

中国民间首次向日本皇室追讨文物“中华唐鸿胪井刻石”

“文物游子”归路漫漫，回流途径哪种更奏效？

□ 王 珏

8月10日，中国民间对日索赔联合会通过日本驻华大使木寺昌人，致函日本天皇明仁和日本政府，要求日本迅速归还所掠中国文物“中华唐鸿胪井刻石”。这是中国民间首次向日本皇室追讨文物。

一时间，有关海外文物回归的途径成为公众关注的焦点。

由此，不禁让人联想到，6月28日，国宝级铜器皿天方罍(简称皿天方罍)器身以天价经拍卖方式与湖南省博物馆珍藏的皿方罍器盖在长沙得以合体，再续千年情缘。“皿方罍”是由政府提供政策支持，6家公私单位出资洽购并捐给了湖南省博物馆。企业家有热情回购文物，这是海外文物回归的一个渠道。”中国国家博物馆常务副馆长、北京大教授朱凤瀚说。

中华民族五千多年的历史创造了灿烂辉煌的文化，为子孙后辈留下了浩如烟海的文物古迹。但与此同时，中国也是世界上文物流失最严重的国家之一。朱凤瀚教授介绍：“中国的文物从19世纪末到新中国成立前大量外流，有的是战争年代被国外掠夺的，有的是外国探险家借科学考察的名义掠去的，还有很多是中国的古董商人为牟利非法贩卖到国外的。”据中国文物学会统计，1840年鸦片战争以来，超过1000万件中国文物流失到欧美、日本和东南亚等国家和地区。其中国家一级、二级文物达100余万件，如果加上私人收藏，数字更是几倍于此。

文物是祖先智慧的结晶，是民族魂、国之魄，追回海外流失文物，事关国家荣誉和利益，其中的得与失必须权衡考虑。然而，错综复杂的流失原因加之过长的流失时间，让众多“文物游子”的归国之路困难重重。目前，国际上让

流失文物回归故土的途径主要有三种：追索、捐赠和回购。其中，这次中国民间向日本皇室追讨“中华唐鸿胪井刻石”就属于追索的途径。然而，这种最理想的文物回归形式，也是最难的形式。“我们需要知道文物丢失的具体时间和地点、被盗渠道、流失线索等详细信息，然后根据法律进行追索。”朱凤瀚教授说。

目前，我国已经加入了四个保护文物的国际公约：1985年加入《保护世界文化和自然遗产公约》、1989年加入《关于禁止和防止非法进出口文化财产和非法转让其所有权的方法的公约》、1997年加入国际统一私法协会《关于被盗或者非法出口文物的公约》和2000年加入《武装冲突情况下保护文化财产公约》。此外，中国还与意大利、印度、希腊等10国签署了关于防止盗窃、盗掘和非法出境文物的政府间双边协定。这些公约和协定

有利于文物流失国依法追索流失文物，但是也具有时效性和约束范围有限等局限性。在朱凤瀚教授看来，流失的文物不可能全部回国，这是一个客观现实。尤其是中国签署公约之前流失的文物，一旦进了海外的博物馆就更难追索回来。

此外，回购是比较常用的市场手段。2002年，财政部和国家文物局启动了“国家重点珍贵文物征集专项经费”，每年拨款5000万元征集流失海外和民间的珍贵文物。但是回购耗资巨大，文物征集专项经费面对我国流失文物的数量和价格可谓杯水车薪。所以，博物馆、民间团体、个人等力量实际上成了回购海外文物的主力。

比如，上海博物馆曾以450万美元从美国收藏家手中回购了举世瞩目的国宝《淳化阁帖》最善本四卷。浙江省企业家组成的浙江军

团”曾经斥资3亿元到国外购买中国文物，被称为“海外夺宝奇兵”。爱国人士的壮举虽值得赞扬，却屡屡引发争议。朱凤瀚教授说：“文物是分等级的。对于那些私人收藏家收藏的有特殊艺术价值、历史价值和科学价值的国宝级文物，一旦出现在拍卖市场上应该积极促成其回国，让其能有机会展示给公众，以发挥文物更大的效力。像皿方罍这样的文物就格外重要，拍卖前即有中国藏家倡议华人藏家一律不参与竞拍，以成全湖南省博物馆。这种义举起了很好的带头作用。但是一般等级的海外文物很难有这样的号召，争先竞价会提高中国文物的价格，这符合商业规律，我们不得不服从。”另外，国人回购的文物如果是用于私人收藏，尚有再次外流的风险。尤其是那些买后没有进入中国海关的文物，有可能在利益的驱使下再次出现在国外的拍卖市场上。

关注

仅仅与3年前相比，网络文化消费规模从占文化消费总量的1%已经提升到了当下的7.5%

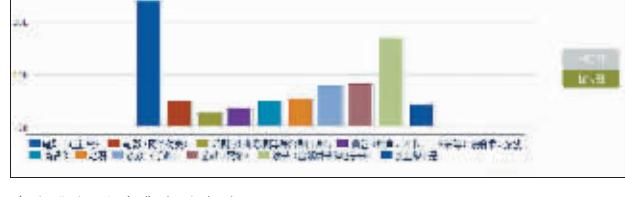
网络文化消费：星星之火，何时燎原？

编者按：

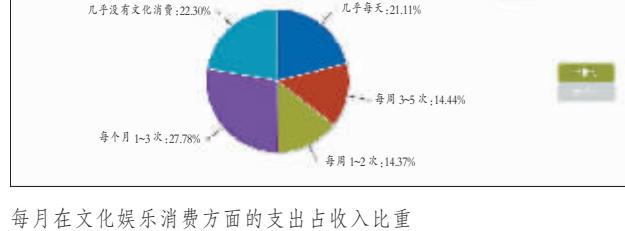
每逢暑假档期，文化消费都表现得格外活跃，从暑期档的电影到舞台剧、展览、旅游出行……各式各样的文化活动丰富着人们的文化生活。但引人注意的是，如今互联网的普及率已达到46.9%，与之相对应，仅仅与3年前相比，网络文化消费规模从占文化消费总量的1%已经提升到了当下的7.5%，网络文化消费越来越成为一种文化消费的新趋势。

不久前，本报《文化周刊》与新浪微博应用微调研合作，在新浪微博发布“文化消费”网络调查，网民参与的有效人次为4万，共同探讨在多样化的文化消费背景下，网络文化消费所呈现出的特点、发展趋势及其面临的发展瓶颈。

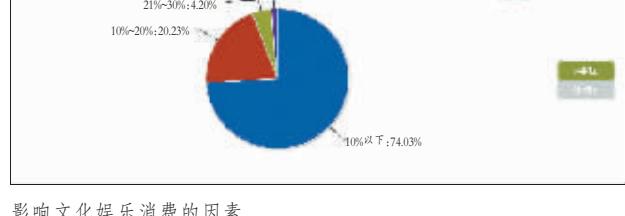
平时经常涉及的文化娱乐消费类型



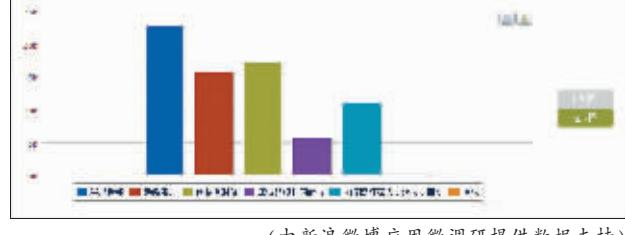
在文化娱乐消费上的频率



每月在文化娱乐消费方面的支出占收入比重



影响文化娱乐消费的因素



□本报记者 陈俊宇

傍晚时分，剧场外稀稀落落的人影，剧场内一出话剧演出已经开始；暑期档的电影让影院格外火爆，门口的大幅海报少不了合影的观众以及不曾停下的讨论……一场场被包裹上文化的消费就此上演了。

另一群人却选择了在互联网上寻求放松与欢愉。网吧里的年轻人目不转睛地盯着电脑屏幕，鼠标点得飞快，游戏画面刺激着张大的瞳孔；地铁里下班的白领低着头玩着手机，某部时下火热的电视剧或者某档综艺节目吸引着他们的眼球；回到住所的人们打开电脑，听歌、玩游戏、看电影抑或接着追某部穿越小说，每个人都有不同的选择。

有人离不开文化消费，有人对此冷冷淡淡，有人凭着一时冲动……即便如此，电影、电视、报刊杂志、书本等早已渗入人们的生活，借着文化的因子吸引着人们消费。

而在中国发展不到20年的互联网，凭借其迅速、便利、超时空的传递方式改变着人们的文化消费习惯。足不出户的网络参观游览、网络阅读、在线观看影视作品等网络文化消费方式正对传统文化消费方式提出挑战。

早在2011年，就有相关业内人士表示，虽然网络文化消费在我国文化整体消费中占比并不高，尚属星星之火，但从增速看，已显示出燎原之势。最新数据显示，我国网民规模达6.32亿，互联网普及率为46.9%，三年过去，网络文化消费态势如何？

无所不在的文化消费

在北京一家事业单位工作的李雯，从上大学起，就热衷话剧、舞台剧、展览等各种文化活动。在北上广等大城市里，有很多像她这样的男男女女，“文化消费”的概念从未挂在嘴边，却身体力行地做着这样一件事情。“一种生活方式”李雯这样总结道。

在本报《文化周刊》与新浪微博应用微调研联合开展的“文化消费”网络调查中，有4万多有效人次，几乎每天都会有文化娱乐消费的占到21.11%，每月1到3次的占27.78%。

中国人民大学和文化部文化产业司联合发布的2013年中国文化消费指数中，报纸杂志、游戏、文化器材、电视、设计、电影、图书、广播、艺术品收藏和娱乐活动是我国居民文化消费支出中偏高的文化产品。根据网络调查，在所有文化消费类型中，比例最高的是进电影院观影，为59.51%，这与自2003年启动的电影产业化改革不无关系。10年之后，我国电影已经突破200亿元关口。

吴飞是《变形金刚4》的票房贡献者之一，该片在中国狂揽19.68亿元。在成都一家科技公司工作的他，理工科出身却满脑子文艺情怀，“逛豆瓣是不可少的，某位大家的书一本不落，时下上映的电影

不能错过”。

文化娱乐消费的出发点各有不同。“纯属喜欢、兴趣爱好”，李雯的回答颇有代表性。在“文化消费”调查中，这一比例为56.37%。经常加班的吴飞犹豫了一下，回答道：“如今，看看电影之类的娱乐活动，多是为了缓解压力。”在北京市统计局公布的调查数据中，超八成的被访者表示生活中需要文化消费，48.9%的被访者将文化消费当作“缓解压力”的重要途径。

互联网下的蛋

“每天肯定会有两三个小时上网看看视频、新闻，或者是网购。”大学毕业后，郝琳从北京回到家乡上海，进入某区的图书馆工作，对于互联网的风生水起，她和很多年轻人一样很快就融入其中了。不过，她也有自己的坚持，“没有在网上付费观影的习惯，阅读都是买纸质书。”

不过，“文化消费”的网络调查结果显示，12.62%的人群会选择网络支付观看电影，20.48%的会付费玩网游。在整个互联网形态中，文化娱乐消费并不鲜见。

相比传统的文化消费，互联网上的“免费”内容无疑具有吸引力。网民的数量也在日益增加，据了解，截至今年6月，我国网民规模达6.32亿，较2013年底增加1442万人。互联网普及率为46.9%，较2013年底提升了1.1个百分点。同时，中国网民的人均周上网时长达25.9小时。

李雯每天都有太多的时间耗在网上，“电影、美剧、下载歌曲、各种综艺节目，它们的存在足以打发时间。”而北京市统计局一项调查也显示，近1/3的居民每天在家上网进行文化娱乐的时间达到2小时以上，近两成的居民上网时间达1至2小时，上网进行文娱活动的时间远高于读书看报的时间。

“网络的出现和普及给社会各个层面都带来了改变，精神生活和文化消费模式的改变，只是这个过程中的一部分。”业内人士表示，网络文化的发展壮大是必然的。

据统计，2013年我国网络游戏市场规模（仅包括网络游戏和移动网络游戏）达到819.1亿元，同比增长36.3%；2013年在线视频规模达128.1亿元，同比增长41.9%。而文化部发布的《2013中国网络音乐市场年度报告》显示，截至2013年年底，我国网络音乐用户规模达到4.5亿，网络音乐市场整体规模达74.1亿元。

“文化消费内容的数字化、消费渠道网络化、消费体验的虚拟化、消费终端的集成化”，国家行政学院社会与文化部副主任邵述裕教授将网络文化消费的特性总结为上述四点，他认为网络文化消费跟现在的生活方式非常吻合。

事实上，为了促进网络文化消费，文化部一直在做着努力。以网络音乐市场为例，文化部文化市场司

网络文化处处长李健伟介绍，今年文化部就将重点放在完善政策法规、推进诚信制度和自律制度建设、行业自律、执法监督等方面，引导消费市场健康发展。

在网络时代，文化消费变得触手可及。郝琳就会在网上购买话剧票，吴飞会在周末与朋友来一同网游，李雯偶尔会通过网银支付几元钱在线看一部电影……

硬币两面：“免费”与“版权”

将2013年的网络游戏、文学、在线视频、音乐消费相加，总额接近1200亿元。而来自官方数据，去年文化消费的实际规模是1.6万亿元左右。与3年前网络文化消费规模约为文化消费总量的1%相比，已经占了7.5%，增速相当惊人。

不得不承认的是，网络文化消费冲击着传统的消费方式之余，依然还没有形成燎原之势。

在网络文化消费中，网游是支柱，网络视频第二，网络文学与音乐则只是一小部分。2003年，我国网游市场规模刚刚越过10亿门槛，2007年突破百亿，到2013年已经接近千亿元。

相对的却是，网络视频的收费之路发展较为缓慢，至今绝大部分网络视频节目仍是“免费的午餐”。

2005年，以56网为首的网络视频网站在中国兴起，5年后有相当数量的视频网站开始尝试付费观看模式。然而，直到2013年，网络在线视频拥有的市场规模仅突破百亿。

版权问题被认为是制约网络文化市场发展的主要阻碍。“这是个由来已久的老问题，网络文学、网络音乐、网络视频等多个领域，都是盗版的重灾区。”业内人士如是说。

“知识产权纷争增多，抄袭、产品同质化现象仍未得到根本改观。”李健伟处长告诉记者，即便去年中国网游市场在稳步发展，但依旧面临诸多问题，同时也包括存在游戏厂商之间恶性竞争、运营推广低俗营销等违规现象，以及相关法律法规和管理模式相对滞后，市场秩序有待规范。

让互联网引以为豪的“免费”只是硬币正面，“版权”问题才是不可回避的背面。

在北京大学中文系教授张颐武看来，“版权之争”与大家业已形成的互联网内容的免费消费习惯也有相当关系。从这个意义上讲，网民消费者也在一定程度上成了盗版的“帮凶”。

曾有调查显示，48.47%的受调查用户会“经常阅读盗版”。网络已形成了免费的文化，在这种环境下怎样让文化的生产者有收益，是一个大课题。”张颐武说。

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举表示，网络文化消费过程中的版权问题必须引起足够重视。“如果版权问题不解决好，网络文化消费市场可能会走进一条死胡同，甚至影响到整个文化产业的发展。”

背景

根据中国民航局飞行标准司于去年

11月颁布的《民用无人驾驶航空器系统驾驶员管理暂行规定》，专门针对民用无人机操作员资质进行了明确规定，但事实上有不少个人或企业的航拍行为，其实都是游走在法律边缘的所谓“黑飞”行为。

声音

中国航空公司拥有者及驾驶员协会执行秘书长柯玉宝：这几年包括航拍飞行器在内的民用无人机发展很迅速，无论是销售者还是消费者，都应该认识到这类产品的危险性。

点评

根据牛顿第二运动定律和动量定理，高空坠落的物体，其对地面物体的破坏超过了想象，质量越大，高度越高的物体破坏性越大，尤其是在城镇等人口密集区域。尽管民航局已经出台了相关管理规定，但航拍飞行器“黑飞”情况仍然加剧，航空器出售和购买资质也缺乏相应有效管理。

不过，对于摄制企业和摄像爱好者而言，千万不要陷入“航拍才是最好”的误区。真正好的作品在于能打动观众的心，而非采取何种时髦的拍摄手段。

电竞战队世界夺冠获巨奖

行业发展仍受多因素制约

据新京报 中国的电子竞技战队NEWBEE战队在DOTA2的国际邀请赛上夺冠，获得500多万美元奖金。全世界2000万名玩家通过网络视频收看了本届国际邀请赛。在今年比赛后，NEWBEE战队也成为史上参加电子竞技赛拿到奖金数额最高的队伍。

背景

DOTA是Defense of the Ancients的缩写，即暴雪公司基于著名游戏“魔兽争霸3：冰封王座”所开发的即时战略RPG游戏。从2011年起，游戏官方每年举行一次国际邀请赛，邀请全世界的顶级专业战队参战。

声音

NEWBEE俱乐部经理佟鑫：电竞行业大环境还是不好，一是造血能力差，俱乐部赚不到钱，解散倒闭是须臾之间的事。二是社会认可度不高，缺乏大企业的支持。三是在主流文化圈和商业圈影响力不大。

点评

游戏产业本是文化产业的一部分，但往往一提起游戏产业，却总是会被放置在有色眼镜之下。社会认可度不高，游离于主流文化圈之外，导致游戏产业发展并不顺利。我国拥有大量的软件人才和动画制作人才，却鲜有知名游戏问世。中国玩家屡屡在国际电子竞技比赛中摘得桂冠，但屏幕上的游戏，皆为外国企业所开发。

目前，国内不少电子竞技俱乐部，因为本身缺乏盈利能力，所以往往单纯依赖投资人赞助，形同“被包养”。现阶段，国内不少电子竞技选手的收入已经达到了国际水平，但俱乐部的运营方式依然落后。

河北阳原百万年以上遗址数增至48处

增至48处，全世界百万年以上遗址数增至55处。

此次发掘之前，全世界百万年以上遗址数53处，阳原县独占46处，而闻名世界的马圈沟遗址就分七个百万年以上文化层。据了解，随着泥河湾国家考古遗址公园的进一步推进，河北省文物研究所还将对马圈沟遗址第二、三文化层进行纵向发掘。

本报讯 (记者李显霖 通讯员田建辉 全国)记者从河北省阳原县委宣传部获悉，经国家文物局批准，河北省文物研究所历时数月对泥河湾遗址群进行了详细的考察，在马圈沟遗址第一文化层探方右侧山体发现两处百万年以上文化层，因水平位置处于马圈沟第一文化层上方，所以专家将其命名为IA、IB文化层。至此，阳原县境内百万年以上遗址数

三支世界顶尖交响乐团京城聚首 北京国际音乐节打造别样魅力

“高贵”不贵 惠民票比例达六成

本报讯 (记者赵亮)作为提升首都文化国际影响力的品牌文化活动之一，北京国际音乐节将于10月9日至31日迎来与音乐爱好者们的第17次邀约。

据北京国际音乐节艺术总监余隆介绍，本届音乐节的19场演出，涵盖了歌剧、交响乐、室内乐、声乐独唱、跨界等多重演出形式，并将一如既往地推出公益儿童场、大师班、普及讲座、周末家庭日等活动。为了惠及观众，北京国际音乐节继续推行低价票价政策，惠民票比例达60%，让更多的人有机会感受到古典音乐带来的魅力。

值得关注的是，今年是理查·施特劳斯这位跨越两个世纪的德国传奇作曲家诞辰150周年，本届音乐节将为广大观众打造一台在国内古典音乐舞台罕见的“施特劳斯经典作品盛宴”——以“幻·响——理查·施特劳斯在北京”为主题的本届音乐节，将在23天时间

内相继推出10台专场演出，其中包括6场交响乐音乐会、3场歌剧音乐会、1场艺术歌曲音乐会。除了演绎《唐璜》、《英雄的生涯》、《查拉图斯特拉如是说》、《阿爾卑斯山交响曲》等中国观众较为熟悉的经典杰作外，《家庭交响曲》、《D小调第一交响曲》、《D小调小提琴协奏曲》等一批鲜为人知的施特劳斯作品也将得以精妙呈现。

而作为本届音乐节另一大看点，便是将有慕尼黑爱乐乐团、蒙特利尔交响乐团、巴黎管弦乐团三支世界顶尖交响乐团齐聚北京。其中，10月9日、10日，拥有超过120年悠久历史的慕尼黑爱乐乐团将为本届音乐节揭幕。

此外，在本届音乐节中还有一批中外杰出艺术家将加盟其中。其中包括，俄罗斯当红女高