

2000余家参展商文博会各显神通

昨日,第七届中国北京国际文化创意产业博览会的主展场在中国国际展览中心正式拉开帷幕,5.5万平方米的展区汇聚了来自国内外2000余家文化创意产业界的知名企业及机构。

展出内容涵盖了非物质文化遗产、影视文化、设计创意、文化旅游、城市雕塑等诸多领域。这其中既包括了北京卫视3D频道、爱奇艺、蓝海卫视这样的媒体类参展商,又包括了诸如小马奔腾文化传

媒有限公司、北京若森数字科技有限公司等在近些年来有着飞速发展的新兴文创企业。

“看一看、瞧一瞧,60多岁的老头露白牙,快来看洋片。”随着洋片大师张谦的一声吆喝,大兴展区里挤满了前来参观的人,想要一探洋片真面目的人,更是排起了长长的队伍,记者粗略统计了一下达到60余人。

年过六十的张老爷子,已经演了13年的拉洋片。“我从来没有拜过师傅

学习如何拉洋片,最初干上这行也是因为自己喜欢。如今好这个的人越来越少,但怎么说这都是一个老手艺,必须传承下去。”据张老爷子介绍,为了能够吸引到年轻人关注洋片这项“非遗文化”,他特意请人将当下最为流行的3D技术融入其中,并希望以此迎来洋片的新升级。

此次大会专门为台湾文创品牌设立了一个精品展馆,来自台湾的70余家文化创意产业厂商

参展。台湾统帅行有限公司执行副总游雅晴告诉记者:“这是我们第一次来到内地参展,由于近些年来内地与台湾的交流日益频繁,再加上文化创意产业近两年的受关注度日益增多,我们特别希望通过这样一个平台将自己的产品及品牌文化推向内地。”

TCCA台湾文化创意产业联盟秘书长黄銑钊向记者表示,去年台湾参展商在文博会上的整体成交额达到了2亿多元,预计今

年将会超过2.5亿元。“我们希望将台湾的创意与内地的文化结合在一起,以

更好地促进文化创意产业在两岸的发展。”

本报记者 卢扬



参展企业与参观者频繁互动

参展商扫描

A8音乐

通过“描述”找到合适音乐

在文博会现场,A8音乐的展位格外引人注目,一款名为Jing.fm的数字音乐应用软件吸引了大家的注意。

Jing.fm的创始人施凯文向记者介绍道,目前国内的数字音乐产品或应用软件中,以点播类产品或应用软件居多,即指定某首、某类或者某个歌手的歌来听,例如QQ音乐等。但他发现,在听歌的时间段里,有超过30%的用户其实是希望能通过自己在某时某地的特殊感受,经过相应的描述来寻找合适的音乐。正是抓住了这样的市场需求,A8音乐成功孵化出一款由用户通过描述来找到自己想听的音乐产品——Jing.fm。

施凯文表示之所以选择做一款电台类的音乐产品,一个重要原因是,电台类产品因为不能单曲搜索、不能点播、不能下载,所以版权费用大幅降低,只有点播类产品的1/5或1/10。“QQ音乐这种点播产品版权费动辄上千万,创业型团队是比较适合开发电台类音乐产品的。”施凯文如是说。Jing.fm目前是依靠广告收费,但施凯文希望音乐收费后,会逐步转向用户包月的收费模式。

本报记者 陈杰 实习记者 肖湘女

若森

台网联动打造动漫营销新模式

北京若森数字科技有限公司副总经理吴震在文博会上表示,若森预计在明年将联合电视台及网络媒体打造出一套全新的动漫营销模式。

“这一新型营销模式就是通过对若森和网络媒体(或电视台)资源优势的整合,合作双方共同出资并策划动画片项目,在共同享有版权的同时,按投资比例分享包括发行、授权、周边衍生等一系列动漫全产业链收益。”在吴震看来,这一模式的出现,可以实现制播双方的共赢。

若森通过9年的技术积累,形成了一套自主知识产权的动画片开发制作体系,并通过这套体系已经成功地制作了三维动画片《侠岚》。目前制作一分钟三维动画的最低成本是在1.5万元左右,而若森制作相同类型、相同质量的三维动画可节省一半的成本费用,有时甚至更低。“由于我们是自主研发的制作体系,因此省去了很大一部分的软件购买及版权方面的支出,因此大大降低了制作成本。”吴震如是说。

本报记者 卢扬

企业声音

■蓝海传媒集团CEO 诸葛虹云

走出去要知道观众想看什么

在本次文博会开幕式当天,蓝海电视推出名为“蓝眼睛里的中国”的互动海选活动。所有参展观众都可以通过上台演讲、投票的方式,向5位来自海外的评委推荐自己认为最具创意的文化项目。

蓝海传媒集团CEO诸葛虹云告诉记者:“我们想通过这种方式推介品牌形象的同时,了解外国人所需要的中国文化到底有哪些。”她还表示,明年蓝海电视除了在美国继续扩大卫星辐射范围以外,还实现了在英国及非洲某些国家的卫星频道落地。

本报记者 卢扬

■FAB精彩集团董事长 张鸿成

5C智能终端机推广正版内容

此次文博会,FAB精彩集团带来了明年将重点推广的5C智能终端机。5C终端机主要的市场在于公共场所推广,消费者随时可以通过5C智能终端设备将最新的电影、音乐方便地下载到手机、U盘等移动存储设备上,其付费方式采用会员付费制。

FAB精彩集团董事长张鸿成表示,5C智能终端的优势在于拥有庞大的版权资源,提供了目前市场上主流热播的电影、音乐等数字内容,消费者可以以低廉的价格在5C智能终端上下载这些正版高品质的数字内容。

本报记者 吴园园

■蓝深科创董事长 王辉

用3D传承传统艺术

此次文博会上,作为中国首个3D产业园首批入驻企业,北京蓝深科创科技有限公司与北京人艺联合推出了3D版的《茶馆》、《雷雨》、《甲子园》等多部人艺经典舞台剧,将3D技术成功引入传统文化领域,引人关注。

蓝深科创董事长王辉告诉记者,人艺有很多老艺术家都超过80岁,此次就是想借助3D形式记载这些老艺术家的作品,并让它们流传下来。王辉表示,并不是所有传统的项目都适合用3D来表现,舞台剧和京剧的舞台纵景很深,符合3D技术体现,所以才选择拍摄这两种艺术形式。王辉告诉记者,公司正在构想把3D的舞台剧和京剧搬到电视台甚至是院线。

本报记者 陈杰 实习记者 肖湘女



若森数字科技、A8音乐、一千零一夜等知名参展商在文博会吸引诸多关注。本报记者 王悦/摄

一千零一夜

用电影分账模式来开演唱会

这次文博会上,一千零一夜将进行一个关于明星巡回演唱会的投资签约仪式。此次签约的明星演唱会模式,将聚集中国国际演出剧院联盟、一千零一夜以及御嘉投资基金管理有限公司三方合作,由御嘉投资公司每年提供一个亿的资金,共签约三年,总共3亿元,由一千零一夜作为执行公司来共同举办明星巡演。获得的收入由御嘉投资公司、一千零一夜和国际剧院联盟、明星和其经纪人三方共同分账。

“相比于明星个人筹办演唱会,对于明星而言,省去了其举办演唱会的资金,另外还有演唱会的场地,为其节约了成本,他们可以专心搞创作,对于我们和剧院联盟而言,可以通过资源整合,合理安排剧院的档期,也提升了我们的品牌 and 影响力。”一千零一夜总裁李健表示。

而中关村雍和园管委会副主任韩树凡对此也表示,一千零一夜就是在用电影票房分账的模式做演艺。创作方与运营方通过共同推演艺剧目获得的收入进行双方分账,这具有开创性意义。

本报记者 吴园园

盛世骄阳

让小网站弃“盗”从“正”

在此次文博会上,北京盛世骄阳文化传播有限公司市场公关总监贺荣向记者透露,从明年起盛世骄阳将开始拓展数字电视、IPTV、高校渠道、KTV以及小型的视频网站、酒店点播等小众市场。比如在KTV里,就可以实现点大片。对一些靠盗版经营的小网站,推出低价的正版影视包,让他们弃“盗”从“正”。

贺荣介绍,新媒体影视节目在一些小型的视频网站上基本都处于盗版状态,原因之一在于小网站拿不出钱购买昂贵的正版影视、音乐内容资源。而盛世骄阳通过低价授权正版经营的模式,推出“正版普惠计划”,即推出一个包含几千部到上万部影视剧的“正版包”,正版包的定价根据渠道的大小及规模不同而不同,从万元至几十万元不等。

“正版包价格较为低廉。小网站购买了正版包,既实惠又省去了盗版播放风险。”贺荣表示,此外盛世骄阳在文博会上还推出了其“视频广告联盟”项目。盛世骄阳通过自有的虚拟院线“骄阳热播剧场”,实现与视频网站的合作,以获得广告收入。

本报记者 吴园园