

二〇二六工艺美术领军人才高研班收官

本报讯(记者 解磊)为深入贯彻落实习近平总书记关于弘扬中华优秀传统文化、推动传统工艺高质量发展的论述精神,由中国轻工业联合会主办的2026年度工艺美术行业领军人才高级研修班(以下简称“高研班”)近日在福建福州举办。

本次高研班以培育领军人才、传承匠心技艺、推动守正创新为核心,构建起专题授课、现场研学、职业评价、博览观摩四位一体的人才培养模式。5月25日开班后,湖北省工艺美术协会理事长、中国工艺美术协会副理事长范国忠围绕中国工艺美术行业发展现状,阐释了坚定发展信心、突破自我局限,引领工艺美术行业高质量发展的实践路径与产业发展动向;中国工艺美术大师、寿山石雕非遗传承人、福州大学厦门工艺美术学院硕导郑幼林,深度解读寿山石雕的非遗底蕴、雕刻技艺精髓与艺术品鉴内涵;

学习期间,学员走进“雕刻名家摇篮”——福州雕刻工艺品总厂新馆,参与第六届中国工艺美术博览会精品(福州)展拍卖会首场预展开幕式,沉浸式品鉴非遗匠心珍品,实现理论学习与实践研学的深度融合。

受中国轻工业联合会党委书记张崇和委托,副秘书长郭强出席高研班结业仪式并讲话。郭强表示,结业并非学习的终点,而是大家历经专业“淬火”、实现能力提升,奔赴全新征程的新起点,全体学员要守住“一凿一琢”的静气,在喧嚣中安放初心;要擦亮“守正创新”的眼界,在变革中开创新局;要担起“以艺载道”的使命,在时代中留下印记。工艺美术是中华文化最温润、最亲切、最具烟火气息的表达载体。广大工艺美术从业者不仅要争做美的创造者,更要做中华优秀传统文化的传播者,让匠心作品走出工作室,走向大舞台、迈向海内外,生动讲好中国故事、传递东方美学,以手铸匠心,以匠心担使命,彰显新时代工匠人的文化担当。

本次研修班同步开展工艺美术品设计师、工艺品雕刻工职业能力评价考核,建立以作品和能力为导向的评价体系,为人才成长搭建规范通道。5月29日和30日,全体学员集体观摩2026中国工艺美术博览会和中国轻工工艺美术品设计技能竞赛,在国家级平台开阔视野、对接资源、凝聚共识。

参加高研班的还有福州市城镇集体工业联社主任刘必霖,西安市工业合作联社副主任李立宁,中国集体经济杂志社执行主编刘建新,甘肃省工艺美术大师、甘肃省工艺美术协会副会长李江平等。本次高研班有来自全国各地的省级工艺美术大师、工艺美术工作者60余人参与研修,福建理工大学工艺美术专业师生旁听观摩,共计近百人参加学习。

育匠心之才,筑文化之基。此次高研班是中国轻工业联合会加强工艺美术人才培养、推动传统工艺创造性转化、创新性发展的务实举措。参训学员纷纷表示,将牢记嘱托,手握乾坤刀笔,心纳万象风华,不负时代所托,不负匠人初心,以精湛技艺创作精品力作,以创新实践赋能产业升级,为推动工艺美术行业高质量发展、建设社会主义文化强国贡献智慧与力量。

展团寄语

山西省文化和旅游厅相关负责人:中国工艺美术博览会是山西工美走向全国、对话世界的重要平台。今年是山西工美展团连续第五年参展,并且参展规模逐年扩大,不仅让三晋匠心被更多人看见,更推动传统工艺的活化传承与跨界融合。通过这一平台,山西工艺美术企业在全国同行深度交流,在资源对接、设计赋能、市场拓展等方面取得了实实在在的成效。今年,我们以传统赋能、创新出圈、融合共生三大特色,全面展示山西工艺美术传承创新成果与高质量发展成效,彰显三晋工美的独特魅力。

本报记者 胡静 陈跃佳

山西是华夏文明重要发祥地,拥有531处全国重点文物保护单位,数量位居全国第一,深厚的历史底蕴孕育出繁荣的工艺美术产业。截至2025年底,山西拥有182项国家级非遗代表性项目、198位国家级非遗代表性传承人。一代代匠人薪火相传、守正创新,催生织锦、陶艺、雕刻、刺绣、漆器、铁器、琉璃等十一大工艺门类。其中,平遥推光漆器、绛州澄泥砚、泽州铁器等产品蜚声海内外,成为三晋文化亮丽名片。前不久召开的中国工艺美术博览会,山西省文化和旅游厅组织了“一带一路”文化产业和旅游产业国际合作重点项目建设、文化类国家级文化产业示范基地及省市级特色轻工(工艺美术)专业镇代表,携全省60件精品力作参展。

山西省文化和旅游厅相关负责人表示,今年山西展团参展规模再创历史新高。展会现场精心打造特色展示空间,集中展出漆器、砂陶、金属工艺、刺

古艺新生 晋彩绽放



图为春牛图(春牛芒童)木版年画。受访者供图。



图为八方合斗壶。受访者供图。

绣等经典技艺,展品兼顾经典传承与时尚表达,既有古法制艺的匠心坚守,也有国潮美学的当代演绎,工艺门类齐全、题材丰富多元,呈现出传统工艺活化、跨界融合创新、文旅深度赋能的鲜明特质。

作为山西非遗标杆,绛州澄泥砚是中国四大名砚中唯一的泥质砚台,承载着深厚的笔墨文化与东方美学。此次参展,山西绛州澄泥砚研制有限公司带来了20方精品砚作,以古法技艺为根基,时代审美为内核,让古老砚艺焕发新生。其中的创新作品《困兽之斗砚》尤为吸睛。作品以困兽为核心意象,采用几何造型设计与双面高浮雕工艺,塑造出极具张力的立体视觉效果。“这方砚台既守正泥砚古法技艺,又贴合当代审美与时代内涵,是山西砚艺不断突破、迭代升级的生动体现。”公司生产部副主任李文斌说。

除了砚艺创新,山西展团还带来了源自山西古建筑文脉的泥皮画,让观众切身感受“可移动的壁画”之美。山西素有“中国古建筑博物馆”之

称,木构斗拱、琉璃飞檐、寺观壁画共同构筑了三晋古建的独特美学体系,也滋养出独树一帜的泥皮画技艺。此番参展作品中,省级非遗泥皮画技艺代表性传承人、山西省工艺美术大师杨淑云带着登上2026年央视春晚的泥皮画参展。她介绍:“泥皮画沿用古代壁画制作工艺,但其以木板等硬质材料支撑,摆脱了墙体束缚,实现了壁画艺术‘从墙上走下来’,为古建非遗文化的活态传承、年轻化传播开辟了路径。”此外,她还将在展会现场带来泥皮画技艺和木版年画技艺的展演。

近年来,山西乡宁推动紫砂陶产业向创新性、品牌化、集群化发展,实现文化传承与产业增收双向赋能,走出一条文化传承与产业振兴相结合的特色发展之路。除传统紫砂壶外,当地紫砂匠人还不断研发各类特色产品。此次乡宁县华陶瓷业有限公司带来了二十余件紫砂系列作品,这些作品将云冈石窟、威风锣鼓、云丘山等山西当地文旅元素融入紫砂创作,制作出一系列壶具、冰箱贴、紫砂手串等文创产品。

该公司总经理吴建伟介绍:“与往年相比,今年新增了描金、撒金、银锡镶嵌等装饰工艺,同时创新推出紫砂冰箱贴、紫砂手串等全新中国品类,并首次对外亮相,让紫砂工艺品走进日常生活,推动山西紫砂产品向多元化、日常化、市场化深度迈进。”他表示,借助工美博览会平台,企业不仅能够面向全国同行学习借鉴产品设计理念和技艺,还能与平遥漆器等其他国家级非遗项目达成合作意向,实现技艺跨界融合。

从三晋大地到榕城盛会,山西工美始终以来开放包容的姿态立足本土,走向全国。山西省文化和旅游厅相关负责人表示,此次参展旨在集中呈现山西传统工艺之美、匠心之韵与创新之力,全方位展示工艺美术活态化传承、跨界融合、产业赋能的最新成果;依托博览会国家级平台,讲好山西匠心故事,扩大三晋工美品牌影响力,深化行业交流协作,促进资源对接、订单落地、市场拓展,推动更多山西工艺美术精品走向全国、走向世界,为全省文化产业发展注入新动能。

演出服务场次超40万

大麦娱乐持续推进“现实娱乐”多元布局

5月27日,大麦娱乐发布2026财年业绩报告。受益于中国现场娱乐的蓬勃发展和基于“现实娱乐”战略的多元化业务布局,截至2026年3月31日,大麦娱乐收入80.24亿元,同比增长20%;归母净利润约7.05亿元,同比增长94%;经调整EBITA(息税前利润)连续6年实现盈利。

依托大麦平台3亿用户基础,40余品类覆盖和持续的内容及技术投入,自正式启动“现实娱乐”多元化战略以来,大麦娱乐已在演出、IP衍生等多个高成长赛道取得显著成绩。报告期内,大麦娱乐演出内容+科技业务收入22.76亿元,同比增长11%;IP衍生业务收入21.70亿元,同比增长60%。

面向未来,大麦娱乐将继续推进多元化娱乐生态平台建设的战略——以港澳为起点,向亚洲乃至全球市场拓展业

务;深化IP运营能力,进一步提升IP衍生业务规模;在内容端向产业链上游延伸,在用户端巩固其“买票上大麦”的心智。

演出服务场次超40万 双位数增长超行业整体水平

受益于中国现场娱乐市场的持续繁荣,报告期内,大麦平台演出票房交易额(GMV)连续三年稳步增长,稳居行业领先地位。大麦演出提供票务服务的场次超40万场,同比双位数增长,超过行业整体增速。

2025年5月,大麦APP全面升级,正式构建以AI技术为驱动的“快、全、准、近”消费服务体系。截至目前,大麦平台用户规模已达3亿,覆盖电影、演唱会、音乐节、话剧、脱口秀、展览、体育赛事、文化旅游等40余个细分品类,成功实现从演出票务平台向全品类“现实娱

乐”平台的战略跨越。不仅线上体验全面升级,大麦演出在活动现场服务领域亦持续深化能力,为主办方提供涵盖票务核验、人流疏导、应急预案管理等在内的全流程解决方案,在保障活动安全高效运行的同时,为观众带来更流畅、安全的观演体验。报告期内,大麦演出为约5800场大型演出提供了专业化现场服务,场次数量同比增长约50%。

在内容投制层面,大麦演出已切入大型演唱会、音乐节、戏剧、脱口秀、体育、展览等多个内容赛道。报告期内,大麦演出成功主办了苏打绿2025演唱会“暮雷”、2025阿那亚·虾米音乐节等多场大型演唱会与音乐节,并积极参与脱口秀、沉浸式演出等多元化内容的制作与运营。财报显示,未来大麦演出将加速向产业链上游内容端延伸,打造

“综艺+演出”联动创新模式,孵化自有项目IP,保障内容持续供给。

与此同时,大麦娱乐的国际化布局提速。2025年11月,大麦娱乐正式推出全新业务品牌“大麦国际(MAISEAT)”,面向全球用户提供海内外演唱、音乐节、体育赛事、戏剧等热门演出的一站式购票与观演服务,并为有海外演出需求的国内外演艺团队提供全面的演出服务保障。这一举措,标志着大麦娱乐向构建全球“现实娱乐”生态迈出了关键一步。

IP衍生业务持续发力 收入同比增长60%

报告期内,以阿里鱼为核心的IP衍生业务持续强劲增长,IP衍生业务收入达21.70亿元,同比增长60%。在转授权业务方面,阿里鱼已经与

数百个国内外优质IP以及数千家品牌和渠道商家达成合作。对上游版权方,阿里鱼拓展的海外IP实施本土化运营策略,引进IP在中国市场的商业价值,延长IP生命力。阿里鱼已签约了三丽鸥家族、吉伊卡哇、宝可梦、环球影业、蜡笔小新等多个全球优质头部IP,帮助IP在中国市场快速实现收益最大化。对下游品牌方,阿里鱼与野兽派、巴黎欧莱雅、周大福、名创优品、泡泡玛特、卡游、雅迪等品牌商家达成授权项目合作,为其打造IP授权合作整体解决方案。

此外,报告期内阿里鱼逐步开展IP品牌零售业务,合作上游版权方开设了多家吉伊卡哇城市旗舰店及快闪店。2025年9月,吉伊卡哇中国首家线下官方旗舰店落地上海,开业即引发消费热潮;2026年4月,吉伊卡哇中国第二家线下旗舰店落地浙江杭州,销售表现良好。

稳健投资精品影视剧 持续打造高口碑作品

在电影内容与科技业务板块,大麦

娱乐转向以更加谨慎和稳健的方式参与电影内容投资,聚焦于金额小、风险低、内容优质的影片。报告期内,大麦娱乐旗下云智继续保持全国售票影院数量及售票人次第一;出品与主宣发的电影《捕风追影》《惊蛰无声》成为内容策略转型的代表作,分别摘得2025年暑期档票房季军与2026年春节档票房亚军,投资回报优于预期。

在剧集制作板块,大麦娱乐通过运营剧集工作室的模式,加大对头部精品内容的投入,持续打造精品佳作。《以法之名》《灼灼韶华》《唐宫奇案之青雾风鸣》等多部高口碑精品剧均得到了观众与市场的高度认可;《追觅》《嫁金钗》《医生荣誉》等多部剧集已经完成拍摄,待播出。报告期内,剧集制作收入约14.01亿元,同比增长超过100%。目前,剧集工作室重点储备项目超20部。

目前,大麦娱乐参与出品并主宣发的影片《给阿嬷的情书》引发全民热议,豆瓣评分连续上涨至9.2分,总票房预测一路逆袭至18亿元,充分印证了真诚的精品内容拥有穿透圈层的力量。(王文)

Public notices section containing legal notices from various companies including Zhejiang Bank, Xiamen Chengruo, China信达, and Jiangxi Haosheng, detailing debt collection and asset management procedures.