

胡勃中国画展凸显线描能力

中国出版传媒商报讯(记者 郭虹)2014年12月20日,中央美术学院资深教授胡勃“鞍马颂·胡勃中国画展”在北京燕京书画社美术馆开幕。这次展出的近80幅作品,有意境、有格调,很“静”,但“气”很足。有工笔、水墨、白描,还有一幅在敦煌的现场临摹。胡先生艺术创作理念新颖,其工笔作品精工而不堆砌,细腻而不繁缛,豪放与精妙相得益彰,不愧笔墨当随时代的典范之作。其水墨作品构思奇巧、造型严谨、清新脱俗,其下笔不疑、取象不惑,于简约中出风采,于法度中见新意。其白描作品构图极富变化,形象生

动。骨法、韵味、风神相生相长,笔力、腕力、功力尽在其中,凸显出超强的线描能力。

走进当天揭幕的燕京书画院美术馆,沁人心脾的温馨和清新健雅之风扑面而来。从一幅幅精美绝伦的作品中,不仅可以看到马的威与勇、忠与义、勤与韧,更能感受到人与马、与大自然和谐相处的美妙境界。胡勃先生借马抒怀,以壮怀激烈的人文情怀弘扬蓬勃激昂的民族精神,每一幅画中都有诗意。

胡先生一生教书育人,桃李满天下。他培养出众多艺术个性鲜明的学生,许多已是当今画坛栋梁。此次展览的主办单位燕京书画院和十里河画院,都是在国内外颇有影响的文化创意产业,拥有一大批优秀的、有实力的艺术家。

文创众筹平台:全民皆可创意

7月28日,清科联合众筹网发布《2014年中国众筹模式上半年运行统计分析报告》显示:2014上半年,国内众筹领域共发生融资事件1423起,募集总金额18791.07万元人民币。从众筹平台看,2014年上半年国内的综合类众筹平台实际发起项目为708起,垂直类众筹平台供给事件为285起。2014年,文化创意类众筹平台纷纷搭建,呈现多元化发展趋势。

众筹项目逐渐多元化。众筹网将众筹与文创结合,推出系列独具创意的项目,受到业界关注。其中联合长安保险推出的“爱情保险”项目筹资额超过600万元,创最高筹资纪录;“快男电影”项目近4万人次参与,创参与支持人数最多纪录。2014年7月1日,京东金融推出众筹业务“凑份子”,主要面向3C、IT及热衷于流行文化的消费用户。文化部、财政部主办的动漫游戏人才扶持项目中有意愿的作品将在众筹网展示并融资,可以说动漫游戏众筹作品获得政府公信力背书,为众筹发展注入强心剂。

此外,对于影视作品的众筹成为2014年热门之一,受到多家机构的关注。4月15日,北交所互联网众筹项目电影《冰封:重生之门》正式上线,以互联网众筹模式进行影片宣发和融资。间隔不到两周,4月28日,百度金融推出了“众筹”频道,切入影视作品众筹领域,再为影视众筹增加案例。11月18日文筹网的上线则定位于文化创意产业领域,并采用当今新型的互联网金融中的众筹模式为企业提供投融资服务,可谓真正意义上的文化产业众筹平台。

同时,“门户网站+众筹网站”、“农业+众筹”、“传统服务业+众筹”、“艺术行为+众筹”等模式也不断涌现。无论是众筹项目,还是众筹发出机构,都呈现出多元化趋势。

众筹不应仅仅是引发关注的噱头。看到众筹火热发展的同时,我们也看到问题逐渐暴露。在国内,很多众筹项目,被当作营销噱头运作,而没有真正发挥众筹

的作用与效果。

先看一组来自国外众筹网站kickstarter的数据,在19万个上线项目中,排名前五基本上都是文化领域的众筹项目。从项目数量、筹款金额、成功项目比例和数字三方面看,文化创意类项目同样领先于其他行业和品类。

反观国内,文化创意类众筹项目有待加强,而且股权众筹资金缺口较大也是众筹存在的一个问题。统计结果表明,2014年上半年股权类众筹融资需求近20.36亿

元,但实际募集金额仅有1.56亿元,市场资金供给规模仅占资金需求的7.64%,从侧面反映出我国中小企业融资难、融资渠道有限等问题依然严峻。究其原因,有自身和平台两个方面。从自身来说股权众筹的投后管理和退出机制不完善、“领投+跟投”制度提高了风控难度;从股权众筹平台来说,数量多,发展呈“两极化”、创始人背景水平良莠不齐成为制约因素。未来,文化众筹发展将由疯狂增长期转向专业特色的深耕发展期,一方面,在众筹项目的结构分配上,需要更加成熟,并趋于创意化;另一方面,众筹平台自身也需要不断创新和完善。

文创市场:创新力无处不在

中国出版传媒商报记者 王双双 王少波 实习记者 冯昭

文创产品的最大特征是创造,其一定是个性而独特的创造,甚至是多文化交融的产物。

北京工业大学艺术设计学院张琪教授认为,文化创意产业最核心的东西应该是“创造力”。回到2014年文化创意产品流通与呈现的文创市场中,创新力无处不在。

2014年,文创市场的创新,可以用2个“多”来形容:多了平台,多了跨界。

在平台方面,多种文创众筹平台的搭建不容忽视。不仅有专门的众筹网站的逐渐发力,也有京东金融众筹、文筹网等新成员的加入。而在艺术领域,平台的多则主要体现在售卖渠道上。艺术品在线下售卖回暖的趋势下,线上拍卖平台的建立和成熟,进一步促进未来艺术行业的发展。

“平均每6天就会在行业内发生一起影视类产业并购案,1600亿元资本如猛虎下山般扑向文化产业。”谈到跨界创新,文化产业可谓火热一片,各领域纷纷以并购、融资、转型等方式进军文化产业,为文化产业带来创新活动。其中,跨界模式的创新和营销的创新,值得关注。

并购转型:影视动漫产业的狩猎机会

2014年,包括汽车、餐饮、烟花、轴承在内的产业资本看好文化产业发展机遇,纷纷插手文化产业价值高地,企图在影视、动漫等文化创意热门投资领域分得一杯羹。据统计,在2014年的并购大潮中,大约有一半以上的项目属于跨界并购,其中仅流入影视业的异业资本就有数百亿。

新年伊始,以汽车零部件为主营业务的上市公司世纪华通发布公告,宣布以发行股份和支付现金相结合的方式,分别购买天游软件、七酷网络100%股权,两家公司的收购价格分别为9.5亿元、8.5亿元,合计交易价格达18亿元。天游软件是中国领先的运动休闲经济类网络游戏平台运营商,七酷网络则是精品网络游戏开发商。方案公布后资本市场连续8个交易日涨停。

为避免因主营业务单一带来的市场波动,促进多业态共同发展的转型升级,餐饮业上市公司湘鄂情制定出“餐饮产业+环保产业+文化产业”三大主营业务的发展模

● 热事回顾

2014年10月10日晚开播的《奔跑吧兄弟》,是浙江卫视与韩国SBB团队联合制作的原创综艺节目,该节目自开播之日起就受到大批观众粉丝的强烈关注,还登上百度搜索风云榜、微博热门话题榜。

就在《奔跑吧兄弟》火热播出之际,作为国内渠道领跑者的奇虎360手游积极推进IP战略布局,与大业传媒集团、浙江卫视达成战略合作,购买《奔跑吧兄弟》独家手游改编权,邀请广大开发者和手游用户共同参与手游制作,深入到包括美术、场景、明星选择、关卡设定、厂商选择在内的各个环节,力求共同打造出一款更贴近玩家,帮助玩家们实现梦想的手游产品。随后,首款游戏《奔跑吧兄弟:我是车神》于11月21日正式上线。

线上拍卖:网络艺术市场繁荣带动平台建立

实际上,2013年网络艺术品拍卖就已经进入窗口期。当年,淘宝拍卖会浏览用户1.32亿人次,每天访问用户80万人,全年在淘宝网拍下了两件拍品的用户有66万人。线上拍卖渐得人心。就艺术品而言,据西斯科斯公司2014年4月28日发布的博客艺术交易报告称,2013年网络线上艺术市场交易额达16亿美元左右,到2018年有望增至38亿美元。

2014年,随着“艺术品电商”成为热门词汇,传统的艺术网站、画廊、拍卖公

司开始建立、开通网络交易平台,同时,电子商务平台也加入了艺术品网上交易的竞争中。线上拍卖成为热词。

线上拍卖吸金有道。这股热潮有效帮助艺术品电商吸引投资。2014年8月,HIHEY.COM艺术网宣布引入民生银行为其战略股东。HIHEY立足互联网思维,从在线拍卖业务做起,自上线以来签约艺术家8000位,注册藏家20000名,累计交易额超过1亿元人民币,2014年还启动了艺术O2O计划。11月,HIHEY宣布在继民生股权投资后再获来自中信证券、深圳创新投资集团的B轮投资,估值达1亿美元。同月,香港大公文化艺术品产权交易所在美国场外柜台交易系统版上市,成为全球首家登陆国际资本市场的艺术品电子化交易平台。

观察 Observe

艺术回暖:当代艺术品价格日趋理性

艺术品投资市场自古就是盛世资本逐利的温床。除少数高端艺术珍品外,在古代和近现代艺术资源几近短缺的情况下,艺术市场新的增长点只能来源于当代艺术。当代书画在经历第一轮市场洗礼后,真伪鉴定相对简单、价格逐渐趋于理性的当代艺术作品开始普遍受到藏家接受。

2014年尽管整体行情趋缓,但一些书画珍品依然在各路藏家的追捧之下,拍出较高价格,而拍卖会也取得较为理想的成交额。香港苏富比2014秋拍“现当代亚洲艺术晚间拍卖”专场,数百人通过现场参与以及电话、互联网、书面投标等方式竞投,共刷新9项艺术家个人世界拍卖纪录,总成交额达6.1546亿港元,80%的拍品超底价成交,总成交率达87.7%;11月在洛克菲勒中心举办的纽约佳士得“战

园区升级:智能化是方向

2014年,与楼市低迷相比,智能化建设开展的如火如荼,从智慧城市、智慧社区到智能家居,智能化正重塑着我们的办公、出行以及生活的方方面面。在文化产业领域,成都、深圳、宁波、镇江等地也开始了智慧园区的尝试。

与第三方机构合作,规划先行。2014年11月,中国智慧城市产业联盟分支机构“深港澳智慧园区联盟”在深圳授牌成立。这是一个致力于规划建设智慧园区产业资源服务,共同建立合作创新体系的联盟组织,旨在为中小微企业提供切实服务,紧扣园区管理者、企业、人才等各方需求,通过与政府、协会、金融机构、学术团体、商业机构等多方资源合作,为实现智慧园区行业健康可持续发展保驾护航。

作为西南重镇,智能化建设得到成都市政府的全力支持。《成都市国民经济和社会信息化“十二五”规划》提出,“到2015年,成都市信息化在政治、经济、文化和社会领域应用不断深化,智慧城市初步实现。”

互联网设施和现代办公系统的完善是智慧园区的基础。2014年12月,宁波磨具产业园区投资经营有限公司与中国移动宁波分公司签署战略合作框架协议

线上线下联动有效。除HIHEY启动艺术O2O计划外,Artex雅得艺术网于2014年10月31日起开启试运行,成为全国最早采用电商+交易所模式的专业O2O艺术品交易中心之一。Artex雅得利用互联网及移动互联网整合艺术信息,提供便捷交易;同时搭建以授权服务艺术机构和共建美术馆为主体的线下服务体系,为用户提供贴身服务。

大众路线成为可能。传统艺术品拍卖受限于各种条件难以走大众路线,而线上拍卖则有所不同。2014年11月13日,重庆文化产权交易中心的艺术品交易系统上线,在国内开创了艺术品(组合)收益权交易模式和保荐商制度,促进艺术品投资金融化和大众化发展,一种大众都能参与的艺术品交易随之开启。该系统能满足10万人同时在线,2000人同时交易。线上艺术品均由第三方机构鉴定、评估,并出具证书,投资者只需轻点鼠标就能实现艺术品的投资。

线上初现细分市场。2014年11月23日,国内首个版画艺术品电子化交易平台新华都市国际版画中心在杭州宣告成立。这标志着新华大画正式进入艺术品交易领域,也预示着版画艺术品有望借助现货交易平台规模大、覆盖广、传播速度快等特点打开普通消费市场,加速推动版画艺术的繁荣发展。

快速拍卖或成趋势。无疑,线上拍卖的优势之一就在于其比传统拍卖更快捷。嘉德在线将这一优势最大化,于2014年10月22日推出“十分精彩”特色拍卖专场,结合互联网和传统拍卖的商业特点,为广大藏家奉上18件精选拍品,中国书画、古瓷杂项、油画雕塑每个品类各6件,每件拍品从开拍到竞拍结束仅10分钟时间,且全部无底价起拍。

后当代艺术夜间拍卖会”成交额达到惊人的8.5亿美元,成为佳士得史上最贵的拍卖;同期举行的中国嘉德秋季拍卖会,油画专场的当代艺术部分同样获得惊人表现。

从2014年当代艺术板块在市场的表现还可以看出,当代青年艺术家表现相对突出。今年5月,德萨画廊在香港巴塞爾艺术展的展出也为当代艺术留下浓墨重彩的一笔;除林风眠、赵无极、朱德群、白发一雄等亚洲现代艺术大师作品,还展出了林菁菁、王国锋、周文斗等多位近年冒起的中国当代艺术先锋家作品,在国际艺术舞台上大放异彩。在香港苏富比2014秋拍“现当代亚洲艺术晚间拍卖”专场,刘小东的社会性写实作品《违章》以6620万港元成为全场最高成交拍品。

议,推进当地首个智慧园区的建设。双方在信息基础设施建设、办公管理应用、智慧园区应用三个方面展开合作,具体包括实现园区内Wi-Fi全覆盖,基于移动云服务的高效率办公,基于物联网及BIM技术的智慧园区综合监控管理系统等,将其打造成符合全生命周期、多种数据统一的协同平台。与之类似,9月9日,天涯社区与成都市锦江区签订推动发展合作协议,天涯社区的移动互联网总部和微论产品研发与运营基地落户锦江区,并正式启动天涯移动互联网国际智慧村建设,将其改造为集办公、研发、文化交流于一体的高新技术产业园区,打造移动互联网人才聚集区。

同期,镇江市“三集”园区信息通信基础设施建设规划编制完成并通过专家评审,“三集”园区以打造智慧园区为核心,着力推进园区信息通信基础设施建设,助力信息企业在企业生产经营中的应用,促进企业电子商务水平全面提升,使“三集”园区成为促进镇江经济增长与社会发展的重要引擎。到2018年,80个“三集”园区将基本建成信息通信基础设施完善、资源充分共享,产业结构优化,信息服务优质、快捷,信息消费全面惠及全体企业的智慧园区。

● 热事回顾

对于80后来说,相信海尔兄弟一定不陌生,其充满卡通创意的动画片已经成为时代的印记。2014年7月,海尔集团通过一段名为《海尔兄弟玩不坏》的视频,对外正式发布了海尔兄弟升级换代版新形象。随之,“大画海尔兄弟”的新形象创意征集活动开启。海尔集团品牌总监范建斌说,海尔集团一直关注文化产业,现在时机趋向成熟,海尔开始做尝试。按照规划的

步步跟进,海尔未来将借助海尔兄弟的卡通形象打造文化产业平台,进入动漫产业、手机游戏产业、电影产业,甚至是衍生品产业,打造属于海尔兄弟的主题公园等,打造海尔的“众创模式”。

何谓众创?这是海尔对文化产业平台项目的命名,其有众筹、众包的味道,力求为创意人员提供一个可以不断成长的平台。而这也成为海尔文化的独特之处。

通过建立一个平台,海尔把年轻的创作人聚集起来,借助已经创作和正在创作的“海尔兄弟营”卡通形象,共同创造一个“东方迪士尼”。按照海尔的初步构想,“海尔兄弟营”的卡通形象,可以与人们熟知的不同的卡通形象“发生故事”,比如加菲猫、阿狸、巧虎、朵拉等,在他们之间可以构思情节。同时,“海尔兄弟营”本身就是一个社区,他们之间也会有很多故事。在平台之下,海尔将实行“开放资本”,引进战略性投资,组建合资公司。据悉,这一平台的打造海尔预计的时间是1~2年。在真正发展起来之前,会保持相对的独立性,海尔集团不会强制要求文化产业与既有产业体系之间的强关联。

但业界对此唱衰的人也不少,之前转身地产失败、动漫行业自身发展环境、多元化发展会影响主业等因素,成为质疑的焦点。但无论如何,海尔的“众创”模式和其海尔兄弟形象,已经引起关注,未来走向也值得期待。