

香港回归20多年来,与内地的文化交流呈现出日益丰富、紧密、健康发展的态势,双方文化交流水平不断提升,文化艺术和人才培养不断融合发展,极大增强了香港同胞的文化归属感和爱国热情,也推动了中华文化在全球范围内的传播。

“醉侯”刘伶:说我是酒鬼 其实你不懂我的心

说起古代好饮酒的名人,李白估计是大多数人头脑中闪现的第一个名字。但实际上,除了这位“酒中仙”之外,还有一位“醉侯”,那就是魏晋时期的名士——刘伶。

文化时评

讲好自己的故事

姜泓冰

每年上海国际电影节结束前,都会怀着几分焦虑和失落,抓紧所有空隙时间,尽可能多看一场电影,因为一旦错过,也许会再见无期。即便是在今天这样网络视频泛滥的时代,还是有很多真正的电影人和别有趣味的电影,是在有限的院线排期里、在随大流的网络平台上无缘看得见的。

一部好电影,在一个封闭而固定的时长和空间之内,用一个好故事打动你,调动你,带领你脱离庸常的躯壳、日常的繁琐,让你身处群体中间却保有自我感受、独立思考,换个角度审视一下自己和周遭,越来越有必要却也越来越不容易。电影是这样的时光。更何况,好故事之外,它还会带给我们视觉震撼,揭示真、善、美,传递爱、生、死等永恒的价值。

感谢“一带一路”的国家倡议,本届上海国际电影节多了更多“一带一路”建设参与国家和地区的电影作品。33个国家和地区,至少有33种我们不熟悉的风景、人物、风俗、艺术表现乃至故事讲法,在全球化、现代化浪潮和千篇一律“炸鸡味”文化快餐中间,一下尝到这么多异域风味的米其林大餐,一把触碰到比走马观花几日游更真实更深刻的文化脉络,无疑是影迷的幸运、上海人的幸运。正如一位哈萨克电影制片人所说:“人是不同的,国家是不同的,语言是不同的。但人心是相通的,感情是相通的,电影是相通的。”

发掘、致敬经典和发现、培育新人新作,可以算是上海国际电影节成功、赢得声誉的“一体两翼”。感谢4K电影修复技术,以及所有慧眼识珠、能从历史积尘深处钩沉出时代佳作的电影节选片人们。近几年来,每一届上海国际电影节,都会有一些拍摄于百八十年前的老电影,用它们深刻、独特、前卫的影像故事,给21世纪的我们带来新鲜的体验。你会发现,短短百年电影史上,有太多沧海遗珠,在黄金时代的好莱坞大片之外,还有更多被淹没的电影大师、影像天才们的呼喊与细语,也许只有在电影节上,才能被看见、听到。

正逢新中国成立70周年,电影节上的经典影像,还是我们集中而系统地致敬先辈、回顾历史、省思当下的珍贵契机。

过了这个村,还有新的店。回顾历史、致敬经典,说到底,还是为了走向未来、创新创造;领略了全世界丰富多彩的好故事、好风景,更是为了正心诚意、戒骄戒躁。讲出自己的好故事,才是影人的梦想、影迷的梦想。从影片数量和票房市场取胜的电影大国,到让世界更多了解中国文化、留下穿透时代长系人心经典力作的电影强国,这一片“中国梦”,将与电影节共成长、共壮大、待圆满。

文化艺术编辑部主任:王志
执行主编:明慧 宋若铭
新闻热线:(010)56805161
监督电话:(010)56805167
电邮:whzk619@163.com

文化产业迎来加快发展“黄金期”

到2017年,全国文化产业增加值为34,722亿元,占GDP的比重达到4.23%

张玉林

受国务院委托,文化和旅游部部长雒树刚日前向第十三届全国人大常委会作国务院关于文化产业发展工作情况的报告。上一次全国人大常委会听取关于文化产业的报告是2010年4月。时隔9年,文化产业有哪些新的变化?这次国务院关于文化产业发展工作情况的报告又透露出怎样的新信息?未来文化产业将会走向何方?对比两次报告,答案跃然纸上。

文化产业的“亮丽成绩单”

十年磨一剑。走过探索、起步、培育的初级阶段,文化产业迎来加快发展的“黄金期”,呈现出朝气蓬勃的新局面,已成为调整优化产业结构、推动新旧动能转换的一支重要力量。

下面这组数字,清晰地勾勒出文化产业的“成长轨迹”。

从总量上看,2010年文化产业增加值为11,052亿元,占GDP的2.75%。而到了2017年,全国文化产业增加值为34,722亿元,占GDP的比重达到4.23%。我国已成为世界图书出版、电视剧制播、电影银幕数量第一大国,电影市场规模稳居全球第二。

每一个万亿元的台阶,都是文化产业值得标注的里程碑:从无到有,2010年文化产业增加值首次突破1万亿元,用了整整8年时间;此后,保持跨越式发展的强劲势头,从1万亿元到2013年的2万亿元,用了3年时间;从2万亿元到2016年的3万亿元,也只用了3年时间。

目前,文化产业增加值过千亿元的省(区、市)已有13个,其中,广东、江苏、浙江、山东等省超过3000亿元;文化产业增加值占GDP的比

重超过5%的省市有4个,分别是北京(9.64%)、上海(6.79%)、浙江(6.19%)和广东(5.37%),文化产业已成为支柱产业。

10年来,人们对文化产业的认知和理解也越来越清晰:文化产业是以文化为核心内容而进行的创作、生产、传播、展示文化产品和提供文化服务的经营活动,涵盖文化艺术、新闻出版、广播影视、网络文化等领域,涉及中央宣传部(国家新闻出版署、国家电影局)、中央网信办、文化和旅游部、广电总局等职能部门。宣传文化部门会同发展改革委、财政、商务、金融、科技、自然资源等部门抢抓机遇,出台了一系列举措,推动文化产业发展取得显著成效。

10年前,只有江苏、上海、天津、陕西等10多个省市设立文化产业投资基金或投资公司,“中国文化产业投资基金”也还在酝酿筹备中。而10年后的今天,全国有20多个省(区、市)设立由省级财政出资或宣传文化单位发起、市场化运营的文化产业投资基金或引导基金;创新财政资金使用方式,探索市场化运营模式,中国文化产业投资基金二期已呼之欲出。

10年前,我国全部海外商业演出年收入不到1亿美元,不及国外一个知名马戏团一年的海外演出收入。时至今日,文化“走出去”取得积极进展,2018年我国文化产品和服务进出口总额达1370.1亿美元,同比增长8.3%。演艺行业更是统筹国际国内两个市场、两种资源,扩大了市场份额和影响力:国际市场上,有《孔子》《马可·波罗》等精品剧目的巡演和《吴哥的微笑》《越南往事》等驻场演出;国内市场上,旅游演艺在5年内从187台增加到268台,增长了43%;旅游演艺观众人次从2789万人次增加到6821万人次,增

长了145%;旅游演艺票房收入从22.6亿元增长到51.5亿元,增长了128%,可谓“爆发式增长”。

战略作用进一步凸显

当前国内外形势复杂,贸易保护主义逆流来袭,中国只有做好自己的事情才能形成应对风险的能力,才能增强发展的底气,而文化产业能激活文化消费的大市场,能推动制造业转型升级,可以培育成为经济发展的新动能。

时光回溯到2008年的国际金融危机,我国经济下行压力加大,文化产业却逆势而上。国务院于2009年通过了《文化产业振兴规划》,要使文化产业成为应对国际金融危机的一个新增长点,标志着文化产业上升为国家的战略性新兴产业。

10年过去了,文化产业不负众望,顺应13亿人消费升级的大趋势,满足群众对美好生活的精神文化需要,全民族文化创造力被激发。雒树刚在报告中高度评价文化产业的时代价值:“对国民经济增长的贡献率不断上升,已经成为经济增长的新动能和新引擎,在促进国民经济转型升级和提质增效、服务党和国家工作大局、满足人民精神文化生活新期待、巩固和坚定文化自信、增强中华文化影响力等方面发挥了重要作用。”

一个时代有一个时代的使命,2010年那次国务院关于文化产业发展工作情况的报告,强调推动文化理论创新,深化文化体制改革,要着力“培育文化市场主体”,这是产业发展的基础。这次国务院关于文化产业发展工作情况的报告则更关注融合发展的新业态,更注重“文化+科技”的发展大势,通过促进创意设计服务与制造、建筑、信息、农业、体育、健康等产业深度融合,拓

展了文化产业发展空间,在融合中优化结构、提质增效。

文化的力量,深深熔铸在民族的生命力、创造力和凝聚力之中。10年发展的事实表明,文化产业正在融入国民经济的大局,扩大就业、服务民生的作用凸显:2017年,全国文化产业从业人员达到2138万人,较2004年的873.26万人增加了1.45倍。文化和旅游部门鼓励贫困地区依托特色文化资源发展文化产业,支持建设了一批具有富民效应和示范效应的文化产业集聚区和特色文化产业项目。例如,贵州实施文化产业扶贫“千村计划”,鼓励建设一批非遗保护性生产基地和体验展示街区,推动传统手工艺标准化、规模化和市场化,促进当地村民就业增收。

这次报告将为《文化产业促进法》的立法工作奠定良好基础。报告专门提到立法工作,聚焦“促进什么”“怎么促进”两个核心问题,围绕促进文化产业发展的关键环节和核心要素,确定在创作生产、文化企业、文化市场3个环节发力,在人才、科技、金融财税等方面予以扶持保障,营造有利于文化产业发展的法治环境。

正视问题为未来指明新方向

两次报告都直面文化产业存在的主要问题。

2010年的报告中,提到了5个方面的问题:文化产业总量还不够大、水平还不够高;文化产业集中度不高,缺乏骨干企业和知名品牌;政策、法规体系不健全,投入、人才保障不完善;文化贸易逆差仍然较大,文化产业“走出去”步伐有待进一步加快;盲目发展的苗头一定程度存在,规划、引导和调控有待进一步加强。

这次报告中依然提出5个方面

文化一线

老旧库房变身京工时尚创新园

以“文化+时尚”为基调,通过产品孵化、T台秀、艺术长廊、学校培训、公共服务配套等七大功能聚焦服务时尚创意产业

本报记者 王健生

北京时尚控股旗下京工服装集团有限公司联手贝壳普汇集团共同打造的J-park京工时尚创新园7月1日正式投入运营,成为丰台区首个时尚创意产业园。这是北京时尚控股推动老旧厂房转型文创、加快时尚产业布局、融入全国文化中心建设的又一重要成果。至此,北京时尚控股在北京城六区的所有生产仓储用地,均升级为聚焦文创、创意设计、高级定制时尚聚集地。

据了解,J-park京工时尚创新园改造前是京工集团自用仓库,房屋老旧,使用单一。近年来,京工集团紧紧围绕首都“四个中心”城市战略定位,主动疏解非首都功能,按照北京时尚控股集团的定位,加快文创产业布局,将老旧库房改造建设成为具有“柔性供应链”功能的时尚产业园区,打造专注于时尚产业,服务于南城文化发展的时尚园区。J-park京工时尚创新园以“文化+时尚”为基调,通过产品孵化、T台秀、艺术长廊、学校

培训、公共服务配套等七大功能聚焦服务时尚创意产业。从空间改造、品牌植入、孵化服务等全方位打造时尚产业共享平台,努力建设成为北京南城时尚创意产业新地标。

京工集团党委书记、董事长、总经理李耀东在接受记者采访时说,京工集团历经风雨近六十载,在不同的历史时期,经历了不同的发展转型期。回顾京工集团的发展历程,顺境和坎坷并存,在摸索中不断前行。京工集团旗下“雷蒙·1940”男装、“宫溢”女装高级定制品牌,通过精巧的设计,将传统文化“燕京八绝”之一的京绣元素融入服装服饰中,受到了众多消费者的喜爱,把服装真正作为文化创意产品,努力把服装打造成为文化创意产业的重要组成部分,为推动首都文化建设做出贡献。此次,京工时尚创新园的开启也是京工集团落实首都城市战略定位,主动融入全国文化中心建设,以文创产业园区为依托,推动运营模式创新,积极布局文创产业的一次重要实践。园区以聚焦、孵化、服务时尚创意产业为

核心,以品牌塑造为主导,为入驻企业和品牌提供多维度的全生命周期服务业态。

在开园仪式上,J-park京工时尚创新园与北京时装周公司签署战略合作协议,借助北京时装周公司专业化的时尚服务平台与首都乃至全国时尚行业具有较高的关注度和影响力,共同致力打造北京时装周京工时尚创新园分会场,实现资源共享、优势互补、合作共赢。

签约仪式后,来自北方工业大学建筑与艺术学院、北京服装学院和北京联合大学商务学院的校方领导分别为J-park京工时尚创新园进行了授牌。J-park京工时尚创新园将作为北方工业大学建筑与艺术学院的“中东欧国家高等教育合作研究中心”、北京服装学院的“大学生创新创业实践基地”和北京联合大学商务学院的“创新发展研究基地”,为未来时尚文创产业人才培养发挥好输送作用。

京工集团借助开园之机,同时发布了“京工品牌定制季”活动。为积极适应消费升级,满足消费者个



由纺织仓库改造而成的J-Park京工时尚创新园7月1日正式开园,成为京城又一处时尚产业聚集地。(北京时尚控股供图)

性需求,京工集团携旗下各品牌推出的“时尚定制季”活动,以“时尚体验、个性消费”为主题,在为消费者带来全新个性消费体验的同时,为品牌带来新的口碑传播和商业影响力。定制季活动为期一个月,从7月1日~7月31日,“雷蒙”“伊里兰”品牌专柜、“京工1961”社区生活馆及京工集团高级定制体验店将同步为广大消费者提供时尚、个性化服务,共同感受京工集团旗下各品牌的文化底蕴,带给消费者不一样的感受。

未来,京工集团将以此模式继

续探索文创产业的发展方向,通过园区复制与输出,进一步整合产业要素,聚集高端创新人才,转化推广创新成果,有效驱动消费需求,助推时尚产业繁荣发展。同时,创新园的建设将按照北京时尚控股的战略部署,借助园区资源优势,以园区时尚产业平台为依托,以校企合作、设计创新、社区服务、时尚培训为助力,进一步创新品牌运营模式,提升品牌价值,持续推动品牌时尚化发展,聚力推动产业转型,助推京工集团实现打造时尚企业集团的发展目标。