

# 文博会力推中国原创文化走出去

郑寒月 王蔚

丝巾上印着北京地图,独具匠心;3D立体动画揭示探月工程始末,绘声绘色;机器人吹萨克斯、拉小提琴,耳目一新;智能餐桌可夹菜可清理,创意百变……日前为期5天的第八届中国北京文化创意产业博览会落下帷幕,主会场16个主题展区、20个分会场展区面积创历年之最,6个专题论坛及14场创意主题活动,将本届文博会推向新高度。

## 传统糅合创意

西方曾这样评价中国:“中国人在中华文明未成熟时期所具有的很强的创造力,在现代中国人身上几乎看不到。”今日中国的发展变化,无疑极大地修正了这一看法。此次文博会从各个层面展示传统文化中的“创意”,延续国人的文化自信。

民族特色的文化创意产品备受瞩目。展会上,新疆突出丝路风韵,展现西域文化魅力;贵州“风雨桥”成最美贵州象征;西藏唐卡构成独特西藏味道;青海掐丝唐卡金碧辉煌、昆仑玉雕温润透亮……据青海展团负责人介绍,“参展的青海艺术品已不再仅仅表现传统民族文化艺术,而是具有制作工艺精美和创新性特色,更具有收藏价值。”

在台湾展馆区,文化创意品牌“部落行销”带着产自少数民族部落的手工艺品,亮相文博会。“漂流木对我而言,是我的生活,也是好几代延续下来的生活方式。”这句写在用漂亮鱼形木盘组成的背景墙上的话,道出了展品包含的传统特色与历史韵味。据介绍,“部落行销”是台湾少数民族文化创意产业平台,旨在将少数民族部落的生产与外界更好地连接起来,其推广的产品来自少数民族部落族人的手工制作,同时又结合了时尚创新元素。

把地图印在丝巾上,再施以绚丽的色彩,配上高度提炼的图案,就可以创造出别具一格的地图丝巾。这样充满创意的设计,在设计创意展区内就能看到。“我们的方巾主打原创,其图案意义在于将一个地域内独特的地理结构、自然环境和文化具体结合起来。”创始人杨德来介绍说,每款方巾的插图图案都申请了国家专利。“我最喜欢这张‘丝路寻梦’,它将丝绸之路路线印成星空的样子,一峰骆驼行走于星空之上,特别是将经过地点的主要文化元素如大雁塔、仙人掌等融入其中,既好看,又很独特。”一名参观者正聚精会神看着眼前神奇的“地图”。

## 科技渗透文化

放眼此次文博会,科技与文化的融合令“中国原创”春潮涌动。国家动漫产业综合示范园首次携带3D全息投影技术设备亮相展览现场,与观众互动;创意产业联盟展示“科技与文化融合重点项目——创想乐园”,包括国学文化博览园、宇宙天体科普园、未来科幻园等,通过寓教于乐的方式,让孩子在放松快乐中学习知识,深受儿童欢迎;尚8文化则在艺术、创意设计、影视、动漫、新媒体等领域为中国创意人才创业提供产业孵化服务。

在展区现场,中国探月工程神秘面纱被缓缓揭开。一部采用3D动画技术和立体电影拍摄技术制作的影片展示了中国探月工程始末,首次披露即将发射的嫦娥三号卫星在月面着陆、释放月球车、月面巡视等重要场景,逼真的立体感让观众如临太空。

智能餐桌展区被老人围得水泄不通。“这个餐桌能自动夹菜,自动清理,太适合我们这个年龄使用了。”65岁的张大爷说起智能餐桌尤为兴奋。

更令人惊奇的是,智能餐桌的设计者张雨童是一名大三学生。“除了智能餐桌,还有能够自动驾驶、自助结账的智能购物车,自动调温喂食的鱼缸,自动称重送取邮件的智能快递小站……本届文博会上,许多创意设计都来源于学生,都有不错的效果。”展区负责人表示,部分厂商已在现场提出合作意向,欲将这些创意产品推向市场。

除此之外,时下流行的婚礼文化,彰显出科技与文化融合的元素。新技术TVP-live便携式播控传输系统,将国家非物质文化遗产“凤凰阁”打造成一款新媒体立体产品。展会现场,中国传统婚礼文化在新媒体平台的依托下,栩栩如生地出现在观众眼前,古典婚礼文化气息突然变得真实且鲜活起来,就连现场观众也不由感慨“中国的传统婚礼太恢宏大气了”。

中国传媒大学文化发展研究院院长范周教授认为:“把科技和文化相结合是我国文化产业未来发展的一个非常重要的方向,现代高科技和文化深度融合,通过创意创造出新业态、新产品、新门类,既可以带动年轻力量的消费力,也是拉动我国经济增长的一大方式。”

## 中国原创走得更远

创意文化作为引擎和制高点的力量,正在不断释放。今天好莱坞的大片、麦当劳的薯片、英特尔的芯片,这“三片”之所以能深刻地影响世界,富含独特的文化创意正是其根本原因。可喜的是,近年来,“中国原创”在世界舞台上频频亮相,在文化产品的出口、交易中比例不断增加,而文博会正是力推中国原创文化品牌和产品平台和出口。

“相比发达国家,目前在国际上叫得响的中国文化创意产品还不多。要想提升中国文化创意产品的国际影响力,必须加强原创文化品牌打造。可以看到,这次的文博会已有了很大进步,中国的原创文化正在走出去。”中国人民大学文化产业研究院院长金元浦表示。

会上会下,本届文博会文化贸易成交高于往届,文化产品走出去迈出新步伐。动漫游戏、影视剧目、演艺节目作为中国文化走出去的排头兵,在文博会上收获颇丰。北京人民广播电台、搜狐视频等多家文化传媒与英国普罗派乐卫视签署合作协议,向英国及全球观众推荐中国优秀的影视作品,展示中华秀美河山和多元化的人文风貌。

龙永图曾说:“在现今经济社会背景下,光靠外交活动和国际承诺来发挥影响力是不够的,还要大力发展文化产业,以一个有世界性影响力的产业来增强软实力。”如今,文化产品的模仿速度远大于原创速度,今天打动消费者的文化创意,明天可能变得稀松平常。文博会就是这个平台,为孵化原创文化品牌汇聚智慧,让中国原创文化走出去,走得更远,走得更快,走得更好。

## 链接 文博会亮点一览

### 博物馆魅力汇

该展区首次设立,是本届文博会重点打造的区域,展现文物及博物馆领域文化科技融合创新的成果。北京时间机器影像中心展示了自主研发的虚拟现实展览平台,观众可足不出户参观展览,随意进行缩放,清晰看到展馆内每个角落与每一件展品细节。

### 耕织堂缂丝文化之旅

传承百年的耕织堂缂丝均为全手工“缂丝”与手工刺绣产品,手工、手绣唐卡、传统服饰及利用传统缂丝工艺加入创新现代元素设计的创意文化礼品跃然眼前。观众可现场观看缂丝制作过程、手绣技艺等一系列表演展示项目。

### 京剧之外的世界

该展区首次亮相,将传统“京剧”文化引入现代生活,展示国内自主研发的京剧动漫表演人偶,并在现场表演舞台剧,以体现文化创意与传统国粹艺术融合的魅力,让国粹京剧走进人群,走进生活,走向未来。

# 动漫世界中的“暮光之城”

刘英杰



## 观影

吸血鬼题材的影视剧集数不胜数,但在动漫领域中却鲜少涉及,索尼动画出品的动画电影《精灵旅社》



以一种特别的视角带领观众走进了吸血鬼始祖德库拉及其暗黑城堡。尽管这是一部涉及到吸血鬼题材的动画,却一点也不“暴力”,从某种程度上说,它一如既往地体现了美国动画电影的高水准,同今年大获成功的《疯狂原始人》、《通灵男孩诺曼》、《科学怪狗》一样,值得国产动画学习。

与诸多或魔幻、或惊悚或惊悚的吸血鬼题材截然不同,动画《精灵旅社》主题和谐,节奏欢快,谈不上突破,但也不失新意,而且它既无茹毛饮血的恶怪,亦无一惊一乍的惊悚,全然卖萌逗趣的卡通新宠,可谓老少咸宜。影片中的德库拉虽然因人类杀戮而丧妻,但与儿女共享天伦,为了保护女儿不受人类的侵扰,他专门盖了一个与世隔绝的城堡。与以往成人吸血鬼题材相反,在《精灵旅社》的吸血鬼城堡,人类才是最最恐怖的怪物。在城堡中,上至老一輩吸血鬼德古拉、科学怪人、大脚怪、木乃伊、骷髅、狼人、钟楼怪人,下至被德库拉雇用还经常拖欠工资的僵尸与女巫,全都有着各自焕然一新的鲜明个性,而不是人们印象中的嗜血狂魔、变态狂、危险分子等,它们身上有的

全是人类社会缺乏的善良与信任,就连吸血鬼恢复原形后的蝙蝠都能像猫咪一样睁着黑黑的大眼睛柔软可亲。还有那群僵尸,俨然是植物大战僵尸里的造型。所以,精灵旅社是怪物们的桃花源。可就在德库拉女儿118岁成人礼生日在之时,一个人类青年背包客意外闯入了他们的生活,打破了吸血鬼城堡维系百年的秩序,更引发一场啼笑皆非的欢乐故事。

从故事类型上说,这本身是一个人鬼恋的俗套情节,其角色包括表面冷酷内心温柔的吸血鬼老爸、一心想去看看外面世界的吸血鬼女儿、意外闯入的人类男孩,还有一群闹腾又搞笑的鬼怪朋友。总的来说,这部片子的卖点就是各种各样的怪物。如果没有这些怪物,全是人演的的话,估计很多人会看不下去。在西方传说中,吸血鬼德库拉伯

爵可是一个专门吸食活人鲜血的残忍恶魔,而精灵女儿梅维斯同样恶名昭彰,至于隐形人、狼人、木乃伊、科学怪人、骷髅、僵尸这些不同物种的鬼怪,听听都让人毛骨悚然。《精灵旅社》的成功之处就在于将这些西方流传的各种经典怪物熔于一炉,打造出合家欢式喜剧片,让人看得欢乐舒畅,这不是因为题材多有新意,其实在之前也有《圣诞夜惊魂》与《亚当斯一家》这样的经典代表作,而是在于影片确实拍摄得精致用心,故事情节、人物设定、画面、音乐等每一个环节都保持在一定水准之上,不仅能够逗乐孩子,也能让成年人笑得开怀,顺便再歌颂一下人间的真善美。在“精灵旅社”这座古堡中,各种怪物和人类除了生理构造外没什么不同,且心里都还有爱,有相互之间的联系。城堡里之所以温馨,是因为怪物和人类的形象都史无前例的健康正面。

《精灵旅社》以德库拉伯爵的故事为蓝本,却远离邪恶与丑陋,讲述了一个人类带领怪物发现世间真善美的故事。这是一部非常棒的电影,夸张的人物造型、颠覆的妖怪观、天马

行空的想象力,以及所有美好故事中不可缺少的爱情、友情、亲情一应俱全,俨然是动漫世界中的“暮光之城”。

