



SICI

深圳大学
文化产业研究院

Institute
for Cultural Industries
Shenzhen University

总第19期

2012年第



期

深港文化创意参考

Information of Cultural and Creative Industries of Shenzhen and Hong Kong

爆竹声中一岁除
春风送暖入屠苏
千门万户曈曈日
总把新桃换旧符



拜

HAPPY
NEW
YEAR

2012

[农历壬辰年]



深港文化创意参考

Information of Cultural and Creative Industries of Shenzhen and Hong Kong

2012年第2期

目 录

主办:

深圳大学文化产业研究院

协办:

深圳大学图书馆

执行:

《深港文化创意参考》编辑部

主 编: 李凤亮

副主编: 周志民 金业阳

半月刊

每月 18 日、3 日刊出

地址: 广东省深圳市南山区深圳大学

邮箱: sgwhcyck@vip.163.com

网址: <http://ici.szu.edu.cn/yk.asp>

封面图片: 新春贺卡

图片来源: 网络整理

Name: Information of Cultural and Creative Industries of Shenzhen and Hong Kong
(Fortnightly)

Email: sgwhcyck@vip.163.com

前沿观察

跨界融合催生文化产业创新人才

(深圳大学副校长、文化产业研究院院长 李凤亮)

产业发展

1. 文化创意企业上市时机已趋成熟
2. “中国创意谷”将落户前海
3. 港刊: 内地香港文化融合取长补短
4. 宝安再添两个街道文化艺术中心
5. 深圳工艺礼品行业首次接受银行授信字号

会议·巡展

1. 深圳首届文化创意产业政策宣贯会暨管理研修班开班
2. 空间画廊展陈封“观自在”
3. 原创音乐, 在岁末传递深圳的声音
4. 深圳应建立 897 艺术中心

许戈辉委员期望以此增强深圳文化底蕴

5. “香港玩具文化与创意”展很精彩
6. 香港国际授权展引领海内外业者双赢



深圳大学
文化产业研究院
Institute
for Cultural Industries
Shenzhen University

主办



深圳大学
圖書館
SHENZHEN UNIVERSITY LIBRARY

协办

目 录

创意·设计

1. 殿堂公关助力香港成为亚洲设计中心
2. 艺术家创 4D 天安门纸雕
已通过吉尼斯纪录初审
3. 荷兰创意“便携式公园”
4. 城市由我画街道变剧场
5. 文化创意礼品：深圳特产大芬油画
6. 香港邮政首推丝绸特别邮票贺龙年

他山之石

1. New Cultural & Creative Industries Portal
FOMECC Launched in Spain
2. Neighbourhood builds new identity as
creative-industry powerhouse
3. Creativity shines in the South West

佳品鉴赏

- 油画—故乡（深圳大学 胡应楨）

深港文化创意参考

Information of Cultural and Creative Industries of Shenzhen and Hong Kong

2012 年第 2 期

盘点 2011 年深圳创意

2012 年初，向 2011 年那些不可忽视的创意事件和创意人物致敬。

这一年，深圳前海信息港种下了一颗孵化未来深圳梦的种子。香港设计营商周上，年逾八旬的德国工业设计之父 Rims 拄着拐杖为德国发出“至简设计”的呐喊。

这一年，奔驰和三星的前任设计总监卸下任后纷纷进驻深圳设计产业园，意欲在中国市场大展宏图；以奢华剽悍的姿态矗立在 F518 时尚创意园的前岸艺术酒店，也正虚位以待国际级大师的进驻。

与此同时，中国设计军团的身影也无所不在。他们出现在米兰家具展、国际四大时装周、艺术巴塞尔、威尼斯双年展、伦敦百分分设计展等国际顶级专业创意盛会上。虽然带着相机的中国人仍让老外们心存顾虑，但中国庞大的内需市场大到不能忽视，中国依然成为欧美最大的奢侈品消费市场，令老外对国人的态度终究热情了不少。

年底，一场由荷兰 Droog 基金会、北京今日美术馆和深圳华·美术馆联手主办的“开放式原创”调研会在深圳高调展开，以“山寨也是创新”等种种新论颠覆了人们对山寨的不公之论，雄心勃勃地要找出一条具有普世意义的开放式原创模式来。

深圳本土的全民创意普及浪潮更是风生水起。文博会、平面设计在中国展（GDC11）、珠宝节、国际工业节、室内设计节、深港双城双年展……作为联合国教科文组织认证的中国第一个“设计之都”，深圳越来越打开国际视野。尤其到了“创意 12 月”，各国创意之士齐聚深圳，热闹非凡。虽然贬损拆台者也不胜数，但心有多宽广，格局就有多大。领先全国的开放与包容精神，决定了深圳的格局。

向 2011 年曾经打动、感动、震动你我的创意致敬。（摘自：李海若，晶报；2011-12-26）



深圳大学
文化产业研究院
Institute
for Cultural Industries
Shenzhen University

主办



协办

前沿观察

跨界融合催生文化产业创新人才

(李凤亮 深圳大学副校长、文化产业研究院院长)

“文化产业新年论坛”分论坛中，人才论坛年年有，但每年都有新意。刚才听了前面三位专家和领导的演讲，我感觉到今年人才论坛的一个关键词就是“创新”。无独有偶，我今天也要讲一个与创新人才培养相关的问题。前面的专家讲到创新人才培养中如何发挥传统的作用，还讲到文化产业人才培养的国际协作，我们深圳大学也有做这方面的努力。我今天的演讲题目是《跨界融合催生文化产业创新人才》。我讲三个方面：第一，探索把握文化产业人才培养的特点；第二，跨界融合培养创新复合型人才；最后，跨界融合应坚持特色化、创新型人才培养战略。



一、探索和把握文化产业人才培养的特点

文化产业人才培养的特点，这些年大家一直在摸索，各个学校都有自己的实践。我个人的一个判断，就是虽然国内“文化产业管理”的本科专业已开设了七八年，但文化产业的学科建设和人才培养还处于一个探索期。为什么这么说呢？首先，人们对作为新兴学科的文化产业管理的特点，确实有一个摸索的过程；其次，文化产业作为综合性的学科，它的内涵非常丰富。我们有设计专业，有美术专业，有各种各样文化产业的“门类学科”，在这种情况下我们开设“文化产业管理”的专业，这对我们很多学校是一个很大的挑战。首先是归属感的困惑：“文化产业管理”专业被设置在不同的学院，各个学校对它的叫法又不一样——有的叫“文化产业管理”，有的叫“创意管理”，还有“文化产业策划”等等。培养方式也非常多元。刚才日本学者讲了他们的经验，我多少了解一些美国大学的做法，他们没有名之为“文化产业管理”的本科专业，而是更多地从文化产业的具体门类出发，培养专门的人才。比如偏艺术的有 Arts Management, 或 Music Business 之类的专业，偏商科的话就是 MBA 下的娱乐或者媒体管理方向。

文化产业人才培养的特点，我总结为“三型”和“三多”。“三型”即复合型、应用型、创新型。首先是应用型，一般是懂艺术、有创意、会经营、善管理，从这些方面来讲应用型是非常强的。其次是复合型，文化产业人才的培养，需要突破旧的学科培养体系，整合文化艺术等人文学科与经济管理应用学科，形成一个新的人才培养机制，以培养复合型的文化产业高级管理人才。第三，创新型，这个不用说了，创造性是文化创意产业的内核，原创不足已成为文化产业发展的瓶颈之一。这个原创的不足肯定跟我们人才培养有关系。我所在的深圳是一个高新技术城市，“文化+科技”的发展模式已较成熟；但在深圳文化产业发展的早期，原创不足、模仿复制仍很严重，像大芬村就是靠复制起家的，不过现在已开始注重原创了。这是一个好的倾向。

“三多”即多类型、多层次、多渠道。多类型，是说文化产业人才类型多样化，既有技术制作的，也有创意策划的，还有经营管理的。第二，多层次，是说有博硕士、本专科等不同层次的学历教育，还有研修、培训、工作坊等非学历教育；即使是研修，本身也可分为很多层次。多渠道，是说文化产业人才既可由高校培养，也可由企业自身培训，还可借助政产学研结合来打造。我们今天的人才论坛，主要讨论是大学里面培养本科生、研究生，实际上除此以外，从终身教育的概念来讲，企业里面的实训和对人才的再培训、再教育，有时更加重要。

二、跨界融合，培养创新型复合人才

接下来，重点讲一下如何通过跨界的融合来培养创新型的复合人才问题。

对于为何跨界，这个并不存在很大的争议，因为文化产业人才确实需要复合式的培养，需要打破学科、学院、学校与社会间甚至是国境的壁垒。其实有时候光打破一个学院间的壁垒就非常难了，因为大家的思维仍是各守住自己的一块，这里面还有利益格局的调整问题。我们很多人来自文化产业研究机构，对此应该有深切体会。

关键是如何跨界。这里我提出“四跨”，即跨科联合，强化打通；校企联合，强化实践；跨校联合，强化协作；跨境联合，强化共享。

首先，是大学内部跨学科的融合。这里我分本科、硕士、博士分别来讲。

“文化产业管理”本科专业，我认为经过七八年，如今是“经验积累，争议犹存”。文化产业管理本科存在着内涵困境。文化产业管理牵扯到很多方面，涉及到不同学院。中国大陆2004年开始“文化产业管理”本科，在当时的专业目录里，列在“经教育部批准同意设置的目录外专业”名单中，专业代码为110310S，11指学科门类——管理学，1103代表公共管理类，“S”是试点的意思。2011年新修订的本科专业目录中，“文化产业管理”是放在“管理学”学科的“工商管理类”目录下，可授管理学或艺术学学位，专业代码为110213S。



后面还有一个S，依然是试办的专业。对“文化产业管理”本科的属性怎么认识，目前还在摸索的阶段。

我个人不太赞同搞“文化产业管理”的本科，觉得这是一个巨大的神话，非常难操作。我提出一个概念，即由不同的文化产业“门类专业”构成的“虚拟本科”概念。就是由现有的传播学、服装设计、美术学、动画设计等各个具体的门类专业，共同构成



了“文化产业”这样一个“虚拟本科”，而不是单独设立一个“文化产业管理”本科专业。我同时主张着重发展“文化产业管理”的第二学士学位，这是非常重要的，跟文化产业人才的复合型特征非常吻合。比如说学计算机软件或英语的，你来学一个“文化产业管理”的本科第二学位，就很合适。这个“文化产业管理”的本科第二学位是不是一定要开在管理学院，我看也不一定。当然，文化产业本科人才的复合型培养，前提是实现一个校内自由选科的“完全学分制”，就是学生我学某个专业，但我想学另外的文化产业类课程，我有充分的自由，但是目前很多学校并没有真正做到这一点。

对于硕士生来讲，我们提倡“跨科际招生，多学科营养”，同时应强调不同硕士专业的特色化教育。文化产业管理可以开设在不同的硕士点，深圳大学的做法就是这样鼓励大家，如MBA（工商管理）中开设了“文化创意产业管理”方向，选的人挺多；“艺术学理论”一级学科中也开设了“文化创意产业管理”或“艺术管理”的方向；“新闻传播学”一级学科中开设了“传媒与文化产业”；将来在“文艺学”专业中或可开设“创意产业与文艺管理”方向，“知识产权法”中开设“创意版权保护”方向，因为创意版权的保护实际上现在已成为文化产业发展的瓶颈之一。

在博士这个层面，仍然提倡“跨科际招生，多学科营养”。文化产业管理的高层次人才数量少，所以应鼓励博士生着力在文化产业政策完善方面发挥作用，通过学养和经验的积累去考虑文化产业发展的战略性问题；也鼓励他们发挥高学历、宽视野的优势，从具体的行业挑出具体门类，做一些国内外文化产业的比较研究。博士作为实践型人才也可以在行业里起到宏观战略定位作用，从这个意义上讲，有一定实践经验的人来读文化产业管理的博士也许更合适。

第二，校企结合的问题。



文化产业人才培养的实践性，实践实训教学的重要性，我想不用讨论大家都很清楚。这就首先要求我们课程设置要体现实用性，实践与理论并重。

校企合作，首先要改变培养方式和课程结构，突出实践实训教学。本科阶段，应将基础课程、核心理论课程、应用课程、实践实训课程紧密结合：除了一些基础课程外，核心理论课程主要还是文化产业基础理论、艺术学、美学、传播学、管理学方面；在实践性课程方面，如品牌管理、制片人管理、广告管理，更符合社会的需求和学生的兴趣；最重要的是要突出到企业的实践和实训，否则学了一大堆的理论，动不了手，仍然没用。据说美国一些旅游本科，一二年级在大学，三年级到旅游公司实习，四年级自己开始创业了。博硕士研究生的培养，则要结合相关专业，突出个性特色，强化调研实训和项目参与相结合。我觉得像文化产业园区管理、文化产业创业教育等实用课程，应该会受到学生的喜爱。

除了课程，校企结合的另外一个要求是导师队伍的多元构成。文化创意产业的教师，应有来自企业、政府、社会、大学的不同人员，这样实践性才有保障。可以探索实行校企分段培养，像华图教育集团在天津开设的中软学院，主要就是针对学动漫设计等专业的学生在大学课堂上的实践不足，让学生有更多动手操作的机会。像服装设计、工业设计这样的专业，应该常到企业里去，在干中学。另外就是强化创业实践。深圳大学旅游文化系最近与深国旅成立了“新视界大学生旅行社”，就是开辟一个旅游专业学生创业实践的新渠道，我看前景很广阔。

还可推进产学研结合，比如校园文化产业开发，就是一个产学研合作的重要领域。深圳大学近年来在这方面做了一些工作，当然这跟学校本身有丰富的文化产业资源、也重视校园文化形象的提升有关系。深圳是一个文化产业较为发达的城市，深圳大学本身文化产业相关学科较为健全，所以近年来学校着力打造六个平台：一是像3号艺栈、设计部落这样的艺术创作平台；二是深圳文博会深大分会场这样的产品交易平台；三是成果转化平台，去年我们引入校友资源创立了深圳荔园文化产业发展有限公司；四是学生创业平台，即大学生创业园，每年学校投入200多万元扶持学生创业，入驻企业很多是做文化创意产业的；五是人才培养平台，大学是培养人才的地方，深大名列“深圳市文化产业教学与培训基地”，人才培养是天职；六是学术研究平台，即深圳大学文化产业研究院，成立两年多快速发展，先后成为深圳市文化创意产业人才培养基地和广东省高校人文社科重点研究基地，近期还承担了国家社科基金的重大项目。我们希望通过这些平台，为文化创意类学生的成长和创业提供必要的支撑和扶持。将来，我们或许会扩大艺术原创的空间，进一步整合校内相关资源，创办一个像样的文化创意园，打造一个更为综合性的大平台。

第三，跨校联合，强化协作。



我觉得在今天的背景下看待跨校合作，显得非常必要。转益多师，资源共享，是今天人才培养的方向。不同学校之间各有优势和特色，可以联合培养研究生，如开办研究生暑期研修班、博士生论坛。也可以联合培养本科生，至少在学分互认上可以做起来。还可以通过异地联合，分段开展，师资共享，来联合开展人才培养，这一点有可操作性。

跨校联合，需要共建一些合作的平台。这一点前几年国内高校同行就开始重视了。像“高校文化产业研究与学科建设联席会议”，就是应因近年来全国各地文化产业相继兴起的背景，在教育部与中央有关部门的支持和指导下，于2004年5月，由北京大学，清华大学、上海交通大学，中国人民大学、山东大学、云南大学和山西财经大学等七所高校发起，全国各个设有文化产业研究机构和相关专业的高校积极响应而组成的学术交流机制，至今已召开了八次联席会议，通过“互动、互通、互惠”，促进了高校文化产业研究与学科建设。上个月11日在深圳大学召开了全国首届文化产业研究机构联席会议，会上根据大家的建议，我们启动了“中国创意研究联盟”的筹建工作，旨在打造跨区域的文化产业“学术共同体”。这一联盟将来成立后，其运作包括定期举办联席会议、共同开展项目研究、实现资料案例共享、合作进行人才培养、联合举办创意活动、协同拓展国际交流、打造公共智库平台等。相信这对文化创意的人才培养也会起到推动作用。

第四，跨境合作，强化共享。

首先我们看一看跨境合作的迫切性。我们说文化产品无国界，文化市场国际化，文化投资跨境化，文化人才高端化，这些都对文化产业人才培养的跨境合作提出了急迫要求。尤其是刚刚结束的十七届六中全会，对中华文化走出去作了战略部署。要想走出去，提升软实力，首先要有能够走出去的人才，知道国外喜欢接受中国哪些东西，以什么方式接受，这是一个基本条件。



跨境合作培养人才，我觉得有几条路径可以尝试。比如，联合培养研究生，这方面已很多了，2007-2008年我在美国访学，就知道中国国家留学基金委每年将派出三到五千的博士生出国，我们希望这里面也有文化产业类的高层次人才。另外，可以在假期组织跨国研修项目，目前我们在跟欧盟 KEA 机构谈这方面的合作。还有就是共建跨境案例库、数据库，不久后由北大、台湾暨南大学和我们深大共同编著的《百年文创力》就将面世，这本书由三家机构各提供五个品牌研究案例，我们希望将这项工作做下去，而且不只是以书本的方式出现，希望在将来的“中国创意研究联盟”的运作中，打造一个网络共享的平台，入盟机构都可以把自己的研究案例加进去，同时你也有共享他人案例的权利。还有一点就是要进一步推动跨



境文化产业学术联盟的建立。像中国传媒大学文化产业研究院倡建的“两岸文化创意产业研究联盟”，和中英韩等多国学者共同倡建的“全球文化产业联盟”，都正在发挥着越来越重要的影响。最后就是利用现在互联网发达的条件，让学生开展在线设计体验，现在境外在线设计体验活动的网站非常多，资源也很丰富，我们也应该充分吸取这方面的资源，用以学生的培养，做到足不出户，共享共建。

三、跨界融合应坚持特色化、创新型

讲了这四条跨界融合，我想强调一点，就是不管怎么跨，还是应该坚持特色化和创新型。

在文化产业人才培养中，有四个关系是非常重要的：博与专的关系，传统与创新的关系，理论与实践的关系，普遍与个性的关系。这里我就创新和个性讲一讲。

特色是生存之本。我这里有两个例子。一个是中央财经大学，他们的文化产业管理专业设在文化与传媒学院，是最早被教育部批准设立这一专业的学校之一。由于学科界线不分明，培养目标不清晰，最初培养的人才和市场完全脱节，经过最近几年的摸索调整，同时结合该校的专长，现在逐渐明确了文化产业投融资的方向。就是说，他们找到了自己的特色。另一个例子是中国传媒大学，其文化产业管理专业主要有两个方向，一是影视项目管理，主要培养制片人，一是文化经纪方向，这两个方向都是结合传媒大学自身的优势设立的。尤其是影视项目管理方向培养出的人才很受欢迎，有的毕业生已经参与到当前一些热播影视剧的制作经营当中。这两个例子告诉我们，每个学校应做自己能够做的事情，要发挥出自身的特点，才能形成优势。

创新是发展之道。创新、创意、创业，文化产业的核心就是创造，这在前面讲过。我觉得文化产业人才培养的目标、模式、资源都需要大力创新。培养目标应该是富有创意的新型人才；培养模式应该走出传统，不拘一格；培养资源应该走出校园，广泛吸纳，同时利用好网络、科技等新兴条件。人才培养的创新，要求我们的教师善于自我更新，就是说教师也有一个自我发展问题，不能总是照本宣科，讲“老三篇”，而要与时俱进，吸收新知识新方法新思维。创新的另一种含义，就是在培养当中要体现创新激励，对教师和学生的创意和创新，要体现出激励性，让鼓励创新成为一种共识和导向，这一点不管对人才培养还是产业发展，都十分重要。（采编：秦晴）

（注：2012年1月8日，由北京大学主办、北京大学文化产业研究院承办的“第九届中国文化产业新年论坛”在北京大学英杰交流中心举行。本文为深圳大学副校长、文化产业研究院院长李凤亮演讲实录，经作者修改，发表于此）



产业发展

1. 文化创意企业上市时机已趋成熟

“文化+旅游”、“文化+科技”、“文化+金融”是深圳文化产业发展的三个重要特色。文化创意企业具有规模小、无实物资产等特征，在融资已成文化创意产业发展瓶颈的情况下，上市成为企业急需选择的路径。文化部文化产业司副司长施俊玲介绍，



深圳文化产业的发展仍主要靠文化制造业支撑。高端原创不足、终端营销能力不强的产业链缺陷，仍制约着深圳文化产业的核心竞争力和总体规模，而解决这些问题的关键就在于资金。施俊玲对深圳寄予厚望，希望深圳的文化企业找准企业自身定位，要健全企业内部管理，深入研究国家政策，提升企业利用金融的能力。广发证券投行部深圳区总经理李继祥认为，对于文化企业来说，未来5年至10年是企业上市的最好时机。企业可以利用上市搭建好的融资平台，获得资产增值、公司形象提升、品牌效应的实现。（王向民，摘自：裴霞；中国文化报，2012-01-10）

2. “中国创意谷”将落户前海

“特区中的特区”前海未来不仅仅是金融的聚集区，也将是新的文化创意中心。前日，全国政协副主席、“中国创意产业之父”厉无畏率队视察前海合作区，推动中国创意产业（南方）总部基地落户前海。“中国创意产业（南方）总部基地”是一个集科技型创意企业总部于一体、高科技、复合型、国际化、先锋新锐、引领时尚的“创意产业总部聚集区”和“创意生活体验区”，也称“中国创意谷”。项目规划占地面积约8万平方米，建筑面积为40万平方米。项目建成后，将进一步刷新深圳的城市地标。“深圳的文化创意产业全国领先。”深圳



圳是国内第一个获得联合国“设计之都”称号的城市，文化创意产业的发展潜力无限，项目启动后，累计投资总额将达38亿元，项目所创造的年均产值为180亿元，年均税收近20亿元（王杨青，摘自：徐维强；南方都市报，2012-01-09）



3. 港刊：内地香港文化融合取长补短

香港文化曾为内地文化走向开放发挥了影响，随着内地文化的不断发展，又逐渐为香港文化带来借鉴。两地文化从单向传播趋向相互交流，继而合力影响世界。这种变化历程可从文学、电影、电视剧、流行音乐等两地文化交流最主要与最显在的方面去观察。合拍电影渐成主流：香港电影是中国电影史的传奇。经过多年的尝试与磨合，如今的合拍片发展也日趋成熟。而且在类型上比早前的合拍片更为丰富，在运作上也更加成熟，并且呈现出了许多新的特点和发展趋势。两地电视剧各具风采：20世纪80年代的香港电视工业正和香港的经济一样处于黄金时期。内地电视剧由上世纪90年代初登陆香港，多种类型的内地剧开始出现在香港电视荧幕之上。文化融合提升国际影响力：两地文化不断融合，新的文化面貌也随之逐渐形成。还表现为各自取长补短。由此，香港文化多了几分厚重，内地文化变得更为开放。

(王桂兰, 摘自:章升; 香港《紫荆》杂志 12月号, 2012-01-01)

4. 宝安再添两个街道文化艺术中心

1日,记者从宝安区获悉,该区将再添两个街道文化艺术中心。作为2011年宝安区“民生实事”的沙井及福永街道文化艺术中心已于近日动工,将为周边居民享受公共文化提供便利。据悉,2011年12月30日动工的沙井文化艺术中心,位于沙井市民广场西北角,占地面积26360平方米,建筑面积25370平方米,总投资



1.36亿元,包括影剧院、图书馆和艺术综合楼三部分。2011年12月31日,福永群众文化艺术馆动工建设。该项目占地面积15000平方米,总建筑面积17661.2平方米,包括1层地下室、地上群艺馆、图书馆两栋建筑。该项目设计机动车停车位共94个,其中群艺馆包括共288座的4个小影厅、展览室、308座多功能厅等。图书馆的藏书量将达30万册,阅览座位1000个。(罗春芳,摘自:赵川;深圳商报,2012-01-02)

5. 深圳工艺礼品行业首次接受银行授信字号

深圳市工艺礼品行业协会首次接受银行授信,在近日举行的年会中与民生银行深圳分行



签署战略合作协议，共同推动在文化产业领域的“工艺品+金融”方面的合作，共谋新一年的创新发展。据深圳市工艺礼品行业协会秘书长吴雅琴介绍，协会自成立之初，一直致力于强化“工艺礼品”这四个字，经过多年的努力，深圳“工艺礼品”以创意、制造、展示销售中心为要素



构成了较为完整的产业链。2008年中国轻工业联合会、中国礼仪工业用品协会授予深圳“中国工艺礼品产业基地”荣誉称号。去年10月发布的《深圳文化创意产业振兴发展规划》中，在市属各行政区中的文化产业布局中，“工艺礼品”被列入发展规划，明确指出各区“工艺礼品”以及相关产业的重点发展方向。（王向民，摘自：深圳新闻网，2012-01-10）



会议·巡展

1. 深圳首届文化创意产业政策宣贯会暨管理研修班开班

2012年1月7~8日，由深圳市文体旅游局文化局与深圳大学文化产业研究院联合主办的首期深圳文化创意产业政策宣贯培训会暨管理研修班在深圳大学顺利举行。深圳市文体旅游局以及各区文产办代表、400多家文化产业企业负责人、媒体记者共500多人齐聚深圳



大学科技楼一号报告厅，参加了为期两天的宣讲培训活动。首期研修班为期一天半，分为四个板块，邀请了深圳大学知名学者、投融资界权威专家，全方位为企业对发展有重大影响各类综合知识，包括文化创意产业发展形势分析、文化创意产业规划及政策宣讲、投融资知识和企业财务管理培训。本次研修班是近年来深圳市文化创意产业界较大规模的培训活动之一，其有联系实际、内容丰富、专业性强的特点。（金业阳，摘自：深大文产院，<http://ici.szu.edu.cn/cms/infoshow.asp?id=569>，2012-01-11）

2. 空间画廊展陈封“观自在”

1月8日至2月29日，蛇口自在空间画廊举办“观自在”艺术家陈封个展。陈封毕业于广州美术学院，现居深圳，为自由艺术家。陈封自称作品只是“没有爆发的短暂、一瞬间的留影、感觉的缩影、重复没有意义的生命，但在我看来，那是过程中没有终点的精彩。”自在空间画廊负责人李文海则说：“毕业十年，陈封一直坚持艺术创作。作为为数



不多的本土艺术家，创作出大量优秀的油画作品。这是他近年的新作，层次丰富的灰色风景凝结了他对家园的情怀、对生命的感悟。”（罗春芳，摘自：李海若；晶报，2012-01-09）



3. 原创音乐，在岁末传递深圳的声音

颁奖典礼由中共深圳市委宣传部、市文体旅游局、市文联和深圳广电集团主办，深圳电台音乐(飞扬 971)和深圳市音协承办。奖项由行业专家和数以万计的听众共同投票选出，彰显了 2011 年深圳原创音乐的先锋力量和丰厚收获。曾入围“唱响中国”候选歌曲的《中国，我为你歌唱》、《圆圆的思念》同获“音乐工程”年度特别大奖。惠雷、青格等原创音乐人分获年度最佳男女歌手。刘惜君、李行亮等来自深圳的人气歌手分别演唱了获奖歌曲，台湾著名音乐人周治平的出现也让现场歌迷惊喜不已。1月6日晚，“音乐工程·鹏城



歌飞扬”深圳原创音乐 2011 年度颁奖典礼在深圳音乐厅举行。《我是一棵筋杜鹃》、《来了就是深圳人》等 10 首歌曲获得音乐工程年度十佳金曲。作为全国知名的城市原创音乐品牌，此次颁奖礼推出的新人新作，展示了深圳音乐的新风貌和新动向。(罗春芳，摘自：白帆；晶报，2012-01-09)



4. 深圳应建立 897 艺术中心

许戈辉委员期望以此增强深圳文化底蕴

10 日上午，明星委员许戈辉亮相市政协五届三次会议大会，提出了一个颇具创意的建议——建立深圳 897 艺术中心挽救濒危文化，也借此增强深圳的文化底蕴。许戈辉表示，她建议深圳建立 897 艺术中心，收集挽救中国各种濒危但有价值的文化艺术，这个中心可通过政府文化基金和民间资金、国际基金（如联合国教科文组织）资助，由高校、研究机构申请课题进行研究，并常年进行展示和演出，从而拯救文化遗产。那么为什么叫“897”呢？“北京的 798 代表着现代和前卫，而 897 代表古老和厚重，同时是谐音——把救起，即把古老的文化都拯救起来。两者反差强烈，但殊途同归。”许戈辉说，建立深圳 897，会给深圳一张新的城市名片：“深圳 897，用年轻挽住古老，让古老变得年轻。”(罗春芳，摘自：周元春，肖意；深圳特区报，2012-01-12)

5. “香港玩具文化与创意”展很精彩

昔日“玩具港” 今日“创意都” 明日梦不落——“玩具天堂—香港玩具文化与创意”展览在香港知专设计学院正免费给大众参观，展览为期3个月，至2012年3月19日闭幕。这是香港历来最大规模的玩具文化展，搜罗约1000件不同年代香港制造的玩具，部分极为罕有，蕴藏着行业60多年



来生生不息的精彩故事。展览依时间分为4个部分：“翡翠城”展示由清朝初期至上世纪60年代约百件玩具，均为手工制作，物料上从陶土、竹竿向布料、纸张不断演化；“玩具港”则代表上世纪70、80年代香港玩具业的腾飞时期，男、女玩具出现细分，塑胶普及，电子运用兴起；“玩具传奇”精选数十件具代表性的香港玩具厂商曾经大量生产并销售全球的玩具；“梦不落帝国”则呈现300件近年的玩具产品，包括香港本地200多位学生的原创设计，创作者年龄由14岁至40多岁。（罗春芳，摘自：深圳特区报，2012-01-09）



6. 香港国际授权展引领海内外业者双赢

在香港贸发局主办的第十届“香港国际授权展”上，一只憨态可掬、弓腰驼背的灰色公仔引来不少参观者驻足观看。本次授权展展出500余个品牌和授权项目，打破历年纪录。在展览期间举办的“亚洲授权业研讨会”上，包括博士蛙、迪士尼、孩之宝、耐克、索尼等知名品牌的高层代表探讨了亚洲授权业趋势、中国授权业发展、卡通人物和时尚品牌授权商机，以及授权业如何协助玩具商升级转型等话题。参与此次授权展的不乏内地原创品牌的佼佼者，湖南山猫卡通有限公司就是其中之一。公司总裁吴晖告诉记者，他们自主设计制作的山猫系列动画片和产品得到多家海外客户的关注和认可。“卡通形象也是文化。”吴晖说，如今国家大力扶植文化创意产业，提升国家软实力，山猫卡通公司也能借此大有作为。（曾蓉，摘自：<http://www.hinews.cn/news/system/2012/01/13/013943181.shtml>，2011-01-13）

设计·创意

1. 殿堂公关助力香港成为亚洲设计中心

香港设计年是贯穿全年的发展计划,旨在支持和推广香港的设计产业。经过与四家公关代理商的激烈竞争后,殿堂公关赢得了该项业务,主要负责执行定制的网上推广和公关策略,使香港的设计享誉世界。为进一步巩固香港作为亚洲创意之都的地位,2012 香港设计年将推出 30 多项与设计相关的活动,口号为“设计驱动之城市(A city driven by design)”。设计年由政府旗下的香港设计中心主办,香港贸易发展局及香港旅游发展局协办。香港行政长官曾荫权(Donald Tsang)在其 2011-12 施政报告中正式宣布 2012 年为香港设计年。政府将投入 640 万美元(5000 万港币)支持本港活动,其中包括时装视野(Fashion Visionaries)和玩具博物馆展览(Toy Museum Show Case)。香港设计年面向本地及海外人士,特别是大众市民(年轻人)、商界、设计界专业人士以及海外游客。2010 年,香港创意产业(如电影、电视、音乐、设计、建筑、漫画、动画、游戏以及数字娱乐)的收入超过 80 亿美元(620 亿港币),占香港国内生产总值的 4.1%。(王向民,摘自:中国广告网, http://news.a.com.cn/Infos/news_99434.html; 2012-01-05)

2012
Hong Kong
Design Year



2. 艺术家创 4D 天安门纸雕 已通过吉尼斯纪录初审

日前,深圳艺术家李点红的作品《中国天安门立体纸雕》申报了目前世界最大的 4D 立体活动纸雕书吉尼斯纪录,并通过了初审。李点红向记者介绍,立体书也称为可动书,跳出平面书的限制范围,创造了三度立体的空间,可以动手去玩,还可以去发现、探索作品中的机关和结构,去鉴赏体会美妙



艺术美感的视觉图像。“我这次申报吉尼斯世界纪录的作品《中国天安门立体纸雕》在 2010 年 3 月就开始创作设计了。”李点红说,“经过上千次的修改和请教国内的相关专家与爱好者,

不断地完善其结构和相关材料的挑选，终于在2011年9月开始和助手冯新五先生一起竭尽全力去制作。据悉，《中国天安门立体纸雕》收拢时的尺寸为2.2米×1.22米，展开面积为2.2米×2.6米，共5.72平方米，书重100多斤。李点红告诉记者：“书面上的点缀物品都是采用全手工打制的，装饰珠宝是一颗一颗的粘上的。这部作品还配有毛主席在《开国大典》时的原始讲话录音，以及七色LED遥控灯光。”（王桂兰，摘自：祁琦；深圳新闻网-深圳商报，2012-01-10）

3. 荷兰创意“便携式公园”

2011 深圳·香港城市\建筑双城双年展 15 个外围展中，有两个来自荷兰的外围展入驻深圳益田假日广场，与市民展开互动。其中，2011 年 12 月 30 日开展的体验纸魅力互动游戏项目，模型设计中展示纸艺关学活动将于今年 1 月 30 日结束。另一个外围活动是 1 月 7 日至 2



月 10 日，来自荷兰的 HUNKdesign 和 IDEddy 呈现的绿色飞毯（如左图）。这是一个可简单打包便行走在城市间的便利公园，其创意来自波斯地毯，由相应质感的人工制草坪拼接而成，尺寸从宽 18 米长 22 米到宽 25 米长 36 米不等。灵活的设计使得这块巨大的绿色飞毯可在任何地方快速铺展开来，让参与互动市民在“草坪”上休憩、踢球、展示和表演。（罗春芳，摘自：李海若；晶报，2012-01-09）

4. 城市由我画街道变剧场

2011 深圳·香港城市\建筑双城双年展系列活动仍火热进行。围绕本届主题“城市创造”，通过各种艺术活动描绘设计师和市民的理想城市。1 月 3 日上午，一场“少儿绘画雕塑”活动在华侨城创意园举行。7 日下午，华侨城创意园上演一场“街道剧场”，12 名来自世界



各地的建筑师共同把歌谣、当代舞、建筑、实验音乐、影像装置、树下音乐剧场、摇滚等跨界零散的元素搬到一条“街道”上，与现实生活碰撞出戏剧化的效果。剧场分为《碰撞》、



《旷野密码》、《星空》、《尘》、《回忆》、《影像、歌谣及不着调的音轨》共6幕，其中，文烽、朱芳琼和田斯书三位音乐人将即兴演奏《树下即兴》拉开序幕。此外，8日下午还举办了“迷你毕利”创意赛，通过涂鸦、布艺等形式组装“迷你毕利”，激发观众的创造潜能和动手精神。（罗春芳，摘自：李海若；晶报，2012-01-09）

5. 文化创意礼品：深圳特产大芬油画

笔者在大芬村惊喜地发现，深圳的文化“特产”大芬油画被当作“年货”，走进寻常百姓家，走向全国各地。在一家画廊，笔者遇到了来自罗湖布心花园的陈老师夫妻俩，他们一口气买了十来幅画，和他们搭话才知道，这是他们准备带回湖南老家的。来自香港的陈太一行四人组成的“师奶团”，每人都带了四五幅画作。大芬村的不少画廊都感受到年前的销售热。奇艺坊的周女士表示，这个月店里的销售额比平时增长20—30%，“这几年越来越明显，一过年，画就特别好卖。”他分析，顾客主要分两类，一种是自用，过年了要重新布置一下；另一类是送人，目前大芬的油画越来越多出自原创，以画送人不仅有品位，很多画还具有收藏价值。在西方，把油画作为礼品送人是一种习俗，现在中国人的观念也开始改变了，生活品位在提高，特别是在深圳，逢年过节，越来越多的人也开始把油画当作礼品来送人，深圳的大芬油画也成了“深圳特产”和新春好礼。（王向民，摘自：深圳特区报，2012-01-13）

6. 香港邮政首推丝绸特别邮票贺龙年

香港邮政12日宣布，一套以“岁次壬辰（龙年）”为题的特别邮票及相关集邮品将于14日发售。其中，首次在香港发行丝绸邮票小型张。香港邮政自1967年起每年发行贺岁生肖邮票。此次香港发行的龙年特别邮票是一套4枚描画不同造型的皇者之龙，第一张邮票是香港的大坑舞火龙、第二张是位于湾仔的一个雕塑龙、第三张是传统的舞龙、第四张是九龙壁上的龙形，配衬金色烫印的祥云图案，倍添节庆气氛。邮票设计师易达华表示，今次设计的龙年邮票非常有香港本土特色，理念是以港人常见龙的形象作设计，希望增添亲切感。这次邮票发行的一个焦点是香港首次发行丝绸邮票，邮票采用了意大利真丝及由法国印制。（罗春芳，摘自：周志彬，中新网，2012-01-13）



他山之石

1. New Cultural & Creative Industries Portal FOMECC Launched in Spain

For all those people and organisations interested in cultural and creative industries, the Interarts Foundation has recently launched the FOMECC Portal (<http://www.fomecc.org/>), a new website, available in Spanish, English and French, aimed at providing information and useful tools for this sector, with a special focus on Spain, Latin America and Africa.

From here, we offer the FOMECC Portal is a for cultural organizations, educational institutions and cultural and creative industries professionals for the dissemination of information and resources in order to strengthen this sector.



The FOMECC Portal we preset here, apart from resources, news and links about the cultural and creative industries, includes some sections designed to provide international visibility to different FOMECC projects activities, as well as to entrepreneurs trained through the project and who are included in the directory available to potential customers of their services.

西班牙推出文化创意产业新门户 FOMECC

Interarts 基金会最近推出 FOMECC 门户 (<http://www.fomecc.org/>), 该门户支持西班牙语, 英语和法语, 特别关注西班牙, 拉丁美洲和非洲的文化创意产业。该门户除为文化机构, 教育机构和文化创意产业专家提供相关信息资源外, 还为企业家和潜在客户具有国



际知名度的项目活动。(查颖, 摘自: Pilar García; AFRICAN COLOURS, http://www.africancolours.com/african-art-news/1005/international/new_cultural_&_creative_industries_portal_fomecc_launched_in_spain.htm; 2012-01-05)

2. Neighbourhood builds new identity as creative-industry powerhouse

Lower Mount Pleasant has long been one of Vancouver's most invisible neighbourhoods. Originally residential, it was rezoned industrial decades back and became something of a no man's land, a grab bag of light industrial buildings and old houses. It was the kind of area you drove around, or through.

Until now the tiny area north of Broadway, between Cambie and Main, has quietly developed into one of Vancouver's most interesting neighbourhoods. It's home to architectural offices, film companies and artist studios, print shops, clothing manufacturers and the head offices of Mountain Equipment Co-op.

It's an eclectic blend, the living definition of what urban planners call "mixed use."

小街区变身创意产业重地

Lower Mount Pleasant 一直是温哥华最不引人注目的街区之一。最早是居民区, 几十年前被规划为工业区, 到处是轻工业建筑物和老房子。而现在, Cambie 和 Main 之间 Broadway 以北的小区域, 已悄然发展成为温哥华最有趣的街区之一。那里有建筑师办公室、电影公司、艺术家工作室、印刷厂、服装生产公司以及登山设备公司总部等。这种交融被城市规划者定义为“混合使用”的生活。(查颖, 摘自: John MacKie; The Vancouver Sun, <http://www.vancouversun.com/Life/Neighbourhood+builds+identity+creative+industry+powerhouse/5949947/story.html>; 2012-01-05)



3. Creativity shines in the South West

The South West is becoming a hub for creativity and innovation as the Creative Corner program expands. The Creative Corner is an program that allows businesses in the creative industry to work together and help the sector grow. The South West Deve-lopment Commission trade start advisor Mat Lewis said that the program aims to bring more investment in the South West.

There are around 30 businesses involved in the initiative including areas from advertising, graphic design, music and film. Digital content company Vue Group have played an active role in the creative corner, pushing the importance of working together. “Small companies do not have the infrastructure, once we all work together we can plan and help each other,” said Vue Group managing director Alan Lindsay.

创意闪耀西南

随着创意角计划的扩大，澳洲西南部正成为创意和创新中心。创意角计划鼓励创意企业在一起工作，共同发展，该计划旨在为西南部带来更多的投资。约有 30 家涉及广告，平面设计，音乐和电影领域的企业参与该计划。数字内容公司 Vue Group 在该计划中发挥了积极的作用，该公司常务董事 Alan Lindsay 说，“小企业不具备基础设施，一旦我们共同工作，我们可以互相帮助。”（查颖，摘自：JEMILLAH BICKERTON; Bunbury Mail, <http://www.bunburymail.com.au/news/local/news/general/creativity-shines-in-the-south-west/2416617.aspx>;2012-01-11)



佳品鉴赏

故乡



油画 50×60CM 2009

作者与作品：胡应楨，深圳大学建筑与城市规划学院美术学副教授。其作品油画《乡村小站》入选湖南省第五届全省美术作品展览，油画《春分时节》入选湖南省第六届全省美术作品展览，油画《乡亲》入选第六届全国美术作品展览并获湖南省优秀作品奖，漆画《杨柳轻扬直上云霄九》入选全国美术作品分区展。展示作品《故乡》是作者在安徽皖南创作的，灰白的

基调不仅反映了小镇的平实淳朴，同时也蕴含着淡淡的乡愁。中国人历来有着一种强烈的思乡情怀，山珍海味比不上家常便饭，作者正是将这种落叶归根的情感表现得淋漓尽致。（采

编：罗春芳、张秋吉）



深港文化创意参考

Information of Cultural and Creative Industries of Shenzhen and Hong Kong

联系邮箱: sgwhcyck@vip.163.com

网址: <http://ici.szu.edu.cn/yk.asp>

深圳大学文化产业研究院

深港文化创意参考编辑部

出品

编辑: 刘懿萱 秦晴 王杨青 曾蓉 罗春芳 查颖 王向民

封面·排版: 王向民