深圳传递文化“圳能量”

袁长乔

一年之计在于春。2月27日，深圳全市宣传思想工作会议召开，这既是一次对去年宣传思想工作的总结会，也是一次加快推进“文化强市”建设的动员会。

回首向来踏行处，高歌猛进著华章。

2012年，深圳“政府公益文化基金管理创新”项目获文化部特等奖，深圳连续第四次荣膺“全国文化体制改革工作先进地区”称号，深圳举办全国规格最高规模最大的设计展，深圳再次揽获“全国文明城市”殊荣，央视专题片重点介绍深圳文化体制改革经验……

2012年有个热词叫“正能量”。深圳正以高度的文化自觉和文化自信，向世人传递出独具魅力的“圳能量”。

精品创作，传递“担当”

2012年8月30日晚，深圳音乐厅内，古韵悠扬，金声玉振。深圳原创音乐作品大型合唱交响曲《人文颂》在这里试演。这部以儒家文化为题材的作品，深圳音乐人打磨了6年多。著名指挥家卞祖善说：“我希望《人文颂》成为传世之作。”

《人文颂》只是深圳文艺精品创作的一个缩影。

2012年，“深圳创造”的动画片《熊出没》、歌曲《走向复兴》、歌曲《迎风飘扬的旗》、电视剧《兵峰》4部文艺精品喜获中宣部“五个一工程”奖。

深圳市委常委、宣传部部长王京生这样表示：“文艺精品生产是深圳不愧于时代的历史担当，也是深圳创意文化和文艺繁荣发展的重要标志。”

衡量一个时代、一个城市、一个艺术家的文艺成就，最终看精品。深圳以沉甸甸的历史担当，构筑起推动文艺精品创作的“梦工厂”。

这份担当既有市委、市政府领导的高度重视，也有宣传文化部门的悉心服务，更离不开广大文艺工作者的不懈努力。

从1996年深圳出品的电视剧《琴童的遭遇》、粤剧《情系中英街》首获“五个一工程”奖后，深圳文艺精品连续六届入选“五个一工程”奖。迄今已有38部作品获得“五个一工程”奖，成绩名列广东首位、全国前茅。

文艺评论家仲呈祥感慨：“深圳文艺精品生产的瞩目成绩，与市委、市政府的重视和支持分不开。其文艺精品总是站在国家立场、以世界胸怀看问题。”

文化惠民，传递“责任”

全民共享，是文化发展的真谛。

台湾作家丘彦明去年在其专栏文章《深圳一瞥》中写道：“原以为无甚可观，却惊喜地发现深圳‘有这样传播文化的关注’，让人怎能不动容？”从福田到南山，从中心书城到市图书馆，从24小时自助图书馆到音乐厅的公益演出，这位旅欧女作家仅仅在深圳停留几天，就被精彩纷呈的公共文化所吸引。

在深圳，充分享受文化是市民的“权利”。

截至2012年，深圳市级财政先后投入68亿元，规划建设了34个市级文化设施，各级各类文化广场381个，各类博物馆26个，公共图书馆638个，全市文化设施总面积超过99万平方米。只要你愿意，在这个不到2000平方公里的土地上能轻易找到自己喜欢的文化娱乐场所。

春夏秋冬，年复一年，文化活动从不间歇。20年的鹏城金秋艺术节、18年的市民文化大讲堂、10年的关爱行动、13届深圳读书月、8届创意十二月……星罗棋布的文化设施、零门槛的文化服务、丰富多彩的文化节目，让市民尽情享受文化的盛宴。

建设和谐幸福的深圳在公共文化建设上志存高远：2000年，深圳在全国率先提出“实现市民文化权利”；2003年提出“文化立市”战略，建设“两城一都一基地”；2007年，在全国率先免费开放公益性文化场馆；2010年，提出“文化强市”战略；2011年，提出“争当全国文化产业发展‘领头羊’”……

深圳副市长吴以环说：“在建设社会主义文化强国的过程中，深圳有条件、有责任、有义务走在前列。”

正是这种崇高的责任感，使深圳文化建设领跑全国。

文创产业，传递“信心”

今年1月8日，一年一度的深澳合作会议召开，双方都对同一个领域产生强烈的合作兴趣：文化创意产业。3年前，崔世安第一次以澳门特首身份访问深圳时，就重点考察了深圳的文化创意企业。

深圳文化创意产业确实值得骄傲，已成为带动经济快速健康发展的重要引擎。

2012年，当全国乃至全球很多行业都遭遇了困境之时，深圳文化创意产业却交出了一份漂亮的成绩单，克服出口不畅、用工成本上升等不利影响，实现增加值1150亿元，同比增长约25%。

深圳市文体旅游局局长陈威介绍，自2003年以来，深圳文化创意产业加速发展，年均增速接近25%，去年增加值位居全国大中城市前列，占全市GDP比重由2004年的4.69%提高到2012年的9%。

全国政协副主席厉无畏说，世界上每次危机都有创意产业的崛起。深圳把文化创意产业作为战略性新兴产业，选择了大力发展文化创意产业的非常正确的发展方向。

当经济危机的阴霾还未散去之时，深圳文化创意产业带来的信心弥足珍贵。

经过多年探索，深圳首创了“文化+科技”“文化+金融”“文化+旅游”的文化产业发展模式。在“文化+N”发展模式的指引下，华侨城、华强、腾讯、雅昌、迅雷、A8音乐、雅图、华视传媒、环球数码等大批文化明星企业迅速崛起，文博会、文化产权交易所、中国文化产业投资基金等文化产业发展投融资平台先后搭建。

当迪士尼落户上海、国人纷纷感叹美国文化影响力时，深圳文化企业加快了走出去的步伐。截至2012年，深圳华强文化科技集团原创动画作品覆盖美、意、俄等100多个国家和地区，文化产业主题公园输出到伊朗、南非、乌克兰等众多国家；雅昌的艺术品制作服务延伸至30多个国家和地区；雅图的投影机市场份额排名全球第三；环球数码已成为亚洲规模最大、技术设备最精尖的三维动画影视公司之一；迅雷已成为全球最大的多媒体下载引擎……

落户深圳的中国规模最大、规格最高的文博会，更是成为推动中国文化产品走出去的巨大引擎。2012年，第八届文博会成交额达1435.51亿元，八届文博会累计总成交额超过6400亿元。

文化改革，传递“创新”

深圳报业集团完成新闻宣传与发行两分开，建立起全方位、立体化的大媒体格局；深圳广电集团将节目制作、网络传输与新闻采编剥离，收视、收听率和市场份额不断上升；深圳出版发行集团整合出版与发行上下游资源，核心竞争力明显提升……像这样一个个“突破性”改革大事件在深圳层出不穷，推动着深圳文化体制改革稳步向前。

改革创新是深圳的根，是深圳的魂，使深圳文化迸发惊人能量的，也是改革。

自2003年被中央确定为文化体制改革综合性试点地区以来，深圳秉承“敢为天下先”的特区精神，一场全系统、全领域、全方位的文化体制改革由此拉开了序幕。

创新观念、创新管理、创新机制、创新服务、创新业态……创新，成为贯穿深圳文化改革发展的“红线”。

深圳市委宣传部副部长吴忠说：“自觉、系统、到位是深圳文化体制改革最为显著的三大特点。”

深圳市委宣传部副巡视员、市文改办主任倪鹤琴说，深圳不是为改革而改革，深圳率先提出并实施“文化立市”战略，是以强烈的文化自觉和高度的文化自信，主动将文化渗透到政治、经济、社会生活的各个方面。

目前，全市34家经营性文化事业单位已全部转制为企业，10家公益性文化事业单位已基本完成内部“三项制度”改革，涌现出一批国有、民营和社会化多种体 制并存的优秀文艺院团。深圳还探索出公益性文化社会办、经营性文化市场化的新路子。深圳市宣传文化事业发展专项基金已扶持了深圳读书月、创意十二月、市民文化大讲堂等一大批“老字号”文化品牌。

改革释放了潜力，激发了活力。一大批在文化体制改革风口浪尖的文化企业，蜕变成合格的市场主体，焕发出勃勃生机。

广东省委常委、深圳市委书记王荣表示：改革开放30多年，深圳不仅创造了经济建设、社会建设的奇迹，也创造了文化建设的奇迹。深圳已成为文化建设浪潮中的先锋城市。

文化，让深圳变得更具魅力。

深圳，因文化聚集“圳能量”。

聚集“圳能量” 攻坚“提升年”

——深圳市宣传思想工作会议侧记

本报驻广东记者 彭海霞

2月27日，深圳市召开全市宣传思想工作会议，一股清新、简朴、务实之会风扑面而来。会场不设主席台、不摆鲜花、不上矿泉水，与会人员脱稿讲话、不说套话、言简意赅，会议用时不到50分钟……深圳的全市宣传思想工作会议以实干之风开启了今年加快推进“文化强市”建设的序幕。

今年是“质量提升年”

会上，深圳市委宣传部副部长吴忠使用图文并茂的PPT，简明扼要、生动活泼地总结了2012年宣传文化工作。第四次荣膺全国文化体制改革先进地区，第三次被评为全国文明城市，获得四项全国“五个一工程”奖以及文化部创新奖特等奖，十八大互联网新闻宣传先进集体，全国网络舆情工作先进单位，最中国创意名城等一系列重大荣誉，向世人宣告，2012年是深圳市宣传文化工作取得重大突破的一年。

深圳市委常委、宣传部部长王京生指出，2012年深圳市宣传思想文化工作可圈可点，无论是理论建设、精品工程，还是文化产业、公共文化服务体系，都实现了快速发展。特别是各个区更加重视文化工作，基本设立了文化产业或者文化事业专项扶持资金和基金，辖区文化建设得到了大幅提高。

“2013年是质量提升年，这是今年的工作基调。”王京生说，要巩固宣传文化工作在全国的领先地位，需要大家在提升质量和内涵式发展上下功夫。要巩固深圳宣传文化在全国的地位，要在各项宣传文化工作中突出内涵式发展、精品创造、品牌创造，要进一步破除宣传文化工作中形式主义、说空话、下笔千言离题万里等空谈习气，使宣传文化成为引领社会进步的事业。“我不主张标新立异地开新摊子搞一些浮华的事情，今天这么一个活动，明天那么一个活动，但老百姓得不到实惠。做一件事情就要把它做好、推广好。”王京生说。

五种能力传递出“圳能量”

“宣传文化到底为了什么？什么是宣传文化的本质？”王京生向与会者提出问题。王京生认为，以今天的眼光和从推动整个社会进步的角度看，宣传文化最重要的任务就是要激发和提升整个社会的正能量，增强一个国家、一个民族、一个城市的软实力。要通过宣传文化工作使市民成为有觉悟的、能够实现自己权利的，同时又能服务社会的公民。这些是宣传文化工作应该去推动和发展的目标。宣传文化工作要为这个城市服务，要为这个城市的公民意识的树立服务。

怎样激发和提升正能量是今年宣传文化战线要重点考虑的问题。王京生希望宣传文化战线提高“领悟、领航、掌控、创意、执行”五种能力，实现理念上有新高度、实践操作上有新亮点、工作创意上有新突破。一是领悟能力，深刻学习领悟十八大精神和习近平总书记在深圳的重要讲话精神，转作风、促改革，宣传和弘扬社会主义核心价值观，“深圳十大观念，正是实干兴邦最好的注脚。”二是领航能力，继续坚持文化自觉和文化自信，实现文化自强，要在理念创新、精品创作、文化产业及公共文化、社区文化、市民文化服务上继续领航全国。三是掌控能力，要加强对队伍、舆论、文化建设的掌控，以积极态度，把握主动权，营造积极向上、安定和谐的氛围。四是创意能力，所有的文化工作都是创意的过程，如果缺乏创意，文化就因无法流动而陷于僵化，提升创意能力，才有激情迸发、亮点频出。五是执行能力，要以预见性、科学性、严谨性落实好市委、市政府的各项方针政策。

2012年，第十三届深圳读书月实实在在体现了它的主题——“阅读提升正能量”。如今，深圳正以其高度的文化自觉和务实精神，践行着“空谈误国，实干兴邦”“实现市民文化权利”“让城市因热爱读书而受人尊敬”等“深圳观念”，传递出这座年轻城市的文化“圳能量”。

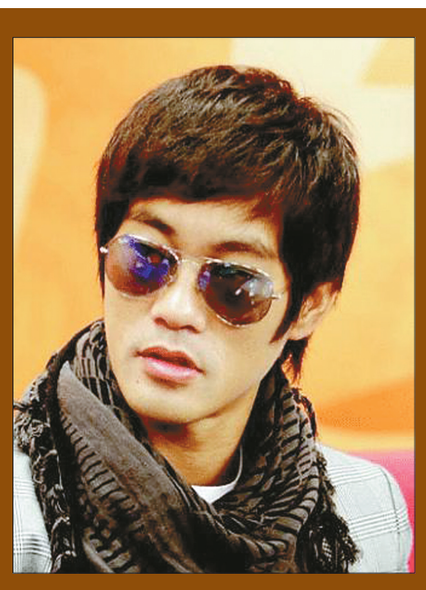
中国空间设计注重艺术与民生相融合

本报讯 （驻广东记者刘烨）“近年来，我国设计空间已经向艺术与百姓生活融合一起的现实构思方向发展。”记者从首届中国设计大展上获悉。2月26日，由文化部和深圳市政府联合主办的首届中国设计大展在深圳落下帷幕。当天，主办方邀请知名建筑设计师李虎来到关山月美术馆举行本次大展的第七场也是最后一场设计分享会。在展览现场，李虎通过导览、答疑等方式，与观众互动交流，分享入选作品背后的故事以及中国空间设计的未来走向。

作为本次大展空间板块策展人，李虎全程参与了空间板块作品的征集工作。谈起空间板块的151件作品，李虎介绍，近年来，国人对建筑一般更关注外观，这与现在的社会价值观有关，而本次展览希望让设计回归到建筑的本质上来。所以本次空间展览的作品分类不同于以往景观、建筑、规划、室内等传统分法，而是以生活方式看待空间，通过功能对空间作品进行分类，如教育空间、艺术空间、公益空间、居住空间、私宅空间、社区空间、酒店空间等。从作品分类可以看到，这次设计展品的甄选侧重关注民生，观众能更直观地了解近年来中国百姓对于生活空间的不同需求。希望通过展览，呈现出在面对中国社会城市化转型的巨大变革中，设计师们的积极态度、审慎思考和应对策略，并在展出现场营造一个能够反映当代中国社会方方面面生活状态的“中国空间”。

据了解，近年来，空间的单体改造和整体改造项目受到越来越多的关注。随着城市规划的发展和现代生活方式的转变，对原有项目和建筑体进行巧妙合理的功能改造已经成为业内一项重要课题。比如，展品“同济大学建筑设计院新大楼”就是由原来的公交巴士停靠站改造而来。

“每个展览都是在讲一个故事，这个展览讲述的就是在空间设计上我们关注什么、关心什么。”记者了解到，本次空间设计展不是以知名度圈定参展作品，而是通过广泛的社会征集、各地设计事务所的走访、重要项目的实地考察，以及对2008年以来的中国(包括港澳台地区)空间设计进行普查的方式来确定参展作品。因此，本次空间板块作品几乎看不到明星建筑，有些设计甚至非常微小，比如展品“胡慧珊纪念馆”是为纪念一个在汶川地震中遇难的小女孩而设计的，而“胡同微居”则是一户普通人家的民居，因为合理的设计使其狭小的空间充分满足了三口之家的生活需求。这些作品无一不体现了策展人倡导的未来空间设计方向。



一部《李小龙传奇》，让陈国坤的名字被越来越多的人所知晓。他7岁那年，痴迷李小龙，27岁就扮演李小龙。陈国坤靠着自己的努力，将儿时的梦想照进现实，被国内外影迷公认为活着的李小龙。

深港情 中国心

——李小龙扮演者陈国坤的演艺路

本报驻广东记者 林 培

深圳出生香港成长

1975年，陈国坤出生于深圳宝安沙井，是地地道道的沙井人，家里兄弟3个，他排行老三。当时，陈国坤的父亲陈锡强在沙井镇蚝业小学任教，支撑着一家人的生活。

1980年，陈国坤一家移居香港，当时陈国坤才5岁。虽然在深圳居住的时间不长，但陈国坤对沙井仍有很深的感情，“我还有很多亲戚朋友在沙井，每年我都会回这里。可以说，我是和沙井一起成长的，我见证着它每一次的变化。”

初到香港那几年，陈国坤正好上小学。“当时我还有些口音，同学一般不会太主动跟我玩。”也就是在那个时候，7岁的陈国坤偶然看到了电影《精武门》。从此，李小龙走进了陈国坤的生活，并且改变了他的人生轨迹。

由于痴迷李小龙，陈国坤经常会模仿李小龙的一举一动、一招一式，用李小龙的口气，说“妈，我饿了，我要吃饭”。为了和心中的偶像更接近一步，他还买了一本《截拳道入门》，虽然当时他完全看不懂，但无论是吃饭还是上学，都会把书带在身上。

儿时，陈国坤长得并不太像李小龙。长大以后，陈国坤已经没有了儿时的婴儿肥，脸上隐约可以看到李小龙的影子。“我哥哥的朋友是第一个说我像李小龙的人，当时我十一二岁。”这时，陈国坤才意识到自己和李小龙很像，身边的人也开始直接叫他“小龙”。而陈国坤更是希望自己像李小龙，他也喜欢大家这样叫他。

高三那年，成绩不错的陈国坤毅然决定外出打工。“当时有一种反叛的心理，觉得学不到什么东西，就想去外面闯荡一下。”步入社会后，陈国坤卖过眼镜、鞋，做过泥水工、油漆工、文员、酒保、侍应生、服务员、股票经纪……

“最苦最累的是泥水工，就是把硬泥沙堆在一起，中间加点水，铲，非常累。”有时候累了，就学李小龙的叫声为自己鼓气。“还有一个工作很好玩，那就是抛砖，当时我做得很开心。”每次，陈国坤利落地把砖块往上抛，就感觉自己像李小龙一样帅气。打工生涯虽然辛苦，但他总能在其中找到乐趣。

电影里充当“绿叶”

虽然喜欢李小龙，模仿李小龙，长得还像李小龙，但陈国坤之前从来没想过当演员，更没想过有一天会演李小龙。他后来会成为演员，和周星驰有很大关系。

1996年，“李小龙协会”成立典礼在香港会议展览中心举行，“超级龙迷”周星驰也参与了剪彩仪式。同样也是龙迷的陈国坤，受“李小龙协会”负责人之邀也到现场帮忙，但由于那天周星驰离开得很匆忙，陈国坤又在忙于其他幕后工作，两人并没有相遇。

直到拍摄电影《少林足球》，陈国坤才跟周星驰有了真正的碰面。最初陈国坤只是在《少林足球》中担任编舞。“那时候还没开机，我教完舞蹈后本来打算回香港，但周星驰让我留下帮忙，所以就留下了。”

开机后，陈国坤最初获得的角色，就是在电影里一直拿着棍子喊“铁头功啊，铁头功啊”的反面角色。“当时都已拍好了，但周星驰回去看片、剪片时，说这人太像李小龙了，像李小龙的不能演坏人，这段戏重拍。”陈国坤说，“他太喜欢李小龙了。”后来，陈国坤就获得了“守门员四师兄”这个为他量身订做的角色，从而真正算得上是步入电影梦工厂。此后，他又饰演了电影《功夫》里阴险卑鄙、冷酷无情的斧头帮帮主等角色。

“活着的李小龙”

2007年，制片人俞胜利筹拍《李小龙传奇》。要想拍好这部电视剧，扮演李小龙演员的选择至关重要。按俞胜利的要求，这个人首先是外形要符合，能够得到李小龙迷们的接受和认可，第二他还要会武功，第三要会表演。

而此时的陈国坤正在浙江横店拍摄电视剧版《食神》。外形酷似李小龙的陈国坤，引起了在横店拍摄的另一位导演吴子牛的注意。在吴子牛的引荐下，陈国坤走进了《李小龙传奇》的制片方的视野。

陈国坤的言谈举止、年龄、精神气质都酷似李小龙，在制片方面前，他展示了李小龙的表演方式。“我还记得当时我对制片方说过一句话，‘你看过我以后，再也找不到别人来演。’”或许正是这份自信，让陈国坤与李小龙更接近了一步。

虽然不一定能获得这个角色，但回到香港后，陈国坤立刻开始拜师学习截拳道，每天长达四五个小时的训练，让陈国坤吃了不少苦头。不过正是靠着这份坚持不懈，陈国坤最终打动了制片方，如愿获得了李小龙这个角色，投入到长达8个月的紧张拍摄中。

在很多人眼里，李小龙是一个神话，他武功高强，充满正义感，好像什么事情都难不倒他，但其实风光的背后有鲜为人知的辛酸和坎坷。陈国坤有幸用8个月的时间，过了李小龙的一生，从而令他对李小龙有了更深的感悟。“他最吸引我的就是包容度、自信心、承受力，很少有人像他那样有那么宽广的胸怀。”或许，这才是陈国坤出演《李小龙传奇》最大的收获。

2008年，《李小龙传奇》在央视一套播出，创下了央视近10年来电视剧收视的新纪录。《李小龙传奇》的海外版权售价高达10万美元一集，达到当时国产电视剧海外版权售价的新高。这部电视剧让陈国坤从电影配角一跃成为炙手可热的演员，尝到了“当红”的滋味，但他对此并不留恋。曾有好莱坞公司看中他的外形和武打功底，向他抛出了橄榄枝，但被他拒绝了。“我的理想是当导演。”如今，陈国坤享受着拍戏的过程，在兢兢业业当好演员的同时，也在继续朝着自己的理想前进。