

传统与创新,艺术与科技

文博会,让你淘宝开眼两不误

文博
·现场



THE 6th SDCIF
第六届山东文博会

【主办单位】山东省人民政府 【时间】2016年8月25日—28日
【执行单位】济南市人民政府 【主会场】济南国际会展中心

26日是第六届文博会开幕第二天,主会场济南国际会展中心热闹非凡。很多市民前来开眼界、淘宝贝、欣赏传统艺术。因为全省17市全部参展,多彩绚烂的传统文化产品和炫酷的高科技产品也在文博会上争奇斗艳,好不热闹。



滨州民间艺人制作的布老虎让孩子爱不释手。

本版照片由本报记者 周青先 摄

本报记者 师文静

传统手工艺品秀风采

本届文博会上“鲁”字号文化产品占到了展馆的六成,各城市展区带来的民间工艺品和特色产品,都呈现出浓浓的传统文化特色。泥人、年画、剪纸、锡雕、豆画等特色传统手工艺品让观众看花了眼。

“把没有生命的纸片变成会活动的人偶,还能演戏。你说好不好玩呢?”济南馆入口一位小朋友正在给大家介绍传统皮影的衍生品,引得好奇者纷纷驻足参观。

郎庄面塑、临清贡砖、东昌木版年画……聊城馆的民间艺术品真不少。淄博馆则设立了陶瓷、琉璃、丝绸、蹴鞠四大展区。不少人对亮彩夺目的琉璃艺术品非常感兴趣,不停有人问,“琉璃和玻璃有啥区别呢?”“这么跟您说吧,如果玻璃是水的话,琉璃就是酒啊。琉璃加入了特殊的矿物质,所以比玻璃珍贵得多。”工作人员解释道。

菏泽馆的牡丹、龙人康陶艺等也收获了参观者们赞许的目光。曹州剪纸传承人葛秀英跟前来购买剪纸画的人聊得热火朝天。“最近太忙了,马不停蹄,大家对剪纸艺术的关注度很高。”

参观者忙着淘宝贝

文博会,也是市民们淘宝的好机会。古筝、木雕、沙陶、核雕、泰山绣、大汶口彩陶、泰山皮影衍生品、黑陶、蛋壳双彩画、鲁丝绣、葫芦烙画、黄河口剪纸……看到如此多的富有地方特色的文化产品和艺术品,不少市民都挑花了眼,但看到心仪之物还是毫不犹豫地为爱之物。

龙山黑陶传承人张国庆告诉记者,通过文博会很多人知道了龙山黑陶,他每次来文博会都有订单收获,自己的名



青岛理工大学学生研制的赛车。



男女老少争相体验VR,成为文博会一景。

声也打出去了,不愁这门传统工艺的传承问题了。

山东地矿文化产业集团的珠宝鉴定平台异常忙碌。为了证明自己的翡翠玉石是真的,很多参展商主动带着购买者到这里排队免费“鉴宝”。检测师张正告诉记者,他当天鉴定的玉石中不乏市场价格在6位数的翡翠,没想到文博会这么吸引消费者。

体验高科技最流行

漫步在文博会的主会场,会发现很多创意创新产品,很多高科技产品给市民带来新鲜体验。

济南馆的3D打印机让很多参观者很好奇:“打印的材料是什么?”“是巧克力、莲蓉、豆沙。这个精致的蝴蝶是可以吃的,它是用巧克力打印出来

的。”工作人员介绍,食品3D打印已经应用到日常生活中了,如在节庆、婚礼等场合,你可以把精心设计的食物打印出来送给亲朋好友。

而大众报业集团展台的3D打印机已应用到教学中了。它打印出来的复杂塑料模型能够帮助孩子们更好地完成自己的设计,帮助他们轻松有趣地学习数学、物理等学科。“除了教学,这个3D打印机也已进入家庭,很多设计师很喜欢它。”工作人员介绍。

本届文博会上,VR体验成为一大亮点。记者发现无论是年轻人、老人还是小孩,排队体验VR已成为文博会现场的一道风景。一位体验者兴致勃勃地说:“这个东西虽然看得人晕晕的,但是呈现的画面却非常真实,比电脑好玩。”

大学生们奇思妙想真多

无论是各种智能机器人,还是各种与大众生活息息相关的文创产品,“高校文化创意成果展”给文博会带来了一股清流,我省高校学子们活力四射的创意让观众们大开眼界。

本报记者 师文静

创意与社会紧密结合

在文博会特设的高校文化创意成果展区域,不少人跃跃欲试要与山东大学的学生们带来的智能机器人进行互动:“嗨,你好,你能跳舞吗?”可爱的机器人配合着指令,做出非常可爱又准确的动作。针对自闭症儿童的STAR RING软件、“负负得正”卡通形象设计、山大神猫漫画、老年人辅助坐立助行车以及针对吃货的学校饮食选择app等文创产品,也让人眼前一亮。

山东工艺美术学院学生们的智能轮椅、成长型儿童车、琥珀系列家具等吸引了大批观众,尤其是“普天同庆:清代万寿盛典展”里臣民庆贺康熙六旬寿辰的生动场景,大家看得很痴迷。山东师范大学、青岛理工大学等高校的不少创意产品已被企业或者单位采用,部分产品甚至成为前沿创新成果。

山大机械工程学院工业设计系主任王震亚告诉记者,“大学生的文创产品开发涵盖各个领域,有很多创意都与社会紧密连接在一起。比如,针对自闭症儿童的STAR RING

软件,设计它的大学生在自闭症儿童群体中生活了很长时间,与他们做朋友,懂得这一群体的真正需求才有了这个产品。”

大学生成文创新生力军

据了解,我国每年文化产业创意、策划人才的缺口达百万,虽然大多数高校都设立了文化艺术专业,但仍然无法满足市场需求。当下文创产业不缺懂文化、懂技术的人才,也不缺懂营销的人才,但这两方面兼具的复合型人才却很难找到。

山大历史文化学院文化产业管理系主任邵明华告诉记者,文化产业与其他产业的不同在于,它对人才的依赖性非常强,而大学生正是创意产业的活跃群体,他们有创意、会策划,同时还具备理论基础。如今日益增多的文创产业园,为他们提供了很多创意落地的机会。

邵明华还分析称,文化产业的发展是增强国家文化软实力的需要。“我国的文化产业也存在产能过剩的问题,国家倡导提升文化产业的质量和内涵,文化创意产业对人才的需求非常大,大学生群体会越来越受到重视。”

传统出版别盲目追求大数据

26日,本届文博会《大数据时代出版发行业转型发展》论坛在济南举办,中国新闻出版研究院副院长张立进行了主题演讲。面对当下风行的“大数据热”,他认为出版发行业应保持头脑冷静,不可虚耗人力财力盲目跟风。

本报记者 刘雨涵

传统出版业真的存在“大数据”吗?经过张立多方查证研究发现,“大数据”与传统出版业的关系其实不大,“如果结合‘过去两年产生的数据占人类历史数据总量的90%’的说法,传统出版业的整体数据量在比较中显得更小。2014年出版的全部书刊报的内容总量仅为GB级,几张蓝光光盘就刻完了。”

张立认为,与互联网的草根生产内容模式不同,出版业的精英生产内容模式导致了其难以套用大数据分析,“精英生产内容具有严格的内容评价与筛选机制,如‘三审制’等,使传统出版物具有较高的价值含量和较集中的知识属性,与互联网上的口水性内容不可同日而语。”

现在动辄是“大数据”、“云出版”、“知识库”,这些名称看似时髦又高大上,出版单位现有的数据规模和数据特点是否真的需要建设大数据平台并以此来指导运营?“如

果求一个长方形面积,长乘宽就够了,何必非要使用微积分呢?”张立认为这是在为转型而转型。另一方面,传统出版物的内容数据需要擅长内容挖掘的软件进行智能化处理,而此类软件更多的还处于探索阶段,这也造成了大数据难以在传统出版发行领域大施拳脚。

然而无论如何,大数据已成为时代发展趋势,出版发行业难免会被裹挟其中,无法“独善其身”,且大数据在出版发行领域的一些方面还是可以有所作为的,“比如今年大获成功的基于个性化推荐的新闻资讯类内容,如果出版单位想要进行选题策划,以大数据的方式分析市场需求和潜在用户是不错的选择。”怎样将大数据为己所用?张立表示出版业需要更多理性思考,“出版单位建设大数据平台要从企业转型和业务实际出发,如果是做线装书出版,为什么非要去开发电子版呢?有时候坚守传统不是固步自封,而是不做无谓的噱头。”