

各地文化亮点

上海：为文化企业走出去架起金桥

本报记者 杨学聪

不久前，国家对外文化贸易基地组织国内网游企业团队赴美国洛杉矶，参加了在那里举办的电子娱乐展览会，并同期举行以“中国文化，全球共享”为主题的推介活动。这是继组团参加法兰克福书展、科隆游戏展、法国安纳西动漫展后，国家对外文化贸易基地又一次带领文化企业主动对接世界级重要文化会展，也是首次由政府组团参加电子娱乐展览会。

位于外高桥保税区的国家对外文化贸易基地，是我国首个国家对外文化贸易基地。其前身是2007年成立的上海国际文化服务贸易平台。随着文化走出去的模式从传统的文化交流向文化贸易转变，文化部在上海设立这个基地展开了文化走出去的各种实验和探索。

这些年，国家对外文化贸易基地利用保税区境内关外的优势，通过提供进出口贸易、产品展示、商贸咨询、版权交易等多方位服务和支撑，为文化企业走出去和引进来提供便利渠道、节约费用成本、规避贸易风险、寻求发展空间，成为链接国内外文化艺术品交易市场的重要桥梁。目前，基地已有80余家文化企业入驻，其中包括上海文化产权交易所、星空联合华文传媒、东方明珠安舒莎、亚洲联创、精文世嘉等一批骨干文化企业。

从事文化贸易的企业为何纷纷落户国家对外文化贸易基地？负责基地运营的上海东方汇文国际文化服务贸易有限公司总经理任义彪表示，境外文化艺术品进入后，可长期保税存放和展示，可在保税区企业间免税转让和销售，也可便捷地将进入区内的艺术品运出境外参展和交易。

入驻基地的品藏艺术公司总经理谢洪武说，一幅价值1000万元的油画直接从口岸进口展示，要缴纳12%的关税与17%的增值税的相应保证金，合计约300万元。而基地境内关外的优势，提高了艺术品国际贸易效率，企业的资金占压问题也得以缓解。

为文化企业走出去架起金桥，上海收获颇丰：文化产业规模不断扩大，结构不断优化。2010年，上海文化产业增加值占GDP的比重达5.67%，文化贸易保持顺差，达到44.05亿美元，其中文化服务业实现贸易顺差7.76亿美元。如今，日益繁忙的文化贸易越来越凸显上海在开发文化产业核心内容和发展国际文化服务贸易方面的持续活力。

上海的目标不止于此。为推动文化产品和服务更好地走出去，今年年底前，具有保税仓储物流、保税展示、离岸保税交易等功能的国际艺术品交易管理中心将正式建设。打造亚太地区最具潜力的国际艺术品交易中心，力争到2013年孵化和集聚一批具备国际市场运作实力和专业能力的艺术品投资、经纪和贸易机构，已经被基地管理者列为新的奋斗目标。十二五时期，上海将通过推进一批文化产业公共服务平台建设，打造文化产业的全产业链，切实为文化走出去铺好路、架好桥。

缤纷舞台

CT博览会探讨网游加速发展

本报讯 2012物联网与新一代网游产业发展论坛暨2013中国新一代网络游戏产业博览会(简称CT博览会)系列活动发布会，日前在京召开。来自工信部、文化部、商务部的主管领导与近30家国内外知名游戏开发及运营商出席，共同探讨新一代IT技术背景下的网络游戏产业的加速发展之道。与会专家认为，以物联网技术为核心手段，实现虚拟现实化和现实虚拟化的双向互通，将为网络游戏用户带来全新的娱乐体验，这也必将成为网游产业发展新的增长点。(张鹏)

第二届国产动画电影高峰论坛将办

本报讯 记者金晶报道：第二届国产动画电影高峰论坛将于7月10日在京举行。据悉，此次论坛设置了国产动画品牌打造和投资合理化及动画电影创作与市场两个议题，主办方把关注的焦点放在动画电影本身，希望通过此次论坛活动，使业内进一步关注国产动画在制作、技术、市场等方面存在的问题，共商解决办法。



中国国家大剧院出品的新编史诗京剧《赤壁》6月29日晚在维也纳中心的城堡剧院上演，获得巨大成功。这也是该剧首次登上欧洲戏剧舞台，并将在维也纳、布达佩斯、布拉格三地进行巡回演出。新华社记者 罗晓光摄

本版编辑 张雅

2年零4个月，它创造了一家企业从零开始在美国纳斯达克上市的最快纪录；65个公交城市、8个地铁城市，它拥有我国乃至全球最大的户外数字移动电视联播网；

7年投入70亿元，它推动了我国移动电视产业化建设，提升了主流媒体的传播能力；

它就是华视传媒，以独创组合式创新模式，把乘客途中需求、城市信息化建设需求和广告客户宣传需求等有机结合起来，实现了商业价值与社会价值的统一。凭借独特的商业思考和产业实践，华视成功闯出一条民营资本进入文化领域的发展新路，并将视野投向更为广阔的天空。



华视传媒地铁移动电视媒体终端

华视探路新媒体

本报记者 金晶 杨阳腾



华视传媒公交移动电视媒体终端播出的节目吸引了众多乘客观看。

华轩摄

既做生意 更重公益

城市中，每天都有许多人乘坐公交车和地铁出行，行程中或长或短的时间如何度过？华视希望让人们享受一段快乐时光。华视传媒董事局主席兼首席执行官李利民说。

基于这样的理念，7年前，华视开始将电视终端搬上公交车，在城市流动的脉搏中传递着资讯和信息。

从地产起家，到投资餐饮、电力、医药等产业，再到进入媒体领域，李利民希望自己的商业生涯不断丰富。这种丰富同样体现在公交地铁播出的节目中，新闻、财经、娱乐、体育、健康资讯、天气预报，在广电部门主导下，华视负责创意、制作节目，每天经电视台审查后播出节目多达750套，此外还有实时快讯、重大事件的插播。通过对受众人群的品位、兴趣进行研究，华视积累起大量市场经验，并凭借精准的定向内容播放，获得观众和客户的高度认可。

生意之外，还有公益。在专注企业自身发展的同时，华视更加注重其户外传播的社会价值。

户外数字移动电视具备实时传播能力和广泛的覆盖面，可同时向数以亿计的户外移动人群提供应急信息和宣传。借助这一优势，在南方雨雪冰冻灾害、汶川特大地震、玉树地震、舟曲泥石流等重大事件中，华视第一时间投入报道，通过联播网将灾情和救灾工作讯息及时准确地传播给户外人群。此外，据统计，2008年北京奥运会期间，北京市民通过华视公交电视观看奥运的比例达到23.6%；2010年上海世博会期间，则有90.3%的上海居民通过华视传媒地铁移动电视获取世博信息。目前，北京、广州等城市开始使用华视平台开展城市宣传，发布当地旅游、招商、人才引进等信息，获得了良好的社会效益。

依托自身的影响力，华视还积极参与留守儿童、关注绿色环保、关注交通安全等公益项目，推动社会公益事业的发展。企业只有将经济效益和社会效益紧密结合起来，才能发挥其最大价值。从李利民的话语中，我们读到了华视的担当。据了解，截至目前，华视已先后投入20亿元，用于各类公益宣传。



依靠科技创新，华视不断进行硬件优化。图为工作人员正操作实时直播服务系统。华轩摄

寻找价值 洼地

2005年，也就是华视传媒成立的那一年，户外新媒体正处于发展热，不但在投资眼中炙手可热，业内细分市场的圈地运动也已然展开。以楼宇视频广告为主要业务的分众传媒在美国纳斯达克上市，运营航空数字媒体网的航美传媒、与出租车合作的触动传媒等一系列类似的企业随之而上。

先来者已获足够资源，高关注度的市场是否还存在价值洼地？答案是：有。华视利用户外数字移动电视传输技术，开辟出公交车、地铁上的受众市场。

选择这样的市场定位，正契合李利民把心贴在地面上的创业初衷，但在投入之前，他经过了深思熟虑。众所周知，与采用DVD预录、CF卡系统等技术的户外终端相比，户

外公交移动电视虽在实时性和丰富性上高出一筹，但技术研制和推行的成本也高出许多。此前新加坡曾有尝试，终因成本高、受众少，不到两年就夭折了。上海市内的推行则因其覆盖人数有限，始终停留在试验规模，无法发挥出更大的效应。

尽管如此，最终让李利民下定决心的，还是对国情的认识，随着城市化进程不断加速，公交优先战略的实施，公交车、地铁将覆盖城市主流的消费人群。户外数字移动电视会成为沟通商业与消费、拉动庞大内需的重要载体。人们选择绿色出行，对资讯大量需求。这些因素，将共同构筑华视移动电视产业未来可期的前景。

方向已定，淡战技术供应商，找城市交通方，找广告新客户，由此，华视的大网迅速铺开。值得一提的是，在最为关键的内容获取上，华视选择了与各城市广电系统合作。双方合资成立的公司，华视持有其49%的股份，并负责在公交、地铁上投资建设安装电视屏终端及配套设施的管理和维护，同时帮助电视台创意制作贴近公交、地铁受众生活的、喜闻乐见的节目。

合作上的创新，使无线广播电视资源重获生机，华视四高兴的商业模式在实践中渐渐成形：一是电视台高兴，传播能力延伸了，从中又能分得一部分利益；第二是投资者高兴，创立了一个新的商业模式；第三是公交、地铁高兴，这个业务把报站等乘客服务系统都带进去了，并且吸引乘客；第四是老百姓高兴，能随时看到新闻了，公共信息和文化资讯类的全部免费，而且还能参与互动。多赢的商业理念得到了充分诠释。

与科技携手开创未来

作为深圳目前唯一一家在美国纳斯达克

上市的文化企业，几年来，华视保持了年均200%的高增长率，其触角也不断延伸：拥有14.9万个公交数字移动电视终端和7.3万个地铁电视终端，覆盖我国公交无线数字技术播放终端数的81.6%，已开通地铁终端数近100%，每天影响我国主流消费城市4亿受众。

如何将发展的好势头保持下去？在李利民看来，科技与文化的融合，能产生1+1>2甚至>n的效果，正是破题之途。

目前，华视旗下已拥有3家国家级高新技术企业。他们还和中科院、清华大学等科研机构 and 高等院校建立起新媒体技术研究院，在云计算、加密与安全、移动互联、图像识别、4G网络等领域开展基础研究和应用研究。

手机等个人新媒体终端兴起，让华视又一次嗅到了商机。传统的电视都是单向性的，观众只能收看，却无法直接参与。而使用华视自主研发的手机与电视的互动系统，观众只需在车载电视屏幕前摇一摇智能手机，就可以参加节目中的实时互动。据悉，这套系统获得了3项专利。而在户外数字移动电视监控终端软件、移动电视终端管理领域，华视还拥有50多项发明专利和知识产权。在华为深圳总部的控制平台上，遍布各地的移动电视终端所播放的内容，均可实时调取，实现监控。

作为文化+科技发展模式的实践者，华视还参与了《数字电视地面广播传输国家标准接收终端标准》的制定。由华视研发的新一代机顶盒，根据外界噪音自动调节电视音量等发明专利及技术设备，也被广泛应用于整体图标转换中。

今年，华视还将增加7个城市、11条地铁线的网点建设。可以相信，随着华视联播网覆盖面的不断扩大及其内容平台的不断成熟，一些高新技术将被广泛应用并进一步孕育出新的商业模式，成为华视未来可持续发展的动力之源。

让公共文化服务遍布乡村

本报记者 张富强

中午11时，在地里忙了一上午的辽宁省朝阳市朝阳县羊山镇羊山村村民张景华一回到家，便迫不及待地打开电视机，熟练地用遥控器操作机顶盒，查看最新的玉米收购价格。只见他经过金农热线，农贸市场行情，当日行情，几步菜单选择，不到几秒钟就查到了当天玉米价格信息。此时电视屏幕显示：湿玉米收购价1.02元每斤，与昨日持平。这个农贸行情一直是张景华每天都要查看的市场信息。除此之外，化肥价格、其他农副产品价格也是他每天必看的内容。这个文化信息资源共享工程，不仅能在家看价格，还能学到知识，咱家种的玉米有啥病灾的，回家看看这个，照着做就能解决问题，真不赖。张景华边通过遥控器转换信息边对记者说。

自从辽宁省文化信息资源共享工程平台推送点播系统同步以后，文化信息资源共享工程已经覆盖朝阳城乡，成为农村最受欢迎的公共文化信息平台。

羊山镇党委书记范宗武说，公共文化服务不到位，不能只看硬件设施建得好不好，还得看这平台上送的资源实不实。以前农闲时，大家爱喝酒打牌，现在在家看农业资讯、学农业技术的明显多了。

同走进千家万户的文化信息资源共享工程一样，遍布朝阳农村的各种公共文化服务资源，也正成为老百姓享受文化生活的最佳平台。

通过开展丰富多彩的文化活动，努力培育文化品牌，经过多年的发展，如今朝阳品牌文化活动和特色文化活动已经在7个县(市)区形成了不同风格特色。皮影、书法、民间剪纸、秧歌、民间文学等群众文化活动，极大地满足城乡人民多层次、多样化需求。

利州之春、凌源之夏、剪纸艺术节、放歌川州，提起朝阳农村的大型文化活动，每个朝阳老百姓都能说上几桩。这些植根于农村的公共文化活动经过推广，如今日趋成熟，越来越受到广大农民欢迎。

不久前，在朝阳市文化馆，部分来自全市文化馆、图书馆、文化站的干部，以及农村业余文艺骨干、村级文化管理员就如何进一步做好公共文化服务接受培训。一位学员告诉记者，通过培训，他们更深入系统地学习了如何挖掘特色文化资源，积极扶持培育农村文化队伍，推动农村文化活动蓬勃开展。截至目前，全市131个乡镇有专(兼)职文化干部260余人。在乡镇文化站带动下，还有一大批群众文化骨干活跃在农民群众中间。

在农村开展公共文化服务建设，让更多的老百姓能享用文化资源、愉悦身心，也带动了一批老百姓自发组织文化活动。农民自己组建的健身操队、秧歌队、电影放映队、家庭文艺小分队等，利用农闲时间或节庆，组织开展健身操舞表演、秧歌表演、剪纸、美术展览

等，既充实了空闲时间，也提高了广大农民的精神生活质量。

去年，朝阳为解决农村观众看戏难、看书难，把送戏下乡活动、农家书屋建设列入政府为人民群众办的15件实事之中，开展了艺术表演团体公益性送戏下乡演出活动，即百姓看戏、政府买单，送戏下乡2000余场，丰富了农村群众的文化生活。目前，该市图书馆、新华书店每年开展送书下乡活动6次以上。

据了解，为了让公共文化设施更好地服务农民，朝阳市将在今年展开8个公共图书馆电子阅览室和30个乡镇综合文化站公共电子阅览室建设项目，并推动82个新建乡镇综合文化站配套设施，131个乡镇综合文化站投入使用，农家书屋也将达到行政村100%覆盖率，使更多的农民享用到公共文化服务资源。

基层公共文化服务体系建在各地