

让文化创造源泉 充分涌流·锦上添花

微话题

# “文化”讲出财智故事

本报记者 陈学慧 通讯员 李锦

## 文化搭台 产业唱戏

太湖风光美，精华在吴中。总面积2200多平方公里的苏州市吴中区，拥有五分之三的太湖水域、近二分之一的湖岸线。

沿着太湖这条山水走廊细数吴中家底，既有刺绣、缂丝、核雕、吴门画派、“香山帮”建筑艺术等非物质文化遗产，还有100多处文物古迹、3个国家历史文化名镇等。吴文化就这样静静地流淌在太湖里，诉说着勤劳的吴中人“锦上添花”、文化致富的美丽故事。

## 太湖“遗珠”

## 活态传承

在灵岩山下、胥江之滨的古建文化产业基地“香山工坊”内，由数十名“香山帮”技艺的各级传承人领衔，历时一年，纯手工打造的“承香堂”已成为“香山帮”营造技艺的“活教材”。“整个施工过程及营造过程中的传统习俗和各类传统仪式等，都被全方位跟踪拍摄备份，以备后人研习。”承香堂将每隔20年左右完全拆除重建一次，好让新匠人重温这种传统营造技艺。”香山工坊董事长冯晓东告诉记者。

文化是城市的灵魂所在、魅力所在。吴中人对此认识深刻，思路清晰：保护好、传承好吴文化，是形成吴中特色的关键，也是增强软实力的重要途径。

为推动古村落和古建筑保护工作，吴中区每年安排300万元保护奖励资金，用于古村落古建筑的保护修复；制定《吴中区古村落保护贷款贴息和补助保护办法》，吸引社会资金参与。近年来，吴中区区、镇两级已累计投入资金超过1.5亿元，用于古村落的修缮、维护和开发。

为保护非遗这块“活化石”，吴中区积极扶持和引导建设融展示、保护、生产和传承于一体的非物质文化遗产保护基地，重点推进以当代绣娘姚建萍命名的“木渎姚建萍刺绣艺术馆”和旨在保护“香山帮”建筑文化的“胥口香山工坊”项目建设。除了创设“市-区-镇-点”4级保护网络、非遗“专家库”、编纂文化丛书，吴中区还将保护传承与节庆、民俗相结合，成功打造了太湖梅花节、碧螺春茶文化节、太湖开捕节等节庆品牌。太湖之滨的光福等地至今保留着近千艘原汁原味的古渔船、丰富的水上船俗文化和渔业文化。

## 多措并举 打造文化强地

余俊生

根据“科教兴区、文化强区”发展理念，“文化复兴、文化创新”两大战略任务，以及建设历史文化体验之区、创新文化发展之区、生态文化示范之区“三区融合”目标任务，今年以来，北京市昌平区打造首都文化强区的建设思路愈加清晰。

坚持科技创新、文化创新战略，进一步强化文化创意产业。

昌平把文化创意产业作为区域三大特色产业之一，按照区域“两轴两带、三城多点”总体空间布局，充分利用特色资源，规划建设汤泉古镇、郑庄主题创意村庄等重点功能区；精心培育新兴文化创意产业集群、文化艺术产业集群和特色优势关联

孤悬太湖的三山岛，过去以农业生产为主，村民收入低，是名副其实的贫困村。

10年前，三山岛开始开发旅游项目，旅游业也逐步成为三山村发展经济的支柱产业。经营农家乐的黄宏图告诉记者，以前自己对村里拒绝工业有些不理解，现在看到古村落、自然风光、太湖水鲜等吸引了众多自驾游一族，年收入可达20多万元，完全明白了。

吴中区区委书记俞杏楠认为，文化是取之不竭的发展资源。紧紧依托深厚的历史文化资源优势，围绕“山水苏州·人文吴中”目标定位和“走进太湖时代”发展战略，吴中区找准保护和发展的“结合点”，

通过对太湖地区工艺、民俗等的深入挖掘开发，推进文化旅游融合发展，打造苏州版图上的“第一旅游强区”。

古镇古村旅游文化是吴中区独有的特色产业。近年来，吴中区以总投资25亿元的太湖古村落保护与文化旅游开发产业园为龙头，深度开发古镇古村资源，拓展文化旅游功能。依托雕花楼、陆巷古村等古迹，碧螺春、杨梅、太湖大闸蟹、太湖三白等特产，东山镇打造出古村落文化旅游、春秋采摘游、碧螺春茶文化旅游等特色线路，吸引了“长三角”地区的游客纷至沓来。

目前，吴中区已形成太湖休闲度假游、水乡古镇古村休闲游、乡村田园逍遙游、江南文化体验游4大产品。2012年，吴中区累计接待中外游客1850万人次，旅游总收入达220亿元。

在融合发展的战略下，吴中区的传统文化产业风生水起。目前，香山工坊内已入驻20多家企业，不但承接了故宫的修缮，参与了布达拉宫的建造，还把“香山帮”产品向外输出到欧美国家，2012年形成6亿元的产业规模。

在吴中区香山街道舟山村，村党委书记高峰告诉记者，短短三五年，舟山已形成橄榄核收购、雕刻、销售及雕刻工具制作在内的完整产业链，“目前全村3000多人从事核雕产业，年销售收入达1.3亿元”。

## 集聚发展 做强品牌

吴中区区长金洁表示，文化产业需要规模化、集约化、专业化发展，但不能走GDP至上的老路，而是要牢固树立精品意识，以文化产业龙头项目引领整个文化产业的发展。

2009年，吴中区实施文化强区战略，将文化产业纳入全区“5+2”产业振兴计划，制定《吴中区文化产业培育提升计划》，提出打造“一圈、五带、十大集聚区”的文化产业发展目标，把文化产业培育成优势产业，并专门设立每年1000万元的文化产业发展引导资金，以项目补贴、贷款贴息、扶持奖励等方式，吸引各类文

化企业落户和社会资本投入。截至目前，区内企业已累计投入文化产业发展引导资金2165万元，撬动了全区33亿元文化产业发展资金的投入。

吴中区明确提出，以太湖旅游度假区为中心，围绕绿色太湖、文化太湖、健康太湖建设环太湖文化产业圈，着力打造古镇古村旅游、民间工艺、文化创意、人文传播、影视娱乐5个文化产业带，大力培育苏州印刷数字化产业园、中国工艺文化城、“胥江一号”文化创意产业园等10大文化产业集聚区，一个集聚区打响一个文化产业品牌。

随着文化“软环境”的提升，一批重点文化产业项目相继落户吴中，如东山“全国影视指定拍摄景地”、金枫广告产业园、苏州古玩城……目前，全区拥有9个投资额超10亿元的文化创意项目，苏州市重点文化产业项目15个，总投资达200亿元，占苏州全市重点文化产业项目投资总额的四分之一。

近年来，吴中区文化产业增加值连续多年保持30%以上的高位增幅，占GDP的比重5年来由0.8%提高到6%。文化旅游、印刷复制、工艺美术已成为吴中的3大支柱行业。



左图：东山影视拍摄基地。



右图：本色美术馆外景。

微话题

## 演出市场的“冷”思考

言泉

这个春天对于演出行业来说，似乎有点“冷”。在全国厉行勤俭节约、反对铺张浪费的背景下，文化部也从严审批关于节庆活动等各种文化活动，从源头上遏制大制作和公款请明星的现象。一时间，各地林林总总的演出文化活动明显收敛。

能够突出艺术本体，不再比拼名人效应，让演出票价回归合理范围，对于广大观众而言，当然是好事一桩。而对于演出企业来说，面对“降温”，需要的却不是被动“捱”过，而是主动适应、去粗取精、突破转型。有专家认为，当下我国演出市场正在经历一场理性回归，此刻也正是民营演出蓄势发力的好时机。

多年来，我国民营演出业经历了初期的徘徊、探索，已开始进入稳步发展期。演出市场上，民营演出公司、经纪公司、剧团数量众多，还有一些民间资本参股的公司在文化生活中担当着重要角色。民营演出的特长是机制灵活、经营转型快，市场适应能力强。“精、灵、快”的它们，虽然拥有的资金、人才水平不同，但大都扎根基层，充满市场活力。

节目好不好看，由观众说了算；演出赚不赚钱，由市场说了算。随着公款演出数量的减少和观众消费心理的成熟，有实力、“接地气”的民营演出企业，终将凭借充满创意的精品节目获得市场的认可，进而获得更多商演机会。一泓清水万泉流，演出市场踏上正本清源之路，将让更多的人民大众共享优秀的文化成果。

## 链接

## 第二届演艺交流会召开

本报讯 记者金晶报道：以“合作、创新、发展、繁荣”为主题的第二届中国演艺交流会，日前在京召开。本届交流会由中国音乐家协会流行音乐学会指导，中国演艺联盟、中国民营演出联盟等联合主办，力求通过整合中国音乐演出界资源，加强业内交流与合作，促进资源与市场的对接，搭建音乐演出界交流合作平台，推动行业发展。会上，一系列展览、洽谈、交易、论坛（会议）、演出等活动，展示了新颖多元的艺术表演项目，促进了演艺行业的交流与合作。

## 新闻速递

## 优秀保留剧目获奖作品巡演启动

本报讯 作为文化部2013年重点工作之一，第二届优秀保留剧目大奖获奖作品全国巡演于近日启动。3月31日，中国人民解放军空军政治部文工团的歌剧《江姐》作为获奖作品的代表，在京进行了首场演出。据悉，此次巡演的剧目还包括豫剧《铡刀下的红梅》、吉剧《桃李梅》等20台优秀保留剧目获奖作品，将在4月至7月分赴全国31个省区市及港澳台地区演出数百场。

(陶圣)

## 2013全民阅读活动开展

本报讯 记者金晶报道：在第十八个世界读书日到来之际，为进一步在全社会形成“多读书、读好书”的良好氛围，国家新闻出版广电总局日前下发了《关于开展2013年全民阅读活动的通知》，决定今年继续在全国范围内开展全民阅读活动，建设书香中国。

据悉，《通知》明确了今年开展全民阅读活动的重点：围绕2013年党和国家中心工作，组织开展各种形式的主题阅读活动；培育、巩固一批“书香”品牌，营造全民阅读的浓厚氛围；依托新闻出版公共服务体系，切实满足广大人民群众的基本阅读需求，继续鼓励和引导社会各界共同参与全民阅读中的公益活动；积极开展面向大众的优秀出版物推荐活动，充分发挥阅读引导作用；充分发挥新闻媒体的宣传推广作用，营造“书香中国”舆论氛围。

## 《如梦之梦》开启亚太巡演

本报讯 由赖声川编导，许晴、史可、胡歌、李宇春、谭卓等主演的史诗舞台剧《如梦之梦》，日前在北京保利剧院开启亚太巡演。该剧时长达8小时，打破了传统的观演关系。舞台包含8个方位、3个楼层，观众坐在中间欣赏4面舞台表演，保利剧院也对剧场进行大改造。据悉，该剧4月14日在北京公演结束后，将于5月参加乌镇戏剧节，2014年2月在新加坡公演。

(新宇)

本版编辑 张雅

摄影 吴轩

余俊生

各项文化活动，营造文化氛围；持续办好昌平农民艺术节、苹果文化节、温泉文化节、明十三陵国际旅游文化节、草莓庙会等活动，巩固已有的文化品牌；广泛开展全民健身运动，高标准办好国际航空动力邀请赛、国际长走大会等赛事活动，打造具有区域特色的文化新品牌。

坚持文化为民、文化惠民导向，提升大

众文化感染力，让群众参与文化建设过程，充分享受文化建设成果。

在丰富群众文化生活方面，昌平区相关

部门将组织本土艺术家和文艺团队深入基

层单位，每月至少为基层群众演出一场文

艺节目，并开设“文化昌平大讲堂”，不断提

升昌平群众精神生活品质；努力实现公共文

化服务相对均等化，把外来务工人员纳入城市公共文化服务体系，推动公共文化服务向社区和农村延伸，增加免费或优惠文化场馆数量。

拓宽文化交流途径，扩大城市文化影响

力。去年，借助第七届世界草莓大会和首届

中国北京国际魔术大会，昌平的知名度和美

誉度得到了新的提升。为进一步扩大城市文

化影响力，昌平将多措并举，包括设计推

出“品味昌平”宣传品牌，加强城市文化风

貌设计，借助国际国内重大赛事活动，宣传推

广科教人文优势和旅游文化资源，塑造区域文

化形象，做好省际间、区县间文化交流，扩

大交流合作范围，等等。

（作者为北京市昌平区委常委、宣传部长）