

对于街头艺人的包容态度,其背后反映的不仅是文创产业发展,更是一个城市气质的体现。首批持证艺人今年“五一”期间在成都为市民带来街头表演。对于成都的街头艺人来说,是幸福的,城市提供了包容的展示平台;对于成都这座城市来说,这何尝不是其文化自信、包容气质与生活温度的体现?

文化产业分类:六年之变透露出哪些信息

国家统计局日前发布《文化及相关产业分类(2018)》,对2012年版本进行修订

□ 张翼

10个大类、50个中类、120个小类分别修订为9个大类、43个中类、146个小类——国家统计局日前发布《文化及相关产业分类(2018)》,对2012年版本进行修订。

文化产业分类为何要做较大幅度的调整?六年之变透露出怎样的信息?在新版本中出现的那些文化产业“新面孔”,告诉我们什么?

大修订:折射经济格局变迁和产业发展轨迹

“这次文化产业统计分类的修订非常适时也很必要,目前我国文化产业飞速发展。从全球来看,中国的文化产业不仅走在发展中国家的前列,蓬勃发展的速度也超过了发达国家。”中国人民大学文化创意研究所所长金元浦说。

统计必须跟上发展的脚步,统计分类的变化折射的是经济格局的变迁和产业发展的轨迹。

2017年6月30日,新的《国民经济行业分类》(GB/T 4754—2017)正式颁布。“适应国民经济日新月异的发展变化,去年我国国民经济行业分类进行了较大的调整,很多新的类别已经加入。文化产业分类与整个国民经济的统计分类完全同步,相应地调整,总体是非常积极的,适应了文化产业蓬勃发展的新趋势。”

国家行政学院社会和文教教研部主任祁述裕表示。

“根据国际经验,当人均GDP接近或超过5000美元时,文化消费则会出现‘井喷’。国家‘十三五’规划进一步明确,2020年文化产业将成为国民经济支柱性产业。文化产业的重要性已上升到国家战略层面。”中国宏观经济研究院产业所服务室主任王佳元说。

据国家统计局社科文司高级统计师殷国俊介绍,为适应当前我国文化新业态不断涌现的新形势,更好满足文化体制改革和文化发展规划的需要,新修订的分类类别共设置9个大类,分别是新闻信息服务、内容创作生产、创意设计服务、文化传播渠道、文化投资运营、文化娱乐休闲服务、文化辅助生产和中介服务、文化装备生产、文化消费终端生产。根据活动相似性,在每个大类下设置若干中类,共计43个中类,在每个中类下设置了若干具体的活动类别,共计146个小类。

新面孔:顺应时代潮流“互联网+”进入分类

“互联网文化娱乐平台”“文化旅游航空服务”“娱乐用智能无人飞行器制造”“可穿戴文化设备”……在国家统计局发布的文化产业分类新版上,人们发现这些文化产业的“新面孔”。

腾讯研究院日前发布《中国“互联网+”指数报告(2018)》显示,2017年,中国互联网平均每秒进入672.5G的信息,或为文本,或为图片,或为网页,或为视频,或为H5动画,或为直播,或为网游,或为小程序。

“随着互联网时代的到来,以‘互联网+’为依托的文化新业态不断涌现并发展迅猛,日益成为文化产业新的增长点,理应把这些新业态及时纳入统计范围。”殷国俊指出。

从世界范围来看,现代科技的发展尤其是信息技术、传播技术、自动化技术和激光技术等高科技广泛运用,都影响着文化产业和文化消费方式的变化。“日益普及的宽带连接,移动手机升级,视频和音乐播放器等技术,在促进文化产业结构调整与升级,也将打破文化产业与电信业、计算机网络的业务界线,加快完善文化创新体系,创造出新的文化产品形态。”王佳元分析说。

近年来,从“互联网+”到“+互联网”,以及数字中国、大数据战略的推进,凸显“互联网”对经济社会发展的重要作用。金元浦指出,“互联网文化娱乐平台”“其他智能文化消费设备制造”等文化新业态的建设非常重要,加入统计分类非常必要,适应互联网领域中高速发展的现实。同时,当下正是中国文化创意领域原创力集中爆发期,越来越关注原创的发展,在文化产业分类调整中也得到了体现。

新聚焦:文化产业发展将打开更大的空间

数据显示,目前我国居民文化娱乐服务消费仅占城乡居民消费总额的10%左右,而在许多发达国家和地区,居民文化消费占总消费额的30%以上。这意味着我国居民文化消费潜力远未得到释放,我国的文化消费还处于起步阶段。

2017年,我国人均GDP已接近10,000美元,2017年全国居民恩格尔系数为29.3%,进入了联合国划分的20%—30%的富足区间。

文化消费的大发展寄望于文化产业的大繁荣。

金元浦注意到,在新版文化产业分类中,新增“文化投资运营”大类,下设“投资与资产管理”和“运营管理”两个中类。他认为,从天使投资到风险投资,创意产业、创意经济的发展离不开文化投资,一轮又一轮的风险投资孕育出一大批文化产业的“独角兽”。这个大类的出现表明文化投资的重要性,也说明在进一步发展中,必将更加关注文化投资的良性发展。

“2016年以来,各种类别的文化投资公司如雨后春笋般设立。目前全国各地地投公司和担保体系已经普遍建立起来,银行、基金公司等金融企业对文化产业有大量投入。文化投资与资产的管理相应也提上了重要议程。另外,前些年文化产业创意园区的建设非常快,创意园区的管理必须要加大力度。这些未来文化产业发展的方向都从分类调整中可以看出。”金元浦指出。

金元浦认为,“创意设计服务”这个大类也非常重要。创意设计适应了我国进一步改革开放的新形势,适应国家提出的创新经济的新格局、新方向,突出了创新、创意、创造、研发。这次分类更加明确肯定了创意设计在文化产业发展中的重要性。

“未来,文化市场的多样性特征也将进一步加强,文化消费内容将不断丰富,能将不断提高,方式将不断创新,文化新业态将不断涌现,进而引发新型的文化消费。”王佳元说。

中国文化产业突飞猛进发展,将不断提出新的命题。祁述裕对文化分类提出了一些建议:“目前快速发展的特色文化产业还没有在分类中得到较充分的体现,一些产业还没有纳入新的分类,文化产业的丰富性和多样性有待进一步体现出来。互联网发展使新型业态层出不穷,也应该留下更多的空间。”

文化时评

舒展青春该有的模样

□ 盛玉雷

“要正确对待一时的成败得失,处优而不养尊,受挫而不短志,使顺境逆境都成为人生的财富而不是人生的包袱。”习近平总书记曾寄语青年正确对待困难和压力。

的确,没有哪一代人的青春是容易的。15岁,到延安插队;22岁,去大学上学;26岁,到机关工作;29岁,到基层锻炼……习近平的青年时光,充满了曲折和磨砺,却写下了传奇与震撼,成为一代青年的样本和典范。“请不要在最能吃苦的年纪选择安逸。”奋斗是青春最厚重的底色,经受了磨难,受得了痛苦,熬得过孤独,才不会被时代落下,才能成为时代的弄潮儿。

今天,青春是用来奋斗的;明天,青春是用来回忆的。现实中,一些年轻人却开始“叹老”。的确,面对城市的生活压力,面对职场的生存法则,养育儿女、赡养老人,买车、买房……难免会让青春染上些暮气。然而,怀疑的时代依然需要信仰的力量,物质的年代更需建构精神的家园。真正有意义的青春和人生,必然是用奋斗来打磨的。把今天的绊脚石变成明天的铺路石,才能活出自己的精彩。

其实,青春既是人生的一个时期,更是生活的一种心态。近80岁高龄走上T台,被网友称为“最帅大爷”的王德顺,在60岁生日时这样写道:“我并不盼望你的到来……它象征着我的成熟,也预告了我的衰老。好在我并不服老。”鲜活的心跳,不是年轻人的专属;年龄的递增,也只是数字的跳跃;只有来自心灵的疲惫,才会带来无可挽回的衰老。正如有人所说,越来越老并不可怕,可怕的是让人觉得越来越老。

一个昂扬向上的社会,到底需要怎样的青年?对此,生活给出了最生动的注解。年轻战士卫国戍边,用满是皴裂的手,拿着冻成冰块的牛奶;高中女生武亦姝满腹诗书,用精彩绝伦的表现,满足人们对才女的所有想象;耶鲁大学毕业生秦玥飞,在城市和田垄之间,毅然选择后者……解析“青年”的含义,可以是爱国,可以是担当、是自强,也可以是勤于思、精于业。青年人最大的资本,恰恰是最容易被自己忽视的青春;青春最值得的回忆,正是追逐梦想、成长奋斗的痕迹。

当然,青年群体的自嘲,一定程度上也反映着对未来的焦虑。唤醒年轻心态,不仅需要青年人振奋精神,也需要整个社会为之扫除心头的暮气,激发追逐梦想的朝气。出台《中长期青年发展规划(2016—2025年)》,实施更加积极的就业政策,推动“双创”政策落实,确保教育资助到位……国家不断为青年搭建起广阔的舞台,助力他们舞出绚丽青春,正是因为青年一代的理想、精神状态、综合素质,是一个国家发展活力的重要体现,也是一个国家核心竞争力的重要因素。

领悟人生真谛,靠的是经历而不是年纪;破除成长迷雾,靠的是奋斗而不是“叹老”。人生各个阶段都有各自的意义,但无论身处何方、年龄几许,心怀青春,生命就不会褪色。努力、昂扬,让青春拔节生长,舒展成该有的模样。



为适应当前我国文化新业态不断涌现的新形势,更好满足文化体制改革和文化发展规划的需要,新修订的分类类别共设置9个大类,分别是新闻信息服务、内容创作生产、创意设计服务、文化传播渠道、文化投资运营、文化娱乐休闲服务、文化辅助生产和中介服务、文化装备生产、文化消费终端生产。

纪实文学《梁家河》在陕西首发

5月2日,纪实文学《梁家河》一书首发仪式在陕西西安举行。该书近日由陕西人民出版社出版,即日起在全国新华书店发行。新华社(张博文 摄)



文化市场

2017年中国网络版权产值突破6000亿元

国家版权局网络版权产业研究基地在京发布《中国网络版权产业发展报告(2018)》

□ 白炜

近日,国家版权局网络版权产业研究基地在北京发布了《中国网络版权产业发展报告(2018)》(以下简称《报告》)。《报告》依据世界知识产权组织关于版权产业的界定,将网络核心版权产业界定为依托版权保护,依赖于网络技术和应用,完全从事创作、生产与制造、表演、传播与展出、发行与销售内容产品的产业。当前,我国网络版权产业继续保持快速增长趋势。根据测算,2017年中国网络

版权产业的市场规模为6365亿元,相较2016年增长了27.2%。其中,中国网络版权产业用户付费规模为3184亿元,占比规模突破50%。

《报告》显示,传统文化产业正在积极拥抱互联网,加快数字转型。例如,在数字阅读领域,数字阅读平台培育了用户的在线阅读习惯,用户阅读习惯的迁移推动出版社对数字阅读平台从被动接纳转为主动接受;在音乐娱乐市场,移动K歌模式正在向线下延伸,传统KTV市场有了新的活力。

在网络版权产业的各个细分领

域,用户规模和增长都有不错的表现,充满了创新与活力。在用户体量增长和会员精细运营的双重拉动下,2017年中国网络视频用户付费市场规模为218亿元,同比增长接近翻倍,预计未来两年仍会保持超过60%的高速增长。在用户付费意愿提升和IP改编变现的推动下,中国数字阅读市场规模突破百亿元,同比增长31.1%,预计未来几年复合增长率仍将接近30%。2017年中国网络音乐市场规模(不含电信增值业务)已达到175亿元,同比增长

22%。音乐+社交、K歌+移动互联网的模式更好地满足了用户的情感需要,备受市场认可。

《报告》显示,短视频产业在2017年也实现了迅猛增长,用户规模已突破4.1亿人,同比增长115%。短视频市场用户流量与广告价值爆发,预计2020年短视频市场规模将超350亿元。值得注意的是,直播、短视频产业都是从2014年之后才突然兴起,并得以迅速推广,体现了移动互联网与数字内容产业融合后的巨大爆发力。

虽然中国的网络版权产业一直

保持着快速增长,但同时也面临着流量红利衰减的挑战。2017年,中国移动互联网人均使用时长同比仅增加8.7分钟,用户人均单日使用时长临近饱和,因此,提升存量消费市场的质量是未来竞争的焦点。当前,中国网络版权产业各领域积极融合发展。在技术应用方面,“内容+社交+AI大数据”推动了信息流、音乐社交以及微信小程序等新内容生态的形成。在产业生态方面,互联网与影视、出版、音乐、动漫等上游产业还将进一步深度融合,培育更加繁荣的原创市场。

文化艺术编辑部

主任:王志

执行主编:宋若铭

责任编辑:于馨

新闻热线:(010)56805161

监督电话:(010)56805167

电邮:whzk619@163.com