

提升河北文化产业海外影响力策略研究

张 静, 勾焕茹

(河北软件职业技术学院, 河北 保定 071000)

摘 要:近年来,河北文化产业发展态势良好,文化产业“走出去”取得了丰硕成果,海外影响力不断增强,但同时也存在着一些问题。在京津冀一体化背景下,河北应从增强文化产业的活力、实力、竞争力和国际影响力入手,实施品牌策略、人才策略、民族策略、本土策略和生态策略,从而扩大河北文化的海外知名度,提升河北文化产业的海外影响力。

关键词:河北;文化产业;海外影响力;京津冀一体化;品牌策略

中图分类号:G124

文献标志码:A

文章编号:1674-2494(2014)06-0025-07

一、河北文化资源优势

河北是中华文明的重要发祥地之一,历史文化底蕴深厚,文化资源丰富,历史遗存众多。系统梳理华夏文明的发展脉络,深入挖掘优秀的历史文化资源,推动现代科学技术与传统文化的有机融合,对于切实提高河北文化产业的实力,加快河北文化“走出去”的步伐具有重要的意义和价值。截至目前,河北拥有长城、避暑山庄及其周围庙宇、清东陵、清西陵等3项5处世界文化遗产,木板大鼓、井陘拉花、徐水舞狮等国家非物质文化遗产132项;拥有全国重点文物保护单位168处,居全国第三位,国家历史文化名城5座;拥有国家级非物质文化遗产项目代表性传承人106人,省级非物质文化遗产项目传承人407人,中国民间艺术之乡21个;拥有重要革命纪念地、纪念建筑物118处;拥有国家文化产业示范基地10家,省级文化产业示范基地38家。

丰富的历史文化资源为河北文化发展提供了充足的内容和坚实的基础。在发展过程中,河北文化产业逐步形成了“五大文化品牌”。一是根脉文化。河北境内留存着大量古都城遗址,以邯郸丛台赵王城、易县燕下都、涿州三义宫、定州汉中山国都、邺城三国南北朝遗址、正定古城等为主。“燕赵多慷慨悲歌之士”,这里不仅演绎着荆轲刺秦王、赵武灵王胡服骑射、廉颇蔺相如将相和的传奇故事,也流传着刘关张桃园三结义、杨家将舍命抗辽的故事,特别是中国共产党的开创者李大钊的事迹更是脍炙人口。他们身上所具有的慷慨、大义、忠诚、无畏的精神是河北人性格特征中的核心文化元素。二是长城文化。长城象征着中华民族的勤劳、勇敢、智慧和坚强不屈的抗争精神。河北是长城途经最长、保存最完好、建筑最具代表性的省份,存有自战国至明朝各个朝代的长城,其中以明长城最为著名,长达

收稿日期:2014-10-08

基金项目:河北省高等学校科学研究计划人文社会科学研究青年基金项目“提升河北文化产业海外影响力策略研究”(SQ141137)

作者简介:张 静(1980-),女,河北蠡县人,讲师,文学硕士,主要研究方向为文化产业发展研究。

2 000 公里,其上设有大小关隘将近 300 处,敌楼、战台、边门、烽火台等建筑不计其数。长城沿线历史底蕴丰厚、风光旖旎、文化独特、风俗各异,从潘家口水下长城、承德金山岭长城到张家口的大境门,草原文明和农耕文明在这里交相辉映,北方游牧民族和中原汉民族等多民族长期在这里融合,王朝帝国在此交替,关内与关外在此牵手,因此长城也是民族融合的历史印记。三是直隶文化。以直隶总督署、承德避暑山庄、遵化东陵、易县西陵、宣化钟鼓楼、阳原县泥河湾遗址、涿鹿县三祖圣地、张北县元中都遗址等为标志。在清代,从行政区域划分来看京津冀都归属直隶总督署管辖,署衙设在保定,承德是直隶第二政治中心,保定是北京的天然屏障,张家口和承德是北京的后花园和水源地系,廊坊是京津的走廊。大量的历史遗存见证了河北与京津的天然唇齿关系,深入挖掘历史文化,利用好京津冀之间的梯度关系,有利于推动京津冀区域的协调发展。四是开放文化。河北西依太行山,东临渤海,内环京津,海岸线长达 487 公里,沿线有秦皇岛港、京唐港、曹妃甸港、黄骅港以及中国近代工业摇篮之称的唐山,还形成了以南北戴河、黄金海岸为代表的旅游胜地。这一文化品牌,充分发挥了河北的环渤海优势,将秦唐沧三市串联起来,展示了沿海经济发展隆起带的文化特色,体现了河北人民的开放意识和情怀。五是革命文化。沿着太行山脉从北向南,保定、石家庄、邢台、邯郸分布着城南庄晋察冀军区司令旧址、西柏坡中共中央旧址、前南峪抗大旧址、129 师司令部等全国知名的革命圣地,流传着许多可歌可泣的英雄事迹。

深厚的文化底蕴和独特的燕赵文化资源,是河北省文化产业发展的良好条件。近年来,以打造河北“五大文化品牌”为核心,依托丰厚的历史文化资源,凭借环绕京津、交通便利的区位优势,河北文化产业发展步伐不断加大。截至 2012 年 10 月,列入全省文化产业振兴规划、总投资数千亿元的 30 个重大文化产业项目已陆续开工建设,10 个国家级、44 个省级文化产业示范基地相继建成^[1],并且涌现出了一批文化产业领军企业,如河北出版传媒集团、河北吴桥杂技文化经营集团公司、河北易水砚有限公司、衡水习三内画艺术有限公司等,突出了河北文化产业由区域性向集约化、规模化发展的鲜明特点。

二、河北文化产业“走出去”现状

近年来,河北文化产业发展迅速,规模日益增多,产值不断提升。2004—2011 年全省文化产业增加值年均增速达 30%,比全省 GDP 年均增速高出 20 个百分点,比第三产业增加值年均增速高出 15 个百分点,对经济增长的贡献率达到 3.3%^[2]。另据河北省统计局数据显示,2012 年,全省文化产业增加值为 726.3 亿元,比上年增加 188.8 亿元,增长 35.1%,增速比上年提高 4.3 个百分点;文化产业增加值占 GDP 的比重为 2.73%,比上年提高 0.54 个百分点^[3]。2013 年上半年全省文化产业实现 373.8 亿元的增长,按现价计算同比增长 27.1%;占同期 GDP 的比重为 2.84%,比 2012 年底提高 0.11 个百分点^[4]。

随着产业结构调整步伐的加快,河北文化产业海外贸易得到了长足发展。一是文化出口企业数量不断增加。河北出版传媒集团有限公司、吴桥县龙之传奇杂技演出有限公司、吴桥杂技大世界旅游有限公司等 11 家企业被认定为 2011—2012 年度国家级文化出口重点企业,沧州杂技团杂技表演(沧州杂技团)和曲阳石雕出口(曲阳县安信石材雕刻有限公司)被认定为 2011—2012 年度国家文化出口重点项目;2013—2014 年度有 8 家企业被认定为国家级文化出口重点企业。以服务外包行业为例,河北省现有服务外包示范园区 8 个、产业基地 20 个,服务外包人才培养基地 20 个、培训机构 63 家,服务外包企业有 741 家^①。二是对外文化交流日益频繁。以扩大河北文化海外影响力为目标,2002—2012 年,全省共派出 510 多个文化艺术团组出访了近 50 个国家和地区,总计 5 900 多人次,组织了河北文化海外行等系列活动;400 多个外国文化艺术团组应邀前来河北访问或作商业演出^[5]。而仅 2013 年,开展对外文化交流项目就有 83 批次、1 091 人次,涉及 30 多个国家和地区^②,推动了曲阳石雕、蔚县剪

^①数据来源河北省商务厅。

^②引自河北省文化厅《2013 年河北省对外文化交流开创新局面》,http://www.scio.gov.cn/dfbd/dfbd/Document/1357268/1357268.htm。

纸、吴桥杂技等河北特色文化产品走出去,同时河北优秀文化作品以书法、绘画、摄影展以及河北非物质文化遗产展览等形式在多个国家和地区展演,体现了河北文化鲜明的地域特色和醇厚的民族特色,提高了河北文化在海内外的知名度和影响力。三是河北文化产品出口规模日益增大。河北重点扶持具有民族特色的杂技、内画、石雕、剪纸、民族乐器、出版物以及其他民间工艺品和服务的出口,并积极支持动漫、网络游戏、电子出版物等文化产品进入国际市场,2010年文化产品出口总额11 959万美元,同比增长12.5%;2011年文化产品出口12 097万美元,同比增长1.2%^①,文化服务出口达到3 000万美元。据不完全统计,2010年软件和服务外包业务总额为113亿元,同比增长16%,其中,软件和服务外包出口3 500万美元,同比增长21%;2011年河北省软件和服务外包执行总额为135亿元,同比增长28%,其中,软件和服务外包出口1.05亿美元,同比增长200%;2012年河北省软件和服务外包执行总额为180亿元,同比增长33.3%,其中,软件和服务外包出口1.55亿美元,同比增长47.62%^②。以乐器出口为例,河北省乐器出口2011年达到2 800万美元,2012年达到3 100万美元,在河北省文化产品出口中占有重要地位。河北金音乐器集团有限公司作为国家文化出口重点企业,除自身出口外,还带动了当地数十家乐器出口和配套零部件企业,成为当地县域经济的龙头^③。虽然河北文化产业“走出去”的步伐不断加快,核心文化产品出口呈连年平稳增长之势,年出口额保持在1亿美元以上,但仍然面临着一些问题。第一,河北文化资源挖掘力度不够。以武术资源为例,河北所拥有的拳种和武术器械占全国拳种总数的一半,遍布河北11个地市,但目前较有影响的只有沧州八极拳和邯郸永年八极拳,仅占河北拳种总数的3%,众多武术资源有待于进一步开发^④。第二,文化产品科技创新能力较低。目前河北文化产业“走出去”以杂技演出、陶瓷制造、乐器及民间手工艺出口等为主,初级文化产品多而高科技含量、高附加值文化产品少,先进的科学技术与文化产业发展融合力度不高。第三,品牌效应不足。河北文化企业数量众多,但有影响力的知名度和品牌却不多,文化产业的集聚化、专业化、规模化程度不高,核心文化品牌效应不足。第四,海外市场开拓不足。虽然河北文化产品的出口与服务已遍布100多个国家和地区,但主要集中在欧洲、北美和周边国家,对其他海外市场开拓不足,产品营销力度不够。正是由于上述问题的存在,使得河北文化产业出口根基不牢,在整体发展态势良好的过程中,也会出现“过山车”现象,如2012年文化产品出口总额9 915万美元,同比减少18%^⑤。

三、提升河北文化产业“走出去”策略分析

1. 坚持品牌策略,提升河北文化海外知名度

要想切实增强河北文化的国际竞争力和影响力,不断开拓国际市场,推动河北文化产品和服务出口快速发展,应坚持品牌策略。

第一,强化品牌意识。从品牌的内涵建设入手,不断增强品牌凝聚力、品牌转化力、品牌辐射力、品牌带动力,以强化品牌的支撑力。将传统文化内容融入文化品牌,以品牌整合文化产品,以文化产品带动文化产业,倾力打造“红色太行、壮美长城、诚义燕赵、神韵京畿、弄潮渤海”五大主题文化品牌和以承德避暑山庄、清东西陵、白洋淀等为代表的60个“河北文化形象名片”,形成文化产业名片效应,扩大文化产品的市场占有率,提高文化知名度。

第二,增强品牌的集聚效应和科技含量。以文化产业示范基地为依托,促进文化与科技融合,发展新型文化业态,提高文化产业规模化、集约化、专业化水平,增强品牌的集聚效应和文化产品的科技创新能力。河北省2012年正式启动实施“三个十”建设工程,确定了以曲阳县、北戴河区为代表的十个文化产业强县(市、区);以承德“21世纪避暑山庄”文化旅游产业集聚区、曲阳雕塑文化产业园为代表的

①数据来源河北省商务厅。

②同①。

③同①。

十个文化产业集聚区;培育以河北出版传媒集团北戴河文化创意基地、燕赵都市报全媒体升级项目为代表的十个重点文化产业项目。以“三个十”建设工程为抓手,以市场为导向,进行跨国、跨地区、跨行业的兼并与重组,整合文化资源,降低产品成本,产生集聚效应和协同效应,重点培养一批有能力进行国际竞争和对外经营的企业和知名品牌,增强品牌的凝聚力。深入开展文化产品科技创新活动,将先进的科学技术运用到文化产品的开发、制作、宣传、服务、非物质文化遗产的传承与保护等领域,提高科研成果的转化率,增强河北传统文化产品的科技创新能力。此外,将五大文化品牌与文化旅游、文艺演出、新闻出版、广播影视、世博会联姻,提升河北文化品牌的转化力和带动力。

第三,做好品牌宣传营销。文化品牌的推广以媒介宣传为主,主要借助新闻、娱乐、广告、信息技术等“软实力”和推介会、博览会、活动周等平台,以展览、巡演等形式来进行。如2012年韩国丽水世博会中国馆河北省活动周,促成开通了韩国仁川至石家庄旅游包机38个班次。因此,做好品牌的宣传营销,要加快传媒业改革的力度和互联网建设。首先,构建强大的传媒实体。采取收购、兼并、控股、联合、合作等多种方式,掌握更多的国际传媒资源,增强河北文化国际传播的能力和传媒经济的实力,充分利用国内外传媒传播河北的声音。其次,以先进的信息技术为支撑加强互联网建设。借助新兴媒体传播河北文化,如河北省五大文化品牌全国知名专家微博客笔会的顺利召开,汇聚众多博客专家深入秦皇岛、承德、张家口、石家庄等地,对河北省五大文化品牌进行系列采访,撰写了许多优秀作品,并在人民网、新浪网等4家网站开通了“河北文化微博笔会”官方微博进行即时宣传。2011年上线的“河北五大文化品牌”智能手机终端应用软件可运行在苹果手机、使用安卓系统的智能手机、苹果iPad平板电脑上,实现了“河北文化尽在掌中”^[9]。此外,要打破“文化交流”的单一格局,积极运用各种营销策略,搞好文化产业“走出去”的活动营销,如鼓励河北文化企业加入海外文化产业协会的关系营销方式。

2. 坚持人才策略,集聚河北文化输出的人力资本

人才,是文化产业的灵魂,是文化产业发展壮大的不竭动力。按照2012年7月国家统计局新修订的《文化及相关产业分类(2012)》进行核算,河北2012年文化产业从业人员为38.3万人,比上年增长7.2万人,增长23.2%,超出全省从业人员增速18.5个百分点^[9]。从业人员数量不断增加,但从业人员层次结构不合理的问题仍然比较突出,其行业、知识、能力、年龄、学历等参差不齐。提升河北文化产业海外影响力迫切需要一大批高素质、复合型的文化产业运营管理人才,以扩大河北文化输出。因此,必须加大文化产业人才培养力度,积极探索人才培养模式。

第一,加强文化产业人才培养。目前,河北共有普通高校101所,大部分院校都设有文化产业相关专业,其中河北经贸大学、石家庄学院、唐山师范学院等院校已开设文化产业管理专业,而且多所院校依托自己专业优势和科研力量,成立了不同的文化研究中心,如河北大学成立了文化产业创意研究中心,河北师范大学成立了燕赵文化研究中心,河北美院将建设河北最大的老庄文化研究中心等,此外还拥有众多社会培训机构和科研机构。河北应充分发挥自身的教育资源优势,加强与京津高校及国内外文化培训机构的合作,通过整合教育资源,调整专业设置和人才培养定位,培养文化艺术专业人才、文化产品创意型人才,尤其是复合型文化产业运营管理人才、国际文化商务谈判人才、语言翻译人才、文化经纪人才、国际文化传播人才等文化涉外人才。

第二,推进深度的政校企合作。在政府、高校(研究院、所)、文化企业之间积极搭建合作平台,寻找实际的产业开发项目,以项目为引导建立一批文化产业人才培养基地、文化产业创业园和文化创意中心,促进产学研一体化,政校企良性互动合作是解决文化产业人才瓶颈问题的有效途径。如河北大学文化创意产业研究中心自创建以来,成功进行了“洪金宝国际影视培训基地全案企划”、“狼牙山风景区全案策划”等项目,服务地方文化产业发展的同时,使学生直接参与文化创意及文化产品的制作,从而更好地了解市场,熟悉工作流程,提升实践操作能力和团队协作能力^[9]。2012年8月,河北11个文化产业项目与首都高校、研究院(所)签约是政校企合作成果的一次集中体现,项目的实施不仅为文化

产业的发展提供了人才和智力支持,也加速了高校、研究院(所)科研成果的转化,增强了文化产业的竞争力。

第三,建立良好的人才交流与引进机制。从政治、经济、文化等多方面入手,积极营造有利于高素质文化人才大量涌现、健康成长的良好环境,通过选派省内优秀文化产业人才到文化产业发达的国家和地区进行在岗锻炼、进修、参加培训或国际文化活动等多种形式,以提高人才的综合素质。在加强人才交流的同时,实施人才引进工程,有计划、有重点地引进各类高层次、高素质文化人才。通过优厚的待遇和工作条件,采用签约、项目合作、知识产权入股等灵活多样的方式引进海内外高端文化人才,为河北文化产业的长足发展集聚资本。

3. 坚持民族策略,彰显河北文化的独特魅力

文化的民族特色是文化产业走向国际化的持久生命力,只有真正地民族化才能有效的国际化,因此民族策略是提升河北文化产业海外影响力的根本战略。河北文化产业“走出去”应建立在对河北文化的自我审视和准确定位的基础之上。河北是中华文明的发祥地之一,这里留下了三祖文化、燕赵文化、京畿文化、长城文化和红色文化等中华文明的深深印记,散落着河北梆子、吴桥杂技、常山战鼓、武强年画、曲阳雕刻、蔚县剪纸、乐亭皮影、沧县舞狮、藁城宫灯、衡水内画、井陘拉花等文化艺术瑰宝,生动演绎了燕赵历史文化的千古传奇。这些民族文化资源是河北文化产业发展的主要载体和源泉,其鲜明的独特性、异质性、不可替代性构成了河北文化产业发展的比较优势,在国内外享有一定声誉,如在美国、加拿大河北文化周期间,河北特色的杂技演出、民间手工艺展演吸引了海内外许多观众,众多国际传媒对河北深厚的文化底蕴、悠久的历史传承进行了专题报道,海外反响良好。

当然,坚持民族策略还要在保留本民族文化特质的基础上不断吸收世界各民族的优秀文化,使我们的文化产品既有鲜明的中国特色,又具有强烈的时代意识和价值上的普遍适应性。如川剧《金子》将西洋歌剧与川剧唱腔融会贯通,取得了很大成功;《云南印象》整台舞蹈将云南少数民族舞蹈元素与现代舞紧密结合,体现了中国风与现代艺术张力的结合等等。积极借鉴这些成功经验,在深入发掘河北民族文化元素的基础上,既突出地域特色,又体现时代气息,能够有效提高河北文化产业在国际上的竞争力和影响力,更好地彰显河北文化魅力。

4. 坚持本土策略,增强河北文化海外的融合度

全国政协委员、韬奋基金会会长、中国出版集团公司原总裁聂震宁认为,我国的文化产业“走出去”有三个层次:第一个层次是文化产品走出去;第二个层次是版权走出去;第三个层次是资本走出去。文化产业“走出去”,最终目标应该是第三个层次,即“资本走出去”^①。实施本土策略是实现文化产业“走出去”终极目标的根本途径,是提升河北文化产业海外影响力的重要保障。本土化战略要求文化企业以适应本土环境来获取更大的发展空间,是企业力图融入目标市场、成为目标市场中的一员而采取的策略。文化产业“走出去”会受到所在国家的种种贸易壁垒,实施本土战略也可有效缓解这一矛盾。

第一,做好目标市场调研。为了使河北文化产业顺利进驻本土,更好地满足当地居民的文化需求,需要对当地的政治、经济、文化环境及居民的生活习俗、文化消费结构、文化消费能力、文化消费特征等状况进行全方位的调查,并以此为基础进行一系列的文化融入性调整。

第二,加大文化产业对外投资力度,充分开发本土资源。从近三年河北省对外投资总体状况来看,2010年对外直接投资额7.53亿美元,2011年对外投资总额11.10亿美元,2012年对外投资总额12.39亿美元,平均每年境外投资项目新增72个^②。对外投资呈高速增长态势,但集中在批发零售和制造业,主要从事矿产、农业、林业的开发。为了更好地推进河北文化产业“走出去”,应加大文化产业的对外投资力度,积极鼓励河北大型文化企业通过独资、合资、参股、控股等方式在境外兴办跨国公司、股份公司等文化实体,设立分支机构或者承揽文化项目,并在经营建设的过程中,树立良好的海外形象。

^①数据来源河北省商务厅。

第三,坚守河北文化的自觉意识和精神内涵,将河北文化元素与本土文化进行融合。积极开发当地的社会资源、自然资源、文化资源,调动本土资金和人力资源参与到河北文化的海外工程中,逐步构建文化产品生产制作、市场营销的海外产业链,把生产制作、市场营销联成一体,增强河北文化产业的核心竞争力。河北梆子、评剧、保定老调就可通过融资、合作等方式,募集大量资金,在国外编、排、演,并直接推广营销,有利于推动河北戏曲的发展和民族文化的传播。通过选择本土合作伙伴,了解当地文化环境、人们的消费需求及消费水平等,将本土元素融入文化产品的生产、消费过程,实现资本本土化、文化本土化、品牌本土化、经营本土化,为河北文化“走出去”开辟新天地。

5. 坚持生态策略,打牢河北文化输出的根基

过去河北经济的快速发展主要依靠煤炭、钢铁等高耗能重工业,文化产业在经济结构中所占比重较小。经济的高速发展和人们生产、生活方式的改变,对自然环境造成了严重污染,同时对资源不合理的开发和利用也打破了人与自然的和谐,文化生态环境日益恶劣,文化生态处于失衡边缘,一些自然资源和历史文化资源正逐渐从人们的视野中消失。历史文化资源承载着一个民族的文化底蕴与根基,具有不可再生性,因此必须坚持保护传承历史文化资源与经济社会发展相结合的原则,在文化产业发展过程中,注重实施文化生态战略,打造河北生态文化名片。

第一,构建整体的生态环境。积极调整产业结构,大力发展生态经济,以生态理论为指导转变经济增长方式和人们的生活、消费方式。以政府为主导,充分调动经济主体、社会组织、科研单位、文化保护咨询机构的积极性,各方取长补短、密切配合共同创建一种互相尊重、合理利用、持续发展的文化生态环境,为历史文化资源的保护和文化产业的可持续发展创造良好的社会氛围。

第二,做好历史文化资源的传承保护。政府主导多方参与,切实加强法制保障,加快历史文化资源保护相关法律法规的制定与实施,规范历史文化资源的开发利用,提高民众的历史文化资源保护意识;切实加强资金保障,加大政府投入的同时引入市场机制,以减免税收等优惠政策和开放自由的经济环境吸引民间资本、社会资本进入历史文化资源保护开发领域,积极鼓励私营企业从事历史文化资源保护、展示、修复与经营,促使一些著名的大科技公司进行历史文化资源保护手段及新材料的研发;切实加强人才保障,充分发挥政府、高校、企业、科研单位、社会培训机构的资源优势,创新人才培养模式,大力培养生态科技人才、历史文化资源保护管理人才、文化产业创意开发人才、文化产业经营管理人才,重点做好非物质文化遗产传承人的培养工作。

第三,做好历史文化资源的创新发展。以文化符号为基础,以文化项目为引导,以文化遗产为重点,进行合理规划;深入推进历史文化名城、名镇、名村和历史文化街区的整体保护;推动非物质文化遗产生态保护实验区、非物质文化遗产传播基地和传统节日保护示范基地建设。不断提高历史文化资源的科技含量,深入实施“数字化引领、结构化升级”工程,充分运用数字、网络等新技术研究、修缮、保护历史文化资源,大力发展文化新兴业态,推进文化展示方法创新,情景再现传统生产技术和工艺流程,开发丰富多彩的数字和网络文化产品及历史文化衍生产品,完善文化产业链^[1]。

实施文化生态战略,做好优秀历史文化资源尤其是非物质文化遗产的保护与传承,也就保留了历史文化的底蕴与根基,使河北文化在与时代接轨向前发展的同时可以追溯它的源头与发展轨迹,从而保持河北文化体系的完整性和独立性,为河北文化产业“走出去”,实现长足发展打好基础。

参考文献:

- [1]河北文化产业10年:丰厚文化资源纷纷整装登台“展翅”[EB/OL].(2012-10-08)[2013-10-26].http://blog.sina.com.cn/s/blog_6031169e01018b7i.html2012-10-12.
- [2]刘 萍.科学发展引领河北文化产业高歌猛进[EB/OL].(2010-10-08)[2013-10-20].http://bhc.hebei.com.cn/system/2012/10/08/012140646_02.shtml.

- [3] 2012年全省文化产业发展状况分析[EB/OL]. (2013-11-06)[2013-11-16]. <http://www.hetj.gov.cn/hetj/tjfx/sjfx/101382689579184.html>.
- [4] 刘伟,李树奇.上半年河北文化产业增加值占GDP的比重达2.84%[EB/OL]. (2013-10-02)[2013-10-20]. http://www.chinadaily.com.cn/hqgj/jryw/2013-10-02/content_10245574.html.
- [5] 商金芳,侯妍妍,池志勇.河北文化产业走出去现状分析[J].统计与管理,2013(1):103-104.
- [6] 河北文化产业走出去步伐连年加快文化产品遍及六大洲[EB/OL]. (2013-07-18)[2014-09-10]. http://www.21thvip.com/_d276250973.htm.
- [7] 吴振超,张杰,姜华北.河北武术文化产业品牌建设及“走出去”的探索研究[J].长春教育学院学报,2013(2):33-34.
- [8] 刘玉清,张金桐.河北省五大文化品牌传播模式的塑造[J].经济与管理,2012(3):87-90.
- [9] 勾焕茹,张静,李晔.文化生态视域下河北高校文化产业人才培养的策略[J].河北软件职业技术学院学报,2012(4):22-25.
- [10] 邹琳,聂震宁.文化产业“走出去”应实施本土化战略[EB/OL]. (2012-03-09)[2013-10-26]. <http://news.hexun.com/2012-03-09/139139099.html>.
- [11] 欧洲重视电视节目本土化[EB/OL]. (2012-09-28)[2013-10-26]. <http://www.hbcycy.com/esite/hbcycy/default1.aspx?lan=gb&catid=12723&contentid=29076>.
- [12] 聂辰席.打造五大特色品牌推进文化强省建设[EB/OL]. (2011-02-27)[2013-10-26]. http://news.qq.com/a/20110311/001315_1.htm.

Study on the Promotion of Overseas Influence Strategy of Culture Industry in Hebei

Zhang Jing, Gou Huanru

(Hebei Software Institute, Baoding 071000, China)

Abstract: In recent years, the development trend of Hebei cultural industry, cultural industry “going out” has achieved fruitful results, continuously strengthen the overseas influence, but still have some problems. In the Beijing-Tianjin-Hebei under the background of the integration of cultural industry, Hebei should strengthen the vitality, strength, competitiveness and international influence, the implementation of brand strategy, talent strategy, national strategy, local strategy and ecological strategies, thus expanding the culture of Hebei overseas visibility, enhance Hebei cultural industry abroad.

Key words: Hebei; the cultural industry; the influence of inoverseas; Beijing-Tianjin-Hebei integration; brand's strategy

(责任编辑 陈静)

本刊声明

本刊已许可中国学术期刊(光盘版)电子杂志社在中国知网及其系列数据库产品以及其他数据库以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。作者向本刊提交文章发表的行为即视为同意我刊上述声明。