

运营模式单一、营销能力有限、市场尚需培育等导致尴尬的经营现状——

业内观察

《中国城市文化竞争力研究报告》表明：城市文化家底厚

本报记者 金晶

一座城市的文化，关系到它的历史传承和未来发展，还彰显了它的时代气息，与城市居民当下的生活息息相关。日前，中国传媒大学文化发展研究院公布了《中国城市文化竞争力研究报告（2015）》，对人们关心的城市文化“家底”情况给出了答案。

《报告》共涉及了36个城市，主要是直辖市、省会城市、副省级城市和计划单列市。它们在文化竞争力方面差异显著。从综合排名上看，北京、上海、广州、深圳、天津、杭州、武汉、南京、成都、重庆等10个城市的城市文化竞争力综合得分位于前列。其中，北京和上海在经济实力上领先，其文化优势也明显居于前列，远远高于紧随其后的深圳和广州。

北京、上海这两座城市在五大要素评估中均位列前两名。重庆市在文化禀赋要素方面表现突出，位列第三，优于自身在其他要素方面的表现。杭州市则在文化禀赋、文化经济、文化管理、文化交流等四个方面表现突出，处于全国前列水平，整体城市文化发展相对均衡和全面。

除总体排名外，《报告》还从文化禀赋要素、文化经济要素、文化管理要素、文化潜力要素和文化交流要素等5个方面对城市文化竞争力进行了评估，36座城市在文化竞争力构成的不同指标中各有优势，也各有短板。譬如，在一级指标下，北京在文化竞争力建设方面虽没有明显的短板，但在二级指标下，北京市在文化消费和城市综合这两项的得分相对较低，仍有较大提升空间。

“人们总认为北京拥有最好的文化设施，所以文化消费很强。然而，研究发现，北京与上海还存在较大差距。同时，北京在文化人才的吸引与稳定方面仍需继续努力。”中国传媒大学文化发展研究院院长范周说，发布“中国城市文化竞争力指数”排名，就是希望通过在整体上把脉全国城市文化竞争力的现状与问题，为我国城市文化政策、文化发展规划的制订提出对策思考，探寻城市文化竞争力提升的潜在空间和可行路径。

“更重要的，希望地方政府能真正重视统计数据，统计工作不规范、不严谨，也会影响到城市文化建设。”范周告诉记者，“因为数据的缺失，有好几个城市虽然城市文化建设做得不错，但无法参与本次排名中，非常可惜。”

《卧虎藏龙：青冥宝剑》展现武侠精神：

像做数学题般拍电影

本报记者 李治国

由美国韦恩斯坦国际影业公司、奈飞公司、派格传媒影业、中国电影集团公司联合出品，香港导演袁和平执导，甄子丹、杨紫琼等演员主演的武侠类电影《卧虎藏龙：青冥宝剑》近日公映。该电影改编自王度庐的武侠小说《铁骑银瓶》，承载了电影《卧虎藏龙》的人物线索，是一次成功的中国传统文化向海外输出的案例。

《卧虎藏龙：青冥宝剑》讲述了这样一个故事：青冥宝剑是一代大侠李慕白生前随身佩剑。二十年前李慕白将其送与铁贝勒，多年来宝剑在铁贝勒保护下相安无事。铁贝勒逝世，江湖群龙无首，宝剑也就成为心怀不轨之人的窥探之物。邪派龙头阎罗王对于青冥宝剑觊觎已久，为夺宝剑不惜在江湖中掀起血雨腥风。以俞秀莲为代表的正义之士不得不为了保护这把宝剑重出江湖。

导演袁和平介绍说，当他看到该电影第一版剧本的时候觉得非常糟糕。这种糟糕不是因为写得不好，而是整个故事的内核都是西方化的。当制片人哈维·韦恩斯坦给他播放了一部样片时，他才发现，原来美国人把“西部牛仔片”和“中国武侠片”理解成一个概念。于是他才发现，《卧虎藏龙》这个品牌其实是属于世界的，它从一开始就不是一个传统的东方武侠故事，因此它的发展也需要更为深入地融合东、西方文化，即“武侠牛仔化”或“牛仔武侠化”。

正缘于此，剧本筹备周期长达1年，每个阶段都会在电影院做试映，以确保未来的修改方向更贴合观众的观影需求。而最终的结果也让人觉得欣慰：在2015年10月的一次试映中，片方直接带着电影走进纽约的一家影院，告诉观众“这场电影将会改为《卧虎藏龙：青冥宝剑》，大家可以自愿选择是否观看”，结果所有人都留下来，并且其中有超过90%的人说自己很喜欢这部电影，也会将电影推荐给朋友。

据悉，电影《卧虎藏龙：青冥宝剑》在新西兰拍摄了13周，在北京拍摄4周。电影的原始素材超过1.2万分钟之多，其中一个关键场景的拍摄超过70次。为还原真实场景，剧组用近百天的时间，调动300多人在新西兰的棚内打造出一个“恭王府”，其与实物的参照比例为1:1，景致的每一寸都是工作人员在北京恭王府考察的结果。除此之外，在新西兰拍摄中所用到的“中国古董”都是在国内对照原物一比一仿造，再海运至新西兰，总重量达到3吨。全片拍摄总共用到3400件道具，1000件衣服。结束新西兰的拍摄后，剧组用了长达1年时间在北京进行资料搜集，以便在后续拍摄中能够做到尽善尽美。总体来讲，这部“中国武侠”电影采用了最为“好莱坞”的工作模式：像做数学题一样拍电影，每个简单的结果都意味着漫长的验算过程。

每个民族都有自己的大IP，也就是自己的民族文化和国人的认同感。所谓“民族的就是世界的”，这一认知无疑对于中华文化的国际化输出起到了如虎添翼的作用。对于有着悠久历史的中华民族来说，更应该重温中国传统文化，并将其以全新的形式包装以便参与到世界文化的博弈中。作为奥斯卡级团队打造的中国武侠类型电影，《卧虎藏龙：青冥宝剑》无疑做到了这一点。

本版编辑 梁剑箫

绘本馆：期待春天花满园

本报记者 李哲

- ①绘本馆为亲子阅读提供了美好空间。
- ②绘本馆提供的手工制作等衍生产品。
- ③装修精美的绘本馆一角。

本报记者 李哲摄



绘本，简而言之就是图画书，美好的画面滋润着小孩子对阅读的渴求。近年来，绘本成为亲子阅读的一种风尚，这一舶来概念已经深入不少中国家长和孩子们的内心。绘本馆在一线、二线城市中如雨后春笋般出现。

书香氤氲又充满童趣的绘本馆无疑为孩子们提供了一个优质的精神空间，赢得了一片掌声。然而，看似春天般繁荣的背后，却是绘本馆举步维艰的寒冷现状，偌大的市场，“赚钱的却没有几家”。这个矛盾究竟是因何产生？又如何破解？春节前，记者走访了北京几家绘本馆，一探究竟。

叫好不叫座的现状

沿着彩虹色地毯蜿蜒而上，精美的图画和玩偶陈列两旁，进入二楼，一个童话般的绘本天地即展现在眼前。国内外最为经典的绘本随手可取，即便是学龄前的“小不点”也可以轻松选书。柔软的七彩地毯不仅是装饰，更为大小朋友们打造了新奇落座空间，小朋友们甚至可以爬到洞洞里自在翻书。

这便是位于北京市朝阳区的蒲蒲兰绘本馆。1月24日，寒风呼啸之中，记者来到这里。也许是天冷的缘故，1个小时之内，记者只见到了一对母女在这里看书。据营业员介绍，这里出售的绘本都是原价，没有折扣，平时有大量的活动，有免费的也有收费的。

在电商普及的当下，恐怕很少人会专门跑到这里来购买原价绘本，更多的家长是冲着这里的好环境和丰富活动而来，是否买书就不一定了。在这里体验足够之后，再到网上去购买的大有人在。

为孩子打造阅读的天堂，是很多人开办绘本馆的初衷，但清晰有效的盈利模式却仍待发掘。记者了解到，目前北京至少有200家绘本馆，全国超过2000家，但同时，每年关闭的也有数百家，还有更多的处于“失联”状态。

美好时光亲子书馆负责人手机为空白，凯安图书馆太阳园分馆已停业……打开由童立方绘制的全国儿童阅读空间“死亡地图”，让人惊讶，截至2015年7月，448家绘本馆已停业，509家失联。一个绘本馆经营者告诉记者，他曾接到过不少同行不堪经营压力的哭诉电话。

叫好不叫座，问题到底出在哪儿？运营模式单一、营销能力有限、市场尚需培育等诸多问题，导致了当前绘本馆尴尬的经营现状。

借阅绘本、讲故事、免费讲座等简单的绘本活动是目前大多数绘本馆的主要业务，然而利润微薄。有一些绘本馆开发出相关课程来维护运营，但不够成熟，成效并不明显。运营模式的单一，反映出经营者有限的营销能力。事实上，大部分绘本馆的经营者都是凭着爱书的热情，甚至是一颗公益的心来经营绘本馆，严重忽略了推广和营销，使得美好的愿望无法长期持续。

发展模式多元探索

在北京市方庄社区某早教机构二楼，悠贝亲子图书馆占据一个角落，成了一个开放式的小小绘本馆。一张圆形的大地毯一铺，几个靠墙的书架一摆，再添置两三个小玩具，绘本馆就此开张迎客。“开办一个多月以来，已经吸纳了40多名会员。”该绘本馆负责人介绍，他们的会员卡收费为980元，这里提供1000多册绘本。此外，该早教机构的会员均可免费在这里阅读绘本。

高昂的房租往往是“压垮”绘本馆的一座大山。为凸显品质，不少绘本馆都开在高档社区或繁华路段，并拥有精美的装修、巧妙的布局。上述悠贝绘本馆则省去了高昂的房租，并可分享早教机构现成的目标人群。尝试这种嵌入式发展模式不失为一种选择，只要选择了合适的合作机构，一个人就可以开办起一个绘本馆。

单纯的借阅业务显然无法支持绘本馆的生存，目前比较成功的绘本馆都有

着其他业务的支撑。大名鼎鼎的蒲蒲兰，不仅在多个城市开办了绘本馆，同时也是成功的绘本出版商。它既为中国读者引进了大量国外的经典绘本，也致力于与本土作家一道开发新的绘本作品，可以说，绘本馆成为其出版业务的体验实体。

而悠贝等绘本馆走的则是连锁发展之路，据统计，悠贝300多家分支机构分布于全国100多个城市，每月仅故事会就开展万余场。在雄厚实力与丰富经验的支撑下，这类绘本馆可以聘请专业的团队来打造成成熟的绘本衍生服务，这是普通绘本小馆很难做到的。

依靠会员制起步的童立方绘本馆也在不断探索新的发展模式，童书、教育产品以及周边产品的开发已成为童立方目前的重头业务。打开童立方微信公众号，“掌柜”一栏分为4类：阅读妈妈&爸爸、绘本馆&推广人、批发商&零售店、出版社&策划公司，可见其涉猎业务之广泛。

此外，网络绘本馆成为一种新的尝试。网络借阅可省去实体绘本馆房租、水电、员工工资等成本，依托物流，还能辐射到更多家庭的阅读需求。老约翰绘本馆是网络绘本馆的先驱者，最早提供“网上租绘本、免费送上门”服务，已成为融网上租绘本、绘本售卖、绘本阅读交流为一体的综合性绘本网络平台。

政府购买普惠儿童阅读

绘本虽是舶来品，绘本馆却是地地道道的“中国特色”。“国外只有公共图书馆，没有绘本馆，当今中国公共图书馆供给严重不足，所以绘本馆才应运而生。”国家图书馆少儿馆馆长王志庚在公开演讲中曾这样说。

“在北美的小学图书馆里，绘本是主要藏书之一。绘本也是国家公共图书馆提升核心竞争力的战略工程，建立健全党委统一领导、政府组织实施、宣传部门协调指导、行政主管部门具体落实、有关部门密切配合的领导体制和工作机制，统筹做好顶层设计，编制总体保护规划，制订细化实施方案，形成衔接配套、科学合理的规划体系，实现“在保护中开发，在开发中保护”。

其次，将项目建设作为齐文化大众化、社会化、普及化、提升化的强大引擎，高起点策划、高规格规划、高精度设计、高质量实施齐文化博物馆、齐家坪遗址公园项目。齐文化博物馆总投资约5400万元，总建筑面积约9000平方米，2015年4月开工建设，今年建成布展，将展出齐文化精品文物3000多件。目前，编制完成了预算为4.37亿元的《齐家坪遗址保护规划》，已上报国家文物局审定。其中，投资2.9亿元修建齐家坪遗址公园，建设

齐家文化品牌：保护与开发并重

杨元忠

甘肃省临夏回族自治州广河县是齐家文化诞生地。齐家文化是中国青铜文化产生和发展的重要源头，是中华文明多元一体的重要组成部分。在国家实施“一带一路”战略、甘肃推进国家级华夏文明传承创新区建设的大背景下，挖掘齐家文化价值，打造齐家文化品牌，推动文化与经济社会发展深度融合，具有重大的现实意义。

临夏州地处青藏高原与黄土高原过渡带，自然风光优美，文化积淀深厚，素有大禹治水的源头、中国彩陶之乡、中国花儿之乡的美誉。1924年，瑞典考古学家安特生在临夏州广河县考察中发现齐家坪遗址，命名为“齐家文化”。齐家坪遗址发掘出土了中国迄今最早的一面铜镜，被誉为“中华第一镜”，证明齐家文化是中国最早的青铜文化。

齐家文化命名地——齐家坪遗址由此成为与殷墟、半坡齐名的遗址。2006年，齐家坪遗址所在地排子坪乡撤乡建镇，更名为齐家镇。2008年7月，齐家坪遗址管理所成立。2008年10月，《齐家坪

遗址考古发掘报告》编制完成。之后，《齐家坪遗址保护规划》也通过省级评审并上报国家文物局。

齐家文化也成为临夏州及广河县独一无二文化标识。齐家文化故里建成全国唯一一座以齐家文化命名的陈列展馆“齐家文化博物馆”，陈列展示齐家坪遗址发掘发现的陶器、骨器、铜器、石器、玉器7类文物共4000多件，其中国家一级文物5件，二级文物41件，三级文物213件，成功注册齐家文化商标，孵化旅游、小商品、民族工艺品等10类共100多个品种的文化产品。

齐家文化研究正走上世界文化研究的舞台。甘肃省齐家文化研究会在广河县成立后，填补了国内齐家文化学术研究的空白。中国社会科学院古代文明研究中心在广河县设立齐家文化研究基地，为深化齐家文化研究提供了技术和学术层面上的支撑。围绕国家“一带一路”战略和甘肃丝绸之路黄金段建设以及华夏文明传承创新区建设的布局，临夏州坚定不移地走传承保护与开发利用并重的

路子，让世界了解齐家文化，让齐家文化走向世界。具体包括三个方面：

首先，将齐家文化作为丝绸之路经济带甘肃黄金段和华夏文明传承创新区建设中提升核心竞争力的战略工程，建立健全党委统一领导、政府组织实施、宣传部门协调指导、行政主管部门具体落实、有关部门密切配合的领导体制和工作机制，统筹做好顶层设计，编制总体保护规划，制订细化实施方案，形成衔接配套、科学合理的规划体系，实现“在保护中开发，在开发中保护”。

其次，将项目建设作为齐家文化大众化、社会化、普及化、提升化的强大引擎，高起点策划、高规格规划、高精度设计、高质量实施齐家文化博物馆、齐家坪遗址公园项目。齐文化博物馆总投资约5400万元，总建筑面积约9000平方米，2015年4月开工建设，今年建成布展，将展出齐文化精品文物3000多件。目前，编制完成了预算为4.37亿元的《齐家坪遗址保护规划》，已上报国家文物局审定。其中，投资2.9亿元修建齐家坪遗址公园，建设

项目包括齐家文化和半山山文化宣传推介、研究展示、开发利用以及特色文化艺术品研发、生产、销售等内容，是个融合文化创意、文化旅游、现代娱乐和青少年体验式教育于一体的文化产业集群，增添文化产业底蕴，提高地区知名度和品牌影响力。临夏州将全力打造齐家文化与华夏文明国际研讨会永久性会址，加快建设清真产业基地、民族文化展示交流基地和商贸旅游基地，促进文化与旅游、商贸等产业的融合发展，助推经济社会发展。

（作者为中共甘肃省临夏回族自治州委书记）