

脚步，越走越坚实

—写在第六届“文化企业30强”发布之际

本报记者 姜 范 金 晶 杨阳腾

新鲜出炉的第六届“文化企业30强”，以一组亮丽的数据展示着我国骨干文化企业的成长与壮大：30家企业主营收入2451亿元、净资产2076亿元、净利润316亿元，均创历史新高，分别比上届增长20%、16%和38%。

难能可贵。在我国经济下行压力较大的背景下，文化企业主力军的出色表现，显示了文化产业强劲的生机、巨大的潜力，也将优秀文化送达千家万户，送进亿万百姓的心田。

改革是最大的红利。文化产业取得的成就源于此，未来的发展空间也将缘于此。内生的发展渴望，与外在的竞争压力，让文化企业的发展和创新驶入了自觉自强的快车道。

深度融合显魅力

在当前的文化产业，“跨界”“融合”是最热的关键词。去年以来，国家密集出台的各项支持文化产业发展的优惠政策，也集中指向了“融合”。

融合是文化产业发展的趋势所向，也是文化企业的自发要求。围绕核心业务向外延拓产业链的扩张形式，已逐渐被30强企业所采用。以传媒产业为核心的中国国际电视总公司，其业务范围已涵盖内容制作与发行、新媒体、集成播出、广告营销等九大板块；中影股份承继中影集团全部主营业务，形成了影视制作、电影发行、电影放映和影视服务四大业务板块；西安曲江文化产业集团定位于产业综合发展平台，目前已构建起集文化旅游、影视、会展、出版传媒、演艺、动漫、文体、文化金融等为一体的产业体系；安徽出版集团经营范围涉及出版传媒、文化商贸流通、文化旅游置业、文化金融投资和建筑智能化等多项领域，其所属非上市成员单位（多元产业单位）实现营业收入超过1亿元以上的就有5家，实现利润超1000万元的单位达到4家。

文化与金融、文化与科技的融合，以其广度和深度的不断拓展，继续充当着点石成金的魔力棒。在本届30强企业中，文化科技类企业仍保持最高的利润率，占比超过40%。文化与金融融合的不断提速，将金融引导资源配置的作用日益清晰地凸显出来。

仔细梳理，本届文化企业30强创下了若干“文化板块”的第一：今年3月初，保利文化成功登陆香港联交所主板上市，成为香港资本市场首家以艺术品经营与拍卖、演出与连锁剧院管理为主业的上市公司；去年年底，湖南广电非公开定向增发融资到位，融资规模达35亿元，刷新了我国资本市场文化类上市公司单次融资额最高纪录，使其在总资产、净资产、管理规模等方面大幅增值扩容；5月，湖南出版投资控股集团财务有限公司正式挂



这是第十届深圳文博会现场（5月15日摄）。第十届文博会设有文化产业综合馆、创意设计生活馆、影视动漫游戏馆、非物质文化遗产馆等八类大展馆。

新华社记者 毛思倩摄

牌运营。作为我国文化行业首家企业集团财务公司，该财务公司未来的金融产品、金融团队都将围绕整合文化资源、管理文化资产来运营，以实现文化和金融的深度融合；凤凰集团成立了上海金融事业部，着力打造文化贸易、艺术金融等领域新格局，并曾与北京银行合作推出了国内首款艺术品拍卖创新金融产品……

跨界融合，让先行一步、敢于创新的文化企业收获了硕果。当然，打破行政区划和部门格局，理清产业链条上的障碍，既考验着企业的驾驭能力、战略思维，也呼唤着清晰而富有远见的顶层设计和完备的政策体系。

社会效益放首位

最好的文化产品是社会效益和经济效益相统一的产品，最优秀的文化企业也是把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的企业。

在实现双效益相统一的实践中，作为文化产业各细分领域企业发展的“领头羊”，文化企业30强无疑肩负着更多的使命和责任。在本届文化企业30强评价指标上，除保留主营收入、税前利润、净资产、纳税总额等指标外，突出强调了企业获奖和出口评价指标，体现了对文化企

要确保把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的导向要求。

回顾文化企业30强的发展历程，我们看到，每一个企业成功的背后，都有深沉的使命感作为支撑，成功的企业大都将具有社会责任意识的思考作为文化产品开发的指导原则。为普及优秀文化艺术，保利文化旗下的保利剧院管理公司努力承担起社会责任，其开创的“打开艺术之门”“市民音乐会”等品牌公益活动在保利剧院院线全面推广。2013年，保利剧院院线累计举办公益演出近500场，举办艺术主题讲座、大师课、特色夏令营等活动400余场。其中公益演出项目邀请国内外众多艺术家和艺术团体，内容涵盖芭蕾舞、儿童剧、魔术、音乐会等多种艺术形式，保持低票价甚至是零票价的水平，受到市场和观众的热烈欢迎。30强的渠道作用也日益明显。

中国对外文化集团在依靠自身实力走出去的同时，积极带动大批转企改制后的国内演出团体进军国际市场。去年一年累计派出来自12个省区市的表演艺术家，在30个国家和地区的300多座城市举办演出5500多场。

公共服务惠民生

文化如春风化雨，关乎民情民

生。如何打好文化民生这张牌？首先要明确“为了谁、依靠谁、我是谁”。江苏有线就明确，把满足人民群众不断增长的精神文化需求作为公司发展的目标。衡量企业业绩的最高标准，是人民群众的满意度。2013年，该公司结合国家级和省级有线电视服务标准化试点，积极探索构建以客户为导向的新型网格化服务营销体系。它织就的这张“网”，已经成为江苏省文化安全的一张网，民生服务的一张网，精神文明的一张网。

一枝一叶总关情，文化企业30强的公益之心不断向社会各个方向延伸。湖南电广热心公益事业，在累计捐资2000万元修建6所希望学校并援建2个社会主义新农村项目后，2013年又捐资600万元开展社会主义新农村建设，捐资120万元修建了一所希望学校。而上影股份则继续做好农村电影放映等公益性服务，共放映农村公益片、商业片、专题片及短片等72258场，观众452.7万人次。

敏于创新，勇于担当，文化企业30强的标杆作用愈加清晰。相信在文化企业30强的示范带动的辐射作用下，文化企业的发展脚步将愈加坚实，文化产业的发展前景将愈加光明。

这里有一片绚烂的文化天空

—第十届文博会展馆巡礼

本报记者 杨阳腾 姜 范

第十届文博会15日在深圳如期举行。10年来，文博会稳步前行，不断引领着文化走向大发展、大繁荣；10年来，文博会用其独特而包容的魅力，将这一片天空染成五彩缤纷的斑斓之色。各式口音、各种语言、各色皮肤，因文博会而汇聚一堂，用文化执笔挥洒出一幅幅欣喜之作。

在1号馆——文化产业综合馆，热烈的中国红来自广东的惠州展馆。展馆主造型仿造惠州标志性景观西湖牌楼，通过飞檐翘角、大红灯笼、祥云灯柱等营造出浓郁的古风古韵，展位的顶部造型形似东江，寓意惠州的历史文化如东江之水源远流长，展馆整体体现出惠州浓郁的传统文化气息。

厚重的黄来自甘肃。在甘肃展馆，敦煌莫高窟被搬到了文博会上。从设计到布局无一不体现出敦煌文化气息的厚重。展区内的敦煌壁画，仿佛让人置身于敦煌石窟之中。展区的相关负责人向记者介绍，此次甘肃展区不仅重点展示敦煌文化，在展区的地板还以黄河为主线，展示以黄河文化为核心的兰州都市圈。

置身于辽宁展馆，清新的蓝白色让人眼前一亮。陶瓷制成的拉链包、绣花鞋吸引了众多参展商的驻足。来自辽宁凤城的陶艺师黄波介绍道，这些陶瓷都是他独创的，这次带来文博会是为了将陶艺文化传播海外。他认为，文化的发展应当具有创新性，文博会则是这样一个让创新文化能有所发展的平台。

党的十八届三中全会提出，要提高

的文化开放水平，扩大对外文化交流。

应英国总领事馆文化教育处邀请，英国诺里奇艺术大学在本届文博会中带来了他们在艺术、设计和媒体教育方面的经验与研究成果。该所大学的教授Suzie Hanna表示，这也是她第一次来到深圳，来到文博会。此次她带来在动漫产业内成功的教学经验，并期望在5天的展期中寻找中国的合作伙伴，共

同传播动漫文化。

一位作家曾说，人本是散落的珍珠，随地乱滚，文化就是那根柔弱又强韧的细线，将珠子穿起来成为社会。在深圳，文博会就如这根文化细线一般，牵引着中外文化在此携手，助力中国文化产业的蓬勃发展，推动着中国经济体制改革，共同在这一片色彩绚烂的文化天空放飞美好的未来。



5月14日，观众在文博会兰州展区参观。

本报记者 杨阳腾摄

第六届“文化企业30强”名单呈现出的新变化，反映出我国文化产业发展的新特点新亮点。

先看评价指标。本届“文化企业30强”强调了企业获奖和出口评价指标，体现了对文化企业要确保社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的导向要求，体现了对推动文化企业走出去的鼓励支持。

再看企业形态。文化企业30强中，既有文化艺术、广播影视、出版发行等传统文化企业，也有动漫游戏、网络文化、主题公园等新兴业态的文化企业，反映了当前我国文化产业多门类竞相发展的良好格局。

本届“文化企业30强”呈现的另一特点，是转制国有文化企业优势地位继续凸显。30家企业中，国有或国有控股企业21家，占总数的70%，主营收入和净资产均占入选企业主营收入总和的80%左右。细读榜单可以发现，一批曾经上榜的文化企业持续展现活力。上届30强中有23家企业在本次继续入选，占总数的76.7%，且主营收入、净资产分别比上届增长13%、19%。除了老牌的“常青藤”，“新树苗”也在不断涌现。今年民营文化企业入选数量比上届增加2家，其中3家为首次入选。这反映了民营文化企业正逐步成为推动文化产业发展的主要力量。

文化科技企业继续表现抢眼。从各类别企业发展情况看，文化科技类企业的利润率仍保持最高。

本报记者

韩秉志

杨阳腾

特写

一个人的文博会之“旅”

本报记者 金 晶

5月15日，在文博会展馆见到曾小芬的时候，她正站在二层电梯的旁边为参观者指路，态度可亲，声音柔和。这位58岁的深圳市义工联志愿者从第一届就开始关注文博会，今年已经是第四次参加文博会志愿服务。

“今年的展会现场多了许多好看好玩又有趣的活动，文化变得生活化了。”她告诉记者。平日里关注非遗和动漫的曾小芬，由于服务工作的职责所在，并没有太多的时间去展馆里参观。午饭过后，多数志愿者开始休息，她则抓紧时间开始了“一个人的文博会之旅”。

“今年的文博会内容更加丰富了。”她说。从制作剪纸到绘制彩画，到现场挥毫，丰富多彩的展会活动和现场观众参与互动的热情，让她想起了一个词——“接地气”，“文化不再是高高在上，不再是报纸上的文章，而是面对面地呈现在大家面前，进行互动，让普通人也可以拥有。”

文博会两个细节变化也被她观察到了，一是纸质的材料越来越少了，取而代之的是更容易让人产生共鸣的表演活动；二是文博会现场可以买到文化创意产品，“以前往往是最到最后一天展商才开始出售，今年提前了，或许是大家购买热情太高了。”她笑着哭了。

午休的短短1个小时里，曾小芬只是匆匆看了1号馆和2号馆的部分展台，意犹未尽的她表示，之后的几天还将“泡”在会场，在为观众提供周到志愿服务的同时，将“一个人的文博会之旅”进行到底。

展会动态

中国文化产业投资基金签约六家优秀文化企业

本报深圳5月15日电 记者杨阳腾报道：在15日开幕的第十届文博会上，中国文化产业投资基金与中国最大的民营纪录片企业大陆桥、中国最大的互联网原创动漫平台四月星空等6家国内优秀文化企业签署投资合作协议，覆盖电视内容制作、文化演艺、动漫网络等细分领域。

中国文化产业投资基金是中央批准设立的唯一国家级文化产业投资基金，由财政部、中银国际控股有限公司、中国国际电视总公司及深圳国际文化产业博览交易会有限公司联合发起，总规模200亿元，首期41亿元。

上海国家对外文化贸易基地推介“自贸区机遇”

本报深圳5月15日电 记者杨阳腾 金晶报道：今天，上海自贸区借助文博会这个重要的平台举办新闻通气会，推介自贸区建设过程中难得的文化发展机遇。

国家对外文化贸易基地（上海）运营公司总经理任义彪介绍，国家对外文化贸易基地（上海）是全国第一个国家级对外文化贸易基地，由文化部在2011年10月正式命名，基地设立在自贸区的核心区域，是自贸区唯一的专业文化贸易公共服务平台。任义彪表示，基地未来将在贸易便利、外汇管制、金融创新等诸多开放政策促进下，为全国文化企业、产品和项目提供优质高效的专业服务。

本版编辑 刘亮 杨开新