

广州文交会“开张大吉”:10个重点项目签约

新快报讯 记者许婉婕 夏世焱报道 12月4日上午,2021广州文化产业交易会(广州文交会)在中国进出口商品交易会(广交会)展馆A区2楼1至5号馆启幕,将持续到12月6日。开幕式上举行了重大文旅产业项目签约仪式、文化艺术名家授牌仪式,还正式启用了全国首台超高清视频转播车。广州市推动文化创意产业链发展合作项目、华侨城汽车欢乐世界项目、广州国际电竞中心项目等10个重点项目在开幕式上成功签约,合作投资金额达1000亿元。另据主办方介绍,本次文交会将促成重大项目签约13个、投融资项目10个、招商项目15个。

涵盖影视演艺、文化装备等内容

广州市委副书记、代市长郭永航在致辞中指出,广州文交会是广州市推进文化强市,实现文化综合实力出新出彩的重要举措。2021广州文交会首次以市政府名义举办,以湾区文化为背景,以“新业态、新消费、新文旅”“数字科技赋能湾区文旅融合”为主题,坚持市场化、专业化和国际化办展,积极推动数字文化产业发展、文化旅游融合、粤港澳大湾区建设,力争将广州文交会打造成具有国际影响力的文化产业交易服务平台。

据悉,本届广州文交会活动涵盖影视演艺、文化装备、动漫游戏、数字非遗、精品文创、旅游产业等内容,设置粤港澳

大湾区(广州)数字文旅新业态成果展示会、演艺影视展、2021广州国际旅游展览会三大主题展等主体活动。另外,还将于12月17日至21日举办第26届广州国际艺术博览会,2022年1月举办中国(广州)国际纪录片节。

三大主题展展现广州文化产业风貌

在现场,记者发现,1.2展馆为“影视演艺馆”,2.2-3.2展馆为数字文旅新业态馆,4.2-5.2展馆为广州国际旅游展,三大展区从不同维度,展现广州文化产业风貌。

粤港澳大湾区(广州)数字文旅新业态成果展示会,以数字文化产业为中心,展示最先进的数字文化、电竞、时尚创意、文旅消费新业态的发展成果。腾讯集团的“《和平精英》电竞文旅嘉年华-新业态展”区,推出和平精英系列数字文旅活动,打造“和平精英·电竞岛”。网易CC直播创意展示广州新业态,推动城市数字文化创新。

此外,在琶洲会展中心设有丝绸之路国际联盟、中演院线展区、国艺之声——国家文旅部直属文艺院团展区、用世界语言讲好中国故事——中国芭蕾舞画廊,展示最新的演艺文化成果。

演艺影视展区,主要展示沉浸式舞台、VR、光影秀、视频秀、舞台方案、艺术作品,锐丰文化、广州美术学院跨媒体艺术学院、耀纳舞台科技、江艾莱森数码、



■本届广州文交会活动涵盖影视演艺、文化装备、动漫游戏、数字非遗、精品文创等内容。

赫兹音响、博朗灯光等一批演艺影视企业,将“硬设备+软创意”组合,打造了一场科技与艺术相结合的视听盛宴。不少展位前有观众排队体验先进的影视专业设备。

记者在现场发现,除大众旅游产品外,民宿、酒店预订及自由行、轻旅行套餐等的关注度持续走高。据广之旅方面介绍,该旅行社在旅展现场上架了涵盖跨省、省内过万款旅游产品。

本次旅展特别推出的“红色广州魅力羊城专区与数字红色文旅体验专区”,

观众不仅可以“VR”“AR”等设备身临其境地体验红色文化,还能参加广州博物馆、孙中山大元帅府纪念馆、广州起义纪念馆等参展博物馆设置的小游戏赢取礼品。在非遗专区,记者近距离地感受到了古琴、广彩、广州榄雕、广绣、红木宫灯、打铜、点茶、饼印、剪纸、泥塑等非遗项目的魅力。中午时分,“粤菜厨师百厨百店”专区飘来阵阵香气,来自白云、黄埔、番禺、南沙、花都、增城、从化区的“粤菜师傅”,现场挥勺,制作出一道道色香味俱全的粤菜。

广州举办第一届中国(广州)公园文创大会交流对话活动

“文创产品应该让大家买得起、用得上”

羊城文创,一日赏不尽。12月3日晚,首个由全国城市公园联手打造的公园文创交流平台——中国(广州)公园文创大会在广州盛大开幕。全国十多个省市逾50家知名公园景区和100多家院校及设计机构带着精美绝伦的文创产品齐聚白云山。12月4日,第一届中国(广州)公园文创大会交流对话活动在越秀国际会议中心举办。故宫博物院原常务副院长王亚民、著名漫画家林帝浣(小林老师)等嘉宾共同探讨文创之路。

■采写:新快报记者 王彤 通讯员 吴薇

■摄影:新快报记者 李小萌



■故宫博物院原常务副院长王亚民现场分享了故宫博物院的“出圈”之道。

分享:故宫博物院的出圈之道

“我前天刚到广州,昨晚参加了广州举办的第一届中国(广州)公园文创大会开幕式,看到了很多文创产品,总体感觉是百花齐放、琳琅满目。”王亚民表示。

王亚民现场分享了故宫博物院的“出圈”之道。他介绍,紫禁城自1420年建成到今天已经有601年。1925年故宫博物院成立,回到人民的怀抱,到现在为止96年。故宫博物院收藏有文物187万件。目前的文创产品分3大系列,1.5万多个品种,每个品种都有其元素性、创意性和故事性。

一件文物最后如何到造成一个产品的?王亚民说,首先要寻找意见具有IP价值的文物,它必须有内涵、有内在价值,然后导入当代审美,在具体的物件上

进行图案转化,实现创意再现,最后生成新文创产品。文化是文创产品的核心与灵魂。

“故宫是尊贵的、风雅的、吉祥的、也是创意无穷的,我们的设计师在设计故宫文创作品时会非常注意宫廷感、趣味性、探索性、仪式感。你设计的产品,只有让七大姑八大姨都喜欢,才算是真正的有本事。这就是文创产品的人民性。”

现象:一些文创产品同质化严重

王亚民同时也指出,目前很多地方搞文创产品,但克隆与被克隆、复制与被复制,模仿与被模仿的现象很多,此话引起了多位嘉宾的共鸣。

小林老师说:“许多公园出口都有

一条长长的购物街,里面卖的都是同质化的翡翠。”他认为,公园文创应该成为旅游的一部分。“比如说我们的白云山有一种独有的鱼类,叫做白云金丝鱼,体态极其优美漂亮。如果白云山能开发出来衍生品,既是对白云山独有物种的宣传,又具有绝对的唯一性,那么我们的公园就不会成为卖小商品的地方了。”

广州美术学院视觉艺术设计学院院长曹雪表示,谈文创,不是视觉、元素的表面文章,而是从老祖宗那里发现未来。“文创产品要针对某一具体公园来进行开发,公园的故事需要不断进行深度挖掘。”此外,公园本体的设计也可以看作是文创,注意疏密有致和留白,不密集地设计“兴奋点”。

建言:文创应更多地利用科技力量

如何创造出公众喜闻乐见的文创产品?多位嘉宾纷纷建言。“文创产品应该让大家买得起、用得上。”中国青年美术家协会雕塑艺委会副主任谭旭说,艺术家首先要在创作上进行一些突破,避免同质化现象。其次,文创产品应该更多地利用科技的力量,让设计师的灵感落地。

广州市白云山风景名胜区管理局局长王昱表示,白云山近年来在节日花了很多心思,每个重大节日都为市民策划了许多活动,曾经一个节日的游客访问量就达到100万人次。作为公园的管理者,白云山会更自觉地为景区注入文化元素,为设计师们提供展示平台与技术支持,创造出人民喜闻乐见的文创产品,让大家可以把文化带回家。