

伦敦经营文化的经验

——兼谈对杭州创意产业的启迪

王 倩, 李成江 (杭州师范大学, 浙江 杭州 310036)

【摘要】杭州要建设创意城市、休闲品质之城,就必须从传统文化中寻找灵感,立足于本土文化,不断地发掘杭州文化底蕴,在创意产业中经营城市文化。伦敦在创意产业方面走在了世界的前列,其成功经验非常值得杭州借鉴。

【关键词】伦敦;杭州;文化经营;城市文化;创意产业

创意产业是城市文化经营的一种新兴而有效的手段。自1998年英国第一次提出“创意产业”的概念之时,这种从艺术文化出发的新兴产业就如火如荼的在世界范围内开展起来。伦敦作为英国的首都以及经济政治文化中心,创意产业一直在全球独领风骚,是世界创意产业的中心,伦敦通过文化创意产业,用文化与艺术成功的经营了城市的各个方面。它山之石,可以攻玉,杭州正处在发展创意产业,打造创意城市的关键时期,为了避免走弯路或少走弯路,借鉴伦敦的经验尤为必要。

一、伦敦创意产业概述

创意产业包括的范围非常广泛,英国对创意产业的定义是“源自个人创意、技巧及才华,通过知识产权的开发和运用,具有创造财富和就业潜力的行业”。也就是包含了原创性的技术和发明,并且能够通过开发知识产权来促进经济发展。英国把文化创意产业分为13子产业,伦敦也不例外,以下是伦敦在文化创意产业方面做的比较出色的几个地方。

英国图书出版业一向颇为发达,作为其首府的伦敦更是如此。其出版行业大多是中小型企业,联合大型公司较少。但主要的大型出版公司,如皮尔松公司(Person),新闻集团(News Corporation),里德·爱思唯尔公司(Reed Elsevier)等,都在伦敦设置了总部或者上市公司。而更加众多的中小型企业出版公司在伦敦各放光彩,比如作为伦敦最后的独立出版公司费伯·费伯出版社(Faber & Faber),“仅2000年以来就有两本图书获得英国最高文学奖——布克奖。”

伦敦的文化艺术场所在数量上有绝对的优势,仅博物馆和美术馆伦敦就有300多座。全英国有国家级的博物馆19个,而其中12个在伦敦,另外各个大学附属的博物馆,地方政府筹建的博物馆,军队赞助的博物馆,以及各种独立的小型博物馆等,这些均是内容充实,精彩纷呈。伦敦更是一个在表演艺术上百花绽放的城市,它是英国剧院最集中的城市,达到100多家,大多集中在Shaftesbury区。更有皇家国家剧院,英国皇家歌剧院,伦敦交响乐团等艺术团体在此驻扎。作为世界两大音乐剧中心之一,伦敦每周的演奏会,多达几百场次,还有无数的歌剧、戏剧、音乐剧和芭蕾舞在同时演出。

伦敦在会展节庆方面有着较为悠久的历史,例如世博会的滥觞就要追溯到1851的伦敦。再者,伦敦一年四季月月都有着传统固定的会展节庆,例如一月有新年大游行,二月有中国新年,三月有圣帕特里克节,4月有伦敦马拉松,5月切尔西花展,6、7月有伦敦艺术节,8月诺丁山狂欢节,9月有泰晤士河节,10月有傅弗里兹当代艺术博览会,11月有焰火之夜,12月有圣诞燃灯礼……当然这些仅仅是其中的一部分,而且每年也会有特定主题的活动,例如以1991年为莫扎特逝世200周年,伦

敦就有多场与莫扎特有关的艺术节活动。

伦敦的旅游业有着悠久的历史,世界上第一家旅行社便是在此产生,如今每年有多达3000万人次的游客造访。伦敦受保护的建筑有17000座,餐馆6000多家,酒吧5000多家,公园1700多座……实际上,仅仅就伦敦的旅游资源来说,与其他国家相比并无太多出奇制胜的地方,但伦敦人善于对旅游资源中的文化因素进行开发和利用,经营出独具特色的,具有浓郁文化味的旅游产业。不同季节的会展节庆都是游客造访的一个重要原因,另外,皇室旅游路线等具有英伦民族气质的旅游也受到了越来越多的游客的青睐。

伦敦在广播业上首屈一指的便是英国广播公司,即BBC。广播网通过5个全国广播电台,每天24时全天对全国进行广播。同时BBC国营电视台也通过两个电视网BBC1频道和BBC2频道每年向全国观众播放近20000多个小时的电视节目。BBC本身也拍出了众多极具英伦特色的电视剧,简称为BBC剧。比如长盛不衰的《神秘博士》,近期根据名著改编的《神探夏洛克》等等。另外,伦敦的电影业也同样精彩,英国有100多个电影制片厂,其中的大多数在伦敦城及其周围,比如松林电影制片厂(Pinewood Studio)。电影的发行载体——电影院,在伦敦也极具特色,城中的黄金地段成为了电影院的首选之地。伦敦的莱斯特广场中众多电影院就环绕四周,既有“帝国影院”等大型的商业影院,也有专门上映过期电影或者艺术性高的小众化的影院。当然,电影的另外一个发行渠道还有电视,伦敦的广播、电视、电影事业可谓相辅相成,形成一个综合而庞大的产业链条。

二、杭州创意产业现状

杭州的文化创意产业已经初具成效,并且建成了一批独具特色的文化创意产业园。据统计,目前“杭州创意企业总数近万个,总资产约3620.1亿元,年营业收入总额964.63亿元,创意产业总人数50万,平均每个创意企业工作人员57.96人,其中科学家、工程师和具有正高职称的创意核心人才约8万,占全部从业人员的46%,每个企业约10.43人。”

对照上文所述伦敦之创意产业的几个方面,首先在图书出版业上,杭州现有市级图书报刊出版单位26家,比较大型的出版集团有杭州出版集团和西泠印社集团,西泠印社集团的品牌“西泠印社”是杭州文化产业类知名品牌,以“西泠印社”为主申报的“中国篆刻艺术”入选人类非物质文化遗产名录。另外,杭州也正在申报“国家数字出版基地”,各个传统出版单位陆续进行传统纸介质的内容资源数据化,比如杭报集团实现了从单一的纸质媒体向兼具报纸、数字电视、互联网、广播电视、城市电视、户外媒体一体化等多元媒体转变。对比伦敦,

杭州图书出版相关的立法极其需要完善和升级。

在艺术文化场所中,杭州拥有的博物馆数量也非常之多,如中国丝绸博物馆、茶叶博物馆、杭州历史博物馆、西湖博物馆、都锦生织锦博物馆、浙江省自然博物馆、胡庆余堂中药博物馆、中国动漫博物馆等。这些博物馆都很好的体现了杭州的本地特色。其中,中国动漫博物馆是国内首创、国际一流的,全面展示中国动漫的历史,详细介绍世界动漫强国,同时突出反映了杭州的动漫成果。

在会展节庆活动中,杭州比较有名的会展中心有杭州和平国际会展中心、杭州市工人文化宫、浙江世贸展览中心、杭州休博会会展中心等。在杭州举办的比较知名的会展如西湖艺术博览会、杭州艺术博览会、休闲产业博览会、中国工艺美术博览会、世界休闲博览会、杭州文博会、杭州国际动漫节等,大大提升了杭州的知名度和美誉度,杭州会展业已经成为了杭州城市经济的“助推器”。其中,中国国际动漫节以及西湖博览会已经成为杭州名副其实的金名片。

杭州是中国七大古都之一,有着深厚的文化休闲旅游资源,目前正在全力打造中国休闲之都、生活品质之城。诚然,杭州虽然在休闲娱乐旅游等方面取得了一些成绩,但还有很多文章可做,仍然还有很多需要改进的地方,特别是对历史文化资源的保护意识不强、对历史遗存不够尊重。如著名诗人戴望舒《雨巷》的原型正是杭州的大塔儿巷,但如今的“雨巷”早已被现代的都市的喧闹和嘈杂所吞噬。杭州在保护历史文化名城,开发旅游文化资源方面还有一定的路要走,很有必要向伦敦学习。

杭州的广播影视业也在不断发展壮大,比较出名的机构有杭州华数数字电视有线公司、杭州文广集团、中南卡通、华策影视等,它们是杭州广播影视业发展的主力军,均处于全省乃至全国领先地位。杭州影视剧近几年比较出名的有《红日》、《倾城之恋》、《中国往事》等,其中《中国往事》还获得韩国首尔电视节最高奖。杭州在广播影视方面最突出的是动漫产业,近期大受关注的由杭州玄机科技信息技术有限公司拍摄的《秦时明月》可谓是一个成功案例。

三、伦敦经营文化对杭州创意产业的启示

1、政府积极引导

英国是世界上第一个以政府的名义提出发展创意产业的国家,也是世界上第一个运用政府政策推动创意产业发展的国家,一开始就具有强烈的政府背景,并特意成立文化创意产业特别工作小组。伦敦在城市文化经营上也秉承了英国政府的产业政策,十分注重政府和企业的两手抓,走的是政府主导,企业运作的开发之路,但另一方面,政府与企业又有着“一臂之距”的关系,这样的关系使得私人经营扩大,并且促进了自由竞争,在百花齐放的同时促成优胜劣汰,让创意产业在数量和质量上了基本的保证。伦敦这方面的经验值得杭州借鉴,杭州也应从政府与企业的关系中找到平衡点。

杭州要推动创意产业的发展,政府的角色不可缺位,加大政策扶持力度,支持符合条件的创意产业在境内外上市,利用多种融资渠道和方式切实帮助文创企业解决融资难等问题。目前还应根据杭州的实际特点及市场的需求来落实创意产业的发展规划,推动工程顺利开展。积极推动创意产业各行业协会组

织或产业联盟的建立,如网商协会、休闲行业等的建立与发展,鼓励它们成为行业发展的领头羊,使之成为政府与企业之间的桥梁,做一些政府不能做的工作,协调文创企业间的分工合作与交流,推动行业的发展。但同时,也要给予一些中小型企业自由竞争的空间,在政策的范围内让杭州各个创意产业的企业蓬勃发展,充分发挥其自主能动性。

2、突出杭州文化特色

伦敦创意产业的经营,无论是具有典型英国式的BBC剧集,还是依托于伦敦本土名人名著的旅游景点,抑或以本城市为主题的博物馆美术馆……都是重点突出其自身的民族特色,用自身独特的历史文化塑造了走向国际的创意产业,而伦敦也借此独特的英伦风格走向了世界。杭州作为一座有着深厚历史文化底蕴的古城,正可以在此方面借鉴伦敦的经验来经营自己的创意产业。

杭州的历史文化遗产与人文景观极其丰富且具有极大的挖掘潜力。南宋文化是杭州城市的特色,保护好南宋历史文化遗址,挖掘南宋古都遗产,是经营创意产业的一个方向。而文化资源利用的效果更取决于创意的发挥,这方面可以结合现代科技恢复一部分南宋历史景观,推出诸如“南宋古都风情”、“梦回南宋”等为主题的人文景观,打造南宋游之类的国际知名品牌,不断地充实千年古都的内涵。杭州有悠久的历史文化,丰富的文物古迹,文化资源极其丰富,重要的是要把它开发成重要的文化产品,利用现代高科技手段进行创新突破、包装营销,融入现代文化产业链,既可以促进创意产业的发展,又可以开拓出巨大的文化旅游市场。大力挖掘和整合文化资源,通过对文化资源的有效经营,把文化变成财富,以创意来解放文化生产力,通过文化资源的转化来推动经济的增长,这就是未来的方向。

3、打造创意产业链

伦敦的各个创意产业,如上述所提到的图书出版,广播影视,旅游休闲,会展节庆往往会依托一个母体发展出庞大的产业链,这些产业都是相辅相成,共同发展的。例如《神秘博士》作为各种衍生品的母体,其主题在上述各个方面都有出现。优秀的创意产品之所以能创造出巨大市场价值,就是因为有完整的产业链,这种产业链不仅带来了巨大的经济效益,更创造出了极具特色而效果有力的品牌效应。

产业链的构建是创意产业发展的关键,杭州的创意产业更应该打造自己的产业链,追求产品的差异化,培植自己的盈利模式,这是创意产业盈利的核心区域。以动漫产业为例,动漫产品的利润主要来自动漫衍生品,通常情况下,衍生品的销售往往占到动漫作品收入的6成以上,衍生产品才是动漫产业的主要利润来源,因此,下一步杭州的动漫产业要进一步提升原创动漫的水平,培植出自己的产业链模式,并完善产业链体系。在创作动漫产品的过程中,杭州可以走开拓衍生品市场的盈利模式,做好后期衍生产品的开发工作,如电子游戏、图书、各类玩具、文具、服装、饮食、礼品、纪念品等等后续创作必须跟得上,不断挖掘创意的影响力,逐步完善动漫产业链,做好产业链下游产品的开发。这方面可以通过“动漫作品拍卖会”、“衍生产品交易会”等方式来运作,对产业的价值进行更深层次的挖掘,引导动漫游戏产品创意、研发、制作、运

营、销售等价值链整合,提高整个产业的整合度,完善动漫产业链体系。

四、结语

杭州要创建休闲之都、生活品质之城,使未来的经济更上一个台阶,就不能不重视城市文化的经营,更不能忽略创意经济的发展。虽然杭州的创意产业之路还很长,但杭州也无须妄自尊薄,杭州集聚了全省乃至全国的创新要素,是科技比较密集的区域之一,与上海形成了功能互补的良好态势。从杭州目前取得的成绩来看,只要能够坚持以创意产业为中心不动摇,在政策、资源、发展载体等方面加以改进、完善,通过整合一批文化创意产业集聚区,创造一批民族品牌,甚至世界品牌,

在这个注意力经济时代将会极大地提升杭州的美誉度、知名度以及综合竞争力。相信不久的将来,杭州将会发展成为全国乃至全亚洲的创意产业中心之一。

本文为2010年杭州师范大学“城市学研究”专项课题资助,项目编号2010CSX01

【参考文献】

- [1] 李明超. 创意城市与英国创意产业的兴起[J]. 公共管理学报, 2008(4).
- [2] [英] 路易斯·尼克逊. 伦敦[M]. 沈阳: 辽宁教育出版社, 2001: 10.
- [3] 林宏. 杭州市创意产业发展对策研究[J]. 经济丛刊, 2010(1).

的行为,并通过“乐”把人推向“从心所欲,不逾矩”这一自由理想的境界,在文学理论上提出了“兴于《诗》,立于礼,成于乐”的命题。孔子认为合乎美、善要求的文艺作品能够起到净化心灵的作用,肯定了文学艺术的认知作用。孔子概括了今天对文学认识作用的要义:文学作品以生动的形象描绘,给人们以多方面的社会人生知识,有助于人们正确地认识生活,了解历史,进而认识生活中某些方面的规律性。

然而,柏拉图对诗歌的作用的认识过于片面,将文艺为社会政治服务的作用推向了极端。柏拉图只崇尚有教益的文学作品,将文学创作视为消遣的“玩艺”,大量悲剧的摹仿会使人产生“感伤癖”与“哀怜癖”,喜剧则会使人无意中染到小丑的习气。在《理想国》中,柏拉图以“善”、“正义”为最高目的教育理念,倡导“勇敢”与“节制”的美德,通过教育使社会各阶层的公民都能够遵循社会道德规范,整个国家从而达到一个至善、正义、公正的状态。

可见,孔子对文艺采取了一种积极向上的进取精神,而柏拉图对文艺却采取的是一种冷漠的甚至敌视的否定态度。柏拉图对文学艺术的感染力的认识过于偏颇,对诗歌激发、宣泄、净化情感的审美妙用与心理价值估计不足,亚里士多德曾出柏拉图“走向道德绝对化的死胡同”。

【参考文献】

- [1] 孔丘,孟轲. 论语·孟子[M]. 哈尔滨: 哈尔滨出版社, 2003.
- [2] 朱光潜. 柏拉图文艺对话集[M]. 北京: 人民文学出版社, 1978.
- [3] 王柯平. 《理想国》的诗学研究[M]. 北京: 北大出版社, 2005.
- [4] 陈中梅. 柏拉图诗学和艺术思想研究[M]. 北京: 商务印书馆, 1999.
- [5] [美] N·帕帕斯, 著. 柏拉图与《理想国》[M]. 朱清华, 译. 桂林: 广西师大出版社, 2007.
- [6] 蔡尚思. 孔子思想体系[M]. 上海: 上海人民出版社, 1982.
- [7] 黄药眠, 重庆炳. 中西比较诗学体系[M]. 北京: 人民文学出版社, 1991.

(上接332页)

传,保持“广场文化”的活力,培育、创造“广场文化”新的文化价值,推动广场文化的创新力和传承力,形成一种进步的大众文化,把“广场文化”做大做强,让“广场文化”在人们的生活中熠熠闪光;充分利用广场优势,通过讲解并配以实践活动感化市民群众;及时反思“广场文化”,不断淘汰“广场文化”中的糟粕文化和与现代文明不相适宜的文化,让市民时刻生活在美的环境中,心灵得到启迪,美感意识得到增强,积极构建“广场文化”的美育价值体系,让市民群众系统地接受美育价值教育;利用广场积极弘扬本地文化特色,吸引众多商家参与,建成一批适合本区特点的市民群众消费得起的休闲产业,实现广场文化产业成果市民共享,努力构建和完善“广场文化”的文化产业价值体系。

4、积极进行“广场文化”的理论创新和实践

随着社会变迁的速度加快,我们必须把握住时代的脉搏,必须紧紧依靠人民群众的主观能动性,积极进行“广场文化”理论的创新研究,用先进的理论来指导“广场文化”建设,努力地为“广场文化”建设提供先进的理论支撑。实践是检验真理的唯一标准,新的“广场文化”的生命力,只有经过实践才能判定,如果能被广大的人们群众所接受,就是先进的“广场

文化”,具有蓬勃的生命力,反之,就是落后的文化,生命力自然就差,必须加以改进或抛弃,必须在先进理论的指导下广泛、深入地开展实践活动,自觉进行“广场文化”改革以适应变化了的实际。

总之,搞好新时期的城镇“广场文化”建设对继承、发扬中国的传统文化,促进中国传统文化的繁荣意义重大;满足了新时期广大人民群众的个人精神文化的各种需求,对构建和谐广场、打造和谐城市意义重大;对贯彻执行新时期党的十七届六中全会精神,繁荣我国的社会主义文化,努力建设社会主义文化强国,增强国家文化软实力,弘扬中华文化意义重大。

【参考文献】

- [1] 白卫华. 浅谈广场文化建设[J]. 商业文化, 2010, 11.
- [2] 邱楠. 新形势下开展广场文化的思考[J]. 科技信息, 2011(23).
- [3] 常青. 城市广场的文化理念探讨[J]. 绿色科技, 2011, 4.
- [4] 贾俊涛. 广场文化在城市商业布局中的影响[J]. 科技创业, 2010, 8.
- [5] 丁颖. 聚焦城市文化新引擎[J]. 中国科技信息, 2010, 11.
- [6] 薛志龙. 论繁荣广场文化与和谐社会建设[J]. 文化艺术研究, 2011, 1.
- [7] 倪振宇. 浅谈广场文化活动的时代特征[J]. 群文天地, 2011, 3.
- [8] 余辉辉. 广场文化的可持续发展刍议[J]. 文学界(理论版), 2012, 1.

(上接333页)