

一直以来,“文化企业30强”对技术和创新进行着不懈追求——

文化科技引领文化产业未来

本报记者 金晶

匠心“字在”做文创

本报记者 金晶

在电脑和手机普遍普及的时代,人们对于印在纸上的“字”的关注反而少了,这也是为什么当人们一走进深圳文博会里的“字在”展区,一种对字的尊重会油然而生

“你来戴上手套试试看,一直向右转轮盘,使劲转,然后《心经》就能印出来了。”在文博会2号馆,一台放在路旁的不到一人高的活字印刷机引发了众多观众的兴趣。现场操作的师傅江月明和卢进辉分立在机器的前侧和右侧,一个人拿纸、放纸,一个人压印,有条不紊地默契配合着。如果观众感兴趣,也可以亲自上阵试试身手。看着文字带着凹凸印在一张张纸上,看着师傅们带着仪式感的操作,一种对字的敬重油然而生。走进展区更是别有洞天,这里就像是“字”的乐园。一排一人多高的架子上密密麻麻地放了十几万块铅活字。小号的活字印刷机运用了杠杆原理,可以单人手工操作,用于印制名片和书签。在儿童互动区,还设置了汉字墙、汉字抱枕和识字卡。在这里,原来只有单一功用的铅字块,被设计成各种文创产品;有的用于红泥印章,有的用于筷子、茶垫,有的用于风铃、相框,还有的用于U盘、名片盒……当配上木质元素的设计后,原本硬硬的铅字变得温润起来,仿佛蕴含着一股子行云流水般的文气。来自深圳的黄蛟告诉记者,她准备自己拼一块四字的胡桃木印章买回家去,因为“握在手上太有感觉了”。

“希望人们能够通过我们的产品,体会到文字的美感和乐趣。我们还希望拉近与年轻人的距离,让他们参与进来,切身体会到文字的意义,触摸文字的骨骼。让他们在有兴趣的前提下解读产品,了解文字的内在意义。”字在品牌创始人刘美松说。这已经是他们第三次参加深圳文博会,今年参展的场地已经比最初时增加了60%。而展会外,字在的实体店也从深圳一家开到了上海、武汉等地,总数达到了15家。

“文创产品的创新需要时间和智慧的双重积累。”想起3年前初做文创产品时的情景,刘美松认为:“难做的事情坚持去做,就能做成。”或许就是这一步步设计,一字字开发,踏踏实实,细水长流,让“字在”在文创旅途上收获了不一样的风景。



在第十二届文博会上,工作人员在“字在”展台展示活字印刷的排版。 本报记者 金晶摄

用艺术开启都市人的初夏

本报记者 隋明梅

这个文博会,欢乐海岸分会场以“艺的三次方”系列活动,用艺术开启都市人的初夏。

漫步在欢乐海岸,市民邂逅的或许是一场奇思异想的当代先锋艺术展览,或许是一个妙趣横生的生活家设计空间,或许是一系列非物质文化遗产的精巧手工艺展览……异彩纷呈的文化事件让欢乐海岸化身艺术高地。

在欢乐海岸盒子艺术空间展览“现实中的不现实:日常生活的精神纬度”,展览作品涉及架上绘画、装置、摄影、录像、当代水墨等广泛媒介,一方面展示行进中的中国当代艺术创作——尤其是部分年轻一代艺术家的现状;另一方面试图观察艺术介入日常生活的宽度与深度的可能性。这一次艺术家阵容强大,参展的28位艺术家,有实力派艺坛老将,也有出自“70后”“80后”年轻艺术家中间影响力比较大的佼佼者。

在欢乐海岸分会场,这里不仅有当代先锋艺术展览,还蕴含着东方传统工艺与时尚的现代艺术。作为分会场的重量级首演,“匠心呈祥·国礼”景泰蓝艺术精品展,都市人可与艺术精品亲密接触,感受中华非物质文化遗产的底蕴和其中蕴藏的匠心智慧。本次展览展出了中国工艺美术大师钱美华、钟连盛、米振雄和戴嘉林等多位国家级工艺美术大师的作品,40多件不可多得的高规格景泰蓝精品,以创纪录的展品规模和展品品质,创下深圳近年同类展览之最。著名景泰蓝专家衣福成还亲临现场,诠释工匠精神内涵,分享景泰蓝鉴赏与收藏诀窍。

如果说,对于匠心的坚守是古老中国的传承。那么“十+十|设计·生活·家”传递的便是传统美学的东方雅趣。在中国新锐建筑设计师冯羽涛操作设计出的空间内,有机融合时尚、艺术、设计、亲子、环保、公益、设计等多个元素,打造了全新的现代空间。服装设计师赵卉洲说:“这个是女性梦想的家,有温度、有情感。”一张返乡的车票,一张泛黄的黑白全家福,一件祖母缝补过的旧衣物……“十+十|设计·生活·家”还带来了“家·手下留情”跨界生活艺术展,牵动都市人心灵最深处对家的渴望。前来观展的市民不仅可以建造儿童微观梦想家园,观赏“苗乡苗绣”刺绣表演,还可以免费体验“家庭照相馆”,与家人朋友温馨留影。

30强”的发展,可以发现,跨界互动催生许多有趣的新应用,还引导了新消费。在智能语音领域发力前行的科大讯飞,就是一家跨界创新的代表企业。识别多人谈话中每个人的话语内容,将语音实时转换为文字;将人们所说的话直接转换为英文语音,并达到类似“同声传译”的效果……科大讯飞自主研发的技术,提升了语音产品交互的即时性和便捷性,还提高了文化传播的效率和速度,加速了不同国家、民族之间的文化融合。科大讯飞创新地实现了电子技术、网络技术、信息技术和数字技术为核心的文化传播方式,也为移动互联网、智能硬件、智能可穿戴、智能家居领域用户快速构建具备智能交互能力的各类应用提供了有力支撑。

如今,科大讯飞已经成为全球最大的中文智能语音技术提供商,并瞄准未来30年,力求让以语音和语言为入口的人工智能,能够像水和电一样成为我们每个人生活中的标配。在2015年通过资产重组新建而成的上海东方明珠新媒体股份有限公司,则是媒体依托技术和资本力量,进行产城融合、跨界升级的典型。目前,东方明珠拥有中国规模最大、门类最齐、特色鲜明的内容版权库以及国内最大的多渠道视频集成与分发平台(MVPDs),旗下数字营销、主机游戏、电视购物等传媒相关服务行业位于业内领先。其构筑的云平台分为基础服务层、系统服务层和应用服务层共3层架构,运作架构与运营体系已形成应对业务扩展与用户激增的技术支撑。

东方明珠还参与下一代广播网无线系统(NGB-W)的开发建设,在标准制定、产业化探索以及战略规划上提供指引,为建设“智慧城市”添砖加瓦。不久的将来,当智慧商店、智能家居、智慧充电桩等智能化应用服务越来越多地出现在人们的日常生活中,文化与科技融合发展的价值也将得到充分体现。

产城融合先发力

技术创新的力量加速了产业间的联动,更促成了不同“产业域”间融合。当“文化+”遇到“互联网+”,就产生了令人惊喜的融合效果。通过观察“文化企业

业态创新空间大

以前人们在网络上看新闻,现在人们

在手机上听资讯;以前人们去电影院看电影,现在人们尝试带上VR眼镜体验虚拟现实乐趣。科技催生的新业态,正在文化产业的各细分领域“抽枝发芽”。在影视领域,华谊兄弟和浙江华策在新技术布局方面走在了行业前列。华谊兄弟在投资VR硬件生产企业的基础上,入股VR主题公园,提供基于其电影内容的VR体验;华策影视则投资1470万元入股VR内容制作公司,共同打造VR综艺节目。两家企业借此机会进一步完善了各自的产业生态战略布局。而以网络游戏、在线教育等为主营业务的福建网龙,也在虚拟现实领域进行了探索。目前,已成功打造出虚拟现实应用解决方案的VR引擎,支持快速开发教育、游戏、体验型等VR相关内容,其核心功能达到世界先进水平。该公司还着手打造简易的VR编辑器和VR资源制作支撑平台,致力于为开发者打造高效的开发环境。

在出版领域,中南出版传媒集团股份有限公司多年来推进文化与科技融合。该集团旗下的天闻数媒科技公司整合数字教育和数字文化两大产品线,运用“平台+内容+应用+终端”的互联网生态运营模式,其数字教育产品在国内已覆盖20个省份,并在荷兰、南苏丹等海外市场取得进展。中原出版传媒集团则围绕打造数字化全产业链和全媒体出版格局的战略任务,推进数字化发展。目前,其数字化印刷生产线的技术和工艺持续提升,按需、即时、小批量的印刷优势日益显现。订单增长势头日益明显,销售收入较去年增长168%,形成与传统印刷批量大、数量多的印刷需求互补发展的格局。

“活化”内容更生动

国内首创的大型火山穿行历险项目“维苏威火山”、高空飞翔仿真体验项目“飞越极限”、巨幕立体电影《生命之光》、环境4D电影《海螺湾》……近年来,深圳华强文化科技集团股份有限公司凭借自主研发能力及已拥有的多项国内外发明专利,深度挖掘中国古典文化和传统故事,寻找文化与科技的结合点,成功研制

出环幕4D电影、悬挂式球幕电影、多屏幕电影、跟踪式立体电影等十多种特种电影,并应用到系列主题乐园中。其中,“环幕4D电影系统”已输出40多个国家和地区,每年配套出口20余部影片。文化产业是以内容为核心的产业,科技则让优质内容得到更好的呈现。在“文化企业30强”中,还有许多企业与深圳华强一道,通过技术力量将内容“活化”,展现出文化的独特魅力。在风景如画的杭州景区,宋城演艺推出了充满创意的走入式演出《万事总关风月》。演出运用全息投影技术,产生的声光电效果,将凄美梦幻的彼岸花、繁华的市井长街、大雪纷飞的郊外真实地呈现在观众眼前。观众可以在场内随意走动,和演出中的人物对话、互动,感受演出中的每个细节。演出带给人们强烈的视觉体验和心灵震撼,其独特的观看模式广受好评。

放眼当今世界,文化与科技融合发展的态势已经日趋明显。从大数据的应用,到云平台的搭建,从3D打印的推广,再到VR、AR技术的应用探索,文化科技的融合创新已经成为文化产业发展的核心支撑。数字技术和网络信息技术掀起了一波高科技新浪潮,催生出新兴的文化业态。作为我国文化产业发展的“领头羊”,“文化企业30强”有规模和体量上的可观,更有对技术和创新的不懈追求。它们将文化与科技的融合成果生动呈现,也引领着产业未来发展的趋势和方向。

在茶悦世界,领略中华茶文化魅力

本报记者 杨阳腾



上图 茶悦世界分会场围绕“茶香花艺·生活美学”的主题,设立了33项活动。图为参观嘉宾在品茶。

右图 茶悦世界分会场整体规划有涟漪广场、曲水流觞、茶文化博物馆等茶文化体验区域。图为茶道表演。 张振湘摄



心品茗。同时,各茶类代表企业还将各种制茶工艺搬到现场,比如现场炒绿茶,现场压制普洱茶饼,现场锯干两茶等,参观的市民可以直接现场体验亲手制茶。

茶器展览则集中展示了古典茶器器物文化和现代茶器美学成果,如紫砂、铁壶、银器、汝窑、景德镇瓷器等泡茶器物等。茶周边展览与茶相关的周边生活美学用品,划分为雕刻艺术品展示、香道展示、花道展示、古琴展示四大分区,集中体现东方美学在生活中的精髓所在。

除了三大主题展览区外,茶悦世界还设置了6个静态茶文化特色展示,从收藏级老茶、老茶器、茶艺、普洱茶山头文化、茶摄影5个角度切入,集中展示老普洱、老六堡、老岩茶、老白茶、老乌龙在内的古董级老茶,明末白

泥菊壶、清康熙陈鸣远六方官灯式壶、海棠玉桥壶、清康熙贴花大圆珠壶、明六方提梁壶、清雍正笠盖官灯壶等民国紫砂名家的代表作品,云南南糯、南涧、景迈、布朗、勐宋、巴达六大知名茶山的优质茶品,不同茶类独具风格的制茶工艺流程以及一系列展现中国茶文化深厚历史风貌的摄影作品。

杨文标表示,中国是世界茶文化的发源地,中国茶文化对周边国家的影响很大。目前各国的茶文化都有自己的特点。日本茶道、韩国茶艺都很发达。日本茶文化讲求侘寂之美,东南亚各国的饮茶风气也很盛行,尤其是华人很多的印度尼西亚、新加坡等国。因此,茶悦世界还邀请了来自各国的知名茶人,并设立了国际化的茶文化主题活动,如原汁原味的韩国茶宴,通过烹茶的方法和茶事活

动展示韩国的茶道冥想文化。

“我们希望增进普通市民对茶的了解,引导越来越多的人爱上茶、爱上茶文化,营造‘以茶为饮’的社会风气,进一步了解中国文化的魅力精髓。”杨文标说。

据了解,茶悦世界项目是深圳市宝安区2013年引进启动的重点茶文化产业项目,是国内首个集中全面展示中华茶文化魅力的产业园,也是中韩茶文化交流基地项目。项目定位为采购、品鉴、茶文化体验中心,包含茶叶品牌、茶器美学、主题茶会、茶文化体验、茶文化广场、茶道培训、茶品美食、私人定制、O2O商城、创意茶空间十大功能板块,将茶与商、茶与道、茶与生活整合在一起,通过深圳在投融资、生物科技、互联网、文创等领域的产业优势带动园区内以茶为内容的文创企业的发展,发挥中国茶文化产业孵化器功能。