



贵州美术馆

树立起贵州文化品牌

程焕 龙章榆



贵州美术馆外景



《银月亮》 张 煜



《黔金丝猴》 杜 军



贵州美术馆在山区小学开展公教活动



《贵州解放》 马 骏、王仕明、马艺丁、侯 薇、艾兆泉

2017年9月1日，贵州美术馆正式开馆，贵州从此结束了没有省级美术馆的历史。开馆不到两年，贵州美术馆从无到有、从有到优，先后举办了50余场高水平的美术展览、近50场公共文化教育活动，在贵州逐渐树立起文化品牌。

加快补齐交流短板

走进贵州省美术馆大门，经过一栋老馆，再通过一道玻璃幕墙，一个崭新的新馆展厅呈现在眼前。穿楼之间，新馆、老馆两个建筑自然衔接、风格色调浑然一体，丝毫不感觉不出全馆是由两组建筑组成。

长期以来，贵州省都没有省级美术馆。2016年，贵州省博物馆整体搬迁，原馆址闲置，于是，贵州美术馆就在贵州省博物馆旧址的基础上改造扩建而成。美术馆总建筑面积约1.6万平方米，扩建面积约1.2万平方米。新馆共分4层，地上一至三层均为展厅，每层展厅面积为1000平方米，一层为主展厅，层间净高5米，二层为恒温恒湿展厅，三层为自然采光展厅，地下一层为功能空间和库房。全馆总展厅面积约5000平方米，总展线长度1200米。

开馆以后，贵州美术馆以展览为基础，快马加鞭补齐“交流短板”。从第一次引进中央美术学院雕塑展，到“多彩和鸣——大山的节日”美术作品展第一次走出去，再到先后与江苏画院、甘肃画院、宁夏画院等美术机构开展交流，两年来，贵州美术馆的展览从未间断，而且70%以上都是高质量的引进展。

丰富公共教育活动

“从美术馆大门往里望，你会发现贵州美术馆没有高墙，也不设围栏，这反映了贵州美术馆的发展理念。美术馆就是要紧密联系群众，让群众看得见、摸得着。”贵州美术馆馆长陈争表示。

在最大限度对公众免费开放展览的同时，贵州美术馆不断丰富公共教育活动形式，让贵州美术馆成为真正意义上“没有围墙的美术馆”。

贵州贫困面积大，脱贫任务重，为此，贵州美术馆创新形式，与扶贫工作紧密结合，将公共教育直接面向贫困地区儿童，把美育课程开到贫困地区。2018年以来，贵州美术馆多次将公共教育活动设置在贵州省德江县、威宁自治县等偏远山区学校，美术馆的画家和工作人员为学生送文具、开讲座、

组织学生参与绘画、帮学校制作墙绘……

贵州美术馆还将公共教育活动关联贵州民间艺术，2018年5月，贵州民族民间手工艺文化体验系列活动第一场开启，近200名学生和家长亲身体验了扎染的制作过程。此后，侗绣技艺展示、苗绣技艺展示等活动相继在美术馆举行，还举办了汉画传拓体验、公教艺术课堂等各类公共教育活动50余次，受到欢迎和好评。

典藏多彩贵州文化

2017年9月1日，伴随着贵州美术馆成立，多彩贵州大型书画“双百”创作工程作品在美术馆首展。该工程面向全国公开征集以多彩贵州为主题的美术、书法大型作品各100件，作品被贵州美术馆全部收藏，这也构成了美术馆成立后的第一笔收藏。

在贵州美术馆典藏与研究部主任刘一意看来，贵州省境内民族文化、红色文化、阳明文化、山地文化交相辉映，是一片文化沃土，省级美术馆首先需要将收藏聚焦定位在贵州本土。

成立近两年来，贵州美术馆通过贵州画院的原有积累以及以展代藏等多种渠道，收藏了近600幅作品，其中90%以上的作品题材都反映贵州本土文化。《侗族斗牛节》《珙桐、火棘皆山珍》《王阳明龙场悟道》《贵州解放》……刘一意对反映贵州本土文化的代表性藏品如数家珍。

除了作品，贵州美术馆还着重对西部地区和贵州本土画家进行档案式收藏。

馆内收藏也带动了贵州美术馆的学术研究。2017年12月25日，“纪念孟光涛先生诞辰100周年”展开幕。贵州当代山水画家和美术教育家孟光涛在上世纪五六十年代创作的近200幅写生作品，在贵州美术馆首次与观众见面。

目前，贵州美术馆“重点聚焦贵州本土、以展览带动收藏、以收藏带动研究”的典藏研究工作格局正在形成。

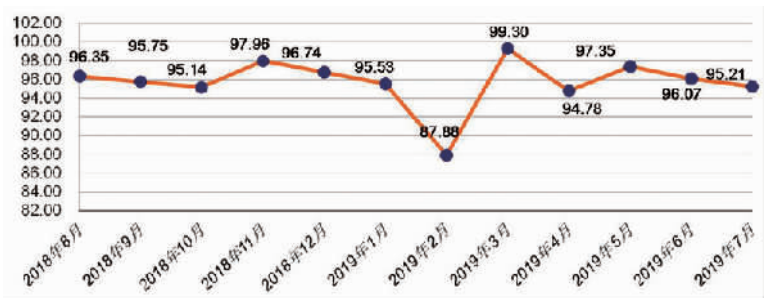
“作为年轻的美术馆，贵州美术馆生机勃勃。”陈争表示，接下来将继续加快丰富馆藏、丰富展览、丰富公共教育形式，让贵州美术馆成为外界认识贵州、了解贵州文化的新名片、新窗口。

中国·永康五金指数

2019年7月份

2019年7月永康五金内销市场效益缩水,生产景气稳中趋缓

7月份,永康五金产品生产景气总指数收于95.21点,环比下降0.86点,较去年同期下降0.11点,基本保持平稳态势。从行业结构看,十二大类行业景气指数呈现六升六降格局,其中通用零部件与电子电工类行业,回落幅度居前,环比分别下降28.98点和12.92点。



2019年7月五金产品生产景气总指数趋势图

一、商品周转速度放缓,经营效益小幅下降

7月份,企业经营效益景气指数收于93.86点,较上月下降1.41点。其中,商品存货周转速度景气指数收于94.76点,环比下降1.2点。在十二大类行业中,经营效益景气降幅居前的有通用零部件行业,环比下降33.33点,其次,机电五金类行业经营效益景气指数环比下降10.98点。

二、生产状况略有滞缓,总体判断不容乐观

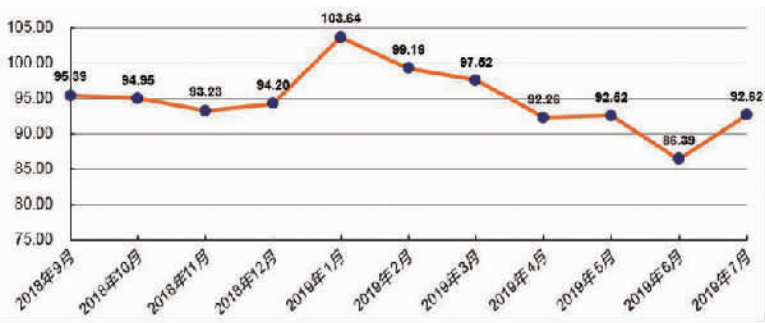
7月份,生产企业总体经营判断景气指数为96.39点,环比下降0.4点。其中,生产企业生产状况景气指数为96.33点,环比下降1.24点;销售状况景气指数为95.70点,环比下降0.73点。在十二大类行业中,有八个行业总体经营判断景气指数处于零界点以下的回落和收缩区间。其中,电子电工、运动休闲五金类行业需求景气指数降幅居前,环比分别下降33.33点和9.57点。

三、生产景气预期行情将呈现放缓态势

7月份,生产经营状况的预期指数为97.43点,环比下降0.49点,预计企业生产景气后期将继续放缓。

2019年7月永康五金市场需求小幅上扬,市场景气趋稳反弹

7月份,永康五金市场交易景气总指数为92.62点,较上月上升6.23点。在十二大类行业景气中,景气指数呈现全线回升。市场需求景气指数环比上升10.97点,运营效益景气指数环比上升6.09点,总体判断景气指数环比上升7.91点。



2019年7月五金市场交易景气总指数趋势图

一、量价齐升,市场需求景气触底反弹

7月份,五金交易市场需求景气指数为87.24点,环比上升10.97点。其中,销售价格水平景气指数为92.12点,环比上升10.55点;销售量景气指数为88.53点,环比上升9.03点。在十二大类行业中,需求行业景气指数全线环比上升,需求景气指数升幅居前的行业有门及配件、机械设备、电子电工类行业,环比分别上升21.37点、17.66点和16.94点。

二、销售毛利总额强劲反弹,效益景气指数小幅上升

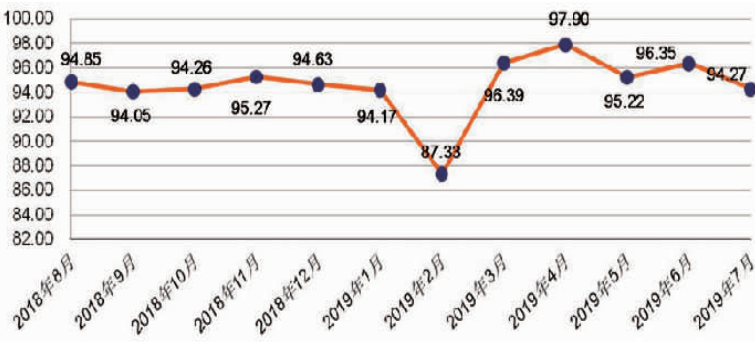
7月份,五金市场交易效益景气指数收于87.24点,环比上升6.09点,其中,商品销售毛利总额景气指数为90.09点,环比上升10.2点;商品存货周转速度景气指数为87.24点,环比上升8.92点。在十二大类行业中,十一个行业呈现环比上升,一个行业呈现环比下降,其中,机械设备和门及配件类行业运营效益景气指数升幅居前,环比分别上升12.62点和10.21点。

三、五金市场交易景气指数的后市预测

7月份五金交易市场预期景气指数收于97.53点,环比下降1.45点,暑期运动休闲用品、旅游产品、消暑五金电器等季节性产品消费需求释放基本结束,将进入平淡季节,预计后期永康五金景气指数将小幅回落。

2019年7月永康五金出口需求回落,外贸景气小幅调整

7月份,永康五金产品外贸景气总指数收于94.27点,较上月小幅回落2.08点。从行业构成看,在十二大类行业中,表现为五个行业景气指数回升,六个行业景气指数下降,一个行业景气指数基本持平。



2019年7月五金产品外贸景气总指数趋势图

一、出口交货量回落明显,外部需求下行难抑

7月份,出口需求景气指数为91.06点,较上月小幅下降5.38点;其中,出口交货量为86.16点,较上月下降14.47点;客户量为85.72点,下降12.1点,是本月出口需求回落主要因素。十二大类行业总体呈现四升六降二平格局,其中机电五金、机械设备、厨用五金、运动休闲五金类行业出口市场需求景气指数降幅明显,环比分别下降39.2点、35.02点、11.27点和7.86点。

二、出口额环比下降,效益景气小幅波动

7月外贸运营效益景气指数收于93.37点,较上月小幅下降2.62点。运营效益景气回落,主要受出口销售额下降的影响,7月份,出口销售额景气指数为85.55点,环比下降13.08点。在十二大类中,有七个行业效益景气指数环比下降,降幅居前的有机电五金和机械设备类行业,环比分别下降28.18点和16.92点;电子电工类行业效益景气指数与上期基本持平。

三、外贸景气指数后市预测

7月份,外贸预期景气指数收于97.6点,较上月上升0.21点,预计8月外贸景气有回暖可能。

中国·永康五金指数编制办公室
2019年8月8日

数据来源:中国永康五金指数编制办公室

制作单位:中国·永康五金指数编制办公室 浙江中国科技五金城集团有限公司 网址: <http://www.ykindex.org.cn> 电话: 0579-87101573/89260616 传真: 0579-87101580/87138010 中国科技五金城官方微信:



·广告·