

高水平建设国家对外文化贸易基地

2011年起,原文化部先后批准命名了上海、北京、深圳3家国家对外文化贸易基地。2022年7月,文化和旅游部办公厅、商务部办公厅联合发布通知,开展新一批国家对外文化贸易基地申报工作。新一批国家对外文化贸易基地的命名和建设,是十余年探索的继承、提升和超越,是新时代推进文化和旅游贸易高质量发展、更好服务构建新发展格局和社会主义文化强国建设的创新举措。

准确把握国家对外文化贸易基地的定位

国家对外文化贸易基地的定位,解决的是国家对外文化贸易基地“是什么”的问题,决定着基地的性质和未来的建设方向。建设主体和运营主体对定位的准确把握,是高水平建设国家对外文化贸易基地的基础和支柱。

文化和旅游部、商务部两部委办公厅的申报通知中,明确将国家对外文化贸易基地定位为文化和旅游贸易服务平台,申报通知附件中的《国家对外文化贸易基地建设工作的指南(2022)》,对这一定位进行了进一步的阐释。准确把握国家对外文化贸易基地的定位,需要明确以下几点。

国家对外文化贸易基地是服务平台。服务平台的定位,表明了国家对外文化贸易基地的平台属性,使其与园区或集聚区相区别。虽然申报条件中明确规定,基地要拥有一定规模的现代化服务载体面积,且载体建筑面积原则上不低于5万平方米,能够满足部分企业的办公驻点需要。看起来基地像是园区或集聚区,但是实际上,这一规定的考虑主要是基地所提供的各项服务功能的落地。因此,不能将国家对外文化贸易基地建设成为文化和旅游贸易企业的园区或集聚区。

国家对外文化贸易基地是综合性配套服务平台。综合性配套服务平台的定位,表明了国家对外文化贸易基地的服务本质,特别是综

合性配套服务的要求,使其不同于国家文化出口基地。国家对外文化贸易基地,不仅仅服务于文化出口,也服务于文化进口,服务于旅游贸易,特别是入境旅游。其提供的多元化、多层次、多渠道、全方位的综合性配套服务,应该聚焦在文化和旅游企业开拓国际市场以及高品质的文化和旅游产品和服务“走出去”“引进来”的需求。这种综合性配套服务主要包括三方面:一是提供一般性服务,二是提供专业化服务,三是提供创新性服务。国家对外文化贸易基地要聚焦文化和旅游企业的贸易需求,做深做实各项配套服务,实现“一站式”“保姆式”服务,降低贸易成本和风险,为文化和旅游贸易企业保驾护航。

国家对外文化贸易基地是特色化服务平台。特色化服务平台的定位,表明了国家对外文化贸易基地的差异化特征,使每一家国家对外文化贸易基地都与其他家相区别,防止和避免同质化发展。因此,要求每一家国家对外文化贸易基地尽可能聚焦并形成特定的行业优势以及专项服务能力,在特定行业,通过专项服务能力的持续提升,培育特定行业的竞争新优势。特色化服务平台的定位,要求国家对外文化贸易基地在服务对象上,不是只服务基地内的企业,也要服务于基地外的企业,包括基地所在城市和省、周边省,甚至海外的企业,不是只服务文化出口企业,也服务于文化进口企业和旅游企业。

深刻认识国家对外文化贸易基地建设的必要性

国家对外文化贸易基地建设的必要性,解决的是国家对外文化贸易基地“为什么”要建设的问题,有助于深入理解基地的定位及其性质和未来的建设方向,对于提高站位、提高对重要性的认识、将定位全面具体化为功能,都十分重要。建设主体的高度重视,是高水平建设的前提和保障。

事实上,国家对外文化贸易基地的定位,已经从“是什么”的层面揭示了基地建设的必要性,但是,仅仅局限于这一层面的认识显然还不够深刻,我们还需要从文化强国建设、文化和旅游高质量发展、基地所在区域经济社会发展的角度,进一步认识国家对外文化贸易基地建设的必要性。

文化和旅游贸易强国的促进平台。我国是文化贸易和旅游贸易大国,但还不是文化和旅游贸易强国。成为文化和旅游贸易强国,是推进社会主义文化强国建设、推动旅游业高质

量发展的客观要求。但是,成为文化和旅游贸易强国,单纯依靠市场的力量,是远远不够的。一是因为单纯的市场力量无法将文化和旅游贸易企业凝聚成强大的合力。无论是出口还是进口,单纯的市场力量只会形成单打独斗的局面,不仅形不成合力,甚至可能出现彼此恶性竞争的后果。二是因为贸易企业的需求往往具有很强的外部性,政府力量的支持为贸易企业提供专业化服务,能有效降低企业经营成本,是贸易企业整体竞争力提升的必要促进措施。三是因为运用政府的力量促进对外文化贸易,也是国际的通行做法。无论是美国主张的文化自由贸易,还是法国等国主张的文化例外,以及日韩等国对文化贸易的强力促进,都是如此。在这种形势下,没有政府的介入想要成为贸易强国是很难的。因此,在全国布局国家对外文化贸易基地,是培育文化贸易新优势、提升文化贸易竞争力的客观需要。

文化和旅游产业高质量发展的动力平台。国家对外文化贸易基地是为文化和旅游贸易企业提供服务的服务平台,如果这个服务平台能够实际发挥出应有的价值,其客观效果是促进了我国文化和旅游产业国际竞争力的提升。国家对外文化贸易基地作为文化和旅游产业高质量发展的动力平台,其动力机制表现在市场和制度两个层面:在市场层面,通过为文化和旅游贸易企业提供专业性、保姆式的综合性配套服务,服务于文化和旅游企业开拓海外市场,以及优秀文化和旅游产品及服务“走出去”“引进来”,在促进对外贸易规模提升和结构优化的同时,不断满足人民日益增长的精神文化需求,促进高水平市场竞争;在制度层面,国家对外文化贸易基地不仅是文化和旅游贸易企业的服务平台,更是文化和旅游产业高水平对外开放的制度平台,通过高水平的对外开放,倒逼文化和旅游产业发展的体制机制改革,对接国际高水平经贸规则,促进文化和旅游产业高质量发展。

申报城市文化经济发展的激活平台。国家对外文化贸易基地,布局在文化产业和旅游产业发展基础好、文化和旅游贸易水平较高、外向型文化和旅游企业集聚度高、开拓海外市场意愿强烈的地级市或副省级城市。国家对外文化贸易基地的建设,要求申报城市聚焦于具有一定竞争优势的行业,建设主要为基地内外同类文化和旅游贸易企业提供服务的服务平台,实际上,这为申报城市在具有一定竞争优势的行业整合全国文化和旅游贸易企业提供了重大机遇。因此,以国家对外文化贸易基

地建设为抓手,申报城市可以有效整合全国甚至全球的各种资源,促进所在城市文化和旅游产业实现跨越式的高质量发展,然后发挥文化和旅游产业影响力系数大的特点,通过“文化+”“旅游+”或者“+文化”“+旅游”等途径,实现文化和旅游产业与其他产业的有机融合,使文化和旅游产业的高质量发展成为促进或带动其他产业高质量发展,乃至整个城市经济高质量发展的强大动力源。在这一意义上说,国家对外文化贸易基地的建设,对所在城市的文化和旅游产业,以及其他产业高质量发展起到了激活平台的作用,是申报城市文化经济发展的客观需要。

科学理解国家对外文化贸易基地的功能

国家对外文化贸易基地的功能,解决的是国家对外文化贸易基地具体要“做什么”的问题,决定着国家对外文化贸易基地的定位能否落地和其作用发挥的程度。国家对外文化贸易基地的功能,是其定位的具体化和实际落地形态。国家对外文化贸易基地的定位,决定了其具有多种功能,但是,却不是各种功能的简单堆砌,而是各种功能的有机组合,是一个有机整体。

国家对外文化贸易基地建设标准规定了基地的功能,这些功能归结起来包括:市场信息服务功能、金融服务功能、法律服务功能、人才服务功能、渠道拓展服务功能、贸易促进活动功能、政策保障服务功能、多元协同服务功能等。科学理解国家对外文化贸易基地的功能,需要厘清三种关系:一是厘清基地功能与基地主导行业的关系。二是厘清基地功能与服务平台定位的关系。根据差异化定位的要求,每一个基地都应该聚焦于某个特定行业,这个特定行业就是基地的主导行业,基地的具体功能应该根据这个特定行业的贸易需求具体确定并落地,从而不断推进和加强基地的专项能力建设;根据基地服务平台的定位,基地的具体功能应该紧紧围绕为基地主导行业的贸易需求“服务”这一核心具体确定并落地,从而不断提升基地的一般性服务,强化基地的专业化服务、推进创新性服务。三是厘清基地各项功能间的关系,以使基地的各项功能形成一个有机整体,为文化和旅游贸易企业提供更加高效、更加精准、更具创新性的服务。科学理解国家对外文化贸易基地的功能,有助于将国家对外文化贸易基地建设成为功能完备、协同顺畅、服务精准、贸易数字化的服务平台。

功能完备的服务平台。这里的功能完备,一是指要聚焦特定行业的文化和旅游企业的贸易需求,着力于专项能力建设,围绕一般性、专业化、创新性三类服务确定、布局和落地基地的各项功能,不能缺项。二是指各项功能所实现的服务的标准化、规范化、便捷化,将基地建设成为“一站式”的集成服务平台,为文化和旅游企业提供政策落地、市场信息、法律服务、金融保险、融资担保以及海关、税务、外汇、翻译、物流等综合配套服务。

协同顺畅的服务平台。这里的协同顺畅,一是部门协同,基地与海关、外汇、金融等相关机构和机构间协调合作,共同解决企业面临的问题和困难。二是品牌协同,充分发挥基地与国家文化出口基地的协同作用,与国家文化与金融合作示范区、国家文化和旅游消费示范城市、国家级文化产业示范园区等协作发展,共同促进文化和旅游企业融入国际市场。三是区域协同,积极服务共建“一带一路”倡议,以及京津冀协同发展、长江经济带、长三角一体化、粤港澳大湾区等国家区域重大战略,服务海南自由贸易港、浙江共同富裕示范区等重点区域建设,推进区域文化产业带建设。四是产业协同,积极推动文化和旅游产业融合发展,促进文化和旅游领域国际贸易、投资、合作,以及文化和旅游产业与科技、体育、健康、教育等相关产业融合。

服务精准的服务平台。这里的服务精准,一是对服务需求的把握精准,二是对服务对象把握精准,三是在此基础上,提供精准的一般性服务,如工商注册、税务代理、人事代理等事务性服务,为所服务的企业举办活动、展览展示、洽谈合作等提供服务空间,以及其他必要的公共文化服务等;提供精准的专业化服务,如国际文化和旅游市场信息服务、进出口金融服务、涉外法律服务、人才服务、国际营销渠道拓展服务等;提供精准的创新性服务,如开展有针对性的具有国际影响力的贸易促进活动,探索建设海外文化和旅游贸易促进中心、境外文化和旅游贸易合作区、海外仓等贸易服务平台,积极打造中外合作孵化平台等。

贸易数字化的服务平台。贸易数字化是贸易发展的趋势,国家对外文化贸易基地建设要着眼于这一趋势,着力推动主导行业的数字化进程,大力推动相关数字文化产业的高质量发展,大力发展数字文化贸易。同时,准确把握国际新业态和新消费趋势,为文化和旅游贸易企业提供数字化转型服务。

(贾旭东 中国传媒大学文化产业管理学院)

“好看中国”短视频优秀案例

历史成就开封,文化成就清园。清明上河园景区坐落在八朝古都河南开封,是以中国传世名画《清明上河图》为蓝本1:1复原再现的大型历史文化主题公园。自1998年对外开放以来,清明上河园始终坚持“再现千年历史画卷,建设国家精品景区”。作为国家5A级旅游景区,开封旅游经济的支柱景区之一,清明上河园通过宏大的规模、丰富的宋文化内涵、独特的古代娱乐体验、持续创新的精品演艺、全业态休闲度假模式,以及全新的文旅融合发展新理念、新思路、新举措,带动中原文化旅游产业的发展,年游客接待量达400万人次,创造了“清明上河园”现象。

推出新玩法 传统国潮化

文化传承、产品创新、服务升级等举措助推开封清明上河园景区取得良好经济效益,同时,清明上河园也先后获得了中国旅游知名品牌、全国和谐劳动关系创建示范企业等诸多称号,获得广泛社会关注,知名度

用短视频开启由现实到画卷的穿越之旅——清明上河园应用短视频营销的实践

和影响力节节攀升。

开封清明上河园作为国家5A级旅游景区、国家文化产业示范基地,始终坚持将传统文化重新表达,将中华百戏全新演绎,越来越受到游客的喜爱与推崇。线下人气火爆,线上传播“种草”。新媒体营销也成为开封清明上河园景区近年来发展的亮点。

景区的管理层在重新构建营销服务团队时,组建短视频营销专业团队,通过创新打造全新玩法等多重举措,持续带动游客沉浸式游园体验全面全新升级。

清明上河园自媒体矩阵涵盖微信、抖音、快手、视频号、微博、小红书、B站、今日头条、知乎等,仅视频播放量就突破5.34亿次。结合各个平台特点,实现客群全年龄段覆盖,深

受中部地区家庭游、周末游、自驾游用户喜爱。微信视频号因为有微信的广大用户群,传播效果更好。

短视频展示多个题材 助全面开花

开封清明上河园景区始终坚持以“旅游演艺”为核心,通过持续创新演艺剧目,实现百场演出常态化,也给短视频传播提供了素材保障;坚持以“传统节庆”为品牌,通过系列节日活动的打造,多个活动贯穿全年,带给游客多重体验,也让游客更加乐于通过短视频进行分享,加深对中国传统文化的新了解;坚持以“文化清园”为引领,通过积极引进非遗项目、博物馆和展馆,拍摄古风、穿越、变装等多种类型短视频,引导游

客进行全网打卡推荐,更充分展示传统文化的新魅力;坚持以“智慧景区”为抓手,打造一键智慧旅游产品,使“视频+”玩法更多样,体验更顺畅,全面谱写智慧化5A景区建设新篇章;坚持以“多元化融合发展”为契机,通过全业态融合发展,满足游客更多定制化需求,将短视频玩法与沉浸式体验相融合,让玩法更多样,迎合旅游发展新趋势。

短视频增加黏性 提高关注度

开封清明上河园充分利用微信、抖音等平台粉丝多、活跃度高、黏性强等优势,线上线下相结合,打造多场丰富多彩的活动。

清明上河园景区短视频作品倡

导弘扬正能量,受众喜爱度高。仅抖音平台,就有多达127条视频播放量突破100万次,清明上河园地址观看量18.9亿次,“清明上河园”话题7.7亿次播放。

清明上河园先后开展“大宋不夜城”“清明上河园攻略”“国潮端午节”“中秋文化节”“国际菊花展”等抖音挑战赛,其中仅“大宋不夜城”话题播放量就达3.9亿次。

短视频互动 实现新突破

开封清明上河园通过全媒体平台线上直播,拉近了游客与景区之间的距离,清明上河园现已成为“特大号”客服中心。利用抖音、快手等多个常态化直播电商平台向外界实时传递景区新动态,直播多场精彩演出、飞

越《清明上河图》球幕影院等沉浸式体验项目,解答针对园区运营及游览信息等提问。平时,直播间的运营时长约6个小时,在旺季达到12个小时。全员直播助力全员营销,线上解答实现“一对一”服务,提供有温度的耐心解答及定制化服务,致力于持续长效发挥橱窗价值、客服价值、线上销售价值等。

观众与主播在直播间里“一问一答”,契合了新平台高流量、即时互动等核心价值,从而实现了种草、引流、即时服务的全面升级。园区视频号、抖音平台共直播2268场,累计观看3495.6万人次,时长1597小时。

2021年9月16日,清明上河园抖音直播间上架游客期待值较高的“超值终身卡”等产品,单日带货破百万,实现直播电商领域的一次新的突破。

短视频营销的创新发展带给了清明上河园更多的关注,传统和国潮深度结合的形式也收获了更多的好评,助推了传统文化的进一步推广,清明上河园短视频营销未来也将迎来更多可能。

Travelodge The World

www.TravelodgeHotels.Asia

在全世界范围内享受Travelodge的服务

#TravelodgePassionForTravel

#Travelodge源于对旅游的热情

TRAVELODGE 酒店管理的咨询服务

Travelodge Hotels 旅行旅馆酒店

TRAVELODGE®
Consultation Services on Hotel Management
酒店管理的咨询服务

Travelodge Hotels 旅行旅馆酒店

www.TravelodgeHotels.Asia

#TravelodgePassionForTravel

#Travelodge源于对旅游的热情

BATAM | BANGKOK | HONG KONG
KUALA LUMPUR | PATTAYA | PENANG | SEOUL

巴淡岛 | 曼谷 | 香港
吉隆坡 | 芭提雅 | 槟城 | 首尔

TRAVELODGE®是亚洲旅行旅馆知识产权有限公司TRAVELODGE HOTELS ASIA (IP) PTE.LTD.在国际分类第35类“有关饭店、酒店等的商业管理和组织咨询”等服务上的注册商标,中国的商标注册号为第4281971号和第24944350号。也是其在第43类“饭店、酒店”等服务上的注册商标。欢迎有需要商业合作或需要提供此类服务的,以及希望获得授权许可使用的合作方联系我们:hello@travelodgehotels.asia和Vanessa.chia@travelodgehotels.asia。

OUR SERVICES 我们的服务

Wholesale and Business Contracting
批发和业务承包

Hotel Management
酒店管理

Management Consultation
管理咨询

Franchise
特许经营

Distribution Partners
分销合作

Sales and Marketing Services
销售和营销服务

Business Management & Organization Consultancy On Hotels And Restaurants.
酒店餐厅的商业管理及组织咨询

TRAVELODGE®