

拍客



陈喜朝(右一)和红歌唱唱队一起唱红军歌曲



山洞博物馆一角

四川省巴中市南江县双流镇,年过七旬退休教师、老党员陈喜朝,以弘扬巴中红军文化为己任,退休后,花光多年积蓄,举个人之力,办起一座山洞博物馆。

陈喜朝经常独自守护在山洞博物馆,看守红军文物,呵护石刻雕塑标语等。山洞博物馆先后迎来看内外10多万人次的参观。陈喜朝还在双流镇街道和学儿梁村分别把60岁以上的老党员、老干部以及农村留守老人组织起来,组建了红歌演唱队、民俗歌曲演唱队,定时在每月10日、20日、30日开展讲红军故事、唱红色歌曲等活动,同时还利用周末、寒暑假把当地一些学生领到山洞博物馆接受革命传统教育。陈喜朝还凭着对传承民族文化精髓的满腔热情,打造了泰巴山区孝善文化碑林,为传承中华传统美德、弘扬孝道文化起到了积极作用。



陈喜朝精心看护博物馆里的雕塑

红色文化守望者

肖定怀 摄

诗词画在指尖、刺绣搬到网上……数百个项目参加北京文创大赛 创意“+” 传统文化活力加

中华经典的诗词文化、图腾纹样与接地气的美甲结合会碰撞出怎样的火花?刺绣如何才能真正走进千家万户?小小的火绘葫芦能玩出什么新花样?

这些看上去颇有奇思妙想的项目是2018北京文化创意大赛上的优秀文创项目。8月21日,经过3个月共52场比赛的比拼,创意大赛从数百个项目中决出了北京赛区一、二、三等奖,这16个项目将参加9月举行的全国总决赛。崭露头角的优秀项目还将在北京电视台《创意中国》节目中进传播和推广。

创业者应当如何借力,社会如何聚力,政府和服务机构又该如何给力?在本次大赛上,各方均做出了探索。

跨界设计 将优秀传统文化与时尚潮流相结合

“总有人问我,你一个大爷们儿搞美甲能搞出什么名堂?”“指尖上的中国”项目创始人、90后小伙子王鹏笑着说。王鹏曾获德国红点概念设计奖,对跨界设计充满热情,非常热爱中国优秀传统文化。

“指尖上的中国”项目如同字面意思,就是将中华经典的诗词文化、图腾纹样与流行美甲有机结合,以绘画形式进行表现,让中国文化活跃在人们的指尖上。之所以有这样的想法,是因为王鹏发现,众多女孩美甲时总要求画日式、韩式的,却没有人说,“给我画一个传统中式的”。

王鹏和团队曾经用白瓷、宝瓶等图案做出一款“一路平安”的美甲图案,也曾用百合、柿子、大橘子做出过“百事大吉”的图案,不但有传统的吉祥寓意,也有时尚的拼接设计,颇受好评,他想做一次文化的跨界尝试,“让有意义的事情变得有意思。”

尽管入围了30强,但王鹏坦言,自己的项目还是一个“婴儿”,期待通过大赛带来的视野、锻炼和资源,继续摸索商业模式,让其真正成为市场爆款,而不至于步于情怀。他说,自己的目标不局限于国

内,希望未来能对接国际市场,把中国传统文化以时尚潮流的方式推广到国际市场。

有这个志向的不仅仅是王鹏,还有大三学生、“云中绣吧”项目创始人卢钊宏。

因为母亲是刺绣名家,耳濡目染之下,卢钊宏也深深热爱着针线世界,并立志于传承和弘扬刺绣文化。她利用自己所学的计算机专业知识,在互联网上建造了一座刺绣博物馆,让年轻人用最熟悉的方式接触并了解刺绣文化。卢钊宏发现,传统刺绣行业存在着爱好者交流难、刺绣资料检索收集难、文创产品推广难等问题。她将科技元素引入传统博物馆,就打造“云中绣吧刺绣数字博物馆”,就这样,父母打理着实体博物馆,卢钊宏运营着数字博物馆。她的网站因为有了实体的依托而显得更有底蕴,线下的博物馆也因为有了线上的宣传而吸引了更多刺绣爱好者。

卢钊宏希望通过努力,让“云中绣吧”成为打通年轻人接触刺绣的通道,创造让年轻人交流刺绣的平台。”

转变思维 用产业化方式推动非遗的传承发展

“当村干部的那3年我碰过很多次壁。”“葫芦人”文”项目创始人廉毅翔坦

率地说。毕业于首都师范大学美术学院的廉毅翔于2011年来到北京市顺义区龙湾屯镇当村干部,也因此与葫芦结下了缘。

在龙湾屯镇丁甲庄村里有一位民间艺人牛成果,靠着祖传手艺做火绘葫芦工艺品,自产自销。当地政府了解到廉毅翔的美术功底后,决定让他负责火绘葫芦项目,帮助牛成果在艺术设计方面进行培训和提升,同时对外推广火绘葫芦。

“刚开始时极其困难,我花了半年时间持续和他们沟通,直到有那么一两次建议起了效果,又给家人带来了收入之后,信任才建立起来。”廉毅翔说。在他看来,不少工艺大师在技艺上可以做到绝对精湛,但完全将精力放在业务上会导致他们“走入窄胡同”,产量上不去会导致产品越来越小众,也很难招揽徒弟,难以将技艺发扬光大。

“我们想打造一个立体的葫芦产业。”几年来,廉毅翔带领几名青年美术人才,累计开发卡通、勒扎、葫芦花灯及其他功能器具40余种。在本次大赛上,廉毅翔还结识了一百强选手“结绳记”项目创始人陈信,并创造性地将编绳和葫芦结合在一起,做出了更多新颖的产品。

“各种非遗教育培训和体验活动,是形成客户黏性、构建粉丝社群的方式”,在廉毅翔看来,让学生动手制作一件葫芦工艺品,送给亲朋好友,能实现葫芦价值的高效传播、形成学员之间的纽带联系,同时也带动潜在客户转化。据廉毅翔介绍,团队中现有“老北京火绘葫芦”技艺讲师12名,已经走进了北京多个区县街道社区、退休老干部局、中小学校等,开展系统培训课程,帮助传统技艺在当今社会更好地传承和发展。目前,廉毅翔团队还打造了“北京葫芦艺术庄园”,内设葫芦文化博物馆、非遗技艺体验馆、葫芦手工作坊、葫芦景观长廊等。

明确需求

提供给力的政策资源吸引优质项目

给力的政策支持和资源对接始终是

文创项目的核心需求。同样,对于地方政府来说,只有“栽下梧桐树”,才能“引得凤凰来”。

北京市委宣传部副巡视员、北京市文化创意产业促进中心主任梅松表示:“文创大赛就是要发现更多优秀人才、优质项目,扶上马再送一程,将入围项目打造成为具有投资价值、市场空间和产业能力的优质IP。”

就在前不久,一场别开生面的文创政策面对面座谈会举行,大赛组委会以政策答疑为切入点,邀请文化创意领域主管部门及相关企业领导与大赛30强企业进行面对面对话。座谈会上,选手们畅所欲言,把自己在创业过程中遇到的困难和问题一一道来。参会的各部门领导们也认真倾听,能现场解决的就现场解决,解决不了的,带回去、协调相关部门进行后续沟通。

为了充分发挥北京文化创意大赛推动创意、聚合资源、发现项目、留住人才的作用,开展好大赛投融资服务,为参赛的优秀文化创意企业提供从政策咨询、融资担保到园区落地等一系列支撑,本届大赛还作为参赛项目提供了完善的系列赛后服务,设置了相较往届更加丰厚的奖励机制。截至目前,前两届百强企业在大赛搭建的投融资对接平台帮助下共完成近20亿元融资。

在4月11日发布的《北京市积分落户操作管理细则(试行)》中,文化创意产业成为北京市积分落户政策的重要指标之一。不少文创企业家很关心北京对于文创人才的引进、落户有什么优惠政策。对此,梅松表示:“北京市限制人口但不限制人才,文化创意产业人才也是高精尖人才,因此最近两年相继出台的针对高精尖行业等一系列政策同样适用于文创人才。就此次大赛而言,获得一等奖的企业将获得落户积分奖励6分,这已经达到了市级最高的奖励水平。北京正在以积极的态度,不断吸引并孵化着文创产业的优秀企业和人才。”

魏薇

四川启动 全省诗歌朗诵活动

近日,由四川省文化厅主办的“回眸40年拥抱新时代”全省诗歌朗诵活动在四川省广安市正式启动。此次朗诵活动将采用线上和线下相结合的方式进行。线上活动按年龄段分为A、B两组,A组为14周岁及以下的选手,B组为14周岁以上的选手。参赛者可以通过明读亭或活动主办方指定的微信小程序“让朗读成为一种习惯”报名,在“回眸40年拥抱新时代”庆祝改革开放40年全省诗歌朗诵活

动规定素材库里选择诗歌进行朗诵,可单人朗诵,也可家庭或集体朗诵。每个市(州)线上投稿数量不得少于200件,最后以大众投票的形式,评出优秀选手。线下比赛由省内各市(州)根据各自情况,组织市、县、乡、村四级联动,开展线下比赛。

活动现已全面展开,将于今年12月1日截止。主办方最终将选取线上、线下优秀选手参加全省展演。付远书

我国成功研制 4米量级碳化硅反射镜

近日,由中国科学院长春光学精密机械与物理研究所承担的国家重大科研装备研制项目“4米量级高精度碳化硅非球面反射镜集成制造系统”通过项目验收。

项目验收专家组表示,该项目解决了大口径碳化硅非球面反射镜制造难题,形成了具有自主知识产权的4米量级碳化硅非球面反射镜集成制造系统,是我国在大口径光学制造领域的重大突破,为空间大口径光学系统的研制解决了核心技术难题。

大口径高精度非球面光学反射

镜是高分辨率空间对地观测、深空探测和天文观测系统的核心元件。大口径高精度碳化硅非球面反射镜制造关键技术瓶颈在于碳化硅材料制备、非球面加工检测以及高性能改性镀膜三方面。研发团队完成了这三方面的制造设备研制与制造工艺研究,突破了多项镜坯制备关键技术。据介绍,这是目前公开报道的世界上最大口径碳化硅单镜反射镜。该制造系统的成功研制,标志着我国该制造领域的技术水平跻身国际先进行列。

祝大伟

空中WiFi何时“高飞”?

民航资源网日前发布的《航空市场趋势报告》显示,目前全球有82家航空公司提供机上WiFi服务,较2017年增长17%;在全球机上WiFi覆盖范围排名前20的航空公司中,东方航空是唯一列入的中国航空公司。互联网时代,随时随地上网是网民的普遍需求,更是公务在身的“出差族”的迫切诉求。从WiFi服务的供给来看,中国航空公司与市场、乘客的要求仍有不小距离。

大势之所趋

中国互联网络信息中心日前发布的第42次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2018年6月,中国网民规模达8.02亿,上半年新增网民2968万人,较2017年末增加3.8%,互联网普及率达到57.7%。中国网民的规模继续保持平稳增长,而且数量十分庞大。广大网民对随时随地能够连上WiFi(无线网络)的需求越来越大,诉求越来越旺盛。

如今很多城市的公交车上已经实现了WiFi连接;去年,京沪高铁复兴号线路实现车厢WiFi覆盖,让乘客可以享受不间断的互联网服务,今年还将建设全面的高铁WiFi网络,这意味着高铁系统将加速进入全面WiFi覆盖时代。

飞机也是人们常用的交通工具之一,越来越多的乘客期待能在空中连上WiFi,与互联网一道“高飞”。“我经常出差,而且很多时候都是中长途,飞机是主要的交通工具。但是飞机上没有网络可用,在那几个小时里往往处于‘失联’状态。有的时候会错过一些重要消息,需要下飞机后抓紧时间处理。”从事律师行业、经常移动办公的李先生表示,“所以,当听到能够在空中连WiFi的时候,我的内心是很兴奋的。如果真的能在空中连上网,那将给我的工作带来不小的便利。”

在空中连上WiFi,看似一小步,实则是互联网技术的进一步延伸,是互联网时代发展的大势所趋。

试点刚起步

今年年初开始,越来越多的中国航空公司放开了空中禁止使用手机的管制,也开始有航班加入到提供空中WiFi的行列,但目前来看,中国航空公司的空中WiFi普及度仍不高。

也有乘客表示,在开放空中WiFi的航班上,虽然可以连上网,但是速度不尽如人意,上网体验有待进一步改善。

可以说,在中国,空中WiFi尚处于试点起步阶段。空中连WiFi,看似一个小小的举动,背后也有技术、安全和成本等层面的考量。

目前,中国民用航空机载移动通信处于起步阶段,空中WiFi所需要的地基基站方式和卫星中继技术都处于试验阶段,还未大规模应用。航空WiFi迟迟没有进展,显然也有安全因素的考虑。对于航空公司来说,

必须最大限度地确保乘客安全,而不必要的信号干扰可能会带来一些微妙的安全影响,这也是导致有的航空公司不敢轻易试水空中WiFi的原因之一。

有业内人士指出,改造一架飞机,使其可以提供空中上网业务,需要一笔不小的成本开支。如果要普及空中WiFi,盈利模式是个大问题。目前尚没有一个成熟的商业模式能够覆盖这么高的成本。收费上网模式在美国航空公司中已经广泛实践,但可能并不符合中国用户的习惯。参照差旅020(线上到线下)的盈利模式,航空公司可以跟相关的平台建立合作,探索商业模式,来减轻高成本带来的压力。

但要做到这些,从技术突破到消费观念转变都需要一定的时间。

服务助升级

希望在航班上接上WiFi,是很多乘客对航空公司的期待。这一期待的背后,蕴含着对航班服务的更多诉求。

不管是在国外同行相比,还是与国内的高铁相比,中国航空公司的服务水平意识和都有一定距离。比如,航班的准点率能否再高一些?地勤服务能否再好一些?

遗憾的是,一些航空公司的服务意识仍然相对淡薄。抛开空中WiFi不谈,还存在机上餐食不好、服务水平参差不齐等问题。这些其实不是航空公司不能做好的问题,而是愿不愿意去做的问题。

“有的机场服务的确有待改善。

有一次,在乱哄哄的场面下,我没有赶上航班。现场的值机经理态度很冷漠,使我本来就不高兴的心情一下子沉到了谷底。”经常出差的王先生说起自己的经历,心里打翻了五味瓶。

在高铁网络越来越完备、准点率更高的当下,航空公司作为服务行业的一类典型企业,应该提供更加高效、优质的服务,这是其能够在市场竞争中赢得一席之地的重要手段。乘客需要空中旅行的优质服务,因此服务质量与航空公司的发展密切相关。

可以说,在中国中短途出行方式选择越来越趋于高铁化的当下,航空公司的竞争服务意识必须进一步增强。空中WiFi只是一个剖面,其背后所反映出来的服务欠缺才是重点。能否根据不同时期不同乘客的需求提供相应的旅行服务,是航空公司应当考虑的重要问题。

刘发为