

这些乡村不一般

□ 本报记者 杨阳

# 一支画笔绘出大产业



走进位于深圳市龙岗区布吉街道的大芬油画村，空气中弥漫着松节油和颜料的气息，一块块镶嵌着油画的方形画框在街巷两旁渐次陈列，街巷墙面上色彩跳跃的涂鸦作品引得游客频频驻足拍照。

大芬油画村被誉为“中国油画第一村”，是全国最大的油画生产、交易基地，也是全球重要的油画交易集散地，曾获评全国首批国家文化产业示范基地和深圳市十大特色文化街区。数据显示，2024年，大芬油画村产值达30亿元，集聚了超过1200家画廊及相关产业门店，辐射周边地区及产业的从业人员超2万人，形成集创作、生产、销售、交易、配套服务于一体的完整油画产业链。

从昔日默默无闻的客家村落，到如今全球瞩目的油画产业地标。大芬油画村的蜕变之路不仅是一支笔一幅画成就的传奇，更成为传统村落转型升级、打造文化产业高地的范本。

## 主动转型求变

上世纪80年代，大芬油画村还被称为大芬村，是一个以种植水稻为主、原住民仅有300余人的农耕村落。1989年，香港商黄江看中这里低廉的人力成本和毗邻香港的区位优势，带领学徒在此批量化临摹、复制油画，并销往海外，从而形成了大芬油画产业的雏形。

“这种油画制造模式迅速产生集聚效应，全国各地的画家、画商纷纷云集于此，投身油画制作与销售。此后，大芬村以生产、加工油画逐渐在国际上崭露头角，成为人们口中的‘油画村’。”大芬油画村文化发展中心副主任、大芬美术馆馆长张可介绍，那时，很多世界名画临摹画从大芬油画村销往国外，市场广阔。尤其在2004年，大芬油画村成为首届中国（深圳）国际文化产业博览交易会的一分会场后，海量订单像雪片般飘来。巅峰时期，全球70%的油画来自中国，中国油画的80%来自大芬油画村。

产业崛起并非一帆风顺。2008年，受国际金融危机冲击，大芬油画村的出口订单量大幅下跌，村内画家、画商面临严峻考验。为应对挑战，大芬油画村在深耕油画产业化的同时尝试向原创绘画转型，原创作品开始增长。“在这场危机中，大芬油画村看到了新的可能性。政府积极引导大芬油画转型升级，扶持原创画家，开发自主知识产权产品，引进或组建龙头企业。”张可说。

大芬美术馆是大芬油画村培育原创画家的重要载体。自2007年建馆以来，已累计举行展览及活动约1000次，推出的深圳大芬国际油画双年展、全国（大芬）中青年油画展、大芬本土艺术家推广工程等均已成为品牌项目，还联合中国美术家协会等专业机构举办了中国美术学院师生油画展、中国当代女画家油画展等特色活动，为国内外原创艺术家搭建了高水平交流平台。

扎根于大芬油画村的原创画家许丙屯便受益于此。2021年，在大芬本土艺术家推广工程支持下，他的油画个展《象外之境》在大芬美术馆举办。“这是对我多年艺术成果的集中呈现和总结。”许丙屯表示，个展让他的作品获得更多曝光，更让他有机会与观众和专业人士面对面沟通交流，倾听不同视角的评价和建议，为后续创作注入了新灵感。大芬油画村组织的各类艺术活动也同时开拓了他的创作眼界，助其在原创路上持续精进。

大芬油画村对原创人才的扶持不止于此。2013年，大芬油画村联合深圳市人力资源和社会保障局举办了深圳市绘画职业技能竞赛，至今已连续举办12届，通过积分奖励引进约200位人才，22位人才荣获深圳市技术能手称号。大芬油画村还打造了总建筑面积2.76万平方米、共计268套的画家公寓，为园区及周边社区优秀美术工作者提



位于深圳市龙岗区布吉街道的大芬油画村外景。（资料图片）

2024年  
大芬油画村产值达 **30亿元**

集聚了超过**1200家**画廊及相关产业门店

辐射周边地区及产业的  
从业人员 **超2万人**

大芬油画村现有  
国内外职业画家 **400余人**

中国美术家协会会员**50人**

其中 广东省级美术家协会会员**92人**

深圳市级美术家协会会员**265人**



大芬油画村打造了总建筑面积 **2.76万平方米**

共计**268套**的画家公寓

为园区及周边社区优秀美术工作者提供住房保障服务

供住房保障服务。

在此推动下，大芬油画村原创力量发展势头迅猛，现有国内外职业画家400余人，其中中国美术家协会会员50人，广东省级美术家协会会员92人，深圳市级美术家协会会员265人。近5年，有200幅大芬油画村画家的原创作品入选国家级、省级美术作品展，为深圳文化强国建设提供了坚实的人才保障。

## 丰富市场业态

“大芬油画村发展的根基在市场。”张可说，如今的大芬油画村正积极拓展艺术体验、艺术研学、文化旅游等市场新业态。新旧业态相辅相成，让大芬油画村有了更多被看见的可能，成为推动地方经济与文化繁荣的重要力量。

新业态的破土成长离不开先行者的探索与实践。作为大芬油画村体验式消费“第一个吃螃蟹的人”，深圳人艺文化传播有限公司总经理曾贵福早在2013年就敏锐地捕捉到消费升级趋势，开创性地将绘画艺术转化为大众可体验、可分享的消费产品，实现了商业价值与社会价值的双赢。

“刚做这个项目时，很多同行不看好，消费者也满心疑虑。大家习惯了培训班免费试课，满意报班的模式，总觉得体验就该免费。”曾贵福表示，但培训班与体验项目的底层逻辑并不一样。传统培训班一般让学生先学习临摹，用“画得像”作为卖点吸引家长多报课。这种模式虽能快速呈现学习成果，但很难真正激发学生对艺术的热爱。而体验项目则以一种休闲娱乐的模式，让人们在轻松的氛围中对绘画产生兴趣，进而主动追求专业化学习。

当时赶上朋友圈分享热潮兴起，很多客户画完后会主动拍照分享到朋友圈，无形中帮曾贵福做了宣传。“这些‘自来水’式传播，让项目知名度迅速提升，吸引了大量游客和同行的关注与效仿，加速了体验式消费在大芬油画村的普及与发展。”曾贵福说。

如今的大芬油画村，咖啡馆、绘画室、画廊随处可见，已成为新型城市公共空间和集展览展示、艺术教育、观光休闲于一体的“艺术+”特色文化街区。在体验经济与文旅融合渐入佳境的同时，数字化转型浪潮也让大芬油画村不断焕发新生机。画商们积极拥抱数字化，将传统艺术与短视频平台相结合，开辟了线上营销新渠道。

破墙而出的猛虎威风凛凛，端坐在凳上的少女仿佛触手可及……这些绘制在大芬

油画村墙面上的奇幻3D画作均出自街头3D画家张小元之手。张小元介绍，目前他在短视频平台已收获近200万粉丝关注与千万点赞，收到不少商业邀约。他还与多个文创园区合作，让3D绘画从街头走向更广阔的商业舞台。

张可表示，大芬油画村未来还将持续深化“艺术+”产业生态，不仅要为深圳建设国际艺术之都增添动能，更要打造可复制、可推广的文化产业升级样本，为全国同类产业发展提供经验。

## 拓宽国际视野

历经多年发展，大芬油画村油画产业还在持续换挡升级。通过数字艺术创作、艺术衍生品研发、人工智能赋能等，正不断创造新增长点，进一步推动大芬油画村从“世界油画工厂”向“国际艺术高地”转变。

人工智能技术的快速发展为产业升级提供了新动力。“这幅70cm×72cm的油画在15分钟内就能被机器生产出来，肌理效果与手工绘画别无二致。”深圳市雅今文化集团有限公司联合创始人周奇手持一幅机器画出来的油画介绍，这台“人工智能智能绘画机器”由雅今集团历经两年多时间打造，可提供肌理油画3D数字化解决方案，为客户进行定制化设计，适用于陶瓷、地毯、玻璃等多种材质。操作时，只需输入简单指令，机器就能从海量数据库中调取素材进行融合创作。机器质量、效果对标海外同类产

品，而价格只有其三分之一。

在积极搭建交流合作桥梁的同时，雅今集团也为大芬油画村油画产业国际化赋能。该集团整合全球艺术资源，已签约500余位国内外当代艺术家，将其作品数字化纳入集团数据库，并搭建线上定制购买平台，推动产品远销欧美等地区。

T5当代艺术中心创始人、大芬美术产业协会会长龙景创也是大芬油画村油画产业国际化的重要推动者。“2003年我就扎根大芬油画村，一路见证了它的蜕变与成长。”龙景创回忆道，初到大芬油画村的10年间，他专注于装饰画创作，画作多销往欧美地区的酒店。随着市场需求转变，人们开始追逐时尚化、个性化的艺术潮流作品。他迅速作出调整，将画室转型为画廊，搭建起国际化、品牌化、专业化的运营架构，签约了以大芬本土艺术家为骨干的50余人艺术团队，在国际上全力推广原创艺术潮流作品。

“当下，中国艺术市场仍蕴含着巨大潜力。随着人们生活水平的提升，艺术消费需求日益增长，越来越多人希望通过艺术丰富精神生活。对此，基于大芬油画村已经形成的成熟产业链，我们将持续提升原创能力，积极引入年轻艺术家，拓宽国际视野，推动大芬油画村在国内国际开辟更大市场。目前，协会已有800余家会员单位，大家正携手为大芬油画村油画产业再上一个新台阶持续努力。”龙景创对大芬油画村油画产业的未来充满信心。

# 扩新线拓内贸增强发展韧性

## ——看山东外贸企业如何应对关税冲击

本报记者 王金虎

近日，中美同时大幅降低双边关税水平。消息发布后不久，山东临沂市银风股份有限公司销售总监张斌就收到了美国客户的信息：增加新订单。此后几天，有的客户要求之前暂停的订单继续进行，有的则追加了新订单。“公司的美国客户订单量占比超过40%，从5月12日到现在，增加的订单量已超过300万美元。”张斌告诉记者，目前，公司所有工人都在加班加点赶工，此前仓库积压的销往美国市场的产品正在陆续运出。

临沂市兰山区海德跨境电商电子商务有限公司总经理刘杰告诉记者，中美互降关税后，中国至美国集装箱运输预订量飙升近300%。当前对美航线已经出现“爆舱”情况。下一步，公司将进一步优化物流线路，实施美国海外仓扩仓计划。

在位于济宁嘉祥县手套产业园的济宁天久工贸有限公司智能化生产车间，公司总经理李娜正通过视频会议与美国采购商敲定一笔500万元高端滑雪手套订单的交付细节。

作为滑雪装备市场的重要供应商，天久工贸超70%的产品销往40余个国家和地区，其中美国市场占比稳定在10%左右。“与美国客户10年深度合作建立的不仅是商业纽带，更是技术互信。公司的研发能力、产品质量、工期保证的信誉度都让美国企业离不开我们。我们应对市场波动的核心策略就是不能把鸡蛋放在同一个篮子里。关税波动虽未对已完成市场布局的我们造成实质性影响，但过去一个月的经历，让我们更加注重增强风险防范意识，加快调整贸易策略，进一步提升创新能力。”李娜向记者展示着刚下线的智能温控滑雪

手套样品。

在李娜办公室的全球市场地图上，标注着企业精心布局的战略市场。在进军欧洲、北美、日韩市场的同时，得益于国内冰雪经济热潮，天久工贸“两条腿走路”，国内订单占比逐渐增加，目前已达三成左右。从材料研发到工艺革新，天久工贸保持着年均15项专利的转化速度，企业自身过硬的技术和产品品质让李娜很有底气。

在位于聊城经开区的中通客车股份有限公司，海外营销公司总经理朱永虎表示，近几年，公司借助技术创新与本地化服务优势，海外市场占有率不断提升。虽然海外市场是主要方向，但是国内国外同步推进的营销策略不会改变。在国际市场不确定性因素增加的背景下，加速开拓国内市场成为企业的另一项选择。

“过去，我们企业九成是外贸，一成是内销，今后，我们的策略重点是内外双循环，加大内销的占比。今年的计划是内销占比四成，外销占比六成，未来将会达到各占五成。”张斌说。

在山东港口烟台港码头，来自韩国的商用车及汽车配件，将更换车组运往中亚地区。该班列的开行，标志着全国首趟“一单制”跨境铁海联运班列在烟台港开行。这种服务模式，大幅提升了国际联运运输时效，保证货物到港1小时内装车，3小时内启运，实现跨境“零散货物”零等待换装。在运输方面，海运的“零散货物”下船即可上火车，铁海联运无缝衔接，较传统方式节省运输时间50%。

山东港口烟台港汽车码头分公司营销商务

针对中小企业融资难、融资贵问题，我国持续出台务实创新举措。去年，中国人民银行在山西、江西、山东、湖南、四川5省份试点开展展示企业贷款综合融资成本工作，对各类融资费用进行统一明示。

这张“贷款明白纸”让企业全部融资成本一目了然，一定程度上解决了银行和企业对融资成本观感不一的问题，有利于更好地公开对账，收到较好反响。

企业贷款综合融资成本可分为利息成本和非利息成本两类。其中，利息成本方面，借款人对贷款利率比较了解，中国人民银行2021年第3号公告，要求所有贷款产品均明示贷款年化利率。

非利息成本主要指融资费用，包括抵押费、担保费、中介服务费、涉及多个收费主体、收费名目多、不透明，层层叠加，导致部分企业融资成本仍较高。特别是对许多中小企业、民营企业来说，融资费用往往是综合融资成本的重要组成部分，明示包括各类融资费用在内的企业综合融资成本，成为促进企业综合融资成本下降的关键一环。

贷款明白纸更是金融服务实体经济承诺书。

提高融资透明度，保障企业知情权。它详细列明了企业需承担的贷款利息支出和各项非利息支出，并列示了收费主体、支付方式、支付周期等，减少信息不对称，使企业对各项融资费用心中有数。不但帮助企业全面了解银行贷款产品和融资费用来源，知悉银行让利情况，也有利于充分保障企业知情权和金融消费者合法权益。

提高融资透明度，推动融资成本下降。企业通过填写贷款明白纸，能够更加全面、清晰了解是否充分享受了优惠政策，还有哪些减免空间能够在“明底数”的情况下争取政策优惠，或通过议价合理降低融资成本。

提高银企信任度，提升金融服务实体经济质效。贷款明白纸将散落在合同或协议文本中的各项成本归集到一起，便于银行为企业量身定制服务，也有利于增强银企双方互信，深化合作共赢。近日世界银行发布的调查报告显示，我国金融服务效率在全球50个经济体中已达优异水平，比例接近表现最好的新西兰。

目前，我国贷款利率成本已经很低，未来要降低综合融资成本，主要是降低抵押担保费、中介服务费等非利息成本。一些企业贷款的非利息收费名目繁多，占整体融资成本的比重甚至高于利息成本。一方面，金融机构需要转变经营理念，为客户提供更加优质的服务，相关部门也要发挥合力减轻企业非利息负担；另一方面，企业要加强自身信用建设，完善内部管理和财务制度，维护并提升企业信誉。

今年以来，随着更多省份陆续加入试点，相关试点工作稳步推进。接下来，应继续推动企业综合融资成本下降，为企业发展营造良好融资环境，为高质量发展提供有力金融支撑。



时值小满节气，湖南省永州市东安县井头圩镇永兴村，农民在抢插再生稻。近年来，当地因地制宜推广优质再生稻品种，实现“一种双收”，提高粮食产量。蔡小平摄（中经视觉）

热评

姚进

利企