坚定信心 进一步推动文化产业发展

——文化企业界人士座谈会发言摘要

“文化产品更加丰富，公共文化服务体系基本建成，文化产业成为国民经济支柱性产业，中华文化走出去迈出更大步伐，社会主义文化强国建设基础更加坚实。”党的十八大在确立2020年实现全面建成小康社会宏伟目标下，提出了文化显著增强的新要求和扎实推进社会主义文化强国建设的硬任务。实现这个目标，完成这个任务，文化企业使命光荣、责任重大。

为深入学习贯彻落实党的十八大精神，总结行业、企业发展经验，探讨前进中亟待解决的问题，同时也为进一步做好文化发展、文化繁荣、文化建设，尤其是文化企业、文化产业、文化市场的新闻报道，11月27日，本报召开“文化企业界人士座谈会”，特别邀请14位文化企业负责人共聚一堂，畅谈心声。他们来自不同的文化领域，演艺、出版、网游、新媒体……传统行业和新型业态同席交流，各抒己见。这些企业的发展历程虽然各不相同，却有着一个共同的心愿，就是在党的十八大精神指引下，深化改革，扎实做事，勇于创新，让文化产业跻身小康中国的支柱产业，让社会主义中国的文化事业成为小康中国的坚实支柱。

于是，观点在这里交锋，思想在这里汇聚。

“文化与科技融合发展，对企业而言要怎样实施才更科学？”

“看待网游产业是否应摘下‘有色眼镜’？”

“如何让文化产品贴近群众？”

“释放文化消费潜能需要做些什么？”

……

发展坚定信心，使命激发力量。文化企业家们思考和提出的一个个具体而实在的问题，引发了参会各方的热烈讨论，也在互动中为《经济日报》今后的文化报道碰撞出诸多颇有实践价值的新选题。相信在我国文化体制改革不断深化的大背景下，文化企业将在竞争中历练、在市场中成长，在为广大人民群众带来更加高质量文化产品的同时，让自身成为一支推动社会发展，实现中华民族伟大复兴的中坚力量。

建设社会主义文化强国，关键是增强全民族文化创造活力。要深化文化体制改革，解放和发展文化生产力，发扬学术民主、艺术民主，为人民提供广阔文化舞台，让一切文化创造源泉充分涌流，开创全民族文化创造活力持续迸发、社会文化生活更加丰富多彩、人民基本文化权益得到更好保障、人民思想道德素质和科学文化素质全面提高、中华文化国际影响力不断增强的新局面。

——摘自党的十八大报告

张 宇

刘中军

潘凯雄

蒋迎春

林清发

吴斯远

李丹阳

王雨云

谢 敬

梅 洪

谢广才

王 川

王 刚

钱 锟

积极发展新型文化业态

中国对外文化集团董事长 张 宇

结合企业自身特点学习党的十八大精神，我的体会是需要从4个方面努力：

一是创造新型文化业态。演出领域是最传统的文化领域，大约人类有历史以来就有演出。但是，演出产业实际上也存在新型业态的概念，比如说我们从去年开始努力在做的音乐剧《妈妈咪呀》。这在欧美不是新型业态，但是对中国来说却是一个新型业态。我们在里面装了一点点的武术，装了一点点杂技，现在是在吸收别人的版本、别人的产业模式，未来我们可能更需要创造中国自己的模式，这个模式不能凭空创造，而是在创造和借鉴中完成中国的产业化。

二是推动文化产业发展。产业无非是6个字：“可持续、规模化”。凡是不能成规模的东西，凡是不能长期持续下去的东西恐怕都不能称之为产业。世界上有成功的例子，如纽约百老汇那样的演出区域。我们现在看到很多演出品种面临的都是这一问题，它既不能规模化，也不能长期不断地克隆，不断地复制。我们今天真的到了一个引进一种新的演艺业态来推动发展的时刻。

三是促进文化科技融合。这两者将来产生的增量效果可能我们现在是无法估计的。人类文化发展的历史，其实是一个文化和科技互相撞击的历史。比如说我国古代的四大发明，造纸术、印刷术其实就是那个时候的文化与科技融合的成果。没有造纸术和印刷术，文化就会仅仅垄断在社会极少数人手里，文化就不可能成为有规模的东西、有广泛影响力的东西。所以，科技手段的进入会让文化大大拓宽了领域。

四是扩大文化对外开放。我们公司过去叫中国对外演出公司，现在叫中国对外文化集团公司，“走出去”始终是我们的重头戏。以去年为例，我们全年的大、中、小演出，包括和人家合作的演出大约在海外有6000多场。“走出去”有两块，一块就是金字塔基，就是总量，这个要多、要大，影响要广；但是一定还要有塔尖，有精品。因为没有塔尖就没有平台的概念，没有精品就没有影响力。

做大产业做强文化

中国出版集团副总裁 潘凯雄

党的十八大充分肯定了过去5年乃至10年文化建设发展的辉煌成就，其中特别谈到文化产业的快速发展。诸多文化企业的集合构成了文化产业，但是现在大家说产业多说文化少，因为产业是实实在在的东西，增长多少、创造了多少GDP等等。而文化相对来说是一个泛泛的东西。

文化发展到底体现在哪里？学习十八大精神后，我们有这样一个共识，文化产业的本质是文化，我们的目标是做大产业，目的是做强文化。可以说，做大产业是手段，核心是为了做强文化。手段和目的的关系就是我们对十八大相关精神的一个基本理解。基于这样的理解，我们认为文化产业下一步将要面临3方面的任务。

首先，面临继续深化改革的任务。即怎样真正建立与社会主义市场经济相适应的现代企业制度。第二，做大产业的任务。因为十八大提出的一个目标就是让文化产业成为国民经济的支柱产业。什么样的产业能够称之为支柱产业，一般的说法大概占GDP5%以上，目前我们的数据是不到3%，距离成为支柱产业最低标准还有2%，任务依然是十分艰巨。第三，做强文化的任务。我们做大产业的指标很清楚，而软实力有时候可能就是一本书、一部电影、一篇文章，甚至是里面的某一句话。所以说，增强文化软实力、把文化做强，这样一个任务在某种意义上讲比前两者更为艰巨。

链 接 一

文化产业发展成效显著

文化产业是国民经济的重要组成部分，近年来，中央采取了一系列政策措施，深化文化体制改革，加快发展文化产业，文化产业呈现出良好的发展态势，正成为经济发展新的增长点，在保增长、扩内需、调结构、促发展中发挥着重要作用。

党的十六大以来，我国文化产业异军突起，发展迅猛，已经成为文化建设的重要内容，成为国家文化软实力的骨干力量和国家综合实力的重要组成部分。

——10年间，我国文化产业规模不断壮大。自2004年以来，文化产业年均增长速度在15%以上，高于同期GDP增长速度。文化产业在国民经济中所占比重逐步增加，对经济社会发展的促进作用明显增强。

——10年间，我国文化产业“走出去”规效显著。“十一五”期间，我国核心文化产品出口从78.9亿美元增长到116.7亿美元，文化服务出口从12.1亿美元增长到30.1亿美元。

——10年间，我国文化产业主体日益壮大。2011年，文化产业法人单位增加值达13479亿元，占GDP比重达2.85%。文化产业法人单位增加值占GDP比重从2004年的1.94%增至2011年的2.85%，年平均增长23.35%。

与此同时，文化产业各领域的发展也取得显著成效：

2011年，我国出版图书近37万种，重版、重印图书16.2万种，我国图书出版品种和总印数、印报总发行量已居世界第一，电子出版物总量居世界第二位；

2011年，我国电影产量791部，国内票房131.15亿元，生产电视剧469部约1.5万集，我国已成为世界第三大电影生产国和第一大电视剧生产国；

2011年，我国电视动画生产超过27万分钟，动漫产业产值达621.72亿元，我国已成为世界瞩目的动漫生产大国；

……

未来，随着文化体制改革不断深化，将有越来越多的企业主体在市场中历练，竞争实力不断加强、市场活力持续释放，我国的文化产业也将迎来一个前所未有的黄金机遇期。

走适合自身发展之路

中国数字文化集团有限公司党委书记 刘中军

中国数字文化集团成立时间比较短，去年年底正式挂牌，定位是文化科技公司，主要任务是数字出版与发行。

学习党的十八大精神，我最大的体会是，中央对文化产业的要求很高，其中把文化实力和文化竞争力提升到了作为国家富强和民族振兴的重要标志的高度，由此可以看出党中央建设文化强国的决心和信心。

我认为，达到十八大提出的要求需要做好几个方面的工作：第一，加快文化产业的发展，这里要靠我们每一个产业集团自身的突破，走出一条适合自身发展的道路。第二，在深化改革中，我们面临着知识产权保护问题，现在出版音像制品基本不能盈利，有的还得赔本。在这方面，有关部门的监管力度亟须加强。文化创意企业将面临产业升级，假如在这个环节上保护不力的话，创意的价值就很难在市场上得到实现。产业也好，改革也好，法制建设也好，都需要加大力度，确保我们能够在文化产业发展的健康环境中稳步向前。

跨界融合更精彩

保利文化集团总经理 蒋迎春

党的十八大报告提出，要增强文化整体实力和竞争力。我觉得这一点对于文化产业发展非常重要，也是当前时代赋予我们的课着力推进的。

目前的现状是，文化企业绝大部分既不大也不强，距离世界上一些走在前面的文化企业还有很大的差距。只有文化产业得到大发展，国家的文化实力才能得到增强，才能产生国际影响力和竞争力。我们要利用市场创新模式，想尽一切办法做大做强。

保利现在有3个主业，第一个是演出与剧院管理，第二个是艺术品经营拍卖，第三个是投资和电影院建设。其中，在演出与剧院管理方面我们重点做的是渠道建设。目前，我们在国内的28家剧院每年为社会奉献4000场演出，我们希望通过几年的努力，达到有40至50家剧院的规模，为社会奉献出7000至8000场演出。艺术品经营和拍卖也要注重渠道建设。目前，我们正在着力打造海内外征集和购销网络。刚刚结束的香港拍卖会，涉及艺术鉴定、征集、收藏保管、宣传展示、拍卖销售等，形成了全产业链的概念。我们在业内已经有一定的影响力，投资和电影院建设在渠道方面达到一定规模之后，将进入到内部制造建设方面，这方面我们将从舞台剧，包括音乐剧、创作剧着手，希望在艺术领域和一些艺术家开展有效的合作。

下一步，我们想做跨界融合的发展尝试，计划把原有的3项主业与旅游、创意设计和科技做一些融合，希望能够创造新的运作模式和盈利模式。

探索文化融资新模式

深圳华侨城股份有限公司副总裁 吴斯远

华侨城企业集团是一家央企，总部在深圳，是央企当中少数以文化业务作为主营业务的企业。华侨城的文化业务最早是从主题公园起家的，在全国已有13个主题公园，每年接待的游客大概有2500万人次。

我们做的是文化和旅游相结合的产业。华侨城是做主题公园业务的，这个主题的魂就是文化，没有文化的主题公园是没有生命力的。

华侨城下一步的发展，主要有3个方向：一是强化文化科技理念，我们去年收购了一家公司，专门把影视和游乐设施相结合，为主题公园服务。除了满足自己主题公园的经营需要之外，还向社会上包括博物馆、展览馆、艺术馆在内的很多单位提供创新性服务。仅去年在文博会上接到的订单就达12亿元。文化加科技的发展，将成为我们快速发展的一个方向。

二是继续把旅游+演艺模式在各个城市深入推进。我们长期以来与市场紧密对接，所以对市场比较了解，这项业务增长速度非常快，仅去年一年就接了7个城市的订单。

第三，加快文化产业和资本的融合。文化产业从根本上来讲还是一个创意产业，创意性的产业离不开人，离不开资本。所以，我们正在整合华侨城的资源，希望能够培养出一个在资本市场独立成长和发展的企业。下一步，我们想把华侨城的文化科技公司上市，整合更多的人、资金和资产，快速推进文化科技企业的发展，吸引更多的高端人才，特别是创意型人才，这是我们企业发展的又一努力方向。

提升文化服务力量

北京歌华文化发展集团总经理 李丹阳

学习党的十八大精神，我们有3个比较突出的感受。一是要推动文化企业发展从企业形态向产业形态升级。前10年的文化体制改革，重点是建立企业在市场中的主体地位，现在则要建立文化产业，实现由企业形态向产业形态的升级。与此相对应，将有一批产业化的集团和机构出现，引领发展。二是文化的融合发展。传统文化业态应与科技、金融、旅游、教育等产业互动融合发展，挖掘市场潜力。三是加大中华文化进一步开放的程度，实现国际国内两个市场、两个资源的统筹与协调发展。

其实，歌华集团从“十二五”规划开始，就进行了相应的战略调整。集团的发展定位是文化服务供应商。完善的市场需要服务环节，健康的产业需要服务环节。我们认为，文化服务是当前文化产业、文化市场发展的一个重要环节，也是当前比较欠缺的一个环节。结合十八大精神的学习，我们为进一步提升服务专业力量，确立了“做大做强”的目标：即做大集团的经营规模和资产规模，做强文化服务的专业领域。

为实现这一目标，集团推动了3个产业平台项目建设，建立了世界艺术中心、文化贸易中心和文化创新融合发展示范区。集团今年在北京天竺建设了文化保税专区，该文化保税区与世界同类型的自由港贸易区相比，体量最大、功能最全，为文化产业进出口贸易提供了一个良好平台。保税区还被文化部授牌“国家对外文化贸易基地”，其发展有5个定位，即国家文化贸易的创新示范区、国家级文化贸易口岸、亚洲最大的艺术品交易市场、中国文化走出去能力培养区、北京市对外文化贸易工作的创新区和示范点。

做好文化产业布局

安徽出版集团党委委员、总编辑 林清发

党的十八大闭幕了，我们文化企业该干什么、怎么干？我认为还是要延续我们共同提出来的企业文化，一定要有做大做强的概念。

安徽经济在全国不算特别发达，但“十一五”时期我们在文化领域改革取制方面走在了全国的前列，完成了省委省政府提出的发展目标。省委省政府今年年初制定了一个实施纲要，把安徽出版集团确定为本省的文化龙头企业，提出了到“十二五”末发展实现翻一番的目标。

立足安徽，面向全国，走向世界，我们制定了一个叫“北上、东进、南下、西化”的产业扩张、产业布局战略。北上到北京、东进到上海，这两个布局我们第一步已经完成，新闻出版总署也给予了我们很大的支持。

安徽出版集团整个产业布局基本上可在今年年底完成。这个就是我们学习贯彻党的十八大精神，在文化产业布局上采取的具体措施。

推动文化走出去

完美世界副总裁兼官方发言人 王雨云

网游是一个很有发展实力和潜力的产业，也是文化产业发展最为迅速的新型业态之一。全球投资报告中曾显示，2004年全球网络游戏规模产值达870亿美元。拿一部电影打比方，《阿凡达》是全球票房最高的电影，而对于网络游戏产品来讲，可能3个《阿凡达》的收入加起来还不抵1个网游产品的收入。网游产业还能形成一种立体式的消费。比如，《星球大战》等电影热播的同时，其网络游戏也会有很庞大的用户群。游戏《最终幻想》也是先在全球有了上亿玩家的支持后才会去拍电影。现在，我国已经成为全球最大的游戏市场，原创网络游戏已经成为中华文化走出去收入真金白银最多的文化产品。

完美世界是一家非常典型的民营文化企业，成立了8年。我们一向重视技术研发，也得益于自主研发，从最基础的游戏引擎，到游戏故事策划、美术音乐，都是通过自身的力量研发成功的，科技水平一点也不亚于高科技的电影公司。2006年，我们第一款产品“完美世界”出口，在海外做宣讲时引起了轰动，他们没想到中国人能拥有这样强大的技术。

我们认为，网游不仅仅是游戏，也承担着向全球传播中华文化的重任。我们第一款产品取自于“山海经”，通过在北美、荷兰、韩国、日本、马来西亚的子公司和其他地方的合作伙伴销售产品，也将中华文化传播出去了。现在，中国网游的出口，40%的份额来自于完美世界。

用科技支撑文化发展

深圳雅图数字视频技术有限公司董事长 谢 敬

只有强大的科技力量才能更好地支撑文化的发展。

雅图是一家主要从事投影机研发和生产的企业，包括电影放映机，教学、办公、会议、家庭用微型投影机等。行业市场前景较好，已吸引了美国IBM、韩国三星、日本索尼等一批知名品牌，导称500强的“俱乐部”。雅图作为一个中国的品牌，在这个“俱乐部”里通过10多年的发展，不但没有被竞争淘汰掉，反而不断超越，已经引起全球影像设备制造界的高度关注。

科技与文化必须相结合，雅图从不同层次促进两者的纵深融合。新媒体方面，我们发展了3年多的时间，成长非常快。我们长期在深圳文博会1号馆设立展台，雅图新媒体还与中央美院合作，首次把原本在艺术馆的文化艺术活动搬入了北京地坛公园，利用树林、山石等不同载体，来展示多媒体艺术。这种形式还可广泛运用到科技馆、博物馆等项目中。院线方面，雅图在建和已建的院线已有30多家，这同样利用了放映机制造技术，用绚丽场景替代豪华的大理石材、不锈钢材料，用科技成果替代了高投入。成本控制加上规模化，可进一步降低成本，回馈给我们的消费者，票价就会低。我们的定位不是比拼豪华，而是比抓核心需求，瞄准基层。量多起来，票价降下来，让消费者享受到文化发展带来的实惠。另外，还可将放映技术应用在大型社区、县城，人们散着步就可以去看电影。

积极引导文化消费

鼎盛文化产业投资公司总裁 梅 洪

我们是一家文化产业投资公司，成立两年多的时间，发展速度非常快，今年被文化部授予了国家文化产业示范基地称号。企业一直重视自身价值体系的建造，核心就是弘扬传统文化、彰显主流文化、拓展地域文化、引导消费文化、塑造企业文化。鼎盛在河北承德投资了20多亿元，打造鼎盛王朝文化产业园。其中一个核心项目，就是大型实景演出《康熙大典》。这台节目可以说是目前在全球投资最大、规模最大、效益较好的一个同类项目。去年6月开始演出，到今年演出了200多场，观众达到500多万人次。

2020年我国GDP要翻番，我们认为这意味着64万亿元的消费规模。所以，当下有必要重视如何引导文化消费的问题。文化产业必须依靠大众的文化消费。文化消费在消费总支出所占的比重，是衡量一个国家和地区国民生活质量的重要指标。据统计，我国目前人均GDP已经突破5000美元。按照国际惯例推算，大约会有4万多亿元的文化消费规模。我国去年文化消费约1万亿元。据此推算，市场潜力非常大。

现在，消费观念仍然是阻碍文化消费的重要原因。人们可能愿意花1000元钱去吃饭，却未必愿意花100元去看戏。引导文化消费是文化企业应有的一种责任。历史文化背景深厚、内容形式多样的文化产品，如果没有引导，就会影响人们的消费，甚至分不清何为精华、何为糟粕。

链 接 二

文化企业扶持力度不断加大

近年来，我国多管齐下扶持文化企业，扶持力度不断加大。

财政部、国家税务总局2009年公布了《关于文化体制改革中经营性文化事业单位转企改制为企业的若干税收优惠政策问题的通知》，对经营性文化事业单位转制中资产评估增值涉及的企业所得税，以及资产划转或转让涉及的增值税、营业税、城建税等给予适当的优惠政策。

2009年3月，《关于支持文化企业发展若干税收政策问题的通知》下发，对新办文化企业自工商注册登记之日起免征3年企业所得税，打破了所有制的界限，使广大民营文化企业享受到了国家的财税优惠政策。由财政部注资引导设立的中国文化产业投资基金，也通过股权投资等方式支持民营文化企业发展。

2009年7月，在应对国际金融危机的背景下，国务院发布了《文化产业振兴规划》，对文化产业的发展做出了全面部署，极大地提振了文化产业界应对金融危机、实现平稳发展的信心和决心。

2010年，《关于金融支持文化出口的指导意见》、《关于进一步推进国家文化出口重点企业和项目目录相关工作的指导意见》出台，积极为文化企业出口提供有力支持。

2012年6月，《关于鼓励和引导民间资本进入文化领域的实施意见》出台，为民间资本进入文化产业等领域营造了更加良好的发展环境，对推动形成以公有制为主体，多种所有制共同发展的文化产业格局，增强产业发展活力发挥了重要作用。

……

一系列政策措施的陆续出台，推动文化体制改革持续深化。文化企业亲历着改革发展，见证着产业成长。在自身体制机制的改革创新中，在与国际同行间的争赶超越中，一批批具有实力和竞争力的文化企业脱颖而出，逐渐成长为合格的市场主体。这其中，就有人们所熟知的“文化企业30强”。

骨干企业是文化产业发展的重要载体，也是引领产业跨越发展的重要引擎。自2008年起，本报与光明日报共同在深圳文博会期间发布中国“文化企业30强”论业榜单，至今为止已连续推选4届。评选活动不但大力宣传了我国文化体制改革和文化产业快速发展取得的成果和典型，同时发挥了骨干文化企业“领头羊”的带动力和辐射作用，在业内和全社会共同打造形成适合文化产业、文化企业健康发展的良好环境。4年来，累计已有56家文化企业入选“文化企业30强”，领域遍及文化产业发展的各主要领域。

实施文化精品战略

中文在线常务副总裁 谢广才

中文在线是一家通过互联网、手机、阅读终端提供数字内容的公司，从2000年发展到现在已有12年。我们的理念是全面出版，即一种内容，多种渠道，同步出版，使任何人能在任何时间通过任何方式获取任何内容。举一个例子，2008年，广东一个叫邱武玉的青年，本是一个送水工。他通过中文在线的平台进行写作，经过4年的发展，已成为一名收入数百万的富翁。在我们打造的平台上，像这样有潜质的作者约有10万人，每天进行在线创作，每月出版成书约20本，每年约有50部改编成影视剧、动漫。现在，像这样通过写作来改变命运的人越来越多。

文化产业要成为国民经济支柱性产业，要与实业融合，不断创新。网络在发展，网速的提升和智能终端的更新，为内容行业提供了机会。文化产业的基础、核心内涵还是内容驱动。

我们认为，实施文化精品战略非常重要。首先，我们扩充优质内容的传播途径。其次，我们加强网络作家的培训，要求作者满足不同年龄层次用户的不同需求，也让他们具有主流的价值观。目前，我们已对4000多名作者进行了创作上的指导，其中近350人成功签约，近100人拿到了人生中第一笔稿酬。此外，中文在线还一直专注于中小学教育，现已为全国3万多所学校提供数字图书馆，并承接智慧校园“电子书包”工程。我们还通过“书香中国”推广全民阅读，其中书香江苏、书香上海、书香八闽这3个平台累计访问量已达到1.5亿次、82万次和78万次，这也是新业态对阅读的助力。

不可忽视的技术力量

北京青青树动漫科技有限公司董事长 王 川

青青树动漫科技有限公司是一个以生产原创动漫产品和周边产品研发为主要业务内容的公司，已有20年的历史。去年我们推出了一部动画电影叫《魁拔》，获得了比较好的市场反馈，同时对欧美市场的出口也不错。《魁拔2》将于明年年初和观众见面，预计还可能进入欧美较主流的院线。

我们体会到，对于文化企业，特别是以生产动漫产品和研发相关重要技术的企业来说，企业的经济属性是大于文化属性的。文化企业首先是企业。文化企业的文化是一种资源、一个未来会取得的品牌影响力，其核心本质就是其工业化特点。青青树做《魁拔》所取得的效果，实际上是与我们多年来工业化程度、工业化教育有关系。

工业化强调技术积累，软实力其实也在于技术积累。现在，世界各国强调软实力，其实强调的是柔性生产系统。柔性生产系统不是设备而是人，是使用设备的人。打造和提升软实力，本质上是建立柔性生产系统，并由人来体现。

建立柔性生产系统，要从制度和教育上重视技术，并发挥全社会共同作用，营造良好的环境。一个民族，一个社会，如果大多数人都对技术感兴趣，那么这个民族就有希望。以影视动漫为例，从创意到策划到剧本再到完片等，每一步都有很严密的技术环节。好莱坞电影能够轻易获得票房的原因，就是背后的技术力量，那是他们的电影人用了100多年实践逐步积累起来的。

党的十八大让我们备受鼓舞，国家越来越注重文化产品、文化市场，作为竞争力的核心技术，也将得到进一步重视。我们相信，柔性生产系统将在一代代人的身上积累起来。

文化是核心竞争力

北京暴风科技股份有限公司副总裁 王 刚

暴风影音是一个视频的品牌，是在飞速发展的网络时代出现的创意型公司，现在拥有3亿多用户，每天有2000多万人点播在线内容。我们是北京市文化创意产业重点支持项目，也是中关村创意产业园区的试点企业。党的十八大召开，让我们对文化创意产业的发展前景更加充满信心。

网络视频产业发展至今已有五六年，成长迅速，产业收入规模每年以翻一番的速度增长。尤其近两年，每年都以100%的速度增长。这个行业有其自身发展特点，比如说尽管发展速度快、收入在增长，但是行业整体至今仍不盈利，大多数视频公司处于亏损状态。此外，还存在资本和商业模式等方面的问题。

我们常常在思考，什么是在线视频领域的核心竞争力？最终发现，真正的核心竞争力还是文化。文化创意、文化创新的内涵，才是产业发展真正的驱动力。

网络目前还没有形成自己的核心文化，但已经到了发展的关键期。我国有约5亿网民，普及率约30%，这与欧美发达国家90%多的网民普及率相差很远。所以，对文化创新的需求，在网络视频行业里特别明显。网络视频是整个文化产业链条上的一个环节，上游还有内容公司，包括电影公司、出版公司等。大多数新媒体公司的工作人员，更多来自于产品技术一线，对文化的研究并不深，与不同行业的人士在一起交流探讨文化产业的发展趋势是非常迫切的。

推动优势资源整合

北京天图博文科技发展有限公司品牌总监 钱 锟

天图博文是1994年在北京工业大学艺术设计学院设计研究所的基础上成立的，现已成为一家产学研一体的多元化文创意企业。集团由5个子公司和1个文化创意产业园组成，主要是为文博会、展览会、主题类项目提供从前期策划到设计规划、工程实施，以及产品服务等专业产业链服务。

企业一直以来十分注重文化艺术与科技的融合，同时也是承办文博类的国家级及省级以上文化主题项目最多、获奖最多的企业。集团的5个子公司分别代表5个主要业务板块，包括负责前期策划咨询的田上创意文化传媒有限公司，负责设计施工工程的天图设计工程有限公司，负责影视视频、三维动画制作的东方天艺数码影业有限公司，负责科技生产研发的博文科技发展有限公司和负责文创产品演出活动经营的天美创意文化有限公司。目前，天图文化创意产业集团已经实现了文化与科技的系统集成，形成了专业的文化产业链发展模式。

推动文化创意产业的发展，需要文化企业的共同合作与发展，在大文化、大科技的环境下，形成一个共同的资源整合。今年8月，天图文化创意产业园举办了北京国展创意产业联盟启动仪式。联盟建立的目的是整合国展类相关行业、企事业单位及相关院校的优势资源，为合作发展提供平台，为我国文化产业的升级作出贡献。