

# 文化产业精彩绽放

今年以来，我国文化产业板块令人瞩目，一系列文化产业利好政策陆续出台。在新政策的激励下，文化产业发展的新布局跃然纸上——文化产业跳出传统领域，融入宏观经济大格局，实现了同设计服务及相关产业的真正融合发展。文化产业成为经济发展的新亮点

经济发展 / 新亮点

## 融合发展激发聚合效应

本报记者 金晶 杨学聪

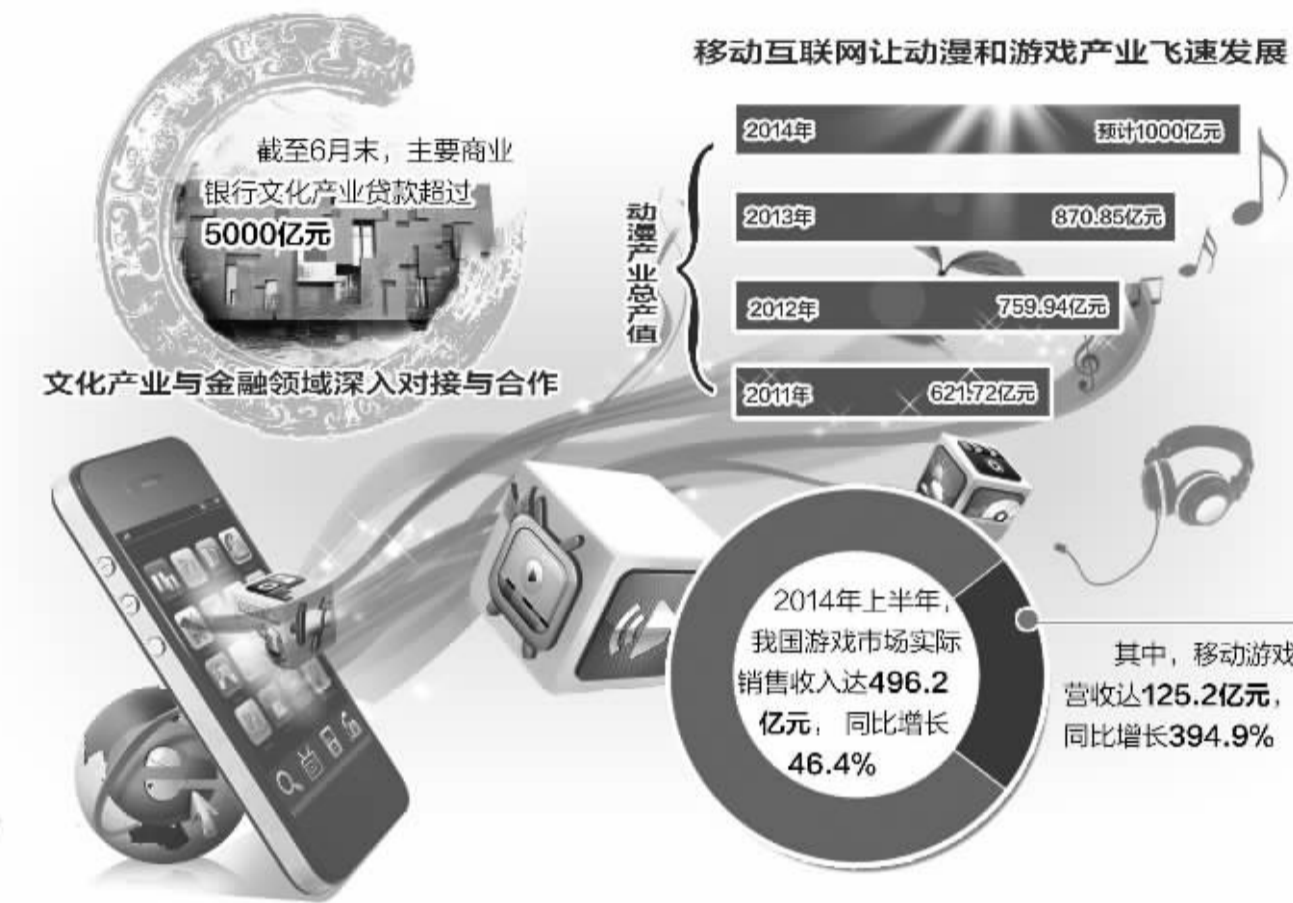
从与科技“双轮驱动”，到与科技、金融“三管齐下”，再到如今深度融合“网”，融合创意、设计、服务加速发展，我国文化产业向着高端、纵深方向不断探索。近日，《经济日报》记者在一些城市采访中了解到，多地通过创新版权交易、推动文化大众消费、促进文化金融融合等方式，深度挖掘文化产业的潜力，对投资、消费带动作用明显提升。

### 青岛：版权增产值

7月29日，山东青岛国际版权交易中心西区，一场签约仪式正在进行：该中心与韩国内容授权协会达成合作协议，双方将通过创建“中韩版权文化创意授权产业数据库”、共建“中韩版权内容授权服务平台”等一系列举措，推动中韩文化内容产业开展合作。韩国内容授权协会会长赵泰丰向《经济日报》记者表示，中国的版权环境明显改善，希望通过与该中心在网络漫画、APP等项目上的合作，实现双赢增值。

山东青岛国际版权交易中心是我国两个国家级国际版权中心之一，其西区主要提供登记咨询基础业务、文化金融业务和产业运营业务。近些年来，一批中小微企业在中心内迅速发展。今年以来，版权交易中心为具有轻资产特点的文化企业提供无抵押贷款2000多万元。另外，该中心还以版权、创意、科技和文化为核心，开展相关确权、发证、登记、质押、交易，以及投资、基金、担保、上市保荐等服务，成为跨文化创意产业和知识产权保护的综合公共服务平台。

如今，越来越多的文化企业意识到版权的重要性，加强管理、开发和运营这项核心资产。通过版权管理，青岛文创产业实现“增值”。2013年，青岛市文化创意产业增加值达715.3亿元，占地区生产总值的8.6%，已成为当地国民经济的支柱产业。其中，文化产业首度突破500亿元，同比增长21.4%，增速达6年来的最高点。今年一季度，青岛市文化产业增加值同比增长19.2%，超过经济增速11.6个百分点。



### 北京：消费更大众

在北京，以“消费文化·品味生活”为主题的第二届北京惠民文化消费季将于8月20日正式启动。8月中旬至10月中旬，北京将举办一系列惠民文化消费专题活动，给市民带来一场文化消费的饕餮盛宴。

如今，北京大众文化消费需求旺盛。一家人到书店选书，进剧院看电影、话剧，去参加一场拍卖会、听一场讲座，或者是足不出户通过互联网实现文化消费，已成为许多北京市民日常生活中的一部分。

在即将举办的惠民文化消费季期间，促进全民阅读是其中一个重要板

块。举办方将在各大书店、部分重点商场、国家图书馆等地举办“阅读季”，通过名家专场、优惠好礼放送等活动，营造适合家庭参与的文化消费氛围。

作为“十大专项活动”的组成部分，惠民文化消费季还整合500多场各类文艺演出，为电影爱好者精选放映5000多场各类国产、进口影片。网上惠民文化消费季则邀请京东、当当等电商巨头以及中演票务通等文化电商，围绕各类文化商品和服务开展为期两个月的促销活动。

通过开展惠民文化消费季等活动，市民文化消费理念更加普及、消费行为更加稳定，文化消费也成为重要的消费增长点。据了解，仅2013年首届惠民文化消费季期间，总成交金额达52.3亿元，累计实现文化消费达2654.3万人次。

### 上海：金融添活力

文化与金融的有效融合是上海市文化产业发展的一大亮点。尤其在文化产业融资机制、文化产权交易和文化金融政策等方面，包括银行在内的沪上金融机构主动对接，加大了对小微文化企业的支持，提速文化金融发展。

平安银行上海分行率先在同业间推出小微贷款“自动续授信”服务。对于经营状况正常、资信状况良好的文化小

微企业，该行直接为其提供贷款自动续期服务，对体量普遍偏小的文化企业来说，此举有效减轻了资金和成本压力。北京银行上海分行则强调文创类小微金融服务的“属地化、差异化、专业化和特色化”服务，重点打造本土化业务发展环境。截至今年5月末，该行已累计审批通过文化创意企业授信17.16亿元，实现放款80多笔，支持70多户中小文化企业获得长足发展。

上海自贸试验区成立后，国家对外文化贸易基地（上海）设立在其核心区域，成为自贸区内惟一的专业文化贸易公共服务平台。负责该基地运营的上海东方汇文国际文化服务贸易有限公司董事长任义彪表示，在贸易便利、外汇管制、金融创新等诸多开放政策促进下，该基地正为全国文化企业、产品和项目提供优质高效的专业服务。

上海文交所的文化金融创新率先在这里实践，被誉为“亮点中的亮点”。站在文交所交易平台上，可见滚动屏上切换显示着一个个文创项目的信息，包括项目名称、所在区域、挂牌价格、挂牌比例等。中间的大屏幕则显示实时交易行情数据。2013年，上海文交所共实现交易各类文化产权项目10314宗，成交额达到260亿元，共有10822个项目挂牌，占全国文化产权交易量的60%以上。

上海文交所总经理张天告诉记者，“文化产业在自贸试验区有很多先试先行的优势，可大胆探索，并在今后向全国推广。”

## 24小时书店：注入转型新动力

本报记者 李丹

从今年4月起，位于北京市东城区美术馆东街的北京三联韬奋书店正式开始24小时营业。随后，“24小时书店”的经营模式迅速推广到全国：杭州“悦览树”24小时书店、深圳书城中心城24小时书吧、陕西万邦图书城“夜书房”……遍地开花的24小时书店将“一张书桌、一盏灯光”留给了深夜热爱阅读和思考的人们。

“24小时书店不仅是营业时间的延长，它带来的更重要的是一种经营理念的改变。”浙江省新华书店集团有限公司董事长、总经理王忠义表示，“悦览树”的经营理念就是要在杭州的西湖边为深夜读者留下一盏灯，提供一个环境良好的阅读场所。为此，他们创造性地与民营咖啡馆合作，将“悦览树”真正打造成一家“能卖书的咖啡馆、能卖咖啡的书店”。

三联书店副总经理张作珍也认为，升级服务、提升读者阅读体验，是书店的生存之道。三联韬奋书店自开放24小时营业以来，不仅更新了部分书架书台，增加了阅读书桌、阅读凳、阅读灯、阅读垫，还开设了免费WiFi，给读者提供了一个舒适自在的阅读环境。“知识面前，人人平等，我们欢迎所有的读者来韬奋书店进行体验。哪怕是流浪者，我们也愿意提供一个阅读的平台。”张作珍说。

转变经营模式、提升服务意识，让24小时书店经营成果喜人。据统计，三联韬奋24小时书店从试营业到7月下旬，零售额比去年同期上涨了66.67%。即便不考虑夜间销售，涨幅也为54%。24小时营业不仅仅增加了夜班营业收入，日间销售也有非常明显的增长。截至6月底，书店的现金流为400万元，而去年现金流最好的时候也不超过150万元。

“发达的公共文化体系一个很重要的特点就是便利性，24小时书吧恰恰可以成为体现公共文化服务便利性的一个重要阵地。”深圳出版发行集团总经理尹昌龙认为，24小时书店培育出的文化价值将大大超过它所能获取的经济价值。“我们在探索24小时书店经营发展过程中，借鉴了法国巴黎莎士比亚书店的做法，为深圳拥有文学梦的外来打工者提供免费食宿，出版他们创作的优秀作品。”

实体书店需要扶持，但仅靠扶持是不够的，它只有在创新中才能生存发展下去。国家新闻出版广电总局副局长阎晓宏表示，我国目前仍有相当一部分书店还维持着传统的经营模式，如果不转变经营方式，政府给再大的支持也难以维系。24小时书店恰是实体书店转型的一种有益尝试，它将书店与人们的实际文化生活需求相衔接，为实体书店的转型发展注入了一股蓬勃向上的新动力。

### 图说

## 文化旅游别样红



湖北宜昌兴山县昭君旅游景区正在上演歌舞《昭君别乡》。该景区深挖文化和旅游资源，推动二者融合发展，吸引了大批游客。 寒歌摄

### 文化贸易与文化交流“两条腿走路” 对外文化贸易的步伐明显加大

文化贸易将取代货物贸易成为中国对外出口的主阵地，以游戏、广告、设计、动漫为代表的新业态已替代出版、电影等传统产业形态，成为中国对外文化贸易的第一军团

## 抓住家庭消费这条“大鱼”

余颖

不知不觉间，文化产业正在进入期待已久的消费“井喷期”。数据显示，其中最强劲的消费力量便是来自家庭，一个个看似消费能力小而散的家庭。

主打家庭消费的电影市场自不待言。据统计，7月份，我国内地电影票房收入超过33亿元，同比增长超过84%，这背后则是超过9000万人次的观众支撑。各种演出剧场也在从少数“高端消费群体”回归大众家庭。比如在北京，国家大剧院推出“家庭亲子迷你音乐会”、“大师课”等活动，邀请音乐大

师与孩子、家长对话；北京演艺集团也首次推出了动漫演出季，吸引以孩子为主的家庭观众。连过去似乎高不可攀的艺术品市场上，也出现了普通家庭消费者的身影——刚刚落幕的首届北京大学生艺术博览会，吸引了6万人次参观；虽然作品均价仅为8000元左右，多为家庭购买，但成交总额仍达近300万元。

这样的大众文化消费并非北、上、广、深独有。在一些中西部的三、四线城市，对电影、演出、图书等市场的消费需求快

速增长，对于这一点，许多人已经有了亲身感受。

目前家庭消费的一大特点，是既可花大钱，也爱小优惠。例如2013年，首届北京文化消费季举办时，中国木偶剧院加入了文惠卡的优惠行列，为持卡人打6折。当年9月29日活动才启动，“十一”期间，剧院营业额就比同期上涨了70%。之后，木偶剧院增添了许多忠实的小观众，他们的父母也跟着坐进了剧场。

这就是文化“消费家”的力量。即将举办的第二届北京文化消费季再次推出

了数百场可享五六折优惠的演出、电影，联合京城书店举办惠民好礼放送活动，还组织了大量价格优惠、适合家庭购买的小件拍品，想必能吸引更多消费者欣然埋单。

有人说，单个家庭的消费能力并不突出，一家3口买几本书、看场电影、听场音乐会，每次300元、500元的消费金额看起来也不够分量。但积跬步，致千里。在千千万万个家庭的账本中，文化消费汇聚成值得每个文化从业者重视的规模。当前文化产品供给已大为丰富，拥有了扩大文化消费的市场基础；版权保护、评估、交易等政策措施也日益完善，为扩大文化消费提供了规范的市场环境。文化产业不妨抓住家庭这一基数大、需求旺盛的群体，推出更多类似文化消费季、24小时营业书店等特色服务。如此，就可将我国丰富的文化资源转化为消费优势，也让文化消费成为拉动内需的重要力量。

本版编辑 牛瑾 胡文鹏  
美编 夏一 吴迪  
本版邮箱 jrbjrcj@163.com