

文化视点

89家美术馆全年接待观众677万人次,共举办展览992场

上海去年旺季平均每天有四场展览开幕

■本报记者 李婷

2018年度上海美术馆运营大数据出炉:截至去年年底,上海89家美术馆全年共接待观众677万人次,较2017年增长了近10%。其中,口碑展览是拉动客流的制胜法宝。据统计,2018年全市美术馆举办展览992场,在旺季的第四季度,沪上平均每天有四场美术展开幕。

口碑展览是拉动客流的制胜法宝

2018年,上海新设立八家美术馆,停止运营两家,另有八家临时闭馆装修。截至年底,沪上共有美术馆89家。其中,国有美术馆22家,非国有美术馆67家。从行政区划看,数量最多的浦东新区拥有20家美术馆。

根据参观人次排名,中华艺术宫、上海当代艺术博物馆、刘海粟美术馆、上海美术学院美术馆、上海龙美术馆、上海余德耀美术馆、上海当代艺术馆、松江美术馆、上海浦东新区吴美术馆、上海新美术馆位列前十。其中,刘海粟美术馆、上海美术学院美术馆参观人数飞跃式增长。同样涨幅较大的是上海当代艺术博物馆,排名跃居第二。新上榜的松江美术馆位于泰晤士小镇内,文化旅游的融合发展为美术馆带来了良好的发展前景,也反映了远郊群众对艺术的需求。同样首次上榜的还有位于徐汇区的上海新美术馆。

统计数据显示,高品质展览是“揽客”的重要法宝。第十二届上海双年展在上海当代艺术博物馆举行,两个月内吸引六万观众。吴美术馆去年6月起展出阿根廷“错觉”艺术家莱安德罗·埃利希的大型个展《虚·构》,当月观众人次超过四万,达到平时的八倍。上海中国画院美术馆通过名家作品云集的改革开放主题展览,带来接近10倍于平日的观众流量,月度观众人次首次破万。

公共假期是美术馆参观高峰

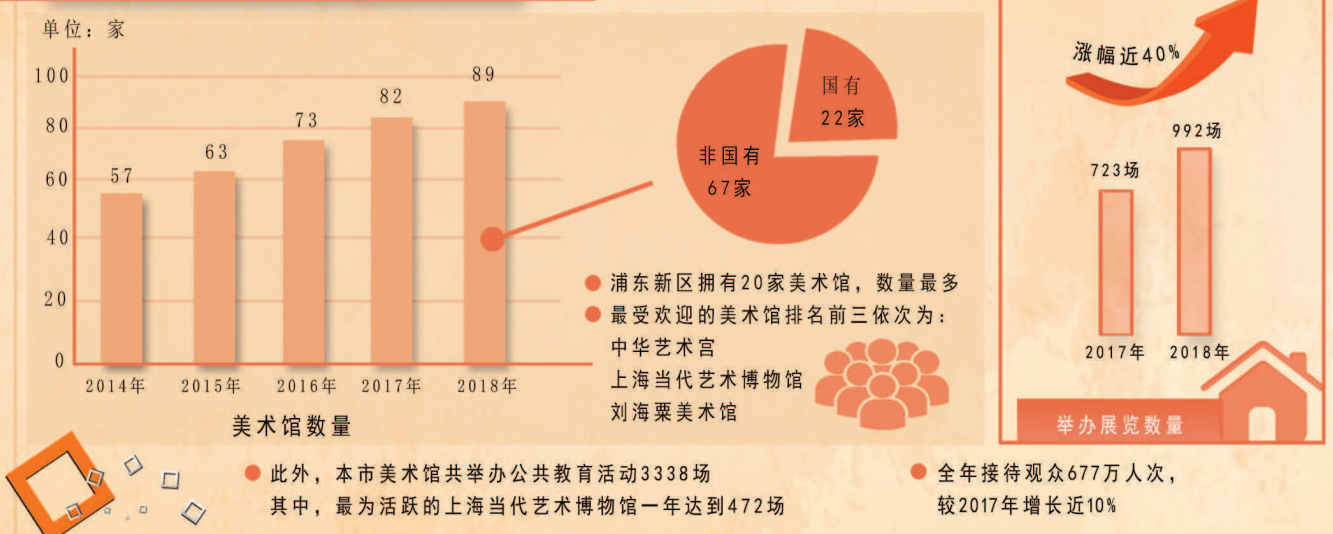
2018年全市美术馆举办的展览,较2017年增加269场,涨幅接近40%。业内人士分析认为,展览数量显著上升,与美术馆积极拓展社会项目、举办馆外展览息息相关。据统计,去年举办的馆外展览有181场,学校、商场、公园等区域成为美术馆的第二展厅。

一年中,展览数量呈逐渐上升趋势;第一季度为177场,到第四季度飙升至372场,平均每天新开四场展览。从内容看,这些展览涵盖中国画、油画、雕塑、版画、装置、影像等艺术门类,尤其值得关注的是,近些年广受欢迎的文献展持续升温,数量达到53场。

从参观时间段分析,公共假期依然是本市美术馆参观高峰。春节期间是2018年度第一波观展小高潮,共有约15万观众走进美术馆,欣赏近60场展览,参与近20场公共教育活动。“五一”小长假是第二季度的观展高峰,全市美术馆约80场主题多元的展览陪伴近9万观众度过了文艺小长假。中秋假期,全市41家美术馆开馆,举办79场展览,48场公共教育活动,吸引观众104万人次。国庆长假期间,本市48家美术馆继续为市民与游客提供高品质的文化服务,共有34万名观众走进美术馆,欣赏101场展览,参与103场公共教育活动,观众人次与去年同期相比增加了近60%。

2018年度,本市美术馆举办公共教育活动3338场。数据表明,大部分美术馆认识到艺术普及的重要性,但发展不平衡的现象颇为明显。比如,2018年,公共教育活动开展最为活跃的是上海当代艺术博物馆,一年达到472场,但有些美术馆的惠民类公共教育活动却几近空白,在社会服务效能方面有待大力提升。

上海2018年度美术馆运营大数据



高品质展览吸睛

上海当代艺术博物馆第十二届上海双年展两个月内观众六万

吴美术馆大型个展《虚·构》开展当月观众超四万

上海中国画院美术馆改革开放主题展览观众接近平日10倍



城市间的竞争正在从“指头”走向“拳头”,同济大学副校长吴志强教授指出协同可以演奏最美的乐章

拥有协同创新力,长三角将成全球科创版图一极

嘉宾:吴志强(中国工程院院士、同济大学副校长) 采访:樊丽萍(文汇报记者)



一根指头的力量,远不及一个拳头。未来全球城市之间的角力,也将从一根指头走向一个拳头——单个城市间的竞争,将被城市群竞争所取代。

刚刚过去的2018年,长三角区域一体化发展上升为国家战略。放眼未来,沪苏浙皖如何实现更高质量一体化发展?着眼长远,在目前已经崛起的几大城市群中,长三角处于怎样的位置、发展潜力如何?就这些备受关注的问题,中国工程院院士、同济大学副校长吴志强教授日前接受了文汇报记者的专访。

(上接第一版)

夯实文化“码头”发展文化“源头”努力擦亮上海文化品牌,助推新人新作

今年是小提琴协奏曲《梁山伯与祝英台》诞生60周年,1959年,这部由何占豪、陈钢作曲的小提琴协奏曲在“上海市音乐舞蹈展演”(上海之春国际音乐节的前身)舞台上惊艳首演,担任小提琴独奏的俞丽拿年仅18岁。自那一起,《梁祝》这只美丽的蝴蝶飞入千万人的耳中、心中。

半个多世纪以来,“上海之春”这一全国历史最悠久的专业音乐节,始终以推新人新作为己任,汇集了《红旗颂》《白毛女》等当代经典,也将朱践耳、吕驥、冼星海、胡蓉蓉、凌桂明、廖昌永、辛丽丽、罗小慈、段旭明等一批文艺名家送到了观众面前。最近6年,“上海之春”总计展演

来自全国全球优秀演出400余场,推出新人600余名,新作70余部,艺术普及惠民活动近百场。

为夯实文化“码头”、发展文化“源头”,上海搭建起艺术平台又岂止“上海之春”。上海美术大展、上海书法篆刻大展、上海国际摄影节……一个个文化品牌,让全国文艺工作者近悦远来,各展风采。其中,上海白玉兰戏剧表演艺术奖自1989年创设,历经29届,现已成为具有全国影响力、权威性的戏剧领域表演艺术专业奖项,共吸收海内外参演演员3600余人次,涉及剧目2000余台,剧种60余个,600余人次获奖,推动了中国戏剧艺术的繁荣兴盛。

近年来,为扩充队伍增添活力,上海对新兴文艺群体、海漂艺术家们给予了许多特别关注,使其成为推动海派文化融

合发展的一支重要力量。比如,2014年和2016年,上海市美术家协会两次在中华艺术宫举办了“漂移海上”海漂艺术家作品展,推出了91位艺术家的353件作品。上海演艺工作者联合会则为体制外文艺工作者开通绿色通道,解决他们的户口、职称评定难题。截至2018年,有277人通过该平台获得上海社会文艺工作者中级专业技术水平认定证书,19人获得艺术系列高级职称,364位各地优秀演艺人才落户本市。

上海文艺界还与兄弟省市主动对接,积极打造长三角文艺发展一体化“大码头”。2018年6月,上海市文联牵头,紧接着,长三角曲艺合作联盟,长三角舞蹈发展联盟,长三角音乐发展联盟相继落地。

当然,长三角要成为全球科技创新的一极,还有一些“短板”要补。从创新产出密度观察,长三角目前还存在着城镇群的地均产出、人均产出和人均专利数偏低的问题。仅以人均专利数为例,英

国大伦敦区域城镇群和日本关东—关西区域城镇群目前都排在世界前列。根据我们的估算,只要持续推进长三角更高质量一体化发展,这些“短板”都能补上,现在的关键是如何推进、如何克服现有的空间藩篱。

文汇报:推动长三角更高质量一体化发展,您认为“更高质量”将体现在哪些方面,可以采取哪些举措?

吴志强:沪苏浙皖三省一市,血脉相亲、文化相通、地缘相近、交通相联。但是,所谓的“更高质量”,指的主要是物质的、空间的和血缘的天然联系之上的内涵。同时,它也特指区域内城镇群的协同性,尤其是高品质创新中的区域协同性。我们现在要关注的就是:区域内的创新要素对接了吗?创新活动协同了吗?创新动力互惠了吗?

客观地说,长三角城镇群内部创新资源的互补性很强,比如,浙江民营经济积累的力量,江苏地方政府强劲的实力,安徽拔尖科技人才的创新,上海金融中心极强的融资和国际合作网络对人才的吸引。这五大创新要素,就像五个“手

指”,只有接通,才会形成“手掌”,“握紧”一个拳头;协同,可以演奏最美的乐章。假如“手掌”是五个手指的联结,那么,智能化区域创新平台是必不可少的联结要素。长三角要实现更高质量一体化发展,必须构建智能化网络创新平台。这也是“更高质量”的一大表征。

当前,我们的主要工作之一是推动长三角智能一体化。简单来说,就是通过大数据、人工智能等手段,推动区域内各城镇将各自科技创新需求,与区域内外被分割、信息不对称的创新要素进行智能对接,达到高品质的智能协同。

经过几年努力,我们课题组已完成全球首张全样本城市发展图。借助人工智能识别技术,我们实现了对全球主要城市群落的智能识别,也可以直接诊断区域内城镇群之间的道路、信息网络的发育状况。我们发现,一个区域内城镇群的协同性,直接影响着个体的发展品质、规模和速度。

文汇报:这是否就像我们现在用的车载导航一样,有了针对城市和城市群的智能推荐平台,长三角一体化在具体

推进过程中,要素配置就会更加精准? 吴志强:确实如此。推动长三角更高质量一体化发展,下一步要做的就是区域间的精密协同。

举一个例子。G60科创走廊被认为要打造成长三角更高质量一体化发展的重要引擎,沿线各地的加盟意愿都非常强烈。但是,在这条科创走廊沿线,各城市之间的需求、资源和要素如何有效配置,产业集群如何优化,这就需要借助人工智能、大数据等新技术手段。

在我们课题组先期完成的城市群智能推荐平台,发挥“导航”功能,完成G60科创走廊沿线城市群中各种创新要素的高效配置、启动智能规划,这是我们正在做的一项重要工作。

可以说,长三角一体化进程,将会影响全球科技创新的版图。长三角城镇群到了创新要素一体化的新时代,区域智能协同平台将是高质量实现长三角一体化国家战略的新任务与新标志。或许用不了多久,长三角就会率先成为我国重要的创新策源地,也将成为全球领先的智能创新城镇群。

繁荣文艺创作,彰显新时代生机活力

汇聚中坚力量 推进重大题材创作 让“上海出品”去世界舞台讲“中国故事”

以重点工程为抓手,汇聚文艺界中坚力量,推进重大题材文艺创作,是上海文艺创作的另一重要路径。“开天辟地——中华创世神话”文艺创作与文化传播工程便是其中的代表。经过长时间精心构思以及由专家组成的专委会数次评审,首批主题画已创作完成。“开天辟地——中华创世神话”全套30本连环画已由上海人民美术出版社出齐,并获得第26届“金牛杯”全国优秀美术图书评选金奖。《中华创世神话原创作品集》(海上新梦II)、原创木偶剧《创世·补

天》、儿童剧《大禹治水》等相关主题的舞台艺术作品也纷至沓来。《开天辟地——“走出去”连创佳绩——2013年11月至2014年3月,取材中国传统故事的杂技剧《十二生肖》在法国、瑞士等地共计演出113场,观众超过45万人次;2015年11月至2016年3月,大型原创杂技主题晚会《小龙飞天》在法国及周边法语区29个城市演出96场,观众达30多万人次。

以“同款”的名义复制,伤害的是创意

(上接第一版)

我们应该看到,文化创意产业的天地很大。一本《故宫日历》不过365张纸,相比故宫的藏品,相比全国博物馆的藏品,相比优秀的中华传统文化的体量,它完成的是一个想象和链接。要系统梳理传统文化资源,要让广大地面上的各类文化遗产和人文表象活起来,要让书写在古籍里的文字活起来,创意想象的空间其实非常辽阔,创意的素材可以说是俯拾皆是。文创产业正迎来大有可为的时代。优秀的文创是我们文化生活中让人眼前一亮的打开方式,它追求求变,标新立异,它在映照我们的文化和生活的同时,也重新“审美”我们的文化和生活。好的文创项目可以成为我们优秀文化融入生活、流行世界的支点,也可以成为创新创业的新发力点。