

深圳大学特聘教授丁学良： 锚定全球化 再现“中心城市”辉煌

□本报记者 张堃雷/文 范子龙/摄

时隔28年,丁学良再度来到哈尔滨。言语之间,他丝毫不掩饰对这座城市的喜爱和留恋。作为哈尔滨工业大学原客座教授,丁学良曾多次到过哈尔滨。在他看来,哈尔滨理应成为“中国全球化中心城市”和“创意设计之都”。

“一座城市的美体现在一些细小方面”

“以前在哈尔滨每进一家饭店,餐桌上都会铺着一张漂亮的桌布,摆放着漂亮的花瓶。”这是在采访中丁学良无数次提及的细节,也让他从30多年前就在心底认为,哈尔滨是一座有品位、懂设计、讲艺术的城市,正如他本人所说,“一座城市的美体现在一些细小的方面。”

深圳大学特聘教授兼中国海外利益研究院学术主导、香港博源基金会学术委员会委员、哈佛大学博士、社会学思想大师丹尼尔·贝尔的关门弟子……如此众多的身份定位足以说明,丁学良拥有超凡的国际视野。作为当今研究中国社会、经济、政治问题方面具有国际影响的学术权威,丁学良对哈尔滨有着独特的情怀。

“哈尔滨在中国近现代历史进程中是‘先行者’,曾经创造过中国最早体现现代化、国际化和全球化的杰出成就。”丁学良说,在中国东北出现这样一座城市是一个奇迹。很长一段时间里,在中国广袤的土地上很少有城市拥有像哈尔滨这样特别辉煌、文明、灿烂的表现,我们不应该忘记这段历史。”

正所谓“以史为鉴,可以知兴替”,丁学良坦言,如果记住哈尔滨在历史上这些伟大的辉煌和突出的贡献,我们对哈尔滨今天和明天的发展就不会太盲目。“而这正是我们这些希望东北和哈尔滨兴旺起来的人应该去关注的。”

“两个最基本要素成就地区发展”

纵观古今,哈尔滨在100年前便拥有光辉的历史;而横看世界,与哈尔滨处在同一纬度的米兰、威尼斯、西雅图、波士顿、旧金山、伦敦、巴黎等城市都已经发展成为全球各领域的“中心城市”。在丁学良看来,无论是从历史的纵轴上还是



是在地理的横轴上,哈尔滨都有可借鉴的经验。

从事全球化领域研究30年,丁学良说,无论是哪一个领域的全球知名城市,它们都有一个基本的特点——国际化、全球化。而这正是哈尔滨在百年以前领先于中国其他城市最大的原因。过去哈尔滨的伟大有两个最基本的要素——第一个是国际化,我们后来称之为全球化;第二个是宽容、吸纳的社会环境。很多在自己故土难以生存和发展,甚至连命都保不住的人来到哈尔滨后,发现这是一个好地方,于是他以前被埋没的才华和被剥夺的创造性在这里再度被焕发。“如果哈尔滨的明天能继续成为中国最重要的国际化甚至全球化的中心城市,能够继续与时俱进地成为一个开放、包容,欢迎来自全球所有地方有创造力的人来到这里的城市,相信它还能重拾100年前在中国大地上难有城市能够比拟的地位。”丁学良说。

时隔多年再度回到哈尔滨这座心向往之的城市,丁学良希望能重拾与哈尔滨的不解之缘。“我非常希望看到‘今天’、‘明天’和‘后天’的哈尔滨,能在已经发生翻天覆地变化的中国和在全球竞争的平台上,再现它100多年前那种美丽、魅力、开放、包容、接纳、创造的美景。”丁学良如是说。

中国美术学院教授、博士生导师毕学锋： 城市品牌形象 赋能城市发展

□本报记者 王鸿凌/文 范子龙/摄

“我是第一次来哈尔滨,来之前就预想到了哈尔滨面临着未来发展的问

城市记忆离不开细节营造

毕学锋说,在和哈尔滨同样一个纬度的地方,比如说米兰、西雅图,世界上任何一个城市在它的发展过程当中,城市的形象对世界的传播都起了非常重要的作用。

“俄罗斯在世界杯之前推出了国家旅游的标志,这个标志既是至上主义的艺术作品,同时又是俄罗斯整个国家地图的象征。在这样一个结构里面把它的美食、文化、艺术的贡献、音乐、足球等容纳其中,给人们留下了深刻的印象。”毕学锋说,每一个图标也是一个代码,代表着城市的形象,也反映一个人的生活,这也体现了人们生活离不开城市,和城市已经融为一体。包括字体、色彩,任何一个细节都可能成为对这个城市的记忆。

构建城市品牌,深挖城市优势

“我们在构成城市品牌各种要素的时候,也可以挖掘自身的优势、特点。比如说我们的历史文化怎么去挖掘?我们的人文景观在哪里?发展战略是什么?特色产业有哪些?民俗文化怎么去弘扬?这里的自然、地理环境有什么优势……”毕学锋曾做了很多关于城市品牌系统的研究,他表示冰雪城市这张名片就是哈尔滨的契机,带有独特的自身特色。在城市形象、品牌构建当中,就有很多的内容可以去挖掘、去体现。

毕学锋此次还看到了哈尔滨这座城市的历史和积淀。他说,哈尔滨是工业发达的东北地区代表,在他的成长记忆中,有特别深刻的印象。

“这次展会让我看到了哈尔滨这座城市希望改变的意愿和决心,同时带给我们的创新、设计赋能。”毕学锋说,创新驱动将成为城市未来发展的新目标和方向,别人走过的都不是自己的路,一定要



去寻找和别人不一样的路。哈尔滨的创新同样需要更高的国际视野,去看城市所处的位置、深挖城市自身的优势。

将冰雪名片加大力度传递出去

对于哈尔滨打造“冰雪文化之都”的称号,毕学锋说,中国只有一个三亚、一个哈尔滨,两地不同的纬度、不同的气候,一南一北两座城市独有的特点,别的地方无法复制。每年一到冬天,哈尔滨就吸引着全国各地的游客来赏冰玩雪,怎么样才能将这张冰雪名片加大力度传递出去,毕学锋给出了建议。

节庆也可以成为城市的品牌,比如哈尔滨的冰雪节,是最有优势的旅游品牌,有时间、有地点、有内容,把整个活动的形象和品牌打造得更丰富,是很重要的。除此之外,针对城市产业、经济发展再给出相对应的活动会更好。

毕学锋说,历史就是过去,应该把文化中最精彩、最辉煌的一部分呈现出来,把历史文化重新梳理和挖掘并传递出去。同时,整座城市的面貌、空间、景观、功能都需要城市管理者细心营造。城市的每一个参与建设者、构思者,都应该用当下更适应时代发展、最前沿的方式去思考,赋予城市更多美好的细节。

用展品讲述宝岛故事 台湾文化创意馆走红创博会

本报讯(记者 张堃雷/文 韩伟/摄)琳琅满目、巧夺天工……在首届东北亚文化艺术创意设计博览会A展厅,台湾文化创意馆引得不少参观者驻足,尤其受到年轻人的欢迎。来自台湾的文创企业将产自宝岛的首饰、玩具、手工艺品带到哈尔滨,用最直观的方式向哈尔滨市民展示了宝岛的文化。

“用展品讲述宝岛故事”,是台湾文创企业来哈参展的使命。此次入驻创博会台湾文化创意馆的台湾企业共有6家,由台北市工业设计发展协会组织。“我们协会旗下一共有300多家企业,这次来到哈尔滨参展的6家企业都是精挑细选的。”据该协会理事长李圣恩介绍,此次来哈是协

会带队到大陆最北的一次。“哈尔滨人很豪爽,这里的美食也让我们印象深刻。”李圣恩坦言,此次参展不仅是希望让大陆同胞看到台湾手工艺品的精巧,更希望通过这样近距离的交流增强双方对彼此的认识,带动两岸民间良好交流互动。

在台湾文化创意馆“领金者工艺设计工作室”展台,一批以自然风光为主题的工艺品和首饰吸引了观众的目光,尤其是以“山”“海”为灵感的戒指、项链、钥匙链等,让不少年轻的时尚达人爱不释手。

“这里很多饰品都是用珐琅烧制的,像这个钥匙链,在珐琅下面是纯银的底座,需要用熔点比较低的玻璃碎烧制6个小时才能制作出来。”来自台湾高雄的设计师吴秀

琼说,为了设计这些巧夺天工的饰品,她每次出门游玩都会带着纸和笔,将旅途过程中激发的灵感记录下来,运用到作品中。正是因为制作手法独特且融合了年轻人喜欢的时尚元素,才广受潮人们的追捧。

李圣恩说,此次来哈的参展商多为台湾年轻一代手工艺从业者,大多为“80后”和“95后”。“很多展品看上去很现代,其实不少都是用古法工艺制成的。在台湾,虽然有很多年轻人在学习老一代的手工艺技巧,但真正从事这方面的人并不多。我们希望通过年轻一代手工艺从业者的带动,以古老技法打造出具有时尚元素的艺术品,让更多年轻人把这些技法传承下去。”



新晚报 拍卖/公告
电话:13613600156

黑龙江天宇拍卖有限公司接受委托以网络竞价形式公开拍卖:原乐群歌老院场地、菜地五年承租权,宗地位置:乐群乡政府南3公里处,宗地四至:北至农田路,西至农田路,南至农田路,东至友联村张涛承包地,面积20亩,以上出租土地只能做耕地使用,不能做其他用途使用,租期2023年6月1日起至2027年12月31日止,五年租金起拍价:8.83万元。展样时间、地点:即日起,标的物所在地。请有意竞买者于2023年5月17日15时前持有效证件原件(复印件)及竞买保证金2万元足额存入到我司指定账户(以资金到账为准)办理竞买登记手续。拍卖时间:2023年5月18日上午10时;拍卖网址:https://paimai.caa123.org.cn;公司地址:哈尔滨市南岗区阿什河街2-12号;联系电话:13945694569;联系人:孙先生。