

首届北京文化论坛定位“四个平台”

7月18日,首届北京文化论坛宣布将于7月25日-26日正式举办。据悉,北京文化论坛由中宣部、文化和旅游部作为指导单位,北京市推进全国文化中心建设领导小组办公室、中共北京市委宣传部主办,东城区委区政府协办。论坛以“传承·创新·互鉴”为永久主题,以“推动文化创新 赋能美好生活”为年度主题,包括开幕式暨主论坛、四个分论坛及相关活动,力争打造成为文化领域的全国性品牌论坛。

主论坛和四个分论坛多向交流

据悉,首届北京文化论坛将坚持“四个平台”定位,力争打造成为文化建设成果的重要展示平台、文化建设经验的重要交流平台、文化创新发展的重要合作平台、讲好中国故事的重要传播平台。

按照计划,首届北京文化论坛的开幕式暨主论坛将于7月25日举办,围绕推进社会主义文化强国建设、推动文化和旅游深度融合、繁荣发展社会主义文艺、加强全国文化中心建设和弘扬北京冬奥精神等开展交流。同时,成果发布环节将揭晓“全国文化中心建设2021年度十件大事”,而来自文化、科技等行业的领军人物还将开展圆桌对话。

而在7月26日,四个分论坛将同时举办,包括以“传承历史文脉 增强文化自信”为主题

的历史文化传承与发展分论坛,以“创新·赋能·发展”为主题的文化与科技融合发展分论坛,以“创作文艺精品 引领美好时代”为主题的文艺精品创作与传播分论坛,以及以“交流·合作·发展”为主题的文化交流与合作分论坛。

值得注意的是,在文化与科技融合发展分论坛上,《北京文化产业发展白皮书(2022)》将正式发布,并全面梳理北京文化产业发展的重要数据、政策措施、重大事件、趋势特征,客观反映北京文化产业发展的年度情况,并结合新形势和新要求,提出未来一段时期北京文化产业发展思路。

而在文艺精品创作与传播分论坛上,“人民艺术家”、著名作家王蒙,中国戏剧家协会主席濮存昕,中央美术学院院长范迪安,北京舞蹈家协会主席陈维亚,以及北京电影家协会主席《长津湖》总监制黄建新《觉醒年代》导演张永新等都将亮相。

>>首届北京文化论坛特色亮点

论坛

开幕式暨主论坛
分论坛:历史文化传承与发展分论坛、文化与科技融合发展分论坛、文艺精品创作与传播分论坛、文化交流与合作分论坛



北京文化论坛
2022
BEIJING
CULTURE FORUM

观摩路线

◆ 中轴线沿线点位
◆ 首钢园和燕京八绝博物馆
◆ 三庙一塔、大运河沿线和城市副中心三大公共文化设施

氛围营造

推出百余场文化活动

观摩路线展示北京文化地标

除了主论坛与分论坛外,此次首届北京文化论坛选取了中轴线、首钢园和大运河等独具首都特色的城市文化地标,特别设计了三条现场观摩路线,展现北京文化产业发展的不同方向。

首先便是中轴线沿线点位,反映中轴线申遗保护、老城有机更新、红色文化传承等方面的内容;第二条观摩路线则是首钢园和燕

京八绝博物馆,反映了工业遗存绿色蝶变和非遗活态传承等方面的内容;最后一条路线则包含三庙一塔、大运河沿线和城市副中心三大公共文化设施,反映大运河文化带保护建设、城市副中心创新发展等方面的内容。

不只是通过观摩路线来展现首都文化,首届北京文化论坛还将通过编辑出版《北京市推进全国文化中心建设成就图册》,集中展示近年来首都文化建设的生动实践。

此外,作为首届北京文化论坛举办地的东城区,现阶段正推进北京文化论坛服务保

障工作。且据东城区委常委、宣传部部长赵海英介绍:在观摩安排方面,我们将永定门御道、前门三里河、颜料会馆、北大红楼、钟鼓楼等富有老城神韵和京味特色的点位“串珠成链”,带领大家领略厚重的城市文化底蕴。在氛围营造方面,我们联合国家及市属各类驻区文化单位、机构和院团推出百余场文化活动,为市民群众不间断输送高质量文化服务”。

打造全国性品牌论坛

不言而喻,北京是一座有着3000多年建城史、860多年建都史的历史文化名城,也是全球首个“双奥之城”。作为全国文化中心,北京在落实文化强国战略上肩负着重要责任和使命。

目前,各项筹备工作正在有序推进,并坚持安全第一,专门成立疫情防控组,统筹论坛各项活动的疫情防控工作。

北京市推进全国文化中心建设领导小组办公室副主任、北京市委宣传部副部长赵卫东表示,北京文化论坛总的发展方向是打造文化领域的全国性品牌论坛,成为继“两区”“三平台”之后,国家服务业扩大开放综合示范区、中国(北京)自由贸易试验区,服贸会、中关村论坛、金融街论坛,又一个服务新时代首都发展的重要平台。北京商报综合报道
图片来源:官方供图

谁在营销“靠声音月入过万”

“靠声音副业赚钱”教你说话就能月入过万“小白也能声音变现”……在有声行业快速发展的当下,诸如此类的帖子与广告充斥在多个社交平台,持续诱惑着人们。然而,这背后却暗藏着一个又一个牟利圈套,不仅7月18日16岁女生找声音主播暑假兼职被骗3万元后又被骗5万元一事在微博引发热议,北京商报记者调查发现,市场中还存在着号称短期培训便可接单并实现月入过万的培训班,而实际却是课程与宣传不一致、先前承诺提供配音机会等保证无法兑现等情况,用“月入过万”的噱头蒙蔽了消费者的双眼。

兼职声播却陷刷单骗局

一条名为“女生被骗3万后不服气又被骗5万”的微博话题,于7月18日登上微博热搜。据该话题显示,一名16岁的女孩因喜欢配音,在网上找了一份声播暑假兼职,并得知如果想要接到配音的工作,需要先刷单,于是该女孩先刷了两单并向对方转账3万余元,就在要刷第三单时,被其母亲发现并报警,而此时该女孩因意识到被骗要联系对方理论,没想到又被对方骗走了5万元。

正当该事件引得热议纷纷之时,北京商报记者调查发现,用“兼职配音”作为诱饵,实则是骗取消费者信任行刷单之实,最终导致消费者财产损失的事件并不是个例。

“此前我在一个听书平台上也曾收到私信,询问是否对兼职配音有兴趣,可以介绍相关信息。在添加对方QQ好友后,对方先让我下载了一个软件,说是用于接活,此后又发给我一段文字,作为试录音内容并传至软件上。”据有声书爱好者张先生回忆,提交试录音后,很快便收到对方回复,称通过审核还发10元费用,但此后若想再接活,对方却称需要先提升自己在软件中的信誉值,方式则是按照他们的要求完成刷单、代购等任务;这会儿我便觉得有些不对劲,没敢再往下与对方接触。后来在网上查询发现,很多人都是因为这种方式中了圈套,被骗了数千甚至上万元。”

值得注意的是,就在本月初,扬州警方刚刚公布了刷单类诈骗警情,其中便

包括利用兼职配音引流,将受害人吸引到相关手机软件后再引到刷单上,并有大学生因此被骗了近20万元。

除此以外,在5月底,厦门警方提醒市民群众不要轻信网络上所谓“无门槛”“高收益”“零要求”的兼职广告,而背后起因便涉及受害人看到兼职配音能赚钱,最终按照对方要求代购多笔订单被骗走数万元的事件。

数千元上培训班最终打水漂

正当不少受害人因“兼职配音实则刷单”的陷阱时,还有一部分消费者也是被声音、配音能赚钱的噱头所迷惑,只不过这回的圈套并不是刷单,而是交纳费用上培训班。

消费者田先生表示,今年以来不时能在一些社交平台上看到类似“学习配音后副业月赚超主业”的帖子,都是一个人讲述自己在培训班学习配音后月收入猛涨,甚至仅配音副业便能月入过万元的经历,后续恰好在一个帖子下看到开设配音培训班的消息,便进行咨询;当时客服称交纳4000余元的报名费后,会进行5个月的培训,小班教学,也包含5次一对一指导,培训结束后保证提供工作机会。但交完了费,发现课程并非小班教学,只是一拨人线上观看录制的视频,此后也没有承诺的工作机会,4000余元就这么打了水漂。”

消费者刘女士与田先生也有类似经历:我是在社交平台上看见的配音培训班信息,4个月课程不到3000元,保证后期有工作机会,但在实际培训过程中只是在矫正普通话,也没有人讲述配音实践经

验,课程结束后虽然有所谓的提供工作机会,但我所在的班级里根本没有学员被对方选中”。

当消费者发现培训课与此前宣传存在出入后,与对方进行联系,想要退回全款,但得到的答案或是推脱,或是无法退全款,或是表明今后会继续提供工作机会。“后来我再次翻阅当初签约的报名须知才发现,上面并没有提及如果没有工作机会将退还全款的条目,只是说会提供工作机会,因此也难以用此来让对方退回全款。”刘女士无奈地表示。

天上不会掉馅饼

毋庸置疑,有声行业的市场规模近年来正在日益增长。据易观分析发布的《2022年中国音频市场年度综合分析》显示,2022年我国在线音频行业市场规模有望超过500亿元,用户规模有望达到6.3亿人,同时在线音频用户已经普遍建立起为音频内容付费的意识,超六成表示在过去一年有过付费经历。

在市场的带动下,有声行业受到的关注度日益增长,不仅资本层面纷纷在该领域加码布局相关业务,普通消费者在使用音频的同时也萌生了入行的兴趣,此时便给了不法分子钻空子牟利的漏洞。

配音师王鸣向北京商报记者表示,行业的发展确实给了配音从业者更多的工作机会,但这并不代表是一个毫无门槛、能轻松上手的工作,每年大量专门学习播音的毕业生走向社会,最终都只是真正有声音条件又有专业能力的人才能在行业站稳脚跟,跻身行业前列的更是少数。而没有经过培训、声音条件也不足的消费者如若只是自身兴趣,可以进行尝试,但很难真正走进配音行业。

在数字文创产业智库研究员李杰看来,天上不会掉馅饼,圈套依旧是圈套,只不过披上了一层配音的外衣来装饰自己,引诱消费者的注意,从而达到自己牟利的目的。因此消费者需要保护好自己权益,如若真正对配音有兴趣,要从正规渠道进行体验,不要轻信既无门槛又能有高收入的诱饵信息。

北京商报报道调查小组

试水农场 众信能玩转周边游吗

又一家旅行社开始借助暑期市场试水新业务。7月18日,众信旅游宣布其打造的优沃得世界主题亲子自然教育农场将于7月23日开业,这意味着众信旅游开始向周边亲子游市场进军。由于出境游暂时无法开展,众信旅游就把目光瞄向京郊。在业内人士看来,布局周边游是其在疫情之下对京郊游的一次试水,不过这种产品客单价相对较低,未来众信旅游能否恢复其主业,还需要等待旅游市场进一步复苏。

首次布局京郊

正值暑期,多家旅行社企业都在摩拳擦掌布局新业务,其中众信旅游瞄准了周边亲子游市场。

据了解,优沃得世界主题亲子自然教育农场是众信首度参与开发的共享式自然教育家庭亲子农场,占地面积33万平方米,将在生态景观的基础上,加入自然教育课程、主题观光、亲子活动等多元业态。

目前园区已经开启预售。众信旅游集团媒介公关经理李梦然表示:现在所售卖的门票是早鸟票,双人票的价格为69元,三人票为99元。园区正式开业后,票价可能会有相应调整。”

“此次布局是众信旅游在京郊市场进行的首次尝试。下一步众信旅游将继续围绕京郊目的地市场,持续挖掘北京本地周边旅游资源,打造京郊亲子消费圈新概念。我们也正与各地的旅游部门进行协商,若此次尝试成功,可能会在京郊布局更多的亲子农场。”李梦然谈道。

在尚游汇董事长钟晖看来,众信旅游此次打造的亲子自然教育农场是以亲子为主题的户外休闲综合体,其中加入了露营、研学等时下热门的旅游休闲方式。对于企业来说,这是一种值得尝试的方向,但具体效果如何还有待市场检验。

出境游暂停下的新尝试

“目前出境游、北京跨省游都无法开展,我们开始尝试探索新的发展方向。”李梦然谈道,目前人们出游主要围绕京郊、城市周边开展,这其中亲子游在周边市场中占比又较大,因此众信旅游选择此方向主要试水。

据《2022亲子旅游行业研究报告》,目前我国亲子游市场规模已超过百亿,约占总人口数的16.6%,1-15岁孩子是亲子游主力军。预计未来三年,亲子游市场规模每年有望以40%以上速度持续增长。而在疫情常态化影响下,消费习惯与出游需求的不断变化,亲子游、周边游、户外休闲

游持续火爆,也让亲子农场迅速成为“80后”“90后”父母周末休闲度假的“心头好”。

业内人士表示,亲子游市场除了拥有巨大潜力,更重要的原因是经历了两年多的疫情,以往很多经营出境游的旅行社持续处于亏损状态,眼下面对他们的是如何寻求商机活下去。

据文旅部发布的2021年度全国旅行社统计调查报告,2021年全国旅行社营业收入1857.16亿元,营业利润亏损55.34亿元,国内旅游组织7857.58万人次。而从旅行社企业此前发布的2022年半年度业绩预报来看,多家企业均处于持续亏损状态。

是蓝海也是红海

“农场里可以露营、喂养小动物、甚至还加入了研学等时下热门的旅游休闲方式,不过就目前北京周边的休闲业态来说,这样的产品也并不算少数。”业内人士分析道。

北京商报记者在大众点评上看到,在北京周边就拥有多个休闲农场。其中位于门头沟的西马休闲农场就可以采摘、露营、烧烤等。而这些农场很多都是遛娃的好去处。除了农场,一些星级酒店还在暑期积极布局周边亲子游。今年夏天,西苑饭店计划与种植园合作,推出亲子采摘活动。一时间,周边亲子游市场似乎涌入了众多玩家。

业内人士还谈到,近年来,许多旅行社企业都在寻找新的发展方向,投入转型大军之中,瞄准本地、周边游市场进行发力。像此前中青旅遨游还发布了新品牌“遨游露营家”,进军露营市场。未来在周边游的赛道中,肯定会更加拥挤,因此如何脱颖而出,就成为旅行社商家们必须思考的问题。

一家旅行社相关负责人表示,虽然本地游、周边游频率较高,但是单价远低于团队旅游,往往一单出境游、跨省游都是几千元上万元的单子,而周边游单价则在几十上百元。所以只能通过薄利多销的方式“回血”。就目前而言,周边游产品的体量还远远赶不上出境游、跨省跟团游,因此未来旅行社要想恢复业绩,还要期待旅游市场进一步复苏。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云表示,近年来,旅行社企业正在从需求端向资源端去做渗透,不过对于众信旅游这样以出境游为主营业务的旅行社来说,还需要保留好主业,出境游恢复之后,可以快速恢复自己的业务,为市场提供大众所需要的出境旅游。北京商报记者 吴其芸 张怡然