

行政院及所屬各機關出國報告
出國報告（出國類別：考察）

2009 兩岸城市文化創意產業交流參
訪及北京文博會考察報告

服務機關：行政院文化建設委員會

姓名職稱：洪世芳 專門委員

林陽杰 助理研究員

鄧倚欣 科員

派赴國家：大陸北京、西安

出國期間：98年11月24日至12月01日

報告日期：98年2月10日

目 次

壹、前言.....	1
貳、目的.....	2
參、考察行程.....	3
肆、考察紀要	
一、參訪北京及西安文化產業園區.....	5
二、參加第四屆北京國際文化創意產業博覽會.....	14
伍、心得與建議.....	29
陸、附錄.....	31

壹、前言

近幾年，由於文化創意產業成爲各國政府部門關注的新興產業之一，臺灣與大陸兩岸皆致力於文化創意產業的推動。尤其是世界性的金融海嘯危機發生後，歐美各國經濟受到重創，中國大陸在世界經濟的重要性便隨之崛起。十三億人口的市場，已變成世界經濟的新支柱，隨之而起的是經濟發展實力備受矚目的全球華人文化圈的形成。如同英語文化圈是英美文化市場的支柱，華人文化圈的形成，已爲全球文化創意產業展開全新的發展局面。

在華人文化崛起的時代，臺灣其實具有相當多的發展優勢。由於台灣是一多元文化及具民主開放的社會，加上教育普及，人才及文化水準在亞洲國家中都相當突出，因此，投入文化創意產業的發展潛力無限。特別在現今兩岸開放、經貿關係逐步正常化及華文市場成形的發展趨勢之下，台灣近年來已成爲精緻、創新及當代華人文化的孕育地，影視和流行音樂產業更是引領風潮，因此兩岸和亞洲華人文化所形成的大華文市場，對於台灣來說是一個不可多得的新契機。

台北市從 2007 年起便開啓兩岸文創產業之交流活動，最早組織台灣的文創業者，以「台北主題館」的形式參與北京國際文化創意產業博覽會，其主要目的即在促進文創產業商機，協助國內文創業者走上國際舞台。爲了讓全球能看見台灣文創的新勢力，2009 年臺灣持續組團參加北京文博會，除了希望藉此掌握北京文博商機之外，事實上更把北京視爲是爭取國際關注焦點的前哨站。同時，由於行政院已將文化創意產業列爲六大重要新興產業之一，並責成本會統籌推動相關政策，其中有關整體文創產業發展環境之整備工作，本會於「市場流通及拓展」子計畫項下，規劃辦理協助臺灣的文創產業業者參與中國重要城市之文博會，此外，本會亦規劃於 2010 年擴大舉辦「臺灣國際文化創意產業博覽會」，並成爲每年定期舉辦之臺灣大型會展活動，藉以達成協助業者開拓國內外市場之目標。本次應台北市政府之邀請，參加 2009 兩岸城市文化創意產業交流參訪及北京文博會考察計畫，由本會第一處洪專門委員世芳、鄧科員倚欣及國立臺灣工藝研究所林助理研究員陽杰奉派前往北京、西安等地實地參訪，主要便是希望能透過實地觀摩及考察北京文化創意產業博覽會之辦理情形，近距離觀察北京文博會的辦理成效，並作爲本會未來推動相關業務之參考。

貳、目的

2009 年北京舉辦之國際文化創意產業博覽會已邁進第四年，並成爲一常態定期舉辦之活動，加上歷年舉辦之成果豐碩，已引起各界的積極參與。從大陸近幾年的文化產業發展政策及業務推展，可以發現他們以蘊藏豐富之古蹟、文化資產等產業發展資源，作爲推動文化創意產業之基礎，並提出一系列打造城市競爭力之發展策略。大陸的文化創意產業已對臺灣造成一定程度之衝擊，因此我們應積極思考如何藉助這股力量，將其轉換爲助力，協助國內的文創業者走上國際舞台，讓全球能看見臺灣文創的新勢力。

由於中國大陸地大物博、人口稠密，全國各地爭相舉辦大型文化創意產業博覽會，而臺灣的文化創意產業多以高價精緻取向爲主。因此在以量取勝的大型文博會中，臺灣的文化創意產業如何藉由參加大陸重要城市所舉辦之相關文創會展，建立兩岸文創產業合作及市場開發機制。本次參訪目的爲實地考察北京文博會舉辦情形，並觀察由台北市組織臺灣的文創產業業者，以「台北主題館」的形式參與北京國際文化創意產業博覽會的辦理情形，瞭解臺灣的文創產品於大陸市場之接受度，以作爲本會後續推動協助國內文創業者參與中國大陸重要文創博覽會之策略規劃參考。此外，爲進一步瞭解中國大陸其他相關文化產業之推動，因此，本次行程除參加北京文博會之外，亦規劃安排參訪北京中國藝術研究院、長城腳下公社、西安秦始皇陵兵馬俑博物館及大唐芙蓉園等地方。

參、考察行程

本次行程自 98 年 11 月 24 至 12 月 1 日，共計 8 天，除往返交通時程外，11 月 24 至 27 日主要以參加北京國際文化創意產業博覽會並參訪北京其他相關文化機構；11 月 28 日至 12 月 1 日則至陝西西安，參訪黃帝陵、軒轅廟、西安碑林、兵馬俑博物館及大雁塔等文化遺址，相關行程表如下：

時間		行程內容
第一天 11 月 24 日 (週二)	上午	團員集合出發，赴北京
	下午	抵達北京，參觀門前大街
	晚上	至梅蘭芳大劇院觀賞第四屆北京文化創意產業博覽會『同唱一台戲』兩岸城市京劇名家聯袂演出經典傳統京劇『四郎探母』
第二天 11 月 25 日 (週三)	上午	參訪及拜會中國藝術研究院，並與張慶善（副院長）及祝東力（研究員）等人進行座談
	下午	與順義區政府交流，由順義區政府區長劉劍先生介紹北京花博會辦理成果，參觀北京順義區花博會公園
	晚上	拜會國台辦
第三天 11 月 26 日 (週四)	上午	至國際展覽中心參加「第四屆北京文化創意產業博覽會」 「台北主題館開幕儀式」 專題演講：「逆境中向上提升的台北文創活力」
	下午	參觀什刹海景區福祿四合院、煙袋斜街 The One 三家文創商店
	晚上	至什刹海會館參加「兩岸城市文化創意產業商機推介會開幕酒會」
第四天 11 月 27 日 (週五)	上午	至北京昌平區參觀「長城腳下公社」
	下午	參觀 798 藝術園區
第五天 11 月 28 日 (週六)	上午	至機場搭乘飛機往延安（因延安天候不佳，飛機延誤至下午起飛）
	下午	下午四點抵達延安，沿途觀賞延河風光及遠眺寶塔山風景
第六天 11 月 29 日 (週日)	上午	搭乘遊覽車前往黃帝陵及軒轅廟參觀
	下午	至西安，參觀西安古城牆風貌及碑林
	晚上	至鐘鼓樓廣場及回民一條街，體驗當地人民日常生活風情

第七天 11月30日 (週一)	上午	前往臨潼參觀兵馬俑博物館及華清池
	下午	參觀大雁塔及大唐芙蓉園
	晚上	於大唐芙蓉園內鳳鳴九天劇院觀賞「夢回大唐」歌舞秀表演
第八天 12月1日 (週二)	上午	搭機返台

肆、考察紀要

本次考察交流主要分為二部分，其一為參訪北京及西安等地區之文化產業相關機構，包括拜會北京之中國藝術研究院、順義區政府（北京花博會主辦單位）等，以及參訪陝西西安相關文化機構，透過實地參訪及與座談，近距離觀察及瞭解目前大陸地區對文化產業推動、文化遺產之保存及推動情形；其二則是參加及觀摩第四屆北京國際文化創意產業博覽會，本次同樣由台北市政府組團參展，除延續上屆之規模，規劃「博物館衍生商品區」、「創意生活區」、「時尚工藝精品區」、「時尚設計精品區」、「原住民文化精品區」、「數位內容衍生商品區」外，還增加了台灣師範大學文化創意產學中心所組織的「學生設計專區」；來自台北縣的金工、陶瓷、茶藝術文化等特色文化的「台北縣文創專區」；以及特別介紹 2010 年 11 月即將在台北市舉辦的「2010 台北國際花卉博覽會」專區。

在「台北市文創展示區」裡，則是特別介紹台北當代藝術館、台北市立美術館、台北市電影委員會，以及 2011 年即將在台北市舉辦的世界設計博覽會等內容，具體展現台灣文創產業的競爭力，同時藉此機會向國際行銷臺灣創意城市--台北；另於博覽會中舉行「中國市場戰略合作夥伴結盟儀式」，由投入台灣文創產業已十年的頑石創意宣佈與大陸的兩岸咖啡、杭州西溪濕地公園進行合作，正式宣示兩岸文創產業合作發展之機制已經啟動。

一、參訪北京、西安文化產業相關機構

本次參訪的部分包括北京及西安兩地，其中北京參訪的機構總計有「中國藝術研究院」、「北京花博會會場及順義區政府」、北京「長城腳下的公社」；陝西西安部分則主要是參觀歷史文化遺址及博物館等文化相關機構，包括黃帝陵、軒轅廟、大雁塔、碑林、兵馬俑博物館、大唐芙蓉園文化景區等地方。

（一）北京中國藝術研究院交流座談

中國藝術研究院係一集藝術科研、藝術教育及藝術創作為一體之綜合性國家級學術機構，本次交流座談是由台北市政府李副市長永萍帶隊，與該院副院長張慶善、研究生院副院長孫建軍及研究院祝東力先生以「非物質文化遺產保護政策之推動」為議題，並進行座談與交流。

- 1、會談地點：北京中國藝術研究院會議室
- 2、與談人員：中國藝術研究院副院長張慶善、研究生院副院長孫建軍及研究員祝東力先生
- 3、會談內容紀要：

本次與中國藝術研究院相關人員會談，主要係為瞭解大陸現行非物質文化遺產之保存工作，因該院轄下甫於 2006 年 9 月 14 日始掛牌成立之中國非物質文化

遺產保護中心，是一國家級非物質文化遺產保護的專責機構，扮演科研、教育及交流中心之角色。該組織主要負責全大陸非物質文化遺產保護之相關工作，同時執行相關政策諮詢等業務，並進行全大陸相關非物質文化遺產之普查工作，另亦負責舉辦各類學術、展演及交流、推介、宣傳及保護等工作，以及人才培訓。該中心自掛牌運作後，已連續 3 次申報 4 項“人類口頭和非物質遺產代表作”，並皆成功入選為聯合國教科文組織認證之項目，發揮積極重要的作用。

於本參訪團拜訪期間，該中心亦同時組團至臺灣進行「2009 兩岸非物質文化遺產特展」，進行大陸非物質文化之展演交流活動，積極推動兩岸文化交流。另外張副院長亦談到該研究院即將成立非物質文化博物館，以及目前大陸官方對於非物質文化遺產之保護政策推動情形，包括目前以設立傳習所作為人才培育之場所，其中國家級傳承人約一千多位。同時更特別成立四個文化生態保護實驗區，以執行非物質文化的保護，包括川震後成立之羌族文化保護區、閩南客家文化保護區、安徽徽州文化保護區及熱呼藏族文化保護區等。同時訂定申請程序，未來將鼓勵地方積極設立相關文化保護區，並參考及借鏡國外經驗。

座談結束後，本參訪團實地至中國藝術研究院附設之亞太地區非物質文化遺產保護中心籌備處參訪，觀摩該籌備處之音樂資料數位化保存工作室及相關古琴文物收藏。由於大陸地大物博，因此具有豐富之非物質文化遺產，早年雖然政府並不重視此部分重要資產之保存，然而這些豐富的無形資產於地方人民生活中不自覺的被傳承，現在政府已開始重視，且致力於保存及傳承工作，因此，非物質文化遺產保護已成為大陸重要的國家文化政策之一。大陸所設的中國非物質文化遺產保護中心與文建會文化資產總管理處籌備處所扮演的功能與角色類似，都是以對國內重要文化遺產進行保存與研究的工作，未來應可更積極透過互訪，以促進兩岸文化資產保護之經驗交流。



與中國藝術研究院座談情形



座談會後雙方合影



參觀古代樂器（古琴）收藏

（二）北京順義區公所（第七屆中國花卉博覽會北京展區）參訪及交流座談

本次參訪由台北市政府李副市長永萍帶隊，拜會第七屆中國花卉博覽會北京展區承辦單位北京順義區公所相關人員，並就舉辦花博會之經驗進行交流，會後並實地參觀花博會特色主題公園。順義是北京的重點建設城市，同時是一臨空經濟高端產業功能區和現代製造業的基地，且具有中國最大的航空港—首都國際機場。2008年奧運會賽艇、皮划艇、馬拉松游泳賽亦安排在順義舉行，而於2009年9月26日至10月5日舉辦之花博會，可說是在奧運之後，再次以大型活動促進城市經濟發展的機會，一連舉辦10天的花博會活動，統計共創造180萬的總參觀人次，同時也為順義區帶來上億元之旅遊商機。

此次特別安排拜會北京花博會舉辦單位之原因，主要是因為台北市政府已爭取即將於2010年舉辦「2010臺北國際花卉博覽會」。這是我國首次獲得國際授權舉辦A2B1級之世界級博覽會，目前台北市政府正緊鑼密鼓籌備中，因此本次藉由兩岸城市文化創產業交流參訪機會，安排至北京拜會曾舉辦過類似活動之順義區公所，並以該公所剛舉辦之第七屆中國花卉博覽會經驗進行交流座談。

- 1、會談地點：北京順義區公所會客室
- 2、與談人員：北京市台灣辦事處黃塞溪主任、順義區臺灣辦事處主任及理事長李友生先生、順義區區長劉劍先生、順義區農委會、文化委員會及園林綠化局及順鑫農業等單位代表人員。

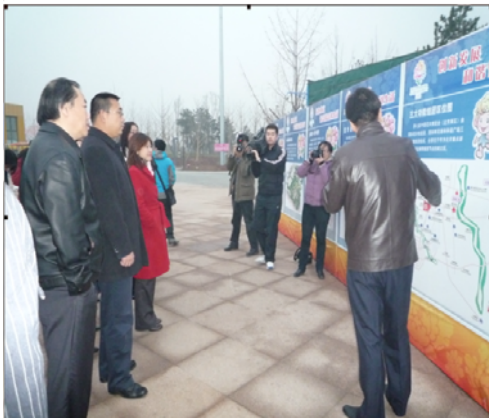
- 3、會談內容紀要：北京市以舉辦奧運會的標準及精神，接手舉辦花卉博覽會，並廣邀大陸各省、市、自治區花協及世界各地知名花卉企業前來參展，展後佔地 7.5 萬平方米的國際花卉物流中心則成爲國內外展商進行花卉展示和交易平臺。展會期間還舉行花卉銷售會、花卉產業論壇等活動，完成爲期十天之花博會活動。除設立委員會統籌之外，有關媒體部分，於主場館內設立媒體中心，同時評估瞬時能同時接納參觀者之人數，訂出相關票價，並不斷宣導參觀須知及保護展場之安全性所進行之安檢程序。其中更因接待各省代表、官員及參展商，與順義區 25 家旅宿業合作，同時獲得相關媒體共 7000 多篇正面報導。本次活動主要由政府主導推動，場館硬體建設則以招商引資方式，委由相關民間企業進行。本參訪團團員台北市政府產業發展局及代表分別針對規劃及舉辦時可能遭遇之相關問題提出討論與交流。
- 4、 本次參訪座談，總結意見如下：
- (1) 由於台北市政府於 2010 年即將舉辦爲期約六個月之「2010 臺北國際花卉博覽會」，目前規劃展場共約 90 公頃，包括 14 個展館（其中有 6 座新建展館），同時於展出期間預計規劃約 7000 場相關文化表演活動，這是台灣首次獲得國際授權舉辦之世界級博覽會，因此台北市政府被委以重任後，便積極著手規劃。
 - (2) 因台北市即將舉辦之花博會與北京花博會性質雖相同，卻又有極大不同處，主要差別在於台北市即將舉辦之花博會展出期間持續約半年，因此與北京花博會僅十天，在舉辦活動之操作與執行上恐有許多不同之處，惟北京花博會舉辦之成果可說相當成功，主要原因應該是由於奧運會舉辦之經驗加值，因此接續舉辦花博會時，相關之經驗與細節之操作已駕輕就熟。而這些相關舉辦經驗與建議正是未來台北市舉辦時可作爲重要參考的地方。本次安排之拜會亦正是希望透過意見交流，作爲台北舉辦國際花博會活動時之重要參考，屆時也歡迎大陸組團參展共襄盛舉。
 - (3) 臺灣此次爭取到世界花卉博覽會的舉辦權，雖然由台北市主辦，但我們應積極把握此次機會，透過花博會向國際行銷及介紹臺灣豐富的人文藝術特色，同時帶動週邊相關產業及城市的發展。



與順義區公所進行會談現場



台北市李副市長與順義區公所區長
劉劍互贈禮物



至花博會公園實地參觀



花博會公園展示板設計

(三) 參訪長城腳下的公社

北京長城腳下的公社，顧名思義，是指一位於長城腳下約 8 平方公里的山谷，離北京市中心約 1 小時 15 分鐘車程的地方。途中經過長城八達嶺，可直通八達嶺高速公路，交通尚稱方便，距離北京首都國際機場車程亦約 1 小時 15 分鐘。該公社其實是一處由大陸凱賓斯基飯店集團經營管理之飯店，其特色在於該飯店是分別由 12 棟別墅式之建築組成，總共有 46 間客房。而這 12 棟建築則是分別由 12 位亞洲傑出建築師設計及建造，因此每棟建築分別具各個建築師之設計風格特色，可說是當代建築藝術作品代表，亦是中國第一個被義大利威尼斯雙年展邀請參展並榮獲「建築藝術推動大獎」的建築作品。

被邀請的建築師中，包括來自台灣的簡學義、日本的畏研吾、中國的安東、張永和、香港譚志強等 12 名亞洲傑出建築師，從一條窄而悠長的小路延伸而上，左右交錯

座落的 12 棟建築，，有叫飛機場、傢具屋、手提箱、怪院子、紅房子、大通鋪、三號別墅、竹屋、雙兄弟、森林小屋、土宅、俱樂部等，每棟建築都有每位建築師所賦予的代表意象，此外每一棟別墅都可見到未經修復的古老長城原始樣的貌珍貴視野。這十二款當代建築藝術傑作，同時被美國《商業周刊》評選中國十大新建築奇蹟，認為它們和北京奧運主場館、北京首都國際機場及國家大劇院同樣具代表性。而該地於北京奧運舉辦期間，更被美國專業旅遊雜誌《Travel + Leisure》票選為亞洲地區最佳旅遊，搭配周圍景點，例如八達嶺長城、明十三王陵等，成為提供旅遊住宿之最佳地點。

「長城腳下的公社」被喻為是「收藏當代建築藝術的私人博物館」，將建築物本身當作藝術作品，透過商業化的行銷，將建築創意打造成文化品牌，再轉化為高附加價值的商業經營模式，並成功地發展為文化創意產業。事實上，大陸近幾年由於經濟急速發展，從「長城腳下的公社」的形成與運作模式，我們不難發現大陸正積極以雄厚的財力展現與國際接軌之野心，將現代藝術與居住環境結合，以打造一當代建築博物館為目標，再透過參加各國際大展獲獎的名氣，建立建築物的知名度，因此價值也會藉此得到提昇。



香港建築師嚴迅奇為「長城腳下的公社」設計的作品--「怪院子」(以傳統的合院住宅為主體，提出兩種不同角度的視點)



大陸建築師安東為「長城腳下的公社」設計的作品--「紅房子」(以自然且簡單的材料，混凝土、水泥紅磚、木頭、竹子、玻璃等建造而成)



臺灣建築師簡學義為「長城腳下的公社」設計的作品--「飛機場」(考量基地所在位置之特殊人文與自然環境的關係，設計一融合在地地景的建築)

有趣的是，當「北京長城腳下公社」獲得國際的關注之後，在台灣的東北角貢寮鄉澳底，也出現了一個類似的建築設計計畫，以集結將近 20 位海內外知名建築師的集體創作 (Group Design) 建案，並邀請曾參與「長城腳下公社」設計案的美國麻省理工學院建築系主任的張永和與台灣的姚仁喜、黃聲遠及楊家凱等著名建築師群聯手打造台版長城公社。以「Next Gene (下代基因)」為主題，不同於北京每位建築師各自為政的方式，臺灣版之規劃設計強調的是各建築師的設計作品是透過彼此之間集體參與討論後所進行之設計，同時以環保、城市化與全球化等社會議題為主。因此，預計呈現的將會是一協調且與環境相容之建築群。

(四) 陝西西安文化遺址參訪

本參訪團結束在北京文化創意產業博覽會及其他參訪活動之相關活動後，便搭機至陝西西安進行後續文化機構參訪行程。西安市是中國六大中心城市之一，也是人類歷史上最的城市及著名的世界四大古都之一。早在 100 萬年前，藍田人便在此地建造聚落；後續的歷史上至少約有 13 個王朝在此地建都，包括秦、漢、唐等，尤其唐帝國的首都長安是當時世界上最雄偉及最大的城市，因此西安古代又名長安、京兆，是現今陝西省的省會。西安擁有被稱為「世界第八大奇蹟」的秦兵馬俑遺址、重要古代城闕遺址、70 多座帝王的陵墓、眾多名寺古塔、先民遺跡等著重要華夏文明的發源地的文化歷史遺址，是世界旅遊熱門城市之一。

本參訪團至西安主要至臨潼參觀兵馬俑博物館、華清池、曲江的大雁塔、大雄寶殿、西安古城牆風貌及碑林等，都是西安具文化歷史價值的文化景點，也是促進當地旅遊觀光的重要資產之一。



秦始皇陵兵馬俑博物館
原址展示一景



西安唐代遺址大雁塔

整體而言，西安因擁有先人留下的珍貴文化資產，先天已具備發展文化及觀光旅遊之優勢，再結合後人的積極開發，如本參訪團到訪之曲江文化景區，此區試圖重現唐代時期之曲江地區的繁榮興盛場景，以西安曲江地區的大唐芙蓉園區為基地，此園區是中國第一個以展示盛唐風貌的大型皇家園林式文化主題公園。早在唐代時期，芙蓉園原是一皇家御院，而今日之大唐芙蓉園則是建於唐代芙蓉園的遺址之上，試圖發展以“走進歷史、感受人文及體驗生活”為宗旨，展現出大唐盛世之燦爛文明。

園區中有紫雲樓、仕女館、御宴宮、芳林苑、鳳鳴九天劇院、陸羽茶社、大唐新天地等仿唐皇家建築群，再整合當地其他重要觀光景區，以體現曲江旅遊觀光資源之集聚、整合及品牌效應，共同以重現大唐盛世為建設曲江文化景區之目標。結合附近之『曲江文化示範區』原生態傳統文化街區（大唐不夜城）、大雁塔及文化休閒景區大慈恩寺遺址公園、曲江池遺址公園、唐城牆遺址公園等，形構成一整體仿唐娛樂文化休閒之曲江文化景區。此景區之規劃設計總計投注將近 100 億人民幣之經費，費時約 10 年時間（從 1995 年至 2005 年）興建。

園區內具備餐飲、住宿酒店及演出定幕劇之劇院等服務，是一完全以商業經營之文化觀光園區。根據該市政府於相關園區文宣資料上所載，目前該地區預計每年能吸引 3000 萬參觀人次，創造 150 億（人民幣）之收入。上述統計數據若屬實，該市市政

府為建設此地之觀光旅遊資源所投入之建設經費，於園區開放營運後一年內即回收成本。事實上，據本參訪團之觀察，西安市政府以公部門力量投注資金進行整體城市規劃建設，以古老之文化底蘊為基礎，結合觀光旅遊資源帶動整體城市經濟發展，除國內廣大之旅遊消費市場規模外，現更將目標擴大為國際觀光客市場。從其投注之資金來看，可以看出該市政府之野心與魄力，因此，現階段雖然軟體服務品質部分仍有改善空間，但已開始意識到文化資本的重要性，並積極推動結合文化旅遊，拓展廣大的內需與外需市場。



大唐不夜城成為城市行銷重點(西安機場懸掛之文宣看板)



大唐芙蓉園入口仿唐建築



大唐芙蓉園內至鳳鳴九天劇院之步道



大唐不夜城燈火通明的街道及建築

二、參加第四屆北京國際文化創意產業博覽會

本參訪團除拜會北京相關文化機構外，主要以參加第四屆北京國際文化創意產業博覽會並觀摩該博覽會之各相關活動，以作為本會即將於 2010 年規劃辦理之「臺灣國際文化創意產業博覽會」活動之參考。北京自 2006 年起，即定期於每年年底（約 11 月底至 12 月初）舉辦國際性的文化創意產業博覽會，吸引各界文化創意產業業者共同參與，並提供交易的平台，藉此促成中國大陸文創產業之交流。今年已堂堂邁入第四屆，以下為本屆（2009 年）北京文博會相關觀察說明：

（一）北京國際文化創意產業博覽會（以下簡稱文博會）概述：

第四屆北京文博會以「**激發文化創新活力、促進經濟持續增長**」為主題，於 2009 年 11 月 25 日至 29 日在北京市盛大展開，對外開放時間雖然僅有四天（11 月 26 日至 29 日）但規劃非常多元，包括綜合活動、展覽展示、論壇峰會、推介交易、文藝演出等六大區塊，據承辦單位中國國際貿易促進委員會北京市分會表示，2009 年度第四屆北京文博會共計吸引 43 萬各界人士參與，並促成簽約及合作案共 322 件，簽約總金額預計約 55.2 億美元，創下歷年紀錄。

文博會主展場設在中國國際展覽中心(如圖 1)，也就是台北文創精品館參展地點，展場總面積 65,000 平方公尺，分為 1~9 號 9 個展覽分場(如圖 2)，展區包括省市文化創意產業館及國際文化創意展區(1 號館 1 樓 A 區)、廣播電影電視展館(1 號館 1 樓 B 區)、台北文化創意精品館(1 號館 2 樓 A 區)、文物及博物館相關文化創意產品展館(1 號館 2 樓 B 區)、創意生活—陳設藝術及畫廊藝術品交易展館(1 號館 3 樓 A 區)、創意禮品與工藝品交易館(1 號館 3 樓 B 區)、文化創意產業集聚區展館(2、3 號館)、設計創意館(4 號館)、文化旅遊景區與旅遊商品展館(5 號館)、新聞出版與版權貿易展區(6 號館)、網絡遊戲與動漫展區(7 號館)、體育產業展館(8 號館)、文化創意人才招聘(9 號館)等，主展場總計吸引各界觀眾 19 萬人次參與，平均一天將近 5 萬人次參觀。

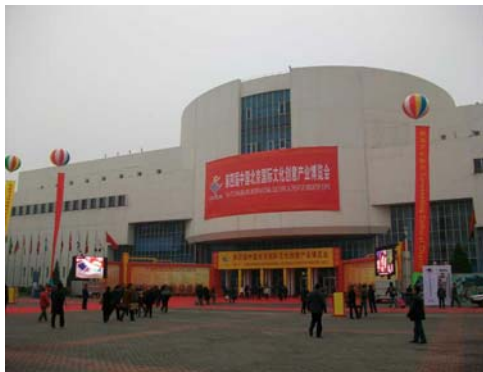


圖 1：中國國際展覽中心主展場外觀



圖 2：展場配置圖

(二) 主展場各展區介紹：

北京文博會展場規劃以一般商展模式規劃，分館分區出租攤位，標準攤位為 3x3 公尺，以對外招商方式舉辦，除邀請專業人士及廠商外，並免費開放一般民眾參觀。

中國國際展覽中心主展場為一號館，入口大廳以文博會 LOGO 加上紅地毯裝飾(如圖 3、4)，三個樓層共計規劃六個展區，分別介紹如下：

一樓 A 區：為省市文化創意產業館及國際文化創意展區（入口意象如圖 5），今年度共計有天津、山西、安徽、吉林、黑龍江等 17 個省市參與展出，展場硬體設施，以配合各地特色規劃設計，已初具國際會展水準，其中令人印象較深刻的是黑龍江省的展場，以藍色調為主，表現出冰涼的感覺（如圖 6）。國際文化創意展區就差強人意，雖然此次展覽號稱為國際文化創意產業博覽會，但整個會場國外參展國家，除台北文創館外，就僅有此區 10 個攤位並規劃於角落，包括孟加拉、智利、捷克、巴西、瑞士、巴黎等駐華大使館、辦事處、商會等，規劃靜態展出，(圖 7、8)，缺乏國際上文創產業代表性國家如英、法、紐、澳、甚至連亞洲的日本、韓國、新加坡等國的攤位都付之闕如，所以以主展場展覽區塊而言，感覺上國際性略顯不足。



圖 3：中國國際展覽中心 1 號館入口 Lobby

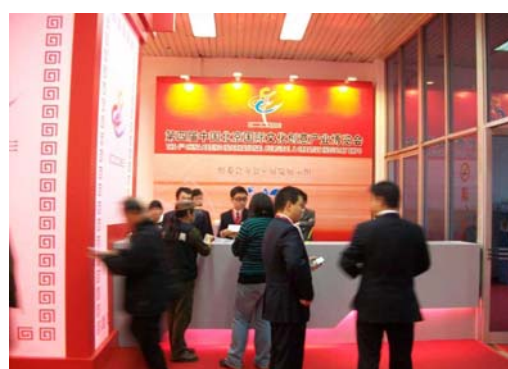


圖 4：主展場服務台



圖 5：一樓 A 區 (1-1A) 入口



圖 6：黑龍江省展場以藍白色調呈現為主



圖 7：斯洛伐克共和國攤位



圖 8：巴黎工商會及維也納駐華辦事處攤位

一樓 B 區：為廣播電影電視展館（入口意象如圖 9），共計有中國電影集團、中央電視台、中國傳媒大學、北京電影學院、北京電視台、北京人民廣播電台等 13 個展區，以影像播放介紹為主要呈現方式，聲光效果對一般觀眾頗具吸引力，展場部分也經過一番精心設計，例如北京光線影業的攤位設計，後現代的風格就令人眼睛為之一亮（如圖 10）。

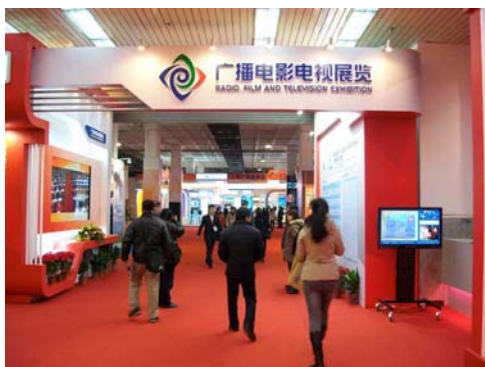


圖 9：一樓 B 區（1-1B）入口意象



圖 10：一樓 B 區北京光線影業展區

二樓 A 區：為台北文創精品館，入口意象（如圖 11），今年臺灣地區共計有 73 家廠商（211 展位）參與第四屆北京文博會，承辦單位依據主題及產業特色規劃為：2010 台北國際花卉博覽會專區（如圖 12）、台北市文創展示區（如圖 13）、台北縣文創專區（如圖 14）、台灣學生設計專區（如圖 15）、原住民文化精品區（如圖 16）、創意生活區（如圖 17）、時尚工藝精品區（如圖 18）、時尚設計精品區（如圖 19）、博物館衍生商品區（如圖 20）、數位內容衍生商品區（如圖 21）等展區加上原住民舞台區（如圖 22）共計 11 區。台北文創精品館於 11 月 26 日上午另行舉辦開幕典禮，由台北市李永萍副市長主持（如圖 23），會後並邀請大陸相關貴賓共同參與開幕剪綵儀式，由主辦單位台北市文化基金會引導貴賓參觀展區（如圖 24），並舉辦專題演講、卡滋幫結盟儀式等活動。台北文創精品館展區整體水準較齊，各區規劃以顏色區分，也較易辨識，吸引不少大陸民眾駐足參觀，而其中以博物館衍生商品區的台北故宮攤位最受矚目，除了媒體宣傳報導外，加上模特兒走秀及龍藏經發表等動態活動，人氣指數居高不下。另外，時尚設計精品區及時尚工藝精品區也吸引許多大陸民眾目光。今年首次參展的

台灣學生設計專區，展場設計雖突出，但以海報搭配螢幕展示，屬靜態方式呈現，對大陸民衆的吸引力則顯然較弱。

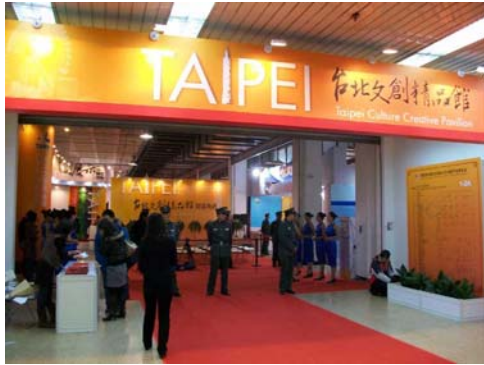


圖 11：二樓 A 區（1-2A）台北文創館入口



圖 12：台北國際花卉博覽會專區



圖 13：台北市文創展示區

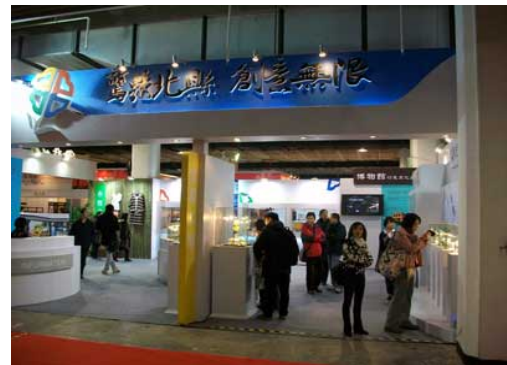


圖 14：台北縣文創專區



圖 15：台灣學生設計專區



圖 16：原住民文化精品區



圖 17：創意生活區



圖 18：時尚工藝精品區



圖 19：時尚設計精品區



圖 20：博物館衍生商品區



圖 21：數位內容衍生商品區



圖 22：原住民舞台區



圖 23：李永萍副市長於開幕典禮致詞



圖 24：北縣文化局邱副局長為貴賓導覽

二樓 B 區：為文物及博物館相關文化創意產品展館（入口意象如圖 25），中廊區域為百雅軒攤位，本區主要以北京地區的博物館及各地特色文創產業為主，裡面大致區分成二區，博物館長廊區為博物館展示專區（如圖 26），參加館舍有首都博物館（如圖 27）、北京藝術博物館、古代建築博物館、奧運博物館（如圖 28）等北京地區十幾個地方特色博物館，呈現出北京地區豐富的文化資產特色，此區的展示攤位配合各博物館特色設計，展示水準較高。另一區則是文物及工藝產品展區，展出如北京景泰藍、新疆伊力薰衣草民族彩繪文化製品、蘇州之戀絲綢工藝、貴州苗族張氏銀器加工坊等地方文化創意產品，加上緬甸的珠寶玉器展售，其中以貴州苗族的銀器較具特色（見圖 29），可惜的是受到標準攤位的局限，整體呈現方式較不理想，攤位之間間距也略顯狹窄。

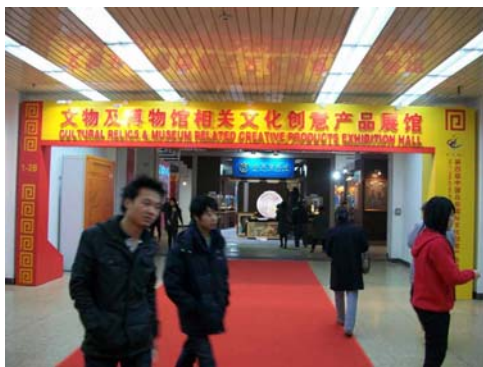


圖 25：二樓 B 區（1-2B）入口

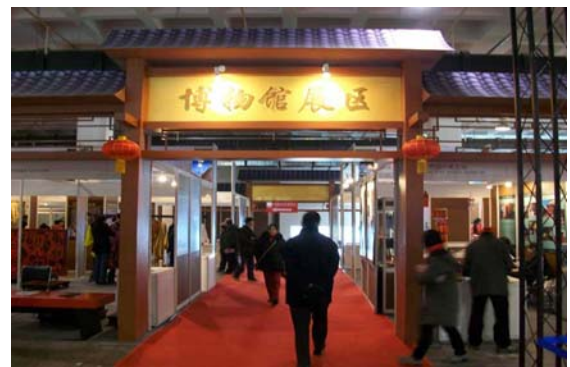


圖 26：博物館展區整體入口意象



圖 27：首都博物館展區



圖 28：北京奧運博物館展示區



圖 29：貴州銀器展示攤位

三樓 A 區：為創意生活展館（入口意象如圖：30），主要為陳設藝術及畫廊藝術品交易區，本區依照屬性又區分成設置陳設藝術展區、畫廊展區和東西方藝術家協會、

民族藝術委員會三個區塊，其中陳設藝術區就設在入口處，整區以家居場景搭配藝術品，布置頗為高檔（如圖：31），也有不少台灣藝術家作品陳設在此區。

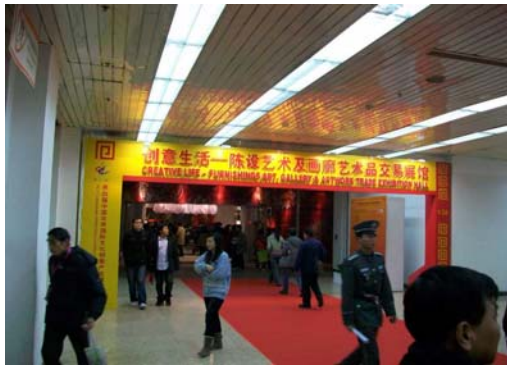


圖 30：三樓 A 區（1-3A）入口



圖 31：陳設藝術展區家居意象

三樓 B 區：為創意禮品與工藝品交易展館（入口意象如圖：32），此區以標準攤位方式呈現，是整個展區裡面擺設最多樣及最複雜的一區，有點像是台灣的雜貨市場（如圖：33、34），以展出大陸各地的代表工藝品為主，例如：木雕、竹雕、陶瓷、石雕、編織、刺繡等作品。除了工藝品外，也夾雜著販售各式民生用品，所以整區感覺較為凌亂，整個展覽調性也較不足，展品的呈現仍停留在多樣多量的空間填滿層次（如圖：35），還有可改善的空間。

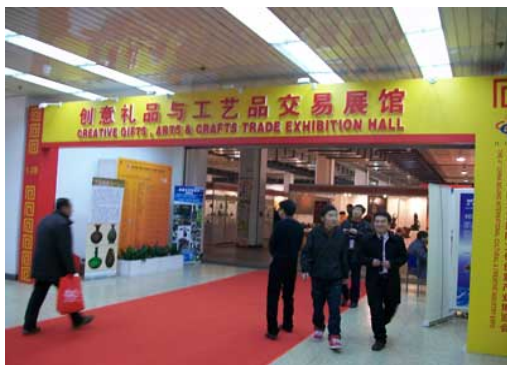


圖 32：三樓 B 區（1-3B）入口



圖 33：3B 展區的展陳布置較雜亂



圖 34：3B 展區中夾雜販售日用品的攤位



圖 35：填滿空間的展陳方式無法凸顯作品特色

中國國際展覽中心二、三號展館（場），位於主場館右側，為文化創意產業集聚區展館（入口意象如圖：36），以北京市各區的文創產業專區呈現為主軸，目前北京共有 21 個文化創意產業集聚區，包括以 798 藝術特區聞名於世界的朝陽區（如圖：37），以歷史遺址為主的房山歷史文化旅遊集聚區、十三陵遺址聞名的昌平區（如圖：38）、還有西城區、崇文區等等。令人印象較深刻的是南鑼鼓巷，以歷史街區的概念來推銷觀光旅遊，街樓牌坊為主題意象鮮明（如圖：39），現場並贈送觀眾手提袋、鑰匙圈等小禮品，吸引絡繹不絕的參觀民眾。



圖 36：2-3 展館文創產業集聚區入口

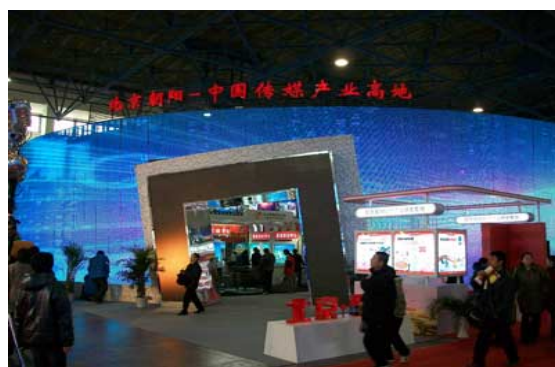


圖 37：朝陽區以傳媒產業為特色



圖 38：昌平區以世界文化遺址吸引觀眾



圖 39：南鑼鼓巷以街坊概念呈現

中國國際展覽中心四、五號展館（場），位於主場館右側與二、三展館緊連在一起（同一列建築），分別為設計創意展館、文化旅遊景區與旅遊商品展館（入口意象如圖：40），三號和四號展館連在一起，內部以牌樓作區隔（如圖：41），設計區內主要以北京地區的設計相關產業呈現為主，裡面也參雜幾家外商，如斯巴科工業設計公司（SPARK ID Co.,Ltd.）、美國的青蛙設計（Frog Design，如圖 42），以靜態作品展示呈現。另外，也展出大陸設計界的最高榮譽紅星獎專區（如圖：43），值得一提的是北京原創設計推廣協會及曲美家具等攤位所展出的作品（如圖：44、45），頗令人驚艷。



圖 40：4-5 展館區入口

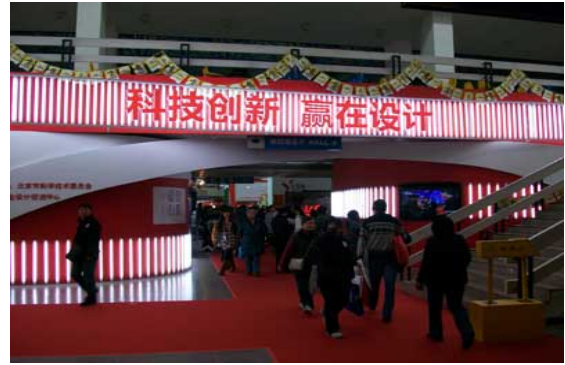


圖 41：設計創意展館



圖 42：美國青蛙設計公司展區



圖 43：紅星獎以奧斯卡小金人概念呈現



圖 44：北京原創設計推廣協會展場



圖 45：QM 曲美家具展場

文化旅遊景區與旅遊商品展館(入口處如圖：46)，以北京地區旅遊紀念品為主題，例如：北京琺瑯廠(如圖：47)、水立方、工美集團(如圖：48)等。此外還規劃商品大賽區(北京禮物，如圖：49、50)及創意產品設計邀請展區，邀請香港及台灣地區的設計師參展(如圖：51)。



圖 46：文化旅遊景區與旅遊商品展館入口



圖 47：北京市珐瑯廠展出精美珐瑯作品



圖 48：工美集團展場吸引觀眾駐足



圖 49：北京禮物商品大賽專區



圖 50：北京禮物港台創意產品邀請展



圖 51：工藝所「易 Yi」品牌作品展出

六、七號展館（場），位於主場館後側，兩者位於同一棟建築物內，外面有兩個不同入口（六號館入口處如圖：52），本館包括新聞出版與版權貿易區（如圖：53），以及網路遊戲與動漫展區，出版與版權貿易區主要以北京出版事業呈現，例如：京華出版社、北京工藝美術出版社等（如圖：54）。動漫畫區展出則是以網路遊戲、動畫及漫畫為主，參加單位有央視動畫（如圖：55）、中視輝煌動畫等，也夾雜著兒童遊戲區（如圖：56）及販售生活用品雜物的攤位（如圖：57），與整體一致性存在落差。



圖 52：六號館入口



圖 53：新聞出版與版權貿易區



圖 54：北京工藝美術出版社展區



圖 55：央視動畫展區除小舞臺外還設休憩區



圖 56：展區內的兒童遊戲區



圖 57：展區內販售雜物的攤位

七號館：為青少年文化創意展區及文化創意集聚區展區（入口處如圖：58），此區以北京地區各級學校學生作品為主（如圖：59、60、61），參展單位有北京大學、北京工業大學、北京交通大學、清華大學等。文化創意集聚區展區則是第二、三展館的延伸，展出海淀區、豐台區部分。



圖 58：七號館青少年文化創意展區



圖 59：青少年文化創意展區



圖 60：青少年文化創意展區展出的作品



圖 61：青少年文化創意展區展出的作品

八號館：為體育產業展館，位於主展場左側分爲 A、B 兩區（主入口處如圖：62），角落處並設置另一入口，會場指示標誌（如圖：63），除體育產業展示廳及戶外用品靜態展示區外，並設置釣魚運動、籠式足球、羽毛球、時尚健身等多個互動區，此區以體育為主軸呈現相關商品及推廣成果，北京市體育局也設置靜態展區，展出體育活動成果（如圖：64），現場搭配運彩兌獎及相關表演活動（如圖：65）吸引頗多人潮。



圖 62：8A8B 展館入口意象



圖 63：展區會場指示標誌



圖 64：北京市體育局靜態展示區



圖 65：動態表演舞臺區能吸引觀眾駐足

九號館：原規劃作為舉辦文化創意人才招聘會使用，但參訪時大門深鎖未開放（如圖：66），文化創意人才招聘移大門入口區辦理（如圖：67），上門登記的觀眾有限。另外，在主展場外圍的室外展區設置藝術塗鴉區（如圖：68）及表演舞台區，安排相關武術表演（如圖：69），整體而言，展場安排可謂非常豐富多元。



圖 66：9 號展館實際上並未開放



圖 67：人才招募區登記民眾並不踴躍



圖 68：1 號展館旁的藝術塗鴉區



圖 69：大門入口區旁的武術表演

（三）與國內展覽之比較

國內展場在國際商展部分主要以台北世貿一、二館及南港展覽館為主，一般表演藝術及視覺藝術類在台北地區則以華山創意文化園區為主，以 2009 年四月份在華山創意文化園區舉辦的「台灣製造尙讚」系列活動（如圖：70、71）、在台北世貿一館舉辦的台北國際禮品暨文具展、以及八月份的台北國際藝術博覽會（如圖：72、73）而言，參展家數及規模皆不及北京文博會。



圖 70：華山創意文化園區展場（右為四連棟）



圖 71：華山創意文化園區的展場空間



圖 72：1 台北國際藝博會展場空間較寬敞



圖 73：台北國際藝博會展區規劃較多變

而以面積而言，國內目前單一展場，還無法找出像中國國際展覽中心這樣面積遼闊的展場（國內展場面積比較參見表一），所以國內展覽規劃應該以質取勝，以優質的展出內容來吸引觀眾。

表一：台北與北京展場比較表

展場名稱	面積 (m ²)	商業展場	攤位數	備註
台北世貿一館	23,450	是	1300	1 樓展場。
台北南港展覽館	22,680 (x2)	是	2467 (1161 + 1306)	含 1 及 4 樓展場。
華山創意文化園區	2,205	否		目前開放租借空間總坪數，主要展區為四連棟及烏梅酒廠。
中國國際展覽中心	65,000	是	2800	北京市

但是以交通便利性及空間可塑性而言，台北世貿一館及華山創意文化園區則略優於中國國際展覽中心的主場館，這是我們可以好好發揮之處。因此，整體比較，硬體方面兩岸水準差不多，但在軟體方面的展區規劃、卸佈展、人員素質等方面，台灣則仍存有優勢。

(四) 結論

- 1、北京文博會參與人數及產值皆亮麗：第四屆北京文博會參與人數達 43 萬人，產值達 55.2 億美元，比前三屆進步，以此而言算是成功的一次博覽會活動（詳參表二--北京文博會歷屆統計資料）。
- 2、台北文創精品館向大陸展現臺灣文創產業實力：此次北京文博會參展，由於臺灣方面主辦單位事前規劃得宜，加上歷屆參展經驗，整體流程頗為順暢。透過台北文創精品館的設立，有效吸引觀眾目光，也大大滿足了大陸地區民眾對臺灣的好奇心，除了讓對岸了解台灣的文化創意產業軟實力外，也幫助臺灣廠商打入大陸市場，在參展家數及參觀人數都比去年多的情況下，透過一對多的商機推介會及一對一的買主洽談會，總計創造達 1 億 4 百萬元成交金額。
- 3、大陸會展產業深具發展空間：大陸市場已成為全球焦點，會展產業將持續發展。以此次北京文博會而言，在量的方面雖然可說是符合大型展覽的門檻，但在質的方面還有很大的改善空間。雖然大陸在硬體設施方面學習快速，也已具相當水準，但在國際性會展的策展、攤商水準要求、佈卸展流程管控，甚至是參觀動線規劃等等，都還有改善空間。
- 4、未來大陸地區文創產業發展可期：由於北京在 08 年奧運會後國際知名度大增，加上基礎建設完備，官民積極投入文化創意產業專區發展，各區也積極發展不同特色，例如：798 藝術專區，未來北京地區文創產業發展可期，臺灣可透過持續與北京交流方式，促進文創產業發展。

表二：北京文博會歷屆相關統計資料一覽表

	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年
促成簽約及合作個案數	184 個	220 個	292 個	322 個
簽約總金額	37.63 億美元	38.27 億美元	46.8 億美元	55.2 億美元
系列活動	50 餘場	100 餘場	100 餘場	100 餘場
參觀人數	20 萬	26 萬	31 萬	43 萬

(資料來源：北京商報 2009.11.30 出刊)

伍、心得與建議

在全球化潮流中，文化創意產業不僅是一個面對世界、傳播固有文化的挑戰，也是兩岸進行文化產業研發、市場開拓的契機。就兩岸的文化創意產業來看，大陸有資金、土地、市場和政策的「硬實力」；而台灣的優勢則是創意、人才、文化底蘊、和自由心靈的「軟實力」。由此可見，兩岸的文化創意產業，呈現互補結構的狀態。本次參訪，建議如下：

- 一、**提供文創產業交流的平台，建構彼此對話的機制**：現階段應可透過兩岸共同舉辦文化創意產業博覽會等大型活動做為交流之開端，以此作為提供文創產業交流的平台，建構彼此對話的機制。藉由兩岸輪流主辦及帶隊互訪的模式，透過規劃不同主題的文創產業相關會展，並串連全年度各重要城市的文創展覽，以整體包裝的方式向國際行銷，結合台灣的創意、行銷優勢，以及大陸的市場規模，共同開拓華文市場與國際市場。
- 二、**以促使大陸對臺灣開放市場為目標**：臺灣文創產業的發展，係以立足台灣，胸懷大陸為基礎，並以開拓華文市場進軍國際為願景。未來，建議應以促使大陸對臺灣開放市場為目標，從投資、智財權保障、鼓勵交流合作等面向，促進兩岸文創業者共同合作，開拓國際市場。
- 三、**以政府的力量協助培育未來的文創消費人口，以擴大內需市場並與大陸及國際市場接軌**：文創產業發展能成功，勢必要以廣大的市場為基礎。而臺灣有最優秀的創作人才及文創產業業者，但因國內市場規模有限，使其發展受限，而紛紛向外開拓外需市場，因此建議政府應積極思考以政策協助擴充內需市場，例如透過學校教育，培育及提昇國內未來的文創消費人口，以增加內需市場。同時以鄰近中國大陸新興市場的地理位置優勢，及兼具華人地區文化及語言相通的特質，以華人文化圈為腹地，善用中國大陸龐大的市場，建立領先的產業品牌，進而與國際市場接軌。

四、**擦亮 MIT 品牌，持續向大陸發聲**：根據報導及參訪團員們現場觀察，發現北京地區民眾消費能力頗高，以本次工藝精品館為例，許多高檔商品，都在開幕活動不久後就銷售一空，顯示市場潛力豐厚。更有廠商藉由參展，建構進入大陸市場的通路平台，例如台北的頑石創意與大陸的兩岸咖啡、杭州西溪濕地公園進行合作，異數宣言（The One）於北京煙袋斜街開設 3 個品牌行銷據點。因此，建議未來應持續以台灣整體名義參與北京文博會向大陸地區發聲，並以臺灣形象館或主題館之形式參與大陸地區的文化創意產業活動，協助國內廠商積極開拓大陸市場。

第四屆文博會系列報導

千亿动漫产值待开发

题材单一 缺少原创和市场开发调研

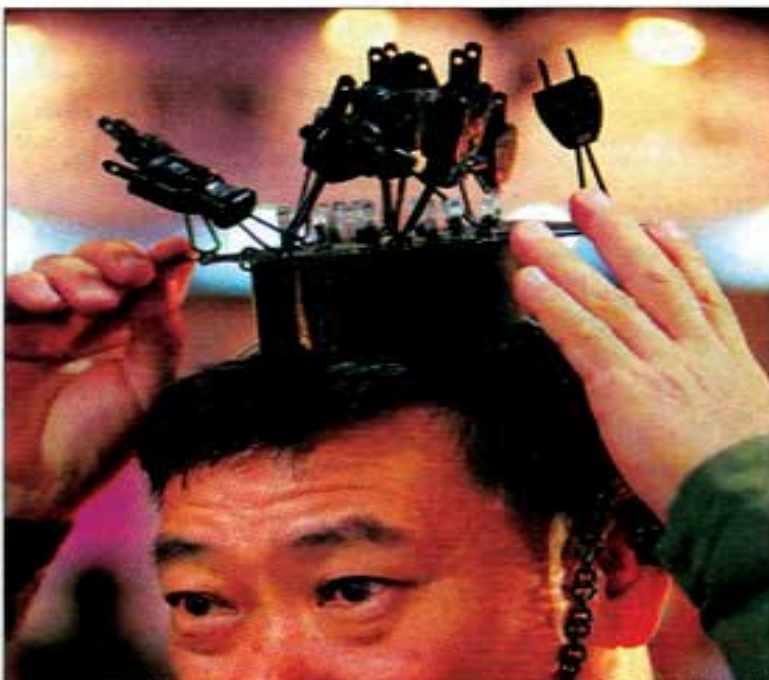
晨报讯（记者 陈琳）尽管中国动漫前景和市场都被业界看好，但业界同时公认中国动漫产业效益也不尽如人意。用专家的话说，“我们面临全行业亏损遗憾的事实”。昨天，第四届文博会动漫产业发展国际论坛在石景山举行，专家表示，我国动漫产业产值已达180亿元，但还有1000个亿等待开发。

作为本届文博会期间动漫游戏行业的高端峰会，本次论坛云集了众多重量级嘉宾，包括参与制作《黄金罗盘》和3D科幻巨制《阿凡达》的英国特效大师马修·巴里，《天线宝宝》制作单位英国BBC环球公司大中华区总经理张国礼，以及央视动画、北京卡酷卫视、盛大等国内顶尖动画游戏企业代表。

与会专家表示，中国动漫产业存在许多不尽如人意的地方，如缺少原创、题材单一，“一部西游记撑起半壁江山”，而“米老鼠”即将进入中国，无疑又会给刚起步的国内动漫产业带来冲击。

北京其欣然影视机构董事长袁梅表示，现在各地动画都在开发，全国有数千家动画企业，80多家学校，每年毕业10多万学生，今年也会有15万分钟的产量，但今年相对有影响的几部国产动画，如《喜羊羊和灰太郎》，其原创核心都在香港。袁梅说，目前内地动画看起来有些“虚假繁荣”。

袁梅表示，目前内地影视动画还缺少前期的市场开发和调研，主要问题就是要解决“我们的片子给谁看。”此外，内地这两年引进海外动画很少，大量都是在看盗版。还有相关规定也对想象力的局限很大，比如孩子们发型不能是金发，不能建城堡等限制，更别说做关于鬼魂之类的题材。



一个名为“充电”的创意作品。

晨报记者 梁春霞/摄

■学者建言

北京应申请“世界创意之都”

晨报讯（记者 姜藏）文博会板块之一“2009北京国际文化创意产业论坛”昨天开幕，全球文创产业逆势上扬的良好表现让专家学者们对其格外期待。有学者建议，北京可以考虑申请“世界创意之都”，以适应本市人均GDP“破万”的升级需求。

据市社科院经济研究所所长赵弘介绍，本市近6年来文化创意产业年均增长幅度一直保持两位

数。文化创意产业增加值占GDP比重不断上升，今年1至9月，全市文化创意产业实现增加值965亿元，占GDP的11.8%，成为仅次于金融业的第二大产业；上缴税金133.3亿元，从业人员已达102.5万人。

“北京可以考虑申请世界创意之都。”中国人民大学文化创意产业研究中心执行主任金元博认为，北京已经具备世界

创意之都的大部分条件，比如每年举办专门博览会等等。

但赵弘同时指出，我国的文化贸易一直处于逆差状态且呈现逐步扩大趋势。文化产品的外贸逆差从2005年的1.49亿美元上升到2007年的2.15亿美元。这与我国新兴文化创意产业不够发达有直接关系。“北京有责任、有能力在国际文化贸易中发挥更突出的作用。”

北京晨报 2009-11-26/ A03 版第四届北京文博会系列報導

刊登臺北文創館參展藝術家吳東材先生作品

北京南锣鼓巷 创意店铺文博会上"巧"展示

www.rbc.cn 2009-11-24 10:53:46 来源：新华网

新华网北京 11 月 23 日电（记者彭嘉靖）11 月 23 日，记者从中国北京国际文化创意产业博览会组委会了解到，第四届文博会 25 日将在京举行，届时，在主展场的 3 号馆内，北京南锣鼓巷的特色商户将在一个特别搭建的小舞台上，为参观者带来融汇民俗与现代艺术于一体的现场表演。

近年来，北京南锣鼓巷的创意产业在一间间小店的奇思妙想中蓬勃发展起来。北京南锣鼓巷今年将在文博会主展场有“大动作”，不仅展区面积扩大了一倍，还准备了丰富的现场表演，展现这个由小胡同串联成的巷子里蕴藏着的巨大商机。“南锣鼓巷就是要吸引更多人的目光。”展区负责人说。

据介绍，3 号馆现场的 LED 显示屏，将系统展现南锣鼓巷创意文化的演进。南锣鼓巷著名的创意店铺“创可贴 8”、“丰年陶艺”、“面人徐”等都将携其独具特色的创意作品参展。其中“创可贴 8”的经营者是在中国生活 10 余年的英国人 Dom，中文名叫江森海，1993 年到中国旅游，之后在锣鼓巷扎了根。Dom 将在展览现场进行演讲，结合南锣鼓巷的变迁和自家小店的发展，探讨创意企业的发展。“丰年陶艺”、“面人徐”还将现场演示制作工艺。

南锣鼓巷展位还设置了丰富的互动环节，将向参观者现场征集南锣鼓巷宣传口号，并举办知识问答等活动。

据了解，南锣鼓巷全长 786 米，宽 8 米。一家挨一家富有创意的艺术品店和工作室，让这条原本宁静的胡同迸发出无限的创意元素，并成为外国人游览北京的特色景点。据不完全统计，南锣鼓巷有商户 115 家，其中包括酒吧、咖啡厅 34 家，特色餐饮 16 家，民俗工艺品 35 家，服装、服饰 20 家，客栈、会所 5 家，创意工作室 5 家。

北京国际文化创意产业博览会即将拉开帷幕

www.rbc.cn 2009-11-24 10:52:19 来源：新华网

新华网北京 11 月 24 日电（吉林平）我国文化创意产业的大型国际交流与合作盛会——第四届中国北京国际文化创意产业博览会将于 25 日晚在北京国家会议中心拉开帷幕。11 月 26 日，以设在中国国际展览中心的展览会为核心舞台，近百场专项活动将全面展开。目前，各项活动筹备工作已经就绪。

据了解，第四届北京文博会的主题为“激发文化创新活力 促进经济持续增长”，着力为国内外文化创意企业搭建一个集产品展示、要素交易和信息交流于一体，促进文化创意产业化项目落地的综合性服务平台。充分展现文化创意产业在拉动消费、扩大内需、推动经济增长和带动传统实体产业升级改造和创新发展的丰硕成果，全面促进中国文化创意企业、产品和服务进入国际市场。

本届文博会包括综合活动、展览展示、论坛峰会、推介交易、创意活动和文艺演出六大板块。主会场设在国家会议中心，主展场设在中国国际展览中心，展览面积为 6.5 万平方米，分为 18 个主题展区。分会场 9 个，以精品化为指导思想的论坛峰会 9 场，体现交易功能的各类推介交易活动 9 场，创意活动 9 场，文艺演出活动 5 场

臺灣文化創意業界“盛裝”出席北京文博會

www.rbc.cn 2009-11-25 09:24:56 來源：新華網

新華網北京11月23日電（記者趙博 黃海）第四屆北京國際文化創意產業博覽會將於11月25日開幕，屆時將有73家廠商組成的臺灣代表團參會，人數和規模均創下歷年之最。

據代表團負責人介紹，由於去年臺灣組團參展收穫8000多萬新臺幣訂單，在經濟寒潮中呈現罕見的逆風上揚之勢，今年的北京文博會倍受臺灣文化創意業界追捧。

總面積達4000平方米的主題展區“臺北文創精品館”共設12個區塊，包括臺北市文創展示區、2010臺北花卉博覽會專區、臺北縣文創專區、博物館衍生商品區、臺灣學生設計專區、時尚設計精品區、創意市集區等。

去年首次參展即“豔驚四座”的臺北故宮博物院，此番再度“粉墨登場”，結合名模走秀、觀光宣傳，並與臺北縣鶯歌陶瓷博物館、黃金博物館等聯手，展示將古物、典藏獲得授權後製作成衍生商品的文化創意。

臺北市立美術館、臺北當代藝術館、臺北市電影委員會、2011年世界設計師大會組委會等“四大要角”也將集體亮相，展示並介紹臺北市年度重要藝術文化活動、具有人文氣息的場所。

文博會期間，臺北文創精品館還將舉辦“兩岸城市文化創意產業商機推介會及買主洽談會”，以一對一洽談的形式，集中推介臺灣主要參展廠商及產品，促成京台及兩岸文化創意產業間的交易合作。

第四屆北京文博會由文化部、廣播電影電視總局、新聞出版總署和北京市人民政府共同主辦，歷時5天。這是臺灣文化創意界連續第三年組團參加北京文博會。

中国特色文化街代表首聚文博会共商发展

www.rbc.cn 2009-11-25 09:24:45 来源：新华网

新华网北京 11 月 24 日电（记者殷丽娟）来自全国部分著名特色文化街的代表 24 日首次相聚北京，参加“第四届文博会宣武区文化创意活动分会场暨第八届北京宣南文化节”核心活动之一的“2009 中国（北京）特色文化街合作与发展高峰论坛”，共商未来发展，并签订了合作框架协议。

据了解，全国部分著名特色文化街的代表主要来自北京的王府井、琉璃厂、南锣鼓巷、南新仓，成都宽窄巷子、黄山屯溪老街、天津和平路、郑州德化街、南京新街口、杭州清河坊等。

刚刚在“2009 中国(杭州)商业街发展高峰论坛暨新形势下全国商业街建设与发展交流大会”上被授予“中国商业名区”称号的北京市宣武区，仅仅 19.04 平方公里的辖区面积上就拥有了闻名的大栅栏、琉璃厂、牛街以及被命名为“中国特色商业街”的马连道四条特色商业街。

有着 500 年历史的大栅栏商业街，以清雅的青砖路面，古香古色的建筑店铺，2008 年重新开街迎接八方来客。2009 年连接大栅栏和琉璃厂的大栅栏西街保护修缮工程也正式完成，小肠陈、爆肚冯、瑞宾楼褙子火烧等 11 家小吃老字号重回大栅栏，每天吸引约 3 万中外宾客来品尝传统的北京特色小吃。

为了实现特色商业街在新形势下的新发展，宣武区在此次文化节期间以高峰论坛的形式邀请全国部分知名特色商业街，以特色文化街区建设的合作与发展为主题，推介文化发展战略、提升文化影响力，并围绕传统文化的保护、利用、开发，进行广泛交流。

据中国步行商业街工作委员会韩健徽主任介绍，近年来，特色商业街发展很快，其零售额占到城市商业零售总额的 60%至 80%，对区域经济发展起到了重要的作用。尤其是全球金融危机之后，各地品牌、老字号、文化企业都有向外连锁拓展的意愿，而他们的首选就是有聚集效应的特色商业街区，所以全国各地特色商业街区之间的交流与合作，容易达成共识。

会上，北京市宣武区、北京市东城区、成都市武侯区、成都市青羊区、南京市下关区、南京市白下区、杭州市上城区、西安市莲湖区、郑州市二七区、天津市和平区、

沈阳市沈河区、青岛市市北区、安徽省黄山市以及拉萨市签订了 2009 中国（北京）特色文化街合作与发展高峰论坛《合作框架协议》。

《合作框架协议》约定，今后这十四个区之间将加强商业合作，制定完善商业、文化企业协作准入制度，共同谋求商业文化资源在特色文化街间的自由流动，以促进文化交流、开展旅游共建、搭建交流平台、推进合作研究等。

港台设计师们 北京文博会献策北京旅游商品

www.rbc.cn 2009-11-26 09:24:38 来源：北京日报

商品档次不高、特色不突出一直是困扰北京旅游商品市场的问题。昨日，北京市旅游局相关负责人透露，本周四，在第四届中国北京国际文化创意产业博览会上将举办文化旅游创意产品——京港台论坛，请香港、台湾的设计师过来一起交流旅游产品的设计理念。

北京市旅游局相关负责人表示，港台设计师具有一线的操作经验，他们设计的产品是真正针对市场需求、有当地特色、文化内涵丰富的旅游产品。多交流沟通，必将推动北京旅游产品的设计水平。

十余家博物馆文博会上打造特色博物馆长廊

www.rbc.cn 2009-11-26 09:44:04 来源：新华网

新华网北京 11 月 25 日电（记者杨淑君）11 月 25 日，记者从第四届中国北京国际文化创意产业博览会组委会获悉，在本届文博会的文物及博物馆相关文化创意产品展馆内，十余家极具特色、代表性的博物馆将联手打造特色博物馆长廊。筹备中的北京奥运博物馆也将进驻展场，提前与大众见面。

据了解，首都博物馆、北京艺术博物馆、孔庙和国子监博物馆、北京文博交流馆、白塔寺、北京市大葆台西汉墓博物馆、大觉寺、大钟寺古钟博物馆、北京古代建筑博物馆、北京石刻艺术博物馆、8 家名人故居（宋庆龄、李大钊、鲁迅、郭沫若、茅盾、老舍、徐悲鸿、梅兰芳）等博物馆将在展会上集聚“一廊”。在整体仿古特装中，步移景变，观众可以通过细节的差异感受不同博物馆的文化底蕴，并通过其不同的主题更深入地了解博物馆。

据介绍，北京奥运博物馆本馆建设尚在筹备中，借助世博会舞台，北京奥运博物馆将把馆内的部分展品移至文物及博物馆展馆与大众提前见面。在展览专区中，参观者可以近距离地观看 2008 年北京奥运会所用的器具物品等。奥运会上震撼视野的缶器、撼动人心的活字版、世界运动冠军站立的颁奖台等都将再次进入观众视野中

第四届北京国际文化创意产业博览会开幕

www.rbc.cn 2009-11-27 11:44:51 来源：千龙网



第四届文博会正式启动



第四届文博会开幕式表演《流动的紫禁城》



舞蹈《孔雀吉祥》

千龙网 11 月 25 日讯（记者 张健） 第四届中国北京国际文化创意产业博览会今晚在国家会议中心开幕。中共中央政治局委员、北京市委书记刘淇，中共中央政治局委员、国务委员刘延东，北京市人大常委会主任杜德印，北京市政协

主席阳安江，文博会中央主办部委领导文化部常务副部长欧阳坚，国家广播电影电视总局副局长赵实，新闻出版总署副署长蒋建国出席开幕式。刘淇宣布第四届中国北京国际文化创意产业博览会开幕。文博会组委会主席、文化部部长蔡武致开幕辞，组委会主席、北京市委副书记、市长郭金龙主持开幕式。

中国北京国际文化创意产业博览会是国家文化部、广播电影电视总局、新闻出版总署和北京市政府共同主办的国家级文化创意产业国际交流与合作的盛会。第四届文博会紧紧围绕国家《文化产业振兴规划》确定的战略导向和战略重点，以“激发文化创新活力，促进经济持续增长”为主题，将举办展览会、论坛峰会、推介交易、创意活动、文艺演出五大系列数十场活动，突出展现中国文化创意产业进入加速发展新时期的新面貌、新商机；搭建文化经贸服务平台，促进全国文化创意产业的资源整合、产业合作，推动优秀文化产品开拓国内外市场。

全国 30 个省区市派出代表团全面参与文博会活动；来自经合组织、国际知识产权联盟、联合国科教文组织、世界动漫协会等十个国际组织和美国、英国、德国、西班牙、比利时、奥地利、波兰、日本、韩国、澳大利亚、阿根廷、智利等 30 个国家和地区的 48 个代表团组专程赴会，与中国政府和业界进行广泛交流，探讨文化创意产业的国际合作。

蔡武在开幕致辞中说，在党中央、国务院的重视和关心下，我国文化产业已从探索、起步的初始阶段，开始进入加快发展的新时期。今年九月，国务院颁布实施《文化产业振兴规划》，文化产业已经成为我国国民经济发展的战略性产业。文博会的成功举办为文化创意产业信息交流、产品交易和项目合作搭建了一个重要平台，为文化创意产品的市场化、产业化和国际化提供了广阔的发展空间。我相信，通过这个平台，一定能够有效地增进中国与世界各国之间的相互沟通与了解，一定能够为各国文化企业家创造更多的商机，一定能通过相互借鉴经验，努力实现共赢，共同推动中国与世界各国文化产业的繁荣和发展。

专为文博会打造的大型文艺晚会“创意中国 畅想世界”精彩绝伦，异彩纷呈。蓝天幼儿园的小朋友们表演的《动漫快乐营》，把家喻户晓的中国原创文化创意卡通形象喜羊羊与灰太狼搬上了舞台；东方歌舞团演出的朝鲜族女子群舞《铃铛》，在整齐划一的动作和变换的队形中，展示了朝鲜族民族舞蹈内在的韵律美和含蓄美；享誉全球的世界级魔术大师维特利和伊莲娜以其精致唯美、独具匠心的魔术表演，把观众带到了神奇莫测的魔幻世界；《流动的紫禁城》是一部以服饰之美反映中国建筑、历史、文化的大型舞台展演作品，展示了中华民族辉煌的文化传统和绵延不息的精神风采。最后，一曲高亢激昂的《欢乐颂》将整台晚会推向高潮，为这场颇具盛典风范与创意色彩的晚会划上了圆满的句号。

专程参加文博会的经合组织副秘书长马里奥·阿玛诺，国际知识产权联盟主席埃瑞克·史密斯，世界地球基金会理事会创始人、联合国前副秘书长莫里斯·斯特朗，孟加拉国文化部长等全球文化创意产业知名专家、学者 300 多位境外来宾，前来参加文博会的全国 30 个省市代表团，以及首都文化创意产业业界相关人士 2800 多人参加了开幕式并观看文艺晚会。

参加开幕式的还有中国贸促会会长万季飞，率团参加文博会的省区市领导张俊芳、孙士彬、刘新乐、陈晓光、谢广祥、张岱梨、多托、吉狄马加，北京市领导蔡赴朝、程红等。

创意产品设计“北京礼物”秀出了北京个性

www.rbc.cn 2009-11-27 12:04:17 来源：新华网



11月26日，参观者在观看作品。当日，“北京礼物”创意产品设计大赛评选揭晓，100多件获奖作品在中国国际展览中心集体亮相，这些作品不仅展现了老北京的传统文化，同时也体现出新北京的时代特征。

港台设计名师京城分享文化的创意“秘笈”

www.rbc.cn 2009-11-27 12:04:17 来源：新华网

新华网北京11月26日电（记者 赵博）“创意是文化内涵的提炼与呈现”“创意与传统文化密不可分”“创意须经设计师的亲身体验”……26日举行的2009北京文博会“京港台设计师论坛”上，来自台湾和香港的4位设计师妙语连珠，与京城设计界分享入行多年的心得。

这些闻名华人世界甚至为西方设计界所推崇的设计师不约而同地表示，5000年历史孕育的灿烂中华文化是他们流淌不竭的灵感源泉。

“入行20多年，我一直喜欢使用东方元素，并捧回西方各种设计奖项。所谓的东方元素其实就是中国风格。”台湾知名平面设计师陈俊良说，“国际化绝不等于西化，我们要做的就是从中华文化里汲取精华，设计出能让消费者触动、与消费者产生共鸣的创意产品。”

陈俊良展示了为台北县板桥市设计的一组海报，笔墨纸砚以中国画的形式呈现，或飘逸或沉稳，四张海报并排组成一条灵动的抛物线，既暗指聚板为桥的地名含义，又喻示了人生的起落沉浮。

台湾一家创意公司的执行长刘邦初“秀”出一款如意状细柄汤匙和公司在新竹设计的“隐居”主题旅舍的照片，香港设计中心董事局副主席刘小康带来由五行概念衍生的回旋式图案，以及围绕这些图案设计的印章、挂件。

“中华传统文化大化无形、不着一词，可当你真正走入其中，山河大地、虫鱼鸟兽都会给你灵感，让你尽得风流。”台湾《汉声》杂志创始人、40年来致力于梳理“中国的、传统的、民间的、活生生的”文化技艺，建立“中国民间文化基因库”的文化名家黄永松说。

来自台湾却在香港创办家居设计公司、与世界多位知名设计师合作的蒋友常，更发出感慨：“如果忘了自己从哪里来，如何知道自己要往哪里去？”

在蒋友常看来，创意就是文化与生活的联结，“面对聪明理性的市场，没有文化内涵的产品是不可能永久的”。对于大陆刚刚起步的文化创意产业，他认为，悠久历史赋予的文化积淀会激发不少设计灵感。

这场京港台设计界的互动历时4小时，成为2009北京世博会众多分论坛其中的一个亮点。

据悉，由北京市旅游局主办的首届“京港台礼物创意产品邀请展”也在2009北京世博会期间亮相，共有来自香港和台湾的25个品牌与设计师、53组系列、232件作品参展。

第四届中国北京文化博览会参会人数创纪录

www.rbc.cn 2009-11-30 09:14:55 来源：新华网

新华网北京11月29日电(记者张舵)为期5天的第四届中国北京国际文化创意产业博览会29日顺利闭幕，承办方北京市贸促会副会长储祥银说，本届文博会共吸引来自海内外政府、学术界、产业界、金融投资业、高校科研机构及关注文化创意产业的各界人士43万人参加，是历届文博会参加人数最多的一次。

储祥银29日在出席本届文博会最后一次新闻发布会时说，过去五天里，文博会主会场接待以业界专业人士为主的各界观众19万人次；文博会的9个论坛上共有119位包括国际组织高层负责人、国家产业主管部门的权威人士和国内外业界知名专家、学者和企业家亮相；以文化创意产业投融资、文化产品授权交易、艺术品拍卖为内容的14个专场项目推介交易吸引了海内外3000多客商到会洽谈。

据不完全统计，本届文博会共签署文艺演出、出版发行、版权贸易、影视节目制作交易、设计创意、动漫与网络游戏研发制作等合作意向、协议322个，总金额55.2亿美元。其中，亿元以上的项目32个，占签约总数的10%。

储祥银说，与往届相比，本届文博会直接投资于影视制作、动漫游戏、演艺娱乐、数字内容等领域的产业合作项目大幅度提高，在签约总金额中占据绝大部分比重，反映出我国文化创意产业已从初期的探索、培育迈入开花结果、加速发展的新阶段。同时，签署银企合作协议金额超过14亿元，标志着金融支持文化创意产业发展的领域和渠道进一步拓宽。

中国北京国际文化创意产业博览会是由国家文化部、广播电影电视总局、新闻出版总署和北京市政府共同主办的国家级文化创意产业国际交流与合作的盛会。据悉，第五届文博会将于2010年11月18-21日在北京举办

“文创之都”台北闪耀 2009 北京文化博览会

www.rbc.cn 2009-11-30 09:43:23 来源：新华网

新华网北京 11 月 28 日电（记者赵博 黄海）绚丽多彩的故宫服装珠宝时尚秀、五光十色的花卉主题身体彩绘、琳琅满目的 e 世代作品展示、高潮迭起的少数民族歌舞表演……连日来，2009 北京文博会“台北文创精品馆”热闹非凡，多角度地呈现出台北这个“文创之都”的迷人风采。

“台北市的文创产值贡献额占全台湾文创产值的 40%，并且每年以 15% 的速度飞快成长，可以说是名副其实的‘文创之都’。这次参加北京文博会，希望让所有参观人士体会到专属于台北的文化创意和生活品位。”台北市副市长李永萍说。

除了延续去年大受好评的博物馆衍生商品区、创意生活区、时尚工艺精品区、台湾少数民族文化精品区、数码内容衍生商品区之外，“台北文创精品馆”还增加了台湾师范大学组织的学生设计专区，展示金工、陶瓷、茶艺等特色文化的台北县文创专区，2010 台北花卉博览会专区，以及介绍台北当代艺术馆、台北市立美术馆、台北市电影委员会、2011 世界设计师大会的台北市文创展示区。

在初次亮相的学生设计专区，洋溢着浓浓 e 世代风格的座椅、灯盏、书包、寝具等高低错落地摆放，吸引了为数不少的参展民众。“我们特别挑选了在世界各种设计大赛上获奖的学生作品，希望台湾的年青一代与大陆设计界切磋共鸣，碰撞出灵感的火花。”李永萍说。

被誉为“全台最 in”的台北市华山创意文化园区，也“盛装”亮相本届北京文博会，还特别邀请人体装置艺术家与民众互动，“像一只大龙虾”“不对，是 cosplay 的女剑客”……大家兴奋地猜测着，并纷纷要求上前合影。

去年首度参加北京文博会即“艳惊四座”的台北故宫，带来 8 家品牌合作厂家。殷商青铜器饕餮纹衍化的翡翠挂件、唐朝仕女图为原型的“爱妃”U 盘、清代镂空花瓶催生的双层鼠标……还有翠玉白菜、肉形石、自叙帖、清明上河图等经典藏品衍生的纪念品，将展位挤得满满当当。王羲之《快雪时晴帖》翡翠玉版更是引得民众驻足围观。

“我们宣导的主题是‘故宫文物精华走进时尚生活空间’，希望展示的 200 多种衍生商品覆盖到男女老少所有人的日常需求，被大陆的民众所喜爱和接受。”台北故宫博物院商店部总经理何春寰说。

漫步占地4000平方米的“台北文创精品馆”，精彩好戏此起彼伏，参观人潮络绎不绝。“除了惊叹于台湾设计师和厂商的绝妙创意，大陆民众如此‘热捧’台北主题馆，也许还有一层‘似曾相识’的感觉在里面。”媒体工作者叶青说。

从26日至28日，“台北文创精品馆”推出多场表演展示，并由台北世贸中心为两岸文创业者设计了“一对一”的商机洽谈会。这是台湾文化创意界连续第三年组团参加北京文博会，也是台湾参展企业最多、规模最大、代表性最强的一次。

第四届北京文博会落幕 签约金额 55.2 亿美元

www.rbc.cn 2009-11-30 09:13:29 来源：新华网



北京贸促会副会长储祥银

千龙网北京 11 月 29 日讯（记者 张健） 今天下午，为期五天的第四届中国北京国际文化创意产业博览会正式落下帷幕。据不完全统计，本届文博会共签署文艺演出、出版发行、版权贸易、影视节目制作交易、设计创意、动漫与网络游戏研发制作、古玩艺术品交易、文化旅游等合作意向、协议 322 个，总金额 55.2 亿美元。

本届文博会共举办了包括展览展示、9 场论坛峰会、9 场推介交易、5 场文艺演出、9 场创意等在内的近百场活动。共有来自海内外政府、学术界、产业界、金融投资业、高校科研机构及关注文化创意产业的各界群众 43 万人参加了文博会活动，是历届文博会参加人数最多的一次。

与上届相比，本届文博会签约项目的内容和结构发生了可喜的变化，共签署文艺演出、出版发行、版权贸易、影视节目制作交易、设计创意、动漫与网络游戏研发制作、古玩艺术品交易、文化旅游等合作意向、协议 322 个，总金额 55.2 亿美元。其中，亿元以上的项目 32 个，占签约总数的 10%；北京签约总额占 55%，仅崇文区传统工艺品的贸易金额就突破 1 亿元。

本届文博会上，北京 14 个区县数十个文化创意产业集聚区更是大规模出展，在全面展示四年发展成果的同时，亮出了 CBD 东扩建设“国际传媒高地”、电子城北扩建设中国“移动谷”、西山文化大道、天坛文化圈、新国展产业园、昌平水城文化广场、宋庄画家村的上上国际美术馆等一大批标志着集聚区发展步入新阶段的重大产业发展新项目。

据介绍，第四届文博会是海峡两岸文化创意产业交流最广泛深入的一次。宝岛台湾 70 多家具有代表性和影响力的文化创意厂商展示的博物馆衍生产品、时尚设计精品、原住民文化精品等十二大类创意产品受到大陆专业人士的特别青睐。展览期间台北馆收获贸易交易与意向合作金额 2220 万元人民币。

从北京文博会透视文化创意市场“新棋局”

www.rbc.cn 2009-11-30 09:43:23 来源：经济参考报

从传统的陶瓷、刺绣、皮影到现代的数字电视、手机报、网络游戏，文化正在以它前所未有的影响力和亲和力渗透到我们每个人的生活之中。在第四届中国北京国际文化创意产业博览会(以下简称“文博会”)上，记者发现，长期发展落后的西部文化、手持电视等采用高科技的新兴媒体等都成为文化投资新热点，而愈加成熟的合作布局也为文化产业构建了新的发展棋局。

区域：西部悄然崛起

《经济参考报》记者观察到，借文化产业逆势上扬之东风，各省市都拿出看家本领，东西部省市风格迥异。北京、浙江、江苏等文化产业发展比较成熟的省市着力展示技术、资金、人才等丰富资源，展示多以新媒体、网游、影视动漫为主。而陕西、西藏、安徽等中西部省市除了展示悠久历史文化、民风民俗、特色旅游之外，影视动漫、出版发行等也颇具亮点。西部长期以来过于依赖历史资源而忽略自我创新的局面正在改善，并悄然成为吸引投资的热点。

据本报记者了解，陕西已经出台重点投入文化示范产业区、重点支持大型文化产业集团、个性金融扶持民营中小企业、发行债券为骨干发展企业融资等几大政策，以实现“经济强、科教强、文化强”的西部强省建设战略目标，做大做强陕西文化产业。

而西藏仅 11 月 26 日当天签约合作金额就达 7.3 亿元。据西藏自治区文化厅厅长尼玛次仁介绍，文化产业已经是西藏地区第三产业的重要组成部分。2007 年，文化产业对 GDP 的贡献率达到创纪录的 3.9%，仅藏药一项产值就达 6.6 亿元人民币，销售收入 4.5 亿元人民币。