



SICI

深圳大学
文化产业研究院

Institute
for Cultural Industries
Shenzhen University

总第4期

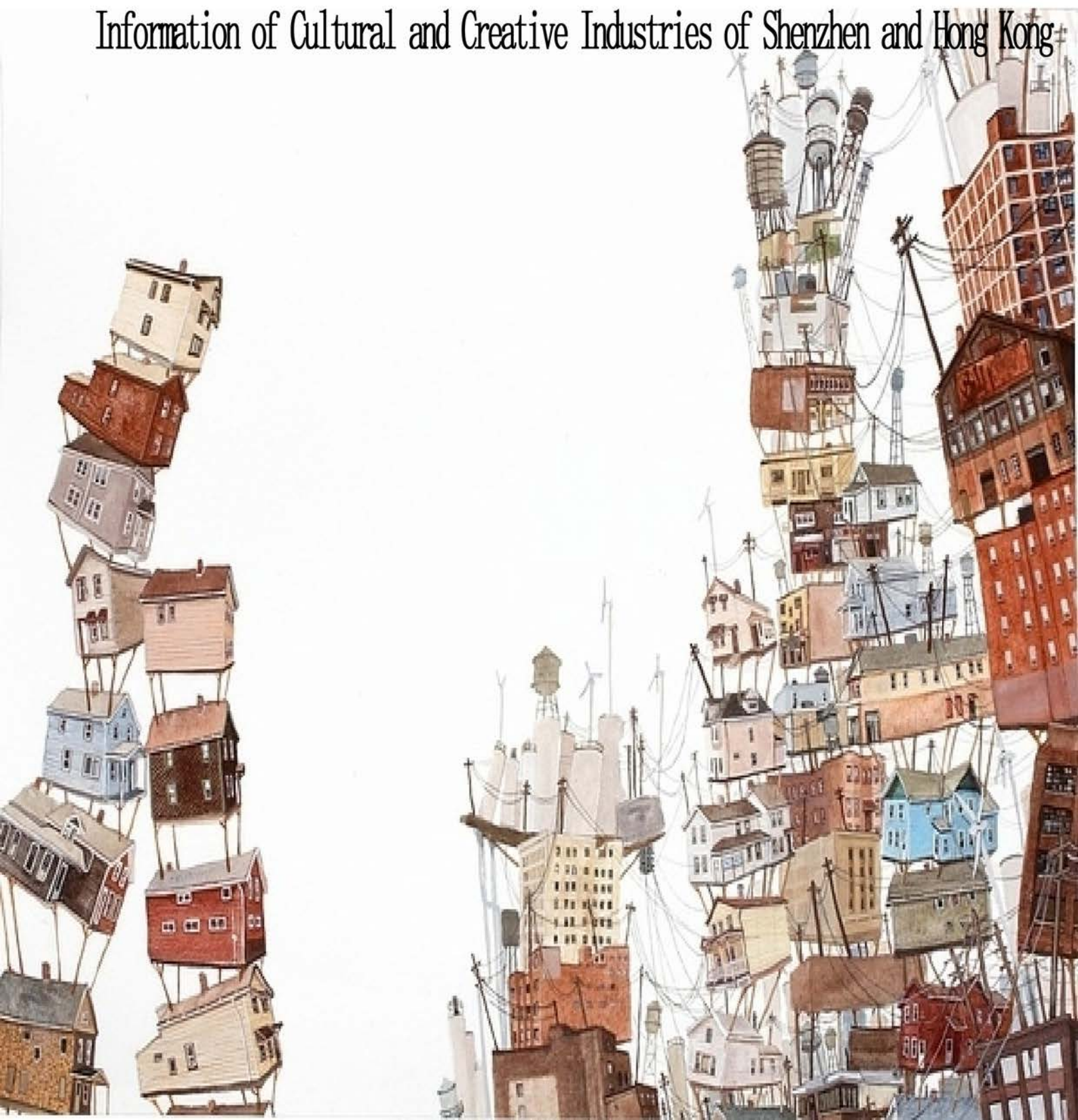
2011年第

4

期

深港文化创意参考

Information of Cultural and Creative Industries of Shenzhen and Hong Kong



深港文化创意参考

Information of Cultural and Creative Industries of Shenzhen and Hong Kong



半月刊

每月 18 日、3 日刊出

地址：广东省深圳市南山区深圳大学

邮箱：sgwhcyck@163.com

网址：<http://ici.szu.edu.cn/yk.asp>

封面图片：Amy Casey 的城市意向

图片来源：<http://bbs.ccitimes.com/>

Name: Information of cultural and creative industries of Shenzhen and Hong Kong
(Fortnightly)

Email: sgwhcyck@163.com



深圳大学
文化产业研究院
Institute
for Cultural Industries
Shenzhen University

主办



深圳大学
图书馆
SHENZHEN UNIVERSITY LIBRARY

协办

目 录

产业发展

1. 香港：政府助创意文化起飞 业界冀打开国际市场 1
2. 3D 动画《本焕大师》将播出 1
3. 华强动画片今晚央视开播两年内六部作品上央视 2
4. 欢乐动漫获深圳建行融资 5 千万 2
5. 深圳出版集团计划投资 5 亿建数字出版产业基地 2
6. 创意产业：从“引擎”到“支柱”有多远 3
7. A8 音乐平台汇聚原创歌曲已达 7 万首
中国最大的数字音乐公司迎来 11 岁生日 3

园区动态

1. 鹏城万里图亮相
京沪深城市风景长卷展顺利开幕 4
2. 南华山神凤文化景区开园
深圳理念经营湖南名山 4
3. 深圳 OCT-LOFT 华侨城创意文化园近日整体开园 5
4. 西九龙文化区 5
5. 解读雅昌的独特成功之路 6
6. 深圳文博宫：市场化推动非遗传承保护 6

设计·创意

1. 各国“钱币脸”一展“大生意”
——深圳创意团队纽约 ADC 夺金 8
2. 4 位深圳企业家夺得“创业中国”奖项 8
3. 深港十大婚礼征选活动启动 9
4. 大运深圳、创意龙岗文化衫设计大赛落幕
——创意点亮别样精彩 9
5. 深圳：创意市集精彩 踏入全民创意时代 9

合作·交流

1. 深圳大学文化产业研究院
与徐州市文化创意签署战略合作协议 11
2. 深圳大学文化产业研究院
与科恩咨询事务所签署战略合作协议 11
3. 亿元美金打造规模最大合资片
华强文化联手好莱坞制作震撼特技 12
4. 首届“港台文化合作论坛”
推 10 项行动纲领促两地文创交流 12

深港文化创意参考

Information of Cultural and Creative Industries of Shenzhen and Hong Kong



深圳大学文科楼



深圳大学文化产业研究院网页



深圳大学文化创意产业基地——3号艺栈



主办



协办

目 录

会议·巡展

- 1. 首届两岸四地品牌高峰论坛 13
- 2. 深圳知名品牌正在迈向国际化 13
- 3. 香港国际艺术展今日开幕
38国艺术家摆下文化盛宴 14
- 4. 杨晓洋获全国中国画展优秀奖 14

人才·制度

- 1. 深大首批创意策划经理人炼成 15
- 2. 中宣部改革办副主任高书生：
深圳文化体制改革一直走在全国前列 15
- 3. 深圳文化体制改革成果扫描
改革激发深圳文化发展活力 16

名家访谈

- 1. 学术·高端·原创
——深圳大学副校长李凤亮谈文化产业 17

他山之石

- 1. Govt to send trade missions overseas to boost exports 19
- 2. Research Focuses On Creative Industries Financing 19
- 3. Analysis: The potential impact of IP law review on the UK creative industry 20
- 4. New technologies ‘have opened up creative commercial opportunities’ 21
- 5. StrawberryFrog Strengthens Management Team With Strategic Hire From Goodby Silverstein & Partners 22
- 6. Creative accounting: Artsy-fartsy-hating Fordists can’t ignore value of the arts economy 23

产业发展

1. 香港：政府助创意文化起飞 业界冀打开国际市场

香港近年来，正在推动六大优势产业之一的创意及文化产业成为未来经济发展的强大动力。港府 2011 年斥资 28 亿元（港元，下同）支持创意文化产业的发展，业界寄望香港和内地加强合作，打开大中华市场。据官方统计，香港文化及创意产业每年总增值额近 630 亿元，占本地生产总值的 4.1%。创意及文化产业是香港特区整体经济的重要元素，在《内地与香港关于建立更紧密经贸关系的安排》（CEPA）的框架下，香港的文化产业获得了进入内地市场的方便。相比其它产业，香港与内地在文化创意产业更易产生优势互补。对于各方资助，施仁毅表示，钱对于文化创意产业不一定是最重要的，业者更看重走入市场的机会。香港和内地可透过加强合作，共同发展兼具中国特色和国际视野的文化创意产业，打开国际市场。（罗春芳，摘自：中国新闻网，<http://www.ccitimes.com>，2011-05-25）

2. 3D 动画《本焕大师》将播出

五一期间，“深圳市第三届佛事用品展览会”在会展中心 8 号展馆举行，由深圳市心艺来文化有限公司带来的以当代佛门泰斗、深圳弘法寺开山祖师本焕长老传奇一生为题材打造的高清 3D 动画片《本焕大师》一经亮相，便吸引了许多观众驻足观看。片方负责人介绍，动画片《本焕大师》共 12 集，预计今年 11 月在央视播出。该片也是世界佛教史上第一部大型



高清 3D 动画片，片中的动画色彩十分鲜活，多数观众对本焕大师的传奇人生经历感到惊叹和敬仰。为使动画片更加深入人心，《本焕大师》出品方心艺来公司还以片中的人物形象为基础，设计了一系列可爱的卡通形象 U 盘、玩偶及 3D 立体卡片。（罗春芳，摘自：李佳佳，深圳商报；2011-05-04）

3. 华强动画片今晚央视开播两年内六部作品上央视

由深圳华强数字动漫有限公司制作的 208 集全三维功夫爆笑系列动画《十二生肖快乐街》在央视少儿频道《银河剧场》开播。这也是华强数字动漫有限公司两年时间内第六部作品进入央视播出。事实上，《十二生肖快乐街》已经是华强动漫在两年时间里登陆央视的第六部作品，两年内，华强不仅成长为全国动画产量亚军企业。2008 年下半年，华强进军动画领域，建成国内仅有的全无纸化动画生产线，配备了三维激光扫描仪、动作捕捉系统等高科技设备，应用了自主研发的动漫三维数据库插件管理系统，从而彻底改变数字动画片的作坊式生产模式，让动画生产效率达到了传统生产方式的 6~8 倍。两年来，华强的动漫产量日渐飙升，2011 年，华强动画的产量将达到 15000 分钟。（罗春芳，摘自：刘瑜；深圳商报，2011-05-25）

4. 欢乐动漫获深圳建行融资 5 千万

深圳原创动漫作品《欢乐宝宝》获得银行大手笔资金支持，顺利完成了总计 100 集的制作计划。记者从建设银行深圳市分行获悉，该行近日与深圳市欢乐动漫有限公司签署了总额为 5000 万元人民币的战略合作协议，将双方的业务合作进一步推向深入。目前，深圳文化产业正以每年约 20% 的速度高速增长。深圳建行积极探索融资新模式，今年 5 月，该行与文交所签订总额为 300 亿元的战略合作协议，并相继同深圳一立动画影业有限公司、深圳市欢乐动漫影业公司等一大批文化类企业展开合作，累计发放贷款超过 1 亿元。（罗春芳，摘自：深圳国家动漫画产业基地；<http://www.cartoonsz.cn/gndt.asp?id=3498>，2011-05-23）

5. 深圳出版集团计划投资 5 亿建数字出版产业基地

深圳出版发行集团和深圳市前海深港现代服务业合作区管理局在现场签订了《前海数字出版产业基地战略合作意向书》。该项目计划投入建设资金 5.11 亿元左右，静态投资回报期 18 年。据介绍，该产业基地将充分利用深圳特区先行先试政策，发挥三地比较优势，致力于建设以文化创意产业为核心、以新技术引领传统出版产业升级为己任、以数字教育出版的突破口的数字出版基地，并以深港有机结合的文化创意产业和满足教改发展需要的数字教育产业为园区特色品牌，积极申请成为国家级数字出版基地。致力于打造联合深港澳、辐射珠三角的国家级数字出版产业基地和全媒体数字出版中心。（王向民，摘自：罗秋近；深圳

新闻网, http://www.sznews.com/zhuanti/content/2011-05/13/content_5629143.htm; 2011-05-13)

6. 创意产业：从“引擎”到“支柱”有多远

据《2010年创意经济报告》，中国的创意产品已经占有全球创意产品市场20%以上的份额，成为发展创意经济最成功的国家。而且在中国出口的创意产品中，以地毯、纺织品等艺术和手工艺品为主的结构正在改变，视觉、出版、印刷等领域产品的份额在不断增加。创意产业正在成为名副其实的高增长、高附加值和低消耗的产业。2009年，包括“文化创意”在内的文化产业上升为国家战略性产业。各地纷纷把创意产业作为新的经济引擎，并呈现出不同的特点。北京、上海、天津等城市利用现代工业遗存建成了一批文化产业聚集区。文化底蕴深厚的河南、陕西、山西、安徽等省着力发掘传统文化遗产，将其与现代产业相结合。江苏、浙江、广东、湖南等省则主打新媒体，纷纷抢占数字文化产业的先机。四川、云南、广西、青海等西部省区充分利用当地的少数民族文化资源发展创意产业。权威人士称，目前中国文化产业在GDP中的份额约为2.5%，在未来五年内，它将有经济新引擎向国家的支柱性产业发展，占GDP的份额将达到5%。(王杨青，摘自：<http://www.ccitime.com>, 2011-05-27)

7. A8音乐平台汇聚原创歌曲已达7万首

中国最大的数字音乐公司迎来11岁生日

5月22日，深圳“文化+科技”重点企业、中国最大的数字音乐公司——A8音乐迎来了11岁生日。经过11年的音乐探索，A8音乐现已成长为国内数字音乐领域的龙头企业，A8音乐平台汇聚的原创歌曲达到了7万首。A8音乐每年数字发行一万多首歌曲，同时，A8音乐还是国内首只以数字音乐概念股在香港上市的音乐公司。在刚落幕的第七届文博会上，A8音乐凭借在数字音乐领域的非凡实力与成就，被纳入“国家音乐产业基地数字音乐园区”，国家新闻出版总署署长柳斌杰还现场体验了A8音乐云技术服务，盛赞此项“音乐云”技术服务的科技魅力，勉励A8音乐持续发挥优势，创新推出更多先进、智能、个性化的音乐技术与服务。(罗春芳，摘自：翁惠娟；深圳特区报，2011-05-25)

园区动态

1. 鹏城万里图亮相，京沪深城市风景长卷展顺利开幕

《鹏城万里图》作为继《清明上河图》、《姑苏繁华图》、《盛世长安图》和《世博胜景图》之后，中国历史上第五幅以城市景观为创作题材的国画长卷隆重亮相。《鹏城万里图》全长 18 米、高 0.85 米，是深圳书画史上一次规模宏大的集体创作。画卷由深圳



大学文化产业研究院、深圳荔园文化产业发展有限公司、北京广华京版传媒文化有限公司联合策划，组织《盛世长安图》和《世博胜景图》的画家团队精心绘制而成。饶宗颐为画卷题写了卷首，深圳大学副校长李凤亮教授题跋。长卷以深南大道为主体背景进行创作，描绘了深圳东起大鹏湾西至宝安机场最具代表性的自然及人文景观：盐田港、中英街、东门、华强北、深圳中心公园、市民广场、会展中心、锦绣中华、世界之窗、科技园、深大、南头古城……整个画卷结构恢宏，人物庞杂，画面细腻，艺术化地展示了特区改革开放三十年以来的非凡成就，展现了深圳国际化进程及中国迈向现代化进程的精神风貌和时代风情。其作为现代版的深圳“清明上河图”，凭借高度的艺术原创性和艺术感召力，堪称深圳特区独一无二的文化精品，是弘扬改革开放精神的城市新名片。（王杨青，摘自：<http://ici.szu.edu.cn/cms/infoshow.asp?id=454>，2011/5/24）

2. 南华山神凤文化景区开园 深圳理念经营湖南名山

香港启盛集团董事局主席吴启雄先生表示，香港启盛集团在 2005 年在深圳与湖南凤凰县人民政府签订了投资 1.2 亿开发南华山神凤文化景区的 50 年合同。南华山景区整体定位依托拥有数百年丰富人文历史、浓郁少数民族文化、以及奇特山水自然风光的凤凰古城旅游景点，以提高旅游文化内涵，弘扬湘西凤凰文化，提升凤凰旅游产业水平为宗旨，通过因势

利导充分利用南华山国家森林公园先天的自然资源景观，为都市人打造“生态、人文、休闲的高端旅游胜地”，成为凤凰和湘西旅游的“补缺区”和“延展区”，景区整体格局参照楚文化营造古法，精雕细琢而成。据悉，其规划、设计、建设得到艺术大师黄永玉先生之全程指导，手绘蓝图，题字达 300 多字，也可以说是黄老在故乡凤凰大地上之第一幅大地艺术巨画，堪称一绝。深圳港资企业启盛集团国际有限公司投资旅游文化产业丰富了当地旅游文化内涵。（王杨青，摘自：王光明；深圳商报，2011-05-25）

3. 深圳 OCT-LOFT 华侨城创意文化园近日整体开园

OCT-LOFT 华侨城创意文化园位于深圳华侨城原东部工业区内，建筑面积约 20 万平方米，分为南北两区。2004 年下半年以来，根据厂房的建筑特点以及政府对文化和创意产业的相关政策指引，创造性地提出将工业区改造为 LOFT 创意产业园区的想法，将旧厂房改造为创意产业的工作室，引进各类型创意产业，使旧厂房的建筑形态和历史痕迹得以保留的同时又衍生出更有朝气更有生命力的产业经济。据了解，在华侨城创意文化园正式整体开园后，除了已引进上百家创意产业型公司、工作室外，还启动了 3000 平方米的艺术大众共享平台，并聚集了又一批涉及多个领域的前卫、先锋、创意、设计商家。华侨城创意文化园的整体开园将成为深圳文化产业飞速发展的一个重要见证。（王向民，摘自：大洋新闻，



http://informationtimes.dayoo.com/html/2011-05/20/content_1358367.htm###; 2011-05-20)

4. 西九龙文化区

近期，历时 12 年的香港西九龙文化中心规划终于有了定论——普利兹克奖得主、英国建筑师诺曼·福斯特主导的设计方案“城市中的公园”已确定中标。西九龙文化区项目构想于 20 世纪 90 年代末，是香港特区政府为支持香港文化艺术发展作出的一项重要策略性投资。“西九”将提供香港文化艺术长远发展所需的基础设施。“西九”将发展成具备世界级文化艺术设施、地标式建筑及优质节目的综合性文化



福斯特的西九龙文化区规划中，将有 19 公顷土地成为绿化用地。

艺术区以及珠江三角洲地区的文化门廊。“西九”用地在西九龙填海区的南端，占地 40 公顷，其中的 23 公顷将被辟作休憩空间，供公众享用。（王向民，摘自：中国社会科学报, 2011-05-12）

5. 解读雅昌的独特成功之路

在一度被称为“夕阳产业”的印刷界，雅昌之所以异军突起并成为文化产业中的佼佼者，探其缘由，离不开雅昌商业运作模式的成功。多年前，一次偶然的机会，雅昌承印了南京市一个艺术品拍卖会的图录。当一场业



务做下来，敏锐的万捷便发现了专门从事艺术品印刷企业极少的商机，加之对艺术浓厚的兴趣，于是，万捷便为公司确定了一个崭新的发展道路。从那时起，雅昌便将目标客户群确立为艺术家、艺术机构等，而其产品也逐渐从单一的印刷品逐步扩展为集中国艺术品数据库、印刷服务、雅昌艺术网、雅昌艺术市场监测中心等为一体的综合艺术服务。雅昌成功地把传统的印刷和 IT 互联网、艺术品有机结合，形成了一个崭新的文化产业链条。17 年来，雅昌始终以传承、弘扬中华优秀传统文化为己任，紧跟世界文化艺术发展的步伐，致力于成为中国文

化产业的开拓者，不断追求先进的科学技术，通过商业模式创新、产品创新、服务创新和管理创新取得了令人瞩目的成绩，一举成为我国文化产业领域中的佼佼者。（王向民，摘自：李哲；经济日报，2011-05-29）

6. 深圳文博宫：市场化推动非遗传承保护

文博宫从“文化+ 金融” “文化+ 旅游”等多方面进行盈利模式的创新，对“文化创意产业园”进行全新的诠释。“文化+ 金融”是文博宫重要的经营内容，它探索了艺术证券化细分的系列模式，为艺术品的收藏与投资提供了更多的机会。由于该模式在国内同类文化艺术市场是首创，吸引了内地及港澳一批收藏家与艺术品投资人，他们拿出自己珍藏多年的各种古玩与艺术品，主动上门与文博宫进行交流，并探讨和寻求艺术品证券化的各种合作方式。在“文化+ 旅游”方面，文博宫开创了原创的自主知识产权的文化旅游产品，并整合嫁接世界各国的艺术精品资源，形成世界文化艺术聚集区。文博宫的姊妹项目“美丽 193 大街”以世界 193 个国家最具代表性的建筑为原型摹本，连缀成 800 米长的美丽大街，与文博宫连成一体，成为“万国建筑博览会”。（王向民，摘自：林金华、宾阳等；中国文化报，2011-05-25）

设计·创意

1. 各国“钱币脸”一展“大生意”

——深圳创意团队纽约 ADC 夺金

花花绿绿的各国纸币，拼贴成老老少少的面孔，欣悦的、愁眉的、发呆的、沉闷的，传达出活生生的悲喜之状。这幅出自深圳 SenseTeam 山河水团队的海报作品近日夺得美国纽约艺术指导俱乐部（简称纽约 ADC）第 90 届金奖，这也是纽约 ADC 迄今为止由中国本土创意团队夺得的第一个金奖。一个金灿灿的



“魔方”，纽约 ADC 的最高奖——金方块奖，是全球创意广告人梦寐以求却又屡屡望其项背的顶级奖项。5 月 10 日，第 90 届纽约 ADC 颁出了今年各类别的金银铜奖项，来自中国深圳的 SenseTeam 山河水团队凭借作品“大生意 III”海报摘得了插图类金奖，将令人眼热的金方块奖收入囊中，成为第一个夺得金方块奖的中国本土创意团队。（罗春芳，摘自：刘瑜；深圳商报，2011-05-25）

2. 4 位深圳企业家夺得“创业中国”奖项

29 日，在京举行的 2011 第十届创业中国高峰论坛中，2011 创业中国奖项，包括“创业领袖、新领军人物、创业新锐”奖揭晓，来自深圳新兴行业中的生物医药、互联网行业，以及传统行业的 4 位企业家上榜。本届论坛由全国工商联、联合国全球契约组织、欧美同学会商会指导等联合主办。评选旨在激励更多的创业者学习业界成功人士的创业精神和经验。榜单显示，来自深圳新兴行业中的生物医药、互联网行业，以及传统行业的 4 位企业家上榜，

分别夺得“2011 新领军人物”、“2011 创业新锐”、“2011 创业领袖”奖。(曾蓉, 摘自: 李萍; 深圳特区报, 2011-05-30)

3. 深港十大婚礼征选活动启动

5月28日下午, 由深圳创意文化中心、深圳市归国华侨联合会文化艺术委员会等机构联合举办的深港(国际)十大婚礼征选活动启动。活动将持续到明年3月, 将评选出深港具有世界性、创意性、时尚型的十大婚礼形态、创造者、推动者以及深港(国际)婚礼个性化服务和品牌商家。各婚礼机构可通过自主报名、参与媒体推荐、评审委员会提名、婚礼当事人推荐等方式参与评选。(曾蓉, 摘自: 温婷; 晶报, 2011-05-29)

4. 大运深圳、创意龙岗文化衫设计大赛落幕

——创意点亮别样精彩

5月26日, 大运深圳、创意龙岗——“常客服饰杯”文化衫设计大赛颁奖晚会在龙岗文化中心举行, 大赛由龙岗区文明办和深圳报业集团晶报社主办。龙岗区委常委、宣传部长熊国伟参加活动并为获奖选手颁奖。本次大赛的



一、二、三等奖得主不仅获颁精美的奖座, 还获得了大运会龙岗赛区观赛门票。比赛自4月启动以来, 主办方陆续收到来自各院校学生及网友设计作品500多幅, 经过多名专家的评审, 筛选出前3名(共6幅)及10幅入围作品。最受评委青睐的一幅作品《梦想——从这里开始》荣获一等奖, 作者以滨海蓝为底色来表现深圳滨海之城的特点, 又和龙岗大运城相和相映, 展现了深圳大运风采。(曾蓉, 摘自: 李彦玲; 深圳侨报, 2011-05-27)

5. 深圳: 创意市集精彩 踏入全民创意时代

个性十足的手绘卡通T恤、另类搞怪的手链、憨态可掬的袜子娃娃、浓郁民族风的笔

筒、丑得可爱的布娃娃……当这些好玩新奇、充满个性的小玩意，热闹纷繁地一个个跳入你的视野时，你会不由得感慨：这些出自普通市民双手的作品也可以这样充满创意，原来有这么多创意达人散落在深圳的民间。一条短短几十米的街道，密密麻麻一家挨一家的小小铺位，琳琅满目的创意小玩意儿，就构成了一个创意市集。在深圳，像这样



的创意市集已经由最初的一两家发展到了今天的遍地开花：华侨城 OCT-LOFT-T 街、中心书城、海岸城、海雅百货……每个周末，许多深圳人都习惯去逛逛创意市集，度过一段轻松惬意的休闲时光，而只要愿意花时间去“淘”，很多人都能找到一两件让自己爱不释手的手工作品带回家。（王杨青，摘自：深圳晚报，2011-05-27）

合作·交流

1. 深圳大学文化产业研究院

与徐州市文化创意签署战略合作协议

深圳大学文化产业研究院和徐州市文化创意产业研究会签署了战略合作协议，双方就决策咨询、学术研究、人才培养和项目发展方面展开战略合作。徐州市具有悠久的历史、文化产业资源丰富，文化创意产业的建设处于起步阶段，亟需文化创意产业研究的理论指导。徐州市文化创意产业研究会作为徐州市新兴的文化创意产业机构，应致力于徐州市文化创意产业振兴与发展，及时解决徐州市文化创意产业的理论指导。而深圳大学文化产业研究院为深圳大学首个跨学院、多学科的综合性的研究机构，致力于文化产业领域的科研、教学和项目推动，以新机制、新思路着力打造跨学院跨学科高层次科研平台，增强为地方经济社会文化发展服务的功能。徐州市文化创意产业研究会选择与深圳大学文化产业研究院签署战略合作协议，将有利于弥补自身创意文化产业起步阶段的种种不足，并更好地彰显自身优势，使其文化产业走向一个新的高度。同时，这对深圳大学文化产业研究院来说，也是一个众所期待的成绩。（金业阳，摘自：<http://ici.szu.edu.cn/cms/infoshow.asp?id=458>，2011-05-18）

2. 深圳大学文化产业研究院

与科恩咨询事务所签署战略合作协议

深圳大学文化产业研究院与 KEA 欧洲事务公司（科恩咨询事务所）的合作交流中，双方就科学研究、人才培养、项目合作等展开深入研讨并达成初步一致，5月13日双方如期签署战略合作协议。KEA 是一家总部设于布鲁塞尔的战略咨询公司，始创于 1999 年，专门从事与创意产业、文化、娱乐、传媒及体育领域相关的建议、支持和研究相关的工作，曾与欧盟、联合国教科文组织、中国商务部开展项目合作。KEA 被认为是一个在创意产业和文化行业居于领先地位的专业公司，掌握着前沿的专业知识，熟悉影响行业发展的战略因素。在未来的合作中，文化产业研究院和科恩咨询事务所就科学研究、人才培养、项目合作等方面展开合作。双方拟在中欧文化创意的知识产权保护、区域与城市文化创意产业发展、国家

和地方公共文化政策等方面展开合作研究，在文化创意高端人才培养、学术交流、创意活动等方面进行合作。本次战略合作拉开了文化产业研究院与欧洲文化创意组织的合作帷幕，是深圳大学文化创意产业研究走向国际化的重要举措，具有重要意义。（金业阳，摘自：<http://ici.szu.edu.cn/cms/infoshow.asp?id=458>，2011-05-18）

3. 亿元美金打造规模最大合资片

华强文化联手好莱坞制作震撼特技

继引进好莱坞主创团队及奥斯卡影帝全力打造国际发行影片《形影不离》之后，华强文化科技集团再一次大手笔进入合资拍片领域，作为总制片，联合美国梦工厂娱乐有限公司、美国迪斯尼娱乐集团、中国国影投资管理有限公司等中外影视投资制作机构，总投资近一亿美元，共同打造迄今为止投资规模最大的一部中外合拍电影《鼠之道》。全片将在中国境内拍摄完成，中外双方将采用全新的合作模式共同打造这部极富中国元素的3D魔幻巨制大片。影片中震撼的特效画面将是本片最大的看点之一，而片中大量的特效镜头将需要在高科技摄影棚内完成拍摄工作。业内人士表示，中国电影在产业政策的扶持下，中国电影市场已经成为全球最有潜力的市场之一。（罗春芳，摘自：梁 瑛；深圳商报，2011-05-23）

4. 首届“港台文化合作论坛”

推 10 项行动纲领促两地文创交流

以“建立文化合作平台，打造华人创意品牌”为主题的首届“港台文化合作论坛”17日在香港文化博物馆举行。来自香港和台湾的百余位文化创意界代表与会，达成了旨在推动港台文化产业深化交流合作的10项行动纲领。包括：每年定期互访、轮流举办文化合作论坛、建立文化创意合作平台、推动青年交流、促进两地文创主题式交流、加强宣传推广、促进经济合作、共同培植新秀、促成知识产权合作、打造华人创意品牌等。希望借此提升两地对彼此文化创意产业发展的了解，寻求产业间的具体合作方向和内容，推动香港和台湾在文化创意方面更深更广的交流和合作。论坛还开设“港台设计产业界人士交流会”，供两地设计人才交流心得。香港的港台经济文化合作协进会与台湾的台港经济文化合作策进会在去年8月达成举办文化合作论坛的共识。（曾蓉 摘自：赵博；新华网，http://news.xinhuanet.com/tw/2011-05/17/c_121427654.htm；2011-05-17）

会议·巡展

1. 首届两岸四地品牌高峰论坛

在第八届深圳知名品牌颁奖典礼隆重举行之际，港、澳、台品牌大师会聚深圳，举行全国首次两岸四地品牌高峰论坛。中国品牌理论奠基人、品牌中国产业联盟主席艾丰教授，香港中文大学工商管理学院院长黄德尊教授，澳门电脑学会理事长尤胜当先生等，以“深圳知名品牌的影响力与中国品牌的国际化”为主



题，分别从不同角度发表主旨和专题演讲；同时，获本届“深圳知名品牌”优秀企业高管就如何打造具影响力的企业品牌展开思维碰撞、经验交流。这台具国际水准的创品牌的智慧分享论坛，对提升企业品牌价值、增强市场竞争力带来了意想不到的收获。其中论坛演讲包括：中国需要一场品牌革命、为什么需要一场品牌革命、品牌革命革什么命等。（金业阳，摘自：深圳特区报，2011-05-06）

2. 深圳知名品牌正在迈向国际化

——访品牌中国产业联盟执行副主席、深圳知名品牌评价委员会执行主任王肇文

品牌中国产业联盟执行副主席、深圳知名品牌评价委员会执行主任王肇文认为，深圳知名品牌已经走在我国品牌发展建设历程的前沿，成为全国实施名牌战略成果的重要标志。但是，与世界名牌相比我们的品牌不论在品牌价值、经营规模、国际市场占有率还是技术水平上都有相当差距。深圳知名品牌要想在国际市场上打响本土品牌，首先必须有步骤、分阶段、循序渐进的完成品牌国际化，这个过程与综合国力和整体国民素质的提高、生产技术的改进等多方面因素具有密切联系是一个长期积累的系统过程需要不懈的努力，不能一蹴而就。其次，所有全球化公司的品牌战略，几乎无一不是以品牌本土化作为获取市场的胜利之本。深

圳知名品牌今后在走出国门、开拓市场的时候必须考虑当地消费文化，要在公司员工本土化、制造本土化及营销本土化上做文章。（金业阳，摘自：深圳特区报，2011-05-06）

3. 香港国际艺术展今日开幕 38 国艺术家摆下文化盛宴

连续三届的成功，为香港国际艺术展（ART HK）在国际艺坛打响了名声，创出了口碑。今天，这个被誉为国际艺术界最令人期待盛事之一的展览，将在香港会议展览中心再显风采，共有来自 38 个国家 260 间画廊展示及销售其具国际水准的优秀作品，呈献世界级艺术盛宴。香港国际艺术展展览总监马格努斯·伦弗鲁（Magnus Renfrew）告诉记者，主场馆结集超过 168 间顶尖画廊以及世界各地艺术家举行的个人展，ART HK 不仅想搭建收藏家与画廊间交流的平台，也希望成为香港一个有重大意义的艺术活动，此次艺术展强调交易的可行性，以艺术交易为直接目标的“艺术博览会”。（罗春芳，摘自：刘秋伟；深圳特区报，2011-05-26）

4. 杨晓洋获全国中国画展优秀奖

深圳画院画家杨晓洋创作的水墨画《建设中的深圳地铁 5 号线》近日荣获 2011 年全国中国画展优秀奖。这幅作品也是在此次一年一度的中国画门类最高水平展览中，广东省唯一获奖的作品。《建设中的深圳地铁 5 号线》作品以深圳城市建设地铁为场景，通过当代水墨的形式语言和具视觉冲



击力的放射状构图，表现出新时期的特区城市建设成就。画作的作者是深圳青年画家杨晓洋，他近年来的作品创作风格多以城市建设、都市水墨为题材，在传统的绘画基础上融入当代艺术的表现语言，形成了独特的个人创作风格，为深圳本土原创美术品牌“都市水墨”画派的代表画家之一，作品不但多次入选国内外重要展览，同时多次代表深圳市政府赴深圳国际友好城市巡展。（王向民，摘自：梁瑛；深圳商报，2011-05-25）

人才·制度

1. 深大首批创意策划经理人炼成

深圳大学艺术设计学院创意策划与设计管理专业首届毕业答辩会 2011 年 5 月 20 日在艺术设计学院圆满成功，标志着深圳高校将有第一批懂艺术、能设计、会营销、善管理的经理人走向创意城市，



介入创意经济，参与答辩的评委有中国十大营销策划专家之一的朱玉童，深圳广播电视集团深圳卫视公共事务部主任张丹，朗图品牌传播集团总裁冯志峰，陈绍华设计有限公司总经理于磊奇，艺术设计学院文产院创意产业策划与管理研究中心主任陈敏。答辩会嘉宾包括广东创意陶瓷集团 CEO 王湃一、“设计之都”灵狮文化品牌总监唐英等。深圳亚来网络公司总经理余凯锐与厚夫设计公司执行总监洪亚妮先后表示了投资学生项目的强烈愿望。（曾蓉，摘自：董巍；晶报，2011-05-30）

2. 中宣部改革办副主任高书生：深圳文化体制改革一直走在全国前列

高书生一直关注着深圳的文化体制改革，并曾到深圳检查督导。谈及深圳的文化体制改革之所以能取得显著的成效，他分析，首先是深圳市委市政府对文化体制改革的高度重视；其次，深圳的文化体制是全方位的，从文化事业到文化产业，从综合执法改革到经营性文化单位的转制改制等都全面推进；第三，从时间进度上看，深圳的改革一直走在全国前列。对于深圳今后的文化体制改革进程，他希望深圳再接再厉，巩固改革成果，并在巩固的基础上扩大改革成果，进一步完善文化体制改革和文化事业产业发展相关的政策，继续走在全国前列，创造更好更多的经验。对于深圳蓬勃发展的文化产业，他建议文化产业的发展要真正做

到面向国际和国内两个市场，同时，深圳的“文化+科技”的产业模式在发展中要注意如何更好地把中国特色、中国文化与现代科技结合起来，以卓越的想象力和优秀的创意，依托高科技手段，推动中国文化走出去。（王杨青，摘自：深圳特区报，2011-05-06）

3. 深圳文化体制改革成果扫描 改革激发深圳文化发展活力

文化体制改革道路上一直走在全国前列的深圳，再次获得殊荣——“全国文化体制改革工作先进地区”。市委宣传部副部长吴忠介绍，深圳文化体制改革具有四个特点。一是具有高度的文化自觉。深圳自2003年被中央确定为文化体制改革综合性试点地区以来，始终认真贯彻落实中央和广东省关于文化体制改革的有关精神和工作部署，在市委市政府的正确领导下，文化体制改革不断向纵深推进。二是做到全方位系统性，深圳的文化体制改革兼顾文化体制和机制的方方面面，包括了经营性文化事业单位的转企改制，公益性文化事业单位内部三项制度改革，文化管理部门的职能转变以及国有文化资产的监督管理。三是改革创新彻底到位，近年来，深圳真转真改，大胆突破，革除了文化发展的体制性障碍，形成了有利于文化发展的体制机制环境。四是改革充分激发了活力，深圳文化体制改革面向两个市场，整合两种资源，激发了文化事业和文化产业的活力，深圳文博会成为了推动中国文化产业发展的强有力的引擎，2010年全市实现文化产业增加值637亿元，公共文化服务建设体贴入微，文化精品层出不穷。（王杨青，摘自：深圳特区报，2011-05-06）

名家访谈

1. 学术·高端·原创

——深圳大学副校长李凤亮谈文化产业

目前，原创性已经成为制约我国文化产业发展的的重要因素，我们的文化产业总是跟在别人后面邯郸学步，没有民族特色，缺少文化底蕴，技术创新也不足。高校作为原创的母体，要充分发挥引擎的作用，所以我们对自己发展文化产业的定位是“学术·高端·原创”，就是希望守住本位。自2008年开始，我们分别以“文心匠心，荔园俱是少年心”、“创意部落·艺术高地”、“创新·创意·创业”为主题，成功举办了三届文博会分会场。今年我们分会场主题确定为“创意引擎，荔园先行”，继续突出艺术作品原创和文化创意的产业化，注重打造可持续的品牌。



在综合性大学中，深圳大学有关文化产业方面的专业是比较健全的，涉及到艺术、设计、新闻、传播、广告、影视、演艺、建筑、旅游的本科专业十几个，较全面地覆盖了文化产业核心层的主要门类，从事相关工作的教师200多人。通过多年努力，学校文化产业的人才培养与艺术创作已逐步形成了美术部落、设计部落、传媒部落、演艺部落、影视部落、建筑部落等六大创意部落，文化产业发展的综合性优势初步显现。当前高校的人才培养，越来越重视实践教学，学科建设与科研也日益注重与产业和社会的对接，我们期望这个企业的成立，能够应合深大创新创业的内在气质，推动学校文化产业方面的人才培养、成果转化和社会服务，成为推进深圳文化产业健康发展的一个重要原创引擎。

文化创意产业的发展最终靠人。深圳大学有着开放务实的办学传统，作为地方综合性大学，我们非常注重不同层次的文化创意产业高端人才的培养。学校通过专业建设，每年为社会输送大量新闻、传播、艺术、设计、演艺等专业的本科毕业生。作为文化产业相关专业的本科生、研究生，社会需要的可能是“既会动手干、又能用脑想”的复合型人才。我们不仅培养学生能操作，更注重训练他们的策划力、管理力、决策力及领导力。我们目前正借助学科规划的契机，推出与文化产业相关的硕士专业和方向。

在研究方面，我们主要着力区域文化产业研究（以深港、粤港澳台、华南为主）、国际文化产业比较研究、新兴文化产业业态研究三个方面，不同的学术团队正在撰写《深圳文化产业年度报告：品牌》、《深圳文化产业年度报告：行业》、《粤港澳台文化创意产业蓝皮书》等，还出版半月刊的《深港文化创意参考》。我们在研究中，一是强调紧密结合实际，不空谈理论，像《深圳文化产业年度报告》就是结合行业和品牌所做的实证性研究，还有我们与北京大学文化产业研究院合作编写的《文化产业案例丛书》；二是加强比较研究，通过对境内外相关地区和行业的借鉴解决中国的实际问题，《粤港澳台文化创意产业蓝皮书》一书就非常注重这一点。三是突出国际视野，输出中国经验，我们与北大文产院合作编撰的英文版《中国文化产业年度发展报告》就是这样一个成果。

我们规划，打算在科学研究、决策咨询、人才培养、项目发展方面努力打造属于“荔园”的品牌。一是通过实际的研究成果支撑，打造“学术品牌”，如上面提到的蓝皮书系列；二是进一步发挥高校智力优势，形成面向社会的“平台品牌”，如参与我校与深圳市合作筹建“中国（深圳）设计博物馆”，擦亮深圳“设计之都”金招牌，也做强我校的设计学科；接下来我们拟联合深港一些企业和机构，共同发起成立“深港文化创意产业协会”，以非政府机构（NGO）的形式助推深港文化产业发展；三是创办有特色的“活动品牌”。我们目前正在研制“中国创意城市品牌指数”，打算在适当时候推出“中国创意城市品牌榜”。（金业阳，摘自：武勇；中国社会科学报，2011—5—10）

他山之石

1. Govt to send trade missions overseas to boost exports

The Trade Ministry will promote creative industries this year through trade missions, exhibitions, store display and talk shows, both at home and overseas to help boost the country's exports, an executive says.

Trade Ministry export development director general Hesti Indah Kresnarini said in Jakarta Friday that the trade missions, exhibitions, store display and talk shows were expected to improve the image of the country's creative industry products, such as Batik, woven fabrics, handicrafts, musical instruments and recycled products.

Hesti explained that the Trade Ministry would organize 13 exhibitions in various countries, sponsor a store display in London, send six trade missions overseas and hold talk shows in various forums.

"We are aiming to double the total value of transactions at this year's overseas exhibitions from around \$118 million recorded from last year's 24 exhibitions," she said. She hoped that this year's programs could help improve the quality and the volume of exports from Indonesia's creative industries. (查颖, 摘自: The Jakarta Post, <http://www.thejakartapost.com/news/2011/05/28/govt-send-trade-missions-overseas-boost-exports.html;2011-5-29>)

2. Research Focuses On Creative Industries Financing

The findings of an independent study into creative industry businesses accessing finance have been published today. The research, which was jointly commissioned by DCMS and the Department for Business Innovation & Skills (BIS), reveals variations in access to finance across different creative industry sub-sectors, with some sectors

more likely to have their finance applications rejected by finance providers compared to other businesses with similar risk profiles. The research which pulls together statistical analysis of existing surveys with recent interviews with SMEs and finance providers was carried out by Dr Stuart Fraser of Warwick Business School and the qualitative fieldwork was undertaken by IFF Research. Many of the conclusions of the research will form the basis of further focussed investigation and discussion by the Creative Industries Council (CIC), a joint forum between the Creative Industries and Government. DCMS and BIS are currently developing a Creative Industry Funding Guide, based on the existing DCMS Money Map. (查颖, 摘自: Build.Co.Uk, http://www.build.co.uk/national_news.asp?newsid=127259;2011-5-26)

3. Analysis: The potential impact of IP law review on the UK creative industry

This week saw the released of Professor Ian Hargreaves' long-awaited report into UK IP laws, which according to according to Pannone IP partners Bill Lister and Melanie McGuirk, is a classic example of how less is more – less regulation means more profit. The two analyse what the potential copyright review could mean for the creative industries.

The Hargreaves' report has been broadly welcomed by the creative industries and if his recommendations are implemented by the Government they will untie the knot of regulation - barely understood by many in the legal profession, let alone the public - that is choking the sector, particularly small firms and fledgling enterprises.

The report is an open invitation for the creative industries to join forces, air their views and lobby the government to bring IP laws into the modern digital age.

The report makes a number of recommendations, the most important of which is the establishment of a Digital Copyright Exchange - an online one-stop shop which will make it easier to get clearance for the use of copyright content. The exchange will loosen up copyright licensing – enabling licences to be granted faster and more effectively and also make it easier for copyright owners, particularly small businesses,

to buy and sell licenses.

The report further touches on the current patents and design rights regime and highlights the need to simplify it and unblock the current log jam of patent applications – the so-called ‘patents thicket’ – to speed up exploitation and commercial growth. It also calls on the government to encourage the setting up of a harmonised EU patents regime and patents court.

Hargreaves also advocates the simplification of UK copyright law to make it more straightforward. This move has to be welcomed as it will result in fewer infringements, save by pirates who can be easily dealt with.

Melanie says that the Hargreaves report “is an opportunity for those in the creative industry sector to speak up and provide evidence to prompt the government to bring in new copyright laws that keep pace with the new digital age”. (查颖, 摘自: THE DRUM, <http://www.thedrum.co.uk/news/2011/05/21/21739-analysis-the-potential-impact-of-ip-law-review-on-the-uk-creative-industry/;2011-5-21>)

4. New technologies ‘have opened up creative commercial opportunities’

Creativity will enable the region’s businesses to take best advantage of the latest technologies and generate commercial value in the future, according to industry experts.

The nature of the challenge to the South West creatives sector was considered at an Insider round table debate on media convergence, hosted at Baker Tilly’s offices in Bristol. Matt Hatch said current technologies are making a huge amount possible.

Participants at the debate agreed that the challenge for creative companies here was to find the resources and the time to deliver real creativity despite the limited availability of funding.

Richard Hull of Calvium, which develops location-based products, added: “In part the creative industries will be responding to client needs but there is also the chance to

take the creativity to the customers and show them what's possible.”

Participants agreed that genuine creativity wasn't reliant on investment but needed the right culture and context to emerge.

“Big corporations aren't necessarily the best at developing genuinely commercial ideas and seeing them through to market,” said Hatch. “At Nokia, for example, my impression in the mid-noughties was that the structure of the organisation didn't readily foster great commercial outputs. Apple, however, is big as well and is an example of how to do it right. Time and again that company has got it right, creating a succession of revolutionary products.”（查颖，摘自：insider MEDIA LIMITED, <http://www.insidermedia.com/insider/south-west/53050-;/2011-5-26>）

5 . StrawberryFrog Strengthens Management Team With Strategic Hire From Goodby Silverstein & Partners

To meet the needs of its growing "cultural movement" agency business, StrawberryFrog announced today it has hired Frances Rhodes as operations director for the StrawberryFrog New York agency.

"We are excited to welcome this amazing talent to StrawberryFrog at a time when our global agency is experiencing unsurpassed growth and acknowledgement in the advertising industry," said Scott Goodson, Chairman and CEO.

In her new senior management role, Frances will focus on streamlining and building on the innovative process, operations and solutions the company has created to manage some of the best and creative clients in the world.

StrawberryFrog co-founder Karin Drakenberg added, "Frances will further strengthen our agency's growing management team and we are thrilled to have such a talented and experienced manager joining the ranks of our operation. When we started the agency 12 years ago, we never imagined that we would have grown as rapidly as we have around the world. We are looking forward to the future and with Frances aboard, who will have such an experienced hand on the tiller."

Rhodes comes to StrawberryFrog from industry known Goodby Silverstein &

Partners where she spent four and a half years and was responsible for managing the agency's esteemed Sprint business.

StrawberryFrog is an innovative global agency that develops strategic vision and creative solutions that create growth for clients. The firm is known for creating "cultural movements" and currently is nominated for several awards at the upcoming Association of Independent Commercial Producers. StrawberryFrog currently employs over 200 creative spirits in four offices in four countries, including USA, The Netherlands, Brazil, Dubai and Mumbai in progress. (查颖, 摘自: PRNewswire, <http://www.prnewswire.com/news-releases/strawberryfrog-strengthens-management-team-with-strategic-hire-from-goodby-silverstein--partners-122768389.html>;2011-5-28)

6. Creative accounting: Artsy-fartsy-hating Fordists can't ignore value of the arts economy

It went largely unnoticed in the histrionics around the garbage privatization debate, but council passed a new cultural plan last week.

This remarkable occurrence registered barely a "meh" on the news Richter scale. Who could conceive of a plan to nurture human capital in Rob Ford's throw-the-trash-out-with-the-trash Toronto?

Ironic, given his efforts around graffiti eradication and threats to cut funding to Pride. In terms of boosting funding for cultural pursuits, the Ford administration has been eager to cut and run.

The axing of funding for the Fort York bridge so that it won't be built in time for bicentennial celebrations for the War of 1812 is but one example.

But by most accounts, Creative Capital Gains: An Action Plan For Toronto has been well received, including by the arts community. Karen Kain was among those consulted. As were prosperity guru Richard Florida and Jeff Melanson, director of the National Ballet School, who's soon to depart for a new gig running the Banff Centre.

Some 13 public consultations were held, involving more than 500 people from the

arts community. Thirty-three recommendations were drafted, aimed at “ensuring a supply of affordable, sustainable cultural space” and “supporting the development of creative clusters.”

The biggie among these: raising the target to \$25 per capita for arts and culture funding (from the current \$18). The mayor committed to as much during the election campaign. But it was the previous council under David Miller that actually drafted a culture plan for the city back in 2003 and called for the city to commit to the \$25 per capita funding, a move reaffirmed by council back in August 2010. (查颖, 摘自: Enzo Di Matteo ;NOW, <http://www.nowtoronto.com/news/story.cfm?content=180896;2011-5-26>)