

“光华龙腾奖”十周年颁奖盛典在天津举行

本报讯 (记者蔡萌)日前,由中国创新设计产业战略联盟、北京光华设计发展基金会联合主办的2014(第十届)“光华龙腾奖”颁奖盛典在天津举行。

中国创新设计产业战略联盟会长、两院院士路甬祥,中国留学人才发展基金会理事长马文普,中国工业设计协会会长朱焘,国务院参事、中国科学院可持续发展战略研究组组长牛文元等出席了颁奖典礼,共同见证了2014中国设计贡献

奖金质奖章、银质奖章以及第十届中国设计业十大杰出青年等奖项的产生。

此外,在今年的颁奖盛典上,光华设计发展基金会的注册品牌“设计瑰谷”也正式落地天津东丽湖区,这被视为在国家京津冀一体化协同发展战略下创新设计与区域经济融合发展的又一典范,将对提升区域产业价值、推动经济可持续发展起到更大的作用。

北京国际电影音乐节聚资源推新锐

本报讯 (记者胡芳)首届北京国际电影音乐节日前在北京中央音乐学院举办,推出“大师班讲座系列”“电影音乐创作与教育峰会”“多媒体电影音乐会系列”“青年作曲家发展计划”4个板块。北京国际电影音乐节是由中央音乐学院主办的大型电影音乐及音乐科技的学术活动,今后将每年举办一届。

除了“大师班讲座系列”安排的10余场大师讲座和交流之外,作曲家金培达等在“电影音乐创作与教育峰会”环节现身说法,就电影音乐创作、教学、科研领域进行对

话和交流。

音乐节期间,中央音乐学院音乐厅还上演多场多媒体电影音乐会。开幕式的《盛光交响》多媒体电影音乐会和闭幕式推出的《年度青年作曲家发展计划音乐会》格外醒目。“青年作曲家发展计划”由北京国际电影音乐节发起创立,致力于整合影视投资人、影视导演、制片人、作曲家等社会资源,每年帮助、支持一位尚未创作电影音乐或者在电影音乐上崭露头角的优秀青年作曲家,通过音乐会的形式对他们进行扶持和鼓励。

《我爱寓言》将开启2015年巡演

本报讯 (记者于帆)儿童多媒体音乐游戏剧《我爱寓言》刚结束在国内20个城市的巡演,就马不停蹄地计划起明年的第二轮巡演。2015年2月7日至8日寒假期间,将在北京保利剧院连演3场。

《我爱寓言》是首次由中央电视台7位主持人一起主演的多媒体游

戏剧。在今年的巡演中,7位主演的主持时间跨越3个年代,因此不光得到了小观众的喜爱,还引发了一批“70后”“80后”的回忆热潮。剧中主演鞠萍表示,主创们有责任给现在的孩子们留一些好作品,儿童剧的作用是要传递给孩子正确的、与时代接轨的人生观。

国际文化产业艺术创新投融资推介会举办

本报讯 (记者程丽仙)日前,以“导航市场 引领未来”为主题的国际文化产业艺术创新投融资推介会在北京举行。

本次推介会是第九届北京文博会的重要组成部分,由北京市文化局、北京市贸促会联合主办。除了重点项目签约仪式和项目推介之外,本次推介会还对一些文化产业投融资领域的热点问

题和现象进行了分析、讨论,如就经济新常态下的文化金融合作以及北京文化产业政策创新思路进行了解读;北京大学文化产业研究院副院长陈少峰、北京市演出有限公司董事长张海君等业内专家就小微文化企业投融资新模式、传统演出与互联网演出的深度融合等问题进行了发言和讨论。

《参考消息》文化艺术发展论坛在京举行

本报讯 (记者蔡萌)近日,由参考消息报社、国粹苑联合主办,上海大学中国艺术产业研究院等协办的“2014国粹苑文化艺术节——《参考消息》文化艺术发展论坛暨艺术品展览会”在北京举行。

论坛以“新时期中国艺术品收藏投资文化的提升”为主题,上海大学中国艺术产业研究院副院长西沐、罗宏才,台湾观想美术馆董事长徐政夫,中央财经大学法学院教授刘双舟等业界专家,就新形

势下艺术品收藏投资文化的发展态势、工艺艺术品收藏投资文化的塑造与发展、两岸艺术品收藏投资文化特点与借鉴,以及如何建构艺术品收藏投资文化等主题发表了专业见解。专家认为,中国艺术品市场的产业化、金融化进程在不断加快,对国内国际的影响力日益加深,市场呈现出多元化、个性化的趋势,相关法律制度与行业发展的规范化,将是产业规模化及长远发展的保障。

《契诃夫戏剧全集》在京首发

本报讯 (记者苏丹丹)近日,由上海译文出版社编辑制作的《契诃夫戏剧全集》总四卷在北京首发。童道明、濮存昕、任鸣等16位文化界名家相聚蓬蒿剧场,以阅读和分享的方式纪念契诃夫逝世110周年,致敬这位世界级文学大师。

近年来,在中国话剧舞台上,《万尼亚舅舅》、《海鸥》、《三姊妹》等契诃夫的经典名剧频频出现,常演常新。据了解,关于契诃夫戏剧的中译本,此前国内出版过不少,

但皆以选集或单行本方式零散出现。此次上海译文出版社推出的《契诃夫戏剧全集》,将契诃夫的戏剧作品以全集的方式呈现,共有4本:《伊凡诺夫·海鸥》、《万尼亚舅舅·三姊妹·樱桃园》、《没有父亲的人·林妖》、《契诃夫独幕剧集》。此套全集的翻译焦菊隐、李健吾、童道明都是业内专家。此次出版,上海译文出版社将已经绝版的经典译本加以修订,重新呈现在读者面前,文集的每一卷还附有导读及译者撰写的相应副评。

2014佰汇国际琥珀节在京举办

本报讯 日前,2014百汇国际琥珀节在北京举办,吸引了数十家来自波兰等国的国际琥珀商参展,并有百余家国内商户加盟。

据了解,此次琥珀节由国际琥珀协会和中国珠宝玉石首饰行业协会联合主办,参展的琥珀涵盖了世界各地品种,均为天然琥珀,其中不乏世界知名品牌。同时,尊重

12月11日至14日,以“推动文化创新 促进产业融合”为主题的第九届北京文博会在京举办。据不完全统计,本届文博会期间,共签署文化产业产品交易、产业园区建设和入驻等协议总金额1054.56亿元人民币。在亮眼的数字之外,我们还应当看到,从2005年至今,北京文博会已经走过9个年头。其间,北京文博会成长为不折不扣的文化盛会和助推文化产业发展的的大平台。而在9年之后的今天,在整个中国经济都进入转型升级的大背景下,在文化产业面临提质升级的挑战时,北京文博会也需要步入新时期。为此,针对本届文博会,本报特别组织了这两篇文章,目的正是为了体现出当下文化产业的“新”和文博会的“新”,希望对读者能够有所助益。

新常态下的文化产业“新”意

——第九届北京文博会侧记

本报记者 曲晓燕

自2005年举办首届以来,每年的这个时节,中国北京国际文化创意产业博览会都会如约而至。如今,北京文博会已经成为文化产业发展最新成果和趋势的常规化展示和发布平台,“新”几乎可以成为每届文博会的关键字。而今年的北京文博会更是在全“新”的形势下举办的一届展会:新常态已经成为我国经济运行状态的新定位;今年文化产业政策进入爆发年,文化产业发展向纵深领域挺进,与创意设计等融合发展的政策为文化产业拓展出了全新的发展领域。

在这一系列的“新”之下,今年的北京文博会通过密集的展览展示、交易、论坛、活动等将中国文化产业成果呈现了出来。于是,不论是在展场还是在活动现场,总能与新产品、新模式、新思路不期而遇,而这些“新”之间千丝万缕的联系,组合在一起便逐渐勾勒出了当下中国文化产业发展的“新”意。

融 合

文化与科技、金融、设计等的融合,既是近几年文化产业发展的动力源泉之一,也是我国文化产业向着纵深方向挺进的标志之一。不过,融合并不是单纯的叠加,而应是双向的互动,如果说文化产业在融合之初还没有能力与之互动,只是一种单纯的借力的话,那么在文化产业已经具有一定实力的现在,融合则呈现出了一种新的姿态。

12月12日,在本届文博会的活动之一——由北京市文资办主办的科技与文化融合产业项目合作推介会的会场外,几家参与推介的企业都设置了简易的展位推介自己的产品,其中大部分看起来都很有科技感,有的直接就像是IT展会上才会出现的产品。而在会场内,几家推介企业抓住宝贵的时间,向投资人、业内专家等介绍自己企业和产品的优势。以传统的眼光来看,这些企业可以称之为IT企业,也可以称之为设计企业,但他们都无一例外地强调自己文化企业的属性,在产品上则强调文化与技术、设计的融合。对此,一位现场点评的文化产业专家一语中的,“他们来参加文博会寻求投资本身就说明问题了。”

除了这样寻求投资的初创企业之外,经过几年的发展,北京文博会在促进文化与金融合作方面的平台作用也得到了显现。在本届文博会的重点项目签约仪式上,一直致力于为文化产业提供全方位金融服务的北京银行就给恒大音乐有限公司提供了额度为3亿元的授信服务,支持恒大将数字音乐运营理念应用于音乐制作、版权管理、现场演出等领域。

消 费

如果说在文化产业发展的初期,以投资拉动为主的发展方式不可避免,那么随着产业规模的扩大和实力的增强,文化消费逐渐走入了人们的视线。如何给文化消费者以更好的体验,如何让消费成为文化产业发展的动力之一,不仅是经济增长新常态的要求,也是文化产业

下一步发展的关键之一。而从本届北京文博会来看,这一新亮点也有所体现。

在历届北京文博会上,影视和视频网站部分的展台都因为其大众娱乐的属性,吸引到最多的观众。而且这部分展台往往也是科技含量很高的,新的观看模式和软硬件等往往让人眼花缭乱。但在今年文博会上,强调消费者的观看体验成了很多视频网站的主要关注点,很多视频网站都把自己研制的适用于各种屏幕的观看技术放在了最显眼的位置。一位展商告诉记者,现在在拼内容之外,哪家网站能提供最佳的观看体验也变得十分重要,和内容资源的整合相比,这是一种以消费者体验为导向的竞争思路。

说到更好的文化消费体验,不能不提到北京文博会的一大特色:台湾文创馆。作为台湾文化产业发展的特点,产品精细、注重消费者体验一直是其优势所在。在历届文博会的台湾文创馆,都找不到一味追求“高大上”的产品,有的只是精心的布展和精细的产品。不得不说的是,这些注重细节、实用性很强的产品往往很能抓住观众,以至于每次都有不少人强烈要求买走不得出售的展品。这种另类的“热闹”也为我们发展以更好的消费体验为导向的文化产业提供了一份“安静”的借鉴。

区 域

历届北京文博会都为其他省市的文化企业和项目提供了较大的展示平台,很多省市每年都精心组织企业和项目进京参展。在本届文博会上,西藏、青海等一直参加文博会的西部省份不论是从布展水平,还是企业和项目的专业程度上,都呈现出了不少新意。而以丝绸之路经济带、海上丝绸之路、藏羌彝文化产业走廊等为主打的省份,则体现出了文化产业发展的区域联动新优势。

在本届文博会上,记者看到,西藏、青海展台都展示了大量富有藏族文化特色的产品,与往年相比,这些产品无论是理念还是制作水平,甚至是参展人员的专业水平,乃至参展企业的设备都有了较大提升。同样来自西部的贵州省则侧重小型文化企业展示,集中了银饰、苗绣、蜡染等传统民族工艺展示,特别是其衍生创意产品。据介绍,目前结合了传统工艺和现代设计的文化产品制造业在贵州已经初具产业规模。

近年来,丝绸之路经济带、海上丝绸之路的提出,为我国区域经济联动发展找到了新的着力点。这种新动向在文化产业发展方面也有所体现。在本届文博会上,新疆就以丝绸之路经济带核心区文化能量的概念,展示了当地的特色文化产业和产业园区、项目等。海南也同样以海上丝绸之路的提出为契机,将当地国际旅游岛的概念与之结合,展示了具有特色的文化旅游产业和特色文化旅游产品。四川省则突出了藏羌彝文化产业走廊建设,展示了蜀锦、蜀绣等80余个具有浓郁地方特色、已经形成产业规模的特色文化产业品牌,更为可贵的是,这些特色文化产品和品牌已经在对外文化贸易中取得了不俗的成绩。

我逛文博会

本报实习记者 高庆秀

今年北京文博会开展的第二天,恰逢淘宝“双12”购物节,有人愿意逛网店当“剁手族”,也有人愿意走出家门逛文博会。上午9点半,在北京984路公交车上,有一半以上的乘客在静安庄站下车去了老国展,其中也包括记者。在老国展,放眼望去,不管是展馆内还是展馆外,到处人头攒动。去4号馆逗机器人,去5号馆看微缩北京,去8号馆看唐卡……在晴朗的冬日,文博会上的每一位观众都能享受到文化带来的惬意。第九届北京文博会到底有多热闹呢?还是随着记者到展馆内看看吧。

镜头一:体验产品人气高

“好疼啊,干嘛老打我。”在4号馆文化创意产业集群区展区内,一个奶声奶气的童音传来,吸引了记者的注意。不过仔细一看,说话的并不是孩子,而是一个不到半米高、银白色的机器人。它不仅会说话,还能与人简单交流。在这个机器人周围挤了20多位参观者,他们不时地伸手碰机器人的头或者是发出各种指令,让它唱歌、背诗甚至是跳舞。现场的工作人员介绍,这台家用智能机器人不仅能够陪孩子玩耍,还能承担一定家务,它身上有很多触摸感应器,基本上相当于孩子的小伙伴。

如果“挑逗”智能机器人不过瘾,没关系,沿着智能机器人展台继续往前走,就能看到海淀区展馆内中国



参观者体验C919飞机“试驾”



“微缩北京”景观



新疆特色文创产品受参观者青睐



北京戏曲学院展台前



广播影视展馆一瞥

与北京类似,台湾和西藏等地区传统文化展区也有不少参观者前来问询。1号馆二楼台湾文创馆施于婕线饰艺术工作坊展台前摆满了精美的线缠头饰和别针。展商告诉记者,所有饰品都是人工用金属线一点一点缠出来的,这项传统缠花艺术在台湾从明清时期就出现了,已经有几百年的历史,为了不让这项传统工艺变味,他们至今不接受大宗订单。“我们宁可少赚点钱,也不想让这门手艺失传。”在8号馆西藏展区有家企业展台上排着一些木板,从表面看有点像小型搓衣板。据工作人员介绍,这是西藏人练习书法的墙里,其中浓缩着藏文书法的独有记忆,经过他们的设计,现在已经慢慢变成一种装饰品。

镜头三:细微之处见设计

文博会大数据显示,文化创意产品展区是继体验产品展区与传统工艺品展区外的第三大人流聚集地。“这款名片盒的创意来自于获得红点设计大奖的‘上上签’牙签盒,它融合了清朝的官帽文化以及天坛穹顶的造型,寓意步步高升,而且在整个名片盒中共能放12张名片,寓意一年12个月。”在4号馆内,洛可设计集团的姚国静这样向参观者介绍公司的产品。这些设计也许看起来很不起眼,但是,正是这些小小的设计在不经意间改变着我们的生活。经过这一设计,一个普通的名片盒变成了一款售价达230元的高端产品。

除了企业带来的创意设计产品以外,各地博物馆也带来了自己设计的衍生品。在博物馆衍生品展览区内,记者看到了印有古字画的茶具、围巾、笔记本以及印有京剧脸谱的滑板车、冰箱贴、书包等各种衍生品。一位博物馆参展人员告诉记者,博物馆开发衍生品有一定优势,因为很多艺术品归博物馆所有,不需要向其他人购买版权。

对于8个展馆中1800多家国内外文化企业、上万件浩瀚的文化产品来说,为期4天的文博会太短暂了,现场有不少参观者在展馆内关灯之后才恋恋不舍地离开,他们都希望以后北京能有更多的文化展览活动。

本版图片均来自网络