

崔帅在玩
田忌赛马?

文体汇



扫一扫添加新民体育、
新演艺微信公众号

本报文体中心主编 | 总第 523 期 | 2020 年 11 月 22 日 / 星期日

首席编辑 / 李 伟 视觉设计 / 戚黎明



5.4 万平方米展厅, 超过 1000 家参展商, 包括来自 36 个国家和地区的 101 家海外文化机构; 举办了 1 场主旨论坛, 12 场主题论坛, 66 场发布活动, 14 场专题经贸配对会; 截至昨晚, 展会前 3 天现场达成签约 20 余场, 实际交易金额 3.8 亿元……今天上午, 在第三届长三角文博会新闻通气会暨颁奖典礼上传来一组组令人振奋的数据。从第一届起步, 到第二届跨越, 再到今年的第三届, 长三角文博会的参展规模、办展水平、社会影响有了新的提升。

走过三届的长三角文博会, 除令人欣喜的数据之外, 我们学到了什么新知, 收获了多少朋友, 交流了哪些经验, 又增长了几多信心?

底子好 潜力也大

“2018 年, 长三角的文化产业增加值占全国文化产业增加值总量的 31.9%; 文化产业增加值占区域 GDP 的 5.85%, 高于全国 4.30% 的平均水平……” 昨天上午, 《长三角文化产业发展蓝皮书》在第三届长三角文博会主旨论坛上重磅首发, 数据不会骗人, 长三角地区的文化产业份额在全国占比高, 总量保持绝对优势, 可以说, 文化产业一直是长三角地区的区域经济支柱产业。多年来, 长三角的文化上市公司数量占全国比重约 30%。刚刚发布的第十二届文化企业 30 强中, 长三角就有 10 家上榜, 占比达三分之一。尤其可贵的是, 长三角地区居民的文化消费热情与文化产业的发展高度匹配。2018 年全国人均文化娱乐消费支出为 827.4 元, 沪苏浙皖的数据均远超过全国平均水平。其中, 上海早在

2018 年就突破了人均文娱消费 3000 元, 达 3008.5 元。

与此同时, 这片土地上还集中了全国四分之一的双一流高校、国家重点实验室、国家工程研究中心, 全国三分之一的研发经费支出和有效的发明专利……3 年来长三角的文化产业不仅增速和体量上领跑全国, 对于文化产业加速新旧动能转换、提升数字经济发展, 也已经做好了充分的理论准备。

底子很好, 不过发展潜力还很大。前天举行的 2020 上海版权贸易与产业发展论坛上, 英富曼中国董事总经理龚康康介绍, 中国是全球增速最快的授权市场之一, 去年授权商品零售额达 104 亿美元, 同比增长 9.7%, “但份额仅占全球 3.6%, 国内 IP 市场孕育着极大的产业潜力。”

双“影”擎 上海模式

在首届长三角文博会上, 上海市影视摄制服务机构(见上图)曾因完美演绎“上海服务”而大放异彩, 到了第三届长三角文博会, 它代表的影视产业服务“上海模式”, 已在全国落地生根甚至开花结果。不仅如此, 今年它还首次和成立不到一年的上海市影视版权服务中心联手参展, “我们希望打造上海影视产业服务的‘双影’擎。”昨天上午, 中宣部副部长傅华和中共上海市委常委、宣传部长周慧琳一行到展厅视察, 两家机构的负责人于志庆在汇报时这样说道。

“让我们欣慰的是, 上海影视产业服务‘双影’擎所代表的工作理念, 已经在长三角乃至全国有了诸多结合当地实际的‘本地版本’。”于志庆说。比如, 长三角各地在拍摄服务方面都学习上海, 已完成了取景地的分类, 目前《长三角影视拍摄服务指南》已经编辑完成; 比如, 在全国范围内, 效仿“上海经验”, 结合本地实际, 组建了拍摄服务机构的, 已不下 15 家, 区域覆盖西南到成都、重庆, 东北到长春、哈尔滨。

展商在进步, 长三角文博会本身也在不断进步。经过近两年的努力, 经过国际展览联盟的严格评审, 今年 9 月长三角文博会一举获得世界展览业最重要的 UFI 认证, 成为拥有国际展览资质的品牌展会。这一成果为展会吸引了更多的国际参展商和

国际观众: 瑞士创意中心首次组团参展, 组织了 6 家瑞士创意设计企业亮相; 海外参展商 GAA 全球艺术品机构组织了来自全球 35 个国家, 约 90 位艺术家的 300 多件作品参展, 现场交易量约 20%, 预定交易额超 60%。流连展厅, 我们不难发现, 今年展会, 面积更大了, 服务更细了, 洽谈空间更多了, 项目推介更实了, 哪怕组织办展受到了新冠疫情的影响, 但本届展商数量不降反升, 参展单位和公司最终达到 1011 家, 同比增加 13%, 一大批文化产业重点企业以强大阵容和前瞻视野亮相, 显示了变局中开新局的蓬勃生机。

■ 剪纸展示
本报记者 王凯 摄



■ 戏曲机器人

记者手记

永不落幕

□ 孙佳音

展馆里, 零零星星有展商正收拾、打包, 作撤展准备。但展馆外, 今天上午 11 时, 文博会云南分会场于环球港正式启动, 为期 8 天的“遇见云南”文创集市刚刚拉开帷幕。未来 8 天里, 这个集市将为上海市民带来别具风情的云南文创、秀色可餐的花卉绿植、原汁原味的农产品, 现场还有从云南远道而来的非遗表演, 以及千枝鲜花千盆多肉绿植的免费派送。

展会就要闭幕了, 但会上成立的长三角文化产业投资联盟、长三角数字出版创新发展联盟、长三角文旅专家智库等机构和平台将逐步开展他们的工作, 或参与调研, 或直接投资, 或探索产业发展新模式; 展览结束了, 但交流和交易或许才刚刚开始, 创意开发和授权交易脚步不会停歇, 赋能传统和协作创新的努力也不会停歇。

4 天文博会, 美好而短暂, 我们新交了朋友, 新学了技术, 新定了计划, 欣欣然地要开始书写长三角文化创新发展新的篇章。从这个意义上说, 长三角文博会是永不落幕的。

■ 上图展区《上海画报》与《新报》展台
本报记者 王凯 摄



云互动 化危为机

如果说这一届长三角文博会的背景是全球文化产业正受到疫情的巨大冲击, 那么也可以说, “化危为机”是本届文博会的一大特点。以“智能化、新视听”为重点, 兼顾 5G 应用、人工智能、虚拟现实等应用技术, 突出互动性和体验性的展览展示内容明显增多了, 也变强了, “云互动”实打实成为第三届文博会的亮点。

文化和科技融合催生出的勃勃生机, 让人欣喜、兴奋。尤其并不局限于政府牵头的“大项

目”, 也不止在腾讯等互联网大企业中生根发芽。在江苏馆, 苏州千火信息科技有限公司推出的“康力球”这几天就很“红”。

它, 酷似大热影片《流浪地球》中球形方向盘, 一经转动, 便将观众带入场有趣的野外“跑酷”。球内的传感器配合软件, 让使用者面前屏幕上的动画游戏及时根据人的动作给出回应, “连接”起现实和虚拟的两个世界。“这一款康力球好操作, 易上手, 灵敏度高, 目前已广泛应用于康复训练和幼儿教育,” 现场工作人员告诉记者, “后期我们还会对游戏画面、人物动作进一步做出细化, 来适应更加丰富的应用场景。”

“智造”赋能人文创意, 不仅可以加速虚拟现实商业化应用, 还能帮助传统戏曲艺术释放出更加感染人心的力量。文博会现场, 江苏省演艺集团展出的 20 个戏曲机器人曲艺表演, 赢得观众的交口称赞。据介绍, 一招一式, 一颦一笑, 背后是高精度多传感器设备捕捉传统戏曲演艺的舞蹈、手势、走位等, 再将戏曲动作转变为数字化格式, 最后通过人形机器人展现这些海量数据。戏曲版权数字化再利用, 让传统文化更好地走近现代观众。

首席记者 孙佳音

文化智造 长三角领跑

盘点今天闭幕的第三届长三角文博会



■ 戴上 VR 眼镜“云游”一番