

以时尚的名义再出发

2019北京时装周即将启幕,全新升级赋能时尚北京

□ 本报记者 王健生

传递设计价值,输出文化魅力,发出时尚最强音。

32场流行发布、20余场时尚活动、5场专业大赛、4场时尚展览以及2场高峰论坛,汇聚国内外200多个品牌……以“跨界·融合·消费”为主题的2019北京时装周时尚文化盛宴将于9月3日~10日在国家游泳中心(水立方)、方恒国际中心、方恒时尚中心、清华大学、京工时尚创新园等北京多个时尚文化高地一同呈现。北京时装周作为北京国际设计周的重要板块,经过几年的培育,已成为全国文化中心建设中一张靓丽的时尚北京名片和向世界传播东方时尚文化的一个重要平台,为北京时尚创意产业的发展注入了新的活力。

让创意更接地气 让时尚飞入寻常百姓家

8月28日,2019北京时装周新闻发布会在城市副中心北京时尚控股所属铜牛集团张家湾园区召开。北京市国有文化资产监督管理局副主任、北京国际设计周组委会办公室主任董殿毅在致辞中指出,2019北京时装周将通过多内容、多形式驱动时尚创意产业发展,助推社会大众的消费升级,让创意更加“接地气”,让时尚“飞入寻常百姓家”,不断满足人民群众对时尚美好生活的新需求,不断提升人民群众的幸福。

2019北京时装周组委会主任、北京服装行业协会会长、北京时尚控股有限责任公司党委书记、董事长吴立表示,北京时装周始终围绕北京“四个中心”的城市战略定位,坚持以文化为引领,致力打造一个具有北京特色兼具国际化影响力的时尚创意展示平台,充分利用北京乃至国际国内品牌聚集的优势进行资源整合,加速北京时尚产业发展,助力北京时尚之都建设。他表示,北京

时尚控股将顺应张家湾设计小镇的战略规划,瞄准国际一流目标,坚持高标准,充分利用现有建筑,把铜牛张家湾园区建成北京时装周永久会址,依靠独创的发布经济模式,全力打造中国时尚设计的新地标。

“跨界”“融合”“消费”是本次时装周三个主题词。据2019北京时装周组委会副主任、北京时尚控股有限责任公司副总经理任天祥介绍,本届时装周在规模和内容上进行全面升级,将通过60余场官方活动,在更时尚、更品质、更国际的内容提升同时,进一步聚焦全国文化中心建设,以独具魅力的时尚盛宴向世界传递北京时尚文化自信,打造靓丽的时尚北京名片。“本届时装周将掀起新一轮时尚热潮,并融入新思想、新技术、新潮流,让时尚创意以全新的姿态绽放出前所未有的市场爆发力,让更多的消费者愿意为文化买单,铸就本土品牌崛起的高光时刻。”

聚焦平台价值 开启跨界共赢

立足于国际化、品牌化、商业化、专业化定位的北京时装周平台,经过3年的不断发展与成长,今年将更加注重设计与商业、潮流与科技以及跨界资源的链接,通过流行发布、论坛、展览、大赛以及落地活动等丰富的时尚板块内容,提升平台价值与功能的多元化,打造跨界合作共赢价值链。

据悉,在9月3日开幕盛典当晚,知名演员董洁将出任2019北京时装周与madame FIGARO开幕活动的时尚大使,同时将有40余位知名艺人亲临现场,共同点亮时尚北京燃动之夜。与此同时,作为致力发挥智库功能,为北京时尚之都建设贡献前沿思想的2019北京时尚高峰论坛,以“科技赋能时尚 开启消费新时代”为主题将在清华大学艺术博物馆举办,分论坛以“融媒体背景下的

品牌与时尚”为主题在北京联合大学商务学院开启,汇聚多领域知名专家、时尚人士等通过跨界思维碰撞,多角度、全方位探讨北京时尚产业发展的新生态与新格局,为赋能品牌在新消费时代下指明战略方向。

而作为今年展览及赛事的一大亮点,2019北京国际影像展暨时尚北京摄影大赛和第四届GET WOW互联网时尚设计大赛决赛都将在北京时装周期间进行,发现极具潜力的时尚艺术家,关注科学、技术、自然的融合,探讨现实与虚拟之间的关系,彰显时尚跨界合作发展的无限可能。

聚焦品牌时尚 促进融合共生

在当下全球连接、融合、共生的时代,北京时装周始终坚持开放、包容、合作的理念,坚持与文化、科技、传媒的融合发展。截至目前,北京时装周官方注册媒体达200余家,将通过建立强大的核心媒体矩阵,讲好时尚故事,真正实现“给中国品牌一个把握时尚话语权的机会”。

作为北京时尚潮流风向标,展现中国服饰传统文化,推动中国品牌影响力的最佳平台,北京时装周始终坚持给予中国品牌把握时尚话语权的机会。据悉,新中国成立以来的第一个羊绒品牌雪莲将担纲2019北京时装周开幕大秀,发布“迹往未来”2020/2021秋冬羊绒针织服装流行趋势;铜牛集团打造的全新品牌TOPNEW将以“铜牛新调”为主题,开启时尚新征程。同时,天坛服饰、雷蒙、伊里兰等老字号品牌也将在北京时装周舞台迎来二次生长,在传承品质与高品位基础上再创新高。

除了植根于国人记忆的老字号品牌之外,作为北京时尚产业中坚力量的代表品牌木真了、爱美丽,以及设计师品牌彼彼伏、自觉等将带来新一季的潮

流趋势和时尚理念发布。与此同时,2019时尚北京展以“国风”为主题,皇锦、瓷扇品牌,以及金顶奖设计师祁刚、知名演员余少群携原创品牌等一同展现来自东方的新时尚浪潮;设计师黄勤以“华颂”为主题的新一季发布,将东方古典文化与现代艺术相融合,献礼国庆70周年;“传承汉服之美”的衍泥小筑&仙糖、红馆旗袍等品牌发布为传统服饰传承经典的同时又迸发出全新的时尚生命力。

值得关注的是,世界第一个泳装品牌、拥有百年历史的美国Jantzen,备受世界名流追捧的英国设计师品牌Roland Mouret,引领国际前沿趋势的法国生态环保品牌ANDREA CREWS,以及彰显北欧简约风格的丹麦品牌ArtFusion ACE,都将亮相2019北京时装周。

聚焦创意设计 引领消费升级

以设计带动时尚,以时尚带动消费,汇聚产业能量,打造全新行业盛会。作为今年北京时装周的重头戏,9月5日~9日,2019 FASHION BEIJING WEEK UP展以“觉醒”为主题,将在方恒时尚中心打造设计商业落地新业态。此次展会集时尚展览、C端消费、B端交易、时尚活动为一体,启用新型推广及销售模式,促进活动流量以及商业转化。

展会期间,将举办10余场专注于服务设计师品牌及买家的主题沙龙,包括“如何设计出受市场欢迎的产品线”“科技赋能门店零售”等时下热门话题,有效为品牌发展赋能,为设计创意实现商业落地。与此同时,FASHION BEIJING快闪店、咖啡轻食等时尚餐饮、精品市集、开幕及颁奖仪式、时尚表演、音乐派对、演绎互动等多业态落地活动,有效带动时尚消费升级与体验。

北京时装周通过3年的砥砺前行已成为北京时尚潮流的风向标。在新闻发布会现场,

北京时装周与战略合作方中国纺织工业联合会传媒中心、工业和信息化部工业文化发展中心、清华大学互联网产业研究院和北京《瑞丽》杂志社有限公司分别举行了签约仪式,一同开启资源共享、合作共赢、优势互补与协同发展,共同助力北京时尚之都建设。而方恒集团也作为2019北京时装周的战略合作伙伴,助力平台快速发展成长。

会上,北京时尚控股铜牛集团与深圳市绿航星际太空科技研究院就“铜牛太空科技联合研发中心”进行签约并举行了揭牌仪式。这标志着铜牛太空科技联合研发中心正式落户铜牛国际时尚设计街区,为天地科技融合、推进时尚科技产业发展助力。据悉,此次双方强强联手,将在宇航高科技服用材料、智能感知材料、可穿戴装备、特种安全防护等领域展开研发和产业深度合作,共同推进天地两用技术的进步,占领技术制高点,助力航天装备和时尚科技产业发展。

值得一提的是,本次发布会选址在铜牛张家湾园区也是2019北京时装周的一项战略举措。城市副中心通州是京津冀协同发展的桥头堡,张家湾地处通州区腹地,更是城市副中心发展的桥头堡。铜牛集团积极响应市委、市政府打造张家湾镇设计特色小镇的号召,主动参与起步区的建设,将加大整合国际设计和科技资源的力度,以时尚设计和科技创新为核心,数字创意和展示交易为内容,将原生产厂区打造成为国际一流、活力四射的时尚设计街区。该项目建成后,将成为长期支持北京国际设计周举办的专业空间,也将成为北京时装周的永久会场,聚集国际设计师孵化基地、国际一流的时尚科技发布中心、国际创意设计展示交易平台等高端时尚资源,打造成为张家湾创意设计特色小镇的时尚产业发展高地。



竹雕“守艺人”

安徽省黄山市徽州区匠人洪建华是国家级非物质文化遗产代表性项目竹刻(徽州竹雕)的代表性传承人。他16岁开始从事徽派雕刻艺术创作,在传承传统工艺的基础上,创造出竹刻高浮雕多层次技法、高浮雕镶嵌技艺等工艺。近年来,洪建华注重徽派雕刻的传承和保护,建立徽派雕刻传习基地和徽派雕刻博物馆,让更多的人了解这门手艺。图为洪建华(右一)在自己创办的徽派雕刻博物馆内向游客介绍雕刻作品。

新华社记者 刘军喜 摄

文化资讯

国内首部援疆题材话剧 《那拉提恋歌》在新疆上演

本报讯 记者任丽梅报道 国内首部援疆题材的话剧《那拉提恋歌》8月29日~30日在新疆乌鲁木齐人民剧场上演。该剧为中国少数民族文化艺术促进会欢乐骏马(北京)文化传媒有限公司出品,由演员王迅和蒋小涵主演。

据介绍,在新疆伊犁,有一片名叫那拉提的草原,那里生活着能歌善舞的哈萨克族人民。多年来,一批又一批援疆干部走进这片广袤而神奇的大地,为建设新疆贡献自己的力量,也在这片土地上留下了许多动人的故事。《那拉提恋歌》就讲述了一名援疆医生,立志要在那拉提培养一支专业的医疗团队,改善当地就医环境。

为创作这部话剧,著名编剧导演王宝社带领主创团队多

次奔赴那拉提草原,采访了大量援疆干部。剧中的主人公的角色原型就是他们采访到的一位援疆医生,他的行为感动了当地百姓。当他离开时,所有的村民都不想让他走。为此,创作人员首度尝试用喜剧形式表现这部可歌可泣的援疆题材话剧。

该剧此前曾作为2019北京喜剧周的开幕大戏,于7月在北京首都剧场进行演出。目前,本轮演出由新疆维吾尔自治区党委宣传部、新疆维吾尔自治区文化和旅游厅、国家民族事务委员会文化宣传司主办,新疆艺术学院承办,新疆艺术剧院话剧团、新疆人民剧场上演。本轮演出在新疆演出结束后,《那拉提恋歌》将开启全国巡演之路。

《9版

《报告》指出,以5G为代表的下一代通信技术(基础设施),大数据、人工智能等技术能对当前数字文化产业发展产生颠覆性的影响。

6月6日,随着工信部正式向中国电信、中国移动、中国联通、中国广电发放5G商用牌照,我国正式进入5G商用元年。6月,在2019世界移动大会上,中央广播电视总台央视财经频道、上海总站在现场设置超高清互动体验区,成功实现我国首次5G+8K电视节目信号传输测试;6月12日,由中国信息通信研究院等各方合作创立的文化和旅游产业人工智能应用实验室正式启动。

更多企业看到了跨界创新的可能性。吴文辉表示,“阅文集团携旗下智能硬件‘口袋阅’与广东联通达成5G战略合作。双方将在IP平台及智能硬件领域展开深度合作,共同探索阅读、游戏、视频等产业链领域在5G时代的新可能。”

“5G将引发一场生活方式的革命,整个数字文化产业也会因此发生颠覆式的改变。”腾讯集团副总裁、腾讯影业首席执行官程武说,“如何让科技的进步为我们创造更美好的生活?腾讯给出的答案是新文创。”

据悉,腾讯与敦煌研究院的合作中,其旗下游戏、音乐、动漫等业务,都以不同方式参与其中。

“随着5G时代到来,数字技术催生新产业、新业态可概括为数字技术对传统文化产业的产业化运作和改造,如慕课等线上教育平台以及数字艺术展示、有声读物等数字出版产业。”

陈庚分析说,《报告》指出,5G时代的文化产业可能催化出三个场景:将真正地推动“虚拟现实/增强现实/混合现实(VR/AR/MR)”技术实现商用,进而形成产业规模;低时延高可靠带来的诸如远程医疗、无人驾驶等技术的应用;推动万物互联而带来的大规模物联网业务。

国务院发展研究中心·东方文化与城市发展研究所所长杨晓东分析认为,目前,我国数字文化产业正处于新一轮爆发式增长的前夜,呈现三大特点:一是以5G为代表的新技术在产业发展中的作用日益重要;二是目前商业模式仍主要侧重于消费互联网,但正在向包括产业互联网在内的更多经济领域拓展;三是从国内市场竞争迈向全球市场竞争。

展望数字文化产业的未来发展,向勇说:“数字文化高质量内容把关、新型复合型人才培养都是数字文化产业进一步发展的关键问题。”

图说新闻

“文化智愿者”展现非遗魅力

2019年8月26日上午,中国少数民族文化促进会非遗研究院联合瑞思培训机构、北京隐香香道文化公司,一起组织了“非遗文化进使馆”活动。此次从全国选拔了瑞思的12名学员作为“文化智愿者”,由隐香香道传承人妙如老师带队,走进北京俄罗斯文化中心参观交流。

在北京俄罗斯文化中心,热情好客的安娜女士用熟练的中文向学生们认真讲解了俄罗斯文化,陪同小学员们参观了文化中心的俄文图书馆,对中俄国土大小和人口多少进行了对比,观看了俄罗斯经典动画片《玛莎和小熊》,参观了俄罗斯画展,还现场教大家学习了俄罗斯舞蹈。来自北京大学实验中学初一的谭羽辰同学和潞河附小五年级的邢诗悦同学,分别表演了中华传统文化非遗技艺中国香礼和中国茶礼,受到现场观众的一致好评。

活动结束后,文化中心馆长 Vitaly 先生和大家一起合影留念,感谢大家来到北京俄罗斯文化中心,给孩子们赠送了文化资料,孩子们向文化中心的工作人员赠送了象征中国传统文化的礼物。郭幸福 摄



东方前海资产管理有限公司与左瑞菊债权转让暨债务催收联合公告

根据东方前海资产管理有限公司(简称“东方前海”)与左瑞菊的债权转让合同,东方前海已将河北省英食品有限公司项目所享有的全部权利依法转让给左瑞菊。现特公告通知与该等债权有关的各债权人、担保人以及包括但不限于清单义务人等其他相关当事人下列债权及其相关权益已转让的事实。东方前海作为上述债权及其相关权益的转让人,左瑞菊作为下列债权及其相关权益的受让人,现同时要求该等债权及其相关权益对应的责任承担主体或其继承人立即向左瑞菊履行相应协议、法院判决与裁定确定的义务。

注:1. 本公告清单仅列示截至2015年9月20日的借款本金余额,借款人和担保人应支付给左瑞菊的利息及其相关权益,按借款合同、担保合同及中国人民银行的有关规定或生效法律文书确定的方法计算。2. 若借款人和担保人因各种原因更名、合并、分立、改制、歇业、吊销营业执照、破产、清算或丧失民事主体资格,请相关责任主体、清算主体代为履行义务或承担民事责任。3. 担保人包括保证人、抵押人、出质人以及其他连带清偿责任人。

东方前海资产管理有限公司 左瑞菊 二〇一九年八月三十日
联系人:付若尘 联系电话:0571-85308611 住所地:杭州市上城区四宜路31号四宜大院C楼

序号	贷款人名称	借款人名称	借款合同编号	币种	贷款本金(单位:元)	担保人名称	担保合同编号
1	中国银行股份有限公司河间支行	河北河英食品有限公司	2003承字第153号	人民币	472324.28	河北河英食品有限公司	2003年抵字006号