角下的旅游出版”为主题，旨在打造“专而新、特而美”的国际图书会展品牌，为出版业构建跨行业、跨领域的合作交流交易平台。发布会上，海南省新闻出版局与京版梅尔杜蒙（北京）文化传媒有限公司、凯撒旅游集团、中国外文局、北

京中翻译咨询有限公司共同签署了战略合作协议。该合作将促成“杜蒙·阅途”口袋书出版8个语种的“海南”专辑，并将此延伸为凯撒旅游集团的高端文化旅游产品。

据介绍，书博会倡导“风吹哪页读哪页”的海岛阅读生活方式，首届书博会主宾国为俄罗斯，将围绕“历史悠久的俄罗斯民族阅读文化”开展系列活动。同时，邀请以吕敬人为代表的9位中外书籍设计师，共同发起“世界最美旅游图书设计大赛”，大赛面向旅游类图书、旅游地图、旅游海报以及非正式出版旅游创意读物进行作品征集，征集时间截至8月31日。

曲阜国家级文化产业示范园园区规划评审会在京举行

本报讯（记者张靖）8月20日，由山东曲阜市委、市政府主办的曲阜国家文化产业示范园园区规划评审暨曲阜文化旅游产业项目推介会在北京举行。

为适应新时代文化产业的发展形势，曲阜市委、市政府成立了专门的规划编制工作对接小组，先后组织开展相关规划调研、座谈10余次，形成了《曲阜国家文化产业示范园园区规划（2019—2025）》。该规划以整合曲阜市新旧资源，突出曲阜特色为立足点，对园区进行了全新定位，制定了具体、科学的发展目标，力争对曲阜原有文化和旅游资源进行进一步的盘活、提升与整合。

动漫发展研究论坛探讨“动漫+旅游”

本报讯 8月17日，由中国动漫集团、广东东莞图书馆主办的“动漫+旅游、中国漫画企业生态”动漫发展研究论坛在东莞图书馆举办。本次论坛是“2019东莞动漫+夏”的重要组成部分，也是中国动漫集团与东莞图书馆开展漫画市场课题研究的一项阶段性成果。

论坛分“动漫+旅游”和“中国漫画企业生态”两部分，分别就动漫文化创新如何与旅游融合发展以及中国漫画产业现状与问题进行了研讨。在“动漫+旅游”部分，中国动漫集团发展研究部主任宋

磊就“动漫+旅游”的5种模式进行了主题演讲，上海时代卡通研究院院长武力、河山影业董事长江苹、北京天视全景公司总经理王宁等嘉宾从杭州文旅IP“西子猫猫”打造模式、IP和文旅文旅结合、漫画与旅游建设等方面分享了动漫和旅游融合发展的经验和实践；在“中国漫画企业生态”单元，张乐平纪念馆馆长董晓燕、张乐平之子张慰军、世界漫画家联盟中国联盟主席朱丞、肖像漫画艺术家李坤、广东动漫艺术家协会肖像漫画艺委会主任邝祖海针对中国漫画企业和漫画家生态进行了交流。（程丽仙）



2016年，山东烟台龙口市的西河阳村被列入第四批中国传统村落名录。村里至今保存有200多处“哈瓦房”，普遍有上百年的历史，是当地民居的典型代表。

近年来，顺应文化和旅游融合发展的趋势，西河阳村开始发展乡村旅游，修建了村史馆，组建了民俗文艺表演队。很多外出务工的年轻人开始返乡创业，参与到乡村旅游的发展中来。

上 图 西河阳村街景。

左上图 游客在参观“哈瓦房”。

左下图 西河阳村党支部书记张培伟亲自上阵，为游客讲解村史。

本报驻山东记者 苏锐摄

AESF e-Masters 亚洲电子竞技大师杯·中国赛启动

推动电竞赛事专业化发展

本报实习记者 李雨潇

近几年，电竞产业发展迅速，对年轻人的影响越来越大。在此背景下，电竞赛事应当如何以传统体育比赛为参考，走上专业化、制度化、常规化的发展轨道，在年轻人中产生正向引领作用，成为业界关注的话题。

8月13日，AESF e-Masters 亚洲电子竞技大师杯·中国赛（以下简称“电竞大师杯”）在广东深圳启动。当天，来自亚洲9个国家的电竞界专家以及运动员代表就电竞赛事专业化建设等进行了交流。

自去年以来，各类电竞赛事在广东深圳、湖北武汉、陕西西安等多个城市轮番举办。正如奥运会、亚运会等体育赛事的举办为主办城市带来丰富的旅游资源，电竞赛事在助力城市旅游发展等方面也表现出了极大潜力。本届电竞大师杯启动仪式上，阳光媒

体集团董事长杨澜表示，由电竞IP发展出来的线下电竞体验馆、主题公园、嘉年华、音乐节等，为粉丝提供了更加丰富的体验，也成为推广地区旅游的有效助力。亚洲电子竞技联合会主席霍启刚也表达了相同的观点：“年轻人喜欢旅游，但不能让他们走马观花地看一个城市，而是要利用他们感兴趣的方面，带他们深入了解一个城市，所以电竞可以作为‘介质’，在促进文化和旅游发展等方面发挥作用。”

业界人士认为，首届电竞大师杯决赛落地深圳，将有效实践《粤港澳大湾区发展规划纲要》中提出的一些要求，比如，促进地区间动漫游戏、网络文化、数字文化装备、数字艺术展示等数字创意产业合作。同时，引入电竞大师杯等高水平电竞赛事，将对粤港澳大湾区乃至整个亚洲地区的文体、

文旅融合发展起到积极的促进作用。

“电子竞技是一种实现自我超越，以及互相超越，促进参与者共同发展的体育竞技形态。”亚奥理事会终身名誉副主席魏纪中认为，体育运动概念的内涵需要不断发展和丰富，电子竞技体现了信息时代对体育运动的全新理解。

与会代表普遍认为，电子竞技向体育化发展的过程中，需要有统一的领导或协调机构，通过制定标准化的竞赛规则、裁判制度以及运动员注册和管理体制来实现。据了解，本次电竞大师杯通过引入传统体育赛事的成熟经验，以期在与亚洲各国电竞协会、赛事主办方的交流中探寻并推动赛事的标准化进程。

据介绍，进入本次电竞大师杯决赛的选手，将经由国家预选赛、赛区晋级

赛、洲际小组赛层层选拔，最终以国家代表队身份参与总决赛6个项目的竞争。此外，将于2020年2月在深圳举办的总决赛开幕式，也将沿用传统体育赛事中运动员入场、宣誓及城市交接等惯例环节。

如今，越来越多的年轻人热衷于参加专业的电竞比赛，甚至渴望成为职业电竞选手。因此，为年轻电竞人搭建规范的选拔和培训平台既能为电竞赛事储备和输送人才，又能为年轻电竞从业者提供良好的成长孵化机制。“电竞是一个新崛起的行业，要让年轻人看到这一行业未来的发展空间，从而让他们对进入这一行业充满信心。”霍启刚表示，泰国现在已经在开展大学生电竞赛事活动了，未来，希望在中国建立专业化的大学生电竞联赛。