



千年窑火如何越烧越旺,让中国文化在大洋彼岸绽放精彩?这是醴陵市正面临的新考题。

9月,在首届国家文化出口基地论坛上,商务部等四部门向16家第二批国家文化出口基地授牌,有着花炮瓷都美誉的千年古邑——醴陵市位列其中。它是全国唯一入选的县级市,也是继长沙之后我省获评该殊荣的又一地区。

文化出口之于醴陵的意义在哪?它又如何走好文化出口之路?有哪些路径可以借鉴学习?前不久,省商务厅一行来醴陵调研国家文化出口基地建设情况,本报记者随之深入调研,希望从中找到答案。

▲ 企业负责人介绍醴陵陶瓷。受访者提供

醴陵如何走好文化出口之路

株洲日报·掌上株洲记者/任远

思考:找准路径 传递名片

文化出口不能一蹴而就,需要且行且思,且悟且进。

走好文化出口之路,人才是关键。但在采访中,企业普遍反映,人才不愿来、留不住成为醴陵当地企业面临的头疼事。“现在愿意进入陶瓷、花炮行业的年轻人越来越少,像我们公司中,最年轻的都是80后,平均年龄接近40岁。”陶润实业相关负责人表示,尤其是与文化相关的顶级设计、营销人员,能招来的更是凤毛麟角。

县级市生活地域配套的客观原因,让许多企业不得不将目光投向本地院校,从本地招聘,再内部培养。

“但现实是,针对这些人员的职称晋升体系并不完善,相关的人才政策也不够健全。”一位企业负责人表示,以人才引进政策为例,许多人才引进的政策门槛为硕士甚至博士,“而对于那些更适合本土企业的中专、大专人才,光学历一条便被这些政策拒之门外,很难享受人才福利。”

走好文化出口之路,也要把握好创新引领。

“让中国文化走向世界,不能简单地输出,更要找到中西文化中相契合的点,让中国元素用一种更易于被外国人接受的模样走出去。”陶润

实业营销总监蒋志明表示,这就要求企业更注重设计,在创新上下功夫。

有这么一个例子。一家陶瓷企业将设计作品发给欧美国家后,对方对图案中具有东方特色的荷花提出质疑。原因在于美国荷花很少见,他们希望使用本国常见花卉做图案。

“这也说明在文化软实力的传播过程中,我们要找到一条更合适的路径,让中国元素在融合流动的地球村里变为一一张张生动的‘文化名片’。”该企业负责人说道。

走好文化出口之路,还需要政府的扶持发力。

“对于企业来说,文化出口道阻且长,我们也许很难在短期内见到收益,这必将是一个从量变到质变的过程,它需要政府与企业共同完成。”黄文澜说,这种支持不仅体现在资金和政策倾斜上,也体现在人才培养、商业体系构建和平台搭建之中。

民族复兴,必然要伴随文化的复兴,在曙光初露之时,更需讲好中国故事、传递中国价值,向世界展示一个“文化中国”。我们期待古邑醴陵能在对外贸易中向世界阐释推介更多具有中国特色、体现中国精神、蕴藏中国智慧的优秀文化,带动中华文化走向世界,走向世界。

1. 前景:文化出口 恰逢其时



2020年底,醴陵拥有自营进出口权企业459家。外贸经济成为当地经济发展的重要支柱。这些优势成为醴陵申请国家文化出口基地时的筹码。一位商务部服贸司有关负责人在公开场合表示,在评选该基地时,文化产业基础较好、贸易潜力较大、发展思路明晰是重要考量标准。醴陵符合这些条件。

该负责人也阐明了打造国家文化出口基地的初衷:“通过发挥基地的集聚、引领和辐射作用,培育一批具有较强国际竞争力的文化企业,形成一批具有较强辐射力的国际文化交易平台,摸索一批适应文化贸易创新发展的模式和经验,带动文化贸易高质量发展,为提升中华文化软实力提供支撑。”

于醴陵而言,推动文化出口恰逢其时。株洲天机巧陶瓷科技发展有限公司董事长黄文澜长期从事醴陵陶瓷文化研究,在她看来,借助政策东风,走好文化出口这一步棋,将给醴陵陶瓷产业发展“带来不可估量的力量”。

这是出于对产业现状的深度思考。受疫

情影响,众多行业面临产业结构调整。劳动密集型的日用瓷行业也不例外。醴陵陶瓷出口产量虽大,但附加值不高,激烈的竞争让企业的利润率不增反降。推动产业转型升级,是企业

和政府的共识。“推动文化出口是转型路径之一。”黄文澜举了奥地利国宝品牌 Augarten 的例子,“作为欧洲皇室陶瓷生产基地,他们一只小小的咖啡杯为何能卖到300万欧元?并非是他们宣扬的手绘工艺和原矿颜料,而是在这点上我们也能做到,甚至做得更好。说到底,还是因为它讲好了文化和品牌的故事。在许多人眼中,它不仅是一只杯子,更是一件奢侈品,是消费者身份与品味的象征。这便是文化出口的经济价值。当然,它背后还蕴藏了巨大的社会价值和文化传播意义,这不是金钱能够概括的。”

他山之石

上海徐汇区:关注内容创意聚集

注重内容创意。该区以西岸为核心,吸引了一批国内外知名艺术机构和艺术家入驻,“美术馆大道”初具雏形,与法国蓬皮杜艺术中心签署战略合作协议;充分利用徐汇区科技创新和人工智能发展优势,打造数字文化产业高地;设立“文化发展专项资金”,众多文创企业得到了多层次、全方位的文化金融服务。

西岸艺术品保税仓库还与新加坡自由港合作,打造的国内首个纳入自由港全球服务体系的艺术品保税综合服务平台,已经为苏富比、佳士得等百余家艺术机构提供艺术品专业服务。2018年以来,已流通展品近120件,总值逾9亿元。

长沙:打造一站式版权服务中心

长沙市国家文化出口基地启动的马栏山版权服务中心,优版权一站式版权综合服务平台建设,以区块链技术为核心,依托大数据、人工智能等先进技术,通过线上线下相结合,实现了版权存证确权、登记、授权、侵权监测、取证、公证、维权、价值评估、质押等全链条服务,打通了版权贸易产业链各个环节,提高了版权保护和效率,有力带动版权贸易发展。

杭州:以平台为媒 带动文化走出去

中国(浙江)影视产业国际合作区基地开发建设的海外影视发行一站式服务平台,以平台搭建为依托,推动中华文化走出去,积极布局海外数字新媒体发行渠道,自主创建影视剧海外出口平台“华剧场”,海外订用用户数突破500万。

基地立足运营海外平台数字化专频道的经验与优势,让全世界更多国家的观众更深刻全面地了解源远流长的中国文化,最大程度发挥影视文化贸易在提升中华文化影响力等方面的重要作用,实现社会效益和经济效益双提升。

厦门:创新艺术品交易模式

紧抓厦门获批跨境电商试验区契机,鼓励全市油画企业利用厦门自贸片区跨境电商平台优势,通过亚马逊、速卖通等跨境电商平台拓展油画产品海内外市场。2020年,全市油画行业通过跨境电商平台售出产品金额超5亿元,占成交额约20%,产品远销欧美、中东等国家和地区。开发艺术品线上拍卖小程序,举办当代艺术及潮流文化、尚品-瑰丽珠宝、当代国画名家妙品专场等线上拍卖活动51场次,累计成交金额约3000万元。

该市还创新艺术品进出境监管模式,联合海关、文物管理部门,创新文化艺术品通关模式,重点支持发展文化保税拍卖业务。挖掘保税政策优势,对综合保税区内归类的归集、审价、通关、查验等通关流程全方位优化。支持符合条件的文化艺术品经营企业自主选择“提前报关”“两步申报”等模式办理文化艺术品进出境申报手续,到岸文化艺术品优先办理检验检疫,实现飞机落地“秒放”。

记者手记

让文化出口落到实处

任远

文化产品的投入低、利润高,又不会面临倾销制裁、别国歧视等问题,因而被许多国家视为贸易出口的焦点。我国从国家层面推动文化出口,立意深远,高瞻远瞩。

然而,这一战略要落到实处并不容易。大抵是因为人们一听到“文化”这个词,便会下意识认为这个概念有点“虚”。所谓文化,它看不见摸不着,即便在百度上搜索词条,能说明者也是寥寥。

一路采访下来,我逐渐认识到文化出口之于企业的意义。在竞争激烈的

市场之中,本地陶瓷、烟花的利润率之低已经压得许多企业喘不过气来。要转型升级,提升产品附加值的文化出口正是最佳选择路径之一。

这个过程不会一蹴而就。它需要企业自身意识的觉醒,企业家对自主创新的坚持,以及政府在平台搭建、政策扶持、资金支持等方面的送去“及时雨”。

随风潜入夜,润物细无声。我们相信,只要假以时日,醴陵必能把握“时间窗口”,生产质量更高的文化产品,打造影响更大的文化品牌,为世界文化版图提供不一样的景观。

2. 调查:这片天地 大有可为

艺术中找到契合点。

裕丰烟花、吉利烟花等烟花企业则从2015年开始,每年在美国旧金山、洛杉矶举行烟花文化节。

醴陵市相关政府部门也积极组织陶瓷、烟花企业到国外开展文化交流活动,赴德国、美国、芬兰、澳大利亚等地交流百余次。

但不得不承认,在文化出口方面,醴陵还处于初步阶段。这片天地依然大有可为。采访中,记者听到了这么一个故事。两年前,株洲代表团赴英国参展,隔壁展厅摆出的是英国皇家瓷。代表团负责人当即让本地陶瓷企业送来一些展品进行展示。可由于各种原因,企业代表只准备了较为普通的马克杯和碗、盆等。

“不是说这些日用瓷不好,只是别人摆出的是奢华精致的高端产品,而我们一听到出口展示,第一反应拿出的就是较为平价、出口量最大的日用瓷产品,现场情形高下立现。我们有代表陶瓷最高水平的釉下五彩瓷,若当时能摆出来,相信效果会更好。这也说明,我们的思想还是不够解放,文化出口的意识依然不浓,对于本地的文化产品缺乏自信。”该受访人士表示。

文化出口还要讲好产品背后的文化故事。

“用文创的思维来做策划、讲故事,需要一套较为完备的营销商业体系,也需要企业从研发设计环节开始,就想好如何包装这个产品,让文化深入到产品设计、生产、包装、营销的各个环节,并贯穿始终。”

斗转星移,许多企业已经意识到了文化出口的重要性。

“产品是文化的载体。”华联瓷业董事长许君奇介绍,通过国家认定的企业技术中心平台,公司加大产学研合作力度,结合中国传统文化特色、文化元素、文化精髓提升产品的文化性,近两年申报各项专利近200项,每年研发投入占销售收入超过3%。

陶润实业自2015年起,对国家非物质文化遗产——醴陵釉下五彩瓷烧制技艺进行专业化设计开发,已为全球20多个国家、50多家企业提供相关文化创意设计服务。公司还与广州美院、中央美院开展定期合作交流,希望在传统设计和现代

醴陵瓷器走出国门。受访者提供

醴陵陶瓷参加展出。受访者提供