

《深圳礼品通讯》2018年3期 总第86期（2018.05-06）

深圳市工艺礼品行业协会秘书处主办

编委会主任：王亮标

副主任：吴雅琴

编委：（以姓氏笔画为序）王安群、王欢来、王亚莉、王国球、王远明、王晖、李祖前、焦衍丽、刘华、孙晓刚、张保庆、杨怀宇、杨晓强、岳钢、徐靖云、钟文、高秀萍、姚建辉、彭爱兵、简明宏、蒋承文、褚永军、董辉、戴晚秋

主编：吴雅琴

责任编辑：金泳灵

展览推广部：彭凤玉

会员发展部：伍治华

综合信息

深圳出重招了！宣布建10个制造业创新中心！

行至年中，迎来半年经济形势观察窗口期。深圳推进经济高质量发展的进展和成效正日益显现。继“深圳宣布！2018首季“开门红”：GDP完成5209.81亿元增长8.1%，新经济亮了！”之后，深圳辖区277家上市公司一年净赚3463亿！制造业抢眼，增速远超金融房地产。

正是因为植根良好创新创业环境的深圳，华为、华星光电、中集、创维、大疆创新等一批本土制造企业，不断自主创新、敢闯敢试、转型升级，进而做强做优更具比较优势的“深圳制造”，夯实实体经济根基。

目前，深圳结合产业实际，围绕5G、新型显示、集成电路、机器人、增材制造、石墨烯、新能源汽车、航空航天装备、海洋工程装备、精准医疗等新兴产业领域，规划建设10个制造业创新中心。相关政策已于近日公布。

从布局8.5代线液晶面板，到建设第一条11代线，再到今年上马第二条11代线，深圳华星光电从液晶面板开始，正在向产业链更高端的大尺寸超高清和印刷OLED面板挺进，由此带动深圳制造业迈向高端。

深圳制造，以钉钉子精神持续用力、久久为功。正是因为植根良好创新创业

环境的深圳，华为、华星光电、中集、创维、大疆创新等一批本土制造企业，不断自主创新、敢闯敢试、转型升级，进而做强做优更具比较优势的“深圳制造”，夯实实体经济根基。

事实上，深圳经济实现有质量的稳定发展，得益于以工业生产为代表的实体经济长足发展。今年 1-5 月，深圳规模以上工业增加值 3121.22 亿元，同比增长 8.7%。其中，通讯设备、计算机及其他电子设备制造业增长 11.6%。

打造世界级先进制造集群

目前，深圳按照高质量发展要求，以供给侧结构性改革为主线，以提高供给质量和效益为主攻方向，全力打造国家级先进制造示范区，推动制造与新技术新业态新模式紧密结合，加快发展高端制造、智能制造、服务制造、绿色制造。

深圳市经贸信息委有关负责人表示，深圳今年开展先进制造业产业集群试点，制定新一代信息通信集群培育试点实施方案，打造特色鲜明、体系完善、协同紧密、竞争力强的世界级新一代信息通信集群。同时，推进一批智能制造示范工厂建设，争创国家级和省级智能制造试点示范项目。

值得一提的是，深圳实施新一轮重大项目培育引进工程，特别是以创建国家级先进制造示范区为契机，争取国家和省级重大项目布局，聚焦新一代信息技术等优势产业招优引强，打造世界级先进制造业集群。

2018 年 5 月，深圳重大工业项目再添大手笔，一条产能达到月加工 3370mm×2940mm 玻璃基板约 9 万张的第 11 代超高清新型显示器件生产线在深圳光明上马，总投资约 426.83 亿元，抢先战略布局大尺寸超高清面板市场，以赢得更多国际话语权。该项目由 TCL 集团、华星光电和深圳市重大产业发展基金共同投资完成，计划 2021 年 3 月正式实现量产。

先进制造高技术制造亮眼

深圳千方百计推动制造业迈向高端。目前，深圳结合产业实际，围绕 5G、新型显示、集成电路、机器人、增材制造、石墨烯、新能源汽车、航空航天装备、海洋工程装备、精准医疗等新兴产业领域，规划建设 10 个制造业创新中心。

太赫兹、石墨烯、微纳米制造、智能海洋工程等多个创新中心先后挂牌，力争完成 10 家制造业创新中心的创建任务，以此实现核心技术突破，加快建设产业集聚区，培育若干百亿级、千亿级产业集群，助推深圳建设国际科技、产业创

新中心。

先进制造、高技术制造非常亮眼。统计显示，今年前5个月，深圳先进制造业和高技术制造业增加值分别为2152.24亿元和2005.45亿元，增幅分别为11.9%和11.4%，占规模以上工业增加值比重分别为69.0%和64.3%。

文化产业分类：六年之变透露出哪些信息

10个大类、50个中类、120个小类分别修订为9个大类、43个中类，146个小类——国家统计局日前发布《文化及相关产业分类（2018）》，对2012年版本进行修订。

文化产业分类为何要做较大幅度的调整？6年之变透露出怎样的信息？在新版本中出现的那些文化产业“新面孔”，告诉我们什么？

大修订：折射经济格局变迁和产业发展轨迹

“这次文化产业统计分类的修订非常适时也很必要，目前我国文化产业飞速发展。从全球来看，中国的文化产业不仅走在发展中国家的前列，蓬勃发展的速度也超过了发达国家。”中国人民大学文化创意研究所所长金元浦在接受记者采访时说。

统计必须跟上发展的脚步，统计分类的变化折射的是经济格局的变迁和产业发展的轨迹。

2017年6月30日，新的《国民经济行业分类》（GB/T 4754—2017）正式颁布。“适应国民经济日新月异的发展变化，去年我国国民经济行业分类进行了较大的调整，很多新的类别已经加入。文化产业分类与整个国民经济的统计分类完全同步，相应地进行调整，总体是非常积极的，适应了文化产业蓬勃发展的新趋势。”国家行政学院社会和文化教研部主任祁述裕表示。

“根据国际经验，当人均GDP接近或超过5000美元时，文化消费则会出现‘井喷’。国家‘十三五’规划进一步明确，2020年文化产业将成为国民经济支柱性产业。文化产业的重要性已上升到国家战略层面。”中国宏观经济研究院产业所服务室主任王佳元告诉记者。

据国家统计局社科文司高级统计师殷国俊介绍，为适应当前我国文化新业态不断涌现的新形势，更好满足文化体制改革和文化发展规划的需要，新修订的分

类类别共设置 9 个大类，分别是新闻信息服务、内容创作生产、创意设计服务、文化传播渠道、文化投资运营、文化娱乐休闲服务、文化辅助生产和中介服务、文化装备生产、文化消费终端生产。根据活动相似性，在每个大类下设置若干中类、共计 43 个中类，在每个中类下设置了若干具体的活动类别、共计 146 个小类。

新面孔：顺应时代潮流，“互联网+”进入分类

“互联网文化娱乐平台”“观光旅游航空服务”“娱乐用智能无人飞行器制造”“可穿戴文化设备”……在国家统计局发布的文化产业分类新版本上，人们发现这些文化产业的“新面孔”。

腾讯研究院日前发布《中国“互联网+”指数报告（2018）》显示，2017 年，中国互联网平均每秒进入 672.5G 的信息，或为文本，或为图片，或为网页，或为视频，或为 H5 动画，或为直播，或为网游，或为小程序。

“随着互联网时代的到来，以‘互联网+’为依托的文化新业态不断涌现并发展迅猛，日益成为文化产业新的增长点，理应把这些新业态及时纳入统计范围。”殷国俊指出。

从世界范围来看，现代科技的发展尤其是信息技术、传播技术、自动化技术和激光技术等高科技广泛运用，都影响着文化产业和文化消费方式的变化。“日益普及的宽带连接，移动手机升级，视频和音乐播放器等技术在促进文化产业结构调整与升级，也将打破文化产业与电信业、计算机网络业的业务界线，加快完善文化创新体系，创造出新的文化产品形态。”王佳元分析说。

近年来，从“互联网+”到“+互联网”，以及数字中国、大数据战略的推进，凸显“互联网”对经济社会发展的重要作用。金元浦指出，“互联网文化娱乐平台”“其他智能文化消费设备制造”等文化新业态的建设非常重要，加入统计分类非常必要，适应互联网领域中高速发展的现实。同时，当下正是中国文化创意领域原创力集中爆发期，越来越关注原创的发展，在文化产业分类调整中也得到了体现。

新聚焦：文化产业发展将打开更大的空间

数据显示，目前我国居民文化娱乐服务消费仅占城乡居民消费总额的 10% 左右，而在许多发达国家和地区，居民文化消费占总消费额的 30% 以上。这意味着

我国居民文化消费潜力远未得到释放，我国的文化消费还处于起步阶段。

2017年，我国人均GDP已接近10000美元，2017年全国居民恩格尔系数为29.3%，进入了联合国划分的20%~30%的富足区间。

文化消费的大发展寄望于文化产业的大繁荣。

金元浦注意到，在新版文化产业分类中，新增“文化投资运营”大类，下设“投资与资产管理”和“运营管理”两个中类。他认为，从天使投资到风险投资，创意产业、创意经济的发展离不开文化投资，一轮又一轮的风险投资孕育出一大批文化产业的“独角兽”。这个大类的出现表明文化投资的重要性，也说明在进一步发展中，必将更加关注文化投资的良性发展。

“2016年以来，各种类别的文化投资公司如雨后春笋般设立。目前全国各地文投公司和担保体系已经普遍建立起来，银行、基金公司等金融业对文化产业有大量投入。文化投资与资产的管理相应也提上了重要议程。另外，前些年文化产业创意园区的建设非常快，创意园区的管理必须要加大力度。这些未来文化产业发展的方向都从分类调整中可以看出。”金元浦指出。

金元浦认为，“创意设计服务”这个大类也非常重要。创意设计适应了我国进一步改革开放的新形势，适应国家提出的创新经济的新格局、新方向，突出了创新、创意、创造、研发。这次分类更加明确肯定了创意设计在文化产业发展中的重要性。

“未来，文化市场的多样性特征也将进一步加强，文化消费内容将不断丰富，能级将不断提高，方式将不断创新，文化新业态将不断涌现，进而引发新型的文化消费。”王佳元说。

中国文化产业突飞猛进发展，将不断提出新的命题。祁述裕对文化分类提出了一些建议：“目前快速发展的特色文化产业还没有在分类中得到较充分的体现，一些产业还没有纳入新的分类，文化产业的丰富性和多样性有待进一步体现出来。互联网发展使新型业态层出不穷，也应该留下更多的空间。”

第一批国家传统工艺振兴目录发布 383项入选

文化和旅游部、工业和信息化部日前联合发布第一批国家传统工艺振兴目录，苏绣、陕北窑洞营造技艺、六神丸制作技艺等全国共计383个传统工艺项目

入选，涉及纺染织绣、服饰制作、编织扎制、雕刻塑造、家具建筑、金属加工、剪纸刻绘、陶瓷烧造、文房制作、漆器髹饰、印刷装裱、食品制作、中药炮制、器具制作等 14 个门类。

文化和旅游部有关部门负责人表示，建立国家传统工艺振兴目录是《中国传统工艺振兴计划》提出的主要任务之一，旨在选取并重点支持一批具备传承基础和生产规模、有发展前景、有助于带动就业的传统工艺项目，推动形成可推广的经验案例，带动全国范围内传统工艺的发展和振兴。第一批传统工艺振兴目录以国家级非物质文化遗产代表性项目名录为基础，重点考虑了面广量大、传承人群较多，有助于发挥示范带动作用、形成国家或地方品牌的传统工艺项目，同时适当向革命老区、民族地区、边疆地区、贫困地区能够带动地方经济发展、扩大就业的项目倾斜。

2017 年 3 月，《中国传统工艺振兴计划》正式发布，振兴传统工艺得到了社会各界高度关注，各项工作有序推进，振兴成果初步显现。2015 年以来，文化部、教育部以传统工艺为重点，实施中国非物质文化遗产传承人群研修研习培训计划。一批具有较强设计能力的企业、高校和行业组织在新疆哈密、青海果洛、贵州雷山、湖南湘西等传统工艺集中地区设立了传统工艺工作站。在研培计划和传统工艺工作站的带动下，不少地方传统工艺产品的设计、制作水平和整体品质显著提高，产品门类品种和功能用途更加贴近当代审美和生活需求，越来越广泛地进入大众消费市场。面向传统工艺的专题展会和网络销售平台日渐增多，传承人的收入增加，传承热情高涨，传承队伍逐步扩大。尤其是面向贫困地区、贫困人群开展的振兴工作，充分发挥了传统工艺兼顾农工，适合家庭生产的独特优势，为促进就业增收、精准扶贫、推动乡村振兴发挥了积极作用。

行业论点

新文创时代：新内容、新体验、新未来

一、“文创”的前世与今生

“文创”即文化创意产业。早在 1994 年，澳大利亚联邦政府发布了一项名为《创意国度》（Creative Nation）的文化政策，首次强调了“文化”在经济、创新、市场、设计等相关领域中的重要作用；1998 年，“创意产业”（Creative

industries) 被英国明确提出, 并给出定义: “来源于个人创意、技能和智慧, 通过创造和利用知识产权 (IP) 来创造财富和就业机会的活动”。2006 年, 我国首次在《“十一五”时期文化发展规划纲要》中提出“转变文化产业增长方式”。尽管我国在“文创”方面起步较晚, 但却发展迅速。根据腾讯研究院发布的《网络版权产业发展年度报告 2017》, 2016 年度, 我国仅网络版权产业一项的规模便突破 5000 亿元, 相比 2006 年增长了 30 倍, 年均增速超过 30%, 已成为激活我国文化经济活力的新引擎。2016—2017 年, 我国国务院和文化部分别提出“数字创意产业”和“数字文化产业”的概念, 将数字技术与文创产业进一步整合, 文创产业正式走入数字时代。

二、腾讯: 从“泛娱乐”到“新文创”

在 2012 年的 UP 大会上, 腾讯集团副总裁程武正式对外宣布腾讯将推出“泛娱乐”战略。随后“泛娱乐”的概念深深影响了中国文创产业的发展进程, 该词甚至被写入国家战略发展报告中。而就在刚刚过去不久的 2018 年 UP 大会上, 程武再度向我们抛出一个新概念——“新文创”。众人不禁好奇, “新文创”究竟新在哪里? 它是“泛娱乐”概念的升级延伸, 还是腾讯未来在文创领域的战略转型? 笔者注意到, 近几年腾讯对中国传统文化兴趣颇深, 频繁与故宫、长城、莫高窟等中国传统文化翘楚代表建立合作。那么“新文创”对中国上下五千年文化的传播与再生产又将会产生哪些影响?

三、从历史到未来: 穿越时空的爱恋

“互联网开始真正成为全民级的‘水’和‘电’!”, 程武在 UP2018 中如是说。这不禁令人想到网络上的“新版马斯洛需求层次金字塔”, 网友们戏称: “需求金字塔的地基被找到了! 那就是 WIFI!” 的确, 在城市甚至许多乡镇生活中, 网络成为了连接“吃、穿、用”的重要媒介。万物互联也催生了各种新兴文化现象。比如腾讯在 2015 年春节前夕推出的“微信红包”既是一种科技创新, 更是一种文化创新。红包是中国的传统习俗, 而腾讯依托自身的技术与流量优势, 将其变成了互联网时代的“新民俗”, 受到了广大网民的喜爱。

作为中国的三大互联网巨头公司 (BAT) 之一, 腾讯责无旁贷地扛起了弘扬中国传统文化的历史重任。在 2016 年举办的“腾讯 NEXT IDEA X 故宫”发布会上, 马化腾强调: “腾讯专注做连接, 连接人与人、服务和设备, 实际上我们也

在连接过去与未来，连接传统文化和年轻人，连接中国 IP 和国际舞台”。两年过去了，我们看到了腾讯在用科技活化传统文化上所做出的各种尝试。在腾讯出品的“王者荣耀”游戏中，游戏人物多以中国古代经典人物为脚本。尽管对经典人物的角色改编在网络上引起了许多争议，但的确有许多年轻人通过这场游戏开始逐渐关注甚至回归到中国的传统经典中去。无论从文化生产还是传播的角度来看，这都是一次值得被鼓励的尝试。科技和文化与社会之间相互影响、相互塑造。如果说传统文化代表历史，而科技代表未来，那么毫不夸张地说，身处在数字大爆炸时代的我们，正经历着一场从古至今的穿越之旅。新技术为我们带来全新体验的同时，传统与文化也正在重新塑造着科学技术的未来，而我们将迎接二者相互碰撞之后所产生的愉悦冲击。

四、从技术到内容：故事才是吸金高手

腾讯本是做技术出身，但近几年来，却不断对外发出声音，为转型成为“文化+科技”公司而努力。这个转变过程与二十多年前澳洲与英国等发达国家，突然提出要发展“创意产业”的思路如出一辙。简单来说，就是他们都想明白了一个道理：无论技术发展再高端，当它们满足了基本的日常需求后，人们便只愿意为了内容和创意来买单。而这一逻辑也在十九大报告中得到印证——习总书记指出：“我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”。什么是美好生活？可以把它理解为是一种有趣的生活。近来，国内外有越来越多的学者和媒体呼吁：不要只把眼光停留在技术上。特别是对于产业界，内容跟不上，技术的普及也是寸步难行。以虚拟现实产业为例，VR 内容在全球十大市场（中美日韩以及部分欧洲国家）的收入将在 2021 年达到 151 亿美元；其中 53.3% 的收入将来自视频，45.6% 将来自游戏，仅 1.1% 来自 APP 和设备。由此可见，在物质文明得到极大丰富的今天，关于内容方面的收入回报率要远远高于技术。这也是当前的资本市场更加青睐于“内容创作公司”的原因之一。

五、从内容到体验：欢迎进入体验为王的时代

与“泛娱乐”概念相比，“新文创”较前者的不同之处（或称之为升级）在于它在版权内容的基础上，继续利用技术的革新优势为用户带来除内容红利之外的体验享受。显然，无论是腾讯还是国内外的其他互联网公司，早已不再满足于

停留在简单将文化内容向数字或网络转化的定位。在全球的“工业 4.0”运动中，催生出了大数据、虚拟现实、人工智能和区块链等领域的新兴技术。从历史经验可以判断，这些新技术将在文创产业中发挥重要的作用。在新技术的加持下，互动与沉浸带给人的体验感，不仅会引发人们心理上的沉浸（Psychologicalimmersion）也会导致感知上的沉浸（Perceptualimmersion），即人们会完全相信自己身处在一个与自身物理空间完全不一致的世界中；同时这种沉浸体验甚至能够引发人们对在虚拟环境中所看到事物的感同身受。如果抛开技术，那么再好的内容也无法为用户带来感官及心理上的颠覆性体验（想象一下在现实中隔着玻璃参观展品和在虚拟世界中手持展品的全方位欣赏）。有研究表明，新奇、惊喜、学习和参与的体验均为用户的消费欲望提供有利价值。而腾讯所提出的“新文创”概念也意味着，腾讯在未来不仅要继续努力营造优质 IP 引领多类文创业务发展的生态，也将愈加重视混合现实与体验场景在文创领域中的充分应用。

小家电产品需要功能集成

当前以提升生活品质为宣传目的的小家电产品，其品类愈来愈多，多到了家中几乎放置不下的地步，很是占用空间。这些产品功能单一、各司其职，买回家后发现日常使用频次极低，大都长期被束之高阁成为鸡肋，甚至造成程度不同的困扰。

粗略盘数，比如挂烫机、电熨斗、加湿器、空气净化器、扫地机器人、吸尘器、擦玻璃机器人、电饭煲、电压力锅、电水壶、电磁炉、搅拌棒、豆浆机、榨汁机、净水机、软水机、饮水机、小厨宝、电风扇、电吹风、冷风机、小太阳、电热油丁、空气炸锅、炒菜机、电饼铛、微波炉、电烤箱、蒸蛋器、家用榨油机、芽苗机、面条机、馒头机等等，品类不少于 30 种。相信很少有人会将这些小家电产品全数购进家里，因为放不下来也用不过来；即使是销售小家电产品的普通商场，也未必能将这么多类别的产品都进货和出样。

小家电产品的种类之所以如此繁多，同其单个产品的功能单一有很大关系，单个产品的功能单一为其他小家电产品的出现预留了功能空隙。同时小家电产品正因为其小（功能简、体积小、价格低）而容易被消费者以较随意的心态购买，存

在一定的市场空间。

小家电产品的使命是提升生活品质，并且这种提升理应在成本上是经济的、在操作上是简单的、在过程上是安全的、在结果上是可靠的，如果其产生的效益与时间、金钱等投入成本的对比不够划算，就不应添置。

面对小家电产品的品类增加，其单一产品的功能整合与集成，成为消费者的显性需求。小家电产品的功能集成，即是指将原本各自具有不同功能的数件独立的小家电产品，集成为承载多个功能的一件产品。手机是最明显的一个功能集成的成功例子，手机的出现和迭代，逐步集成了电话机、照相机、摄像机、行车记录仪、计算器、U 盘/移动硬盘、MP3/MP4、手表、手电筒、地图、化妆镜、指南针、钱包、收音机以及电视机、电脑等产品的全部或部分功能，让人们以更小的投入更方便地获得更多的使用价值。在办公室中集成了打印机、扫描仪、复印机、传真机、电话机功能的一体机，是另一个广受认可的成功集成多项功能的例子。

对于小家电产品，无论是消费者的使用需求，还是其各类别产品本身的升级需要，都要求其实现功能的集成，从单一产品的又专又精升级转变为集成产品的又全又精，以更小体积来实现更多功能，包括硬功能(主要指在使用价值发挥的过程中出现明显的物理改造的功能，如洗衣机洗衣、空调制冷制热、冰箱冷藏冷冻、烤箱烘焙等，均属于硬功能)和软功能(主要指对作用客体不涉及物理改造的功能，如收音机收听广播、电视机播放视频、电脑上网、手机打电话、移动硬盘存储文件等，均属于软功能)。这样将实现小家电产品品类数目的精简，同时也将促进产品价值的提升，是践行供给侧改革的可行方向。

智能音箱“黑马”杀出 用户每年增长 48%比智能手表更流行

eMarketer 发布的一份新报告显示，智能音箱用户的年复合增长率为 47.9%。

这比自智能手机以来的任何科技产品都要快，而且将会导致今年智能音箱的用户比智能可穿戴产品的用户更多。

仅在美国，这个数字就会超过 9000 万。

当然，智能音箱也有优势。

一个智能音箱可以供给许多人使用，而通常智能手表、智能计步器、心率监测器等只能给一个人使用。

eMarketer 表示：“根据新数据显示，2017 年到 2020 年，我们的智能音箱用户数量将显著增长。”

有趣的是，eMarketer 预测亚马逊将在 2020 年保持市场份额领先的地位。

就在几天前，来自 Canalys 的新数据显示，谷歌现在销售的智能音箱比市场创新者亚马逊 (Amazon) 还要多。

当然，任何一个季度的销售占优都不会改变已安装的基本份额，但这还是令人惊讶的。

eMarketer 称，今年美国有三分之二的智能音箱用户将使用亚马逊 Echo。

是什么推动了智能音箱的快速普及？

显然是低价。

eMarketer 表示：“这一变化很大程度上是基于 2017 年末的市场活动，包括谷歌推出价格更便宜的家庭迷你音箱，以及主要制造商推出的大力度度假折扣，这使得价格成为进入市场的障碍。”

“这也是由于亚马逊的表现强于预期，以及新玩家进入市场。”

而且，不仅仅是极客们喜欢使用智能音箱。

现在最大的消费驱动力来自于家庭、年轻的 X 一代女性和父母。

虽然亚马逊和谷歌目前占领了市场，但苹果的 HomePod 今年有可能获得市场份额。此外，有传言称 Facebook 也在开发一款智能音箱。

微软正在努力将其 Cortana 智能语音助手和 Harman Kardon 的音响结合起来，一起推向市场。

当剪纸“融进”古诗词：非遗技艺还可以这样流传

古诗词，是中国传统文化的瑰宝；剪纸，则是根植于大家记忆中的非物质文化遗产。如果两者融和在一起，会有怎样的效果？

这些天，一套《剪影》系列图书吸引了不少人的目光：按照唐诗、宋词、元曲分类，各自选取 24 首，然后通过六位国家级非遗传承人的巧手，将其以剪纸的形式呈现出来。

日前，采访了该书作者之一、蔚县剪纸国家级非遗传承人周淑英，了解剪纸技艺背后的传承故事。

《剪影》全称为《剪影·六位国家级非遗剪纸大师作品系列》，跟以往的一些趣味读物不同，它以中国人耳熟能详的古诗词做“引子”。

该书责编介绍，剪纸是一种形式，剪什么内容才能既有文化营养又不让年轻人觉得陌生？唐诗、宋词、元曲大概是人们熟知度最高的传统文化之一了。有人可能不知道什么是蔚县剪纸的“重彩点染”，但会对“举头望明月，低头思故乡”产生共鸣。

比如，“寒雨连江夜入吴，平明送客楚山孤。洛阳亲友如相问，一片冰心在玉壶。”

这首《芙蓉楼送辛渐》在周淑英的手中，化为一幅漂亮的剪纸：玉壶上，有灵动的飞鸟、缠绕的花枝，壶身还勾勒出细腻图案，锯齿状的纹饰清晰整齐。

再如，“少小离家老大回，乡音无改鬓毛衰。儿童相见不相识，笑问客从何处来。”

《回乡偶书》被非遗传承人范祚信制作成剪纸，画面结构并不复杂，一棵树、三四个顽童，还有一位归家的游子，略显难为情的背对众人。不仅每人表情略有不同，衣服上的褶皱也极为纤细精致，勾勒出一幅“回乡”图景。

“书里头的剪纸，对我来说都是挑战，因为跟我平时的风格太不一样了。”周淑英说，剪纸有很多类型，各有各的技法。像蔚县剪纸，需要不同类型的小刀一百来把，而且市场上没有卖的。需要借助这些工具，用细腻的线条、人物表情来表现古诗词神韵。

其实，剪纸也曾是很多人儿时记忆中过年的“标配”之一，那些贴在窗户上、大门上的剪纸曾为生活增添了浓浓的年味。但在一些剪纸大师看来，某种意义上，这些记忆中美丽的符号，正在以意想不到的速度从人们的日常生活中消失。

段建珺是内蒙古和林格尔剪纸的国家级非遗传承人，年轻时下牧区做了30年的剪纸技艺抢救与保护工作。他说，工作中最常遇到的情况就是，经过某个牧区，当地人会说：“你们怎么不早来？有个老人天上飞的、地上跑的都能剪，但刚刚去世。”

因此，同样感觉到传承必要性的周淑英参与创作了《剪影》系列图书，“还得让孩子们看得懂、容易操作，如果他们不感兴趣，那出书就没有太大意义了。剪纸这项非遗得传承，关键得让孩子们从小就有印象，有这方面的记忆”。

如周淑英所说，近几年，全国多个地方开展“非遗进校园”相关活动，或是剪纸比赛，或是剪纸展览……重视非遗技艺的传承、学生艺术素质的提高。

周淑英认可上述活动的积极意义，但同时提出，传承包括剪纸技艺在内的“非遗”，应该注重结果，不能只是举办活动热闹一阵就算了。

“首先，传承人要勇于牺牲、承担责任。其次，可以考虑将剪纸技艺纳入教学，一个星期加一节手工课或工艺美术课，让孩子们能够比较频繁地接触到这门技艺。”

周淑英认为，民间艺术中有很多接地气的正能量元素，“通过学剪纸让孩子们学到做人的道理，逐渐被剪纸吸引，这样传承才能落到实处”。

深圳艺术品市场蕴藏巨大潜力

近日，中国嘉德携 2018 春拍精品登陆深圳，举行了为期两天的巡展，吸引了许多深圳及周边地区的藏家前往参观。而在 5 月底，广东崇正 2018 春季拍卖会精品展也选择将深圳作为巡展首站，现场精品琳琅满目，观者如潮。值得关注的是，近年来国内几大颇具影响力的拍卖机构纷纷来深巡展，瞄准深圳颇具潜力的收藏市场，引人关注。

红色题材率先刮起热风

最近在深圳相继举行的广东崇正 2018 春季拍卖会精品展和中国嘉德 2018 春拍精品展，各自汇集了其 2018 春拍各大门类的重要拍品。这些珍贵的收藏臻品甫一亮相，就在深圳引起了轰动。各界藏友嘉宾纷至沓来，巡展现场门庭若市。

广东崇正从 2018 春季拍卖会 2000 余件拍品中精选近百件精品亮相深圳福田香格里拉大酒店，亦开启广东崇正五周年精品巡展的头一站。参加巡展的重要拍品门类丰富。其中，在近现代书画中，红色题材经典山水在现场率先刮起热风，傅抱石《延安》长卷、李可染的《秋山图》、傅抱石与关山月东北写生中合作的《千山竞秀》等，都是本次春拍的重头戏，同为红色题材经典作品，难得露面，受到观众的热烈围观。此外，齐白石、张大千、黄宾虹、陆俨少、徐悲鸿、吴湖帆等名家作品亦殊为精彩；古代书画中，王原祁、钱维城、王铎、八大山人等大家的作品同样值得一睹真容。另外，一对珍稀的元代青花龙纹梅瓶也出现在本次巡展现场。

2018年是一代海派宗师吴湖帆逝世五十周年，广东崇正2018春拍还设立“倩庵痴语·吴湖帆与周炼霞”专场，此次巡展就展出吴湖帆与周炼霞交往过程中一批珍贵的书画和手抄词稿，对于研究吴湖帆深具价值。据悉，广东崇正2018春拍共设15个专场，拍品门类涉及中国书画、油画、版画、古器物、古籍信札等，将于7月4日至5日在广州东方宾馆正式拍卖。

不同门类精品 让观众大饱眼福

徐悲鸿的《愚公移山》、《石渠宝笈》著录的古代书画、皇室御制的深宫臻品、失传千年的宋刻孤本、传世古琴、经典明清古典家具，以及李可染、齐白石、傅抱石等艺术大家的煌煌巨制……中国嘉德2018春拍精品展在深圳两天的巡展中，人气火爆，让人走进一个美轮美奂的艺术世界。精心设计的展厅内不仅洋溢着艺术气息，更有浓浓的生活趣味。在艺术、生活跨界共生的理念推动之下，本次展览特别设置场景生活体验区，旨在通过提供多种多样的跨界艺术作品，让观众拉近艺术与生活的距离。

此次展览包括中国书画、二十世纪及当代艺术、瓷器及古董珍玩、古典家具及工艺品、古籍善本、名人手迹等各艺术门类，让深圳的藏家和艺术爱好者大饱眼福。其中，阵容强大的二十世纪及当代艺术珍品也吸睛无数，陈逸飞、靳尚谊、张晓刚、周春芽等艺术家的杰作都分外引人注目。

尤要一提的是，此次巡展展出的《尝试集》第二编初稿本，此为毛边纸合订本，共计二十九页，胡适墨笔所书，又有多处红笔修改补充，编订于1918年6月。而《尝试集》1920年3月由上海亚东图书馆初版，换言之，该稿本是《尝试集》初版本所收第二编的初稿本。

市民对艺术的诉求越来越高

深圳是一个年轻而富于活力的城市，前来观展的观众中不乏年轻的面孔。一些藏友表示，深圳收藏的历史虽然短暂，但是市民对艺术的诉求越来越高，藏家中蕴藏着巨大的潜力，诸如中国嘉德在深圳举办这样高级的展览，堪称深圳艺术收藏界的盛事。

事实上，除了广东崇正、中国嘉德，近年来深举办精品巡展的还有西泠这样的国内知名的艺术品拍卖公司。不难发现，这几年深圳的艺术品市场正在逐渐热闹起来，随着艺术品拍卖公司越来越愿意来到深圳与藏家互动交流，深入观察接触深圳的收藏拍卖市场，深圳的艺术市场潜力由此可见一斑。

广东崇正拍卖有限公司首席执行官许习文在接受采访时表示，深圳是他们一个很大的目标。从宏观上讲，深圳是中国一个经济重镇，这里的买家具有很大的潜力。许习文认为，深圳的金融机构众多，民间财力也雄厚，未来深圳的艺术品市场将有一个很大的发展空间。

在许习文看来，深圳的买家实力好，其知识结构和审美能力比较高，而市民的知识修养、教育程度同样高，艺术品位自然不俗。虽然以前国内的艺术品拍卖机构来深圳巡展较少，但这几年政府机构在艺术品的推广力度上明显花了很大力气，文博会、艺博会都办得很不错，深圳未来的艺术品市场将会愈加宽大。“有些东西需要一定的培育过程，并不是我们有自信就能收到效益。我相信通过不懈地培育市场，慢慢地会为深圳带来比较好的收益。”

西泠印社拍卖有限公司总经理陆镜清曾表示，深圳这座城市充满活力，经济蓬勃发展。如今深圳涌现了一批层级高的收藏家，实力非凡，“希望深圳这样新鲜的血液可以帮助推动艺术品市场的欣欣向荣。”

政策指引

知识产权对外转让有关工作办法（试行）

为贯彻落实总体国家安全观，完善国家安全制度体系，维护国家安全和重大公共利益，规范知识产权对外转让秩序，依据国家安全、对外贸易、知识产权等相关法律法规，制定本办法。

详情请见：

http://www.szaaci.com/Legislation/LegislationID_1684.html

协会大事记

深圳代表团参加第十九届中国·青海绿色发展投资贸易洽谈会

6月26日，第十九届中国·青海绿色发展投资贸易洽谈会(以下简称青洽会)在青海西宁市盛大开幕！应青海省人民政府的邀请，为促进深圳和青海的经济合作，深度融入“一带一路”战略，我市20家企业组成了经贸代表团，由深圳市经济贸易和信息化委员会领导胡晓清副主任带队参加青洽会开幕式、大会论坛及相关活动，市经济贸易和信息化委员会葛亮处长、周晓红调研员也随代表团参加活动。

受市经济贸易和信息化委员会委托，市工艺礼品行业协会承办了本届青洽会深圳展区的组展和会务工作。本届青洽会上，深圳代表团参展面积为 400 平方米。A 馆设形象区，展示深圳城市形象。深圳城市图片、LED 屏幕上循环播放着深圳城市宣传片、参会企业宣传片。华为技术有限公司的终端通讯产品、比亚迪股份有限公司的新能源汽车、深圳市国瓷永丰源瓷业有限公司的精美国宴瓷品、深圳欣点通有限公司的创意电子书灯，还有深圳烯旺新材料科技股份有限公司带来的曾亮相于平昌冬奥会“北京八分钟”的保暖“小冰人”。深圳的形象展区吸引了众多商家、买家及观众的眼光；在 C 馆 2 楼的深圳企业展区，深圳企业展示了优良的电子产品、家居工艺品，产品极具特色的设计和功能，受到了观展者的喜爱与追捧。

广东省人民政府林积副秘书长莅临深圳展区指导工作，同时随队的几十名广东企业家与深参展企业交流拓展青海市场经验与体会。

通过青洽会的平台，深圳企业在西部拓展了发展空间，找到了合作伙伴。同时，深圳企业也加快了在青海投资的步伐，两地经贸合作越来越紧密。

我协会召开“福田区产业发展专项资金政策宣讲会”

为帮助企业深入了解和掌握福田区最新出台的产业发展资金政策，解答企业项目申报过程中常见的疑点和难点，提高企业项目申报效率，使会员企业全面了解并用足用活政策。6 月 22 日下午，我协会联合福田区企业发展服务中心在深圳文化创意园 E 馆 4 楼仁人职业培训中心举办“福田区产业发展专项资金政策”宣讲会。

会议邀请到福田区企业发展服务中心覃全周科长现场为企业解读福田区产业发展专项资金政策。覃科长详细讲解了福田区专业发展专项资金政策所涉及到的问题。符合各产业资金支持政策规定条件的企业，或对福田区经济发展有重要贡献的其他组织及个人可根据具体政策要求进行申报。会上，针对企业代表提出的问题，覃科长都进行详细解答。

同时，会上还安排了《2019 企业国内市场开拓项目申报指南》的培训，详细指导企业如何进行 2017 年 10 月至 2018 年 4 月国内市场开拓项目的申报。

会后，参会企业表示受益匪浅，希望协会今后举办更多此类活动，惠及更多小微企业。