

中华诗词学会曾公布数据，全国每天新创作的传统诗词有5万首。这些作品虽然都被冠以“诗词”或“传统诗词”“旧体诗词”之名，但它们所依据的规则并不相同。主要的差异在于用韵：一部分人用新韵，一部分人用旧韵。现代人写传统诗词，该用新韵还是旧韵？争论不少。

我国文化产业进入发展黄金期

国家统计局对全国5.8万家规模以上文化及相关产业企业调查显示，2019年上述企业实现营业收入86,624亿元，比上年增长7.0%

□ 张雪

读书、看电影、刷短视频、听音乐、打游戏……近年来，人们似乎越来越离不开这些活动，丰富多彩的文化产品将我们的精神世界点缀得五彩斑斓。数量多、质量优的文化供给背后，离不开文化产业的高歌猛进。

近年来，特别是“十三五”以来，我国文化产业迎来加快发展的黄金期。据统计，2018年，我国文化产业实现增加值41,171亿元，比2004年增长11倍；文化产业增加值占GDP比重由2004年的2.13%提高到2018年的4.48%，成为国民经济发展的重要支柱产业。据国家统计局对全国5.8万家规模以上文化及相关产业企业的调查，2019年，上述企业实现营业收入86,624亿元，比上年增长7.0%，保持平稳较快增长。在文化及相关产业9个行业中，新闻信息服务、文化投资运营、创意设计服务分别增长23.0%、13.8%、11.3%，增速均超过10%；文化投资运营和文化娱乐休闲服务增速由负转正，其中，文化投资运营由上年下降0.2%转为增长13.8%；文化娱乐休闲服务由上年下降1.9%转为增长6.5%。

政策红利持续释放

“文化产业如同文化领域的一颗明星，自身快速发展有力推动了国民经济增长，促进了文化消费的跃升，丰富了人民群众的精神生活。”中国传媒大学文化产业管理学院副教授王青亦表示。

文化产业的蓬勃发展，有赖于政策的保驾护航。宣传文化部门会同有关部门从财政、税收、科技、金融等方面持续为文化产业发展释放政策红利。中央和有条件的地方设立了文化产业发展专项资金，累计金额超过600亿元。2013年~2018年，中央财政安排文化产业发展专项资金275亿元，支持项目超过4000个。此外，宣传文化部门还推动出台了电影、电视剧、戏曲、出版、动漫等方面的专项配套政策。

文化企业是现代文化产业体系的核心，为增强企业活力，有关部门积极推进文化领域“放管服”改革，提高营商便利度；降低文化市场准入门槛，稳妥推进企业股份制和混合所有制改革，在部分国有文化企业开展职业经理人试点和员工持股试点；鼓励民营资本参与国有文化企业改制，支持非公有制文化企业加快发展；做强做优做大骨干文化

企业，推动文化企业以资本为纽带，跨地区、跨行业、跨所有制并购重组，打造主业突出、产业链完整、核心竞争力强的文化企业集团。

自身创新谋求发展

9月10日，故宫博物院2020年最重磅的展览——《丹宸永固：紫禁城建成六百年》开幕，不少游客在参观展览后仍意犹未尽，纷纷选择几样文创产品，“把故宫带回家”留作纪念。

近几年，故宫博物院开发系列文创产品，通过挖掘故宫藏品所蕴含的独特文化价值，并不断创新，把具有故宫特色的中国传统文化元素植入当代工艺品和日常消费品中，让优秀传统文化与时尚元素完美结合。

精心设计加上精美工艺，让故宫文创产品成了名副其实的“网红”爆款，它们不仅将文物背后的文化魅力播种到社会公众心中，还取得了良好经济效益。

文化产业实现经济效益，离不开自身创新求发展，除了内容创新以外，技术创新同样不可忽视。“疫情期间，虽然不方便到电影院、剧场实地观演，但是通过一部手机，我们还是能享受到丰富的文化大餐——

看电子书、刷短视频、欣赏‘云’演出。”大学生王紫萱说。

近年来，随着互联网、移动互联网、大数据、人工智能等科技的发展，数字内容、动漫游戏、视频直播、视听载体、手机出版等基于互联网和移动互联网的新兴文化业态已成为文化产业发展的新动能和新增长点。

在第十五届北京文博会中国文化产业高峰论坛上，据中国文化产业协会会长张斌介绍，文化产业新业态在疫情期间发挥了重要作用，有效保证了人民生活秩序，有效支撑了居家娱乐活动需求，推动了传统文化转型，加快了线上线下融合发展趋势，也为文化产业高质量发展赋能。

今年国庆中秋假期，建业·华谊兄弟电影小镇很热闹。走进电影大道，游客就“穿越”到了20世纪风起云涌的老郑州。这里的一切都围绕电影展开，银幕里的光影梦境转化为游玩里的身临其境，无论老幼，都可以体验“演在故事里，玩在大片场，吃在电影中，住在剧情内，购也要入戏”的乐趣。

文化和旅游“联姻”，以文促旅、以旅彰文，电影小镇在传播电影文化和中原文化的同时，实现了良好经营目标，有效带动了地区投资。

近年来，跨界融合成为文化产业发展的突出特点，文化与旅游、体育等行业强强联合，为经济发展涂上一抹亮色。

产品供给丰沛高质

孙明汐是一名“文艺青年”，他的感觉是，“在北京，只要你愿意，一星期每天都可以安排不重样的文化活动”。

正是文化产业的活跃，丰富了文化产品的供给。单从数量上看，我国2015年~2017年舞台艺术创作共推出原创首演剧目4499部，全国艺术表演团体演出场次从210.8万场增加到293.6万场。2012年~2018年，图书出版从41.4万种增至51.9万种，故事影片创作生产平均每年超过700部。2018年电影产量超过1000部，票房达609亿元，制作完成并获得发行许可的电视剧共323部13,726集、电视动画片共241部8.6万分钟。我国成为世界图书出版、电视剧制作、电影银幕数第一大国。

不仅数量充足，文化产品供给质量也大幅提升。文化精品特别是主旋律作品日益丰富，一批讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄精品力作引发强烈反响。

随着我国经济持续快速发展，以及文化产品供给的日渐丰沛高质，人们越来越愿意为文化“买单”，精神生活越来越富足。据统计，2018年，全国居民用于文化娱乐的人均消费支出为827元，比2013年增长43.4%，2014年~2018年年均增长7.5%，文化娱乐支出占全部消费支出的比重为4.2%。

喜马拉雅是国内规模最大的互联网音频分享平台，在服务6亿多用户的同时，也为上千万音频内容创作者提供了就业创业机会。文化产业服务民生的作用正在凸显，2017年全国文化产业从业人员达到2138万人，较2004年的873.26万人增加了1.45倍。

文化产业的兴旺正支撑着我国文化产品和服务在国际市场上崭露头角。《流浪地球》《长安十二时辰》等影视作品在海外“圈粉”，网络游戏《王者荣耀》《阴阳师》等在海外获得成功……有关专家表示，文化走出去不仅规模持续扩大，质量进一步提升，更为重要的是通过网络化、市场化以及线上线下相结合等方式，呈现出我国年轻、时尚、活力的崭新面貌。

让文化产业深度融入经济社会

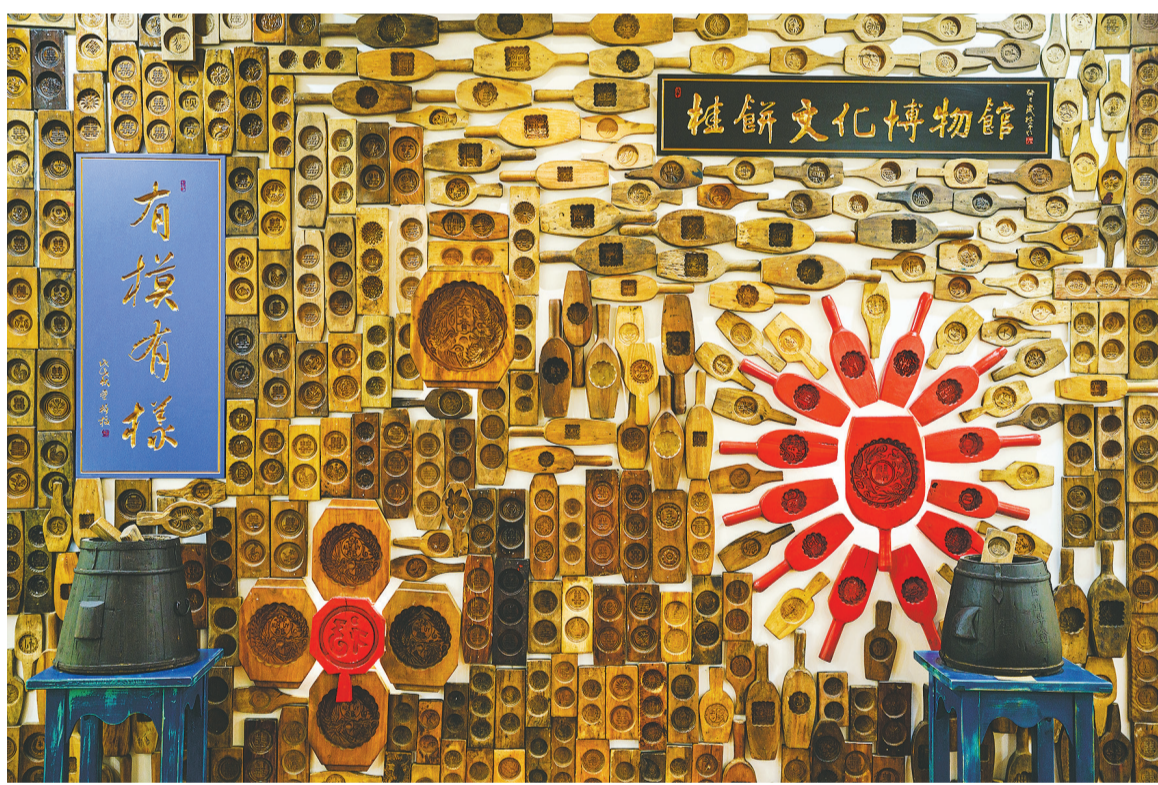
□ 姜天骞

“十三五”时期，我国文化产业坚持质量与效益并重，结构进一步优化，特别是以“互联网+”“文化+”为依托，文化产业实现与制造、建筑、设计、信息、旅游、农业、体育、健康等相关产业融合发展，为国民经济转型升级注入活力，为丰富人民生活发挥了重要作用。

“十三五”时期，是文化产业进入大数据时代，也是新产业、新业态与文化产业融合、转型、升级的历史机遇期。这一时期，我国文化产业发展呈现出三大特色。一是精品导向。文化产业社会价值进一步凸显，涌现了更多传播当代中国价值观念、体现中华文化精神、反映中国人审美追求的精品力作。二是融合发展。近5年，文化产业走出传统文化艺术、新闻出版和影视创作的“小文化”，迈向国民经济的“大文化”，向经济社会全领域植入、渗透和融合，为供给侧结构性改革提供了动力和路径选择。“文化+”作为一种创新途径，与经济社会各领域相互作用，提亮对方的同时也将自身发扬光大，取得了“一加一大于二”的效果。三是转型升级。一方面，网络视听、移动多媒体、数字出版、动漫游戏等新兴产业加快发展；另一方面，出版发行、影视制作、工艺美术等传统产业升级，涌现出旅游地产、文创小镇等新业态。

“文化产业是朝阳产业，大有前途。”展望下一个5年，我们要更加重视发展文化产业，充分发挥文化产业在调整结构、扩大内需、增加就业、推动发展中的重要作用。通过“文化+”的浸润，继续催生新业态，解决文化产业发展问题，推动弘扬中国传统文化。同时，要把文化产业放到经济发展新格局中，统筹文化产业发展与整个国民经济发展的关系，从而实现文化经济一体化，满足人民群众对美好生活的需要，进一步释放文化消费的巨大潜力。

从市场方面看，应建立完善文化市场，进一步放宽准入标准，健全文化市场的法律法规。从生产者方面来看，要继续提高文化产品质量，满足消费者通过文化消费体验获得资讯、提高审美、改善知识结构的心理期待；随着互联网的发展，居民文化消费方式正从排浪式逐步走向个性化，文化产品生产者要提供更多元的公共文化服务和创新创意产品，以满足日益增长的文化消费需求。从消费者方面看，要进一步引导消费者提高文化消费的审美水平和鉴赏能力。



探访糕饼文化博物馆

广西南宁市保爱路有一家以糕饼文化为主题的民间特色博物馆。馆内藏品约有300余件，以广西和广东两地民间所用的木质饼模、饼印为主，其中一部分藏品已有百余年历史。图为各式各样的饼模铺就的陈列墙。

廖章利 摄

延伸阅读

新时代文创产品开发如何实现守正创新

用好政府导向和市场机制的合力，让文博单位和企业充分发挥各自优势，深度融合、精细分工、协作共赢，让文创产业基本要素自由流动，走出一条文创产品开发专业道路

□ 施雨琴

文创产品是让文物藏品融入人们日常生活的重要载体。近年来，我国博物馆文创产品开发蓬勃发展，而人民群众不断提升的文化需求则对这个领域提出更高的要求。

“新时代文创产品开发必须把握守正创新总基调。”国家文物局博物馆与社会文物司司长罗静近日表示，文创产品开发是文博事业中最具创新活力的领域之一，文创产品能潜移默化地引导人们认知美、享受美、创造美，引导人们形成向上、向善、向美的生活理念。同时，要警

醒和摒弃一些不良倾向——部分文创产品与人民群众的购买能力、实际生活需求脱节，产品设计低俗化、趣味品味不高等。

新时代，如何让文创产品开发满足守正创新的要求？近日在上海举行的“授权让文博资源‘活’起来”交流对接会上，不少业界代表分享了多年探索的心得。故宫博物院、敦煌研究院等9家博物馆与相关授权单位就可以合作的资源进行了对接和洽谈。

精细化、有针对性，正逐渐成为当前文创产品开发领域的业界共识。2019年，国家文物局印发《博物

馆馆藏资源著作权、商标权和品牌授权操作指引（试行）》，开展博物馆馆藏资源授权，从而让博物馆馆藏资源授权给企业或其他社会力量去开发文创产品变得“有规可依”。

“有规可依”只是第一步。当下，一些文创产品文化深度欠缺、文化元素牵强、同质化严重等问题受到诟病，相对保守落后的发展模式更制约着文创产业的发展。

“在合作发展文创产业过程中，对接方式随意性较大、稳定性较差，很难满足对文物内容的深层次理解和产业形态的渗透式拓展。这需要我们进一步转变观念、创新思路，全

方位推动授权开发工作从粗放式向精细化转变。”罗静认为，从授权方式到产品开发再到各方分工，下一步都需要实现精细化。

与会的故宫博物院副院长姜玮分享了故宫多年来在馆藏资源授权方面的探索。“在未来，让文化创意守正创新，把社会效益放在首位，实现社会效益、经济效益相统一，需要各方面精准对接、精准发力，达到‘1+1>2’的效果。”

敦煌研究院副院长苏伯民在会上表示，近年来，敦煌研究院开展了以馆藏资源授权、著作权授权、商标权授权、品牌授权以及数字化成果

授权等为主的多种授权。在2021年，将通过更具有针对性的授权，来开拓线上线下相结合的文化创意方式，使文创产品及服务进入更加广泛的范围，走到人民群众中去。

在文创产品的开发上，文博单位和企业稳定可持续性的合作至关重要。

“我们相信，只有用好政府导向和市场机制的合力，让文博单位和企业充分发挥各自优势，深度融合、精细分工、协作共赢，让文创产业基本要素自由流动，才能走出一条文创产品开发的专业道路，才能创造出满足消费者个性化、多样化需求的文创产品。”罗静说。



第六届中国非遗博览会举办

以“全面小康、非遗同行”为主题的第六届中国非物质文化遗产博览会近日在山东济南国际时尚创意中心开幕。本届博览会分线上、线下两个板块，其中线下展览包括84个非遗项目、46个扶贫工坊。图为粤剧艺人准备进行展演。

新华社记者 郭绪雷 摄

文化艺术编辑部
主任：王志
执行主编：明慧 宋若铭
新闻热线：(010)56805161
监督电话：(010)56805167
电邮：zhk619@163.com