文化产业

发展文化产业需扩大文化消费

刘玉珠

我国文化产业经过10年的快速发展，质量效益大幅提升，加快转型升级的内在需求也日益突出。扩大文化消费正是文化产业转型升级提出的内在要求。

文化创意是文化产业的源头，优秀的文化创意不仅可以满足市民文化的消费需求，而且也可以激发潜在的消费需求。促进和推动文化产业的可持续发展，实现产业转型升级。

与多年高速增长的经济速度相比，我国消费不足表现为一般消费不足，文化消费更是明显滞后。我国城乡居民人均文化消费支出占人均消费支出的比重总体偏低。虽然呈现出增长的趋势，但提高的速度比较缓慢。9年的时间，增长还不到1个百分点。据有关专业机构的调研测算，2013年底，我国文化消费潜在市场规模为4.7万亿元，而当年的市民文化消费规模刚刚超过1万亿元，存在着近3.7万亿元的文化消费缺口。

文化消费存在着巨大的市场空间。其原因是多方面的，也是很复杂的，它与人民的生活方式、居民收入和受教育程度有密切的关系。文化消费的习惯也还有待于进一步培育和提高。

同时，也和文化企业的产品开发、创新能力不强、文化产品和服务的有效供给不足等方面有关。因此，扩大文化消费不仅是必要的，而且是可行的。

首先，扩大文化消费从根本上讲要提高城乡居民文化消费的支付能力，并通过有效的政策措施让城乡居民的支付能力转化为实际的文化消费支出。可采取现金补贴、激励评价、折扣等形式对城乡居民购买指定范围的文化产品和文化服务支出给予直接的财政补贴，通过财政补贴的激励和杠杆作用促进文化消费支出。文化部正在和财政部一起商定在下一步的工作中开展城乡居民文化消费试点，选择不同地区，采取促进文化消费的措施，为在全国范围内实施积累经验，创造条件。

其次，对文化产品和服务供给主体的刺激和激励也是扩大文化消费的重要手段。政府部门要进一步放宽市场准入，让更多的民营资本进入文化领域。通过必要的良性竞争来提高文化产品和服务的创意和策划水平，实施文化产品开发税前抵扣制度，适当降低文化企业开发的风险，加强文化企业的创意和创新能力建设，激励文化企业加大研发力度。

第三，在改善文化消费条件方面，可通过政府投入引导、联合社会资本市场化运作的方式构建文化市场信息提供公共平台，为消费者提供及时有效的信息服务，促进文化消费的数字化、网络化，开发文化消费手机支付等新型文化消费金融支持服务模式，进一步提高居民文化消费的便利化水平。

（作者系文化部部长助理）

从2004年到2011年，国产动画片产量增长了20倍之多。但从2012年起，我国动漫产业发展速度明显减缓，2013年国产动画片产量也持续下降——

动漫为何慢下来

本报记者 孙潜彤

曾经被捧到天上高速飞行的动漫产业，现在“硬着陆”有点难。拿动漫产业的先行军来说，长沙、杭州、无锡、沈阳等城市的动漫产业在几年快速扩张之后呈现出明显的“高台跳水式”下降趋势。在现有的24个国家动画产业基地中，除了少数几家，绝大多数基地无论是在制作数量还是市场份额方面，都呈现出下降趋势。

再看具体动漫企业。截至2013年末，取得国产电视动画片发行许可证的总共656家制作公司中，连续5年来无产出的有100家（占15.2%），最近1年无产出的有439家（占66.9%）。很多动画制作人士认为，动画制作企业面临的生态环境存在恶化的倾向，曾经红火的动漫产业，扩张势头逐渐慢下来。

迪士尼公司正在举办成立90年巡回特展，很受孩子和家长欢迎。而我国的动漫产业发展10余年来，仍未找到适合自己的商业模式。

失去政府推手

沈阳市浑南区21世纪大厦曾是沈阳动漫企业扎堆的国家级动漫基地，曾有百余家动漫及相关企业，其中原创企业占一半以上。如今，绝大多数动漫企业已经人去楼空。

在这里起步的满江红动漫公司总经理纪大海对记者说，这些公司倒闭或搬走的原因很简单——政府真金白银的扶持没有了。

可依赖的政府“推手”主要是两个：一是房租补贴，二是播出奖励。原先的房租基本相当于免费，奖励更是可观，比如原创影视动画作品在地方电视台首次播出的，按二维动画每分钟500元，三维动画每分钟1000元的标准给予奖励，最高奖励额50万元；在中央电视台首次播出的，按照每分钟二维1000元，三维2000元的标准给予奖励，最高奖励100万元。这还未算政府建设动漫技术共享平台所投的巨资，以及政府部门在无息贷款、产业基金扶持等方面付出的心血。地方政府的本意是“扶上马送一程”，不曾想却使不少企业养成了“依赖症”。

正是这种依赖，很多企业把政府扶持当成了唯一盈利模式，为了谋得政府的奖励，作品粗制滥造，宁可在播出环节搞公关也不愿在提高品质上多花成本，根本没有为作品及企业的长远发展作规划。正是认识到这一弊端，沈阳动漫产业最为集中的浑南区和沈北新区在2013年叫停了资金补贴和政策奖励。

这一“断奶”正逢经济下行压力期，整个动漫行业开始大面积出现资金链断裂的情况，结果竟是超过三分之二的动漫企业歇业或倒闭，浑南区148家动漫企业能维持运行的现已不到30家。曾排队“跪求”权威电视媒体播出的情况也已不再。

沈阳并非孤例。放眼全国，动漫产业能继续保持上升势头的地区，大多离不开仍在给力的政府推手。

缺乏市场本领

在刚刚落幕的第六届中国（沈阳）动漫电玩博览会现场，记者看到各个展位纷纷亮出“动漫衍生品”：一支“海贼王”图案的书签25元、印有“黑子哲也”等动漫人物形象的文化衫每件100元。这些衍生品所反映的动漫形象多来自日本和美国的动画片。很少看到国内创造的动漫形象衍生品，直教人感叹：中国元素在哪里？

在一家售卖美国动漫《钢铁侠》衍生品的展台，一个尺把高的“钢铁侠”模型标价上百元，看似原装进口，实则“中国制造”。中国玩具厂商所占据的生产环节其实是动漫产业最薄利的产业链下游。

数据依然看起来很美。2013年我国动漫产业总产值为870亿元，企业4600余家，从业人数近22万人。但这其中有多少原创动漫份额？除了代工外，赚到多少动漫衍生品附加值？

沈阳鲁迅美术学院动画与多媒体学部教师张璇认为，当前中国动漫产业总体是“重代工、轻原创”。“剧本荒”导致了动漫产业在题材与艺术形象原创性方面的匮乏。由于缺少优秀原创作品，市场上到处充斥着外国作品，很难实现品牌形象授权和衍生市场的开发。

纪大海也印证了这个观点。“原创动漫形象周期长、成本高、风险大，而为国外代工制作，风险小、收益回报稳定。”满江红公司一直靠代工收入补贴原创，给日本和美国的动画公司承担劳动最密集的“中间段”——绘画、上色等。由于规模小，没有营销经验，公司只能与玩具商、发行商合作走市场。

中小动漫企业撑不着也饿不死的自满状况，只能通过市场之手加以整合，最终让位于长袖善舞的动漫领军企业。而这样的领军企业，沈阳本土还没有。可以预见的是，未来2至3年我国动漫产业将进入深度调整期。

诺娃动画有限公司经理孙烁童认为，动漫行业前期纯投入，后期直面市场却非常残酷，1分钟动画片的价格在几十元到三四百元不等，这几乎只相当于动漫公司制作成本的零头。要想盈利只能依靠动漫衍生品，这个技能又恰恰是中小动漫企业最不擅长的软肋。许多动画企业在创作生产时，就没有充分考虑过开发衍生产品。往往节目播完，有关这部片子的所有事情也就打住了。不赔钱才是怪事。政府也不愿意补贴这样的无底洞。

亟待版权保护

一个经典的动画形象若经久不衰，由此带来的书籍、音像制品和衍生销售也会如滚雪球般越滚越大。一部《喜羊羊与灰太狼》让长期没有拳头品牌的中国动漫业长舒一口气，但有谁知道，该动漫衍生品中，有近90%都没有经过版权方授权。

记者在中国北方最大的批发市场——沈阳五爱市场看到，摊位上随处可见的喜羊羊、灰太狼、虹猫蓝兔等国产动漫形象的玩具、童鞋、书包、文具等，大多是没有经过任何授权的盗版产品。几乎被盗版包围的动漫衍生品市场，打击了整个动漫产业的内生原创动力，使得国内动漫产业自身缺乏有效的造血机制，无法通过“粉丝经济”获得效益。

沈阳非凡创意动画公司总经理公长生说，“仅靠企业力量应对盗版，基本上鞭长莫及。”我国动漫玩具占到了动漫衍生品整体市场的一半以上，动漫服装和动漫出版分别占据动漫衍生品市场的15%和4%。然而，盗版动漫衍生产品严重损害了动漫公司创作者的利益。

纪大海说，国内中小动漫企业主要依靠播出收益，而欧美国家动漫主要依靠版权期内的衍生品开发。如果我们的版权保护体系不完善，那么无论创作出多少精品动漫形象，都不能摆脱动漫衍生品短暂的市场寿命，发展动漫文化产业的种种宏伟设想也只能是空中楼阁。对于一个健康的动漫产业来说，净化市场环境比政策奖励更重要。

看天下

过去3年，特色客栈的投资年均增长率上升13.1%，超过行业整体增长率3%。随着携程的加入，客栈预订市场进入拼细节拼散客的红海竞争——

客栈预订打网战

本报记者 韩秉志

最近，携程推出了客栈民宿预订平台，定位于景点周边的客栈、农家乐、青年旅舍预订，欲在中低端酒店市场分一杯羹。然而，这块市场已经聚集了去哪儿网、艺龙、青芒果等网站。原本被市场忽略的客栈民宿细分预订市场越来越热闹，并开始进入红海竞争。

客栈是近年兴起的旅游住宿热点。据统计，过去3年以来，特色客栈的投资年均增长率上升13.1%，超过行业整体增长率3%。

2012年去哪儿网就开通了客栈民宿频道，目前客栈频道日均访问量已经超过50万，并占据了客栈市场份额第一。特别是大理、丽江、厦门等客栈聚集地，市场占有率甚至超过80%。芒果网在收购易休网后推出了定位于经济类酒店的青芒果网。艺龙入股住哪网；旅游社区起家的游多多则通过独立频道“多多驿站”涉水。全球客栈民宿类预订市场上，创立于爱尔兰的Hostelworld，专门定位于低价的青年旅社以及b&b（早餐+住宿），也将目标瞄准背包客人群。

其实，携程早在2012年就宣布投资松果网，定位于客栈、中小旅店市场。但两年过去了，携程在该市场所占份额仍然不见起色。

客栈预订与传统的酒店预订具有很大的差异性。客栈房间数少，通常在5至30间左右，淡旺季差别明显，旺季入住率可以达到100%。所以客栈老板更愿意住客提前在网上支付房费，以便避免预订后不到店的情况，从而保证客栈入住率。此外，住客栈的人群普遍偏年轻，也更文艺，通常是休闲出游，而非商务出行。

去哪儿网客栈频道负责人李楠告诉记者，为了抓住这些文艺青年，去哪儿网在客栈图片方面下足了功夫，在全国招募了大约300名摄影师，专门给全国客栈拍照，签约的摄影师中甚至还有《中国国家地理》杂志的专职摄影师。

携程大住宿事业部CTO蔡新发表示，由于客栈平台刚推出不久还略显稚嫩，优化和完善都已在同步进行中。

“我个人还是很看好这块市场的，未来三五年会有爆发的可能。现在大家都在寻找方法，就是中小酒店、客栈对信息化的对接能力，通过什么方式让这些酒店主能方便地接受合作和服务方式。一旦找到了一个行之有效的方式，爆发就会成为可能。”劲旅网创始人魏长仁说。

映像

第四届中国滦河文化节暨“走进滦县·携手发展”招商洽谈会日前在河北滦县举办。文化节期间举办了民俗文化展演和龙舟赛等活动。 本报记者 陈 颐摄

中贸圣佳艺术空间于近日正式落户北京，并举办了开幕展，包括韩辛的代表作《莫奈花园》、张大千的《红叶小鸟》、齐白石的《菊花》、林风眠的《琵琶仕女》等。

王宇洋摄

河北平山：

借文化“突围” 靠文化兴县

本报记者 雷汉发 通讯员 范会成 曹永刚

电视连续剧《湄公河大案》刚刚热播完，其电影版本《A级通缉令》的版权早已被揽入河北平山县西柏坡文化产业投资集团怀中，并将从平山分销到国内外。

“版权分销”这个平山人以前闻所未闻的名词，如今已经变成了看得见、摸得着的产业。目前，《金融部队》、《A级通缉令》、《周公》、《孟子》、《华英雄》、《北京童话》、《米兰风云》，电视剧《我爱我车》、《画家村》等一批影视作品版权进入平山，为平山影视文化产业发展注入了强大活力。

据西柏坡文化产业投资集团董事长唐朝介绍，《A级通缉令》总投资9000万元；《金融部队》根据当年香港金融危机期间，港币与美元汇率大战的故事改编而成，总投资8000万元；而大型古装历史题材电影《周公》，被称为又一部电影史诗力作，刚于6月25日取得拍摄许可证，总投资2亿元。

前不久，香港华纳世纪公司首席执行官何泽铭来到平山，与电影《金融部队》制片人唐朝签署了购买该电影的香港版权合同书。该电影剧本还在第六十四届柏林国际电影节参选，受到国际电影投资机构青睐。该电影在法国合作事务的负责人贝兰说，“这是我目前看到的最有趣的中国电影剧本之一，很多法国电影公司都希望能够参与投资。”

“有业务才能形成产业，也只有这种国际化题材、有深刻民族文化烙印的电影，才可能取得国际市场的认同。”唐朝说，这些实实在在的项目对发展版权产业是一个巨大拉动，对影视后期制作、旅游产业也会起到推动作用。据悉，这些影视剧作将由果然版权、西柏坡影视版权有限公司进行全球分销。

果然版权产业园是平山版权分销产业的核心运营主体，由平山县与“全球影视版权运营商”果然传媒共同设立，入驻西柏坡国际文化产业园。5月15日，该项目作为河北省重点文化产业项目在深圳文博会上签约。该园是一个集国际版权交易、国内版权贸易、版权置换、版权确权、版权金融、版权代理服务一体化的O2O（互联网线上到线下）模式的国际版权交易平台，目标是按照国际标准、国际规模、国际市场定位，建成国家级版权产业园，全面推动影视、出版、艺术品、数据服务、多语转换等产业的协同发展。一期规划占地面积850亩，预计投资20亿元，边建边生产。

“借助丰厚的文化资源，大力发展文化产业，借文化‘突围’，靠文化兴县”，这是平山县转型升级、实现绿色崛起中采取的重大战略性举措。平山县联手果然传媒等业内知名文化产业公司，创建了西柏坡国际文化产业园区，为新兴文化产业提供创业平台。按照“3831”发展战略，在3年内重点发展影视、文化旅游等8大文化产业，培育3家上市公司，打造1个具有自主知识产权和全国影响力的文化产业集团，跻身国家级文化示范园区。

该县在资金、土地、规费、税收等方面出台了11项优惠政策。同时，县财政每年安排2000万元专项基金，对获得国家、省、市的文化产业示范项目和年销售额1000万元以上等优质企业，给予贴息、补助和奖励。

西柏坡的金字招牌、富集的文化资源，加上最优惠的扶持政策，吸引了众多高端文化企业前来洽谈项目。目前，该园区已与中国大旗文化、中视丰德、中国供销合作对外贸易公司等业内名企建立合作关系，新组建的10多家公司在平山注册。

同时，平山县积极引进战略投资者对全县文化旅游资源进行挖掘重组整合，打造红色革命、历史古迹、绿色生态、特色民俗、休闲养生等文化旅游聚集区。这些以国际理念和先进技术为支撑的合作，将助推平山铺就一条“挣文化钱，走生态路”的“文化突围”之路。

据悉，“十二五”时期，平山县将谋划和实施100个以上文化项目，努力使文化产业增加值年均增长25%以上，达到GDP占比超过5%，成为经济转型升级的主要引擎。

本版编辑 佘 颖