

中共北京市委宣传部副部长赵磊:

文化市场各类主体持续发展壮大



今天我们在这里隆重举行“2019中国文创新品牌榜”发布仪式,同时也颁发2019北京文创新大赛北京赛区的奖金,在此我谨代

表北京市委宣传部对上榜企业和获奖项目表示热烈祝贺。

北京是全国文化中心,文源深、文脉广、文气盛,文化资源丰富,文化要素聚集,具有发展文化产业的雄厚基础。近年来北京依托资源优势,不断深化文化领域供给侧结构性改革,健全现代文化产业体系和市场体系,推动文化市场各类主体发展壮大,激发文化创新、创造活力。

2018年全市规模以上文化产业实现收入超过万亿元,产业增加值占北京地区GDP比重提升到10%左右,占比始终居于全国首位,今年1月到10月,全市规模以

上文化产业收入实现9912.3亿元,继续保持稳定的增长态势。

文化产业的高速发展离不开创新创造的有利驱动,离不开广大中小文化企业的共同参与。为鼓励和引导文化领域创新创造,我们连续举办了四届北京文创新大赛。

据统计,北京文创新大赛创办以来累积征集文创项目近万个,百强项目累计融资70余亿元,文创新大赛在搭建文化领域创新创业平台、孵化优质创新创意成果方面成效显著。北京文创新大赛荣登人民网发布的2018、2019中国文创20大热点事件榜单,北京文创新大赛聚合效应和品牌影响不断提升。

为进一步发挥北京文创新大赛引领聚合优势,增强大赛项目的品牌影响力,提升文创企业品牌意识,打造一批有价值、有影响、有口碑的中国文创新品牌,在总结四届北京文创新大赛经验的基础上,我们组织开展了“江苏银行北京分行杯·2019中国文创新品牌榜”评选活动。

江苏银行北京分行对北京文化产业很支持,赞助我们举办“2019中国文创新品牌榜”评选活动,品牌榜活动启动以来共有200家文化企业自愿积极报名参与,经过专家测评,确定上榜品牌50个,其中TOP10品牌10个。

上榜品牌涵盖广告传媒、数字创意、非遗IP、文化旅游、数字创意等领域,除了北京以外,上海、天津、武汉等7个省市12个京外企业也跻身其中,体现出较好的行业代表性和较大的区域覆盖面,充分展现了优秀传统文化的传承与发展以及文化与科技、旅游、教育的融合发展成果。

特别是我们的品牌评比及大赛活动得到了各方面专家、学者以及企业的支持。在此预祝中国文创新品牌榜上榜企业都能够成为文化产业发展的生力军和排头兵,同时希望北京文创新大赛办得越好。

中共北京市委宣传部副巡视员、北京市文化创意产业促进中心主任梅松:

北京文创新大赛呈现十大特点



第一,今年文创新大赛赛事的规模不断扩大,华北、东北、华东、华中、华南、西南、西北设立7个赛区,同时邀请和吸引了港澳台和海

外的优秀文创项目参赛,实现了地域上的全覆盖。

第二,项目的征集方进一步扩大,在今天的比赛当中,共征集项目4611个,同比增长45%。其中北京赛区1036个,全国和海外赛区1010个,主题赛区2565个。海外赛区包括来自美国、德国、法国、日本、韩国、印度、马来西亚、菲律宾、新加坡、多哥、拉脱维亚11个国家和地区。类型包括广告传媒、文化科技等多个领域。

第三,充分发挥专家智库作用。专家的作用我理解为两句话:第一是“慧眼识珠”,第二是“点石成金”。历届的文化创意大赛各位

专家跟我们一路走来,参与大赛评委专家超过1000人次。

第四,大赛品牌活动办得越来越有特色。除赛事之外,我们有一个重要的品牌活动“政策面对面”,就是由北京市三个委办局负责人和现场选手现场交流、现场办公。

第五,提升创业服务水平。为了促进优秀项目落地生根以及进一步壮大,我们设立70家创意服务联盟,为参赛企业提供线上线下服务,特别是投融资的服务,对接金融机构,对接众创空间,对接孵化器,对接银行。

第六,搭建赛事展示平台,做到从赛场到市场,从创意到生意。

除了展览之外,我们还推出文创市集,按照北京市发展夜间经济的要求,我们主要在文创园区和商业街区把参赛的项目拿来放入市场,很多选手第一次做生意不好意思,我们帮助一起吆喝,在座的很多组委会成员自己花钱先买第一手产品,鼓励项目走向世界。

第七,提供全程创业服务,让好项目在当地和北京落地开花。大赛举办以来,我们100强的企业融资需求是129.3亿元,已经对接的融资意向是27.26亿元。同时,有100多个境外的优质文化项目落地北京。

第八,打响中国文创新品牌,

实现了从产品到品牌的跨越。在我们的专业机构品牌中国战略规划院的指引下,在《中国企业报》的支持下,在首师大中国品牌研究中心的支持下,我们第一次推出这样一个品牌。

第九,媒体宣传服务是我们大赛的一大优势,也是一大亮点。在中央主流媒体的支持下,在北京市的主流媒体支持下,尤其是在北京市网信办的支持下,调动了商业网站、政府平台,形成了媒体的传播矩阵,一夜之间让创意小英雄变成创意网红。

第十,关注社会方面的宣传,营造大赛氛围。

江苏银行股份有限公司北京分行党委书记、行长赵文利:

解决文创企业融资“难、慢、贵”问题



江苏银行是2007年1月24日正式挂牌,总部位于江苏南京,2016年在上海证券交易所主板上市。截至2019年3季度末,总资产2.07万亿元,在英国银行家杂志2018年度全球1000家银行排名当中按亿级资本位列91位进入全球银行百强,国内排名第17名。

江苏银行的发展得到了社会各界的肯定,获得了银保监会颁发的全国银行业金融机构小微企

业、金融服务先进单位等多项荣誉称号。

江苏银行北京分行自2010年在京成立以来,始终坚守扎根北京市场、服务首都经济初心,成立9年来与数千家企业建立了合作,贷款规模700亿元,目前民营企业贷款占比已经达到了66%。近年来,北京市高度重视发展文化创意产业,江苏银行北京分行积极响应号召,服务首都文化中心的职能定位,大力支持文创企业发展。

北京分行2018年4月成立文创金融事业部,2018年12月26日成立了文创专营支行,不断提升文创金融服务专业化水平。利用人才、产业等特色产品,为文创企业提供全方位、综合化服务,通过专业化经营加特色化产品模式,着力解决文创企业普遍存在的融资难、融资慢、融资贵的问题,打造一张文创金融服务新名片。

成立一年来,分行文创类企业授信余额已达42亿元,今天江

苏银行北京分行与本次文创新大赛获奖优秀企业签订战略合作协议,进一步深化合作,开启银企互惠,协同发展良好开端。

未来分行将与更多文创企业探讨合作机会和方向,在北京市相关部门指导和帮助下,持续依托首都丰富文化创意产业资源,加大对文创产业发展金融支持力度,为北京文创产业发展壮大,激发文化创新活力,增强文化自信,贡献江苏银行的力量。

品牌中国战略规划院副院长常继生:

帮助企业从赛场走到市场



北京文化创意大赛组委会于今年正式启动中国文创新品牌的评审工作,面向全国开展了品牌的遴选和评审。评审专家委员会由北京文创新大赛专家库和品牌中国战略规划院推荐的专家共同组建,负责文创新品牌的评审,制定评审原则和指标体系以及数据样本,负责初评、终评以及发布评审报告等。

评审工作组面向四年来参与北京文化创意大赛近千个文创品

牌进行公开的征集,范围覆盖华北、东北、华东、华中、华南,西南以及西北七个大赛的赛区和港澳台赛区。根据文化创意产业发展的独特性,综合相关专家的建议,创立了“三立三度”数据量化评审体系和测评模型。

通过对文创企业品牌生态全方位测评做品牌引领,帮助企业从赛场走到市场,从创意走向生意,从产品走向品牌。此次评审工作重点为“新”,不仅体现在参

与评审的注册商标上,包括近年注册或者传统企业新运营的品牌,更要从企业维度对新的创造力以及市场维度上对其新的认同力进行指标的规划。

我们强调企业“新”创造能力的评价。一是创意新。重点对品牌的创意进行了新的评审,考察企业和项目所拥有的作品著作权、使用信息和外观设计专利权等客观数据,并组织市场研究和用户需求专家对创意的市

场领先性进行了评审。二是技术新。重点是对其品牌的技术要素进行新的评审,对技术的专利总数、软件著作权数量、高新技术企业以及重要异质性资源禀赋情况进行综合、客观的评审。三是运营新。重点对品牌的运营模式进行了新的评审,重点是对企业的市场运营力度、项目定位的领先性、市场营销策划的领先性以及传播方式的领先性进行了评审。

(本版文字根据嘉宾在“江苏银行北京分行杯·2019中国文创新品牌榜”发布仪式上的发言整理,未经本人审阅,有删节。)