

文创升级须深耕文化土壤

■玉雷

博物馆里的华美文物，远古文明展上的神秘符号，不知激发过多少孩子们的想象力，却只能隔着橱窗恋恋不舍。如今，人们可以把刻有甲骨文的水杯买回家，让案头平添几分古意；也可以把印有乾隆御笔的手机壳揣在兜里，让那份历史随身行走……各种文化创意产品琳琅满目，正在让文化产品相结合，把历史和当代人的生活相结合。

文创产业从无到有的发展，既有赖于市场本身的发育，也离不开政策的扶持。今年5月，《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》出台，从政策角度对文创产品开发水平提出了要求，文创产业从缺章少规的“野蛮生长”阶段，迎来深耕文化土壤的创意时代。这一产业的发展和繁荣，将以令人耳目一新的方式标注当代中国的文化气质，推动传统文化的创造性转化和创新性发展。

目前的文创产业，已经在规模上实现了量的突破。以北京市为例，2014年其文化创意产业就已实现增加值2826.3亿元，占地区经济比重达

13.2%，是首都经济中仅次于金融业的第二大支柱产业。但在产品形态方面还略显不足，大多数产品依然停留在“孩童刻画”阶段。市面上常见的文创产品，依然属于传统的“IP(知识产权)周边”。在纯色的T恤上印远古图腾、在便携的背包上画文化符号、在把玩的扇子上绘传统字画……北京故宫博物院著名的文创品牌——“故宫淘宝”商店，2015年的收入达到近10亿元，但销量最大的，还只是胶带、书签、记事本等产品。能否将更深厚的文化内涵融入文创产品，而非徒增一抹“文化唇彩”，决定这一行业的景深与未来。

营造更加繁荣的局面，需要文创的产业升级和自我革新。坐拥世界上最古老、最丰富的文化资源，经受互联网最富活力、最富创新精神的时代冲击，面对人口最多、潜力最大的广阔市场，中国当代的文创产业绝不应是勾勾画画那么简单。尤其要看到，在商业属性之外，文创产业也兼具文化传承的历史使命。五千年浓墨重彩的中华文化，孕育了无数艺术瑰宝、汇聚了灿若繁星的文明结晶。解读其中蕴藏的历史情感，传递延绵已久的思想脉络，是文创开发的发力点，也是产业增长

点。

文创产业升级，变化正在悄然发生：在淘宝商城之外，故宫博物院相继开发了《胤禛十二美人图》《韩熙载夜宴图》等APP，与腾讯联手举办创新大赛，“故宫style”火爆线上；国家博物馆在上线天猫旗舰店的同时，与阿里巴巴打造“文创中国”平台，落户上海自贸区，从线上走向线下；苏州博物馆试水时装发布会，让博物馆里冰冷的文物行走在时尚前沿；南昌汉代海昏侯国遗址从发现伊始，就明确了打造文化创意品牌、建设文化旅游格局、构建项目运营的思路……多个集文化、馆藏、技术、人才等资源为一体的文创产业新形态，正勃然兴起。这里充满古色古香的韵味，遍布天马行空的想象，尽显技术进步的便利，让人徜徉于学术探索的乐趣，享受着产业价值的馈赠。

善于继承才能善于创新，对文创产业来说亦是如此。期待通过对传统的创造性继承、产业与文化的深度融合，涌现出更多的文创形态和文创产品，从而不仅让孩子们的眼睛熠熠发光，也能激发全社会的文化归属感和文明自信心。

“极致”成就竞争力

周末闲评



■文言

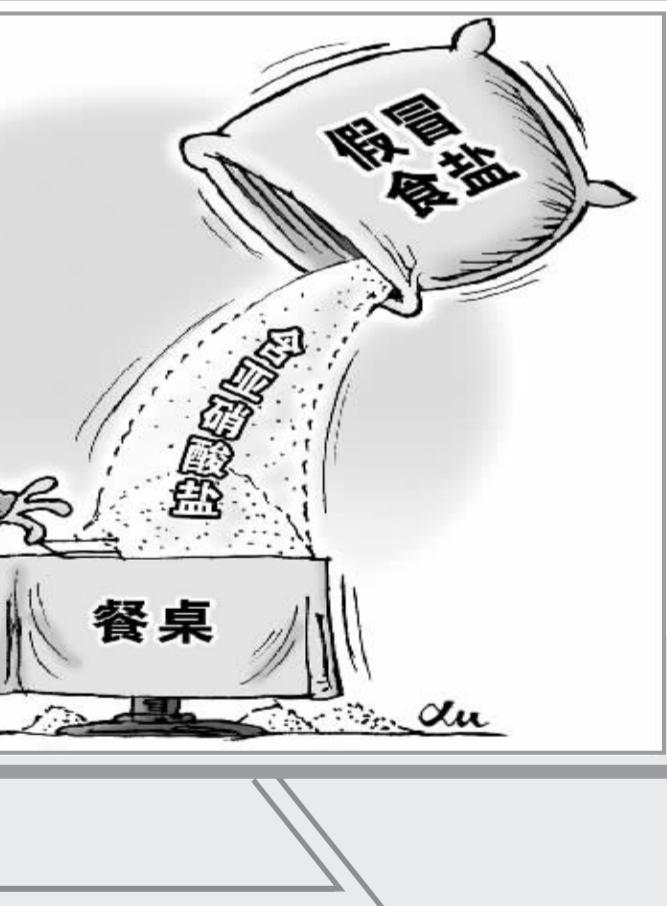
南方人喜欢吃米粉。几年前，有个朋友在镇里开了一家米粉作坊。当时镇里的米粉作坊有好几家，竞争十分激烈，市场几近饱和，亲戚朋友都不看好他，认为这个时候进去几乎是“找死”。但是，几年下来，他的米粉作坊不仅“没死”，还让镇里多家同行转了行。秘诀何在？朋友说，答案是八个字——“注重细节、做到极致”。好米粉取决于好原料和好工艺。在原料选择上，朋友的选择近乎苛刻，非“上等米”不用。米粉制作工艺十分繁杂，要经过浸泡、粉碎、揉搓、压榨、冷却、分离、晾晒等多道工序，每个环节朋友都认真对待，绝不马虎。以最后一步、也是看似最简单的晾晒为例，时间必须恰到好处——时间短了，没干透，米粉容易发霉变质；晒过了头，米粉容易断裂，色香味要差很多。别家的米粉用热水下锅也常常煮糊，他家的米粉用冷水下锅还清爽劲道。正是把看似简单的工序做到极致，朋友的米粉才获得了良好的口碑，成为镇上居民的抢手货。

前些年，在酒泉卫星发射中心，听到这样一个故事：在一次飞船发射试验中，发射测试站工作人员在对设备进行技术测试时，发现有个插座上的一个接点信号不通。生产单位认为纯属偶然，不必太在意。但技术人员坚持不放过这个疑点，一口气对地面发射系统94个专业的2700余台(套)设备的所有插座，重新进行严格检查，结果发现有几十个插座存在着批量性质量问题。指挥部果断决定，更换全部同批次不合格插座。如果这个疑点轻易放过，后果将不堪设想。航天事业看似轰轰烈烈“高大上”，但其实是无数普通的人，做着平凡的事。正是各个系统每个普通的人认真负责地做好一件件平凡的小事，把平凡的小事做到极致，我们才能干出让世人惊叹的壮举，我国的航天事业才能越走越顺，越走越远。

眼下，正是许多大学毕业生入职的日子。有用人单位的领导曾感慨，同时进来的一批年轻人，刚入职时起点都差不多，但几年下来，差距就看出来了。有些人成长很快，令人欣喜；有些人却在原地打转，令人叹息。这其中，固然有个体能力的差异，但态度往往是决定因素。有的人创造性地开展工作，把每项工作都做到极致，通过做好一件件小事，最终成就一番事业。而一些人在工作上好高骛远、粗枝大叶、马马虎虎，做一天和尚撞一天钟，“大事”干不动、“难事”干不了，甚至“小事”都干不好，久而久之，在单位逐渐被边缘化。

当前，社会充满了竞争，世界也充满了较量。如果还满足于“差不多”“过得去”，前方的路将越走越窄。当前，我们下大力气进行供给侧结构性改革，大力倡导工匠精神，从一定意义上讲，就是用追求极致的精神去打造核心竞争力。农民把工作做到极致，我们才能吃上放心安全的农产品；工人把工作做到极致，我们才能擦亮“中国制造”的底色；科学家把工作做到极致，我们才能创造石破天惊的成果；企业家把工作做到极致，我们才能引领市场经济的大潮。而只有无数普通的人把极致作为一个追求，化为实际行动，才能打造属于自己的核心竞争力，托举起民族复兴的希望。

然而，追求极致并不轻松，意味着要有坚强的毅力和艰苦的付出，意味着许多时候要跟自己“较劲”。年轻朋友们，你们准备好了吗？



画中有话

危“盐”

加工现场查获假盐240箱，总计假冒食盐逾35吨，更有不明数量的假盐已售出……因使用工业用盐伪造食用碘盐并进行售卖，石家庄市民曹某近日被依法批准逮捕。近几年来，广东、浙江、江苏、河南、山西接连曝出假盐、毒盐大案，贵州甚至查出“牲畜用盐卖给人用”。记者梳理发

现，国内的假盐案件至少可以追溯至1994年，层层监管为何难挡假盐泛滥？

业内人士指出，工业盐包括亚硝酸盐和含有亚硝酸盐的工业氯化钠等，成人摄入0.2—0.5克亚硝酸盐即可引发中毒，摄入3克即可致死。

新华社发