



记者日前走访广东各地发现,广东文化产业与旅游产业深度融合态势日趋明显,文化旅游产业开始走上内涵式发展之路——

微观聚焦

满足多元文化需求

数字阅读借卫星起航

本报记者 王秩辰

继智能手机、网络视频、OTT电视之后,下一个互联网经济的风口在哪里?在近日举行的中国数字出版博览会上,通过参观国内数字出版发行领军企业的最新技术与发展成果,记者发现,数字阅读尤其是农村数字阅读,正在成为新热点。

据2015年第十二次全国国民阅读调查报告显示:数字阅读方式首次超越传统纸质阅读,人均阅读率有显著提升,但仍和发达国家存在较大差距。同时,城乡阅读水平差距明显,农村远落后于城市。航天数字传媒有限公司总经理郑铸东表示:“主要是由于我国历史和地理等原因,农村地区公共文化产品和服务的供给力度不足,网络普及率低,但各类阅读需求却极大。”

在整个阅读链条中,阅文集团CEO吴文辉认为,数字平台有望成为最先实现“全民阅读”的地方,可以通过平台来促进数字阅读活动和提升人民阅读水平。“互联网的优势在城市及发达地区,而在广大边远农村则十分薄弱,如何弥补和解决这一难题是关键。”郑铸东说。

作为国内首家卫星全媒体数字发行运营商,航天数字传媒有限公司充分发挥了航天卫星网络全国无缝覆盖的无线网络优势,采用“一站式”解决方案,构建了覆盖全国、高效率、低成本、可控的国家级公共文化卫星网络服务平台,通过卫星网络投递数字内容,采用政府购买、国民免费使用的模式,有效满足人民群众读书、看报、看电影和其他多种文化需求,全面推进国民数字阅读尤其是农村地区数字阅读发展。

“卫星网络平台与其他平台的区别主要是,网络覆盖全国、无盲点,版权保护严格,有效遏制盗版,传播主流向上内容,严格三审三教,并为服务人群精编细选高品质的丰富内容。”郑铸东说。

航天传媒的公共文化卫星服务平台包含“卫星数字农家书屋”“卫星数字妇女之家”等多种业务方案,利用卫星网络投递图书、报纸、音像等数字化内容,用户可直接在接收终端观看与阅读,更可通过WIFI技术在接收点周围几百米的地方,高速下载用户自己感兴趣的内容,提升了数字阅读的便捷性,降低了使用成本。

以“卫星数字农家书屋”为例,全年精选书刊2000多种、报纸100多份,每日更新,让农村百姓能和城里人一样及时看到最新的报刊、图书等,保障党和政府的政策信息迅速、有效送达全国各地。自2011年建设以来,已建成并投入使用的近3万余家,遍布内蒙古、青海、宁夏、新疆、西藏、云南等20个省市,服务近千万农村人口,得到了当地百姓的广泛认可,有效地落实和推动了国家“全民阅读工程”“数字书屋”等项目的落地。与此同时,航天传媒进一步创新,在已有汉语言内容资源基础上,逐步增加藏蒙等少数民族优秀精品文化内容,让民族特色内容“进村、入户、到人”。



近日,影视演员窦骁(右二)签约为中国自行车联赛形象大使。由中国自行车协会主办的中国自行车联赛自2014年7月正式启动以来,已经吸引了超过800万骑行人群和1500万爱好者关注并参与。本报记者 马洪超摄

“中国文化季”将在英国举办

本报讯 记者金晶报道:“中英文化交流年”——中国文化季新闻发布会日前在北京举行。据悉,从今年8月至年底,以“创意中国”为主题的“中国文化季”将在英国举办,通过戏剧、音乐、舞蹈、设计等多种形式,向英国公众介绍当代中国的文化创造。

“中国文化季”还将举办中英创意产业及文化贸易论坛、深圳(爱丁堡)国际创意产业孵化中心启用仪式等。

“微影·我们”微电影大赛启动

本报讯 记者李亮报道:由中国电影家协会和江苏省泰州市人民政府主办的第三届“微影·我们”全国微电影大赛近日全面启动。大赛同步启动了以重点扶持30名优秀青年导演、孵化10个微电影工作室、拍摄30部泰州相关主题微电影作品为目标的青年导演成长助力计划,为有需求的青年导演提供三个方面的帮扶。通过微电影大赛及相关配套活动,有望在国内率先建立起作品竞赛、项目扶持、人才培养、产业发展四位一体的微电影发展生态体系。

据悉,大赛期间还将举办“我们的视界”全民微视频大赛。“微影·我们”全国微电影大赛始办于2012年,至今已成功举办两届。

本版编辑 梁剑箫

“文化+旅游”带来风光无限

本报记者 郑杨



①②拥有500年历史的广东东莞非物质文化遗产——茶山“茶园游会”,成为了文化旅游的一张崭新名片。(资料图片)

日前,广东省文化厅联合省旅游局、中国人民银行广州分行出台了《关于促进文化旅游融合发展的实施意见》,提出探索创建文化旅游示范区、推动文化旅游产品多样化、提升旅游纪念品创意设计、打造高品质旅游演艺产品等一系列重点任务。

广东一直苦于旅游业大而不强,打“文化牌”成为从省到各地市不约而同的选择。“文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。大力推动文化旅游产业融合,培育旅游经济新增长点,对我省建设旅游强省具有重要意义。”广东省旅游局副局长王志红说。

活用资源:走差异化之路

此次出台的《意见》,确立了特色化、差异化发展的基本原则。这无疑是根据广东省文化资源禀赋的特点决定的。今年年初,文化部公布了2014-2016年度“中国民间文化艺术之乡”评审结果,广东以29个县(市、区)和乡镇(街道)、共39个项目名列全国第一。佛山市大沥镇“醒狮武术之乡”、太平社区“粤曲之乡”、石湾镇“陶艺之乡”……异常丰富多姿的岭南民间传统文化,是广东省发展文化旅游最宝贵的财富。

将这些特色鲜明的文化资源加以利用,打造独树一帜的文化旅游品牌,已成为广东许多地方的自觉性。东莞市在这方面走在全省前列。该市32个镇街,各自都拥有独具特色的文化旅游“招牌”,不仅避免了同质化发展,而且实现了优势互补,以最大限度的集群化品牌吸引客源。

譬如,在前不久第六届美食文化节上,美食之乡道滘镇吸引了45万人次前往观光,现场销售额达5000多万元,拉动消费2.5亿元。一个小镇缘何如此成功?道滘镇委委员丁金诺告诉记者:“道滘粽、龙船饼等传统美食源远流长,许多游客慕名远道而来品尝,产生了独特的美食旅游市场。近年来,道滘将美食与龙舟竞赛、粤剧曲艺、放莲花灯、摆七夕贡桌等传统民间文化活动有机结合,使美食文化节品牌在珠三角有了不俗的名气。”

水乡小镇沙田,将闻名远近的疍家文化与水乡文化结合,打造了惠丰年水道疍家文化体验园。记者乘船游览了长达14公里的水道,不仅饱览了水乡风情,而且体验了舟上咸水歌叫卖、龙舟竞渡、疍歌传情等疍家风俗。

“广东四大名市”寮步镇,则积极发掘了莞香历史文化元素,确立了“文化+旅游+产业”的统筹发展战略。

根据新出台的《意见》,类似东莞市这样,引导文化旅游融合并朝着特色化、差异化发展的做法将得到大力支持。广东省将根据各地区情况因地制宜,推动文化旅游产品多样化。依托广府文化、客家文化等地方文化,加上鸦片战争、辛亥革命、北伐战争、抗日战争、解放战争等历史文化,发展品类繁多的文化观光游和文化休闲游。

活化遗产:让古村韵味重现

今年7月,佛山市发布了酝酿已久

链接

寮步小镇唱响“中国香都”

本报记者 郑杨

400多年前的东莞寮步小镇上,名贵的莞香从广东、广西等地汇聚于香市码头,沿着海上丝绸之路,远销东南亚、中东乃至全球……数百年来,寮步香市作为闻名遐迩的莞香出口集散中心,与广州花市、罗浮药市、廉州珠市并称“广东四大名市”。

步入现代,繁盛的寮步香市一度衰落乃至消失。直至近年,随着香文化热潮在海内外兴起,寮步镇重拾莞香文化的旧日辉煌,开始全力打造“中国香都”文化旅游品牌。

我们积极发掘莞香历史文化元素,确立了“文化+旅游+产业”的统筹发展战略。“今年,香市文化旅游区被确立为东莞六大旅游目的地的

首批古村落活化方案,将首批13个古村分为最田园、最原真、最文化、最时尚四类,结合周边景点,列出了5条“探佛寻古”系列旅游线路。同时,提出“活化应该以人为本,人的守望才是古村魅力所在”,由30个古村的代表集体签署倡议书,号召全社会和村民共同保护古村文化遗产。

岭南大地上的古村落,是广东省文化旅游融合发展的重要阵地。一手抓保护,一手抓活化。近年来广东不少古村落及其灿烂文化已经从消失的边缘重焕活力。

位于东莞茶山镇的南社明清古村落就是一个成功案例。近年来,茶山镇将拥有500年历史的非物质文化遗产“茶园游会”打造成响亮的文化旅游品牌。“今年‘茶园游会’我们推陈出新,邀请了多项省内非物质文化遗产项目参加,人气大增。如今,古村游客络绎不绝,今年春节茶山接待游客较去年同期增长了101%。”

牌之一,成为‘21世纪海上丝绸之路旅游开发示范点。’寮步镇委宣传委员黄镇源说。

如何才能唱响“中国香都”品牌?首先要能引人入胜的旅游景区。黄镇源介绍:“近年来,寮步镇以‘香市、香街、香品、香艺’等香文化为基础,投资建设了中国首座沉香文化主题博物馆。同时,通过招商引资引进了香市动物园,并成功晋升国家4A级旅游景区;引进了东莞首个影视体验基地——香市影视城。目前,珠三角及港澳地区的旅行社对于推广寮步旅游的积极性相当高,香市旅游品牌效应逐步显现。”

寮步还致力于把香文化与香产业

佛山从2012年起就对古村落文化资源进行了系统调查整理,完成传统村落信息录入63个,大力开发古村落旅游。“活化后的古村落非常有韵味,行走其中,就像在触摸历史的肌肤。”佛山市市长鲁毅说。

激活创意:让游客带走文化

近日,湛江市宣布了当地一年一度的旅游盛事——将于国庆期间举办的2015湛江海洋周的活动安排:在美丽的金沙湾浴场上将推出沙滩音乐会、民间艺术展演等丰富多样的文化展演,将“欢乐海洋”主题进行到底。

同时,针对湛江旅游商品种类少、缺乏创意、市场开发薄弱等短板,届时还将启动湛江旅游特色商品创意设计大赛。对于入围作品,有关部门将资助其申请专利,还会纳入旅游特色商品目录库,优先推荐给创业投资机构转化对接,帮助其尽快在市场上打响。

从演艺产品的开发到旅游商品的设计,“创意+”正成为广东文化旅游不可或缺的元素。除了湛江,广东各地都在积极探索如何激活创意,让旅游者不虚此行,能“带走一座城市”。例如,以客家文化知名的梅州市,研发设计了富有客家文化内涵的手工艺品和土特商品,如“细哥细妹公仔”“客家风景烙画”等,让游客能将客家文化带回家;同时还着力培育旅游演艺市场,打造了展演客家文艺的对外窗口——“客都艺韵”剧场,令游客记住客家文化的动人神韵。

同时,《意见》也提出要“打造高品质的旅游演艺产品”。未来,广东将鼓励社会资本进入旅游演出市场,鼓励运用现代高新科技,创新演出形式,提升节目创意,打造优秀文化旅游演出节目。旅游景区将广泛引进和吸纳文艺演出团体和艺术表演人才以多种形式灵活参与景区经营,不断丰富和提升景区文化内涵。

结合,重现当年“四大名市”盛况。根据东莞市今年出台的旅游城市发展规划,寮步被定位为“国内一流的莞香贸易平台”。事实上,莞香产业在寮步经过数年的培育,早已初具规模。目前,寮步有沉香生产经营企业及商铺80多家,覆盖研发、生产、加工、批发及零售等范畴,年产值高达7亿元。

作为寮步构建的香文化产业平台,牙香街自2012年复原开放以来,已吸引了大批香企入驻,包括华南地区规模最大的艺术品收藏馆“东莞中和堂”、宗教用品连锁百货“富山檀香”以及寮步本土香户“香佬李莞香”等,年销售额达1亿元。

海口骑楼老街开展综合整治和修复——

找回文化记忆 擦亮城市名片

本报记者 何伟

近日,记者来到海南省海口市的骑楼老街,看到沧桑石板路的两旁,林立着“大亚旅社”、“泰昌隆”等80多个知名老商号的古老招牌,恍若时间倒流。

“海口的记忆全都包含在这条历史文化街区。”海口市骑楼办副主任、海口旅游文化投资控股集团有限公司总经理赵爱华告诉记者。

2009年,海口老街荣膺首届“中国十大历史文化名街”,具有的文化旅游价值更加难以估量。“由于年代久远和保护不善等原因,几年前这些充满特色的骑楼元素消失了许多。”赵爱华说,无论是政府、商家还是市民,都期盼着这里有一天能够成为海口的名片。

在各界期盼下,2010年8月总投资

5.5亿元的海口修复骑楼老街综合整治项目开工。“在修复过程中,我们与原始照片进行了细致对比,墙面的颜色,甚至是墙面上的每一朵花都认真研究、制定方案,精雕细刻,尽量做到了重现。”赵爱华告诉记者。

“我前年来过一次,相较来说感觉变化很大,特别是中山路修缮得非常好,几乎都是原貌。”安徽摄影爱好者彭中和说。

记者在骑楼老街的“自在咖啡屋”看到,温馨的环境吸引了不少市民游客侃大山、品咖啡。“骑楼老街的修复完善吸引的不止是大量游客,还有商家。如今,中山路一铺难求。”中山路37号海南特产专卖店的老板告诉记者。

如今,骑楼老街面临新的机遇和挑

战。“国家建设一带一路,也让骑楼老街的发展面临新机遇。”赵爱华说。历史上,海口老街是海上丝绸之路的重要驿站。如今,海口正致力于打造21世纪海上丝绸之路的支点城市。作为海口发源地,老街将发挥承上启下的独特作用。

“作为海口城市的发源地和海上丝绸之路的重要中转站和补给站,海口骑楼老街具有独特的历史价值、社会价值、文化价值和商业价值,是海口城市的文脉所在。”在骑楼老街“古代海陆丝绸之路”路线展板前,赵爱华说。

记者在修缮一新的中山路行走时发现,这里的店铺业态杂乱,咖啡屋隔壁是专营水泵、机电的商铺,显得格格不入。小吃、五金、机电、特产等多种业态夹杂于

道路两旁。“我们都不知道这里到底是景区还是商业街。”游客陈芳琴说。

“老街里有非常多的五金、日杂店铺,这可能和发展老街传统文化的初衷有些背离。”中山路大亚咖啡厅老板丛德山认为,当人们走进老街的时候,看到的南洋文化仅是一排排老街建筑,真正的文化内涵则较少显现。

“修复后的老街在布局上还有些粗糙,下一步的任务是精细化。”赵爱华表示,老街的改造就是为了保护文化遗产,用发展文化产业的思想制定发展思路。目前,海口市骑楼办开始培养新业态,与海旅集团等单位联合举办艺术文化交流活动,吸引更多市民、游客和商家关注。