

2004年是深圳市龙岗区大芬油画村发展史上具有里程碑意义的一年。这一年,文化部授予大芬油画村“文化产业示范基地”金字招牌,大芬油画村成为首届中国(深圳)国际文化产业博览交易会首个也是唯一的分会场。凭借独特的产业模式,大芬一举成为中国油画产业发展的旗舰基地。以此为起点,10年来,大芬快速发展,已成长为有着1200多家门店,产业从业人员超过2万人,以油画为主、附带书法、雕塑、刺绣等艺术品及其他艺术衍生品经营,上下游产业链较为完善的文化产业基地,成为深圳乃至中国文化产业发展的品牌。

2013年12月28日,在深圳龙岗区委、区政府的高度重视下,“大芬十年”专家座谈会在大芬举行。文化产业界的专家学者与大芬产业协会、美术协会等业界人士,共同为大芬的发展建言献策。

“后大芬时代”大芬再前行

——“大芬十年”专家座谈会观点摘要

中华文化促进会副主席、文化产业(中国)协作体执行主席王永章：

这次文化产业协作体第二次专家委员会到大芬召开座谈会,其中一个重要任务就是完成调研、考察,为大芬未来的发展建言献策。我是2002年开始关注大芬的,那时《光明日报》发表了关于大芬的一篇文章,讲1989年香港画商黄江来到了大芬。大芬早期发展得也很好,但在国家层面被关注,实现跨越性发展应该是从2004年成为深圳文博会分会场到现在这10年时间。大芬不仅仅是深圳大芬了,而是中国文化产业发展的一个缩影,也是中国文化产业的一张非常亮丽的名片,所以我认为研究大芬的发展就是要站在中国文化产业发展的全局,帮助大芬出谋划策,共同发展。我们有几个专家来过大芬四五次,但是这次来了以后大家都逐渐感到大芬变了,不管是环境还是氛围,变得更好了。



王永章

中国社科院文化研究中心副主任章建刚：

大芬的发展涉及两个问题,一个是艺术家的发展,一个是当地居民的发展。我们现在不仅要从艺术家的角度出发思考大芬发展方向,更要从这个村庄的本身出发去思考。我们要先设计我们的未来,然后才知道我们的产业怎么去发展。大芬村的画目前主要占据欧美的低端市场,我们也不愿舍弃它,但同时更要提升大芬油画市场的规范性和美誉度。我们地方政府要多多关注刚出名或者是即将要出名的艺术家,以及中等价位的作品。同时,我们要研



章建刚

四川大学文化产业研究中心主任蔡尚伟：

我有三句话,大家的大芬,电商的大芬,连锁的大芬。所谓大家的大芬,第一就是艺术大家的大芬,这是我们未来的目标,必须转型。第二个大家的大芬就是大众的大芬,大众的大芬是我们的基础,大芬的画可能更偏时尚路线,这是它区别于其他城市的竞争优势。特别是现在全国处在城镇化的浪潮中,这是我们最大的市场,未来10年的城镇化是我们大芬村的主打。再一个10年就是高端的10年。我觉得不急于综合化,也许综合化就失去了特色、失去了我们的竞争优势,现在还有空间没有挖掘够,所以我们可能有很多高端的基因,高端人才在这10年内要怎样转型升级、发挥作用,这个很重要。我们有这个基础的话,品牌化的工作、大众品牌的推动工作,实际上还有很多空间可以做,大量的活动策划,包括文化评论、艺术评论,也是品牌推广的方法。



全国真正具有政策优势甚至包括保税问题,能否考虑这种政策优势,成为电商的一个最大平台,电商的大芬也可将之作为一个重点。

大芬现在面临很多问题,来自很多地方的群体竞争者是不可避免的,怎样把竞争者变成合作者?也是要考虑的问题。因为与其抗争,不如谋求合作。怎样通过联手大芬,把大芬变成一个家庭的、商旅的连锁供应商,用这种方式去发展,需要花一些时间去调研、去设计。

深圳大学副校长兼文化产业研究院院长李凤亮：

第一,我认为还是要做强油画,提升特色性。若空间有限,可以模式输出,选择别的地方来进行,但不管在什么地方,必须要和大芬发生联系。

第二,建议要拉长产业链,利益多元化。大芬目前主要问题还是产业比较单一,重要的是成熟模式。大芬油画不光外卖,也可内销,包括国内中产阶级市场的兴起,但若只卖画,那么大芬永远只能是现在的大芬,应有转型升级的过程,包括旅游、培训,都可以拓展,要让深圳市民把大芬当做周末的好去处,要求配备有特色的餐饮、住宿等配套设施。此外应把大芬油画发展为深圳特色的旅游产品,要让大芬形成“来深圳一定要带几幅大芬油画”这样的共识。

第三,要优化小环境,拓展新空间。小环境包括硬环境和软环境,村里要怎么做,因为有空规划和改造的问题,受到很大限制,也存在空间优化的问题。

第四,要强化科技感,培育经验。大芬的产业是传统的,但并不是说不能跟科技结合。实际上我们是可以做的,从营销管理的再造,包括网上大芬,油画家电的模式是可以发展的,电商模式是可以的,可逐步在油画基础上培育出新兴文化业态,这是非常重要的。我们



也可以成为国家文化创意研究中心的第一个油画业态。

第五,打造新平台,带动新媒体。大芬现在已是一个品牌了,但市中心的人一想到大芬就是下乡,就是一个很传统的形象,我觉得无论对深圳人还是外地人,都有一个形象提升的空间。要让他们想到大芬就兴奋,周末来一个游客就往大芬带,觉得很有面子,大芬应该是一个可观察、可消费、可提供空间的好去处。现在有油画博览会、艺博会,有展览包括交流平台,应该加强和国家有关部委和行业协会的联合,真正创造一些有大芬名号的、够立足大芬的亮点,要给大芬搭出一个平台。

兰州大学西部文化发展研究中心主任彭岚嘉：

一是业态扩展方面。大芬油画村现在已经不仅仅是油画了,有中国画、有刺绣,还有一些雕塑和工艺品。那么将来可以在美术工艺品这一块做一些扩展,因为我们有很好的市场,尤其像外贸这个市场。我们中国地大物博,尤其是我们的民俗、民间的工艺品非常丰富,各个地区都有非常有特色的东西,如果把这个市场打造起来,如果我们作为一个中转站,我们的市场将会非常广阔。

第二个问题是人才问题。一个是引进人。我们现在跟全国美术院校的师生联系不太多,实际上我们可以跟他们多建立一些联系,可以建立一个实习基地,他们可以到我们这边来实习一段时间,还可以留在这边。我觉得也可以建立一个培训基地,我知道城市美术学院报考的人很多,这个市场非常大,而且这些人才培养的过程是需要投资的。如果要建高校,要由教育部和各



个部门去批,是非常艰难的一个过程,而做培训,本地就可以批。第二个走出去。不仅仅是我们向国外推销产品,大芬村的文化产品应该是市场化的推销,这种推销不仅仅是向国外,而且也可以对准国内,这对提高艺术品的消费市场有很大帮助。

中国传媒大学校委会秘书长卜希霆：

我要讲三点,一是大芬现象来自于一个机械复兴时代的手艺价值,其实大芬完全把人工的概念凸显了,它是人做的,是原生态的东西,这是它的手艺价值。我们看过很多作品,很多惊艳的作品都被复制过。这些复制者本身也是大师,他们也在临摹,临摹之后也在销售。包括现在世界上拍卖的东西有些是临摹的、复制的。从这个角度来讲,不管怎么样它是一门手艺。所以我觉得对大芬来讲它能存在,能在世界市场上受到认可,也来自于对这种手艺价值的承认和尊重。很多人来购买也因为这是原生态的手工艺,有油画的质感。但有的东西就只有机械的概念,没有人工的概念,对消费者来说就想要人工的、原生态的。当然还有科技的、其他衍生的一些概念。所以应继续探讨手工艺的概念。在这个过程中如何增强我们工艺大师的文化价值?即便是一个工人,他也是一个有内涵的工人,他的创造,包括很多原生态的东西,要去挖掘和提炼。毕加索之所以能够成为全球顶尖的画家,实际上跟他家族的包装有很大关系。

二是最近中央刚开完城镇化工作会议,其实对于大芬来讲,也要去提炼在新型城镇化背景下城中村转型的经验 and 意义。新型城镇化最核心的就是以人为本。对大芬来讲,如何去挖掘在这里的所有创作者包括复制者的这种生存状态和未来的发展,这是我们要切



实考虑的。我们现在谈的是10年,其实也许我们考虑的是20年、30年甚至百年,这个村子依然以“大芬”这样一个美名长远留存。这里村民的生活也是重要的一个方面。另外刚才讲到空间的问题,我们要在目前的空间中去挖掘,要打造一个立体化的概念,实现产城一体。在城镇中通过产业作为支撑,所有村民都能在这里有产业、有经济来源。从这个概念讲,大芬村的文化治理方面,需要做文章,它不只是一个村容村貌的改变,更要建立大芬村文化自治的概念。

三是在国际化背景下文化创作的问题。未来的电子商务确实可能对现有的集中销售模式产生很大冲击。前一段时间中关村很多电子市场都已关门,对大芬一些实体化的产业模式可能会有冲击,所以要提前考虑一些国际化的运作模式、产业运作模式。

山东大学中国文化产业研究中心常务副主任管胜锋：

我认为,一是大芬品牌的保护。我想大芬村、大芬文化、大芬艺术,这些产权到底属于谁?是否对品牌有一个保护作用?在这个基础上,人家很多都是国家地理标志产品,那么我们是不是也可以注册,保护好这些品牌?少林寺小小的空间就可以做得这么大,所以空间肯定不是问题,就像义乌小商品城,在北方也能去复制这个模式。大芬的品牌绝对可以做得出去,而且现在已经到了这样一个节点上。

在大芬的产业链上,我们是否可以有大芬的艺术酒店。我去过很多地方,他们的酒店都很有特色、很有主题。我们大芬艺术酒店是否可以做,是否可以推出去?我们有1000



多家企业,是否可以专门做网站,比如以整个大芬油画村的名义在天猫商城注册一个大芬旗舰店。可以通过这样的方式来推动我们的品牌建设。

四川省文化厅宣传信息中心、文化产业促进中心主任赵红川：

第一,我们要为大芬村这个品牌的推广设置一个标杆。大芬转型升级往哪儿走?下一个10年发展的标杆在什么地方、达到什么样的高度?

第二方面是品牌。在大芬村的品牌打造中,需要一个奖项。今天我们参观这个展览,大芬有这么好的品牌和市场认可度,是否可以设置一个大芬独特的奖项资源。我们要设立一个基金,这个基金需要国内外给大芬艺术油画产品一个杠杆,这是一个抓手。就是产业和艺术结合,形成一个核心的资源、要素和基金,可以利用国内外的一些资源。要在管理体制上创新,采用国外的理事会制度,把政府资源和艺术家的资源与艺术工作室资源整合起来,用艺术理事会的形式来统



筹,将有利于推动大芬的品牌化,同时使品牌的管理更加符合市场经济的基本要求,特别是有利于跨区域的整合资源,也有利于跳出现在资源的制约、土地的制约和供地的制约。

深圳特区文化研究中心学术总监毛少莹：

大芬就像一朵花,它是栽在深圳文化产业的这个苗圃中,深圳是它的土壤,所以我认为大芬的发展、大芬标杆的寻找和下一步的长期发展,应该放在深圳大的文化背景当中去考虑,不能只针对大芬本身。

大芬所在的布吉街道,是现在推行特区一体化和新型城镇化、城市转型升级的一个非常重要的区域。大芬未来的整个空间在目前非常有限的情况下,会面临新的改造可能。布吉街道能否做一个整体考虑,不仅仅是改造大芬村,有没有可能建成一个龙岗区的重要文化新区或是时尚消费区。因为现在布吉的文化中心、文化渠道都没有,现在大芬是一个很好的立足点,在整体的改造中可以把它打造成一个文化新区。



我认为大芬的定位要放下现有优势,同时跟别的艺术产业渠道进行沟通。建议在大芬增加一些项目,比如建立吸引游客参与式的、类似普通人学习绘画、体验油画创作过程的学习工坊,深圳目前还没有这样一个好去处。

上海交通大学国家文化产业创新与发展研究基地副主任胡惠林：

我是第三次来大芬,这次大芬给我一个比较强烈的印象是很干练、很从容、很自信。我第一次来的时候,它的街道比较脏乱差,也很拥挤,但是今天有了很大改观。大芬原本是一个小的自然村落,为什么在这10年间能够从一个自然村落、从空间有限的传统农耕文明社会进入到现在这样一个状况,成为在世界有声誉的油画生产工艺基地,其中有哪些经验值得借鉴?我觉得大芬的经验不仅仅对大芬未来的发展具有重要意义,对我们国家所有文化产业园区的转型都具有重要意义。很多园区会有一个悖论,艺术家进驻以后就会商业化,从艺术园区慢慢转型为时尚消费园区。我今天来了之后感到大芬没有走这条路,没有成为一个时尚的消费阵地,依然是大芬油画的生产和创作。大芬的经验值得学习,它避免了从一个油画生产基地陷入时尚消费基地的套路,这一点很重要。特别是2008年金融危机之后,它如何起死回生,



如何避免了转型的风险,这对其他文化产业基地有借鉴意义。

此外,油画产业对于改造和重建大芬原有的农业社会结构究竟起到什么样的作用,如果把这样一个更深层次的内容总结出来,是提供给中国其他园区的经验,也为大芬未来10年的发展提供一个比较清晰的脉络。

中国传媒大学文化发展研究院学术委员会主任齐勇锋：

我是第二次来大芬了。大芬发展到今天,转型还在继续。同时,在业态方面,由原来的油画到包含了雕塑等多种艺术产品的形态,正在转型过程当中。这个转型还没完,可以继续发展,发展潜力还很大。大芬原来的低端产业主要创造的是商业价值,而不是艺术价值。我觉得在转型中,应该把一些低端产业逐步向高端转型,成本增加了,低端产业必然出去,所以政府要采取一些措施,加快低端产业的淘汰,推动产品的升级换代,换成附加值更高的艺术品。大芬村要进一步实现产业化发展,也需要有一些产业发展的空间和市场空间。深圳有众多国家级示范区、试点,所以深圳面临非常好的发展机遇,大芬的发展问题要提升到龙岗区整个领域来考虑,作为龙岗区和深圳市的一个产业基地。可以考虑在深圳市的这个层



面,通过目前区域空间的调整做一些新的布局。对于解决人才问题,我认为还是应该考虑与美术院校合作,利用大芬本地良好的产业基础在大芬建立美术培训体系。

江苏省文化产业集团董事长、南京艺术学院文化产业学院院长李向民：

大芬村和宋庄不是一回事。宋庄是艺术家集聚区,而大芬村实际上生产的不是艺术品,主要是工艺品。从定位来讲,不能把大芬村拔高到和宋庄或者798同样的层面,它是一个生产基地,它本身有一个需要产业升级换代的问题。随着大芬经济和艺术水平的提高,我觉得将来没有必要刻意去留住从事复制临摹的画工在大芬村继续做,这种模式可以往更加边远的地区去扩散。大芬村需要一个产业和艺术的全面蜕变和升级,我不太赞同建更多画工公寓让他们留在这里,因为这一部分其实是价值增值能力极低的,将来可以往外面转移。将来留在大芬村的可能是更加具有创意的、带有更多创意和竞争力的生产创作。另外一批是与油画商品相对接的,比如贸易、物流、网络营销等,与这些相关联的可能会留在大芬村,



然后把大芬村的模式复制到其他地方去。我觉得可以通过推进艺术品的相关服务产业的发展,然后逐步把原来临摹这一块提出来,使它成为一个新型的大芬村。