

“活态保护”添活力 “文化营销”出效益

——我市组团赴重庆苏州学习考察启示之二



中国经济依然面临“下限保卫战”

6月工业用电量、铁路货运量和银行中长期贷款三大实体经济指标陆续公布,总体趋降。再参考柴油产量及煤、钢、水泥价格等指标和7月高频用电数据,多方专家认为,当前中国实体经济面临的困难情况并未出现明显改观,要想完成7.5%左右的经济增长预期目标,预计下半年仍需进行“下限保卫战”。

经济专家表示,今年上半年中国经济增长态势低迷,在政府相继出台的微弱刺激政策推动下,再加上欧美经济复苏促使外需逐步好转,经济增长出现底部回升的微弱迹象,但是复苏势头并不稳固。

(据新华社北京7月29日电)

“铁塔公司”未来3年将建12万座铁塔

记者28日从运营商人士处获悉,由三大运营商联合筹建的中国通信设施服务股份有限公司(俗称“铁塔公司”)将在未来3年内建设约12万座基站用铁塔和相应机房以及相关配套设施。

据知情人士预计,根据三大运营商4G发展规划,未来3年将总共建设20万座左右的基站和机房,还有必要的附属设施。如果基站用铁塔均由“铁塔公司”建设,预计减少40%的重复建设,大约可以少建8万座铁塔和配套设施。按照目前运营商建设成本,预计为三大运营商节约资金300亿元,节约土地5000亩。

上述知情人士还介绍,“铁塔公司”将在31个省市建立分公司,地市级公司设分公司或办事处。

(据新华社北京7月29日电)

国外技术性贸易措施致我国去年出口损失662亿美元

国家质检总局29日透露,2013年约有38%的出口企业受到国外技术性贸易措施不同程度的影响,全年出口贸易直接损失662亿美元,比2012年降低23亿美元。

日前,国家质检总局在全国范围内开展了2013年度国外技术性贸易措施对中国出口企业影响的问卷调查。调查表明,对中国企业出口影响较大的国家和地区排在前5位的是美国、欧盟、日本、加拿大和拉美,分别占直接损失总额的31.9%、29.2%、9.3%、3.7%和2.7%。受国外技术性贸易措施影响较大的行业排在前5位的是机电仪器、纺织鞋帽、化矿金属、农产品和食品、玩具家具,分别占直接损失总额的41.7%、23.9%、18.1%、6.6%、4.6%。

(据新华社北京7月29日电)



古色古香的苏州山塘街历史文化街区

25日晨,苏州古城内的平江路历史街区,统一格调的青砖灰瓦白墙展现了最传统的江南建筑风貌,游人三三两两漫步在石板路上,老人摇着桨,小船缓缓行进在街旁的河道中。

这是苏州最古老的街巷,也是苏州古城保护的一个样板区。

我市提出建设中原经济区文化示范区,如何用好文化牌,让千年帝都的文化自信转化出更多文化生产力?苏州的做法给我们许多启示。

“活态保护”让古城生机勃勃

古城保护是世界性难题,不过,也不乏佼佼者,苏州便是其一。

在苏州规划展览馆,工作人员向我们介绍,始建于公元前514年的苏州古城,至今保留着当年的框架和格局。如今在苏州14.2平方公里的古城里,仍旧生活着近22万人口。不能大规模搬迁,又要过现代化生活,古今碰撞的矛盾该如何化解?

在我市代表团与苏州有关部门座谈时,苏州文物部门负责人介绍,苏州凭借“活态保护”与“有机更新”的概念,不断寻找古城保护与民生保障的平衡点。

该负责人介绍,虽然住在古城里,但是不能让这些市民依旧按老样子那样生活。以前,古城里的老房子没有先进的排水管网,居民洗澡、上厕所都不方便。

古城保护不是一点都不能动,但得避免大拆大建,苏州人的路径是:小规模、慢慢建。

根据经济发展状况和实际财力,苏州循序渐进推出一批重点项目来促进古城保护与更新——20世纪80年代重点推出古典园林、文物古迹抢救工程,20世纪90年代推出干将路综合改造工程、观前街综合改造工程。进入21世纪后,苏州又相继推出环古城风貌带改造工程、古城河水治理工程等,大面积提升古城功能。

在弘扬古城文化特色的同时,苏州也力求不断更新老城的基础设施,积极实施

改厕、改建老宅修复等工程,使古城服务功能不断完善。

通过这种“有机更新”,如今的苏州山塘街、平江路等历史文化街区,不仅有骑着自行车买菜的当地居民,也有慕名而来的各地游客,还有身穿仿古服装的电影摄制团队,这成了对苏州城历史文化的最好传承。

“养”文化项目 促产业创新

苏州古城活了,更带火了苏州的文化产业。

反观洛阳,“有文化、没产业”“文化深厚,产品短缺”的困局,依然没有打破。如何盘活文化资源,借助文化牌为文化产业大发展造势?

首先是文化体制改革——文化工作从“养人头”向“养项目”转变,政府对文化的投入从直接投入向政府购买公共文化产品和服务文化服务转变,政府文化管理部门从“办文化”向“管文化”“服务文化”转变。

机制的转化,给苏州的文化产业带来了活力。

2012年,苏州老城设立了全国首个国家历史文化名城保护区。保护区发展

路径很明确——将文化与旅游融合,大力发展文化产业。

据苏州市工作人员介绍,保护区的文旅融合主要表现在三个方面:一是文化与创意产业的结合,二是文化与旅游的深度融合,三是文化与生活的有机统一。一方面通过市场化运作方式,使历史文化资源优势转化为旅游产业发展优势;另一方面将传统和地域的文化精髓融入产品开发,提高旅游产业的文化内涵与附加值。

如今,苏州的文化产业已经步入了发展的快速通道。全市文化产业企业1.5万家,从业者50万人,产值超过1000亿元,占GDP比例达5%。

文化“软”营销带来“硬”效益

回过头来再看重庆,前不久热映的《变形金刚4》中,在武隆风景区取景的画面,就是重庆“文化营销”的典型案列之一。

文化旅游产业是一种“吆喝买卖”。话虽通俗,却一语点中营销在文化产业发展中的作用。

重庆市政府专门设立1亿元的影视营销发展基金,旨在引导重庆市的景区和

文化企业通过影视植入式广告等方式进行城市营销。

以武隆景区的发展为例。

2007年,武隆喀斯特申报世界自然遗产成功,武隆旅游资源得到了世界的认同。

“触电”《满城尽带黄金甲》的成功,让武隆人把打文化牌确定为旅游的重要营销方式。随后,张艺谋导演的“印象·武隆”正式推出,这台演出仅策划费就达2000万元,但是重庆人觉得很值——从2011年10月的7天试演到2012年4月23日开始公演,共演出了262场,实现门票收入4800多万元,半年就收回了成本。

这种“文化营销”,也给当地带来了实实在在的经济效益。

其一,“印象·武隆”对当地的农家乐发展起到了很大推动作用。演出所在地仙女山镇的农民看准商机,新增床位6000多张,仅仅从仙女山镇到剧场的几公里内,新增的农家乐就有百余家,每逢双休日都是爆满的。

其二,在演出、影视作品的带动下,武隆的旅游商品销售额也急剧上升。旅游公司开发了数十种武隆主题的旅游商品,包括印象武隆红茶、T恤衫、动漫产品等,这些旅游商品一年就可以赚到上千万元的利润。

几个数据,让代表团成员叹服。

作为河南乃至中国的“文化大市”“文化名城”,洛阳如何更加充分地保护好、发挥好、利用好丰富的文化历史资源,进一步推动文化大发展、大繁荣,加快向“文化强市”迈进?

一路走一路看,先进城市的亮点无疑为我们打开了一扇窗,启发的是让文化“点石成金”的崭新思路,点燃的是不甘人后、奋勇争先的雄心壮志。

本报记者 李东慧 文/图



高端公寓式养老

他们曾是我的山,如今我想为他寻找他的山。

洛阳首席孝文化老年康养示范园

接待中心:龙门大道813号河南省工人龙门疗养院内(龙门海洋馆南500米路东)
建设单位:河南省工人龙门疗养院 经营管理:河南心慧园养老服务有限公司 品牌推广:叁胜铭道



河南省工人
龙门疗养院

贵宾专线
0379 6267 8899

69~85平方米
精装修老年公寓
「静养自用」「委托经营」
双项选择有保障。
心慧园
给父母大人首选的安养乐园,
圆满您的孝心。



讲文明树新风 公益广告

中国精神 中国形象 中国文化 中国表达

己欲立而立人 己欲达而达人



中国网络电视台制 山东巨野 孔庆臣作

