

发展文化产业 洛阳大有可为

在高峰论坛上,各路业界精英看好我市文化产业发展并献计献策

本报记者 李岚 孙小蕊 见习记者 高峰 实习生 李安婕/文 记者 陈占举/图

核心提示

洛阳作为十三朝古都,从来都不缺乏文化基因和素材。在当前全国文化产业兴起的大背景下,如何抓住机遇大力发展文化产业?如何通过文化创意推动产业升级?记者专访了参加2013洛阳文化产业发展高峰论坛的4位进行专题演讲的专家,请他们结合洛阳实际,就各自的研究领域为我市文化产业发展“把脉”。

1 品牌+挖掘,丰富文化产业内涵

受访者 孙若风:文化部文化产业司巡视员,曾任中国文化报社副总编辑、总编辑,文化部文化产业司副司长、政策法规司副司长。

孙若风首先对2013洛阳文化产业发展高峰论坛的举办表示肯定,认为“很专业,很实”。对于我市即将成立文化产业协会这一举措,他也表示了赞赏。

孙若风说,我国的文化体制改革造就了中国文化产业,随着网络、信息技术的发展,动漫、网络游戏、网络音乐等文化产业迅速兴起,新兴文化产业展现出了巨大潜力。文化产业政策的重点在于优化文化产业布局,促进文化产业与相关产业融合,推动文化产业科技创新和加强人才培养。洛阳近年来十分重视文化产业的发展,文化产业协会成立之后,能够在把握行业信息方面更具专业性,并为企业与政府进行沟通、交流的平台,在推动文化产业发展中有着不可估量的作用。

针对我市如何发展文化特色产业,孙若风提出了两方面的建议:一方面要打造品牌,突出亮点。洛阳的文化资源非常丰富,有很多与此相关的文化遗产和历史传说,也打造了一批深入人心的特色品牌,如龙门石窟、洛阳牡丹、洛阳水席等。对于尚未形成品牌的“散户”,不妨发挥“水席效应”,以大品牌带动小品牌,即将现有的文化资源特别是历史文化资源进行统筹整合,成为一个既相互区别又相互联系的文化品牌——就好像洛阳水席里面的主菜、配菜和开胃菜一样,每一道独立的菜都很便宜,可是当它们包装在一起成为宴席的时候,就有了“洛阳水席”这个品牌。

另一方面,尽可能深入地挖掘历史文化资源,丰富其内涵,使文化产业的内容更加饱满。从整个河南省乃至全国来看,有一些可以学习和借鉴的方面,比如开封主打文化牌,整个老城区成了文化产业的生存发展空间;又如商丘的“老虎村”,村民们大多擅长画老虎,最终带动了整个村子的发展。洛阳最近几年的牡丹文化节办得很成功,规模越来越大,档次也越来越高,也越来越受到各界的关注。这不仅丰富了老百姓的生活,在文化产业方面也形成了更高的平台。从中西部文化资源的发展经验来看,洛阳也同样有条件、有必要依托文化资源开发新型文化产业种类,使文化产业的结构更加合理。

有了“洛阳水席”这个品牌。

采访中,贾伟还与迫切希望在文化产业领域有所建树的洛阳本土企业分享了自己的经验:想要把握消费者的内心世界,设计师首先要“明心见性”,作品才能直指人心。与其每天都在问别人需要什么,不如回到自己的内心世界,问问自己需要什么。这个原则同样适用于企业,从自己所需要的入手,深度研究消费者的需求,关注产品的开发,投入精力和财力,把每一件产品做成品牌,给消费者更好的体验。一个品牌的宣传理念要附着于产品之上,让品牌和产品融为一体,而不是去依靠宣传、造势打造品牌。一个本土品牌想要“走出去”,想要满足不同地区、国家的消费者的需求,就需要有更宽广的视野,去了解国际消费趋势。



孙若风

2 培育洛阳的“创意大师”

受访者 贾伟:洛可设计集团创始人、董事长,中国著名设计师,也是中国唯一获得红点、iF、IDEA、红星四项国际顶级设计大奖设计师,中国原创设计推广协会理事,北京大学文化产业研究院副研究员。

首次来洛,龙门石窟令贾伟感觉“特别震撼”。除了美好的回忆,他特别希望能够为朋友带回一些有纪念意义的礼物。可是很遗憾,在整个游览过程中,他没有发现更多特别的东西。于是他考虑,能否利用高新技术记录龙门石窟开凿始末,再现历史风云,为游客提供体验式服务?

“关于龙门石窟的系列衍生品,如旅游纪念品等,都开发的不够。”贾伟说,开发独特的创意礼品,可以作为洛阳文化产业发展的一个突破口。洛阳历史厚重,文化资源丰富,因此,成熟的市场、良好的企业家精神、和谐的政企关系及强大的产业基础,是洛阳文化产业发展最需的“养分”。此次论坛的举办就是一个契机,对正在参与洛阳文化产业发展的企业来说是福音。

贾伟认为,发展文化产业核心在人才,人才带来的收益是超乎想象的。足够的创意设计可以赋予产品更高的附加值,助推企业迈上新台阶。他建议,不妨通过优惠的政策、良好的外部环境等,先吸引人才来到洛阳,再培育创新性人才,最终产生属于洛阳的“创意大师”,形成整合的力量,用一种全新的语言来诠释文化。

采访中,贾伟还与迫切希望在文化产业领域有所建树的洛阳本土企业分享了自己的经验:想要把握消费者的内心世界,设计师首先要“明心见性”,作品才能直指人心。与其每天都在问别人需要什么,不如回到自己的内心世界,问问自己需要什么。这个原则同样适用于企业,从自己所需要的入手,深度研究消费者的需求,关注产品的开发,投入精力和财力,把每一件产品做成品牌,给消费者更好的体验。一个品牌的宣传理念要附着于产品之上,让品牌和产品融为一体,而不是去依靠宣传、造势打造品牌。一个本土品牌想要“走出去”,想要满足不同地区、国家的消费者的需求,就需要有更宽广的视野,去了解国际消费趋势。



贾伟

3 用现代手段激活传统文化

受访者 刘结成:北京大学文化产业研究院院长助理,创意实验室执行主任,国家文化产业创新与发展研究基地助理研究员,曾为国内许多省、市和企业做文化产业发展战略规划。

刘结成来到洛阳的第一件事就是夜游龙门。“夜游龙门这种旅游形式很好,不仅延长了来洛游客的旅游时间,还丰富了游览内容。”刘结成说,他建议夜游龙门增加一些游览项目,让游客不仅能欣赏绚丽多彩的灯光,还能有更多听觉、视觉上的感受。

提起洛阳文化资源非常丰富,开发却相对不足的情况,刘结成认为这是一个全球性问题。尤其对于中国来说,文化资源大多埋藏于黄土之中、记载于书本之上、流传于口舌之间,如何开发确实是一个难题。

刘结成表示,文化产业的第一要务

是研究如何让传统文化适应现代生活。因为要把一种文化转化为一种现代产品,必须给这种文化注入新的内涵,并契合现代人的需求。我们应该根据现代人的喜好、需求、审美观念等,开发传统文化。

我们还应该用现代化的手段对传统文化进行诠释,让传统文化更容易被现代人理解。比如,如果想让游客了解一幅画的创作过程、表现的意境和体现的思想,就需要用现代化的手段再现画作创作的背景、过程等,这也是未来文化产业的发展方向。他举例说,敦煌研究院网站上有“全景漫游”栏目,采用先进技术对敦煌石窟进行360度全方位展示,足不出户就能“游览”敦煌石窟。

发展文化产业还应该增强互动性。互动性不仅指肢体上的互动,更重要的是思想上的互动。目前,很多旅游

产业开发都停留在观赏自然风光的层次上,无法给人思想上的触动。在他看来,一些景区完全可以结合数字化等科技手段,增强互动性,为游客展示更加丰富的内容。游客与文物就更容易产生思想上的交流和碰撞,增强游客的体验感。

刘结成认为,要想大力发展文化产业,首先,政府、企业、个人等要合力营造良好的文化产业发展环境,这样才能带来适宜文化产业消费的氛围。其次,文化产业从业者要学会用现代的方式发展传统文化,用更加丰富的手段为消费者提供更美好的消费体验。最后,应尽量拓宽文化产业的广度,增加其深度。比如说,延长旅游时间,提升旅游产品的质量,满足不同游客的需求,延长产业链,加大后续消费产品的开发力度等。



刘结成

4 “活化”文物,创意带出新活力

受访者 朱惠良:台北“故宫博物院”指导委员,毕业于台湾大学历史系,是美国普林斯顿大学艺术考古研究所博士,台北“故宫博物院”指导委员会成员,对书画、展览、宣传、策划等均有研究。

朱惠良介绍,台北“故宫博物院”不同于其他博物馆,门票只占收入的小部分,博物院的主要收入来自衍生品。衍生品是以馆藏文物为核心内容,加上现代创意等,生产出不同系列的商品。

对于文物和商业结合,有些人担心会让文物沾上铜臭味。朱惠良解释道,其实博物馆生产衍生品,其着重点不在于牟利,而是如何将文物中的艺术、文化、历史内涵融合到现代创意产品中。衍生品不是仿古,不是复制,而是把文物的造型、颜色等特色元素融入现代生活,变成我们生活中的必需品。这样不仅保留了文物的艺术性和历史文化传承性,还使文物得到了“活化”。目前,台北“故宫博物院”有4000余种衍生品,涵盖文具、手机壳、珠宝、床上用品等生活的方方面面。

设计进行生产。其二,针对年轻设计师和学生,每年举行衍生品设计比赛,发掘青年人的创意才能。其三,和一些固定的厂商、已有知名度的厂商合作,实现强强联合。

此外,为培养文化产品创意人才,台北“故宫博物院”已经连续3年举办研习班,让年轻人、从业者系统地接受培训,从而更好地进行文化产品开发。

朱惠良建议,洛阳目前已有的一些文化产品虽然技艺精湛,但多是单纯的摆设或仿制品,不够多元化,也很难融入人们的生活中,例如唐三彩、牡丹瓷,可以尝试将其与其他产品相结合,制作一些实用产品,让这些纯艺术品在人们的使用过程中更好地体现出艺术的活力。

朱惠良建议,洛阳目前已有的一些文化产品虽然技艺精湛,但多是单纯的摆设或仿制品,不够多元化,也很难融入人们的生活中,例如唐三彩、牡丹瓷,可以尝试将其与其他产品相结合,制作一些实用产品,让这些纯艺术品在人们的使用过程中更好地体现出艺术的活力。



朱惠良

让依法文明养犬 变“划算”

晨晓

洛阳最近集中治理犬患,其意不在治“犬”,而在治“人”,也就是引导人们依法养犬、文明养犬。

文明养犬,其底线就是依法养犬;而依法养犬,首当其冲的就是办养犬证。现状是什么呢?在我市限养区50万户居民中,犬只数量超过4万只,但办理养犬证的不足1.4万只。

有无证养犬人说,办个证要交500元,很多犬只本身都不值500元,就算交钱办了证,似乎也享受不到更多的权益,于是感到“不公平”。比如,有证犬若是违规要受惩罚,但若走失如何找回并无明确办法;而不办证的话,只要不被投诉,就不会受到什么处罚。左右权衡,办证“真不划算”。

这些话不无道理。治理犬患,一味靠“堵”当然不行,这些年一轮轮治理的成效足以说明这一点。不最大限度地争取养犬者的理解和支持,治理犬患就只会像一阵风,不可能取得根本性的改变。

看看外地是如何“破题”的。深圳取消了5000元的初始登记费,将每只犬的年管理费从2000元大幅降至300元,同时在全市推行犬只“电子身份证”,一旦犬只走失,可以帮助养犬者尽快找回。这些措施让养犬证的“附加值”大大增加,也让深圳的有证犬从一成增加到八成。

在香港,3年一次的宠物犬领牌费不超过80元港币,而后续的注射预防狂犬病疫苗、植入微型芯片等服务则完全是免费的。与此同时,香港对违规养犬严格处罚,如5个月大的犬只必须领取牌照,否则将被罚款1万元港币;犬只咬伤人或扰民,养犬人即属犯罪,可处罚款1万元港币。服务与管理双管齐下后,香港鲜有养犬者不愿去登记办证的,因为人们觉得“物超所值”。

治理犬患当然是在“做正确的事”,如果从制度设计等层面多出“新招”,让人们依法养犬变“划算”,就能“把正确的事情做正确”。



偃师145名干警 进驻147个重点项目

本报讯 (见习记者 高峰)从2日开始,偃师市政法系统145名干警正式进驻该市147个重点在建项目,帮助企业解决影响企业发展、项目建设的各类突出治安问题。

这145名干警来自偃师市委政法委、市公安局、市法院、市检察院、市司法局等单位。根据要求,这145名政法干警进驻分包企业和在建项目后,对存在的问题将进行“一对一”排查,按照“谁主管,谁负责”的原则,逐一解决。同时,每月到工地不少于2次,做到“问题不解决,人员不撤离”。

此次大规模抽调政法干警进驻重点在建项目,旨在严厉打击恶意阻工、强买强卖、强揽工程等违法犯罪活动。偃师市2日还成立了企业发展和项目建设法治环境专项治理领导小组,以建立优化经济发展环境的长效机制。

皂角树村入选 全国十佳小康村

本报讯 近日,由农民日报社、中央电视台等中央媒体联合主办的“中国第七届十佳小康村”评选活动揭晓,我市洛龙区关林办事处皂角树村榜上有名,成为迄今为止全市唯一获此殊荣的行政村。

皂角树村依托紧邻关林市场的独特优势,相继建起了五金、厨具、塑料等10多个大型专业市场,村集体年收入达3000万元。10多年来,该村每年给每位村民发放6000元的分配款,每年集体组织300位老人外出旅游。去年,全体村民搬进了由村自筹资金7亿元建成的20栋小高层楼房。

此次我省获此殊荣的另一行政村为漯河市南街村。(王占国 刘正卫)

(上接01版)在发展措施上,传统老套的路数多,新颖创新的法子少;在扶持手段上,依赖政府推动的多,依靠社会化、市场化手段的少。

补齐短板,路径是:增量更要提质。只有这样,农业产业化才能从根本上成

为促进农业增效和农民增收的着力点。

市委农工委有关负责人表示,下半年,我市将持续加快农业结构调整步伐,以偃师市高龙镇葡萄休闲观光园、孟津鼎润汉魏风情园等重点园区为试点,抓好现有休闲农业园区提标升级;支持洛

阳伊众、洛阳众品、巨尔乳业等3家企业申报国家级农业产业化龙头企业;强力实施《洛阳市农业产业化集群(2012—2020)发展规划》,重点培育生猪、中药材等农业产业化集群。

目前,我市《关于进一步扶持农业产

业化龙头企业发展的实施意见》《农业产业化集群发展工作方案》等扶持政策已经出台。集中展示全市农业产业化发展成果的“农业休闲观光寻宝图”策划制作和“名优农产品”评选活动,也正在紧张进行中。

洛阳人看洛阳手机报

权威、专业、及时、准确

- 用于接收手机报的手机号码为10655888,资费:每月3元,不收GPRS流量费。
- 用于接收手机报的手机号码为10655888,资费:每月3元,不收GPRS流量费。

移动用户发送短信 LVD 到 10658300 订阅, 3元/月, 不收GPRS流量费。

联通用户发送短信 712 到 10655888 订阅, 3元/月, 不收GPRS流量费。