深圳龙岗文化产业声名鹊起

近日，第三届戛纳中国文化艺术节在法国戛纳举办，35幅代表深圳市龙岗区大芬油画村原创美术最高水准的画作精彩亮相。本次大芬油画的欧洲之行，是龙岗文化产业实施“走出去”战略迈出的坚实一步。近年来，龙岗通过规划带动、政策引领等手段，不断加快辖区内文化产品、文化服务对外交流的步伐，在扩大对外贸易的同时弘扬民族文化，为龙岗的文化艺术产品扩大海外销售市场打下了坚实的基础。

“请进来”蓄势待发

龙岗是深圳文化产业的核心区和落实深圳“文化东进”战略的先行区，龙岗文化产业飞速发展的累累硕果在今年的第十二届深圳文化产业博览交易会期间得以充分展现。博览会拥有13个分会场、规模连续7年位列深圳市各区会展之首，占据“领跑者”角色，让世人惊羡；旅游产业巨头华侨城、全国舞台剧领军品牌“开心麻花”纷纷情牵龙岗，“文化+旅游”、“文化+科技”、“文化+互联网”等业态融合发展的良好势头，引来取经者无数。

近年来，龙岗区良好的人文环境吸引了越来越多的企业进军龙岗。深圳文博会期间，被誉为“深圳丽江”的甘坑客家小镇联手华侨城集团，后者准备投资300亿元，将现有的甘坑客家小镇扩大一倍，建成一座“文化+旅游+城镇化”模式的大型文化创意产业新城镇。

如今，文化旅游项目在龙岗遍地开花，文博宫、大芬油画村、三联水晶玉石文化村、中国丝绸博览馆、毕昇印刷博物馆、中国眼镜博物馆的游客络绎不绝；文化科技主题让龙岗紧随世界潮流，华夏动漫产业园的VR虚拟现实主题乐园、坂田手造文化街的虚拟现实世界让人流连忘返。

目前，龙岗文化产业的发展脉络逐步清晰，文化产业的“龙头”已浮出水面。2015年，龙岗区文化产业营业收入达843.87亿元，占全区GDP比重的8.92%，高出全区GDP增速5.58个百分点。全区现有文化产业园区20家、文创企业5049家，高端工艺美术、高端印刷、创意设计、动漫游戏及衍生品开发初具规模，形成了四大集群。

“龙岗的文化产业要迎来大发展、大繁荣，不仅要‘引进来’开阔视野，还要‘走出去’接受检阅。”龙岗区委常委、宣传部部长王延奎表示。

“走出去”蜚声中外

辖区内一大批文创企业茁壮成长，为龙岗区实施文化产业“走出去”战略奠定了坚实的基础。

作为龙岗文化产业的龙头和风向标，大芬油画村形成了完整的产业链，“中国油画第一村”的美誉蜚声中外，近年来更是频频走出国门，宣传展示大芬的原创油画作品，提升大芬油画的国际品牌形象，为龙岗文化产业扩大国际影响带来了良好的示范效应。

7月11日，作为第三届戛纳中国文化艺术节的主要活动，“美丽的世界”大芬—巴比松油画作品联展在法国戛纳举行了开幕式，35幅大芬油画村的优秀作品和15幅巴比松画家新作集中展示。

事实上，此次并不是大芬这一集体文化品牌首次亮相国际舞台。2014年和2015年，“艺术大芬”两次亮相美国加州首府，包括原创油画在内的艺术品现场展示销售，大大提升了大芬品牌在海外的知名度及美誉度。“我们要有意识地鼓励龙岗的优秀文创产品‘走出去’，进一步扩大市场占有率和行业影响力，同时也对本土品牌的知识产权进行有效保护。”龙岗区文产办主任闵玉辉说。

“‘十三五’期间，龙岗要在落实东进战略中发挥龙头作用，扎实推动文化东进。”这是深圳市委常委、宣传部部长李小甘对龙岗文化产业未来发展的指引和叮嘱。为了深入实施“文化强区”战略、吸引优秀文化创意产业人才集聚龙岗、提升全区文化创意产业整体发展水平，不久前，龙岗正式出台了《深圳市龙岗区经济与科技发展专项资金支持文化创意产业发展实施细则》，加大对文化产业的扶持力度，这一举措引起了辖区内文创园区及企业的广泛关注。

从“请进来”到“走出去”展开“内涵式”新发展

“政府‘有形的手’、市场‘无形的手’、企业‘求变的手’，这三只‘手’有力联动，必将再次激发文化产业、创意经济的无限可能。”多位业内人士对龙岗的表现给予好评。在他们看来，作为深圳东进桥头堡的龙岗，其文化产业正不断突破传统文化产业的狭窄范式，以更大的优势展开“内涵式”新发展。

如今在龙岗，文化已不再是一个单纯的产业，而是正逐渐成为社会各界观察龙岗发展的一个重要窗口。透过这一窗口，便可深度感知“龙岗发展”。

为积极助力“东进”，龙岗区通过“请进来”和“走出去”，做大做强全区文化产业，实现了艺术与市场的高度融合。例如知名舞台剧制作表演团队“开心麻花”在今年深圳文博会上宣布，其将华南地区唯一的总部基地落户龙岗，并现场举行签约仪式。未来，“开心麻花”将在此开展原创音乐剧制作、百老汇合家欢剧制作、原创话剧制作、戏剧教育培训四大核心业务。这意味着，借此东风，龙岗区将被打造成为中国顶级、世界一流的戏剧研发制作基地，演艺产业将成为其新名片。

与此同时，龙岗本土培育出的具有强大影响力和市场号召力的品牌文化项目“簕杜鹃”音乐节也借助深圳文博会“起航”，签约成为文化品牌“走出去”的项目。

“‘请进来’‘走出去’，不仅加快了文化之间的碰撞和融合，也必将对拉动本地经济增长发挥重要的促进作用。”龙岗区文产办相关负责人满怀期待地说。

（陈建平 戴 波 何 威）

◆贸促画廊

湖边（油画）

郭宇：1943年生，1970年毕业于中央工艺美术学院，曾任中国贸促会宣传部书籍装帧美术副编审，其绘画艺术思想受吴冠中先生的熏陶和影响较深。

◆文化漫谈

文化传承可以很潮

■ 九日风

前些天，朋友圈里流传着一段动画：明成祖朱棣从画像中跳出来，唱着Rap，玩着自拍，用微信、QQ等与自己后宫佳丽和大臣联络……虽然大家已经习惯了故宫的守正出奇，但这更“潮”的创意还是让一众网友直呼“萌化了”。600岁的故宫，正在与互联网进一步亲密接触，不断扩展自己的影响力。

“萌化了”是网友认同和接受某一内容的表达词，故宫的文化传播创意虽然稚气、天真，但却充满了干净纯粹的无畏和无惧，用互联网网住了无数网友的心和梦。故宫是中华文明之集大成者，既有巍峨的宫殿、精美的古玩，又有浩瀚的史料、庞大的藏书。如果没有很好的交流，多彩的中华文明因子只能沉寂在深宫大院之中。唯有交流互动才能真正激发出价值，文明的成果才会得到后人的尊重和珍惜。

故宫的“潮”创意折射出对文化发展历史与现实的理性定位，对传统文化的礼敬与自豪，对当下文化发展道路的清晰与自觉，对文化传播创新能力的关注与确信。这是一股子气，是与时俱进的勇气，是勇于探索的气势，是尊重个性的气量。它让人感受到一种感染的力量，文化传承可以很自信、很“潮”，也可以很时尚。

文化传承要“守正”不忘本。中华文明曾使我们的民族长期走在世界的前列，其中蕴含的价值传承让这个民族走过五千年的历史风尘，至今屹立于世界的东方。高度的历史荣誉感、强烈的现实责任感、宽广的时代眼光，要求我们要珍视中华文化传承，抛弃传统、丢掉根本就等于割断自己的精神命脉。

文化传承要“出奇”领潮流。中华文明有其独特的价值体系，它根植于每一个中国人的心田，其鲜明的民族特色、永不褪色的时代价值，不断地保持连续性和稳定性，又不断地与时俱进。文化传承的“取其精华 去其糟粕”毫无疑问是一个相当正确的选择，其中本身就包含着与当下的实用相结合，使中华优秀传统文化与当代社会发展相协调、与社会主义核心价值观相融合。唯有“接地气”才能得民心，比如在泛娱乐化时代，用互联网技术来传承中华文明无疑是一种“潮现象”。只有不忘初心地去感知群众的精神文化需求，创意才会受到网民的欢迎。

文化传承可以很潮、很时尚，并不仅限于“互联网+”这种形式，不然很容易成为噱头。文化传承的创意是多元的，想象力便是最大的资源。博物馆、美术馆、纪念馆、图书馆等公共服务机构，以及非遗组织、传统城镇和乡土村落，都应该“蛮拼”起来，有组织、有计划、有步骤地系统梳理优秀传统文化资源。同时，可以开展各种线上线下的文化传承活动，关键是要采用人们喜闻乐见、易于参与的方式，让馆藏的文物、土地上的遗产、古籍里的教诲、身边的民俗活起来。文化传承的实质就是让人们特别是青少年亲近文化瑰宝，领悟其中永恒的文化价值，增强中华文化的认同感与向心力。

国际展览会信息（2017年）

www.chinamachine.org.cn

中国国际贸易促进委员会机械行业分会 中国国际商会机械行业商会

北京市西城区三里河路46号 100823 Beijing，100823 P.R.China 电话：010-68594811，68594994 传真：010-68594995 邮箱：info@ccpitmsc.org 网址：www.chinamachine.org.cn