

第九届深圳文博会盐田区分会场——盐田国际创意港已于5月14日揭开面纱,这是盐田区唯一的分会场,集聚了文化创意与电子商务双产业融合的强能量。

可以说,第九届深圳文博会上的盐田是属于海港的,同时也是属于创意设计的。依山而居、滨海而兴的美丽盐田,主会场定义为“巨轮起航”,展位设计以港口为理念,集聚了盐田国际创意港、百泰首饰、粤豪珠宝、深圳市设计中心、深圳市梁子时装实业有限公司等12家文化创意企业,全方位凸显了盐田文化创意、黄金珠宝创意设计、服装设计等产业崛起的“盐田能量”。

创意设计产业凸显“盐田能量”

本报记者 彭海霞

黄金珠宝的“中国创造”

本届文博会上,会展中心主会场1号馆的盐田展区,由港口和巨轮元素构成,布展内容包括盐田区概况、黄金珠宝设计、盐田国际创意港三大块。中英街“一街两制”、国家级非遗沙头角鱼灯舞、孙中山庚子首义雕塑园、19.5公里海滨栈道等独具盐田特色的文化元素一一得以呈现。此外,重中之重的是盐田12家文化创意企业的集中呈现。其中,百泰首饰、粤豪珠宝等黄金珠宝企业彰显了盐田近几年来黄金珠宝业原创设计的实力和水准。

一直以来,百泰首饰以“文化黄金,时尚黄金”为产品理念,将传统文化与首饰制作工艺相结合,致力打造兼具传统文化内涵和精湛工艺的经典产品。在本届文博会百泰首饰的展示区,观众不仅能看见中国黄金首饰制造领域的最新工艺成果,还能一睹美仑美奂的艺术品。百泰首饰将力邀王树文、刘鸿雁、张春源、杨晓强等4位工艺美术大师,现场奉献一场以经典黄金艺术品为主的展示活动。

《“福寿有余”大师传世花丝金碗》由王树文亲制,采用人工拉丝工艺,根据装饰部位的不同分别采用盘曲、掐花、填丝、堆叠等手法纯手工制作。作品在制作工艺上体现了花丝镶嵌的精髓。首先要将黄金拉成细如毛发的金丝,而过程中花丝极易出现粗细各异、断裂、变形,往往需要几十次拉制才能得到所需的金丝。作品的精妙还在于放大下都难以分辨的两万多个焊点。《田园觅春》由山东鸿雁银画创始人刘鸿雁打造。镀金画,又被称为金属工笔画,是一种在经过氧化处



理、渗色,再经高温高压封色的金属板上,徒手作画的崭新工艺。《吉祥百鹿尊》以北京故宫博物院“粉彩百鹿图双耳尊”为原型,由中国文物修缮专家张春源领衔制作,采用濒危的传统篆刻等细金手工精心制作而成。《福寿万年生肖金碗》、《千手千眼观音》由杨晓强倾力打造。《福寿万年生肖金碗》由八瓣组成,寓意纳百川、胸怀广博,显包容于内、福接天罡之相。《千手千眼观音》根据清代内地的一尊铜镀金千手千眼观音原型而作,藏品有十二张面,线条流畅,工艺精湛。

作为中国黄金珠宝行业龙头企业,粤豪珠宝率先实现从传统珠宝产业向文化产业转型,被深圳市政府评为“重点文化企业”。粤豪

珠宝在文博会上推出多款极富文化内涵的黄金珠宝艺术臻品。“皇家祈福·十二生肖守护神”,以故宫珍藏画像原型为题材。产品为菩提叶外形,正面图案以皇室供奉的故宫珍藏级佛像为原型,背面为极具神圣意义和神秘力量的十相自在图以及生肖吉祥。

粤豪旗下专注于文化传承与创新的黄金品牌“中华福金”再度亮相文博会。中华福金自成立就专注中国创造,走出了一条差异化、个性化、民族化、国际化的蓬勃之路,每件黄金艺术臻品都富含深刻的文化内涵。

作为“瑞金国际”品牌主理人,吴作人亲笔绘制的水

墨熊猫画原作植入 Au 999.9 纯金金章, Ag 999 彩印银章,采用造币工艺让熊猫色泽达到纤毫毕现。《蛇年贺岁》系列以齐白石、徐悲鸿、徐晓丽、雍正宫廷画师的珍贵画作《蛇》为创作蓝本,以尊贵的纯金纯银材质演绎吉祥中国之臻品。

服装设计的天意“真”缘

此次参展文博会的梁子时装实业有限公司早在18年前就与盐田结缘。2012年,梁子时装获得“中国服装最具竞争力设计师品牌”称号。一直扎根盐田、与盐田同成长的梁子时装在18年的设计、研发和营销过程中,将中国古老珍稀的莫绸与国际时尚潮流完美结合,既保护历史、传

承技艺,又运用大量现代流行设计元素,令旗下的天意 TANGY 和 TANGY collection 品牌成为中国原创设计师品牌中的佼佼者。

莫绸作为丝绸中之极品,500多年来一直坚持使用纯天然丝绸,纯植物染料,纯手工制作,是迄今为止独特的中国传统绿色环保面料。莫绸以纯天然丝绸为坯布,用南中国特有的野生中草药——蓼苳为染料,经过榨汁、浸、晒、涂天然河泥等14道工序染色而成。其中浸、晒这两道工序要在3月至11月广东的阳光下,在草地上重复30多次手工制作才能完成。成品莫绸的两面分别为黑色和咖啡色,其黑色面光滑爽如皮革,啡色面古朴柔和如古陶,并带着天然的龟裂纹。

十几年来,设计师梁子的一次偶然发现,让莫绸重新回到人们的生活中,并登上国际时尚的舞台。在梁子时装不懈地努力下,莫绸于2008年正式列入国家级非物质文化遗产名录,同时,梁子时装联合国家标准委员会共同制定了“莫绸服装国家标准”和“莫绸国家标准”。

梁子创立的“天意·TANGY”受到文化界、艺术界、设计界诸多名人、艺术家以及时尚主编、商界精英、政府政要的青睐。天意莫绸礼服还曾以国礼之尊赠送给瑞典国王、王后,尽显文化大国尊贵风范。上海世博会英国馆建筑大师托马斯对天意莫绸更是一见倾心,正亲手为梁子打造莫绸非遗保护基地。梁子因此也被《时尚芭莎》誉为“中国时装界的环保大师”。

TANGY collection 则是梁子继创立“天意·TANGY”之后,于2008年创立的高端品牌,倡导绿色、慢生活。该品牌依然采用传

统环保手工染色丝绸面料莫绸,旨在设计高品质、低调奢华的男女高级成衣、高级时装及饰品、家居纺织品。TANGY collection 倡导“崇尚自然、尊重自我”的精致生活,其平和、健康、美丽的设计理念 and 简洁的设计风格深受国内外各界精英人士的喜爱。

盐田国际创意港的新业态

本届深圳文博会上,盐田国际创意港是盐田主推的带动产业转型升级的重点项目。盐田国际创意港提出“文化创意+电子商务”的双轨产业融合模式,创新了文化产业发展业态。而这与第九届深圳文博会突出文化新业态培育不谋而合。“文化+科技、文化+金融、文化+旅游、文化+创意”等产业业态加速了文化产业的蓬勃发展,而盐田国际创意港推出的“文化创意+电子商务”,对产业业态进行的新探索与实践,有望推进创意文化产业与电子商务产业在盐田的跨越式发展。

盐田国际创意港是盐田今年唯一深圳文博会的分会场。5月14日开园之后,创意港迎来了中德创意设计产业合作平台签约仪式、首届“文化+电商”国际高峰论坛等8项主题活动,邀请了德国慕尼黑工业大学工业设计学院院长 Fritz Frenkler、国际工业设计联合会(ICSID)主席李淳寅、清华大学美术学院院长鲁晓波、中国工业设计协会常务理事杨向东等20多位国内外专家、学者参与分会场活动,共商盐田产业发展大计。

盐田国际创意港以设计创新整合制造、科技、销售的新模式和以创意文化为内容,以电子商务为新市场平台的电子商务发展大计。

“文化创意+电子商务”双轮驱动的产业新发展新业态。一方面,它瞄准国内外大型知名物联网、互联网和电子商务龙头企业,吸引其在盐田落户发展;另一方面,引进国内外文化创意机构、企业及创意大师级人物,形成盐田创意文化智库。通过以上两方面,提升盐田产业层次,形成核心产业板块。同时吸引配套服务企业入驻,在创意文化与电子商务核心板块的基础上,形成集聚效应。利用后发优势,在盐田形成互联网集聚产业群和创意文化产业集群,通过对产业链的完善,抢占电子商务产业和创意文化产业发展的制高点。

盐田国际创意港作为带动盐田区产业转型升级取得重要突破的新举措,由始建于上世纪80年代的田心工业区改造而来。原工业区内遍布服装、珠宝、印刷等低端劳动密集型产业,企业经营粗放、产值较低。如今,产业园的成功改造必将扩大田心工业区改造的示范效应,引领和带动其他老工业区的改造和转型,掀起盐田产业转型升级的新高潮,推动城区整体功能和面貌实现根本性转变。

盐田国际创意港项目既符合深圳市推进互联网、文化创意等新型产业发展的战略部署,又符合盐田区发展的战略布局,将成为盐田区产业转型升级的示范标杆。此外,通过打造盐田国际创意港,吸引高端人才集聚,提升城区面貌,有利于促进盐田经济社会的转型,吸引“电商+文化”等高端人才的集聚,有效提升城区人口素质,显著改善城区面貌,提升城区品味,推动盐田加快向现代化、国际化、先进滨海城区迈进。

深圳市罗湖区在“建设国际消费中心”进程中,大力发展珠宝、工艺、动漫等优势产业,带动文化创意产业消费提升,拉动罗湖经济的新增长。

据罗湖区文产办提供的资料显示,近年来,文化创意产业对罗湖经济社会发展的贡献逐渐加大,“十一五”以来,文化创意产业年均保持两位数增长。

“国际消费中心”文化产业向集聚化发展

作为深圳经济特区第一个建成区,罗湖区有着“一半山水一半城、一半城里是商城”的美誉。总面积78.36平方公里,城区仅34.78平方公里,绿化覆盖率64.45%;产业面积1400多万平方米,其中700多万平方米是商业或商业办公面积。2012年,罗湖实现本地生产总值1300亿元,社会消费品零售总额817亿元,辖区税收收入(不含证券交易印花税)302亿元,居民人均可支配收入达到4.2万元。自2010年深圳市提出《罗湖先行先试建设国际消费中心行动计划》以来,罗湖在“建设国际消费中心”进程中,按照“文化强区”战略部署,将优化全区产业结构作为重要抓手,以金融、商贸、黄金珠宝、文化创意四大支柱产业为基础,重点扶持发展文化产

业,通过产业结构的不断优化升级,形成以创意设计、高端工艺美术及动漫设计为主,辅以外非物质文化遗产开发、文化信息服务的健全的文化产业体系。罗湖文化产业集聚化特色明显,形成“文化+科技”、“文化+金融”等发展模式。目前,罗湖拥有1个国家级产业园区(深圳古玩城),1个“广东省文化(创意)产业园区”(深圳国家动漫产业基地),9个“深圳市文化创意产业园”(满京华艺展中心、笋岗工艺城、水贝珠宝项链街区等),8家“深圳市文化+旅游示范园区”。截止2012年底,罗湖文化创意企业达2055家,包括深圳市广田建筑装饰集团股份有限公司、深圳市柏星龙创意包装股份有限公司、八马茶业等一批有影响力的文化创意企业。



文化助力罗湖国际消费中心建设



集聚效应加快产业向高端化迈进

深圳市黄金珠宝产业集聚基地,以罗湖水贝珠宝与田贝东方珠宝为主基地,诞生于2004年,目前已集聚了1300多家法人珠宝企业和近2000家个体工商户,10多个黄金市场,汇集全国七成以上的黄金珠宝加工、贸易企业,年交易总额1000多亿元,成为全国黄金珠宝首饰的生产制造中心、信息交流中心和展示交易中心,形成了国内规模最大的集研发设计、制造生产、展示交易于一体的

珠宝产业集群。5月16日,深圳珠宝总部经济大厦奠基仪式举行,这标志着水贝珠宝集聚区正式从传统的加工业向珠宝总部经济形式转变,也预示着水贝珠宝集聚区向国际化珠宝舞台的进一步迈进。深圳珠宝集聚区模式为整个珠宝产业的发展提供了丰富的可参考经验。高端化发展、完整的产业链、环环相扣的精细分工,这种行业聚焦、空间集中的发展策

略的珠宝“集聚模式”有力提升竞争力和区域优势。上届文博会,以水贝和田贝片区的珠宝集聚区和深圳工艺美术集聚区成为文博会分会场,被评为优秀分会场,并作为成功经验推广到全市。第九届文博会期间全市集聚区分会场由去年两家增加到六家。其中罗湖区在以往的基础上推出了梧桐山艺术小镇分会场,是文博会创办以来首次以集聚形式推出的非

政府扶持助推罗湖产业转型升级

在改革开放30年的重要历史节点上,深圳市委、市政府正式赋予罗湖先行先试建设国际消费中心的新使命。当前,罗湖正全力推进以城市更新为重要内容的国际消费中心建设,大力发展文化创意产业是重要举措之一。未来10年,罗湖将对笋岗—清水河、“金三角”、水贝—布心、莲塘、深南东等五大片区进行城市更新,新增产业空间1500万平方米,相当于在产业体量上再造一个“罗湖”,这必将为罗湖发展文化创意产业提供广阔、更高端的产业空间。为加快发展文化创意产业,

2012年出台的《罗湖区产业转型升级专项资金扶持文化创意产业发展实施细则》中,对于文化创意产业的发展提出了详细的扶持政策,明确了文化企业引进与培育、园区(基地)建设、企业办会与参展等多方面入手,全面帮扶从事文化产业创意开发、生产经营和中介活动的企业和个人等内容。在园区(基地)建设方面,明确规定对文化创意产业园区(基地)内享受深圳市产业资金扶持的公共技术平台和公共服务平台项目,按照50%的比例给予一次性配套资金支持,最高扶持额度不超

过200万元。对于目前企业渴望宣传,但经费又有限的状况,罗湖区委出资并创建了“罗湖社区家园网”。作为一个开放式的营销平台,家园网深受广大市民支持和喜爱,据罗湖区网管办负责人介绍,目前家园网的日点击量已达到5万,已经成为深圳市民和各大媒体了解罗湖的重要窗口。正是在罗湖区政府的大力扶持下,近年来罗湖区诞生了如深圳市广田建筑装饰集团有限公司、深圳市柏星龙创意包装股份有限公司、八马茶等一批有影响力的文化创意企业。(陈一锋 施维维)

链接: 第九届深圳文博会 罗湖分会场亮点

- 1.深圳珠宝集聚区:举办2013深圳时尚创意珠宝发布会暨答谢晚宴,深圳独立设计师原创作品图片展,“彩宝新娘”时尚文化周等一系列珠宝盛宴等活动,并举行深圳珠宝总部经济大厦奠基典礼。
- 2.深圳国家动漫产业基地:举办“第二届动漫嘉年华”系列活动,七大主题品牌体验馆活动,原创明星漫画家见面会,COSPLAY同乐会,DIY动漫拼图活动等28项活动。
- 3.梧桐山艺术小镇:将有热贡唐卡非遗馆、吉州古窑非遗馆等来自全国各地的非遗馆组团展示。可以在“吃的非遗”工作坊体验自做石磨豆腐、潮州手打牛肉丸;了解香云纱产业研究10年发展历程,欣赏香云纱旗袍发布会等。
- 4.深圳古玩城分会场:共有来自两岸四地的参展商家500余户,展会涵盖了古玩、玉器、世界百大珍稀葡萄酒、瓷器、民间工艺、茶文化等内容,以“传承国粹艺术、弘扬传统文明、推动创意文化”为主题,推出五大主题活动。
- 5.深圳工艺美术集聚区:主营高端工艺品、家居饰品、古典家具等,产品品种上万个,囊括了全国80%以上的知名工艺家居品牌,是华南地区乃至全国最重要的高端工艺美术品集散地。