

# 文化产业:新拨专项资金 48 亿

■ 本报记者 李金玲

“受到政策利好影响,文化产业将迎来新的发展机遇期。”中投顾问文化行业研究员沈哲彦对《中国企业报》记者表示,文化产业目前正处于发展初级阶段,分散度较高,规模效应不强。文化企业多属于轻资产企业,上市融资之路艰难,通过并购重组将迅速实现资源有效分配,并购重组势必成为今后文化市场的“主旋律”。

沈哲彦认为,上市文化类公司将成为并购主体,新兴文化产业类公司将成为被并购重点,例如手游、动漫衍生、网络文化等。

## 新增 4 个重大扶持项目

中央文化企业国有资产监督管理委员会领导小组办公室 18 日发布消息,为贯彻落实中央关于文化改革发展的战略部署,加快推动文化产业成为国民经济支柱性产业,中央财政下拨 2013 年度文化产业发展专项资金 48 亿元,比 2012 年增加 41.18%。

截至目前,中央财政已累计安排 142 亿元文化产业发展专项资金,有力地支持了文化体制改革和文化产业发展,对推动全国文化领域结构调整、合理配置文化资源、优化产业发展整体布局发挥了重要作用。

在继续实施一般项目的基础上,今年新增文化金融扶持计划、实体书店扶持试点、环保印刷设备升级改造、重点新闻网站软硬件技术平台建设等 4 个重大项目,着重解决文化产业发展面临的关键性、瓶颈性问题。

另外,2013 年中国电影界最受关注的事件,当数《小时代 1》和《小时代 2》的横空出世,这两部作品是套拍,2012 年 11 月 9 日开机,2013 年 2 月 3 日杀青,然后分别于 2013 年 6 月 27 日和 8 月 8 日上映。一共投资 4500 万,总票房接近 8 亿。国家广电总局电影局官网数据显示,今年前三季度国内电影票房国产片前十名中,郭敬明的《小时代 1》和《小时代 2》均榜上有名。

近日,上市公司华策影视发布公告称,公司已与上海最世文化公司(下称“最世文化”)及董事长郭敬明签署协议,以不超过 1.8 亿元的价格从郭敬明手中收购最世文化



CNS 供图

26%的股权。同时取得了郭敬明作品的优先投资权。同时,《小时代 3》和《小时代 4》进入筹备期,主要投资方正是华策影视。

《中国企业报》记者从华策影视内部获悉,近期公司在各方签署战略合作框架协议后,将尽快安排人员对郭敬明和最世文化进行尽职调查,包括但不限于法律、财务、业务尽职调查。华策影视相关负责人告诉记者,目前一切都在顺利进行,近期将举行新闻发布会,披露合作具体情况。

尽管华策影视的收购行为曾引起业内争议,华策影视却有其自己的战略考虑:此举或许更多在于完善并丰富其产品线。艺恩咨询副总裁侯涛告诉记者,郭敬明的作品比较年轻,会吸引一部分年轻群体。影视研究专家刘牧也表示,虽然郭敬明的作品受众更多是中学生,但这部分群体忠诚度较高,并且也有较强的消费能力,作为国内最大的电视剧制作公司,华策影视此举弥补了它在年轻群体市场的不足。

## 行业整合路径清晰

经过多年发展,文化产业已初

具规模。数据显示,2013 年 1 月至 9 月,文化、体育和娱乐业民间固定资产投资总额为 2018 亿元,同比增长 39.4%,高于全社会民间固定资产投资增速 16 个百分点;1 月至 9 月全国电影票房收入 164.25 亿元,同比增长 34.86%;上半年移动游戏市场规模突破 50 亿元,较去年下半年增长 135.3%。

“居民潜在文化需求未得到有效满足,文化消费存在着巨大的市场空间。”中国人民大学商学院教授江林说。文化消费潜在规模约为 4.7 万亿元,占居民消费总支出的 30%。而当前实际文化消费规模约为 1.0388 万亿元,仅占居民消费总支出的 6.6%,存在约 3.66 万亿元的文化消费缺口。

但文化产业发展中存在的问题也不容忽视。今年以来,相关文化主管部门组织了持续几个月的调研,其中调研发现行业壁垒、区域壁垒仍然存在,文化企业兼并重组仍然存在较大阻力。企业业务单一、抗风险能力弱、行业集中度低等问题仍然突出。这就需要有力度的文化企业适时加快产业融合,进行跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组。

业内专家表示,三中全会将文化板块单列为十五项改革之一,可以预见未来国家对于相关板块和行业的投入将会持续加强,行业的长期向好趋势可以确立。

《决定》指出,文化体制改革有望提速。加快国有文化企业改革、推动文化企业兼并重组、放宽民间资本进入文化产业等方面的政策力度可能进一步加大,新闻出版和影视、广电行业的融合有望逐步推进。

中投顾问文化行业研究员沈哲彦对《中国企业报》记者表示,若文化体制机制和文化管理体制能够与目前文化市场发展相协调,对以内容为核心的文化子行业意义重大,如影视、出版、动漫等。

中信建投研究报告指出,新闻出版和影视、广电行业的融合有望逐步推进。以整合难度从易到难和可能发展的路径来看依次为:民营出版企业整合加速→国有出版企业整合加速→国有出版、报业融合→国有出版报业集团跨区域整合→国有广电机构转企、资产整体上市→新闻出版与国营广电机构合并。

# 中国诚通为中俄文化交流搭平台

■ 本报记者 丁国明 特约记者 竺小政

11 月 12 日由莫斯科格林伍德国际贸易中心举办的《盛世和中国——中国著名画家杨一峰画展》开幕。本次展览由中华人民共和国驻俄大使馆和中国诚通集团主办,并得到了俄罗斯中国总商会、中国国际贸易

促进委员会俄罗斯代表处以及中国南方航空公司的大力支持。

“本次画展既展示了画家杨一峰先生高深的功底,又体现了中国文化的博大精深。”一位参观画展的俄籍人士如此评价。据主办方介绍,此次展览共展出画家杨一峰先生的艺术作品 104 件,展品内容丰

富、形式多样。

中国驻俄联邦特命全权大使李辉现场致辞时表示,现在中俄两国关系正处于历史最好时期,两国的交流不应只停留在政治和经济上,文化也是不可或缺的一部分。此次画展是在格林伍德成功举办,格林伍德不仅是中俄贸易的平台,同

时也是中俄文化交流的纽带。李辉大使对格林伍德承办此次活动给予了极高的评价。

中国诚通集团作为中央企业,其境外投资项目格林伍德国际贸易中心已多次成功承办中俄经济、文化交流活动,是实现两国信息往来的良好平台。

人物

# 让中国孩子拥有自己的迪斯尼

——访河北石家庄金正房地产开发有限公司董事长杨建青

■ 本报记者 鲁扬

“中国内地的孩子以到过迪斯尼乐园为荣,欧美的卡通人物、电游、动画已经进入许多孩子的心里,反观我们本民族的宝贵文化遗产:杂技、西游记人物、神话传说等等,已经不再是孩子们的最爱。我平生最大的梦想就是做一个类似迪斯尼的中国文化综合体!”石家庄金正房地产开发有限公司(以下简称金正公司)董事长杨建青的一席话让一次普通的采访具有了特殊的意义。

据了解,金正公司在石家庄市建成的 35 万平方米的城市商业综合体——金正·海悦天地设计新

颖,内部二层、三层楼上甚至有人造河流,可以划船,不仅吸引了河北及周边地区的大批游客,而且还吸引了来自重庆、广州、上海的一些开发商、投资人慕名前来参观和咨询,一时间成为石家庄市市民最喜爱的休闲消费场所之一。记者本以为这就是杨建青心目中的中国迪斯尼,但得到的回答是:“这只是金正的一个综合商业地产项目,虽然很成功,但这不是我想要的中国文化综合体”。

杨建青时常去美国洛杉矶探亲,到世界各国游历,他最直接的感受是,西方人把一个概念、一个动画人物都变成了财富,向全世界渗透,而中国古老灿烂的文明却时

常被我们自己丢弃或遗忘。他向记者:“唐老鸭、米老鼠真就比中国的孙悟空、猪八戒可爱吗,中国的杂技就比不上西方的马戏吗,我们是不想开发使用还是不会开发使用呢?”

金正公司自 1998 年 9 月 8 日成立至今,已经是一家以房地产开发为龙头,集房地产开发、物业管理、商业地产经营为一体的大型集团化企业了,但从杨建青涉足房地产行业以来,从建造住宅小区、工业城、汽车城、工业厂房、商场、住宅、别墅到后来建造的多个大型项目,包括金正假日名城、金正锦绣花园、金正·海悦天地等,杨建青始终在追求更高的目标,而他如今最

大的心愿就是打造迪斯尼概念的中国乐园。

记者提出请杨建青描述一下他心目中的中国乐园时,这位机敏健谈的企业家突然变得有些保守,但他还是反问记者:“中国北方地区夏季酷热、冬季寒冷,如果把杂技、西游记故事和人物、跳水等项目融入一个全封闭的游乐城中,难道市场不会接受吗?如果在北京五环到六环之间有一块儿 400 亩左右的土地,再能筹集到 50 亿到 100 亿左右的资金,我就一定能实现自己的梦想。老老实实做人,实实在在做事,我会在有生之年竭尽全力去实现自己的梦想,中国梦应该在每个人的行动中!”

样板

# 工艺集团:文化融合推动企业重组

■ 本报记者 万斯琴 丁国明

作为中央企业,如何在并购重组过程中,协调解决企业文化的差异与冲突,实现有效融合,从而达到“文化融合 1+1=1、价值创造 1+1>2”的效应?

“优秀的企业文化不仅对外具有吸引力,对内也具有凝聚力。”11 月 15 日,中国工艺集团公司(以下简称“工艺集团”)相关负责人接受《中国企业报》记者采访,为分享央企好经验时说。

## 文化也创造价值

如今,企业并购重组是当今世界经济发展的一个重要趋势,企业重组已成为中央企业优化结构,加快发展和提高竞争力的重要形式和有效途径。

然而,企业重组成功与否,不仅取决于资本和资源的整合状态,更依赖于企业文化融合的程度。

2007 年,工艺集团由中国工艺美术(集团)公司与中国工艺品进出口总公司重组。

据上述负责人介绍,早在重组之初,工艺集团领导班子就提出“以文化融合推动企业重组”,确立了三大重组目标:“一是基本建立起现代企业制度;二是基本实现产业布局及经营结构的调整;三是明显增强企业的核心竞争力”。

与此同时,还要实现四个整合,即“管理思想和管理方式的整合”,“企业核心价值观、企业精神、企业员工心态的整合”,“企业发展战略和经营理念的整合”与“企业形象的整合”,最终达到思想融合、制度融合、价值观念融合以及行为融合。

随着工艺集团外部市场不断拓宽,在参与更广阔市场竞争的同时,外界对工艺集团认识渠道日益明晰与多样,工艺集团以统一、规范的文化向外展示专业管理与形象,形成品牌效应。

据公开数据显示,工艺集团的主业为“工艺美术原材料开发利用、产品研发生产、相关贸易、综合物流及服务”,拥有中国中金科技、中国珠宝、中国工艺品进出口、中国工美、中国抽纱、中国工艺美术品交易所等 31 家涵盖产业上下游的经营公司,2012 年销售收入 415 亿元左右,实现税利近 10 亿元,进出口总额约 60 亿美元。

## 企业文化贯穿转型与创新

“重新审视集团的重组之路,还是做了很多工作。”上述负责人说。

工艺集团成立后,消除“亲疏”,融合“你我”,增强员工对集团公司的归属感、认同感。提出科学公平的用人文化,以业绩论英雄。

工艺集团针对来自不同企业文化的人员,确立了建设“努力成为中华传统文化的传播者,成为中国乃至全球最强最大最优的工艺美术文化产品及服务集成供应商”的发展目标,充分发挥了企业的凝聚功能。

值得一提的是,明确了企业发展战略,为工艺集团的发展制定“基本法”。2010 年集团公司制定颁布了以“转型与创新”为核心的发展战略,经过三年的落地实施,工艺美术产业经营体系构建初步完成,传统贸易业务转型已见成效,到 2012 年底初步形成了由工艺美术原材料开发利用、产品研发生产,相关贸易、综合物流及服务构成的相互支撑的业务体系,新的一个发展周期来临,又编制了《2013—2015 年发展战略与规划》,为工艺集团更上一层楼打下良好基础。

长久以来,工艺美术产品呈现“小散差乱”的特点,但另一方面,作为小商品的工艺美术产品,又具有非常广阔的大市场。作为中字头的工艺美术文化企业,工艺集团建立了工艺美术行业双方甚至多方的交易、拍卖平台。

在采访中,《中国企业报》记者得知,工艺集团着力解决群众关心的利益问题,借用“管理提升”与“群众路线”等契机,集团上下一心,为职工群众办实事好事。

## 正布局新一轮“走出去”战略

工艺集团通过梳理、研究、论证,抽取各家企业的管理精华,融合各家企业的优良传统,形成新企业统一规范的管理制度。

有先进的管理制度为保证,是强化文化的塑造力。工艺集团共制定各项制度 180 余项,有力地保障了企业文化融合的基础。

在上述基础上,工艺集团推出全新的《中国工艺(集团)公司视觉识别系统》手册,以视觉传播为感染媒体,统一将企业理念、品牌定位、服务内容、企业规范等抽象语意转换为具体的符号概念,以标准化、系统化的手法加以展开,塑造新形象。

“重组六年来,我们体会,企业重组中的文化融合是一个系统工程,内容广泛,要遵循规律,循序渐进,要从解决企业发展、员工关注的重要问题出发,确定好融合的程序,营造好融合的氛围,逐步建立完善新组建企业的文化体系,为重组企业科学发展提供强有力的精神动力和文化支撑。”上述负责人说。

目前,重组后的中国工艺集团,正焕发着新的活力,作为国家文化软实力的代表,向全世界宣传着中国文化,已经成为国家文化战略中密不可分的一部分,在越来越多的场合,正是通过中国的工艺美术文化产品,来向世界展现中国的形象。

上述负责人表示,为了更好地把中国的工艺梦推向全世界,目前,工艺集团正在谋划、策划、布局新一轮“走出去”战略。