

第十二届中国（深圳）文博会特别报道

第八届“全国文化企业30强”引领文化产业发展方向——

用佳作传播正能量

本报记者 余颖

作为文化产业发展的风向标,每年的全国文化企业30强评选都备受关注。

刚刚揭晓的第八届“全国文化企业30强”也不例外,保利、中影、凤凰出版、华侨城等都是在拍卖、电影、图书、旅游等领域的领军企业。30强企业去年的主营收入加起来超过3200亿元,净资产超过3330亿元,纳税总额超过200亿元,共同组成了我国文化企业的最强阵容,引领着文化产业发展的前进方向。

平均净资产过百亿

今年的文化企业30强分为文化艺术类(3家)、广播影视类(10家)、出版发行类(10家)、文化科技类(4家)和其他类(3家),均是各自领域的龙头企业,有些甚至是世界第一。

以“千古情”系列闻名的宋城演艺发展股份有限公司是世界上拥有大型剧院最多、座位数最多的演艺公司。在国内的演艺市场,它拥有三个全国第一:年演出场次第一、观众人数第一、利润第一。2015年度,宋城演艺旗下的演出合计上演15000余场,观众达5000余万人次,其中“千古情”系列年演出6500场,观众达2233万人次,大幅增长53.42%。

还有全国电视剧行业第一股浙江华策影视集团,年产1000集讲述“中国好故事”的精品影视剧,产量全球第一;全国卫视电视剧播出量占比18%,全国第一;全国网络视频新剧点击量占比15%,全国第一;影视剧海外出口全国第一,拿

下2015年法国戛纳电影节最佳导演奖的《刺客聂隐娘》就是华策出品的。

其他类的竞争最激烈,因为入选的企业大多是多元经营的综合型企业,最终入选的3家企业分别是深圳华侨城股份有限公司和西安曲江文化产业投资(集团)有限公司,3家去年平均主营收入达到266.9亿元,是5大类别中门槛最高的。

无论身处哪个类别,能进入30强的企业均非等闲之辈。据《经济日报》记者统计,本届30强企业平均净资产约107.1亿元,身价最高的深圳华侨城股份有限公司达到380.7亿元;30强2015年平均主营收入约107.4亿元,最高的是北京万达文化产业集团有限公司,达到401.3亿元。

引领最有前途产业方向

今年的30强里有7家民营企业,23家国有企业,显示出国有文化企业依然旺盛的生命力。特别是经过文化体制改革的浴火重生,国有文化企业纷纷在坚守主业的同时,变互联网冲击为助力,发展多元经营,打造出链条更长、效益更好、业态更丰富的新发展模式。

比如江西出版集团。他们一方面紧抓出版主业,由“经营作品”向“经营作家”转变,与曹文轩、袁隆平、晓玲叮当等1000多位国内外一线专家、学者建立了长期战略合作伙伴关系,打造出一批独家精品。面对互联网的冲击,他们大力

实施电商标配工程,全年电商销售突破4.09亿元,同比增长78.3%。另一方面,集团着力实施互联网阅卷、智慧校园、备考专家等项目,目前已经推向80余所学校;电子书包在全省进行了试点,覆盖了25所学校。

上海东方明珠新媒体则积极做大互联网媒体生态系统,通过电信运营商渠道与有线网络运营商渠道双管齐下的安排,助推用户规模发展;通过与兆驰股份共同运营风行互联网电视,以及与中兴、华为、360等行业领军企业战略合作推广BesTV移动客户端,实现用户的快速拓展和内容矩阵的广泛覆盖。

记者发现,不分民营国有,多元经营与“互联网+”是本届30强企业共同的关键词。例如,以《征服》等游戏起家的网龙公司就跨界在线教育,推出“101智慧教室”解决方案,正式接入福建省教育公共服务平台,同时在北京、上海、福建等8个省10多个城市落地教学实践。

致力于双效统一

把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一,一直是文化企业30强评选的指导思想,也是这些企业能够赢得社会声誉的关键。

在这方面,国有文化企业发挥了“国家队”的先锋表率作用。例如,在习主席访美和美国书展中国主宾国期间,中国出版集团公司主导的“读懂中国”英文沙画形象片,两次登陆纽约时代广场大屏

幕滚动播放,传播中国声音,展示中国形象。中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年之际,集团出版的《重读抗战家书》短时间内发行超过20余万册,社会影响显著。江苏省广播电视集团有限公司圆满完成国家公祭日大型直播,制作了全媒体大型新闻纪实节目《你所不知道的中国》第二季,展示中国形象,取得良好传播效果。中国对外文化集团公司先后圆满完成了“中拉合作论坛欢迎文艺演出”、“中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年纪念活动文艺演出”、中非合作论坛暨南非“中国年”闭幕式演出、汉诺威工业博览会中国主宾国开幕式等15起重大外事活动文艺演出的策划承办,在国际上赢得了广泛赞誉。

民营文化企业同样为凝聚广泛共识、汇聚强大力量作出了贡献。科大讯飞股份有限公司积极推动新疆、西藏等少数民族地区的“双语教学”进程,研发的畅言智能语音教学产品,不仅能够使广大中小学生学习到其他民族的文化知识,还能够通过本民族的语言文字的学习,了解本民族的文化与历史,这有利于民族传统文化的传承、发展和创新。

文化企业30强的正能量也得到了国家和社会的高度认可。据《经济日报》记者不完全统计,本届30强企业中,有14家在去年荣获过重要奖项,共计64个。其中出版行业是获奖大户,入围的10家企业中,共9家企业获奖,数量达50个,占30强获奖总量的78.1%。

作为文博会的重要组成部分,在第十二届文博会上,深圳各区设立了66家分会场,涵盖了文化创意产业各重点领域和“文化+”新领域,为文博会增添了无限精彩。

以“酷耍”“智创”为主题的2013文化创客园分会场,带来了创客集市、创客嘉年华、创客衍生品展、主题创业分享会及平衡车酷耍表演、模拟飞行竞技比赛等一系列特色活动。

在“创客集市”活动现场,文化创意创客、创意硬件制造商、开源硬件开发商、3D打印、机器人开发团队展出了设计、艺术、创意项目和产品。在布满各类车牌、轮胎、车辆元器件的“车库会议室”里,还举办了文化创意衍生品展,展示了一系列高端珠宝设计、创意眼镜、创意艺术品等。在文化创意创客空间“异空间”还举行了陶艺体验、互动游戏等活动。

此外,以“玩出创意”“玩出境界”为主题的创业分享会上,则邀请了创客代表、投资人等交流创业心得,解答创业难题,助力青年创客发展。为了增进互动,主办方还举行了无人机飞行体验、飞行器概念设计、飞行绘画竞技、模拟飞行竞技比赛、平衡车操控体验、障碍跨越互动,让观众切身体验科技给生活带来的乐趣。

在以“绿色会展,文创高科”为主题的DCC展览展示文化创意园分会场,则带来了无人机、机器人、VR虚拟现实等“文化+科技”的创新成果,包括新材料馆、智能展示设备馆、绿色循环展示馆、低碳节能灯光馆、展览设计创意成果馆、终端展示道具馆、智能展示馆、数字展示馆、虚拟展示馆及绿展之都互联网电商公共艺术服务平台等10大展馆,覆盖展览展示行业各个层面。

这里展示了各种最新的颠覆性创意和开创性设计,还展示了各种世界尖端科学技术在各行各业和大众生活中的应用,如未来展览展示的新趋势和新应用,VR虚拟现实技术在行业和生活中心令人震撼的应用,智能硬件的代表无人机、机器人、3D打印设备、智能展柜和橱窗等,还有各类最新的高科技环保材料、数字科技产品等。

值得一提的是,由昔日的旧厂房和驾校训练场片区改造而成的DCC展览展示文化创意园,如今已是中国最具潜力的文化创意产业园区,致力于展览展示新材料、新产品、新服务的拓展和研发,并为会展活动策划、行业培训教学以及微电影和广告拍摄制作等提供完整的配套服务,是珠三角(含港澳)展览展示产业核心集聚区、会展研究基地、产业合作示范区,也是全国最大的展览展示文化产品研发及集散交易总部经济基地,国际领先的展览展示新材料、新技术、新工艺研发、应用公共服务平台与产品创新孵化中心。

除了DCC文化创意园分会场的活动,还有以农业创意为主题的专项活动。这些活动借助多种农产品载体,表现新农业文化和创新的内涵,以具有画面感的形式对农创进行生动的诠释,同时还推出“台湾观光工厂特展”“母亲节手作鲜花互动”“高新科技体验”及“探秘台湾观光工厂”农业文创体验活动。

宝安展馆:

打造没有围墙的博物馆

本报记者 郑彬

走进第十二届文博会1号馆文化产业综合馆,由蓝色半透防火网布材质圈造而成的宝安展馆风格独特,吸引着一批批观众驻足。

宝安展馆以“滨海宝安、产业名城、活力之区”为主题,将内部划分为“启”“韵”“承”“舞”四大部分,通过讲述宝安文化的传承与发展,创新性地将以往的政府形象馆向“跨界博物馆”转变,打造成一个“没有围墙的艺术博物馆”。据悉,此次宝安展团征集了35家本土文化创意企业的100多件创意产品和项目。其中有15家企业首次参展,主要集中在创意设计领域,引导观众全方位感受宝安区文化创意产业发展的成果和氛围。

一款小巧的无人机在宝安展馆引爆围观热潮。记者在现场看到,该无人机的摄像头、电池以及云台都能自由拆装,并且通过VR眼镜实时看到无人机拍摄现场。这是来自前海疆域智能科技股份有限公司的最新产品。据销售经理贾世超介绍,此次展出的无人机最大的亮点在于其每小时高达120公里的飞行速度,且续航时长达20分钟。该无人机自去年4月研发以来,至今已实现量产,国内已出货超过7万台,并远销海外。

近年来,深圳市宝安区正经历着由“宝安制造”向“宝安智造”的华丽转身。伴随着这个蜕变,宝安的文化产业也走出了从无到有、从小到大的快速崛起之路。如今,宝安的文化产业已成为宝安产业结构转型升级的重要抓手之一,并逐渐成为支撑区域可持续发展的引擎。

文化与金融合作发展推进会举办

本报讯 记者庞毅报道:作为第十二届文博会的一项重要活动,由广东省文化厅和中国人民银行广州分行主办的“文化与金融合作发展推进会”近日在深圳举行,13家影视、旅游、出版、传媒类文化企业与10家金融企业现场签约,共同携手推动文化金融两大产业的发展。

广东省文化厅厅长方健宏表示,近年来广东省文化厅与中国人民银行广州分行不断加强文化与金融的合作,建立了文化金融部门会商机制,联合制定印发了《关于贯彻落实深入推动文化金融合作的实施意见》,积极探索文化与金融合作发展的有效途径,为促进广东文化产业的发展营造了良好的金融环境,同时通过搭建银企合作平台、交流会等方式,进一步促进了金融机构与文化企业的沟通交流。

盐田展馆:彰显文化跨界融合魅力

本报记者 杨阳腾

从融入国际动画元素的《冰雪奇缘纯银翻翻乐》到基于中国四大名著创作而成的大型长卷册页薄瓷版画……在第十二届文博会1号馆“文化产业综合馆”中,来自深圳市盐田区的14家文化创意企业为观众带来了一场颇具地方特色的文化盛宴。

纵观整个盐田展馆,展位蜿蜒以音乐的韵律节奏感为创意原点,以海洋为基础元素,展现出一条极具动感的滨海带,灵动而活跃,并融入海星、海贝、水草等海洋生物装饰,通过现代景观的表现手法使得整体展位有主有次、丰富而不单调。不仅如此,在色彩上,展馆以象征海洋的蓝色为主色,结合沙滩的黄色,让观众身临其境地约会“海洋”、感受“海洋”,打造出属于盐田的“海洋世界”。

据盐田区委宣传部文产科科长白雪介绍,青山临海不仅是盐田独有的区位优势,也是盐田文化发展特有的产业基石。此次盐田展馆以“文化盐田、产业融合、美好城区、绿色崛起”为主题,通过滨海休闲、黄金珠宝以及艺术生活三大展区,全面展示了盐田在“文化+旅游”“文化+科技”“文化+创意”等方面的新探索与新思路。

文化助力传统产业

长期以来,黄金珠宝与滨海旅游是盐田的支柱产业。近年来,盐田区以“文化+”概念创新融入优势产业发展,实现产业的转型升级。

盐田被称为深圳黄金珠宝产业的摇篮。周大福、东方金钰、金至尊、百泰珠宝、粤豪珠宝、同晖珠宝、御雅珠宝等一大批黄金珠宝企业在这里诞生、发展和壮大。作为文博会的常客,百泰集团今年不仅带来了结合上海迪斯尼乐园开园纪念制作的《冰雪奇缘纯银翻翻乐》和《里约2016年奥运会钞形纯银纪念版》,还带来了最新的“吉祥金”产品。据百泰集团企划中心副总经理赵方介绍,该产品采用其最新专利——双面3D浮雕(SFD)技术,通过精密雕刻技术及一次压模成型、压光、拉丝等工艺,在每款黄金饰品的表面和内壁,实现微小清晰、立体生动的“双面浮雕”效果。

“因首饰内外壁上的浮雕都采用独具中国文化特色的图文,如表面是王羲之的‘福’字,内壁刻上象征和合文化的传统图案,故称为‘吉祥金’。”赵方解释称,“将中国丰富的文化内涵融入黄金饰品中,是多年来百泰发展的核心。文博会则是能够充分展示企业形象的平台。2013年到2015年3年间,百泰集团总



左图 深圳悦创意文化产业有限公司的工作人员向观众展示三防移动充电宝。

下图 来自深圳市博壹恒鑫文化发展有限公司的原创薄瓷版画。



销量已连续保持每年200吨左右,多年保持上交所黄金交易量第一的纪录。”

“文化+滨海旅游”是盐田近年来产业发展的一大亮点。展区中,盐田蓝极水上休闲运动体育产业示范基地吸引着大量观众驻足。梅沙追浪、欢乐童年、蓝色海洋等五大生动板块全方位展示了水上运动、青少年拓展活动、海洋环保活动内容。蓝极其实可称为体育产业的“沃尔玛”超市,深圳市蓝极体育文化发展有限公司董事长柳军告诉记者,公司囊括水上休闲运动及培训、珊瑚保育等海洋环保活动、体育装备设计研发中心、各项海内外顶尖水上运动赛事等全产业链上下游资源、项目和品牌,力争将盐田海滨打造成为中国真正意义上的黄金海岸,开启全民滨海时代新模式。

科技释放行业动能

随着近年来智能硬件与智能设备的兴起,文化产业也插上智能的翅膀高翔。深圳市源创尚品工业设计有限公司此次随盐田展团带来了智能机器人及智能硬件产品。据源创尚品总经理廖天佑介绍,在智能机器人方面,EZ-robot前脸类似《千与千寻》中的无脸怪,可通过与iPad相整合,接入APPLE开放性的应用软件平台。产品采用独特的无载式双轮设计,颇具智能感,具备巧妙的避障设计,以保证在正常环境下无碍行驶。该机器人通过结合新型低压灌注成型工艺

的独创结构设计,在生产上仅需投入不到20万元的模具费即可实现稳定量产。

“产品外观的视觉表达、操作人机和场景设计只是设计创新的基本任务,更重要的是向市场提供完整的产品一体化解决方案。”廖天佑告诉记者,自2013年,源创尚品全面调整为以设计创新为核心驱动,通过整合技术集成,向市场提供设计或产品创新服务。公司现已有下属设计中心、研发中心、工程中心和制造中心四个执行基地,为全球超过300家客户提供超过2000件创新设计或产品解决方案,并协助客户获得超过7500项的各类专利,现广泛应用于人工智能、家用电器、消费电子、生活用品、智能家居、专业仪器、现代医疗等领域。

全球大热的VR虚拟现实技术也随着深圳市斑马文化传播有限公司来到盐田展馆。戴上VR眼镜,能身临其境地看到千里之外的样板房现场,漫步园林之中。斑马文化总经理佟健英告诉记者,斑马致力于开发VR的软件系统,目前正通过与地产商合作,将售楼系统融入VR虚拟现实,消费者可不必再奔波于各楼盘间,仅需坐在家就可现场看房。此外,斑马还带来了裸眼3D、楼宇成像系统等最新的数字展示技术,期望能通过文博会的平台将产品带向市场。

艺术展示生活真谛

在盐田展馆,来自首届深圳(盐田)

青年艺术周的现代画作错落有致地构成了独特的艺术展示空间,在喧闹的展会中颇有闹中取静的味道。这些由参展商新画网深圳文化传播有限公司携手深圳青年美术家协会带来的成果,总结了过去一年的盐田青年艺术发展。新画网策划总监张紫微告诉记者,去年底,青年艺术周将现代艺术从展馆搬到了公共广场,将艺术家们从画室带到了普通群众身边。人们通过与艺术家们的直接交流去了解艺术作品深层的含义。

“我们很高兴地看到真的有很多人能用心看我们的作品,哪怕是一些比较先锋的东西,也会获得普通群众的关注。”张紫微笑道,“此次我们登上文博会的平台也是希望能有更多的人了解现代艺术。艺术不仅是束之高阁的阳春白雪,还是社会方方面面的反映。而与生活的零距离接触也给予了艺术家们深层次创作的养分。”

透过文博会,不单只有现代艺术,中国传统文化与艺术作品的融合也令人眼前一亮。来自深圳市博壹恒鑫文化发展有限公司的原创大型长卷册页薄瓷版画系列,鲜活地展现了《红楼梦》的内容。薄瓷版画采用我国传统瓷土为原料,经传统手工拉胚方法制作而成,全过程无任何机械设备辅助。记者看到,烧制后的薄瓷板质密玉润、晶莹剔透、平滑切薄不变形,韵味十足。据悉,博壹恒鑫所研发的新型结构折叠册页,目前已向海内外多个国家申请注册了发明专利保护。