

# 第 12 章

## 文化产业园区策划

作为文化产业项目的一种重要类型,文化产业园区在推动文化产业发展中起着不可替代的作用。进行文化产业园区策划,就需要首先深入认识和把握文化产业园区的核心要素。

### 一、文化产业园区的核心要素 .....

文化产业园区既是发展文化产业的主要载体,也是发展地域特色文化产业的必由之路。进入二十一世纪以来,特别是国家提出“加快文化产业基地和区域性特色文化产业群建设”的战略以来,政府和社会对文化产业的发展越来越重视,各地文化产业园区因之也如雨后春笋一般蓬蓬勃勃发展起来。但是,由于对于文化产业园的本质要素缺乏深入认识和把握,特别是对产业集聚的内在结构缺乏自觉,也极大地制约了各地文化产业园的可持续发展。

从我们长期调研来看,当前国内的文化产业园区,无论是文化艺术园、文化地产园、文化科技创意园,还是文化旅游园,总体上大都还处于起步阶段。其突出问题就是创意不足、市场运作不成熟、产业化程度较低;多数园区商业模式单一,或者停留在收取租金或门票阶段,或者靠政府补贴来维持,或者以实际的地产作为利润点,因而实际上大多数园区还不是真正意义上的文化产业园区,只能称之为“准”文化产业园区。那么,怎样才能成为真正的文化产业园区,或者说,



好的文化产业园区的本质要素有哪些?

事物的使命或目标决定其存在,好的文化产业园区不在于其外在形式,关键在于其使命或目标是什么。文化产业园区的根本使命或目标是推动文化产业的集聚发展,实现文化创意、文化资源等产业要素的附加价值和规模效益。这一使命或目标要求文化产业园区能够发挥创意研发、体验娱乐、教育培训、交易交流、产业孵化、促进就业等多重功能。许多学者对文化产业园区的特点、要素和功能做过深入研究。通过对国内外文化产业园区进行大量的调研和系统思考,我们认为,“真正好的文化产业园区的经营形态可以分为三种:一是企业总部集聚,其中有部分孵化的小企业;二是交易平台,作为一个产业或者多个产业的交易基地;三是专业化的产业链形态的企业集聚。”<sup>①</sup>实际上,这三种经营形态都是围绕着如何实现产业集聚展开的。

因此,文化产业园区的核心要素是产业集聚。文化产业园区是文化产业集聚的外在形态,是创造文化产业竞争优势的空间载体。一方面,文化产品在地理上有集聚的趋势,如从一首歌第一遍录制时刮过的创意疾风,到把母带包装成热门单曲需要的娴熟技能,再到正规和非正规密集的价值评估过程,集聚趋势贯穿始终<sup>②</sup>;另一方面,文化产品在特定地点生产,会使这个地方打上特定的品牌烙印,比如好莱坞电影和纽约艺术产品。

作为文化产业园区,其产业集聚的基本形态是产业链。产业链经营是文化产业园区的基本商业模式。文化产业园区之间的竞争不是企业与企业之间的竞争,而是产业链与产业链经营之间的竞争。构建产业链就需要充分考虑文化产业园区产业链构建的相关因素(如下图):

文化产业园区的建设要通过构建产业链来实施差异化竞争,提升文化产业园区的竞争优势。文化产业园区的产业链构建需根据文化产业的内在规律,形成一般产业链、内在产业链、协同产业链等多种形态,并以价值链为基础,形成产业链组合。总之,由“准”文化产业园区向真正的文化产业园区提升和跨越,就必须根据文化产业的内在规律,走差异化之路,通过选择适合自身特点的形式构

<sup>①</sup> 陈少峰、张立波:《文化产业商业模式》,北京大学出版社2011年版,第299页。

<sup>②</sup> [美]伊利莎白·科瑞德:《创意城市》,中信出版社2010年版,第180页。



图 12-1 文化产业园区产业链构建的相关因素

建内生良性的产业链,不断增强园区的竞争优势,最终实现园区的可持续发展。<sup>①</sup>

## 二、文化产业园区的定位和经营理念 .....

对文化产业园区进行策划,需要在深入考察产业资源条件和分析竞争环境的基础上,明晰文化产业园区发展的基本定位和指导理念。

### (一) 发展定位

文化产业项目策划第一位的要思考“为什么做”和“做什么”,然后在此基础上确立发展的定位和目标。这需要进行深入细致的调查研究(在第 5 章中已经进行了详细分析),充分考虑产业资源现状和自身条件,权衡可能性和可操作性,明确以市场为导向、以产业运作为支撑、以企业为主体的要素集聚形态。园区应当是产业要素集聚的空间载体,产业集聚是以资本纽带和产业链关联来实现的,而不是拉郎配式的拼凑。

这里需要注意的是,同是共享资源、促进规模效益的形式,产业集群和产业集聚是有区别的。产业集群是多个有关联的产业的集成,即在一个较大区域空间中多种产业聚拢发展,产业集群更强调产业结构布局;产业集聚则是规模化和产业化的方法,它一般是在具体的某一物理空间(较小范围)内一个产业内部相关要素的汇聚和集中。所以,文化产业园区的定位,尤其考虑通过规模化和产业

<sup>①</sup> 张立波:《文化产业园的产业链构建》,载《北京联合大学学报》2010 年第 3 期。



化的方法来促进某一产业集聚。

比如,我们通过充分了解成都的音乐产业基础,深入思考“为什么做”和“做什么”之后,把成都东区音乐公园的发展定位包含音乐主题公园、音乐产业集聚园,主要通过音乐人的汇集和音乐的规模化消费,实现音乐产业的要素集聚。音乐主题公园、音乐产业集聚园承载着多重期待和目标,涉及专业化音乐经营、音乐体验、文化旅游等方面,具体包括如下几个方面:

成为全景体验式流行音乐文化主题公园,创造独一无二的品牌影响力。

成为中国最大的音乐产业集聚园。其特点是具有细分产业链的结构,包括园区的产业链和经由中移动、东区专业音乐公司向外扩展延长的产业链。

培育(含引进)2—3个音乐服务领域的龙头企业。以园区物理平台为基础,通过挖掘资源、合作和创新,形成虚拟平台运营的能力,通过资本运作和企业并购等持续发展壮大。

成为成都市最大的现代文化旅游目的地。通过充实现代文化内涵,吸引青少年消费者,成为音乐文化主题的旅游目的地。在这一方面,夜生活的意义是不可忽视的。夜生活的实质是一种互动,就是“将艺术、音乐、时装、文学等不同形式的艺术融为一体”<sup>①</sup>。“有震撼力的音乐、混乱的节拍和夜生活的魅力交织在一起,使文化经济领域最重要的业务合作得以实现。”<sup>②</sup>

成为城市营销的重要平台。通过音乐公园和东区文化公司举办的各类活动、信息发布、品牌宣传和招商推介,以及主题公园的影响力的扩展,园区将成为成都市开展城市营销重要的窗口和平台。

## (二) 一般经营理念

园区经营理念需要从一般经营理念和专业经营理念两个层面予以把握。从整体上说,文化产业园区经营需要确立以“内容体验+产业集聚”为主轴、以引进和培育企业从而形成企业集聚为动力、以产业链经营为基本形式的基本理念。

<sup>①</sup> [美]伊利莎白·科瑞德:《创意城市——百年纽约的时尚、艺术与音乐》,中信出版社2010年版,第120页。

<sup>②</sup> 同上书,第108页。

### 1. 内容为王

园区的内容为王应以形成品牌的文化影响力作为主要诉求,在此基础上,进一步扩展为“内容+平台”双驱动,即内容产品、活动体验产品、内容传播、版权保护平台等协同发展,实现内容价值和渠道传播的有效结合。

从总体上看,创意内容是文化产业园区的灵魂与核心,持续创新和富有活力的创意内容是园区发展的生命线。园区策划应突出创意内容的中心地位,重视内容相关业态的引进、培育和做强,并致力于建立有效机制促进内容创作、版权保护、教育培训、内容传播等核心业务的发展。

### 2. 企业集聚

文化企业是文化产业园区发展的基本依托,也是产业集聚的重要动力源。园区的产业重点应体现在培育、发展和壮大文化企业,即以引进企业、自办企业和投资企业为重点,而不是以收取租金或门票为重点。园区应推动从事专业性内容生产或传播的文化企业成为创新主体,健全以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的创新体系。

所以,园区策划应致力于促进吸引企业入驻和培育企业,并建立相应的交易平台,逐渐实现以园区内的公司为企业总部,积极对外扩展分支机构,形成辐射国内外的布局。由此,园区经营应以培育或孵化企业为主,以企业为主体实现产业规模化、集聚化发展,进行对外的资源整合和模式复制,实现适度的对外合作性扩张,从而实现企业以及园区整体价值的持续增值。

一般说来,从投资主体角度看,文化产业园区的企业主要包括以下几种:

**自主企业经营。**由主导园区的机构(政府、社会机构或者企业集团)作为大股东的企业,包括文化产业投资公司、专业内容创意和服务公司、园区运营公司以及其他孵化的专业内容或服务企业。

**吸引企业入驻。**以园区自身的优势和资源,吸引一系列的专业内容或服务企业进驻园区,形成企业完整形态(入驻)的产业链结构。

**园区投资公司投资入驻的企业或者项目。**以资本为纽带,以股权投资为首选,园区文化产业投资公司可参股入驻各类企业,实现对产业引导和优势产业资源的合理利用。

**创业投资基地的新创业企业培育。**支持包括大学生创业、该产业领域的文



化艺术爱好者自主创业,以及两岸四地和国外的合作基地建设等。

企业集聚需要合理的园区内部治理结构来保障。合理的治理结构是园区发展战略的一个组成部分。合理的治理结构要求通过园区管委会体现企业所有者的利益,避免损害企业所有者利益,以实现所有参与方受到公平对待、园区经营决策的合理和有效、决策与执行之间的衔接以及通过发挥入驻企业的整体力量以实现园区战略目标等。

### 3. 全产业链经营

根据园区发展的具体情况和策划定位,文化产业园区策划可以着力于开创产业聚集园区与内容体验基地一体化的发展模式,确立和形成全景式体验、全品牌联动的全产业链经营理念。全景式体验包括全类型内容体验、驻地观赏体验、互动体验、新媒体体验、鉴赏与教育体验等体验形态。结合园区的内容资源基础和创新要求,通过活动和合作延伸产业链,形成园区产品产业链与活动的完整体验性消费性产业链、园区内容与平台结合的完整产业链、企业经营与投资组合的产业链等。

例如,艺术品产业园区项目策划,最好以企业整体价值实现为商业模式主体,以平台建设为基础,形成提供专业性的艺术品鉴定服务、艺术品交易会展和交流服务、艺术家和艺术品推介服务、艺术品金融、艺术展示推介活动、艺术培训、艺术品物流服务等一系列产业链条,通过举办艺术交流、艺术品会展和配套旅游服务、培育艺术品投资企业、艺术品金融服务企业等,扶持企业开展资本运作并上市发展,以实现企业(园区)整体价值最大化。

## 三、文化产业园区的发展模式

园区的发展模式是其发展定位和经营理念进一步的具体化,也是产业运作的思路转化为展开和实施的路径与方法。

### (一) 以品牌为引领

园区发展应以品牌为引领,以培育骨干企业和催生产业链为重点。也就是说,以品牌为引领,以龙头企业和骨干企业为主要依托,推进完整产业链的快速

形成。品牌包括园区品牌、企业品牌和园区的自主活动品牌等类型,最好以打造自主品牌为主,同时引进一些高端品牌,形成品牌的联动和综合影响力。

引进知名内容和媒体品牌。可以重点吸引整合行业排名三甲的创意机构、传媒机构和其他知名品牌的相关机构入驻,即使其他配套教育或者商业设施经营的机构也应当是品牌机构或者企业。

打造园区系列化自主品牌,并形成与入驻品牌之间的联动。品牌增值是通过自主品牌和联动品牌来体现的。自主品牌的价值不仅在于促进经营,还在于无形资产的积淀和可持续发展。园区整体品牌和专业内容创意与服务公司及其园区所合作的各个品牌之间存在互动关系,可以通过各种品牌积累来形成对园区整体品牌知名度的快速提升。

注重打造系列活动品牌。活动品牌是一种综合性的跨媒体的经营和内容体验形态,需要与有关传媒机构和投资机构合作打造。园区可以与城市管理部门同步做城市营销,打造城市文化名片,拉动城市的文化旅游,促进城市内涵影响力的提升。

例如,嵩山文化产业园区可以致力于打造中原首屈一指“少林禅武文化”核心品牌,塑造强势“少林功夫”品牌和“嵩山·少林”联动品牌,同时带动各子品牌的市场推广,形成“风中少林”、“禅宗少林音乐大典”、“国际武术文化论坛”、“嵩山论坛”、“禅文化国际论坛”等文化品牌系列,使“少林禅武文化”品牌成为国内、国际家喻户晓的驰名品牌。

## (二) 大众化、平台化和可复制化

作为文化产业园区,园区经营的基本定位需要考虑与“产业”发展理念相适应,体现大众化、平台化、可复制化的基本要素。

### 1. 大众化

大众化就是紧紧把握市场的需求,坚持以大众导向为主,重视满足青少年等主流消费者的文化精神需求。要锁定核心消费者的消费需求,同时综合运用渠道资源,分类提供各层次产品和服务,全方位覆盖相关消费需求。

注重娱乐性、参与性、体验性、时尚性。充分利用和挖掘内容产品的体验价值,满足消费者的休闲娱乐需求。例如,音乐产业基地的音乐体验是全景式体



验,包括全类型音乐体验、驻地观赏体验、驻场互动体验、自主体验、音乐茶座及关联体验、活动观赏体验、活动参与体验、与明星互动体验、新媒体体验、鉴赏与教育体验等体验形态和类别。

注重青少年内容体验、教育、普及与推广。抓住青少年这一主流消费群体,根据其注重节奏、时尚、互动、体验等消费特点,设计相应的产业链环节、文化产品和消费项目,丰富和扩大娱乐性要素的适用空间。

开发或挖掘特色体验项目,形成差异化。根据创意内容等资源的特点,以企业为运作主体开发具有差异化的、可持续的、具有知识产权和品牌价值的项目,并形成无形资产积累和品牌沉淀。

## 2. 平台化

文化产业园区策划要致力于形成园区的物理平台与虚拟平台互动融合。通过打造物理平台和虚拟平台,形成平台的联动和资源整合。比如,可以以园区的经营管理公司为主经营物理平台,以专业服务公司为主经营虚拟平台,园区管委会同时负责两个平台的协调与联动经营。

平台化应重点思考和策划建设若干个平台,至少应包括内容交易平台、内容传播平台、产业信息平台、经营管理人才培养平台、创业融资支持平台、创意产品交易平台等。

内容交易平台。可以通过建设版权交易中心,鼓励和吸引文化艺术原创者进行相关的内容创作,广泛吸收和引入国内外优秀的原创作品和专业人才,将优秀作品和人才在园区内举行活动展演等方式,从而为园区的品牌建设增加最具分量的版权内容、人才和活动资源。推动金融与文化产业对接,开展版权、创意等文化产权的评估和交易。例如,音乐产业基地可以依托音乐科技企业,促进音乐与科技的融合,建立音乐下载服务平台;实施音乐云计划,促进和实现数字音乐产品在家庭数字电视、营业 KTV 乃至整个互联网(含无线互联网)等网络及终端体系的版权保护和销售。

内容传播平台。注重通过文化品牌来实现已有资源的挖掘和新资源的有效整合,使新创自主品牌与入驻园区的机构和项目品牌都具有品牌影响力,并且相互之间形成品牌联动。

产业信息平台。建立包括园区业务指南(如网站、现场、博物馆等)、信息发



布等的信息平台、成立相应实用型产业研究中心等。例如,音乐产业基地的信息平台,可以即时发布活动信息、乐队信息、唱片信息、明星信息,进行信息、艺人、故事、榜单(如最畅销的专辑、影视单曲)、趋势、评价(如影视音乐),编制每周城市的文化活动手册,向音乐人、音乐专业学生等提供电子杂志和传播。

经营管理人才培养平台。园区可以采取合作培养、奖励、扶持补贴等多种形式,支持和鼓励与高校对接培养相关产业短缺人才,重点培养相应文化企业的经营管理、经纪、培训、活动策划组织等各类人才。支持国内外知名院校与园区内的文化企业合作创设文化产业人才培养基地和经理人培训班。

创业融资支持平台。基于集聚和孵化企业、提高资金使用效益的需要,有必要成立一个以园区运作主体为大股东的文化产业投资公司。设立园区文化产业投资基金,委托投资公司管理该基金,提高资金使用效益,并适当吸收各种社会资金加入投资基金,由投资委员会评估决策投资方向。投资公司负责园区所设立的文化产业投资基金,协助用于对创业者的奖励、扶持,对重点创业企业给予适当的租金减免等优惠,以及补贴性的项目和公益性项目的审核与资金投放等。

创意产品交易平台。该平台作为园区的创意产品和工艺品集散地,通过现场和网络等方式,展示、交流和销售相关创意产品及工艺品。在发挥园区的整合优势的基础上,通过举办大型交易博览会和发展电子商务,构筑连接海内外的创意产品展销基地,抢占产品竞争的制高点,并为园区的永续发展提供市场基础。

### 3. 可复制化

通过园区的局部的复制和公司、业务的复制等形态,实现扩张性发展,应是文化产业园区的主要发展模式之一。

#### (1) 复制

园区的知识产权和无形资产成果应通过对外复制,实现品牌扩张、平台壮大、顾客增多的良性效果,也包括对外合作或者企业的投资扩张的收益,以及提升园区整体品牌影响力等。其具体形式包括:

产品复制。包括以园区主营业务的核心产品进行对外复制,如一档影视节目的复制、各类衍生产品销售的连锁经营、产品置入其他经营环境(各地剧场)中的合作等。例如,园区的品牌演艺产品国内外巡演,可以将具有知识产权和品



牌影响力的企业自主产品或项目推到国内外进行巡回演出,形成综合收入,扩大园区品牌的影响和辐射范围。

模式复制。以专业内容创意和服务公司为主,其他入园企业为辅的企业经营模式和商业模式的复制,也可以合作成立专业项目公司。

方法复制。包括以对外合作项目开发、知识产权入股的方式合作,以及由品牌输出等方式的向外扩张等。比如,艺术产业基地通过版权授权、品牌输出等方式与各地进行艺术产业项目合作。园区文化产业投资公司可以通过投资企业或者项目、版权及品牌合作、连锁经营等形式,实现产业的集聚化和规模化发展,并从中获得相应收益。

企业复制。在企业业务成熟之后,可以积极筹划在各地以开设子公司和分公司方式的复制扩展。

## (2) 扩展

复制是手段,实现园区扩展是目的。园区需要在复制的基础上,实现园区的空间使用高效率和业务的规模化发展。对外复制和扩张,应以企业为主体,特别是企业总部的对外扩展,实现企业业务拓展和企业整体对外扩张。其具体形式包括:

形成文化产业园的平台扩展。适应园区空间使用高效率和以企业为主体的产业提升和扩展要求,通过入驻园区企业经营和复制方式,实现园区(物理平台与虚拟平台)规模化运作和品牌合作空间的扩大化。

产业发展潜力的合作与辐射扩展。加快企业入驻和培育企业,以园区内的公司为企业总部,积极对外扩展分支机构,形成辐射全国的产业布局。最终形成园区是脑袋,身体和四肢扩张到国内外各地。

后续开发所需要的内容扩展设计。在规模化效益的基础上,园区一期的项目以及二期、三期的新建项目,需要围绕主导内容业态扩展进行空间或者发展模式设计,以充分体现内容资源自身跨媒体、跨行业、跨地域的跨界特点。

## 四、文化产业园区的商业模式

在以上发展模式的框架下,文化产业园区的商业模式要以构建产业链为核

心,注重园区内部发展和对外复制的结合。

### 1. 构建产业链

园区的产业集聚形态具有产业链结构。园区要通过活动和合作延伸产业链,形成园区产业链、园区与活动产业链、园区活动与新媒体产业链等产业链的整合。作为基本形式,园区的产业链可以包括产品结构的产业链和企业结构的产业链。

产品结构的产业链,包括内容作品、各种艺术表现形式的产品、各种演出、文化节庆和会展、跨界活动(如影视音乐与企业形象宣传)等。例如,音乐产品的赢利主要源于以驻场演出及其新媒体和延伸产品开发的专业化商业模式。

企业结构的产业链,即形成公司为主体的产业链结构。它包括内容创作、内容分类制作、演出、场地设计服务与设备安装、票务营销、信息提供、收藏拍卖、内容集成提供、媒体传播、平台运作、交易服务、版权保护(含法律和收费模式)、经纪、培训、营销推广与品牌策划推介服务、广告代理、项目管理、文化旅游、延伸产品、跨界应用(城市名片营销、拉动旅游的夜间产品设计和演出)、现场设备租赁、影音场馆建设等。其中,每个环节可以包含若干个细分的企业(如延伸产品开发企业)。部分入驻企业可以由创业活动实现,部分入驻企业可由投资公司参与投资。

例如,音乐产业基地可以从细分产业链结构的角度,形成以音乐原创活动、选秀活动、艺人经纪、内容提供、延伸产品开发等纵向产业链和新媒体体验、时尚产业配套、自主活动体验、交流与合作等横向产业链,以及其他配套为第一形态的细分产业链、以园区、媒体和企业向外经营为第二形态的产业链。

### 2. 具体盈利模式

根据前面的分析可以看出,文化产业园的经营应分为园区运营与园区产业运营两大部分。而园区的产业运营又可以分为三大部分:园区运营公司自有业务的经营及其企业发展(最好做到上市)、园区的孵化和投资新企业、入园各个企业的发展。

因此,园区的商业模式应包括园区投资人和其中的企业两种。园区应主要依靠吸引或培育企业来赚钱,注重企业的成长性。相应地,园区的盈利模式依靠四种收入:自有合资公司经营收入和企业增值、投资公司投资收益(股权或债权



收益)、物业收入(租金和服务收益等)、土地增值收益。其中,以自有公司经营和投资收入为主要收入来源。

例如,音乐产业基地应以音乐现场体验(LIVE)和参与为核心,打造系列产品。通过打造参与性和体验性的若干核心活动品牌,吸引本地和外地音乐爱好者和音乐消费者全面参与,形成集聚人气的氛围。产业基地以具有独特性的音乐产品及其产业链结构的商业模式,依托物理平台和商业平台,充分挖掘资源和潜力,形成主题公园的商业模式、公司发展的商业模式及其联动发展的商业模式。

再如,某种文化 Mall 的收益可以分为如下几块:一是自营部分,包括书城销售图书和音像制品的销售收入、电子阅览室的会费收入、青少年活动中心的门票收入;二是影城、剧院、音乐厅、商贸城、文化主题公园等的招商租金收入;三是提供演艺会场、美术展览、展会场地出租的会展收入;四是写字楼、酒店式公寓的租金收入。其中,自营部分是该文化 Mall 的核心资源,但有时可能不是主要赢利点,其他三部分的收入却可以弥补这一部分,以实现项目整体赢利。

## 附:文化产业园区策划方案举例

### ——××民俗文化产业园区策划方案<sup>①</sup>

#### 背景简析

地处某地的××人文资源积淀深厚,历史文化丰富多彩,是中华文明的重要发祥地之一。××作为××的核心区,在经济、文化、社会发展等方面具有得天独厚的优势,经过近些年的积累和提升,××民俗文化产业取得了长足进步,在国内甚至国外具有了一定的影响和知名度。为了更好地挖掘××民俗文化,促进民俗文化的集聚发展,××政府联合文化产业专业咨询团队,对民俗文化产业做出新一轮的产业升级策划,拟建设××民俗文化产业园,致力

---

<sup>①</sup> 本策划案是某一民俗文化产业园区策划的简缩本,主要是了解文化产业园区策划的基本体例和格式,把握其关键要素。为了突出其一般借鉴价值,在行文时除了尽可能压缩或去除一些具体内容叙述之外,对于涉及的地名我们一律用“××”来代替。

于建成具有全产业链形态的国家级民俗文化产业园区。

基于××已有民俗文化资源和民俗文化产业发展的基础,在本园区策划中,将以××民俗文化产业的集约化发展为基本目标,以全产业链形态的民俗文化产业集聚为动力,使园区成为一个集民俗文化交流、展示交易、博览、研发、生产、加工、制作、媒体传播、物流、文化企业总部基地、公共服务平台等为一体的民俗文化交流中心和民俗文化产品交易基地,同时致力于打造中国民俗文化走出去基地、国家级文化产业示范园区。

本策划主要包含民俗文化全产业链的策划和经营主体商业模式的策划,重视引进和培育民俗文化市场与市场主体,重视民俗文化的社会效益和产业发展的统一。本策划以《国家文化发展第十二个五年规划纲要》等为编制依据,充分利用××既有优势,注重挖掘××现有民俗文化产业资源,结合现有的历史文化资源,突出文化产业发展的产业链经营和品牌化特征,并注重规划的战略指导性、空间布局科学性和可操作性的有机结合。策划和建设民俗文化产业园区,不仅是提升××民俗文化产业经营水平,促进××文化产业集约化、规模化经营的要求,也是推动××民俗文化走出去的重要举措。

## 一、策划总则

### (一) 指导思想

以加快基础文化设施建设为先导,以加速民俗文化产业龙头项目建设为依托,以高端、高效、高附加价值的产业集聚为助力,完善产业功能要素,形成规划科学、布局合理、环境优美、基础设施完善、产业集聚初具规模的良性发展局面,进一步优化××的产业布局和经济结构,促进原有产业的改造和升级,扩大社会就业,为区域经济、文化、社会的协调发展和广大市民生活品质的持续提升做出贡献。

### (二) 策划目的

增强产业集聚效应。通过产业链整合资源,优化××产业环境,形成产业高地,以吸引、集聚更多的优质产业资源,有效地提升××文化产业的竞争力。

最大限度地利用人力及信息资源。通过产业园的行业优化整合,可以最有效地提升人力资源和信息资源的价值,实现园区人才集聚、资源共享、品牌效应,继而实现对周边产业和经济要素形成有效拉动。



促进××产业结构的调整与优化。建设××民俗文化产业园区,通过市场建设、专业化的规范引领、体系化的公共服务和培育若干龙头企业,规范香包等生产制作、活跃交易、提升产业附加价值,促进民俗文化产业健康发展。

促进××民俗文化走向世界。通过举办民俗文化博览会等大型会展营销活动,提供民俗文化产业的交流和交易平台,迅速促进××民俗文化产品走出去。

### (三) 策划原则

文化发展与经济社会发展相协调。

短期项目与持续发展相一致。

园区建设与城市建设相得益彰。

### (四) 策划期限

本园区策划实施期限为2013年至2017年,其中2013—2015年为建设期,2016—2017年为运营期。

### (五) 策划范围

本园区范围在××新区,与先期所规划的××文化传媒中心连为一片,初步规划面积约300余亩。

### (六) 主要策划依据(略)

## 二、资源基础与发展环境分析

在××打造民俗文化产业园区,具有资源、政策环境、产业基础等方面的条件,同时也面临一些亟待克服的瓶颈问题。

### (一) 产业资源基础

#### 1. 历史文化资源

包括香包文化资源、岐黄中医药文化资源、黄河农耕文化资源、唢呐艺术资源、丝路文化资源以及相关创意资源。具体内容略。

#### 2. 民俗文化人才资源

在××民间,香包遍布于人们生活的各个角落,几乎家家户户都有制作香包的传统。从青葱天真的少女到白发苍苍的老人,无不活到老、绣到老。古老的××香包刺绣民俗文化就这样代代相传,并不断得到更新和发展。截止到2012年,××先后有168名作者被命名为“××民间工艺美术大师”、89名作者被命名为“省民间艺术家”、36名作者被命名为“中国民间工艺美术大师”。

### 3. 政策资源

近些年××市民俗文化产品出现了向市场化、规模化发展的良好势头。××政府出台许多支持文化产业快速发展的政策,对民俗文化产业作为××城市文化内涵提升项目予以大力支持。××民俗文化产业困区立项已经纳入××文化产业“十二五”规划的重点支持项目。

### 4. 产业基础

××民俗文化产业是以××传统手工艺品香包为代表,以香包、刺绣、剪纸、皮影、道情、社伙、民歌、面塑、木偶、窑洞、地方小吃等为主要内容,从传统民间社巷走向城市国外而逐渐形成的具有一定产业规模和影响力的产业形态。××香包民俗文化产业发展走势强劲,已逐步成为全市香包民俗文化产业的研发培训中心、产品的集散地。

## (二) 发展机遇

### 1. 政策层面的大力推动

××作为“国家级文化产业重点基地”,其民俗文化产业困是××省“十二五”期间重点打造的文化产业项目,也将是××发展文化产业的重要抓手之一。以产业集聚为主要发展方式的民俗文化产业困区建设,将成为××区文化产业发展中富有潜力的新模式。同时,基于各级政府和产业界对于文化产业的重视,将带动更多资金入市和投资文化产业。

### 2. 民俗文化产业的发展潜力

以全产业链形态的产业集聚发展为模式,通过创新民俗文化金融,打造民俗文化经营服务支撑平台,建设××民俗文化走出去基地等项目,尤其是解决研发和营销及规范化服务,将为民俗文化产业困区未来发展提供巨大的发展空间。

## (三) 需要解决的问题

### 1. 亟待提升民俗文化产业的集聚水平

目前,××还存在许多制约民俗文化产业发展的因素,包括私下交易量大、脱逃税严重的问题,以及版权保护、盗版和模仿等问题。从总体上说,××民俗文化产业功能分区较多,模块分割比较突出,缺乏全产业链集聚的中心交易区和民俗文化交流区。此外,从知识产权的角度来看,目前××民俗文化产品仍然存在资源挖掘力度不够和发展后劲不足的特点,主要体现为民俗文化创意设计种



类不足,民俗文化授权量少,延伸产品开发不充分等。

## 2. 亟待实现民俗文化产业的可持续发展

目前,国内外香包市场还没有真正形成,市场机制还没有建立起来,许多人对香包刺绣能否成长成为一种产业仍心存疑虑,有的地方虽然成立了香包民俗文化产业公司,但机制不活、工作不到位,没有长远规划,没有形成统一的市场营销机制、信息机制和管理机制,大多数企业没有注册商标,更无品牌可言。××民俗文化产业整体规模潜力很大,但是总体上分散、缺乏必要的信息和服务平台的支撑,整体上缺乏规范化的引导和规模化经营。××内的民俗文化产业种类较多,香包生产主体也较多,解决同城内各个机构之间错位竞争,做出特色和品牌,形成核心竞争力的问题至关重要。

## 3. 亟待改进香包生产的基本组织形式

香包公司或组织都是当地最早把香包引入市场并组织大规模生产的农户创办。这些公司或组织广泛收集××地区民间香包样式,推陈出新设计出了成百上千种香包图案,并组织县城周围的农户、民间绣工制作香包。在这些生产形式中普遍存在的是香包单家独户生产,缺乏龙头企业或带头人,更没有稳定的营销网络。艺人之间也存在着争名逐利、“艺人相轻”、技术垄断、互不往来等矛盾,缺乏教育引导,有盲目发展、自生自灭的自发倾向。

## 三、发展定位、发展目标与经营理念

基于以上资源基础与发展环境的分析,××民俗文化产业园应重点从产业化方面进行定位。

### (一) 发展定位

××民俗文化产业园的基本定位是:建设一个集公共服务平台、民俗文化产品研发与交易中心、数字娱乐体验中心和旅游目的地于一体的民俗文化产业集聚区。具体战略定位包括:

成为民俗文化产业研发中心。通过民俗文化创新设计、香道创新体验、文化产业投资基金运作、民俗文化和民俗文化人才培养、民俗文化产业商业模式创新等创新活动,成为具有国内国际影响力的民俗文化产业研发基地。

成为文化旅游的重要目的地。以文化合作与交流为核心,促使××形成规模化、产业链式的特色民俗文化旅游。通过动态体验性与互动性为主的活动项



目,打造现代文化旅游休闲产业链条,拓宽××文化旅游的内容资源。通过规模化、具有全产业链形态的民俗文化产业平台建设、产品交易和民俗文化会展活动,吸引国内外民俗文化大师、客商和游客云集此地,使园区成为××重要文化旅游目的地之一。

成为民俗文化企业总部基地。吸引并集聚国内外民俗文化产品设计、授权、交易、传媒、经纪等企业总部或研发中心入驻。建设成为××各地在××的民俗文化产业交易中心和民俗文化人才、民俗文化形象推介中心,引领和推动××各地民俗文化产业联动发展。

成为中国民俗文化走出去基地。以会展和服务平台建设为载体,通过中国××香包民俗文化节、常年化的民俗文化交易中心等具体项目的建设实施,大幅提升××民俗文化的贸易规模,促进民俗文化交易的提升,帮助传统民俗文化、非物质文化遗产和各地工艺美术产品走出去。

## (二) 发展目标

围绕以上战略定位,××民俗文化产业园应追求社会效益和经济效益的统一。社会效益主要通过民俗文化培训、公益性讲座、民俗文化交流与××民俗文化对外推广和民俗文化产业公共服务平台等几个部分来实现;经济效益则主要通过高文化含量、规模化、产业链形态、高附加价值等来实现。

通过做大做强特色优势产业,提升民俗文化产业的影响力和辐射力,把民俗文化产业园建设成为在西部地区独树一帜、在国内外具有一定知名度和影响力的民俗文化交流与交易中心和文化旅游目的地。

到2017年末,通过政策引导、资源重组、直接上市、借壳等形式,扶持1—2家有影响力、有规模效益的龙头文化公司上市;建成5个销售收入过5000万元的文化产业项目,提供新增就业岗位5000个以上,争创2个部级以上文化产业驰名商标和文化产业示范基地。

其他主要量化指标:园区全面建成使用后,年交易额10亿元以上,企业营业收入8亿元以上,年税利收入1.5亿元以上,带动周边物流、餐饮、住宿、购物、交易等消费和地区经济产出价值5亿元以上。其中包括每年固定10个以上的收入型项目或者盈利点。每年200场次以上的会议、展览、培训、演出、节庆和推介等各类活动。



### （三）基本经营理念

基于以上对资源基础和发展环境的分析和定位及目标，××民俗文化产业园区的基本经营理念应当是全产业链集聚、全服务平台支撑、全方位活动交流。此外，还要注重民俗文化产业与文化事业之间的平衡，按照产业发展规律推进民俗文化产业园区建设，通过产业升级提升竞争力。

**全产业链集聚。**打造具有全产业链结构的集聚化交易及其配套服务体系，在园区（或周边）实现民俗文化人才培训、创意研发、民俗文化交流、会展、产品交易，形成具有全产业链的产业结构。全产业链结构的民俗文化产业园区包括以下的主体部分：民俗文化交易的集聚；综合民俗文化产业园区；包含民俗文化的延伸产品与复制品；突出品牌驱动、企业品牌、产业品牌的无形资产和××民俗文化牌的结合；与民俗文化教育和培训结合；活动经济与文化旅游等。在产业园中形成全产业链的经营模式，形成××独有的“香文化”显得尤为重要。全产业链结构形态的民俗文化产业集聚发展模式，可以化解以上提及的各类瓶颈或挑战，特别是同质竞争的挑战。

**全服务平台支撑。**建设民俗文化产业公共服务平台，以平台集聚强力支撑产业发展，重视民俗文化产业和民俗文化交易公共服务平台的建设，体现××民俗文化走出去基地的平台作用，促进民俗文化走出去。建立××民俗文化网站，借鉴阿里巴巴等电子商务运作模式，探讨运用网络平台完成信息、交易行为，努力打造一个功能完善、运行规范的文化产品实体和虚拟交易平台。结合平台运作，促进××民俗文化贸易规模的提升，带动××民俗文化走出去。以服务促进创新，以创新推动产业升级并提升园区的竞争力。以创意发展、整合资源和提升服务等平台建设及其创新经营，促进民俗文化产业升级，打造示范性的民俗文化产业的专业化文化产业集聚中心区。

**全方位活动交流。**以会展、红色数字体育或演艺、培训和活动交流促进文化旅游。充分利用硬件设施和公共服务平台，着力发展活动经济，通过举办各类会议、展览、展示、节庆、发布、推介、培训、论坛、交流等丰富多彩的民俗文化活动，以丰富的体验性项目带动园区的人气和商气的持续提升，形成规模化的消费，使园区成为具有影响力的民俗文化旅游目的地。

#### 四、园区的产业布局

根据民俗文化产业的全产业链结构的要求,可以将产业布局确定为四个重点产业,各个产业既相互独立,又相互依托增长。

##### (一) 香包民俗文化产业

把开发香包民俗文化产业与弘扬中国传统文化有机地结合起来,使香包文化产品更加符合现代大众的消费心理和消费需求,更具市场竞争力。加大自主创新、技术引进和市场拓展力度,提高产业文化内涵、创意要素和科技含量,促进产品换代升级,每年推出一批新品、名品、精品、极品。推行香包规范化设计、工业化生产、标准化包装,实现民俗文化产品从低附加价值向高附加价值转变。园区重点开发香包、刺绣、皮影、剪纸为主的工艺美术系列,努力开拓国内外市场,扩大国外市场份额,尽快形成走出去优势。

##### (二) 文化旅游产业

坚持以民俗兴旅游的开发思路,加大以交通、餐饮、住宿、娱乐为重点的旅游配套服务基础设施建设力度,创新旅游开发方式、管理方式和服务方式,构建配套协调的旅游开发新格局。利用园区内香包设计、生产、加工、制作基础,推出民俗体验游,让游客体验香包、剪纸等民间艺术创作过程。利用园区演艺中心,再现各种民俗文化场景,深入挖掘以“丝路文化”为核心的丰富内涵,体验教育文化。

##### (三) 节庆会展产业

积极探索举办有较大影响的标志性大型节庆文化和会展文化活动,在园区办中国××香包民俗文化节、皮影民俗文化节、周祖文化民俗文化节、九龙金枣节、金秋苹果节、红杏文化节等重大节庆和会展活动,并努力把中国××端午香包民俗文化节办成富有中国气派、西部特点和××特色的民俗文化旅游盛会。加快建设现代化会展场馆,大力发展各类综合及专业会展,积极承办各种博览会、展销会,力争把××发展成为全国民间工艺美术品会展基地。

##### (四) 演艺娱乐产业

重点发展××徒手秧歌、道情、民歌、荷花舞为主的表演民俗文化系列。加大对××标志性戏曲的投入力度和创新力度,吸引国内省内的戏曲界名人进行交流合作,使之成为西部地区有影响的地方剧种。园区积极引进和开发



有特色的丝路文化教育与体验娱乐项目,不断丰富娱乐形式。坚持文化下乡,推动民间文化民俗文化交流。加大管理力度,规范经营行为,促进演艺娱乐业健康发展。

### 五、园区的重点项目

园区项目旨在形成全产业链形态的集聚,打造民俗文化交流与交易中心和文化旅游目的地。园区作为民俗文化教育、交流、产业经营活动等的重要载体和平台,不仅将在××的民俗文化产业领域具有核心地位,而且也将成为××开展民俗文化交流、民俗文化交易和吸引游客参加民俗文化旅游的金字招牌。

#### (一) 民俗文化产业研发中心

吸引××民俗工艺开发中心、民俗文化企业的研发总部以及相关民俗文化产品设计机构入驻园区,成为××香包产业研发的“龙头老大”。其具体项目内容包括:

吸引相关民俗文化设计机构和研发机构入驻,设计并积聚高端的民俗文化产品的知识产权,提高工艺美术的设计研发能力,如各种艺术油画图样的香包。

统一样式标准和工艺流程。积极发展专业公司,通过专业公司设计,农户分散制作,统一品牌和包装,形成设计、剪裁、刺绣、缝合、包装分工制作的工艺流程。如抓髻娃娃、五福娃娃等产品已经定型,可以按统一样式标准制作;如一些定型的香包刺绣品其用料、针工、填充物应有一定的技术规范;研发中心应尽快制定上述标准,如产品图样定型、香料配置、制作风格、文化内涵等,生产出质量好、品位高的香包刺绣品来。

研发“传统+时尚”类型的香包。××香包应在不断翻新花样、和谐搭配色调的基础上,倾力突出以“香”为美、以香闻名、以香称雄的最原始特质。如嫁接现代香水味的香包,国外香水香味的香包;又如以岐伯大名冠之,以岐伯文化诠释其内涵,下气力开发多种芳香宜人的中药丸剂、散剂、膏剂,或加工提纯××香包的特别香精,裹于香包之中,保持其比较持久的独特香味。

提供鉴赏服务和民俗文化鉴定的咨询服务,同时保障园区民俗文化的质量监督与监管。

通过民俗艺术大师的绘画、刺绣和红木三位一体做成各种屏风、装饰等高端

产品,促进高端家具和家居产业的发展,形成高端化、外向型、规模化的产业格局。

### (二) 中华香道馆

把“××香包·中国香道”、“中国香道·中国千年养生之道”作为产业价值核心,全力创建“××香包”、“中国香道”品牌。其具体项目内容包括:

实现香道的扩展,包括两个方面:其一是香的扩展,包括香草、香料、香包、香食、香茶、香水、香精油、香洗化用品等部分;其二是香包的扩展,其中的重点在于标准化的制作、通畅的销售渠道、高质量的产品以保证品牌的知名度和美誉度的提升,即从手工和材质上保证××香包的高档性和独一无二性,拓展香包产业的高端产品研发和生产,以及香包产品的多样化生产,将××传统的香包发展为具有现代性的多功能香包,其中包括传统的驱虫辟邪、当下时兴的车饰、家居装修等部分。同时,实现香包材质、香味和造型的多样化,并保证香包香味持久等。

增强香道的体验,可以包括三个方面:其一是香疗。不仅熏烧香药以除污去秽,预防瘟疫,还有专门的药方对治特殊的病症。其二是香料产品制作。游客可以通过香料制作技师的指导,自行配置香料做成香包等各种成品。其三是香食与香茶。针对当前食品污染严重的现状,园区将打造以香为主题的绿色健康宴席,其中包括香茶、香点心和芳香菜品。

### (三) 民俗文化产品集成中心

在研发基础上,进行民俗文化产品的样品制作、半成品集成等,对民俗文化产品的生产进行导航、引领和整合。

民俗文化产品的样品制作、半成品集成。民俗产品初始加工可设在园区外,采取各专业基地+农户分散经营的模式,园区内主要负责样品制作推广,以及半成品后续整合。

鉴于目前民俗文化产品不规范、不定型,导致不能接大订单的现状,大力搞好规范化、标准化生产,为产品的市场营销和推广奠定基础。

### (四) 民俗文化博物馆

进行××民俗文化以及各种特色民俗文化产品的收藏和展示,丰富和提升民间工艺的文化品位。

以民间收藏和个人收藏为主的各类收藏展示机构进驻,含××各类民间收



藏博物馆转移集聚。

利用当地历史名人及近代名人的名字命名重点展厅,例如梦阳书画院、玉珍剪纸阁、占鳌泥塑馆等。

设立多功能展厅,全方位展示××民俗文化的深厚底蕴,如面塑、纸扎、砖雕、浮雕、灯笼根雕、木雕、纺织、编织等。

设农耕文化展示厅,全面展示××传统农业的历史文化。

在博物馆中定期举办全国性的民俗文化收藏交流巡回展。与各地博物馆联合举办专题民俗文化巡展。挖掘各地博物馆馆藏资源,每年举办各类专题巡展。

#### (五) 民俗文化交流中心

开展民俗文化交流活动,集聚各类民俗文化。打造跨地域化的民俗文化与城市民俗文化形象展示、服务平台,促进民俗文化走出去和城市营销。民俗文化交流活动可以包括现场创作及其展示,也包括民俗文化的学术交流、展示和交易性的展览。其具体项目内容包括:

民俗文化创作。主要是集聚××及周边民俗文化大师和全国各地民俗文化大师等,现场创作展示民俗文化作品。

民俗文化设计。个人、机构设计和定制化的设计服务,其主要民俗文化产品图样由入驻企业、机构和民俗文化工作室提供。

民俗文化产业博览交流。每年一度举办大型化的民俗文化交流活动,以博览、鉴赏和交流为主要内容,以交易为辅,主要目的是推动民俗文化教育的普及,培养大众欣赏民俗文化、感受民俗文化的情趣和生活方式,推动民俗文化市场的发展。

各类专题民俗文化展,含各类常年性和阶段性的民俗文化展和专题民俗文化展等。与各地民俗文化基地或者民俗文化机构合作,每年举办若干次大型民俗文化交流展,如私人收藏交流展,回流文物交流展等。

城市民俗文化展示中心。建立包括城市固定展示体验中心平台(专题馆)和专题化的个展,以及城市形象和民俗文化产业项目的交流推介活动(含酒会等)。建立××民俗文化驻京联络点和推广点,作为××民俗文化驻京联络点和展示平台。

#### (六) 民俗文化走出去基地

围绕该园区的企业总部建设和举办××香包民俗文化节,建设××民俗文化走出去基地。其具体项目内容包括:

打造××民俗文化走出去公共服务平台,含民俗文化门户网站和交易网站(中英双语),以及营销、广告等服务,促进民俗文化产品的交易与走出去。建立××民俗文化网站,借鉴阿里巴巴等电子商务运作模式,探讨运用网络平台完成信息、交易行为,打造一个功能完善、运行规范的文化产品实体和虚拟交易平台。

开展国内外游客到××民俗文化产业园区参观游览。与各类文化、教育机构合作,每年举办拥有100左右团体的学生民俗文化夏令营。

有选择地在欧美等地举办××民俗文化展走出去系列巡展活动。

与国家双办合作,开发民俗文化教育系列教材、多媒体体验产品。

与设计企业、民俗文化收藏投资公司等合作,帮助××民俗文化走出去。

#### (七) 民俗文化产品物流中心

创新发展模式,打造民俗文化产品物流中心,为民俗文化交易提供仓储、保险和物流平台,使之成为中国最大的民俗文化产品集散地。其具体项目内容包括:

建设民俗文化产品物流的公共服务平台。与金融机构和物流企业合作,建设集仓储、保管、托管和运输等一条龙的服务中心。

以××民俗文化产品物流中心为核心基地,通过连锁经营的方式在全国乃至世界打造若干个民俗文化物流区域中心。

#### (八) 民俗文化人才培养中心

以民俗文化人才培训为基础,结合文化教育机构的经营活动,提升相关领域继续教育的水平和民俗文化培训教育的产业规模。其具体项目内容包括:

民俗文化经营人才培训基地。以提升民俗文化人才的综合素质和经营能力为目标,举办民俗文化经营人才各类培训,包括与国内合作办学的高端培训。也可以请一些专家、学者及能人大师举办法学术讲座,进行短期培训。

香包经营培训中心。提升香包经营者的经营理念和经营能力,尤其是结合如何开发民俗文化大师价值,系统化、规模化地培训香包企业经营者。既培养香包设计、生产人才,也培养香包产品的市场营销人才及企业管理人才。



中国涉外人员民俗文化培训基地。与有关部委和涉外机构合作,对中国涉外人员开展中外文化、民俗文化和民俗文化交流的培训,同时对到中国的国外人士开展中国文化、民俗文化和民俗文化交流的培训。

香包与民俗文化人才经纪服务。由园区公司参与投资或者与其中最大香包企业的合作经营,从事和推广规范的民俗文化经纪服务。

挖掘民间的“刺绣能手”、“刺绣大师”让她们(他们)口传心授,广带徒弟,培养人才。在职业中学开设香包刺绣专业,吸纳一些初中毕业生,解决香包刺绣人才断档,后继乏人的问题。

每年举办3期民俗文化培训班,每月举办1期香包生产培训班,全年培训2000人以上。开设××民俗工艺美术专业,常年招生,每年培训600人以上。五年内,使园区从事香包民俗文化产业人员达到1万人以上,市级以上的民间工艺美术大师突破100人。

#### (九) 民俗文化产业论坛

作为园区的配套活动,以及作为提升民俗文化经营者水平的配套服务,需要举办若干个专业化、高水平的民俗文化和民俗文化经营论坛。其具体项目内容包括:

××民俗文化产业投融资论坛。举办一个具有最高水平的专业性民俗文化产业投融资与资本运作论坛,帮助民俗文化经营企业与资本对接。举办民俗文化产业投资论坛,作为中国民俗文化节配套服务项目,促进资本对××民俗文化的投资与经营。

民俗文化产业行业协会年会。与相关行业协会合作,每年举办若干个民俗文化类行业协会的年会,以及其他民俗文化类行业协会的大型论坛。

民俗文化与城市发展论坛。举办旨在推进民俗文化与城市文化融合发展的相关论坛,探索民俗文化在塑造城市个性方面的作用和规律,促进民俗文化经营与城市管理的和谐互动发展。

#### (十) 民俗文化体验基地

以促进民俗文化体验和公益性民俗文化活动交流为宗旨,开展各类包括家庭、青少年和大众民俗文化体验与教育的活动,促进民俗文化公益性赞助活动的开展。其具体项目内容包括:



民俗数字创新体验馆。除了进行对一些民俗资源进行数字化创新改造,成为喜闻乐见的娱乐项目之外,同时成为××各个城市和民俗文化机构推介的民俗文化体验中心。

美学与民俗文化大讲堂。邀请在美学、民俗文化鉴赏等方面具有一定造诣的文化学者和民俗文化大师,每周举办一期美学与民俗文化公众大讲堂。该大讲堂可以与中央四套、××卫视等合作,制作成电视节目免费播放。

大众民俗文化展。举办不同群体和职业的业余民俗文化大师的专题收藏、创作展,促进民俗文化普及和提高的互动发展。定期举办青年、少年、儿童的香包、剪纸、泥塑创作大展,设立民俗文化优胜者奖学金,为民俗文化人才创造成长的平台。

民俗文化收藏大讲堂。为收藏爱好者定期举办不同门类民俗文化收藏的各类讲座,满足收藏爱好者求知和提升的需要。

品牌企业赞助民俗文化大师专题活动。设立冠名赞助的展示专区,为部分大企业和银行赞助民俗文化大师作品展提供展示空间和推介活动。

其他民俗文化设计及创作大奖赛。举办各类专题化的现场创作交流活动、笔会和具有奖励性质的创作活动等,广泛集聚人气,多渠道提高公众的参与度。

#### (十一) 大型影视娱乐中心

提供娱乐配套设施,包括建设一个民俗数字文化体验馆、一个含一个多厅影城、卡拉OK厅和一个剧场等的娱乐中心,能够提供各种娱乐服务。

民俗数字文化体验馆。把丝路故事做成数字教育和体验产品,使游客在园区充分领略和感受××地区独有的丝路文化。将丝路文化与旅游体验始终紧密结合,使两者相得益彰,相互助推,共同发展,共同繁荣。

儿童娱乐场。建设一个参与性、体验性强的儿童娱乐场所,满足家长参与活动期间的儿童娱乐需求。

相关民俗文化的影视剧创作以及拍摄外景地。注重利用本土内容资源,大力发展电影电视和动漫等新兴文化产业。

#### (十二) 企业总部基地

培育和吸引100家以上的民俗文化经营、民俗文化大师经纪和民俗文化产品生产等企业和机构入驻,成为××乃至全国民俗文化企业总部基地。其中,引



入 80 家左右的企业和机构入驻,重点引进的企业或机构包括:

民俗文化类企业总部基地。吸引 30 家左右的民俗文化企业设立总部,作为常驻办公场所和活动中枢。

香包类文化企业。吸引 40 家左右规范经营的香包企业入驻,形成香包民俗文化活动的凝聚和集聚效应。

民俗文化投资企业。吸引若干家民俗文化投资企业入驻,包括成立一家民俗文化基金,实现民俗文化企业和资本的合理有效对接。

民俗文化传媒企业。吸引民俗文化传媒企业入驻或者在园区设立办事机构,增强各类活动传播的时效性。

民俗文化培训企业。吸引 10 家左右的各类民俗文化培训、民俗文化人才培训企业入驻,实施前述各类相关培训服务。

### (十三) 民俗文化延伸服务项目

园区所拥有的民俗文化展览、交易推介活动、娱乐和综合配套服务设施等,可以延伸作为各类会议的可嫁接资源,并通过会议、推介、培训和各类活动,形成具有较大规模的文化旅游项目,以延长产业链的方式,促进民俗文化产品的开发与经营。其具体项目内容包括:

各类民俗文化大师展览和推广活动。与经营公司、民俗文化大师合作,每年举办 100 场以上的展览、推介和媒体交流活动。

城市民俗文化与城市形象推广活动。与城市合作,每年举办 10 场左右的城市形象和城市代表性民俗文化门类的推介和招商等活动。

吸引各类会议入驻并举办常年性多种各类会议。以丰富的民俗文化展示、推介和体验环境为平台,吸引各类会议、论坛举办单位,每年举办 50 场以上的会议。

海外学生民俗文化交流。与涉外文化机构合作,每年举办若干次吸引海外学生参加的民俗文化交流活动。

选秀服务。与媒体合作,承办各类与影视、音乐和形象大使选拔有关的选秀服务。

各类民俗文化名人堂选举及其他服务。设立几个专题的民俗文化名人堂,举办网络和其他媒体的名人堂推荐活动,并举办名人专题展示活动。

相关节庆活动。充分利用传统和现代的节日资源,举办各类专题节庆活动,其中包括每年暑期的啤酒节等活动。

自办和租借场地的节庆活动、发布活动和展示活动。每年举办60场次左右的活动,包括新红歌发布、电影试映、汽车新产品发布和企业LOGO展示发布等各类活动。

民俗文化庙会。在春节期间举办具有体验特色的民俗文化庙会,主要是针对青少年的、大众化鉴赏娱乐的庙会。

民俗文化婚庆等活动。提供相关的婚庆服务,吸引各类婚庆活动的举办。

文化民俗文化鉴赏体验旅游。与各类旅行社合作,开展民俗文化旅游专项服务。

民俗文化授权服务。知识产权拥有者授权自身或者第三方开发民俗文化形象和民俗文化的再利用和其他利用,如限量复制、形象使用、连锁经营和延伸产品开发等。

民俗文化复制服务。吸引企业开展部分门类的民俗文化复制服务,包括定制化的复制服务等。

高仿真文物复制交易服务。吸引企业特别是拥有授权资格的企业从事高仿真文物复制品的交易。

博物馆限量复制服务。与海内外的博物馆合作,开展文物限量复制品的销售服务。

民俗文化类创作活动的用品和用具。吸引相关企业入驻,形成民俗文化活动用品的批发交易中心。

活动支持服务设备。吸引活动支持设备如民俗文化多媒体展示设备和民俗文化鉴赏设备企业等入驻园区。

活动布置服务。吸引一批民俗文化策展和活动组织的企业入驻,参与开展各类民俗文化交流 and 推介、展销等活动。

#### (十四) 文化传媒服务平台

传媒服务是民俗文化产业园区重要的园区平台,也是吸引企业入驻和举办各类推介活动的枢纽。文化传媒服务平台应当提供包括园区的传媒服务和其他传媒机构的服务。其具体项目内容包括:



民俗文化传媒基地。集聚民俗文化传媒企业和代表处,将民俗文化产业园区打造成为××民俗文化传媒基地,包括民俗文化传播基地和民俗文化传媒产业基地两大部分。

民俗文化传播基地。开展类型多样的民俗文化经营和民俗文化大师的媒体推介与传播,包括与有关电视台和互联网合作,制作民俗文化大师和民俗文化鉴赏等节目。

民俗文化官方网站。将民俗文化产业园区的官方网站打造成为权威的民俗文化媒体,并与其他有影响力的网站合作,进行专题报道和媒体推广。

民俗文化交易网。吸引多个民俗文化交易网和民俗文化大师网站入驻园区,成为与数字文化产业结合的民俗文化产业通路。

基地二级网。在民俗文化产业园区官方网站下设民俗文化大师博客网和各种专题网站,实现专业化的新媒体服务。

多媒体民俗文化节目制作基地。为入驻园区的民俗文化机构定制多媒体民俗文化传播节目。

广告服务。吸引广告企业入驻,开展各类广告经营,含民俗文化媒体、其他媒体的广告经营和园区总体的广告经营。

企业品牌形象设计民俗文化展示基地。建立企业品牌推介中心,打造企业品牌与企业形象展示与传播中心。

#### (十五) 演艺中心

打造一个综合性的夜间娱乐中心,包括若干个项目组成的娱乐活动,以满足参与活动的顾客和吸引旅游者在××住宿,提升综合旅游收入水平。其具体项目内容包括:

夜间娱乐民俗文化表演。包括一台大型演出和一个大型综艺演出酒吧等,吸引客户或游客夜间消费。

民俗文化演艺大舞台。将传统与现代相结合,对民俗文化中的民歌、道情、传统婚嫁礼俗与现代旅游中的游客参与活动结合起来,并把××特有的文化产品如《荷花舞》、《五蝠皮鼓》等作为文化元素的一部分进行开发,纳入演艺产品中。

民俗文化酒吧。吸引若干家民俗文化酒吧入驻,包括音乐酒吧和民俗文化

特性突出的交流酒吧。

#### (十六) 其他商业配套服务设施

建设完备的商业配套设施,实现园区内吃、住、行、购、娱、游的一条龙配套服务体系和产业链。其具体项目内容包括:

两个民俗文化商务型酒店。分别建设中高端消费者的高级客房和商务客房,满足不同层次人群的住宿需求。

一个培训公寓。为民俗文化产业园区的各类民俗文化培训学员提供类似大学生宿舍的大型公寓,其中包括少数条件较好的单间公寓和两居室公寓(陪伴学生的家长住宿公寓)。

一个会展中心。除了酒店的会议场所和民俗文化展示中心的会议场所之外,建设一家提供展览、会议服务的大型高端场所。

一个时尚购物商业中心。引进并建设一家时尚购物商业中心,该中心经营时尚产品和高端产品。

一个餐饮中心和多个咖啡厅、茶座。建设一个具有民俗文化体验特色(如水色音乐为体验和景观)的餐饮中心和休闲茶座中心。

### 六、民俗文化交易中心与国际民俗文化博览会

鉴于目前国内尚缺乏规模化的民俗文化交易的平台,通过打造××民俗文化交易中心,提升××民俗文化产业地位,实现民俗文化产业规模经营效益,使之成为在全国最有影响力的民俗文化交易平台。

#### (一) 中国·××民俗文化交易中心

##### 1. 基本定位

打造××民俗文化交易中心,作为民俗文化产业园区常设经营项目和常年性的交易中心,并且作为园区的核心项目和××民俗文化产业交易平台,成为全国最大的民俗文化交易基地,推动××民俗文化发展和民俗文化的走出去。

建成一个××乃至西部最大的民俗文化交易中心,年交易额在10亿元人民币以上。培育2家左右的上市企业,包括一家民俗文化生产企业、一家民俗文化交易服务(含培训等各类服务)企业。

##### 2. 交易形态

该中心交易活动包括在场交易、批发交易、国内外民俗文化贸易和网络电子



商务等各种形式。

举办各类专题性的民俗文化类展销,展销内容包括香包、皮影、剪纸、石刻、泥塑、刺绣工艺品等。

常年性质的在场民俗文化集聚、展示、交易、批发、拍卖交易。

民俗文化产品的在线交易等形态。

民俗文化私人收藏的常年展示和交易。

民俗文化交易中心的经营主体分别经营不同的产品,每一类产品的经营单位仅限一家,以避免相互之间进行恶性竞争。

### 3. 交易场所

建设会展交易综合展销厅,总建筑面积在1万平方米左右,低层为驻场经营店面,高层为展示交易空间。

该建筑的展示空间在××香包民俗文化节期间作为联动使用的展厅。

### 4. 公共服务平台

公共服务平台既是民俗文化产业园区的公益性服务平台,也是民俗文化产业园区的实现全产业链经营的基本服务载体。通过构建公共服务平台,既可以创造民俗文化产业规模效益,提升民俗文化产业服务业的水平,也可以开创民俗文化产业集聚发展新模式。

民俗文化公共服务平台包括交易、物流平台;信息发布与活动交流平台;传媒平台;民俗文化公共教育服务平台等四个方面。其中,民俗文化教育公共服务平台以青少年的民俗文化教育和家庭民俗文化教育为主。

平台服务的对象包括民俗文化大师、收藏家、经营性质的企业、城市(地方政府和企业、个人结合的展示活动)以及文化走出去的有关政府机构等。

## (二) 中国·××国际民俗文化博览会

以园区作为主会场,将“××香包民俗文化节”提升为“中国·××国际民俗文化博览会”,促进××民俗文化的走出去和民俗文化交流。

### 1. 基本定位

该博览会作为“民俗文化交易中心”的核心项目。

打造一个××乃至西部最大的民俗文化展示展览与交易活动平台,促进××民俗文化的贸易和民俗文化经营者的交易和交流,培育一家民俗文化贸易

交流的上市企业。

## 2. 交易形态

举办 30 天左右的民俗文化展览展示活动,期间也包括举办贸易和交易的签约等活动。

常年举办各类专题民俗文化展示交易,如香包、剪纸、泥塑民俗文化展示活动,博物馆收藏品的复制品展销活动等。

联合举办跨省的各类民俗文化展。

## 3. 论坛与信息发布

节庆期间,举办多场民俗文化投资论坛和民俗文化人才经纪论坛等交流活动。

聘请或成立专门的学术团队,进行民俗文化产业信息收集、整理、研究和分析,在节庆期间,同时发布《中国民俗文化产业发展报告》和《××民俗文化产业发展报告》。

## 4. 展示展览场所

建设一个独立建筑,作为会展交易综合展厅使用,总建筑面积在 1 万平方米左右,平时作为民俗文化展览和各种展会活动使用。该建筑的展示空间在香包民俗文化节期间作为节庆使用的主要展厅,是该产业园区的地标性建筑体之一。

节庆期间的展示场所包括民俗文化产业研发中心部分,民俗文化交易中心部分主场馆,数字体验馆等主要部分。

## 七、园区的运营、招商与营销

园区的发展应突出产业平台支撑建设和龙头企业的作用,包括打造 1 个大型民俗文化产业服务平台(含多个公共服务支撑平台),通过 4 个左右的龙头企业来整体推进产业集聚和经营,并发挥孵化和促进产业配套建设的功能,进而提升入驻园区企业的竞争力。

### (一) 园区经营模式和商业模式

以打造公共服务平台为基础,通过发挥平台联动效应来实现园区的核心竞争力,实现全产业链各个价值链的价值最大化。通过设计—生产—经纪—媒体传播—鉴赏—购买—抵押贷款—再投资—拍卖—存储—运输—再交易等服务,扩大各个经营环节的交易,提供全方位的服务,并形成更大规模的民俗文化交易



集聚效应。

成立园区投资管理公司,该公司可以政府独资,也可以跟开发商合作。但如果跟开发商合作有可能就不会给入园的企业有很多优惠,该公司做园区的开发与管理,如做公共服务和推广即包括做平台服务营销整合推广市场服务,还包括培训收入,用来再投资支持园区企业发展。

按自愿原则,企业可以承建园区内的一部分项目的建设或者投资。园区投资管理公司把地卖给承建企业。要求只能用于企业办公,最好让企业全部搬过来,进入园区。

园区投资管理公司参股一家股份制公司,园区的一部分好处放到股份制公司里面,主要做各种资源的整合和优化配置。

园区投资管理公司将孵化10家左右具有较好成长性的民俗文化企业和媒体企业,并通过平台服务和管理,促进企业健康发展。以几家外部企业为主要投资者,募集产业投资基金。

园区投资管理公司重点打造2家左右的龙头企业。2家龙头企业包括一家民俗文化产品生产企业,一家民俗文化交易服务(交易服务提供商,含培训和各类服务)企业。

园区的龙头企业需要进行二次规划,包括投资、发展战略和商业模式的可操作性规划。

公司加农户模式。以民俗文化生产公司为龙头,集研发、设计、生产、收购、销售于一体,实行规范定型,订单作业,农户加工,批量生产,逐步形成专业化、产业化、产销一体化的发展格局。重点扶持培养1—2个年销售额在5000万元以上的龙头企业,组建1个香包集团公司,带动香包民俗文化产业全面走上市场化营销轨道。在公司的引导推动下,乡镇、街道办积极组建、扩建1—2个民俗文化产品生产基地,作为集团公司的产品生产基地,协调统领本乡镇、街办的香包生产及销售工作。

团体会展模式。由政府及园区龙头公司牵头,组织参加国内大城市及港、澳、台举办的各种民俗文化博览会。龙头公司构成力量的核心,将生产展销系统化,将不同门类的民间民俗文化品系列化。



## （二）园区招商

以品牌先行理念为指导,在园区规划获得批准后,即开始进行宣传推介,以宣传带动招商和营销。在专业化领域的营销方面与有关研究机构和行业协会合作,召开发布会和研讨会等扩大影响。

园区的招商以合作开发伙伴的招商为主体,应当在规划完成后开始与合作企业沟通并确立主体合作项目。

园区的招商必须注重内容活动项目的开发合作,通过活动的举办持续增强人气。

园区应当保障品牌的持续推广。在建设和招商完成后,借助活动项目的传播进行可持续推广计划。

园区的平台服务、民俗文化生产和交易服务是园区吸引各界商务人士和民俗文化大师的主要亮点,应当做好合作与服务的相关工作。

## （三）园区营销

“十二五”期间,着力实施发展香包民俗文化的“三个十”工程。即结合常规宣传,由龙头企业在全国举办十次宣传推介活动,参加十次国内外大型节会,突破单一销售模式,建立十大香包民俗文化产品的销售网络。

充分利用各地组织的国家级民俗文化节、民族民间民俗文化博览会等节会契机,组织××民俗文化品参会,扩大××民俗文化产品在全国的影响,提高知名度,开拓民俗文化产品的市场。

建立批发市场,通过代理商、代理点,使××香包有一个统一、集中的区内中转站,便于产品汇集和外销输出。

利用××内外、××省内外、国内外文化民俗文化名人和团体,架起××民俗通向外界的桥梁,推动××民俗产业的发展。

建立一支相对稳定的营销队伍,通过通畅的销售渠道带动××民俗文化产品生产。

建立多层次的专业销售公司,把产品和市场连接起来。

聚集人才,既要笼络有审美眼光、营销经验、开拓意识的营销人才,又要吸纳热爱民间工艺的设计、生产人才。

依托旅游接待和文化部门,收购香包中的精品,建立一个上品位、上档次的



专门展馆,对内树样板,对外搞宣传,吸引客户和游人。

#### (四) 园区品牌打造

积极实施品牌和名牌战略,切实实现产销的规范化和市场化。在“中国香道”的大品牌下,注册××香包民俗文化产品十大品牌,扩大生产、主导销售,形成香包民俗文化产业的主导产品。此外,基于产业发展和品牌经营的需要,园区将申请并争取获得以下有关机构支持的国家级各类基地和示范基地(园区)等称号或者政策支持。

××省以及西部地区民俗文化产业园区。包括原创民俗文化、民俗文化教育、民俗文化鉴赏、民俗文化传媒集聚、民俗文化产业、民俗文化公共服务平台、民俗文化交流 and 民俗文化交易、××民俗文化走出去基地等构成体系化的项目支撑。

文化部国家级文化产业(民俗文化产业)示范园区。争取打造国内首个民俗文化产业为核心的国家文化产业示范园区;若干企业成为文化部国家文化产业示范基地。

文化部中国文化产业走出去基地、团中央青少年民俗文化实训与教育基地、境外民俗文化交流基地、文化部非物质文化遗产民俗文化遗产基地。

### 八、园区的空间布局

园区的空间布局要求各个建筑体之间体现整体性、民俗性、实用性等特点,在配套建设方面重视停车场足够的停车位和公共休闲环境的配套。

#### (一) 主要硬件设施

以产业经营为核心,以会展交易、民俗文化产品研发推广、文化旅游服务为重点,建设相关硬件基础设施。园区的主要硬件设施包括以下几个部分:

- 一栋民俗文化产业研发中心;
- 一栋培训大楼,包括培训刺绣,香包农家培训等,可以跟××大学等合作;
- 一栋中华香道馆,包括工艺美术,香道的体验;
- 一个会展中心;
- 一栋餐饮中心,连接会展中心;
- 一栋商务型酒店,作为商业配套,包括高档房间,经济房间等;
- 一个物流中心;

- 一株演艺中心；
- 一株红色数字体验馆；
- 一株培训人员的公寓；
- 一株销售中心,包括高中端的民俗文化品展示销售；
- 一个广场,常年举办各种各样的活动；
- 两株企业集聚大楼,包括园区公共服务平台,各类企业、协会入驻；
- 一个园区综合服务中心,主要负责环境卫生、园区绿化、设施维修等,可附设停车场、银行、邮局、公厕等功能。

### (二) 空间布局

园区在××新区,与先期所规划的××文化传媒中心连为一片。图12-2即为园区的整体空间布局。

园区土地呈长方形,中间由道路隔开。左边是广场,右边是会展中心,中间有个花式拱桥链接。

大型影视中心,香道馆呈阶梯式建筑形状,由西向东依次向下,可供直接观

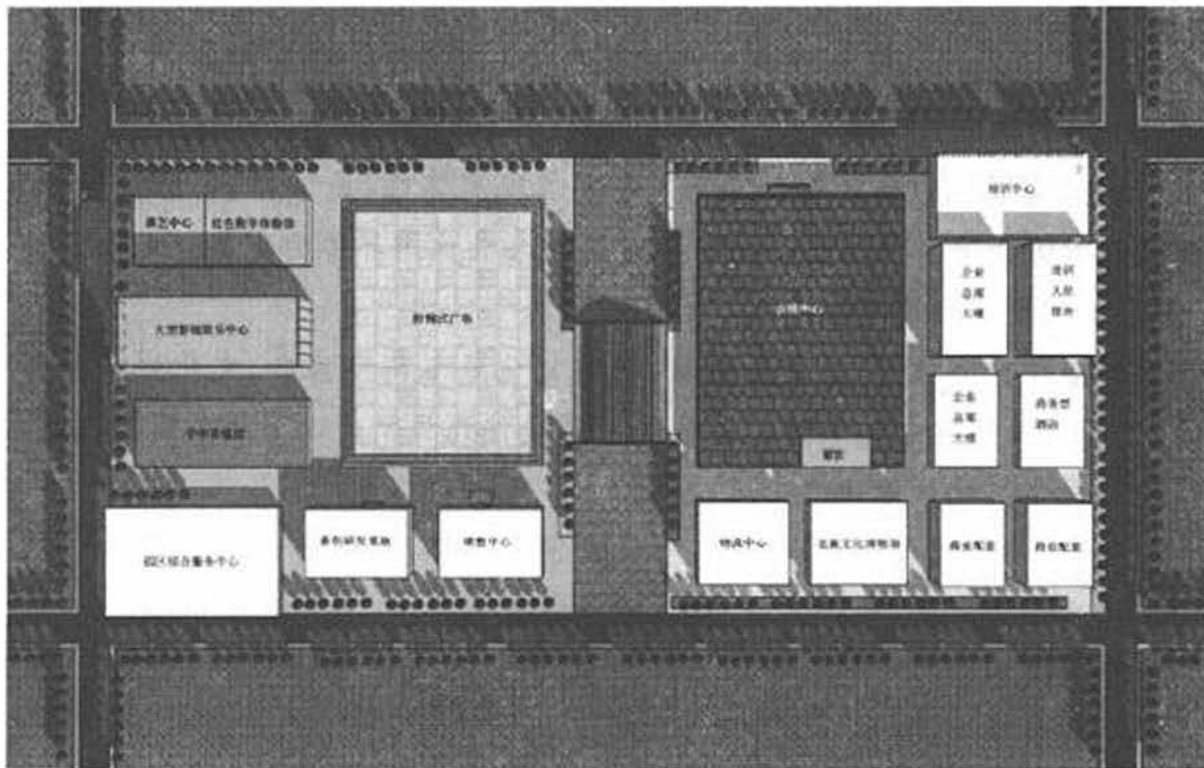


图 12-2 空间布局示意图



赏广场使用。

园区建筑形态主体建筑外观形态应当成为××的标志性建筑,体现传统与现代的融合的建筑形态,体现民俗文化的特点。

建筑和环境体现绿色建筑的节能环保要求。

### (三) 功能分区

整个园区可分为若干功能区:

研发区:包括香包刺绣、皮影、剪纸、泥塑、服饰、雕刻民俗文化品创意设计研发,动漫影视创意设计研发等。

展演区:包括香包刺绣、皮影、剪纸、泥塑、服饰、雕刻工艺装饰品展演、书法作品展示、影像作品演示区、立体电影放映区,各种剧目展演、民俗风情演绎、欧洲风情街区,剧目排练厅、模特教练场。

生产区:包括香包刺绣、皮影、剪纸、泥塑、雕刻、特色服饰等各样品加工车间及半成品后修车间等,书画古玩工作室等。

销售区:包括香包、刺绣、皮影、剪纸、泥塑、服装批发销售区,古玩字画销售区,名品精品销售区,以及与之相关联的原辅材料、小商品、布匹批发销售区。

物流仓储区:包括各种原材料库、成品库、专业运输服务队等。

娱乐区:包括餐饮、住宿、接待,包括特色名吃制作品尝区。

生活区:包括酒店、培训楼,供各商户居住的商品住房若干套。

### (四) 建筑风格

园区建设在规划方面要尽可能有黄土高原地域特点,成为××的标志性建筑。建筑风格以古建或仿古建进行,有古街、古镇、古韵及园林氛围,点缀一些××历史名人铜像,及楼台亭阁和小桥流水等景点,绿化到位。

## 九、投资估算与效益分析

### (一) 投资估算

规划面积为300亩,新增项目预计总投资约为8亿人民币,分两期投资。第一期投资5亿余元。其中主要项目投资为:

表 12-1 投资估算表

序号	项目类别	投资额(万元)
(1)	民俗文化产业研发中心	5000
(2)	中华香道馆	6000
(3)	中国××民俗文化交流中心、民俗文化走出去基地	5000
(4)	演艺中心、民俗数字创新体验馆、数字丝路文化体验馆、大型影视中心等娱乐综合体	8000
(5)	民俗文化人才培养中心	5000
(6)	中国××民俗文化交易中心(会展中心)	8000
(7)	企业总部基地	6000
(8)	民俗文化产业公共服务平台	5000
(9)	大型超市、商务酒店、酒吧等	4600
(10)	中国××国际民俗文化博览会	每年 3000
(11)	中国民俗文化产业论坛	每年 1000

(二) 建成以后的预计年经济效益

表 12-2 建成以后预计年经济效益表

序号	项目类别	年经济效益(万元)	备注
(1)	园区物业、会议展览、酒店实现营业收入	12000	民俗文化延伸服务、民俗文化活动配套产品与服务、商业配套服务、合作联动等
(2)	民俗文化产品交易服务收入	6000	常年线上线下各种民俗产品交易
(3)	教育培训、出版收入	5000	学费及综合消费 1 万/人 × 5000 人、教学软件销售等
(4)	民俗文化休闲旅游收入	10000	门票及综合消费 100 元/人 × 100 万人次
(5)	系列品牌授权经营	6000	特许经营权
(6)	其他相关产业链产品	8000	旅游纪念品、书籍、光盘、玩具、食品、服装、文具等

以上仅为初步估算,预计全部建成后年产值可达 4.7 亿人民币以上,利税 0.8 亿人民币以上。

(三) 投入与收益综合分析

园区土建及配套市政设施项目的总投入 6 亿元(不包括征地、拆迁及运营所产生的人力资源等其他费用),年收益 1.2 亿元;另外计入文化旅游产业链经营



所产生的其他收入后,预计园区年收益可达2.7亿元以上,年平均收益率为25%。投资回收期5年。

园区每年实现产值4.7亿元,其中,产业园物业、会议、酒店实现营业收入1.2亿元,文化企业实现营业收入3.5亿元。产业园所有企业平均实现每年营业额增长18%以上。

园区的建成还能实现相应的社会效益。项目建成后,一方面将扩大社会就业机会,预计将新增5000多个就业岗位;另一方面将带动社会其他产业的协同发展,形成共同进步的良好局面。

## 十、整体进度与近期工作

### (一) 整体进度

园区项目采取边投资、边招商、边建设、边生产、边创利的滚动发展模式,预计整个园区在3年内全面完成建设。

第一期(2013年—2014年),重点以建设文化产业园区的产业平台、研发基地、会展场馆、培训基地为主。

第二期(2014年—2015年),重点建设数字娱乐及其他相关产业链设施。

第三期(2016年—2017年),全面纳入集团化运作,政府重点在于加强监管,完善各类基础设施,提高硬件的利用率,对重点项目进行深度开发和延伸。

### (二) 近期工作

当前,建设××文化创意产业园所需要做的主要工作是:

#### 1. 统一宣传、设计标识

##### (1) 园区品牌形象理念的提炼与综合定位

在园区规划完成后,进行园区品牌形象理念的提炼,确定园区的形象定位。

##### (2) 园区形象系统设计(CIS)与推广

采用面向社会公开征集的方式进行园区形象标志、旗帜、吉祥物的设计活动,通过电视、广播、报纸、互联网等媒体向社会广泛宣传此次征集活动,并跟踪报道征集、评选、发布的全过程,扩大园区的社会知名度和影响力。在园区徽标的基础上统一设计、规范园区的办公用品、礼品、员工服装、交通车辆车身标识、游讯系统和牌示系统等视觉识别系统(VI)。另外,明确、规范园区其他景区、企业等子品牌视觉形象。每个企业可以拥有各自相对独立的标志设计、宣传物设

计、员工或讲解员服装设计、导视系统设计等 VI 设计,但设计风格必须和自身的经营内容相协调。

### (3) 形成统一、功能完善的标识体系

建立交通标识系统、公共设施标识系统、环境标识系统、自助电子导游系统,形成统一、功能完善的标识体系。

## 2. 成立企业集团

由××政府推动,将现有国有资金、资源和部分土地入股,成立××文化产业投资控股集团。

## 3. 园区建设

由政府投资的基础设施建设,建成后再交由文化产业集团进行生产经营。

园区建设一定要和××的城市建设结合起来,主体建筑风格要遵循××历史文脉,着重体现其独特、古朴的民俗文化底蕴。

## 4. 业务开展

由园区文化产业集团负责园区产业的运作,各种项目、活动的开展,进行产业链的打造、经营活动等。在园区发展到一定阶段后,可以考虑一些经营项目的品牌推广及连锁扩张。

# 十一、保障措施与促进政策

## (一) 搭建园区服务平台

以大部制改革为动力,促进文化、体育、旅游等资源的有效整合。出台《关于建设××民俗文化产业园的指导意见》及其配套政策,文化、旅游、体育等文化机构实现整合,建立部门之间有效整合机制。

成立一个文化产业园区运营公司,主导园区前期开发、项目投资、孵化中小文化企业、建立民俗文化产业公共服务平台。成立一个文化产业投资股份有限公司,通过资源整合、企业并购、资本运作等市场化运作手段,快速做强做大文化产业。

组建××文化产业发展促进中心,推动金融与文化产业对接,开展版权、创意等文化产权的评估。成立民俗艺术家协会和民俗艺术大师工作室。

加强园区内知识产权保护。对已进入公有领域的作品,如形态大致一样的香包、剪纸、刺绣、皮影等可由政府出面向互联网管理机构、商标局申请域名和商



标保护。对已形成门派风格,具有典型民俗文化造型、特色的作品可申请版权保护。对于目前社会上大量涌现,可用于工业重复生产的且具有实用性的作品可申请外观设计和实用新型专利保护。

利用现代传媒手段,宣传推介园区。做一个园区的官方网站,链接各种现有民俗网站,及时准确反映××民俗文化产品和园区服务信息。开通园区官方微博、微博等。借助中央、省新闻媒体力量,广泛宣传推介××民俗文化资源、助推文化产品走出去项目。

实施精品带动和“走出去”战略。园区制定文化旅游产品推广计划,通过“走出去”的方式积极推进园区对外文化交流。积极组织参与国内外大型文化产品展示、贸易活动,面向国内外开展××民俗文化产品推介促销活动,着力构建文化产品的省际营销网络。

## (二) 加大财政税收支持力度

用足用好国家、省、市出台的一系列扶持政策,把各项优惠政策落到实处。统筹使用好国家、省、市文化产业发展专项资金,通过贷款贴息、项目补贴等方式,逐年加大对文化产业项目的投入。

设立××“文化产业发展基金”,并制定资金使用管理办法。2013年起,政府统筹安排800万元专项基金,支持文化产业发展,以后逐年增加。文化产业发展基金主要采取贴息、奖励、资助等形式,建设公共服务平台、扶持重点项目、奖励优秀企业,支持文化创新,支持重大文化产业项目建设,支持文化产业基地、园区、特色文化街的发展,支持具有示范导向性文化产业项目的开发。极争取××省和××专项基金用于民俗文化产业园建设。

设立“××文化产业投资基金”,加大对重大项目、重点企业的支持力度。文化产业投资基金原则上在文化产业专项资金基础上设立,进一步提高资金的利用效率。充分利用文化产业投资基金,使用贷款贴息等财政手段,与金融部门合作开发适用于文化产业需求的金融产品,改革和完善文化产业投融资体系。

创造条件支持各类文化企业通过直接上市、发行企业债券等形式进行直接融资。对成功上市的文化企业,政府给予一次性奖励。

各相关单位改制为企业后,执行下列税收优惠政策:按规定免征企业所得税;原有的增值税优惠政策继续执行;对在境外提供文化劳务取得的境外收入不



征营业税,免征企业所得税;对生产重点文化产品进口所需要的自用设备及配套件、备件按照国家税法规定免征进口关税和进口环节增值税,对文化产品出口按规定享受出口退(免)税政策;对由财政部门拨付事业经费的文化单位转制为企业的,对其自用的房产、土地免征房产税、土地使用税。

争取入驻企业的税收优惠政策,或者部分退税。为入驻园区文化企业提供必要的资金支持,在贷款、税收、管理费等方面,予以一定的优惠和照顾。改善企业登记注册和园区物业等服务系统。

对政府鼓励的新办文化企业,自注册登记之日起,免征3年企业所得税;试点文化投资公司的核心企业对其成员企业100%投资控股的,经国家税务总局批准可合并缴纳企业所得税;对在境外提供文化劳务取得的境外收入不征收营业税、免征企业所得税;对生产重点文化产品进口所需要的自用设备及配套件、备件按照国家税法规定免征进口关税和进口环节增值税,文化产品出口按规定享受出口退(免)税政策。

对各单位承办的国际性、全国性会展活动,承办单位取得的广告收入,依法缴纳营业税,由税收入库地政府按一定比例给予补贴。对已转制为企业的经营性文化单位或各类文化企业,通过政府招标方式承担的公益性任务,财政视情况适当给予一次性补助。

文化企业以股权、期权等形式给予其高级管理人员的奖励,按现行税收政策规定在计征个人所得税时给予优惠。

加大置换和补贴力度。制定相关政策,把园区周边地产项目开发收益的80%以上用于补贴园区企业运营和发展。

### (三) 加强投融资体制创新

根据“谁投资,谁受益”的原则,鼓励和吸引更多社会力量、社会资金投入园区建设。对政府想办的、民营资本想投入的项目,放手让民营资本大量投入;对政府想办的、民营资本不想投的项目,制订优惠政策,引导民营资本投入;对政府一定要办的、单个民营资本投不起的项目,出台相应调控政策,整合民营资本集中投入。

鼓励、支持、引导社会资本以股份制、民营等形式,兴办民俗文化、演艺、娱乐、发行、会展、中介服务等文化企业,并享受同国有文化企业同等待遇。鼓励、



支持社会资本在国家政策允许范围内,通过参股、控股、兼并、重组、收购等方式参与文化企业的改制。

进一步放宽市场准入领域和条件,鼓励、支持、引导非公有资本投资文化产业,具体办法按《国务院关于鼓励和引导民间投资健康发展的若干意见》(国发〔2010〕13号)执行。

积极引进外资投资文化产业,对外资投资领域,按《文化部、国家广电总局、国家新闻出版总署、国家发改委、商务部关于印发〈文化领域引进外资的若干意见〉的通知》(文办发〔2005〕19号)执行。

鼓励金融机构加大对文化企业的信贷支持。商业银行对符合信贷条件的文化企业,可在国家允许的贷款利率浮动幅度内给予一定的利率优惠。

实施文化产业招商引资政策。文化产业领域的招商引资按××招商引资优惠政策执行。对于涉及外来重大文化产业项目,通过一事一议、特事特办的方式,给予相关政策扶持。

对投资兴办文化企业,在政策许可范围内,减少行政审批环节,简化审批手续。办理工商登记注册时,实行专项服务,不得收取政策规定之外的任何附加费用。放宽文化投资注册资本条件。凡是来××投资创办生产性文化企业的,符合《公司法》规定,注册资本均可按法定最低限额执行。

#### (四) 加强文化产业人才培养和引进

制定文化人才资源开发规划,实施引进和激励人才的优惠政策,安排必要的专项资金,加大人才培养和引进力度,尤其要加强本地化人才的培养。

对民俗文化人才提供支持。困区保护好现有高级民间民俗文化大师和技术骨干,给以一定的生活补贴、医疗服务等。建立健全文化人才培养、引进、选拔和激励机制,以拔尖的专门人才促进技术研发、产品创新和产业升级,以优秀的经营和管理人才推动文化产业快速发展,发挥好本地现有各类专业技术人才的作用,鼓励其以知识为股本参与文化企业的经营和管理。

采取合作培养、奖励、扶持补贴等多种形式,支持和鼓励与高校对接培养文化产业短缺人才。鼓励和支持在高等院校设立文化产业相关专业,重点培养高层次的文化创意研发设计、营销管理和经纪人才。加强在职培训,逐步建立教育培训和岗位实践相结合的文化创意人才培养机制。

鼓励、支持知名高等院校与文化企业创设人才培养、研发等基地,开展国际交流和培训,大力培养引进高级管理、经纪、创新等人才,聘用海内外高水平人才。

与××大学等深度合作,培养文化产业发展亟须的文化创意设计、专业技术、经营管理等人才。在职业学院开设刺绣专业,吸纳一些高中毕业生学刺绣,解决刺绣人才断档、后继乏人的问题。

有计划地选送一些民间美术专业工作者到专业美院、刺绣学院等高等院校学习深造,从而有更高层次的专业人才以加强对××香包刺绣品的挖掘、整理、提高,对香包、刺绣等民俗文化产业进行提升。