

# 让文化成为优势 用创意点亮生活

## 第十二届黑龙江国际文化产业博览会后的思考

第十二届黑龙江国际文化产业博览会结束了,但它带给我们的思考却刚刚开了头。本届文博会首次设立“2017首届哈

滨国际音乐文化博览会”,汇集展、演、学、看、购、赛等多项内容,旨在缔造专业音乐产业大平台。如何打好“音乐博览经济”这张牌,把音乐从艺术上升到产业,让音乐成为哈尔滨这座城市的文化优势,我们仍有很长的路要走。与此同时,我省各地的麦秸工

艺、芦苇画、漆艺、木艺、黑陶、油陶、满绣、靺鞨绣等工艺美术产品及其相关创意产品在文博会上集体亮相,以时尚元素与实用性赢得参展客商及消费者的认可。但是喜悦背后,我们仍然感受到了创意的欠缺正掣肘于本土工艺美术品的发展,而这一问题也引起

了手工艺人和专家们的思考。所以,文博会后我们推出了这样一组报道,以回望展会的视角,思考前行的方向。

——编者

整合资源 突破边界 细化服务

## 让“音博会”成为城市新品牌

□张鼎泷 本报记者 杨宁舒

哈尔滨的发展,始终与音乐相连。高端文化输出,正在成为城市腾飞的翅膀。近日落幕的第十二届黑龙江国际文化产业博览会,首次设立“2017首届哈

尔滨国际音乐文化博览会”,汇集展、演、学、看、购、赛等多项内容,旨在缔造专业音乐产业大平台。展会总策划兼执行刘有昌信心十足地说,要打好基础,力争在五年之内将“音博会”做到全国最好,为哈尔滨音乐名城建设和我省音乐产业发展搭建好国际性大平台。

如何打好“音乐博览经济”这张牌,把音乐从艺术上升到产业,将城市的资源与音乐结合起来,带动教育、旅游、工业等产业的共同发展,是值得我们思考的问题。



## 整体包装音乐资源 创新撬动经济杠杆

展会经济,可以为老工业城市带来怎样的活力?两年前,黑龙江音乐博物馆馆长、省音乐家协会副主席苗笛作为美国“圣荷塞国际音乐节”的评委,应邀参观了拉斯维加斯。一百多年前,这里曾是繁荣的矿业地区。后来由于矿业资源枯竭、人口凋敝,就逐步形成了闻名于世的赌城。三十多年前,为了改变这个不光彩的城市形象,当地政府开始大力发展会展业。经过几十年的努力,今天的拉斯维加斯已经是美国乃至世界著名的会展中心之一。每年会展经济的收入占当地经济总收入的65%,成为拉斯维加斯的支柱产业。

苗笛深有感触地说,黑龙江同样是老工业基地,如何用“文化创新”撬动经济杠杆,拉动城市发展?拉斯维加斯

的成功为我们提供了借鉴。拉斯维加斯每年都会策划多种多样的展会。比如工业展览、农业展览、文化艺术展览等,这其中又可细分为:世界各地服饰艺术展览、图书展览、乐器展览、儿童玩具展览、电子商务展览等等,展览吸引了世界各地的商家和大批游客前来洽谈和观光,有力地带动了当地的经济及旅游产业发展。

省社会科学院文学研究所副所长、研究员郭淑梅说,哈尔滨乃至黑龙江省的音乐资源非常丰富,有些已经形成了品牌,比如“哈夏”音乐会、哈尔滨交响乐团、哈尔滨大剧院、哈尔滨音乐厅、哈尔滨音乐学院等等,这次举办“音博会”又是一个很好的创意。但是我们目前最欠缺的是“整体运作”,能不能把全省的音乐优势资源包括人才整合起来,进行整体的包装和推广,避免各自为战?加强合作,最好形成产业链条,才有更广阔的发展空间。

省委党校社会与文化教研部主任、教授高原丽说,音乐产业的发展,既需要音乐产业自身不断增强发展内在动力,也需要政府为其提供良好的发展环境和政策支持。她说,四川省设立了省级音乐产业发展专项资金,省财政每年投入2000万元支持音乐产业发展。在成都市,凡纳入“全市音乐企业目录”的音乐企业,可享受支持高新技术企业、文化企业、“双创”小微企业发展和现代服务企业税收优惠政策。这些措施旨在通过发挥财政资金的撬动作用,引导更多社会资本积极参与音乐产业的发展。

## 突破产业边界 突出“音乐+”模式

高原丽说,以往提及“音乐产业链”这一概念,人们更多关注的是音乐创作、录制、出版、发行、现场演出等核心业务,往往忽略消费市场培养这一环节。实际上,好的音乐需要有人欣赏,受众音乐素养的提高是音乐产业取得蓬勃发展的基础,因此,从前端延伸产业链,艺术团体、音乐机构需关注受众需求,面向大众定期举办音乐知识类讲座、举行“高雅艺术进社区、进校园”等活动,以此赢得受众市场,才能有利于音乐产业链中的核心业务保持正常运行。与此同时,还要从后端加长产业链,注重音乐产业与其他产业的融合发展。她说,音乐公司摩登天空2015年与地产商合作建设了演出场馆“摩登天空实验室”,集合了现场音乐

吧、商店、咖啡馆、录影棚等功能,让音乐演出乃至音乐产业的整体发展,具有了物质依托。网络视频行业领军企业合一集团投资出品的两部电影,其宣传曲《小苹果》、《匆匆那年》与电影情节结合,最终成为“爆款”音乐,受到年轻人的喜爱。因此,音乐产业在发展中要追求“创新、跨界、融合”,努力形成以优质原创内容为核心,以突破产业边界为路径、以分享经济为纽带的“音乐+”发展模式。

黑龙江当代中俄区域经济研究院院长宋魁建议,“音博会”可以增设音乐电影展播板块,音乐搭载影视,可以让音乐文化更为具象,从而吸引国内外音乐人才和音乐产业领域知名企业聚焦哈尔滨,支持哈尔滨音乐向产业化、市场化迈进。

此外,“音博会”要走好国际化发展道路。首先可以依托影视、音乐制作公司,策划并举办国际化音乐赛事,推动地域民族音乐乃至国产优秀音乐精品走向海外;其次,音博会应为俄罗斯、东北亚等国的音乐产品提供展示推广的平台,加强国际间区域合作。

苗笛建议,“音博会”应建立专门的网站、微信公众号等线上平台,推出宣传海报、主题曲等,线上直播展会各种活动,比如特色展品、现场演出实况、专家学者访谈以及音乐产业的全新发展理念等。这样可以让更多的人了解“音博会”,令无法亲临现场的发烧友有机会观看演出产品、了解音乐前沿信息,更有助于“音博会”扩大自身的影响力。

## 细化“窗口”展区 推广本土音乐

东北农业大学艺术学院音乐教师何洋参观“音博会”后表示,希望能够推陈出新,且更为多元化,提议下届展会音博会能展出更多反映地域文化特色的音乐产品,如黑龙江少数民族乃至东三省的特色乐器,应大力挖掘,向世人展示。

考虑到前来参加音博会的不仅仅有音乐爱好者,还有诸多音乐专业人士,何洋希望“音博会”能够与国际接轨,展出更多走在时代前沿的电子音乐设备。他说,与音乐爱好者对于音乐的需求不同,音乐制作人、制作团队来到“音博会”,更多的是想了解音乐制作方面的最新信息,汲取新鲜的音乐创作理念,以便其日后进行音乐创作。

在音博会现场,何洋发现,不同的音乐元素在场馆里交织呈现,虽然丰富多彩,但难免纷杂。他建议,主办方应按不同音乐风格划分场地。比如建立民族乐器馆、西洋音乐馆、电子音乐馆等,同时对每一个展馆进行隔音处理。做好服务

细节,才能让音博会走得更远。

音乐是表演的艺术,需要舞台来呈现。何洋建议,“音博会”应设立中心舞台区域,供艺术团体和音乐人展演之用;同时,主办方可以面向全省征集优秀原创音乐作品和剧目,并在展会期间展演推广。这样不但让“音博会”丰富多彩,而且其中的音乐精品势必会吸引更多专业人士前来投资哈尔滨音乐市场,助推哈尔滨音乐产业发展。

省音乐家协会副主席、音乐理论家刘学清说,如今,省内许多艺术团体已转企改制,且保持独立运行的状态。比如哈尔滨歌剧院、黑龙江省歌舞剧院等,他们在剧目制作、资源配置等方面存在问题;比如哈尔滨歌剧院没有交响乐团伴奏,省歌舞剧院歌剧团只有10个人,排演一部歌剧很难实现。那么,能不能盘活资源,让这些艺术团体联合起来?合作深耕原创精品,并借助“音博会”进行营销和推广,这不仅是本土作品走向市

## 凝聚匠心 打造品牌 寻找智囊 跨界交流 打造有温度的龙江工艺品

□本报记者 董盈

在刚刚结束的“龙江文博会”上,我省各地的工艺美术产品及其相关创意产品集体亮相,麦秸工艺、芦苇画、漆艺、木艺、黑陶、油陶、满绣、靺鞨绣等工艺美术产品及其相关创意产品在文博会上集体亮相,以时尚元素与实用性赢得

参展客商及消费者的认可。但是喜悦背后,我们仍然感受到了创意的欠缺正掣肘于本土工艺美术品的发展,而这一问题也引起

了手工艺人和专家们的思考。所以,文博会后我们推出了这样一组报道,以回望展会的视角,思考前行的方向。

——编者

## 慢工细活与走市场的矛盾

有人将工艺品的精细不足归因于执着于慢工出细活的从业者越来越少,也有业内人士指出,急于走市场使得一些“艺人”或工艺美术从业者中存在急功近利的心态,导致做出的东西经不起仔细推敲。似乎沉下心做自己喜欢的东西与走市场、做产业存在矛盾。

在“龙江文博会”现场,记者遇到了前来参展的我省工艺美术大师夏立军,他把未完成的漆画作品带到现场制作。这是一幅京剧青衣,尺寸大约有40cm×50cm,夏立军正小心翼翼地将细小不规则的蛋壳碎片一点点地粘贴到画面上,完成的部分已经粘贴上了大约几十片蛋壳。这只是完成这幅作品多道工序中的一步,完成这样一幅作品大约需要几个月的时间,而且青衣面部的部分还需另外一位省级工艺美术大师白艳萍来做。

一针一线的缝制、拉坯、雕刻……不单是漆艺,许多工艺品的创作动辄需要耗时几个月。现在越来越多的人认识到“手工制作”的价值,它意味着昂贵甚至是奢侈。手工制作贵在工艺精湛细腻,也贵在工匠或工艺从业者倾注的时间心力。

哈尔滨师范大学美术学院副教授闫海涛表示,手工制作在走商业化道路的时候要面临如何收回时间和人工成本的问题,例如,耗费两个月时间费力做出的产品要卖到与之匹配的价格,从业者才能接受。然而,在走商业化的时候,有很多人看不到人工和作品背后的“一针一线的温度”。无论是旅游产品还是其他,在走市场的时候,考虑到不同层次的消费人群,工艺品也会有“快餐式”产品与中高端产品的区别。

一些专家也指出,有些“艺人”专注

做出的工艺品品质不错,但拿到市场上却卖不到自己预估的价格,这与消费意识、购买力等因素有关,工艺美术行业在呼唤匠心回归的同时,也应该努力去营造一种行业发展的良好氛围与大环境。

省工艺美术发展中心主任张海涛认为,文化或艺术是人们骨子里的东西,是潜移默化的,工艺美术品精细度的提升需要营造一种社会氛围,工匠潜心下来去打造自己的每一件作品是一方面,另一方面,也需要社会上全民欣赏水平、购买意识的提升,这是由内及外的过程。相关人士指出,各类展会让工匠们可以越来越多地与消费者们接触,消费者们愈发重视工艺品的历史性以及真实性,这种接触有助于建立消费者对于工艺品的忠诚度。

## 创意设计不足高校智囊来补

外部大环境是客观因素,同时“艺人”或从业者也要从自身找到原因,创意不足也是我省很多工艺品面临的问题。中国美术家协会理事、黑龙江省艺术设计协会主席田卫平表示,我省一些工艺美术产品的做工还是可以的,最主要的是设计问题,好设计加之加工工艺到位才能出精品。在设计方面我省还有欠缺,设计人员专业化程度较低,受过专业工艺美术产品设计教育的专业人员很少,比如专业本科毕业生,而这些专业学生毕业后很多都不在工艺

美术行业工作,转而从事其他行业。

有业内人士指出,一些专业人才会选择到工艺美术大省去发展。留住人才涉及到待遇、发展前景等多方面的因素。田卫平说,我省没有集中的艺术区,而在我国一些小城市都已有之,艺术家不能集中起来,营造一种环境氛围。采访中,专家一致认为,在工艺美术产品的创意设计上,高校相关专业师生经过系统、专业的学习,他们可以成为我省工艺美术行业的创意设计智囊。提升设计创意水平,民间“艺人”应该与高校的师生

进行交流合作,高校师生优秀的创意也需要通过民间技艺精湛的手艺人把它做出来。

闫海涛坦言,课堂上的创意作品能够与生活和传统技艺联系起来,是最理想的,如果学生作业打完就成了废纸,就失去了它的现实意义,传统技艺结合大学生比较开放活跃的思维,做出来的东西会在思想和审美上比较新颖,是一个解决工艺品层次品味的途径,通过校企联合的方式,有助于师生创意成果的转化。

## 跨界交流拓宽艺术视野

佳木斯大学“黑金文化”团队在本届“龙江文博会”上展示了赫哲族鱼皮镶嵌漆艺,将鱼皮画与漆艺结合,用漆艺来弥补鱼皮给人比较质朴的感觉,受到不少观众的青睐。还有工艺美术从业者研究跨界将漆艺应用于麦秸画,不同工艺的融合让人耳目一新。

张海涛说,这样不同工艺之间的“嫁接”并不少见,例如将麦秸画应用在景德镇瓷器上,一段时间曾经很流行。说到交流,应该是既有横向又有纵向的交流,不

仅是工艺美术从业者与专业师生之间,还有从业者之间的交流,不同门类技法有别,从业者的思想、眼界、认知各有所长,这种跨界交流对各自的创作创意都会有所触动启发,更有利于推陈出新。

此外,在本届“龙江文博会”上也可以看到,我省很多工艺品结合龙江地域文化特色,展示我省自然风光。但在闫海涛看来,单纯形成风景画还没有完全体现龙江的地域文化,地域特色文化是种文化符号,它还包括图案、寓意等。例如,桦树皮制



图①音博会上,萨克斯演奏出爵士乐的悠扬。

本报记者 蒋国红摄



图②文博会上,靺鞨绣吸引了人们的关注。

靺鞨绣是流传在东北满族,以牡丹江为中心的东北地区满族刺绣品的总称。它是靺鞨、女真、满族刺绣的民间艺术,是中国优秀的民族传统工艺之一。

本报记者 苏强摄



■直击社会文化热点  
■思考当下文化现象  
■弘扬社会主义核心价值观

文 化 观 察