

正在举行的2018北京时装周上,“非遗”成为一大亮点。9月17日晚,2018北京时装周“亮相·王府井”分会场揭开了以中国风为主题的时装品牌秀演的神秘面纱。2018北京时装周“亮相·王府井”的主题是“东方时尚,让世界爱上中国”。

# “时尚+文化”助推北京时尚之都建设

2018北京时装周35场流行发布、3场论坛、3大主题展、5场赛事活动轮番上演,国内外150余位设计师的作品华美亮相

□ 本报记者 王健生

相约金秋,相约北京,2018北京时装周盛装而行。35场流行发布、3场论坛、3大主题展、5场赛事活动轮番上演,国内外150余位设计师的作品华美亮相,璀璨炫丽,溢彩流光。在这里,时尚文化与创意设计融合发展,传递出北京时尚文化的自信。

## 斑斓秀色 传递北京时尚文化自信

9月15日晚,北京时尚控股旗下的大华时尚以“华·梦”为主题,将设计理念与产品展示、视觉体验与创新营销巧妙融合,以华美的时尚视觉盛宴拉开了2018北京时装周的时尚大幕。同时,“华梦·文化展”也在太庙举办,以大华时尚的视角看中国改革开放的日益变化,尽显文化之美。2018年北京时装周是由文化和旅游部、北京市政府共同主办的北京国际设计周“时尚北京”板块,以及第

六届北京惠民文化消费季“时尚品味”板块的重要内容。

2018北京时装周组委会主任、北京时尚控股有限责任公司董事长吴立在开幕盛典致辞中指出,2018年北京时装周进一步聚焦全国文化中心和科技创新中心建设,在规模提升、内容升级的同时,更加注重激发时装周系列活动的文化内涵与创新活力,以“时尚+文化”助推北京时尚之都建设。

北京市商委主任闫立刚表示,北京时装周举办三届以来,涌现出了大批优秀的时尚设计师和时尚品牌,集中展示了北京时尚产业的发展成果,引领了时尚消费潮流。作为首都时尚业最具影响力的品牌活动,北京时装周搭建了时尚产业与品质消费的对接平台,以秀促展、以展促市,以品质消费引领带动时尚产业模式的改革转型,取得产业创新、消费升级的双赢效果。

北京市国资委主任张贵林指出,时尚产业是文化创意产业中最具活

力和魅力的重要组成部分,是把北京打造成时尚创意之都的重要支撑。北京时装周作为时尚产业的集中发布平台,自2016年创办以来,其发展速度、创新能力与时尚氛围在国内外备受瞩目,已经成为展示北京时尚文化发展水平的重要标志性活动,也为首都文化创意产业发展打造了一张靓丽的名片。

## 时尚闪耀 美与梦的匠心舞台

9月15日晚,北京大华时尚携“PURE TOUCH”“天坛”“无咎”三大品牌精彩上演“华·梦”概念大秀。深度挖掘64年积淀的经典工艺、企业文化元素和多品牌发展的转型特质,结合北京古都历史文化精髓,运用现代新工艺、新科技表现手法,呈现出一场传承、融合、创新的华美视觉盛宴,展现一代代大华人为实现个人梦想、企业发展和祖国繁荣努力奋斗拼搏的精神,以大华梦致敬祖国改革开放40周年,表达大华人心系中

华民族伟大复兴的家国情怀。

本场发布会运用流苏、数码印花、刺绣、珠绣、褶皱、手工造花等工艺,采用高品质真丝、重缎、欧根纱、涂层、蕾丝、网纱等面料,配以“华”字LOGO原创设计饰品,通过86套各具特色的华服,分“华·1954”“china·情”“1978·梦”三个篇章来展示“华·梦”发布会主题。

## 文化传承 新与蕴的“共谋”平台

文化的传承,依赖创新与沉淀的“共谋”,更承载着设计与产业之间深度耦合。本届时装周开幕式现场,北京电视台新闻频道于现场设立演播间,北京时尚控股新闻发言人顾伟达、北京师范大学文学院教授康震、北京时装设计师协会副主席马艳丽、中国服饰杂志社社长李满勋、北京大华时尚科技发展有限公司设计师张宇宸,围绕北京时装周的时尚文化传承展开深度访谈。

时尚产业作为城市发达程度的标志之一,是北京建设“文化中心”的重要发展课题,如何释放时尚的力量,绽放文化的光彩是行业乃至社会最为关注的话题,亦是北京时装周发展时尚产业所肩负的重任。

从以首都北京命名的时装周的诞生到短短两年间取得的成绩,从古都的文化基因到与国际接轨的时尚北京,知名文化学者、时尚专家、主办方与设计师从不同视角与维度谈及北京时装周在发展中提振北京自主品牌,成为首都重要的文化标志,助推首都成为时尚文化中心,在充满文化自信的世界时尚舞台绽放。

## 资源汇聚 潮流与科技的天成之美

北京时装周,在立足于国际化、品牌化、时尚化、商业化的专业化定位上,今年更加注重设计与商业、潮流与科技以及跨界元素的汇聚链接,提升平台价值与功能的多元化。

大美天成,千人共鉴。9月18日,海尔旗下国际高端家电品牌卡萨帝冰箱携手享有服装界奥斯卡之称的“金顶奖”获得者,两届“中国十佳

服装设计师”刘薇,将品质与美好寄予双方娴熟的设计语言,共同打造了一场主题为“天成之美”跨界发布会,成为闪耀本届时装周舞台的一大亮点。

作为期间的顶尖时装秀之一,刘薇的专场发布会作品藉由“江天一色”“向海而生”“天成之美”三个篇章入手,诗意的设计笔触和流动的艺术风格,呈现出天地有大美而不言的至臻意境和往返璞归真的氛围,与卡萨帝天成系列冰箱所诠释的自然美学、自然原鲜、自然体验的调性完美耦合,沉浸式的产品体验与设计大师的光彩交相呼应,令现场观众为之动容。

无雕琢不精致,无等待不惊艳。当双手抚过面料,指尖传来的不只是纤维细微的变化,而是穿过微风,掀起清泉,掠过冰雪,每一种材质都赋予作品一种独特的生命表征,让每一件作品有了自己独有的气质和灵魂。

刘薇表示,自己的很多设计灵感都和自然密不可分,多年来通过独创的浓以淡消,淡以浓醒的设计手法,将时装面料肌理的情感气韵生动营造出来,融会于高级成衣的民族化和时代感中。这和卡萨帝冰箱所传达的“回归本源,尊享自然”的至高境界异曲同工。

作为今年的一大创新内容,2018北京时装周联手北京联合大学、铜牛高科首创时装周“时尚温度计”,在方恒国际秀场外的时尚大屏呈现出具有动态感的科技互联视觉效果。依托大数据实时勾勒2018北京时装周相关热搜动态,通过极强的内容时效性震撼呈现2018北京时装周的传播价值。

9月19日,在北京联合大学商学院举办的以“新时代品牌的传承与发展”为主题的分论坛,牢牢抓住“中国品牌日”契机,研讨新时代北京品牌建设的创新思路,更紧扣北京时装周“给中国品牌一个把握时尚话语权的机会”的大主题。

坚持开放、包容、合作的理念,北京时装周以提升北京时尚质量为己任,打造以文化与流行之美、匠心与匠艺融会贯通为标准的中国品牌瞭望台,助推北京向时尚之都迈进。

# 中华文化要“走出去” 更要“走进来”

□ 范玉刚

中华文化要“走出去”,更要“走进来”,向世界传递中华民族的精气神和价值理念。当前,我国文化产品和服务的技术含量有待提升,文化与科技的融合度还需加强,依托技术创新的高附加值文化产品和服务占比较小,影视、动漫的制作技术与发达国家尚有差距。创意不足、原创性不够,导致有影响的拳头产品、品牌产品不多。

文化“走出去”的要义是建构国家形象与传播价值观,在价值共享中促进民心相通。因此,需要斟酌中华文化“走出去”的内容,扩大朋友圈和粉丝圈,讲究中国故事的国际表达,塑造融通中外的新概念、新范畴、新表达,形成富有吸引力和感染力的中国话语体系,让外国人不仅听得到、看得见,而且听得进去、看得明白。

发达的文化产业是文化“走进来”的基础。对于当今中国而言,要激励文化企业在内容产品上充分竞争,多出优质文化精品,不断坚定文化自信。尤其要鼓励以文化内容为核心资源的出版产业高质量建设,一些知名出版集团已经走出了以内容为核心、出版物为主体的版权贸易、原创图书出口、合作出版、国际组稿并举的文化“走进来”之路。其经验表明,文化企业实现国际化运营,一定要有文化生产、传播、消费的全球视野,这是对中国文化企业的严峻考验。

在复杂多变的国际形势和诸多不确定性因素影响下,只有以不断健全文化产业发展体系促进民族文化创新,以原创性文化产品参与国际市场竞争,不断扩大中国文化贸易的国际市场份额,以实力的增强扩大中国文化传播实效,在国家文化利益的拓展中增强中国文化的存在感,才能在中国文化主权的彰显中维护国家文化安全,为构建“人类命运共同体”提供实实在在的文化支撑。

以文化贸易推动中华文化“走进来”,旨在更好地了解世界了解真实的中国和本真的中华文化。提升文化贸易竞争力,需要充分利用国内市场优势,不断强化“内容为王”的文化产业特点,提升文化内容的品质和文化精品意识,逐步提高中国文化产品的国际市场份额;鼓励外向型文化企业提升国际化运营能力,配合国家“一带一路”倡议,向跨国公司转型发展;强化文化产业发展的融合驱动,带动相关产业发展。借助互联网技术的后发优势,实现互联网文化贸易和内容服务贸易率先突破,提升文化产业的国际竞争力;发挥中华民族优秀传统文化在国际市场的感召力,促进当代文化借势出海,扩大文化贸易的数量和规模;建立文化贸易溢出效益的反哺机制,以附加值形式拓展产业链。

实践表明,文化产业的提质增效发展、文化贸易竞争力的有效提升,必须增强文化产业发展的内生动力,只有使自己强身健体有魂,文化产业才能有效支撑国家“软实力”的提升,真正成为国民经济支柱产业。

文化艺术编辑部  
主任:王 志  
执行主编:宋若铭  
责任编辑:于 馨  
新闻热线:(010)56805161  
监督电话:(010)56805167  
电邮:whzk619@163.com

## 延伸阅读

□ 本报记者 王健生

新经济格局下如何挖掘北京文化基因,建设特色北京时尚之都?如何充分把握首都城市战略新定位,推动北京时尚产业与文化、科技资源的融合发展?如何拓展国际视野,快速提升北京品牌影响力和国际时尚话语权?日前,在故宫宝蕴楼举行的2018北京时尚高峰论坛上,北京市政府及行业领导、时尚界领军人物、教育界专家学者等就此展开了深入探讨。

北京市委副秘书长、宣传部副部长余俊生谈道,时尚产业作为最具魅力、活力、带动力的产业之一,是满足人民群众日益多样化、个性化、时尚化文化消费需求的重要途径,北京文化底蕴深厚、文化资源丰富,聚集了众多行业组织和领军企业,拥有多家知名时尚活动品牌以及751时尚设计广场等一批时尚产业集聚地,具有发展时尚产业的较好基础。

2018年北京时装周组委会主任、北京时尚控股有限责任公司董事长吴立表示,2018北京时尚高峰论坛的举办旨在汇聚智慧和力量,重点研究、探讨在首都功能定位重塑的背景下,在北京城市发展深刻转型的重要阶段,发展时尚产业、时尚经济,促进

# 汇聚智慧 激发时尚内生力量

2018北京时尚高峰论坛聚焦时尚之都建设,会上发布了《北京时尚产业发展蓝皮书(2018年)》

北京时尚产业的跃升发展。同时,围绕产业与文化相融合,从蓬勃兴起的创新文化、源远流长的古都文化、丰富厚重的红色文化、特色鲜明的京味儿文化中的汲取营养,并把这些融合共生的文化元素作为推动时尚产业发展的本源力量,而进行一些路径探讨,以“时尚+文化”助推北京时尚之都建设。

北京市经信委副主任孔磊从三方面表达了对北京时尚产业未来发展的期望:一是以时尚北京的旗帜为引领推进时尚之都建设,时尚北京是首都核心功能政治文化、科技创新与国际交往中心的诠释和演绎;二是以设计会展互联网+为主要抓手,推动产业转型发展,时尚已经成为服装纺织供给侧产品创新和需求侧消费选择的价值趋向,独立于生产和品牌企业的设计师、设计工作室、设计公司正在成为产业创新和大众消费服务的社会资源;三是发挥放大效应,营造引领时尚潮流的氛围。

“想要在全球市场占有一席之地,时尚消费市场就必须要有自己的优势。一要打造国际时尚消费品牌的前沿阵地;二要激发自主消费品牌的创新力;三要打造时尚消费品牌的展示和交易平台;四要拓展时尚品牌、时尚消费的品牌定义。”北京市商委主任助理卜立山建议汇聚时尚品牌凸显全球时尚消费市场的北京价值。

中国纺织工业联合会副会长,中国纺织经济研究中心主任孙淮滨从建设北京时尚之都还有发展时尚产业和非物质文化遗产的传承发展创新两者之间的关系发表看法。他表示,非遗传承首先需要传承人、设计师、品牌商、政府部门和媒体等相关机构形成传承链,推动非遗传承与发展;其次要把传统的工艺和现代的设计结合起来,生产出产品,形成一个产品体系,使时尚产业的发展融入传统文化和工艺元素。

清华大学互联网产业研究院院

长朱岩先生表示,未来服装产业将有三方面特性:一是移动性,二是参与性,三是智能性。产品具备了这三个特性,整个服装产业的运营模式也会发生根本性转变,盈利模式会变成多边市场化。

对于如何提升品牌形象,LBI集团上海有限公司总裁 Benjamin Bilteryst 认为,对客户有情感的触动才可以真正让这个城市变得更有活力和吸引力,这是品牌提升最主要的问题。

爱慕股份有限公司高级副总裁张礼强提到,只有细分市场让消费者体验高品质、有文化内涵的产品,才能带给他们更多的爱和美好的生活。

本次论坛还发布了两项重要成果,体现了校企资源整合,发挥了北京高校智力资源的优势。

由北京时尚控股公司与首都经济贸易大学联合发布的《北京时尚之都建设研究》成果,聚焦对时尚之都相关基本概念、基本理论进行总结,占