

第九届“全国文化企业30强”名单新鲜出炉——

典范领跑 强者更强

经济日报·中国经济网记者 姜天骄

文繁业茂

第九届“全国文化企业30强”名单新鲜出炉，一批优秀文化企业脱颖而出，他们在出版、影视、艺术、新媒体等细分领域精耕细作、深化改革，无论是市场竞争力还是企业社会责任都取得了新的突破，引领着全国文化产业的发展方向，为经济转型升级注入了新动能。

植根中华文化 讲好中国故事

2016年，上海电影集团主导出品的电视剧《彭德怀元帅》在央视一套播出后引起强烈反响，收视率一路走高，各大视频网站播放累计突破了7亿次。上影集团董事长、总裁任仲伦指出，文化企业的逻辑起点在于提供精神产品、传播思想信息、担负文化传承使命，其核心竞争力是讲好故事。

作为国有文化企业，上影集团始终致力于传播中华文化、讲好中国故事。《辛亥革命》《亮剑》等一批电影、电视剧都是中华文化的用心表达。通过一个个动人、走心的故事，展示出中华民族崇尚英雄、追求信仰的高大形象。

讲好中国故事、不断推动中华文化“走出去”，是企业文化共同的责任担当。在中国传统节日春节期间，华侨城集团旗下深圳世界之窗五洲艺术团赴法国、荷兰、比利时3个国家演出新版原创舞剧《凤舞东方》，在巴黎、蒙塔纪、阿姆斯特丹、海牙等地举行6场剧场演出，并参加法国电视台中国春节联欢晚会以及两场大型春节巡游活动，生动展示了中华文化深厚底蕴、昂扬气质和独特魅力。

中国出版集团也正在开展国际化经营和品牌战略调整，包括收集、制作记录中国故事的微视频等有开发前景的题材，服务“一带一路”建设，提升国家文化软实力。

文化企业30强发挥各自优势，用好故事、好产品、好创意夯实人们的文化自信和价值观自信，实现社会效益和经济效益双丰收。广东省出版集团围绕重大主题、重大时间节点，精心策划了诸如《历史视野下的中国国家文化》《供给侧改革论纲》等重点选题；曲江文化产业集团抢抓“丝绸之路经济带新起点”和“具有历史文化特色的国际化大都市”建设机遇，深入挖掘陕西西安优秀历史文化资源，大力弘扬社会主义核心价值观；中国出版集团推出了《一带一路中国情丛书》《中华文明的核心价值》《中华传统文化经典百篇》等一批“叫好又叫座”的精品力作，有些已经扬名海外。



坚持改革创新 打造传世精品

2016年12月29日，国家主席习近平致信祝贺《大辞海》出版暨《辞海》第一版面世80周年，提出了坚定文化自信，坚持改革创新，打造传世精品的明确要求。

回顾文化企业30强的发展历程，强化精品意识、坚持内容为王的发展理念，是支撑内容生产型文化企业可持续发展的根本动力。以出版产业为例，国家多次加大出版单位文化影响力、文化贡献力的权重，加大对出版单位内容生产能力的考核，把出版精品放在评价企业的核心位置。

中原出版传媒集团为加强集团对出版内容的把关定向能力，专门成立了中原出版传媒集团出版编辑委员会，组织集团内外有关专家对图书选题论证、重大选题备案，书稿内容编审把关，对已出图书审读监督。

江苏凤凰出版传媒集团以制度建设为抓手，一切改革紧紧围绕有价值的内容生产和服务，56个项目入选国家“十三五”出版规划项目，全年实现营业收入160.43亿元，比去年增长11.77%。

不只是出版、影视等传统产业，新媒体、泛娱乐等新业态也在向内容要效益。完美世界作为全国网游开发商和运营商的领头雁，品牌影响力持续扩大，纵观企业的业务板块不难发现，无论是诛仙客户端游戏产品还是跨界歌王、跨界喜剧王等综艺节目，都离不开精益求精的创作理念。

拥抱新业态 力致融合发展

融合发展是文化企业深化改革的重中之重。从传统媒体与数字媒体融合，到文化产业跨界融合，再到企业资源资本的融合，企业文化改革每向前推进一步，都带来了可喜变化，积累了丰富经验。

在传统媒体经营遭受重大挑战的情况下，浙报传媒控股集团积极拓展传媒相关产业，各项经营指标逆势增长，进一步强化了在国内报业同行中的领先地位。

公司目前已从传统报业集团转型为拥有传媒资讯、数字娱乐、智慧服务、文化投资在内的综合文化服务集团，2016年集团进一步融资近20亿元，发挥传媒整合优势，目标直指大数据服务产业。

北京市文化投资发展集团不断延伸产业链条，拓展业务板块，促进文化与相

关产业融合深度发展。推进“文化+科技”，与新华社、鹏博士共同出资成立子公司，专注文化大数据业务，推进文化大数据产业园建设。探索“文化+品牌运营”，深入开发故宫、冬奥会等中国顶级文化IP，与故宫服务中心共同出资成立“北京故宫文化创意有限公司”，开发多种故宫主题文创产品，提升故宫文创知名度和影响力，开辟文创衍生品品牌运营新路径。

在北京靠做有线广播电视台起家的歌华有线公司，利用网络、技术、资源和本地化优势，融入“智慧北京”建设，在实现专网专线接入后又探索“无线城市”建设，抓住互联网+、物联网、云计算等新兴市场崛起带来的发展机遇，打通与教育、金融、医疗、环保、交通等行业壁垒，实现产业结构进一步优化升级。

左手拥抱互联网，右手拥抱资本。在文化企业30强中，江苏凤凰出版传媒集团、上海电影集团、安徽新华发行集团等一批企业以思维转变促进发展转型，用金融资本融合驱动产业成长，不仅使企业源源不断地获得低成本资金，更提升了公司管理水平，完善了公司法人治理结构，企业活力进一步激发，企业影响力和品牌价值获得了市场广泛认可。

走在文博会的场馆里，能体会到“穿越”的意味。

一边是穿着传统服装坐在那里，用古老的刀具聚精会神雕刻的农妇；一边是数字动漫展示的多维世界；一边是在挑选扇子的顾客，一边是带着VR眼镜欣赏风景的客人。不同的文化形态就这样神奇地出现在同一个展馆里。这个魔幻般的场景，让笔者想到了文化这个主题。

其实，文化是人们生活的滋养。人们总是把文化的元素添加到生活的各个环节，也因为有了文化，生活增添了很多美的元素。在展馆里可以看到，一个简单的钱包，因为绣上一朵梅花，就文气十足；一个本来是用来放音乐的音响设备，面板布用上云锦，就成了艺术品。在场馆里还看到了深圳一家名叫裕智星的公司，十几个人主要从事的窄笺印刷，就是几张窄窄的纸，他们染成不同颜色，配上各种文化图案，竟然成为和旅游景点合作的产品，一年能生产220个品种。展位的背景是一张全国地图，图上勾画出了他们合作的地域，东西南北都有。负责人说，他们是传统的印刷企业，但现在从事创作加制作，靠的就是文化。在不同的展位前驻足，可以看到文化产品对生活的点缀，让人们由衷地感受到了生活的美好，体验到生活中的艺术。

文化来自生活，归根结底是生活创造了文化。传统工艺展示好几年都是文博会的一个亮点。今年，依然可以看到各个地方展示自己地域传统的努力。江西鹰潭把木雕产品搬进了文博会展馆，展出的作品叫“代代相传”，孙子给奶奶捶背，孙女在天真地看着，这活生生地写出了农家小院含饴弄孙的生活场景。在广东清远的展位前，几位农妇在用传统刀具雕刻木头，山西的展位上则摆放着一盘做醋的磨坊。这些传统工艺，今天充满了文化的意蕴。其实，都是传统生活的写照。生活技艺经过演变，成为文化积淀。

我们在享受着传统文化的滋养，也在创造着我们这个时代的文化元素。动漫手段和文化科技的变化，刻写着我们这个时代的创造印记。从简单的电子产品，到如今已经普及的大屏幕和VR技术，这都是我们的创造。在安徽的展位上，全息舞台正在上演着动漫版的黄梅戏，有板有眼，字正腔圆。我们站在历史传统上创造，我们的创造为传统文化增加了更多的科技元素。

看点

民俗村里体验少数民族风采

本报讯 记者喻剑报道：在第十三届文博会锦绣中华民俗村分会场暨第三届“全国少数民族特色村寨展”上，来自全国多个少数民族的民俗精品汇聚，非遗文化月、少数民族风情主题馆、少数民族特色产品展、少数民族特色村寨图片展等活动带来了精彩的民俗文化盛会。

据介绍，非遗文化月是本届文博会锦绣中华民俗村分会场一大亮点。文博会期间，举办非遗文化展，5位中国非遗传承人将展示精工作品和百年技艺，观众在欣赏非遗文化作品的同时，还可以现场体验制作工艺。

分会场上还推出包括赫哲族、维吾尔族、藏族在内的11个少数民族风情主题馆。其中，锦绣中华民俗村与黑龙江双鸭山市旅游局、饶河县政府合作，共同推出赫哲族特色文化展演，精巧的鱼皮衣、天然的鱼皮画、神秘的萨满舞，从展品到互动活动，让观众近距离感受渔猎民族古老文化。

在少数民族特色村寨图片展和特色产品展上，集中展示了15个具有代表性的少数民族民居建筑、民俗风情和节庆文化。此外，藏族唐卡、彝族刺绣、苗族织锦、土家族织锦、水族马尾绣及水书等一批非物质文化遗产作品将亮相。

分会场新闻发言人胡本纯表示，通过一系列展览展示活动，希望培育、孵化出中国少数民族文化创意产品品牌，将更多优质会展资源注入文博会平台，促进少数民族文化产品“走出去”。

文化潮汕博览园展示岭南风情

本报讯 记者张建军报道：以“领略岭南风情·弘扬潮汕文化”为主题的第十三届文博会文化潮汕博览园分会场，着重突出“文化+旅游”“文化+科技”两大亮点，举办“感受潮汕古村落魅力——旅游推介会”“领绣世界——中国非遗潮绣服饰精品展”“捍卫非遗·潮汕手工艺珍品展”“第二届互联网+非遗文化作品创新路研讨会”以及清美墨韵书画展等多项文化创意展览及论坛活动，着力构建潮汕文化创意产业公共平台。

广东揭阳市文联主席李文胜介绍，此次揭阳市文联受邀参加“感受潮汕古村落魅力——旅游推介展”与清美墨韵书画展，以图片、视频形式展出来自潮汕四市不同风采，别具一格的村落风光，举办展览、现场交易、推介会等活动，着力促进深汕两地非遗产业及产品、作品迅速对接产业联盟。

中国工艺美术师、中国非物质文化遗产潮绣传承人康惠芳表示，潮绣是中国四大名绣中“粤绣”的一大主流，始于唐宋盛于明清，被誉为刺绣珍品，列入首批国家级非物质文化遗产名录。此次展览共展出潮汕精品服饰30余套，并就非物质文化遗产的保护、传承、开发举行研讨。

据深圳市德明发实业集团董事长郑国标介绍，文化潮汕博览园自2013年12月份开园运营以来，实现非遗产业延伸发展，吸收现代科学理念，推进区域及园区文化氛围建设，着力将几千年原汁原味的地域文化转变为当代创意。

深圳龙岗：跨界融合绽新姿

本报记者 杨阳腾

在第十三届文博会上，深圳市龙岗区突出展现影视、动漫、创意、旅游文化布局的独特性，以集群化效应、高附加值加码、大项目驱动，绽放出文化产业在跨界融合、联动发展、创新求变中的丰富内涵与竞争力。

融合创新催生新业态

龙岗区是全国首批文化产业示范基地诞生地，文博会首个分会场大芬油画村就坐落在这里，这里集聚着22个文创园区，连续8年成为文博会分会场数量最多的城区，今年分会场数量达到13家。2016年，龙岗文化创意产业产值营业收入达到895.97亿元，同比增长5.98%，实

现增加值252.98亿元，同比增长7.55%。龙岗区文化产业发展办公室主任闵玉辉介绍，2013文创园、华侨城甘坑新镇、深圳国际影视产业园等新兴文化产业园区，通过文化创意产业与科技、互联网、金融、商业、旅游、体育等产业的融合发展，形成了新的文化业态，拓展了新型文化产品和服务，扩大了文化产业的覆盖面。

依托文博会平台功能，龙岗先后引进华侨城文化集团、开心麻花华南总部、深圳文交所等国内知名文创产业大户。

其中，龙岗区联合华侨城与深圳市甘坑生态文化发展有限公司，投资300亿元打造甘坑新镇。甘坑新镇将构建创意、集成、应用、体验、展示、交易和分发

为一体的“VR+文创产业”生态圈，打造全国首个数字创意产业中心，形成VR互动体验乐园、VR赛事中心、VR演艺娱乐中心和VR博览四大应用，建立数字创意产品交易中心、科技成果交易中心、IP交易中心、大数据定制和交易中心、VR产业化促进服务中心等。同时，建设数字创意产业园，重点发展VR动漫原创、游戏设计、创意设计、网络文学IP产业、数字创意产业教育培训等“文化+科技”新业态。

新兴文化业态落地开花，文化品牌也在求新求变中焕发生机，文博会首个分会场大芬油画村就是典型代表。它从过去传统低端低附加值的油画复制起步，在2008年复制艺术品出口贸易额大幅下滑之际，用原创之钥成功解锁困局，在对原创作品、自主知识产权的大力扶持和保护下顺利转型。

在扶持原创油画发展上，龙岗区政府投资建成大芬美术馆，为画家们搭建公共展示空间，引导大芬油画村形成以商业复制为基底、原创定制和衍生品为中坚、原创作品为塔尖的“金字塔”产业结构；通过对艺术人才的培育实现“以点带面”，提升画家整体艺术水准。

龙岗区还不断为大芬原创艺术搭建“走出去”平台。在去年文博会上，大芬油画村分会场举办了大芬艺术家原创作品展、艺术创想创意集市等，将大芬原创性、时代性、学术性作品对外展示。目前，大芬已有原创画家群体300余人，其中中国美术家协会会员28人。



第十三届文博会龙岗展馆

杨阳腾摄

打造文企总部经济区

“文创产业是深圳市战略性新兴产业。龙岗区随着国际大学园内国际名校逐步落成，东部人才不断聚集，对文创产业的人才、智力和项目支撑作用逐步显现，龙岗文创产业将迎来超速发展期。”

与深圳其他区相比，龙岗区文创产业拥有产业集聚度高、品牌影响力大、产业空间相对充足、营商成本相对偏低等优势，有影视动漫、高端印刷、工艺美术、创意设计四大产业集群，还有22个文创产业园区和36个创新产业园。

“深圳具有完善的产业环境、优良的营商环境和优良的生态环境，对文化企业具有较强的吸引力。”闵玉辉表示，龙岗区将抢抓机遇、主动出击，及时组建区属国有文投平台，以吸引更多优质要素，以资本、总部等形式“南下”和“东进”，将龙岗打造成深圳市文化创意产业总部经济区。

龙岗区还以改革创新和融合发展为主要抓手，重点发展骨干文化企业和创意数字产业，扶持培育新型文化业态，扩大和引导文化消费，全方位带动产城融合，形成结构更优化、特色更鲜明、布局更合理、优势更突出的文化创意产业集群，从而使文化创意产业成为重要的战略性新兴产业和国民经济支柱性产业。

根据龙岗区文化创意产业“十三五”规划，到2021年，龙岗区将实现文创产业产值超过2000亿元，增加值超过450亿元，占全区GDP比重超过10%，初步建成“文化创意产业转型升级先行区”“文化创意产业融合示范区”和“文化创意中心”。

走在文博会的场馆里，能体会到“穿越”的意味。

一边是穿着传统服装坐在那里，用古老的刀具聚精会神雕刻的农妇；一边是数字动漫展示的多维世界；一边是在挑选扇子的顾客，一边是带着VR眼镜欣赏风景的客人。不同的文化形态就这样神奇地出现在同一个展馆里。这个魔幻般的场景，让笔者想到了文化这个主题。

其实，文化是人们生活的滋养。人们总是把文化的元素添加到生活的各个环节，也因为有了文化，生活增添了很多美的元素。在展馆里可以看到，一个简单的钱包，因为绣上一朵梅花，就文气十足；一个本来是用来放音乐的音响设备，面板布用上云锦，就成了艺术品。在场馆里还看到了深圳一家名叫裕智星的公司，十几个人主要从事的窄笺印刷，就是几张窄窄的纸，他们染成不同颜色，配上各种文化图案，竟然成为和旅游景点合作的产品，一年能生产220个品种。展位的背景是一张全国地图，图上勾画出了他们合作的地域，东西南北都有。负责人说，他们是传统的印刷企业，但现在从事创作加制作，靠的就是文化。在不同的展位前驻足，可以看到文化产品对生活的点缀，让人们由衷地感受到了生活的美好，体验到生活中的艺术。

文化来自生活，归根结底是生活创造了文化。传统工艺展示好几年都是文博会的一个亮点。今年，依然可以看到各个地方展示自己地域传统的努力。江西鹰潭把木雕产品搬进了文博会展馆，展出的作品叫“代代相传”，孙子给奶奶捶背，孙女在天真地看着，这活生生地写出了农家小院含饴弄孙的生活场景。

在广东清远的展位前，几位农妇在用传统刀具雕刻木头，山西的展位上则摆放着一盘做醋的磨坊。这些传统工艺，今天充满了文化的意蕴。其实，都是传统生活的写照。生活技艺经过演变，成为文化积淀。

我们在享受着传统文化的滋养，也在创造着我们这个时代的文化元素。动漫手段和文化科技的变化，刻写着我们这个时代的创造印记。从简单的电子产品，到如今已经普及的大屏幕和VR技术，这都是我们的创造。在安徽的展位上，全息舞台正在上演着动漫版的黄梅戏，有板有眼，字正腔圆。我们站在历史传统上创造，我们的创造为传统文化增加了更多的科技元素。

文化

生

走在文博会的场馆里，能体会到“穿越”的意味。

一边是穿着传统服装坐在那里，用古老的刀具聚精会神雕刻的农妇；一边是数字动漫展示的多维世界；一边是在挑选扇子的顾客，一边是带着VR眼镜欣赏风景的客人。不同的文化形态就这样神奇地出现在同一个展馆里。这个魔幻般的场景，让笔者想到了文化这个主题。

其实，文化是人们生活的滋养。人们总是把文化的元素添加到生活的各个环节，也因为有了文化，生活增添了很多美的元素。在展馆里可以看到，一个简单的钱包，因为绣上一朵梅花，就文气十足；一个本来是用来放音乐的音响设备，面板布用上云锦，就成了艺术品。在场馆里还看到了深圳一家名叫裕智星的公司，十几个人主要从事的窄笺印刷，就是几张窄窄的纸，他们染成不同颜色，配上各种文化图案，竟然成为和旅游景点合作的产品，一年能生产220个品种。展位的背景是一张全国地图，图上勾画出了他们合作的地域，东西南北都有。负责人说，他们是传统的印刷企业，但现在从事创作加制作，靠的就是文化。在不同的展位前驻足，可以看到文化产品对生活的点缀，让人们由衷地感受到了生活的美好，体验到生活中的艺术。

文化来自生活，归根结底是生活创造了文化。传统工艺展示好几年都是文博会的一个亮点。今年，依然可以看到各个地方展示自己地域传统的努力。江西鹰潭把木雕产品搬进了文博会展馆，展出的作品叫“代代相传”，孙子给奶奶捶背，孙女在天真地看着，这活生生地写出了农家小院含饴弄孙的生活场景。

在广东清远的展位前，几位农妇在用传统刀具雕刻木头，山西的展位上则摆放着一盘做醋的磨坊。这些传统工艺，今天充满了文化的意蕴。其实，都是传统生活的写照。生活技艺经过演变，成为文化积淀。

我们在享受着传统文化的滋养，也在创造着我们这个时代的文化元素。动漫手段和文化科技的变化，刻写着我们这个时代的创造印记。从简单的电子产品，到如今已经普及的大屏幕和VR技术，这都是我们的创造。在安徽的展位上，全息舞台正在上演着动漫版的黄梅戏，有板有眼，字正腔圆。我们站在历史传统上创造，我们的创造为传统文化增加了更多的科技元素。