

寻找各地“798”

仍见陶烟五色长

——广东省佛山市依托陶瓷资源发展文化产业

本报记者 庞彩霞 郑 杨

“一群有意思的人，在一个有意思的地方，赚有意思的钱，过有意思的生活。”这是邱代伦对自己一手创办起来的“1506创意城”的描述。在这位董事长的名片上，印着他对自己的期许——“做有意思的园区运营商”。

在佛山，没有哪个年轻人不知道这个由6家旧工厂改造而成的创意城。如果有志

于进入文化创意产业，可以拎包入住这里的“创意办公吧”，与700多家创意企业和近2万名白领结伴向梦想冲刺；如果想找个特别点的地方休闲购物，那就到这里的“洋人街”，一站式体验“聚洋人、购洋物、品洋食”；如果想感受更为纯粹的艺术，则可以到“南风古灶”片区的艺术家村落，与陶艺大师们零距离接触……

左图：改造之后，原本寂静的小路成为枕木小道，商家林立，游客可以在此享受阳光与美食。

下图：改造前，这里只是一条普通的水泥路。



“洋人街”上的“中国梦”

1506年，一座瓷窑在佛山建成，因窑口向南，每至夏日凉风习习，故得名“南风古灶”。今天，它依然窑火不断，成为世界上年代最久远、使用时间最长的瓷窑。依托南风古灶，“1506创意城”6年前诞生。500年前的古迹与当下最具活力的文化创意产业实现对接。

近日，1506创意城正式发布了其6大产品——办公Mall、教育Mall、创意购物Mall、餐饮娱乐休闲Mall、会展、旅游。这些产业业态，都集中在一片名为“洋人街”的步行街区中。

叫“洋人街”可不是跟风，更不是噱头。佛山作为广东最大的先进制造业城市，近年来不断吸引世界500强企业登陆。随着中德工业服务区、欧洲工业园等国际平台落地，一批来自欧洲的制造业人才在这里聚集。“我们的洋人街是为喜欢中国文化的西方人和喜欢西方文化的中国人打造的。”邱代伦说，“它不但要发挥像国外唐人街一样的‘解乡愁’功效，还是一个集成的互动平台，为创意者服务、为创意企业服务、为创意活动服务，帮助外国人实现‘中国梦’。”

“洋人街”里“洋店”遍布：巴西人开的烤肉店、西班牙人及日本人开的餐厅……创意城常

务副总经理李凯告诉记者，有26个国家主题元素的餐厅或公司已经或即将落户，这里正成为外国人创业的梦想地。

位于“洋人街”21号楼的西班牙橘子花餐厅开业已近1年，餐厅股东兼主厨Alberto来自西班牙，来佛山之前曾在多家五星级酒店当厨师。他表示，餐厅不仅提供地道的西班牙美食，还围绕西班牙文化营造“西班牙之家”。弗拉明戈舞蹈表演、西班牙语课程、舞蹈传授等，都是餐厅的常规活动。

李凯告诉记者，洋人街不仅是一个商家集结地，还是一个创业孵化园。由旧工厂改造、总规模达10万平方米的办公Mall，是创意城的核心产品，里面各种办公功能一应俱全，包括大大小小的办公室、配有沙发茶几的商务洽谈区、自主图书馆等。

“创意城提出了‘梯度孵化’的概念，为处于不同创业阶段的团队提供服务。”李凯说。比如，有刚毕业的大学生想创业，但团队只有二三个人，也没有资本，园区可以为他们提供面积只有几平方米的办公场地，每平方米租金不到100元，可拎包入住。当他们生意做大了之后，就可以选择更大、更多样化的办公场地。

记者感言

让产业与文化相互助长

郑 杨

代伦苦心孤诣精心做的，就是请“高手”、造“圣地”。佛山不缺陶瓷艺术大师，然而邱代伦认为还不够，他请来了国内、国际一流陶艺大师聚集佛山，落脚南风古灶。

文化产业的另一个关键词是交易。目前，制约我国文化产业发展的最大短板也是

交易，买卖不旺则产业难兴。1506创意城着力打造一个集中的文化产品交易平台，我们才看到了今天这个“麻雀虽小，五脏俱全”的所在：从吃喝玩乐的生活设施平台，到各种展览、博物馆和艺术馆等展示平台，再到文化产业的投融资平台，其主旨就在于吸引全国乃

古灶“原创”的新基因

1506创意城的另一个核心区，位于千年陶瓷古镇石湾，以陶瓷产业的“活化石”南风古灶为中心，聚集了1506美术馆、艺术家村、公仔街等文化艺术场所。

记者来到“南风古灶”片区，只见一座古窑如长龙般沿山而上，窑口处工人们正小心翼翼地搬动新制好的一批器皿和公仔，准备放入窑中烧制。一位来自日本的陶艺专家在旁指导着每一件作品在窑内的放置点，因为稍有差池，便达不到预期的烧制效果。在南风古灶旁边的大型玩陶厅中，展出着中外陶艺大师们的精美作品。在这里，游客不仅可以与陶艺大师亲密接触，观赏其创作过程，还可以亲身体验制陶的乐趣。

南风古灶周边是一大片岭南风格的明清古建筑群，有深门大宅，也有旧时依南风古灶而设的陶瓷作坊。创意城将这片闲置的古建筑利用起来，变为艺术家村落。

走过青石板铺成的小路，踏上青苔丛生的石阶，记者随机进入了一家工作室，主人刘雷热情地邀我们在他设计的曲水流觞茶桌入座品茶。只见他斟好茶，将茶杯放入茶桌上一条流水潺潺、小鱼嬉戏的微型水渠中，茶杯便随水流漂到每一位客人面

前。刘雷介绍，曲水流觞在古诗文里早有记载，他根据记载设计了这张茶桌，价格可以根据材质的不同调整，作品得到了不少客户关注。他告诉记者，来到艺术家村是因为这里闲适的环境、浓厚的创作氛围有助于激发灵感。

“要让原创成为南风古灶的DNA。”邱代伦说。南风古灶目前已聚集有几十家坚持原创的店铺，一个“原创部落”正逐渐成形，吸引了杨英才、潘汾淋等中国陶瓷艺术大师入住。

邱代伦希望把南风古灶打造成世界陶文化圣地，对此，他有着清晰的规划，“陶文化本身是一个生态系统，陶文化表演、玩陶、赏陶、买陶也是一个系统。以陶文化为切入点，我们要同时做好旅游、教育，开发玩陶游、亲子游等旅游产品，以及习武、玩陶、剪纸、插花等体验式教育产品”。

如今，这个理想正在一步步变为现实，南风古灶已享誉海内外。2007年至今，这里共举办了超过700场文化活动，包括亚洲现代陶艺交流展、东盟非物质文化遗产交流展等国际性文化活动，参与人数达265万人次。

至全世界的陶艺家前来交流、展示、交易。

归根结底，文化产业的核心要素是文化。要把文化变成商品没那么容易，南风古灶艺术家村里游客零落的景象，与“洋人街”上的人声鼎沸形成了巨大反差。但无论如何，在佛山我还是看到了陶文化对陶瓷产业巨大的、无形的推动力：在陶瓷产业最集中的禅城区，近3年陶瓷产量虽减少了近四成，但产值和税收却增长了三分之一，能耗则下降了四分之一。高污染、低附加值的传统陶瓷业，借助文化创意，开始实现从“制造”到“智造”的转型，产业与文化实现了相互助长。

微话题

学会欣赏才有市场

岩 泉

镶有265颗钻石的法国国王查理十世怀表、外壁绘有宙斯掳走欧罗巴场面的红像双耳爵、曾为苏格兰考古学家加文·汉密尔顿所收藏的古罗马文物“狩猎女神阿尔忒弥斯石雕像”……诸多珍贵展品，再加上中国国家博物馆和法国卢浮宫博物馆两家世界级博物馆的首次合作，“地中海文明展”的魅力让人充满期待。10月28日，国家博物馆在官方微博上播发该展览讯息，一天之内粉丝评论过百、转发过千，充分显示出人们的观展热情。

最近几年，关于博物馆的话题渐渐多了起来。博物馆在人们心中的形象，也逐渐从仅作为传承文明、传播文化的渠道，转变为同时是提升城市品位、丰富大众生活的重要平台。

要满足多种社会需求，博物馆除了本身展品“过硬”之外，还要致力于互动传播。这方面，许多博物馆都开始了探索。在加拿大，一些博物馆注重儿童的互动体验，孩子们不但可以按照馆内游戏主题盛装打扮，还可以参加问答、寻宝等活动。又如纽约古根海姆博物馆曾举办过一次家居展，夜幕降临，展出的展品便转为真实的旅馆陈设，供游客“入住”使用。为提升青少年的学习兴趣，中国国家博物馆也开设了“阳光少年”互动体验课程。而不久前，台北故宫博物院挖掘市场需求，推出“朕知道了”胶带，风行海峡两岸，跟风者众多，亦成为博物馆产业发展定位的精准代表。

潜力不仅如此。当下，国内许多人尤其是年轻人自助出游到一座城市时，必选“景点”中就包括了当地富有特色的博物馆。与一次普通的游玩相比，能够到博物馆中了解当地的人文历史、风土习俗，其记忆无疑会更加丰厚而长久。因此，若能贴近大众、吸引大众、服务大众，与文化旅游业深度融合，博物馆在经济社会发展中将发挥更为重要的作用。

学会欣赏，才有市场，文化不是少数人的“高端”而是多数人的共享。通过博物馆的精品展览提升公众的文化素养和艺术欣赏水平，也是一条从需求端发力，释放消费潜力，带动文化消费升级的绝佳途径。

链接

国博牵手卢浮宫办展

本报讯 “地中海文明——法国卢浮宫博物馆馆藏文物精品展”10月29日起在中国国家博物馆面向公众开放，展出280件(套)埃及、腓尼基、迦太基、希腊、罗马等古文明精选文物。展览由法国卢浮宫博物馆馆长让-吕克·马丁内兹担任策展人，分为“地中海世界——自然与文化背景”等6部分，多数展品为首次来华公开展览。据悉，本次展览将持续到明年2月。(矫健)

新闻速递

艺术与创意城市北京论坛开幕

本报讯 作为联合国教科文组织创意城市北京峰会的重要内容，首届艺术与创意城市北京论坛近日在京开幕。来自全球的100余位文化艺术界知名人士、城市领导人等出席论坛，热议论坛主题“艺术创造城市未来”。论坛设立了“城市创意空间的培育”和“文化多样性与油画艺术”分论坛，并同期举办了“国风——中国书画语言研究展”，还将签署《北京共识》，分享创意、创新、发展的经验。(孙莉)

国家健身教练专业大会举行

本报讯 记者何东宪报道：由国家体育总局职业技能鉴定指导中心、中国就业培训技术指导中心主办，中体健身投资管理有限公司承办的“2013中国国家职业健身教练专业大会暨全国健身教练职业技能竞赛”日前在京举办。这次大会强调为从事健身教练职业的从业人员提供国家层面的学习与交流平台，拓展、提升已持有国家职业资格证书人员的专业理论知识与技能水平。共有来自全国各省市19个代表队的120余名职业健身教练参加了此次技能竞赛。



近日，由四川省甘孜州委、甘孜州人民政府、中国民族贸易促进会主办，巴塘县委、巴塘县人民政府承办的“巴塘连北京”联谊活动，在北京民族文化宫举行。将军后代合唱团、巴塘天籁童声合唱团、少儿藏戏团等艺术团体共同呈现了一台极富地方特色的演出。刘仕渝摄

本版编辑 余颖

江西上饶：

文化创意产业“小”中谋大

本报记者 赖永峰 通讯员 吴 汉

江西省上饶市婺源县朱子艺苑是一家专业从事龙尾砚研发销售的企业。然而，其厂区仿古建筑园林，每年都有众多游客光顾。“今年国庆7天假期里，我们接待了7000多名游客，仅展厅销售额就过百万元。”公司总经理、国家级非遗项目歙砚雕刻传承人江亮根兴致盎然地向记者介绍说，“别小看这小小的砚台，去年给我们带来了1.2亿元的收入。”

在发展文化创意产业的过程中，江西省上饶市从大处着眼，从小处着手，积极开发和扶持一批小传统技艺、小文化企业、小文化项目规模化集群化发展。一枚鱼钩、一把阳伞、一方砚台等，以往看来只是“小打小闹”的手艺活儿，如今却大大方方走上了“高台盘”，成为上饶文化创意产业发展的主力军，推动该市文化产业主营业务收入连续两年保持20%以上的增速。

上饶人文历史深厚。截至2012年，全市拥有列入国家、省、市级保护名录的非物质文化遗产项目74项，其中国家级保护项目7项、省级39项。为改变传统文化项目多由民间艺人或小企业经营的情况，上饶市政府拨出财政专项资金，促进传统文化资源产业化，并推动多个文化产业园落成，引导小企业做大、小作坊抱团发展。

江西含珠实业有限公司所建铅山纸茶竹文化创意产业园，就是其中的代表。开业以来，公司主打的铅山连史纸、河红茶、竹艺等“非遗”产品畅销全国乃至海外，现货吃紧、供不应求的局面一直持续至今。公司总顾问张明正连称没想到，“没想到文化创意产业真能重振铅山纸、茶、竹的辉煌，没想到这些几乎没啥名气的‘非遗’产品这么有市场，没想到文化产业投资这么快就有回报”。

旅游由“赏风景”向“看文化”、“求休闲”转变，成为上饶文化创意产业发展的又一大亮点。该市把一批小工艺品打造成精美的旅游产品，既满足了游客的需求，也为文化创意产业的发展开辟了广阔空间。拥有“全国最美乡村”之称的信州区，以独具特色的文化资源为依托，大力开发工艺品和旅游纪念品100余种，创造了一批地方特色文化品牌，年产值达5亿元。自驾游和垂钓成为度假新宠，让鄱阳县的鱼钩产业越来越红火。鄱阳县在工业园区划出100亩土地，建设鱼钩产业园，目前已有10余家企业进驻，年产鱼钩80多亿枚，年产值1.8亿元，国内市场占有率70%，国际市场占有率30%。

上饶还结合全民创业，积极引导民间资本投向文化创意产业，促进文化产业布局由“零星分散”向“聚焦重点”转变。据江西省家

具协会统计，全省红木相关企业70%在上饶市广丰县。该县把握机遇，投资25亿元，精心建设红木文化街、木雕城、红木家具基地等3大产业平台，并出台一系列优惠政策，目前吸引了120多家企业入驻，预计2015年可实现产值百亿元以上。上饶广电传媒有限公司以市艺术中心及文化知识产权入股，吸引社会投资2000万元，注册成立了上饶市广电演艺公司，精心打造了音乐舞蹈诗画剧《印象上饶》和休闲大戏《印象上饶·激情狂欢秀》，每天在市艺术中心上演，成为上饶旅游的新“景点”。目前，该剧开始赢利，已吸引国内外观众、游客近30万人次观看。

