

做文化与产业的“红娘”

——2018北京文创大赛观察

□ 韩业庭 袁晴

日前，在2018北京文创大赛现场，以比赛为媒，文化与产业互相吸引，携手前行，演绎了一场文化创意产业勃发突进的“产业升级秀”。

让优秀的创意“飞起来”

文化创意产业是一种以创造力为核心的新兴产业。文化创意产业，关键在于创意。

如何彻底放飞创业者的想象力？如何让各种天马行空的想法变为现实？开展了三年的北京文创大赛目的就是为各种好想法、好点子、好主意绽放光芒提供舞台。

经过层层筛选，464个项目完成了初赛路演环节的比赛。伴随着激烈的角逐，一批极富文化属性、同时兼具商业价值的优秀项目在路演中脱颖而出。比如，“文化风”十足的“仓海记”项目，是一个藏地文化体验连锁空间，以藏族历史文化人物仓央嘉措的人性和诗歌为主题背景，以传播藏地文化为己任，通过线上线下文化传播、活动体验等方式，打造最有温度的藏地文化体验。

传统文化创新、绽放文创

时代魅力的实例在比赛中可不止一个。古老的结绳技艺如何搭上创意的快车融合现代技法？结绳记项目用自己的行动给出了解决方案。“上古无文字，结绳以记事”，以结绳为载体，结文化为核心。结绳记以传统结绳文化为支撑，传承并研发100多种结绳技艺，产品辅以匠心独具的灵感，运用现代设计理念为消费者提供纯手工定制的艺术饰品。这种对传统文化做创新的优秀项目，凸显了文化特色和文创产业发展的高水平。

北京市委宣传部副巡视员、北京市文化创意产业促进中心主任梅松说：“文创大赛就是要发现更多优秀人才、优质项目，扶上马再送一程，将入围项目打造成为具有投资价值、市场空间和产业能力的优质IP，让一个初创企业，在大赛平台上一步步成长为创业瞪羚。”

为好项目“搭台抬轿”

优秀的项目通过比赛脱颖而出，如何能争取到这些项目成功落地孵化？为了广纳贤才，让优秀项目落户当地，北京各区也都使出了浑身解数。各区不甘示弱，纷纷“开高价”“下血本”，

积极打造各自的“梧桐树”，不引来文创“金凤凰”誓不罢休。

通州区文促中心表示，通州将主动对接优质服务资源，提升精准化服务水平，针对文创企业所重点关注的政策、法规、金融、财税等热点问题，及时把通州区及北京市的相关政策和服务切实送进园区、送进企业。

顺义区委区政府高度重视文创产业发展，也对本届文创大赛顺义区分赛场设置了专门的配套大礼包，用于吸引、培育和孵化优秀创业企业落户顺义。顺义区委宣传部副部长李胜建表示，今年起，顺义每年将拿出不少于3000万元的专项资金，联合第三方机构，形成不低于6000万元融资服务资金的规模，帮助文创企业解决投资难、融资贵、融资慢等问题。

作为首次自主举办文创大赛的怀柔、平谷、密云三个区，同样摩拳擦掌，投入这场“人才争夺战”。他们力求突出本区域特色，办出自己独特的风采，并为优秀的创业者提供奖金、政策、证书等多种形式的奖励。其中，怀柔区还将为获奖项目提供“创业大礼包”，给予政策、媒体等方面的帮助，促进项目发展和落地。

此外，本次大赛设立了文创专项投资基金，邀请银行、投资机构等社会资源强势加入，搭建“北京文化创意大赛投融资服务平台”。这些使银行及专业投融资机构能够以合作的形式加盟大赛，为参赛企业和项目提供专属金融服务，更标志着大赛创业服务在投融资领域的全面升级。为了充分发挥北京文化创意大赛推动创意、聚合资源、发现项目、留住人才的作用，本届大赛还为参赛项目提供了完善的系列赛后服务。

“文创大赛是平台，是磁场，是引擎，是红娘。文化价值和商业价值是文创大赛关注的重点。”梅松说，“希望通过文创大赛，文创产业及从业者都能得到更好的成长机会。”

引领文创产业良性发展

投资平台重要，智力平台同样重要。为更好地发挥平台作用，本届文创大赛特别邀请了各高校教授、行业专家、政府部门相关行业的领导作为专家评审团，对参赛项目进行现场点评和辅导，并邀请企业创业导师以及投资专家作为创业导师团，在比赛现场直接对投资需求提问，选拔优秀项目作为

备投资企业。

本届文创大赛评审于丹认为，优秀的文创项目首先应该是遵循内在规律的好创意，更重要的是要转化成服务于生活的产品。文创要借助创新激活文化的潜能，要把创意和产业规模融合起来，给优秀项目提供孵化和保护的机制，让其真正能造福生活。

在文创大赛PK现场，优秀的创业项目非常多，如何寻找清晰的商业模式？丰年资本公共关系及政府关系总监崔锐说，这需要创业者十分了解自己所在的行业领域，知道自己的创业项目今后的方向和定位，只有这样才能解决项目从策划到落地运营的差距。

作为项目的创业者，需要在不断提升自身团队的同时，不断引进外部的专业人才来补足自身在经营方面的短板。上海梦享文化发展有限公司联合创始人蔡励才表示，文创企业要依托国际上最前沿、最先进的商业模式，运用科技和理念来讲中国故事，表达中国的文化自信。北京开心麻花娱乐文化传媒股份有限公司总监宋静认为，本届文创大赛的一些项目能够抓住生活中的一些关注点进行细分，既有亮点也有独特性，具有较强的竞争力。

业内专家指出，这样的文化创意大赛对参赛者而言，得奖与否在其次，重要的是能接受媒体、投资人、各个行业专家的审视，行业前辈的意见甚至批评是创业者平时很难接触到的，而这些“逆耳忠言”对推动创业者走出策划、走向实践具有重要意义。

根据《北京市“十三五”时期文化创意产业发展规划》，到2020年，文化创意产业增加值占北京市GDP比重将达到15%左右。梅松指出，大赛是优秀文化创意企业和项目展示、脱颖而出的平台，是政府部门、业界专家、投资机构和参赛企业对接交流平台。“我们还将持续为中小企业和创业者提供专场培训、主题展览、投融资对接、宣传展示、经验分享和互动交流等多种形式的服务。”



秦汉陶俑首次“跨越时空邂逅”

8月7日，由秦始皇帝陵博物院和汉景帝阳陵博物院主办的“跨越时空的邂逅——秦始皇帝陵与汉景帝阳陵出土陶俑展”在秦始皇帝陵博物院开展，该展也是首次以秦汉陶俑为主题的原创展。该展览旨在溯源识流，让民众从中感受到秦汉文化的传承、变化与发展。图为相隔不到百年的秦俑和汉俑“两两相望”。

张远摄

品 读

芋头的味道

□ 刘诚龙

晨起看芋，擎擎雨盖，芋张伞柄，清凌凌芋叶，铺陈开去，绿莹莹微卷，中间几颗露珠，似珍珠，滚动，跳动，朝霞照过来，含清气，蕴光色。

我家老屋居小高台，望远，不见碧水悠悠，但见青山叠叠，一垄田，一脉山；水一脉，田一脉；稻一色，芋一色。山脉与田垄交错，植物与天地交互。

田埂是分田的，田埂也是联田的。芋头多种田埂上。田里挖小渠，小渠两脚宽，渠里水潺潺，渠上芋排排，芋头便是这样植在田中。芋头不是田里主角，田里主角是稻谷。风吹过，稻花飘香，阔大的芋叶也随风展，土里土气的乡村，也有了诗情画意的浪漫。

我曾是芋头叶下的“小蛊

贼”。持一个破脸盆，卷一扎烂稻草，下到田埂水渠中，将那卷稻草横放渠之上，意在挡水——泥鳅会浑水跑掉，然后是双手如铲，铲泥巴，一轮一轮地铲，泥鳅被铲出来，捉上来，投入脸盆中。不过，会捉泥鳅的不这么干。腰带上系罐子，一丘丘田，走过去，见着手指头小洞，手指旋进去，泥鳅夹上来。赤日炎炎似火烧，不怕，脚下踩着的是渠水，头上遮着的是芋叶。

芋头土，芋头也雅。东坡先生蛮懂芋头妙趣，“当去皮，湿纸包，煨之火，过熟，乃热啖之，则松而腻，乃能益气充饥。”烤芋头的味道，松而腻，粉而糯。东坡先生这个吃法有点雅，不曾试过，我老家乡里吃法与之别样。煨之火，是一样的，只不过是连皮煨，也不曾湿纸包，连皮带芋，投诸柴火灶，

过熟，用棍扒出来，拍拍灰，手指一拨，芋头皮便轻松退去。

芋头能如红薯煨之火，煨红薯与煨芋头，味道难分伯仲，都香，都软，还都粉且柔。若煮起来，便衣分三色，食分五等。见煮红薯而旋走者，不知凡几。见煮芋头而蚁聚者，云集响应。苏东坡之子苏过，研究出一味煮芋头——“过子忽出新意，以山芋作玉糍羹，色香味皆奇绝。天上酥陀则不可知，人间决无此味也。”煮红薯，很难煮出人间至味来，煮芋头可以。

这或是芋头另外一样心性，与物随和，和生味。清朝李渔，许是没遇到好芋头，说芋头如白开水，“煮芋不可无物伴之，盖芋之本身无味，借他物以成其味者也。”芋头没味？芋头味道，人多感觉其香，所谓芋头本无味，或是芋头不霸道，心性淡然，

与他物处，谦让，柔和，融洽，低调，不抢功，善解人意。我乡有两道芋头菜，一者扣肉芋头。扣肉是爱出头的，其味浓郁得很，油气冲冲，芋头与之伴，不压扣肉味，只帮扣肉解腻。另一个菜是盐菜，盐菜腌制入坛，坛味深浓，芋头置上，盐菜搁下，文火慢蒸，芋头去了盐菜酸气与野气，盐菜变得醇正得多。

“玉脂如肪且柔，芋魁芋魁满载馥。”这里说的，我老家叫芋头崽，适合煨，当零食，适合煮，当饭食。当菜蔬，可是芋头崽，而是芋头娘。芋头娘是我老家叫法，学名叫芋艿，科学说法是：植株基部形成短缩茎，逐渐累积养分肥大成肉质球茎，称之母芋。母芋色泽深紫，剥开其皮，麻子多，色泽褐，不粉，柴火煨，清水煮，不出味，或还有点涩。

芋头娘，适合切片，与扣肉

与盐菜同蒸；适合切丝，加盐辣椒，加盐姜，加盐葱蒜，不煮，不蒸，要炒，大火炒，其味不粉，倒是三分筋道，有嚼劲；其味是蔬，转而有三分荤味，如吃肉一样。芋头娘大，电视上，我见过广西荔浦芋头娘，大如足球篮球，我老家芋头娘没那么大，饭碗大的样子。

煨芋头，或东坡所谓煮芋头，说的多半是芋头崽，挖出一兜芋头来，一串串，一个个的，一兜好多。芋头崽小，鸡蛋大，至多鸭蛋大，毛茸茸，剥开来，白白嫩嫩，滑腻如凝，玉脂如肪。别处的芋头，有无遍地种植？我老家好像是种得好玩，极少一丘丘田规模化种，田埂边上种一排，8、9月间，收获一半箩一簸箕，够了，不求卖，或还不指望芋头度日。

种芋，不求饱腹，但求尝味。这状态好。父老喜欢芋头娘，到其时，与稻谷同种，便是心存念想，让芋头娘生出许多芋头崽，生出好生活来。

今 雨 轩

文创产品成为景区盈利点

□ 王高超

旅游已成为国民经济的一个重要产业。旅游景区作为整个产业的重要环节之一，一方面得益于游客不断增长，而呈现出蓬勃发展的势头；另一方面，在全域旅游的背景下，也不断面临着如何提升游客体验、拓展新的盈利点等压力。未来，旅游景区的新增盈利点在哪里？笔者认为，景区产品供给要品质化，不断提升文化内涵和科技水平，把文创产品打造成景区盈利点。

文创产品是指依靠创意人的智慧、技能和天赋，借助于现代科技手段对文化资源、文化用品进行创造与提升，通过知识产权的开发和运用，而生产出的高附加值产品。景区文创产品挖掘属地区域的文化，带着地域历史与文化的因素，把景区特色活灵活现地展现在游客面前。

旅游产业包罗万象，文创与旅游业的融合有很多值得探索的内容。目前，境内旅游购物收入仅占旅游总收入25%左右，国外旅游发达国家和地区早已占到40%~70%。

近年来，一些景区充斥着品质不高、同质化严重的旅游纪念品，无法体现出景区的文化内涵、民俗风情及深层价值。这样的旅游纪念品已不能满足游客的需求，市场呼唤有内涵的文创产品脱颖而出。

2017年，北京故宫接待了1670万人次的游客，文创销售额达10亿元。由此可见，文创产品收入已成为了不可小觑的一部分。文化创意产业在

全球范围蓬勃发展，由此延伸出的文化创意产品以文化内涵为设计灵感，突破对文化表层的简单复制，启发人们发现产品背后的历史、人文、风俗等基因。

通过文化创意产品的传播，还可以让非物质文化遗产再次以物质形态真正地融入现代人日常生活当中，将对“非遗”的保护和传承起到重要的作用。这样的文创产品不但越来越受到游客们的欢迎，同时更能促进景区“高频消费”。

目前，文创产品的收入越来越高，已成为景区重要的盈利点，而未来景区也将更加依赖这样的文创产品，二者相辅相成，形成反哺的良性循环。那么，什么样的文创产品更适应时代要求？景区应该如何打造具有自己特色的产品呢？

首先，特色IP是形成品牌形象的重要元素，更是打造优质文创产品的灵感源泉与内容基础。其次，人性化的产品设计是发展的必然趋势，文创产品的人性化，与游客真情实感的互动将丰富文创产品的内涵，让文创产品更接地气。第三，细节将为产品增加“砝码”，别出心裁的细节设计将增加产品附加值。第四，具科技感的智慧化产品更符合年轻消费者的要求。

综上，笔者建议，政府对文创产业应更加重视并予以推动，依托景区大力发展文创产业，将挖掘出景区更多的价值，形成文创产业的聚集地，使景区和文创产业互相促进、相得益彰。

文化 资讯

中国(盐池)定点跳伞大奖赛在宁夏举行

本报讯 2018年中国(盐池)定点跳伞大奖赛日前在宁夏盐池县举行，来自湖北、河南、山西、江西、陕西等5省跳伞队和八一跳伞队共6支代表队参赛，100余名队员将在为期四天的比赛中展开角逐。

据了解，本次大奖赛由国家体育总局航空无线电模型运动管理中心、中国航空运动协会等单位主办，盐池县委、县政府承办。比赛设男、女个人定点，男、女集体定点和青年男、女个人定点等竞赛项目。

盐池县副县长边卡表示，盐池县将以本届比赛为依托，

举办丰富多彩的相关活动，这当中既有紧张而激烈的全国定点跳伞大奖赛、全国模拟飞行锦标赛，又有激情四射的哈巴湖星空露营音乐节、宁夏陕甘青文化旅游艺术节等。

近年来，盐池县依托完备的机场设施和得天独厚的净空条件，大力推动发展通航产业，并将通航与旅游、农业和体育等融合，成功举办了航空嘉年华、全国跳伞锦标赛等一系列国家和区域性的航空体育活动赛事，提升了“滩羊之乡·多彩盐池”的对外知名度和影响力，促进文化旅游等服务行业快速发展。

(邢纪国 马震)

书林写意中国画作品展在京举办

本报讯 日前，由中国美术家协会、中国美术馆、中国国家画院、中国艺术研究院联合主办的“书林写意——马书林中国画作品展”在中国国家博物馆举办。此次展览展出了马书林自20世纪80年代初期以来的创作，作品涵盖工笔花鸟、写意花卉和水墨人物等80组，共160件，较为全面地展示了马书林先生40余年来的创作历程和艺术造诣。

本次展览展出了马书林各时期的绘画精品，其中包括20世纪80年代的工笔花鸟画代表作《向天歌》，作品曾获“第三届全国青年美展”三等

奖；《弄春晖》入选“纪念建党60周年全国美术作品展”，并被中国美术馆收藏；《鹅鹅鹅》和《银梦》先后入选“第六届、第七届全国美术作品展”并获优秀作品奖。

马书林是一位卓有建树的艺术管理者，也是一位具有丰富精神内涵和高远艺术情懷，在中国写意画领域独树一帜的艺术家，具有强烈的个性色彩和卓越的创造能力，曾任中国美术馆常务副馆长、鲁迅美术学院副院长等职务。

据悉，本次展览在中国国家博物馆北2、北3展厅举办，展期至8月12日。
(龙春燕)