

让文化创造源泉 充分涌流 · 锦上添花

“文化”讲出财智故事

本报记者 陈学慧 通讯员 李 锦

文化搭台 产业唱戏

孤悬太湖的三山岛，过去以农业生产为主，村民收入低，是名副其实的贫困村。

10年前，三山岛开始开发旅游项目，旅游业也逐步成为三山村发展经济的支柱产业。经营农家乐的黄宏图告诉记者，以前自己对村里拒绝工业有些不理解，现在看到古村落、自然风光、太湖海鲜等吸引了众多自驾车一族，年收入可达20多万元，完全明白了。

吴中区区委书记俞楠认为，文化是取之不竭的发展资源。紧紧依托深厚的历史文化资源优势，围绕“山水苏州·人文吴中”目标定位和“走进太湖时代”发展战略，吴中区找准保护和发展的“结合点”，

通过对太湖地区工艺、民俗等的深入挖掘开发，推进文化旅游融合发展，打造苏州版图上的“第一旅游强区”。

古镇古村旅游文化是吴中区独有的特色产业。近年来，吴中区以总投资25亿元的太湖古村落保护与文化旅游开发产业园为龙头，深度开发古镇古村资源，拓展文化旅游功能。依托雕花楼、陆巷古村等古迹，碧螺春、杨梅、太湖大闸蟹、太湖三白等特产，东山镇打造出古村落文化旅游、春秋采摘游、碧螺茶文化体验游等特色线路，吸引了“长三角”地区的游客纷至沓来。

目前，吴中区已形成太湖休闲度假游、水乡古镇古村休闲游、乡村田园逍遥

游、江南文化体验游4大产品。2012年，吴中区累计接待中外游客1850万人次，旅游总收入达220亿元。

在融合发展的战略下，吴中区的传统文化产业风生水起。目前，香山工坊内已入驻20多家企业，不但承接了故宫的修缮，参与了布达拉宫的建造，还把“香山帮”产品向外输出到欧美国家，2012年形成6亿元的产业规模。

在吴中区香山街道舟山村，村党委书记高峰告诉记者，短短三五年，舟山已形成橄榄核收购、雕刻、销售及雕刻工具制作在内的完整产业链，“目前全村3000多人从事核雕产业，年销售收入达1.3亿元”。

集聚发展 做强品牌

吴中区区长金洁表示，文化产业需要规模化、集约化、专业化发展，但不能走GDP至上的老路，而是要牢固树立精品意识，以文化产业龙头项目引领整个文化产业发展。

2009年，吴中区实施文化强区战略，将文化产业纳入全区“5+2”产业振兴计划，制定《吴中区文化产业培育提升计划》，提出打造“一圈、五带、十大集聚区”的文化产业发展目标，把文化产业培育成优势产业，并专门设立每年1000万元的文化产业发展引导资金，以项目补贴、贷款贴息、扶持奖励等方式，吸引各类文

化企业落户和社会资本投入。截至目前，区内企业已累计投入文化产业发展引导资金2165万元，撬动了全区33亿元文化产业发展资金的投入。

吴中区明确提出，以太湖旅游度假区为中心，围绕绿色太湖、文化太湖、健康太湖建设环太湖文化产业圈，着力打造古镇古村旅游、民间工艺、创新创业、人文传播、影视娱乐5个文化产业带，大力培育苏州印刷数字化产业园、中国工艺文化城、“胥江一号”文化创意产业园等10大文化产业集聚区，一个集聚区打响一个文化产业品牌。

随着文化“软环境”的提升，一批重点文化产业项目相继落户吴中，如东山“全国影视指定拍摄基地”、金枫广告产业园、苏州古玩城……目前，全区拥有9个投资额超10亿元的文化创意项目，苏州市重点文化产业项目15个，总投资达200亿元，占苏州全市重点文化产业项目投资总额的四分之一。

近年来，吴中区文化产业增加值连续多年保持30%以上的高位增幅，占GDP的比重5年来由0.8%提高到6%。文化旅游、印刷复制、工艺美术已成为吴中的3大支柱产业。



左图：东山影视拍摄基地。

右图：本色美术馆外景。

多措并举 打造文化强地

余俊生

根据“科教兴区、文化强区”发展理念，“文化复兴、文化创新”两大战略任务，以及建设历史文化体验之区、创新文化发展之区、生态文化示范之区“三区融合”目标任务，今年以来，北京市昌平区打造首都文化强区的建设思路愈加清晰。

坚持科技创新、文化创新战略，进一步强化创意文化竞争力。

昌平把文化创意产业作为区域三大特色产业之一，按照区域“两轴两带、三城多点”总体空间布局，充分利用特色资源，规划建设汤泉古镇、郑各庄主题创意村庄等重点功能区；精心培育新兴文化创意产业集群、文化艺术产业集群和特色优势关联

产业集群；以建设国家大戏院、北京魔术城为龙头，稳步推进北京魔术团、北京魔术学校建设，积极推动杂技、马戏、魔术、滑稽等四位一体的旅游娱乐综合体建设；以明十三陵、居庸关长城、巩华城为载体，培育国际知名的“明文化旅游综合体”。此外，昌平还将积极引进现代文化元素，发展新兴文化业态，筹划并打造与未来科技城相呼应的未来文化城，尽快形成产业集聚效应。

发挥文化品牌、文化亮点效应，拓展特色文化辐射力。

昌平不断探索政府支持、社会参与、群众受益的文化活动新机制，努力整合区域文化资源，围绕打造魔术文化品牌主线，统领

各项文化活动，营造文化氛围；持续办好昌平农民艺术节、苹果文化节、温泉文化节、明十三陵国际旅游文化节、草莓庙会等活动，巩固已有的文化品牌；广泛开展全民健身运动，高标准办好国际航空动力邀请赛、国际长走大会等赛事活动，打造具有区域特色的文化新品牌。

坚持文化为民、文化惠民导向，提升大众文化感染力，让群众参与文化建设过程，充分享受文化建设成果。

在丰富群众文化生活方面，昌平区相关部门将组织本土艺术家和文艺团队深入基层单位，每月至少为基层群众演一场文艺节目，并开设“文化昌平大讲堂”，不断提升昌平群众精神生活品质；努力实现公共文

化服务相对均等化，把外来务工人员纳入城市公共文化服务体系，推动公共文化服务向社区和农村延伸，增加免费或优惠文化场馆数量。

拓宽文化交流途径，扩大城市文化影响力。去年，借助第七届世界草莓大会和首届中国北京国际魔术大会，昌平的知名度和美誉度得到了新的提升。为进一步扩大城市文化影响力，昌平将多措并举，包括设计推出“品味昌平”宣传品牌，加强城市文化风貌设计，借助国际国内重大赛事活动，宣传推广科教人文优势和旅游文化资源，塑造区域文化形象，做好省际间、区区间文化交流，扩大交流合作范围，等等。

（作者为北京市昌平区委常委、宣传部长）

微话题

演出市场的"冷"思考

言 泉

这个春天对于演出行业来说，似乎有点“冷”。在全国厉行勤俭节约、反对铺张浪费的背景下，文化部也从严审批关于节庆活动等各种文化活动，从源头上遏制大制作和公款请明星的现象。一时间，各地林林总总的演出文化活动明显收效。

能够突出艺术本体，不再比拼名人效应，让演出票价回归合理范围，对于广大观众而言，当然是好事一桩。而对于演出企业来说，面对“降温”，需要的却不是被动“捱”过，而是主动适应、去粗取精、突破转型。有专家认为，当下我国演出市场正在经历一场理性回归，此刻也正是民营演出蓄势发力的好时机。

多年来，我国民营演出业经历了初期的徘徊、探索，已开始进入稳步发展期。演出市场上，民营演出公司、经纪公司、剧团数量众多，还有一些民间资本参股的公司 在文化生活中担当着重要角色。民营演出的特长是机制灵活、经营转型快，市场适应能力强。“精、灵、快”的它们，虽然拥有的资金、人才水平不同，但大都扎根基层，充满市场活力。

节目好不好看，由观众说了算；演出赚不赚钱，由市场说了算。随着公款演出数量的减少和观众消费心理的成熟，有实力、“接地气”的民营演出企业，终将凭借充满创意的精品节目获得市场的认可，进而获得更多商演机会。一泓清水万泉流，演出市场上正本清源之路，将让更多的人民大众共享优秀的文化成果。

链接

第二届演艺交流会召开

本报讯 记者金晶报道：以“合作、创新、发展、繁荣”为主题的第二届中国演艺交流会，日前在京召开。本届交流会由中国音乐家协会流行音乐学会指导，中国演艺联盟、中国民营演出联盟等联合主办，力求通过整合中国音乐演出界资源，加强业内交流与合作，促进资源与市场的对接，搭建音乐演出界交流合作平台，推动行业发展。会上，一系列展览、洽谈、交易、论坛（会议）、演出等活动，展示了新颖多元的艺术表演项目，促进了演艺行业的交流与合作。

新闻速递

优秀保留剧目获奖作品巡演启动

本报讯 作为文化部2013年重点工作之一，第二届优秀保留剧目大奖获奖作品全国巡演于近日启动。3月31日，中国人民解放军空军政治部文工团的歌剧《江姐》作为获奖作品的代表，在京进行了首场演出。据悉，此次巡演的剧目还包括豫剧《铡刀下的红梅》、京剧《桃李梅》等20台优秀保留剧目获奖作品，将在4月至7月分赴全国31个省区市及港澳台地区演出数百场。

（陶 圣）

2013全民阅读活动开展

本报讯 记者金晶报道：在第十八个世界读书日到来之际，为进一步在全社会形成“多读书、读好书”的良好氛围，国家新闻出版广电总局日前下发了《关于开展2013年全国阅读活动的通知》，决定今年继续在全国范围内开展全民阅读活动，建设书香中国。

据悉，《通知》明确了今年开展全民阅读活动的重点：围绕2013年党和国家中心工作，组织开展各种形式的主题阅读活动；培育、巩固一批“书香”品牌，营造全民阅读的浓厚氛围；依托新闻出版公共服务体系，切实满足广大人民群众的基本阅读需求；继续鼓励和引导社会各界共同参与全民阅读中的公益活动；积极开展面向大众的优秀出版物推荐活动，充分发挥阅读引导作用；充分发挥新闻媒体的宣传推广作用，营造“书香中国”舆论氛围。

《如梦之梦》开启亚太巡演

本报讯 由赖声川编导，许晴、史可、胡歌、李宇春、谭卓等主演的史诗舞台剧《如梦之梦》，日前在北京保利剧院开启亚太巡演。该剧时长达8小时，打破了传统的观演关系。舞台包含8个方位、3个楼层，观众坐在中间欣赏4面舞台表演，保利剧院也对剧场进行大改造。据悉，该剧4月14日在北京公演结束后，将于5月参加乌镇戏剧节，2014年2月在新加坡公演。

（新 宇）

本版编辑 张 雅

摄 影 吴 轩