

砥砺奋进的5年

豫锦《富春山居图》获金奖、许氏陶瓷孔雀洗获银奖……

文化“郑州造”凭啥叫响文博会

除了创新更多的是走“心”

法宝:把传统文化注入产业发展 为文化项目增加精神内涵



深圳文博会郑州展台受到中外嘉宾的青睐

“这套《四世同堂茶具》是我在这次文博会上见到的非常有趣的陶瓷产品,它表达的中华传统文化中温厚、谦和、尊长精神,令我特别感动。”不久前在有着“中国文化产业第一展”之称的中国(深圳)文博会上,一名江西观众看到河南国脉文化的设计作品,赞不绝口。

《四世同堂茶具》如同和谐、和睦、兴旺的四代人同处一堂,而按长幼秩序辈分做成大小不一的茶杯,默默呼唤着人们对“孝悌”的遵循——把中华优秀传统文化注入产业发展、为文化产业项目增加精神内涵,这也正是郑州文化产业发展的最大特色和法宝。

郑报融媒记者 左丽慧/文 宋晔/图

经济的,也是精神的

“很多人一提到文化产业,就想到市场、经济收入等,但我们认为,好的文化产业项目,一定是有精神内核在其中的。”河南国脉文化集团负责人李翔自豪地告诉记者,国脉文化是全国最早的国家级非遗传承技艺展演及传承人藏品和中国民间文化杰出传承技艺展演及传承人藏品的运营专业中心;国脉所签约的传承人均是国家级非遗项目代表性传承人和中国民间文化杰出传承人,涵盖各项传统文化20多个门类100多种。

国脉文化,一方面保护了中华优秀传统文化,另一方面也为企业的产业发展增添了强有力的文化支撑。

据了解,经过多年发展,国脉文化收集整理了大量的非物质文化遗产,涵盖陶瓷、刺绣、剪纸、皮影、石刻、泥塑、社火、酿造、印染、制砚、版画、民间音乐等多个门类的传统项目,在北京、上海、广州、郑州、台儿庄等地长期陈列着大师们的珍品2万余件,

吸引国内外观众300多万人次。编纂了十几种图书,开发了100多款文化创意礼品。

在郑州,类似的文化产业企业不只有国脉文化。

“我们目前推的主要是商代原始青瓷系列,其特点就是把郑州3500年前的商代青瓷尊进行复原、展示。”郑州商瓷御品堂负责人王洪伟说,郑州最主要的文化代表有商文化,而“商瓷”就是郑州商文化的代表之一,“希望通过这种带有古老烧制技艺的瓷器,能让更多人了解我们的商瓷、了解郑州的商文化。”

除了复原数千年前商瓷技艺的商瓷,郑州市君友织品研发的“豫锦”系列文创产品,重点挖掘河南文化底蕴,弘扬古老中原文化,以精美的豫锦为载体,再现古典布艺,集文化性、历史性、装饰性、收藏性于一体,多次获得国家级大奖,不仅为郑州文创增辉添彩,也为企业的发展创造了可观的经济效益。

产业的,也是惠民的

对普通市民来说,产业似乎是一个距离自己日常生活较远的名词。其实不然,具有优秀传统文化精神内核的文化产品,与我们每个人的生活都息息相关。

“郑州制造”的大型动画《黄帝史诗》,全剧围绕黄帝的一生,浓墨重彩描绘出5000年前华夏民族从碰撞、融合走向文明的宏伟画卷。作为一部主打“黄帝文化”的产品,凭借博大深厚的中原文化,为无数炎黄子孙寻找精神家园、了解历史渊源,起到了潜移默化的影响。作品在央视播出后广受好评,成功入选“十三五”国家重点图书、音像、电子出版物出版规划骨干工程。

在刚刚闭幕的深圳文博会上,郑州报业集团打造的《龙族的后裔》、反腐倡廉巨制《第一大案》及“孵投邦”众创空间项目现身郑州馆,而两部影视作品以吸引人的主题、现代化的表现手法“先声夺人”,吸引了往来参展嘉宾的注目。《龙族的后裔》通过姓氏文化和根亲文化的起源、演变故事,传递传统文化的丰富内涵,聚合世界华人圈的能量,共同为中原崛起、民族复兴做贡献。

对文化企业来说是创作的源泉,对市民来说,这些带有深厚文化内涵、独特中华文化印记的作品,更是他们渴求的精神食粮。

历史的,也是创新的

在车流不息的嵩山路上,郑州非物质文化遗产展示馆静静迎接着四面八方的来客。在这里,不仅有郑州市非物质文化遗产项目的展览展示、制作表演,还有收藏培训、动手操作、产品自选服务等功能,集中了各级非物质文化遗产资源和非物质文化遗产保护成果,可谓广大市民了解学习非物质文化遗产首选之地——其中,登封窑作为国家级非遗项目,也是郑州颇具代表性的文化产业项目之一。布艺、泥塑、木雕、玉雕等非遗类型,也是郑州文化产业大军中的一员。

“中原地区历史悠久、文化积淀丰厚,做文化产业,充分挖掘当地这些文化资源,可谓是企业做强做大的‘捷径’。”市文广新局产业处负责人告诉记者,一方面郑州的文化资源为文化产业的发展注入了竞争力与内核;另一方面,随着文化产业项目的进一步发展壮大,也为这些文化项目的生存、发展提供了必要的保障。

在第九届海峡两岸文化产业交易博览会上,首次亮相的“郑州制造”豫锦《富春山居图》获得中华优秀作品奖综合类金奖;郑州许氏陶瓷孔雀洗获得中华优秀作品奖陶瓷类银奖;河南一涵汴绣有限公司的手工精绣作品《穆桂英》获得银奖、《一花一世界》获铜奖……郑州参展企业带去的作品收获颇丰,这体现的不仅是文化企业发展的速度,更是文化产品精神内核的厚度。



郑州报业集团打造的《第一大案》(海报)



文博会郑州展台展现了厚重的历史



文博会郑州文创产品引来客商自拍留影