

深圳设计绽放国际时尚舞台

本报记者 吕绍刚

运用分形艺术、未来感十足的动态虚拟服装NFT造型，灵感源于黔东南苗族神话传说，融入中国非遗文化的主题走秀，将古代小品画作中的浪漫感具象于设计的系列时装……今年9月，3家来自广东深圳的服装品牌，受米兰时装周官方邀请，在T台上掀起了一股中国风。

近年来，深圳服装品牌、设计师接连在国际时尚舞台上大放异彩，饱含东方元素的深圳时尚受到世界广泛关注。个性鲜明的深圳设计不仅折射出深圳这座城市年轻、时尚、开放、包容的气质，也展现出中国本土设计不断破圈生长的独特性和多面性。

原创表达打破标签式印象

目前，深圳拥有服装设计师3万名左右，良好的行业生态让深圳成为“独立设计师的温床”，不断走出具有国际竞争力的中国原创设计新势力。

在海外秀场上，深圳时装周频频亮相：“时尚深圳”活动组织企业连续5次参加伦敦时装周；歌力思、影儿、玛丝菲尔等一批深圳知名服装企业先后走出国门；深圳服装行业协会携深圳品牌连续5年亮相纽约时装周，几十家知名时装品牌的设计师组成深圳时装周军团，在纽约时装周上绽放光芒……

设计师杨子创立的ANNAKIKI品牌，从2017年至今，已经连续11次登上米兰时装周官方日程走秀。她表示，代表中国的设计师品牌亮相米兰，跟全球各大品牌站在同一个舞台上，就是希望让全世界看到中国设计。

中国设计是什么？中国设计师靠什么走向世界？曾在众多国际大赛中取得亮眼成绩的深圳威调设计有限公司创始人、设计师朱威特坦言，在走出去的过程中，自己一度对“中国设计师”的身份感到迷茫：“当初第一次参加国际性比赛，我就一直在思考该怎样以中国设计师的身份跟世界对话。很想把中国的东西表现出来，但是如何表现？”

最终，他选择坚持以自我创作打破标签式的中国印象。“我生长的这片土地以及孕育我的文化，已经刻进我的骨子里。不刻意而为的自我表达，就是我作为中国新一代设计师的表达方式。只有这样，才能自信地向全世界说出我们是‘Made in China, Created in Shenzhen’。”

传统文化赋能设计创新

随着走出去学习、交流、开拓市场的步伐加快，越来越多设计师和艺术工作者意识到独有的文化审美的重要性。中国文化博大精深，深入理解后，对传统文化进行创造性转化，往往能迸发出新的灵感。

以桑蚕丝为坯底，由中草药葇蓂的汁液浸染，再以珠三角特有的、富含多种矿物质的河涌淤泥覆盖，反复日晒加工……经过14种工艺、36道工序以及1至3年的窖藏等待，一匹香云纱方才生产完成，可以用于制衣。

“香云纱是岭南地区的传统手工艺



▲深圳本土设计师品牌HUI以“屏风之外”为主题亮相2022 AW米兰时装周。品牌方供图



▲2023春夏深圳时装周上，深圳兰腾国际文化发展有限公司展示以侗族刺绣为元素设计的服饰。深圳时装周供图



▲在中国国际时装周25周年闭幕式上，服装品牌拉珂蒂展示以东方瓷韵为灵感的服饰。品牌方供图



▲2023春夏深圳时装周现场。深圳时装周供图

面料，其历史可以追溯到1700多年前。”深圳设计师、德望见秋品牌创始人邢莉莉介绍。参与香云纱国家非遗申报的经历，使她决定创立德望见秋品牌。“我希望用中国的面料做世界的设计，推动和活化香云纱传统工艺，把它带到世界舞台上。”

近年来，深圳市大力倡导“纺织非遗活化工程”，希望通过“非遗+时尚”的模式，以深圳设计之都的时尚

设计力量进一步激活非遗的生命力，更好地保护、传承与创新纺织非遗，让纺织非遗重新进入现代生活场景，在新时代里“活”起来。

以缂丝、刺绣、贴片等手法，将清代文官服上的离鸟图呈现在现代设计风格的夹克上；传统老虎布偶、舞狮表演的形象被用作服装图案或装饰点缀；潮汕民居特有的屋檐结构被运用于服装的剪裁线条……来自深圳的中

果，而不必考虑现场的观众视线和视角问题。”

导演、舞美设计师、服装设计师乌戈·德·安纳说：“在剧院舞台布置上，新材料新技术不断涌现，比如有机玻璃镜面与真空彩绘的结合，让彩绘背景创造出全新场景和特定氛围。视频投影技术也让场景变得更加真实具象。这些都给舞美艺术带来了新的可能。”

经过交流讨论，各位代表一致认为：表演艺术是人类文明的瑰宝，要在传承中延续经典，在创新中走向未来。要应用新技术、新媒介、新空间，持续拓展表演艺术边界，服务多元化受众。要携手致力于表演艺术传播普及、青年艺术家培养扶持、新作品创作呈现，为全球表演艺术的可持续发展，注入不竭的动力源泉。要密切互联互通、联合制作、联合呈现，深化各领域、全方位交流合作。

本次世界剧院联盟框架下两大论坛的同期举办，彰显了中国国家大剧院在剧院运营管理、艺术生产、舞美创作等领域拥有广泛的凝聚力和影响力。中国国家大剧院院长、世界剧院联盟主席王宁表示，推动表演艺术的传承发展、文明交流互鉴是全世界表演艺术行业共同的使命和愿望，中国国家大剧院将继续与世界各国剧院、艺术机构团结协作，共创美好明天。

国十佳时装设计师之一孙贵填，不断创新国潮设计。他表示：“从小耳濡目染潮汕地区的祠堂文化，所以作品中常会出现古老图腾的设计形式。”

在不久前刚刚落幕的2023春夏深圳时装周上，深圳兰腾国际文化发展有限公司将侗族刺绣非遗传承人杨先荣的代表作品，与独立设计师品牌SOOT MOOR进行时尚混搭，带来一场“非遗服饰大秀”。

吉祥斋、走心、衡韵雅序等以国风为内核的深圳品牌，也在传承中国传统文化的同时，融入国际化的设计语言，展现了中国高端女装品牌的国际视野。

深厚底蕴涵养文化自信

近年来，通过挖掘传统文化与工艺，创新设计语言，深圳时尚产业不断提升文化底蕴与历史厚度，彰显着属于中国时尚的文化自信。

不久前，赢家时尚集团旗下品牌拉珂蒂以“文艺复兴”为主题，压轴中国国际时装周25周年闭幕式。这场大秀以东方瓷韵为灵感，融合了中国传统元素——粉彩瓷，从“色”“形”“质”“韵”等多方面解读中国传统文化。

赢家时尚集团副总裁袁琼说：“我们每年都会去各地采风，为了东方瓷韵这组设计，我们组织团队到景德镇交流学习，了解粉彩瓷的用色、制造与故事，将传统元素注入每个设计之中。”

BBLLUUEE粉蓝时尚创始人李飞跃长期致力于挖掘传统文化与民族艺术。在该品牌带来的时尚艺术跨界秀《苗岭的早晨》中，苗文化概念礼服的走秀与苗铃、苗鼓、竹竿舞、对山歌等多种元素的结合，引发国内外时尚界关注，实现了东方美学的时尚化、国际化。

“设计的背后，是一个品牌、一个团队的情怀和梦想。当我们选择一件服装时，我们选择的不是服装本身，而是内心的文化认同。”李飞跃说。

11月22日，在第10届深圳原创时装周上，品牌牟尚的展位吸引了许多人驻足。光泽莹润的真丝时装色调干净、线条流畅，取自白玉、青釉的色彩，搭配水墨渲染与印花纹理，东方韵味与西式简约得到了巧妙的融合。

“中国几千年的文化和历史，给了我们最大的底气。”深圳设计师、牟尚创始人李瀚表示，“从中国悠久、博大精深的文化里寻找启发、寻找创意，做出能让世界感受到中国文化之美与历史之深厚的品牌，是我们所有服装人的情怀。”

在迈向国际时尚舞台的路途上，深圳服装品牌、设计师正不断从传统中汲取养分，自信满满，诠释着来自中国的美和故事。

深观察

果，而不必考虑现场的观众视线和视角问题。”

导演、舞美设计师、服装设计师乌戈·德·安纳说：“在剧院舞台布置上，新材料新技术不断涌现，比如有机玻璃镜面与真空彩绘的结合，让彩绘背景创造出全新场景和特定氛围。视频投影技术也让场景变得更加真实具象。这些都给舞美艺术带来了新的可能。”

经过交流讨论，各位代表一致认为：表演艺术是人类文明的瑰宝，要在传承中延续经典，在创新中走向未来。要应用新技术、新媒介、新空间，持续拓展表演艺术边界，服务多元化受众。要携手致力于表演艺术传播普及、青年艺术家培养扶持、新作品创作呈现，为全球表演艺术的可持续发展，注入不竭的动力源泉。要密切互联互通、联合制作、联合呈现，深化各领域、全方位交流合作。

本次世界剧院联盟框架下两大论坛的同期举办，彰显了中国国家大剧院在剧院运营管理、艺术生产、舞美创作等领域拥有广泛的凝聚力和影响力。中国国家大剧院院长、世界剧院联盟主席王宁表示，推动表演艺术的传承发展、文明交流互鉴是全世界表演艺术行业共同的使命和愿望，中国国家大剧院将继续与世界各国剧院、艺术机构团结协作，共创美好明天。

文艺创作谈

展现网络视听新作为新气象

孙忠怀

党的二十大报告提出“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”，在文艺界引起热烈反响。网络视听行业作为社会主义文化的重要组成部分，无论在“推出更多增强人民精神力量的优秀作品”，还是“满足人民日益增长的精神文化需求”“增强中华文明传播力影响力”等方面，都承担着重要作用，责任重大，使命重大。

持续输出高品质内容，讲好中国故事，是腾讯视频一以贯之的行动指南。多年来，在内容布局、制作、排播、运营等各方面工作中，我们深刻认识到网络视听平台要展现更大作为，应该做好“三个把握”。

把握时代脉搏，找准时代方位。“为时代画像、为时代立传、为时代明德”不仅是对文艺工作者的要求，也呼应了广大观众对时代精品的需求。近些年来，我们制作、播出了《埃博拉前线》《扫黑风暴》《山海情》《在希望的田野上》等一批现实题材作品，围绕脱贫攻坚、扫黑除恶、脱贫攻坚、乡村振兴等大事要事，紧扣主题主线，以丰富的影像和生动的画面语言描摹火热的社会生活，展现新时代中国人民的精神风貌。这些作品在平台上的热播，充分反映了网络视听创作只有熔铸于时代之变、中国之进、人民之呼，才能获得强大的生命力。

把握人民之需，坚守人民立场。人民是文艺创作的源头活水，只有扎根人民，才能获得取之不尽、用之不竭的创作源泉。近年来，我们立足现实、扎根人民，积极制作和传播人们喜闻乐见的网络视听精品。《狮子山下的故事》、一家茶餐厅娓娓道来两代香港人近40年的奋斗史，用温暖的笔触传递出浓厚的家国深情；《乔家的儿女》通过一个中国大家庭的变迁，展现平凡生活的真情与美好；《风味人间》《早餐中国》为代表的纪录片，既贴近百姓生活，又有中华文化辨识度……类型多元、题材丰富的作品，让人民群众的精神文化生活不断迈上新台阶。

把握传承与创新的关系，开拓网络视听创作新境界。中华文明博大精深，中国故事丰富多彩，在发展社会主义先进文化、弘扬革命文化、传承中华优秀传统文化等方面，网络视听平台大有可为。近年来，以《梦华录》为代表的古装剧集，用现代视听语言再现中华文化的音律之美、服饰之美、意蕴之美，让观众充分领略传统文化的魅力与活力；少儿动画《故宫里的大怪兽》以新技术激活文物，打开奇幻视听空间，在寓教于乐的同时引导青少年增强文化自信；网络电影《特级英雄黄继光》以当代视角再树英雄人物，展现了人民志愿军战士不畏牺牲的英雄壮举，让革命先烈的伟大爱国主义精神得到传承。此外，随着反映基层干部工作的《县委大院》、以“时代楷模”张桂梅为原型的《大山里的女校》、展现抗联战士英勇抗敌的《八十八国际旅》等作品的陆续上线，我们将立足不同题材和视角，创新表达形式，更好地讲述中国故事。

党的二十大报告要求广大文艺工作者“讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象”。作为网络视听平台，腾讯视频非常重视国际传播能力建设。2019年，我们在海外推出WeTV，成为国内率先在海外多地区落地的中国流媒体服务平台。WeTV以流媒体形态拓宽华语文化的输出渠道，将华语内容提供给更多的国际观众观看，提升了国际传播效能，得到了大量海外用户的认可。

2022年，腾讯视频共有上百部优质作品输出海外，涵盖电视剧、纪录片、动漫和综艺等类型，覆盖海外超过200个国家和地区。此前，《风味原产地》系列纪录片被Netflix买断全球版权，面向190多个国家和地区播出，极大传播了中国美食文化。少儿动画《超级小熊布迷》带着中国原创动画IP的优秀基因走向全球，登陆北美市场后，在一系列全球知名授权展、动漫展上展现了独特风采。

号角已经吹响，站在新征程的起点，我们将继续坚持以人民为中心的创作理念，以“时代感、高品质、创新性”为准绳，创作更多满足人民精神文化需求、增强人民精神力量的精品力作，展现网络视听新作为，展示中国文艺新气象。

（作者系腾讯公司副总裁、腾讯在线视频首席执行官）

恭王府博物馆英文网站全新亮相

本报电（记者郑娜）12月14日，全新改版升级的恭王府博物馆英文网站正式上线，以丰富的栏目内容、全新的视觉创意、国际化的语言表达，向世界展示与传播王府历史文化，弘扬中华优秀传统文化精髓。英文网站的全新亮相也正式拉开了2023年恭王府博物馆40周年馆庆系列活动的序幕。

在视觉设计上，恭王府博物馆新版英文网站将恭王府博物馆原创的传统绘画线描形式与王府特色景致进行融合，以清代王府传统色彩中的红、绿两色作为主色调，辅之以黄色、灰色，色调清新典雅且别具一格，中国传统建筑的风姿尽显无遗。基于馆藏丰富的历史文化资源，网站分为导览、动态、光影、展览、藏品、活动和文创等栏目，充分展示恭王府博物馆的底蕴与风采，让海内外用户通过“云端”了解恭博、爱上恭博。

新版恭王府博物馆英文网站首页。恭王府博物馆供图

2022世界剧院北京论坛落幕

探讨表演艺术行业传承与创新

本报记者 郑娜

12月9日，由中国国家大剧院主办的“2022世界剧院北京论坛”、中国国家大剧院和中国舞台美术学会联合主办的“2022台湖舞美国际论坛”在北京落幕。为期两天的论坛期间，全球30余个国家的300余位表演艺术行业代表通过线上的方式“相聚”，50余位嘉宾发表演讲，共同探讨表演艺术行业的“传承”与“创新”。

过去一年，面对行业共同的机遇与挑战，全球剧院在传承自身特色的同时锐意创新，探索可持续发展新战略，策划线上线下相结合的演出活动，积累了丰富的实践经验。各剧院、艺术机构代表结合自身创新理念及成功案例，围绕剧院可持续发展、数字化运营、吸引观众重返剧场的举措等领域，与国际同行展开讨论。

意大利斯卡拉歌剧院首席执行官多米尼克·梅耶说：“疫情期间，我们实现了数字化升级。首先是彻底更换剧院的电脑系统；其次是建一个独立

的线上播放平台，播放我们的歌剧、芭蕾等；第三是升级剧场内观众座椅背后的字幕显示屏，为观众提供更好的观演服务。”

英国爱丁堡国际艺术节首席执行官弗朗西斯·赫吉表示，过去这段时间，他们通过免费活动和折扣吸引新观众，以定期的、持续的宣传提高老观众的信心和忠实度。“我们的经验是演出要与人们的生活密切相关，要让观众认为观看现场演出物超所值。”

论坛上，参会嘉宾还介绍了各自剧院近期制作推出的新剧目、新活动，分享行业发展最新动向。美国卡内基音乐厅执行与艺术总监克利夫·格林逊表示，在过去15年里，卡内基音乐厅最具代表性的举措是举办了多个艺术节。每个艺术节都围绕一个主题展开，旨在激发观众的好奇心，并为他们提供探索重要议题的契机。讲好故事是节目策划的关键，这也是卡内基音乐厅能成为艺术领域领军者之一

的重要原因。

中国上海大剧院艺术中心总裁张颂华认为，应该从多个方面探索未来剧院可持续发展的新路径：发挥整合优势，深化场团融合，丰富内容供给；打造经典剧目，面向Z世代开掘更多触达渠道；释放空间潜力，以区域效益辐射城市生活；把握数字化赛道机遇，打开剧院场景延伸的可能性。

在“2022台湖舞美国际论坛”中，海内外诸多深耕舞美艺术领域的嘉宾，通过最前沿的案例分享，阐述舞台美术、舞台空间、舞台多媒体、布景设计等方面的新科技、新呈现，激发新思考，引领舞美行业发展新方向。

国家大剧院舞台技术部部长管建波说：“线上演出必须以观众喜闻乐见的形式，创新性地策划节目内容，进行新颖独特的视觉传达。既然观演关系发生了变化，在专为线上播出策划的演出中，舞美布景的设计可以更多地考虑摄像机镜头捕捉的画面效