

上海创意产业中心简报

(2013.8)

目 录

一、专题研究/1

芝麻开门：卓有成效的创意推进计划/1

二、中心新闻/5

市北工业园区领导访问上海创意产业中心/5

闵行区节能宣传周开幕/5

“城市更新中的文化遗产-上海音乐谷发展研讨会”在上海创意产业中心举办/6

上海创意产业中心秘书长何增强一行考察上海市北高新（南通）科技城/7

三、园区动态/8

【张江创新园】国内首个跨省市合作项目-张江杭州湾科技园项目正式签约/8

【上海国际工业设计中心】上海国际创新材料馆正式开馆/8

【上海动漫衍生产业园】淘米动画片《赛尔号》入围白玉兰奖/9

【德必】童石：打造中国儿童娱乐全媒体/10

四、活动集锦/11

【尚街 LOFT】在 25 座城，遇到 25 个人/11

【田子坊】两岸故宫——中国书画复制精品展/11

【田子坊】神山圣水，香格里拉——正奇风景油画作品展/12

【800 秀】精彩秀尼康/12

五、行业微播报/14

九部门联合出台文件扶持转制院团改革发展/14

2012 年上海文化创意产业从业人员超 129 万/14

洛可可：让农业搭上文化快轨/14

国内首个“文化+电商”双产业复合型园区盐田国际创意港盛大开园/15

台湾文化创意政策：以大陆客源为导向/15

东京：“酷日本”3 年前升为国策，动漫游戏电影形成产业链/16

美国电视广告自我革命：广告主下单后闪电播出/16

征稿启事/17

一、专题研究

芝麻开门：卓有成效的创意推进计划

神话故事中，阿里巴巴对着洞口大喊：“芝麻开门！”之后，洞门大开，内有无尽的金银宝藏。创意产业化就会诞生一个金矿，产业创意化就会带来财富，卓有成效的创意推进计划就好比这声“芝麻开门”，让我们和宝藏零距离……

创意产业具有高渗透性、高增值性和高融合性，是推动经济增长方式转变的重要推动力，经过近十年的发展，创意产业的概念从无到有，结合各地不同的实际情况，其内涵和外沿不断地深化和丰富。

创意产业是现代服务业的一部分，通过其下的细分行业，比如研发、设计、传播、咨询、策划、时尚等，可以有效提升第一二三产的附加值，而且，这些细分行业本身也存在着活跃的联动关系，是一个相互拉动、不断生长的藤蔓式动态系统。

我国各地各级政府都十分渴望借助创意产业来提升区域经济的发展，创意产业同农业、制造业、旅游业等的结合，可以产生许多新的经济增长点。许多企业也希望可以通过创意，为产品设计和营销润色，增加产品的附加值和竞争力。一方面是对创意产业的旺盛需求，但另一方面，由于政府职能的局限性以及行业发展信息不对称等原因，政府和企业往往无力拟定切实的方案，也无法真正有效地实施，不知道应该从何处着手才能充分发挥创意产业的推进作用。

我们认为，要充分发挥创意产业的推进作用，尤其是在一个创意产业大环境还不是很成熟的地方，可以尝试启动一个由政府主导监督、第三方机构操办的“创意推进计划”。“创意推进计划”由政府有关部门提供政策和专项资金，通过政府购买专项服务的方式，联合有丰富实操经验的第三方机构，整合行业协会和行业专家的资源，帮助对接生产型企业与创意型企业，为生产型企业提供创意提升服务，为创意型企业找到被服务对象。

“创意推进计划”的实施流程如下：第三方机构通过信息咨询服务的方式，了解生产型企业的发展现状和其转型升级遇到的症结问题，提出多种服务方案供企业选择；确定服务方案后，由生产型企业递交申请文件，第三方机构将安排政府部门和专家听取项目情况，就该项目的可行性进行综合评审；评审通过立项后，

利用第三方机构的资源库帮助生产型企业对接创意型企业，实现签约合作；在项目的执行阶段，由第三方机构安排项目小组协调双方、跟踪进展，帮助双方完成阶段报告；项目结束后，第三方机构持续关注生产型企业的反馈，协助企业完成项目结果跟踪报告，申请专项资金。

“创意推进计划”是政府利用创意产业推进区域经济发展的有力抓手，其职能是对接、整合、盘活、提升创意资源，使文化创意行业由分散、无序、无向，走向集约化、行业化、产业化及品牌化之路。区别于传统退税补贴式的财政扶持政策，“创意推进计划”通过购买设计公司专业服务的方式，直击企业发展症结，为亟待转型的本地企业提供市场规划、品牌策略、产品设计等量身定制服务，改变了以往只保证资金到位、不关心绩效成果的财政扶持方式，立项项目均采取前期立项评审、中期监控管理、后期成果审计的标准化流程，保证了服务的有效性。

【成功实践——昆山设计推进计划】

昆山设计推进计划（以下简称“计划”）是由昆山经济技术开发区发起的一项旨在大力推动昆山文化创意产业发展、提升昆山开发区工业设计能力、促进昆山高端现代服务业跨越式发展的新举措，借助“昆山创意设计中心”作为第三方机构具体操办。计划于2011年7月正式启动，开发区每年拨款3000-5000万元，用以设立设计推进项目专项资金。

计划提供四大服务内容：产品战略-指导企业做什么产品；设计咨询-提供产品的设计策略；设计服务-解设计及与产量问题；品牌策略-提升产品品牌与销量。计划主要扶持五大产业，其中两个重点产业-电子信息产业、光电显示产业，三个培育产业-精密机械产业、装备制造产业、民生轻工产业。

项目一：自主品牌滑雪板的创意突围

生产型企业（被服务）：复盛企业股份有限公司

创意型企业（提供服务）：昆山凯斯特普设计开发有限公司

复盛企业股份有限公司（以下简称复盛）是一家滑雪板制造企业，建立于1977年，至今拥有35年业界经验，以往一直为国际知名品牌企业代工制造，订单大都来自欧洲，产品质量在国家标准之上。

复盛努力想在极具潜力的中国市场发展自主品牌，但在市场战略、品牌形象

与产品设计方面却体现了制造业企业的软肋，所以，复盛申报了昆山设计推进计划。

昆山创意设计中心在全面了解复盛的现状后，为其引荐了昆山凯斯特普设计开发有限公司（以下简称凯斯特普），凯斯特普是一家以服务国际企业与品牌、从事高水平、高挑战的设计案例闻名的设计公司，在美国四个主要城市设有分支机构。

达成对接服务意向之后，凯瑟特普为复盛项目投入了三名资深研究员，每周通过例会和头脑风暴沟通碰撞，我们期待凯瑟特普的行业经验可以帮助复盛成为中国雪具第一品牌，并逐步走向世界。

项目二：“芯”旅程-新世纪光电展厅设计

生产型企业（被服务）：新世纪光电股份有限公司

创意型企业（提供服务）：荷兰 TOTEMS 设计公司

新世纪光电股份有限公司（以下简称“新世纪”）成立于2002年，于2004年4月在台湾地区上市。2011年，新世纪与昆山市合资建设了新世纪光电（昆山）有限公司。相较于国内的竞争对手，新世纪拥有显著的技术优势，但无法满足对价格敏感但对品质要求不高的客户。

新世纪在新建厂房的规划中，一楼接待大厅处设置了400平米的展厅，希望通过展厅展览特色产品和企业文化。但新世纪的员工们并不擅长展厅的设计和策划，也不知道应该展示什么、如何展示。

昆山创意设计中心全面了解情况后，为新世纪介绍了荷兰 TOTEMS 设计公司（以下简称“TOTEMS”），TOTEMS 1997年成立于阿姆斯特丹，参与过多届世博会的国家馆设计，以过硬的专业能力和创意赢得了众多的国际大奖。

正式立项后，TOTEMS“开出药方”，认为：新世纪要通过企业展厅，清晰有力地传达企业的价值和企业文化，通过室内设计、展示交互设计、平面、多媒体、灯光等多种手段的整合，实现视觉化的信息传达，进而对新世纪的产品、品牌和文化产生认同。

我们期待通过 TOTEMS 的设计，新世纪展厅能够成功地提升品牌形象，增加新客源，增加订单量。

项目三：面向大学生的国货化妆品牌崛起之路

生产型企业（被服务）：校妆网

创意型企业（提供服务）：上海优朗品牌整合营销策划机构

韩国 IDECEN 设计公司

校妆网成立于 2008 年，是国内首页专业开发高校美容市场的企业，校妆网创新性地推出了大型化妆品 B2C 量贩式购物网站，集研发、生产、推广、销售、服务于一体，旗下拥有倾城、菜尚、朴斯和尚奢 4 个自有品牌。

2012 年 2 月，校妆网确定了“尚奢”作为主推品牌，亟需对该品牌进行更合理、更系统的市场战略规划。听取企业需求后，昆山创意设计中心为其引荐了上海优朗品牌整合营销策划机构（以下简称“优朗”），优朗又联手了韩国 IDECEN（以下简称“IDECEN”）设计公司共同为这个项目服务。

优朗成立于 2004 年，专业服务于国内外快消品企业，坚持“以品牌为企业战略导向”的策划理念。IDECEN 是一家专业从事设计策划的咨询公司，通过消费者调查与分析，为客户提供品牌、包装整体设计解决方案。

2012 年 8 月，优朗开始对校妆网进行企业内部访谈，深度了解校妆网的现状与深层需求，优朗和 IDECEN 将为校妆网制定详细的品牌战略规划和阶段性产品战略，为“尚奢”这一品牌设计国际化的品牌形象和包装，在高校化妆品市场中建立特有的形象。

我们期待着校妆网一步一步，稳健地迈向卓越。

二、中心新闻

市北工业园区领导访问上海创意产业中心

5月29日下午2点，上海市北高新（集团）有限公司总裁、副董事长周群一行来到上海创意产业中心，与何增强秘书长进行了亲切地交流和会谈。

周总向何秘书长详细介绍了市北工业园区的新发展和新变化以及市北工业园区在南通的新项目，希望何秘书长可以为市北园区和南通项目出谋划策。

何秘书长对过去十年来上海创意产业的发展 and 变化做了简要介绍，他说创意产业可以嫁接到各行各业并为之提供服务，创意产业的发展也并非只是把创意企业集中在一个租金相对便宜的园区孤立发展，而更应该扶持新兴产业和企业，一方面可以为入驻创意企业提供可持续发展的资金孵化，另一方面可以搭建由政府、企业、行业机构和专业组织等共同建立的产业公共服务平台。通过这些平台可以增强信息沟通和共享、提供技术支持和咨询服务、开展人才培训和创业指导等等。



周总表示，何秘书长对创意产业的独到解读，对发展中的市北工业园区和南通项目有很大的借鉴意义，并诚邀何秘书长近期去市北和南通进行现场考察和调研。

闵行区节能宣传周开幕



6月17日上午10点，2013年闵行区节能宣传周在闵行区政府开幕，闵行区相关领导、区节能降耗工作领导小组各成员单位的领导、闵行区各镇、街道、莘庄工业区的领导和部分企业代表出席开幕式。上海创意产业中心接受上海市闵行区政府的委托，协助策划2013年闵行区节能宣传周的活动。

开幕式上，首先播放了《闵行区节能低碳成果汇报片》，随后由闵行区副区长、区节能降耗工作领导小组副组长蔡小庆致开幕词，领导们手拿浇花喷壶，在象征生生不息的“银杏叶”形象道具中注入绿色液体，宣布节能周正式开幕，最后，集体参观了节能新产品、新技术展示，展示中特别设置了“节能小常识”的互动环节，市民们踊跃参与，写下自己践行节能环保的心得，把小纸片挂到道具树枝上同于会者分享。



通过举办闵行节能宣传周，有关部门希望“践行节能低碳，建设美丽家园”的主题能够深入人心，在全社会掀起践行节能低碳新高潮。

“城市更新中的文化传承——上海音乐谷发展研讨会”

在上海创意产业中心举办



5月30日下午1:30分，“城市更新中的文化传承——上海音乐谷发展研讨会”在中心举办，虹口区相关部门的领导以及来自上海社会科学院、同济大学建筑与城市空间研究所、上海市科协、市人大、复旦大学、市历史学会等相关领导和专家出席。

会议讨论热烈，与会的领导介绍了音乐谷的发展现状，专家们各抒己见，结合国际国内音乐产业的发展现状和数字音乐的发展趋势，围绕音乐谷的整体定位，集中探讨了如何加快发掘和营造音乐谷的产业活力和文化氛围，形成创意园区、居民社区、商业街区和旅游景区的联动发展。

上海音乐谷简介

上海音乐谷是一个以音乐为主题，并形成相关音乐文化产业链的独特区域，是列入《上海市文化创意产业十二五规划》和《虹口区北外滩金融和航运服务业综合改革试点方案》的上海市重点文化创意产业聚集区。音乐谷将会体现其音乐的核心价值，形成音乐体验、音乐展示、音乐交流、音乐产品交易的聚集地。

以“国家音乐产业基地”为中心的上海音乐谷区域面积约 28 万平方米，北起爱思公园，西至九龙路，南抵周家嘴路，东临海伦路，片区内俞泾港。片区内俞泾港、虹口港、沙泾港相交蜿蜒环绕，是目前上海唯一保存完整水系格局的历史文化风貌地区，也是上海城市演变过程中极具代表性的地理地标和文化地标。

上海创意产业中心秘书长何增强一行

考察上海市北高新（南通）科技城

6月18日上午，应上海市北工业园区邀请，上海创意产业中心秘书长何增强、副秘书长曹阳等考察了上海市北高新（南通）科技城。

上海市北高新（南通）科技城（以下简称“南通科技城”），是上海市闸北区与江苏省南通市两地政府站在谋划“十二五”规划的战略高度，主动对接国家战略，深化两地经济交流合作的重要举措。“南通科技城”是由上海市闸北区国有独资企业上海市北高新（集团）有限公司，与南通国有资产投资控股有限公司共同投资打造。“南通科技城”将传承上海市北高新技术服务业园



区 20 年的品牌精神和跨越式发展之路，挖掘南通身后的文化底蕴，开创一座科技之城、微碳之城、乐居之城、商务之城。

南通科技城位于南通市港闸区中心地带，规划总面积为 5.24 平方公里。设计理念“以人为本、绿色生态、现代都市”三者相融，体现人与自然的和谐相依，现代产业与生态休闲、历史文化的完美结合。在功能布局上将围绕“一心、一带、

三片”，即科技城服务中心、沿街商业带、产业片区、居住文化教育片区、商办休闲片区合理布局。

市北高新（集团）有限公司总裁、副董事长周群表示，希望“南通科技城”的建设与规划可以借助上海创意产业中心的资源优势和产业平台，帮助科技城提升“文化科技的内涵，营造创意时尚的氛围、聚集商业产业的人气、引进高端优质的品牌”。何秘书长一行在实地考察南通科技城之后表示，南通与上海的经济发展水平和阶段有明显不同，南通不能照搬上海创意产业的发展模式，而应因地制宜，利用南通的自身资源、教育、文化等优势，引导人们体验全新生活方式，在统筹考虑整个南通科技城的整体规划的基础上，平衡发展文化与商业，南通科技城商业街的打造，需要区别于一般商业综合体，凸显产业差异性，集聚目标消费群体。

周总对何秘书长的观点表示认同，她希望上海创意产业中心可以为“南通科技城”量身定做一套文化创意的定位规划和具体招商方案，在专家进行讨论和论证后，尽快付诸于实施。

三、园区动态

国内首个跨省市合作项目-张江杭州湾科技园项目正式签约

2013年4月2日，张江国家自主创新示范区金山园与平湖园合作共建暨张江杭州湾科技园（筹）签约仪式在东郊宾馆顺利举行。作为国内首个跨省市合作项目，园区将由上海市张江科技园发展有限公司、平湖市、金山区合作共建。此次两地三方签约仪式上，上海市长宁区、徐汇区、黄浦区、静安区、虹口区、闵行区、杨浦区共七个中心区及辖区内的相关科技企业，与张江科技园签订了合作协议。此外，张江科技园还同时与美国旧金山湾区委员会、硅谷银行、瑞安集团、复旦大学、上海理工等机构院所签订了合作协议。此次两地三方成功签约，是沪浙两地加强深度合作，落实国家创新驱动发展战略、打造国际一流创新平台的具体实践。（来源：张江创新园）

上海国际创新材料馆正式开馆

上海国际创新材料馆经过历时两年多的筹备、建设与试运行，于2013年6月19日上午在上海市宝山区逸仙路3000号“上海国际工业设计中心”园区内正式开馆。上海市第十届政协主席、上海市经济团体联合会会长、上海市工业经济联合会会长蒋以任宣布上海国际创新材料馆正式开馆，与会领导共同启动上海国际创新材料馆开馆电子球。开馆仪式结束后，举行了第二届国际汽车轻量化——创新材料与成型技术应用高峰论坛。

上海国际创新材料馆

上海国际创新材料馆是上海市文化创意产业发展“十二五”规划重点项目之一，在上海市经济和信息化委员会的支持下，由上汽集团全资子公司上海汽车资产经营有限公司出资建设，场馆占地面积4000余平方米，馆内设有综合材料展示区、国外材料展示区、制造企业展示区、科研院校展示区以及3D打印体验区。展示了涉及建筑装饰、交通运输、生物医药、纺织服装、节能环保、再生利用等行业，上千家国内外企业近2000余种开发应用新材料的创新成果，及丰富的创新应用案例。馆内的3D打印体验馆有效的与材料结合，可以让参观者更直观的感受创意设计与材料融合为先进制造带来的魅力。

作为国内首家综合性新材料应用体验馆，项目借鉴国际先进经验，形成了具有自身特点的展示方式和与运营模式。上海国际新材料馆具备展示、检索、传播、咨询及产业对接五大核心功能，可全面服务于材料制造企业、材料应用企业、专业设计机构、科研院校、工程技术人员和创意设计师，通过拓展行业与产业间交流、推广、应用和交易的渠道，形成一个新材料应用领域的技术与贸易、行业与行业对接互通的，线上线下相结合的产业公共服务平台，以达到集聚设计资源、激发设计师创作灵感、促进新材料科技创新、推进新材料产业化应用的效果，从而为上海加快发展先进制造业、设计服务业，推进上海设计之都建设，助推“中国制造”向“中国创造”转变发挥重要作用。（来源：上海国际工业设计中心）

淘米动画片《赛尔号》入围白玉兰奖

第19届上海电视节官方公布了本届“白玉兰”奖电视剧、电视电影、纪录片和动画片四大类奖项入围名单。其中，淘米旗下动画片《赛尔号》与其它12部来自法国、韩国、荷兰等国的动画作品共同入围国产动画片提名。

与同期入围的其它动画片不同，《赛尔号》的创意、故事、形象都来自于同名儿童虚拟社区，是所有入围作品中唯一一个诞生于互联网的卡通动画片。《赛尔号》动画片首播于2012年1月份，到目前为止已经完成两季共计92集的制作和播出。在2012年中国动画年会上，《赛尔号》动画片第一季52集摘得中国动画十佳收视奖，获得了全国五大卡通卫视频道综合收视排名第二的好成绩。最终获奖名单将于十八届上海电视节期间公布。

《赛尔号》动画片同名动画电影《赛尔号大电影3战神联盟》即将在今年暑期上映。这部电影由淘米公司与国内最大的民营传媒公司光线传媒，以及炫动卡通、金鹰卡通、卡酷少儿三大卡通平台共同出品，由国内著名演员陶虹担任《赛尔号大电影3》的“美丽领航员”。该部电影制作全面升级采取全3D技术，在5月31日发布了电影同名MV，这也是国内首个由虚拟乐队演唱的MV。（来源：上海动漫衍生产业园）

童石：打造中国儿童娱乐全媒体

2010年开始，“赛尔号”等儿童网络游戏犹如劲风刮过中国书业，儿童互联网图书成为出版产业最具爆发力的市场。童石网络科技有限公司基于儿童互联网平台，把线上和线下产品融会贯通，这家全媒体出版“新贵”的迅猛崛起，令业界惊叹。公司CEO王君透露，童石除了自有股份，还吸收了风险投资、个人投资，各方资本都看好这家在儿童互联网出版领域突飞猛进的网络科技公司。

引进、原创都不放

童石2012年出版板块的总码洋高达2亿多元，在国内外名牌的引进方面，童石的简历光彩熠熠——将变形金刚、Hello Kitty、地下城与勇士、植物大战僵尸、水果忍者等众多国际国内知名动漫品牌、游戏品牌尽纳囊中，更成为其动漫产品的中国研发商、制造商和销售运营商。王君预计，如果发展顺利，童石整体线下儿童互联网二次开发的图书规模预计2013年将达到3.5亿元码洋、2015年达到5亿元码洋，每年有超过2000万册童石出品的图书将走向市场，到2015年利润有望冲破1亿元。

目标瞄准全媒体

根据战略规划，童石将“全媒体”的主攻方向定为以故事和形象为核心，以互联网为平台，将青少年图书杂志出版、文具、玩具、卡牌、网络游戏社区等融为一体的全媒体产业链。王君表示：童石的目标，是塑造中国原创动漫形象，整合世界创意资源，让孩子们在课堂上使用的是童石的文具，午休课间玩的是童石的卡牌、回家娱乐可以玩童石的玩具、闲暇时间读童石的动漫杂志和图书，也可以去童石的网络社区社交。而这一切，都将由一组原创的形象、一个原创的故事模板衍生。“这就是全媒体出版，这才是全媒体出版。”

呼唤文化和创意

王君曾做过职业作家，做什么样的出版人是这个具有文化情结的CEO考量的课题：“把出版作为工业产品来对待，在某些方面是违背文化宗旨的，但在我看来，如果做产业的人把产业做起来了，上游的这些坚守者日子也会好过。因为产业一开始是模仿的，然后是资本化的，但是到了最终，一定会呼唤文化和创意，高端创意的价值这时就会完全体现。”（来源：德必荟）

四、活动集锦

【活动时间】2013. 4. 21

【活动地点】尚街 LOFT

【活动名称】在 25 座城，遇到 25 个人

【活动内容】本期主讲是西班牙记者马克·塞雷纳，他在 25 岁那一年放下全部生活和工作，开始环球旅行。他路过 25 个国家——秘鲁、津巴布韦、卢卡斯、莫桑比克……访谈了 25 个年轻人——巫师、囚犯、僧侣、诗人、渔夫……写下了一本书《二十五岁的世界》。他在旅途中思考：我是如何来到这里的？为什么我突然决定放下原有的生活？现在的你在做什么？你会如何向世界问好？



【活动时间】2013. 7. 8-2013. 7. 28

【活动地点】田子坊艺术中心

【活动名称】两岸故宫——中国书画复制精品展

【活动内容】此次展览主要汇集了北京故宫博物院、台北故宫博物院的馆藏珍品复制品以及部分海内外其他知名博物馆和收藏家的佳作复制品约五百余件。展出的来自两岸故宫博物院的名家绘画巨作可谓珠玉纷呈：有被誉为画中兰亭的黄公望《富春山居图》；有在上海世博会上演绎成电子活动版的、家喻户晓的原大《清明上河图》；有珍藏在南京博物院、对明清以降写意花鸟影响极大的徐渭《杂花图卷》。值得特别指出的是首次在沪展出的新作品、深藏台北故宫博物院、在中国山水史上有显著地位的巨然的《秋山问道图》，也将精彩亮相。



【活动时间】2013. 7. 9-2013. 7. 18

【活动地点】田子坊艺术中心

【活动名称】神山圣水，香格里拉——正奇风景油画作品展

【活动内容】青年画家正奇的香格里拉油画展，画家用简洁的笔触描绘了中国西部香格里拉群峰雄伟挺拔险峻的山势，画作给人以神秘大气的威严感。



【活动时间】2013. 7. 12-2013. 7. 14

【活动地点】800 秀

【活动名称】精彩秀尼康

【活动内容】今年是尼康公司创建尼克尔镜头 80 周年，这是尼康首次在中国举办的全新品牌盛会，活动内容包括：1. 产品展示，现场云集了包括相机、镜头、望远镜在内的全系列产品，届时将以华丽姿态带给观众前所未有的摄影体验；2. 专业讲座，本次活动力邀众多知名摄影师现场进行讲座，并由爱普生（EPSON）公司提供现场照片打印服务及相关产品介绍；3. 现场体验，现场设有历史产品展示区、高感光度体验区、D-movie 试拍区、摄影作品展示区、产品清洁服务区等多个特色区域。



五、行业微播报

九部门联合出台文件扶持转制院团改革发展

近日，文化部会同中组部、中宣部等九部门，联合出台《关于支持转企改制国有文艺院团改革发展的指导意见》（以下简称《意见》），要求各地积极落实和强化对转制院团的政策扶持、促进转制院团自我发展能力建设、强化转制院团改革发展支撑体系建设，大力支持转制院团改革发展，提升我国演艺业发展水平。

《意见》坚持把转制院团培育为合格市场主体的改革方向不动摇，鲜明提出，要通过规范国有文艺院团转企改制、增强转制院团发展内生动力、着力培育骨干演艺企业、扶持中小转制院团健康发展，切实促进转制院团自我发展能力建设。

（来源：中华人民共和国文化部）

2012 年上海文化创意产业从业人员超 129 万

2013 年 6 月 27 日，市统计局副局长杨莉介绍了 2012 年上海文化创意产业相关统计数据。据介绍，时尚创意产业已于去年 7 月被纳入我国文化产业分类目录，而去年上海文化创意产业平均从业人员超过了 129 万。

杨莉说，新目录在保持了原“产业分类目录”大类分组设置的基础上，新增加“时尚创意业”，同时根据国家《文化产业分类目录》对部分行业进行了增加与删减。今天公布的 2012 年上海文化创意产业的主要统计数据是按照新的“产业分类目录”的统计口径进行统计核算的。

统计结果显示，2012 年，上海文化创意产业平均从业人员 129.16 万人；实现总产出 7695.36 亿元，比上年增长 11.3%；实现增加值 2269.76 亿元。（来源：东方网）

洛可可：让农业搭上文化快轨

作为国内一家领先的工业设计机构，北京洛可可科技有限公司却于 2008 年悄无声息地完成了跨界，成立了北京洛可可国际创意农业技术有限公司，这也是国内首家践行创意农业模式的专业机构。

服务型农业以需求为导向，包括种植、生产加工、流通和消费等一系列过程，大大拓宽了传统农业的视野，国外称之为第六产业（1+2+3），中国把它称为创意农业。

据马达飞介绍，创意农业的主要特性就是创新、跨界、整合，而创意农业服务原则或说商业模式则是可操作化、可盈利化、可持续化、可复制化。目前，洛可可农业的服务板块共有4块：产业规划、产业投资、产业运营、产业科技。（来源：中国文化产业报）

国内首个“文化+电商”双产业复合型园区

盐田国际创意港盛大开园

2013年5月14日，国内首个“文化+电商”双产业复合型园区盐田国际创意港盛大开园，盐田国际创意港脱胎于田心老工业区，总占地12.15万平方米，建筑面积28.5万平方米，目前已吸引了超过50家工业设计和电子商务类企业签约入驻。

盐田区委书记郭永航在开园典礼上表示，盐田区将以国际创意港为示范样本，引领带动老工业区改造转型。作为盐田产业转型升级的重大项目，盐田国际创意港以高品质、高端化、高效益为目标，采用“文化+电商”双轮驱动新模式，紧密融合文化创意产业与电子商务平台，全力打造集文化、经济、教育、科技、旅游等为一体的新型产业发展载体。（来源：南方日报（广州））

台湾文化创意政策：以大陆客源为导向

2013年6月30日，由上海交通大学—文化部两岸文化研究基地、社会科学文献出版社联合出版的“两岸文化蓝皮书（2013）新闻发布会”在台北市举行。

两岸文化蓝皮书指出，台湾善用中华文化资源，将艺术珍品与生活实用结合，创造出惊人收益。依据台北“故宫”内部统计资料，2010年不包含门票以及餐饮收入，光是旅游纪念品收入即达新台币6.48亿元（大约为人民币1.4亿元）。如果细算其中由大陆客源所消费金额比重，2010年度大陆观光客占所有境外参观人数比例为61.27%。由此，大陆客源为台北“故宫”礼品收益贡献将近新台

币 4.0 亿元（约合人民币 0.86 亿元），目前大陆观光客可以说是“故宫”的观光游客与礼品销售收益的主要来源。（来源：中国文化传媒网）

东京：“酷日本”3年前升为国策，动漫游戏电影形成产业链

如今，“酷日本”已成为坊间流行词。今年 2 月，日本一项网调显示，“酷日本”的社会认知度超过四成。安倍内阁上台后不久，即连续召开“酷日本推进会议”，为酷日本战略布局。

所谓酷日本战略，就是国家高举大旗，走至前台，如同韩流那样，将既有创意资源整合到麾下，打造国家软实力的坚强支柱。

日本经济产业省媒介内容课的横仓干人向早报记者介绍，“酷日本”战略主要分为三个阶段，第一阶段是向海外传达日本的魅力，包括动漫、时尚、饮食文化等内容；第二阶段是让本国企业通过在海外开发动漫、时尚等关联产业的商品而获利；第三阶段则是吸引更多的海外游客来日本观光消费。（来源：东方早报）

美国电视广告自我革命：广告主下单后闪电播出

据国外媒体报道，在传统的电视广告模式下，广告主进行营销宣传，需要提前很长时间购买广告时段，这种“蜗牛播出”的方式，在网络视频时代已经显得落后。

广告闪电播出的技术被称之为“动态广告插播”，目前美国的一大批电视台都在朝着这个方向努力。

目前从事这一技术研发的是一家名为 Canoe 的公司，其背后拥有康卡斯特、时代华纳有线、Cox 通讯以及 Bright House Networks 公司等支持者，该公司的使命就是快速替换电视节目中的广告。该公司负责人表示，以更快的速度替换掉旧广告，插入广告主的新广告，广告主将会更高兴，这个市场存在巨大市场机会。

（来源：腾讯科技）

征稿启事

《上海创意产业中心简报》(以下简称“《简报》”),是上海创意产业中心主办的刊物,双月刊,单月月底以电子版的形式发行。

《简报》旨在搭建一个创意产业信息交流与共享的平台,现面向各行业协会、产业园区和企业征稿,征稿内容涵盖创意产业相关的新闻、活动、模式创新、人物专访或是专题报告,我们会汇总编辑,选择性地刊发到上海创意产业中心的官网或是《简报》。欢迎踊跃来稿,感谢您的合作!

投稿邮箱: scic_gov@126.com

联系人: 上海创意产业中心简报编辑 施晶晶

(完)