

打开国际园区的创意“魔盒”

随着文化创意产业园区在西方城市的发展,相关的研究也越来越多。近年来,创意产业园区被看做发展文化创意产业的有效途径之一。纵览国外著名创意产业园区,多根据自身的文化特点、地理优势、经济实力而建立,经过了若干年对文化创意产业氛围、创意人才、公众文化消费习惯的培育过程。本文撷取美国、英国、加拿大等国家文化创意产业园区的运作模式,意在为我国创意产业园区的发展提供借鉴。

□□ 葛翠恩 斐依

所谓创意园区,是一种介于政府、市场与企业之间的新型社会经济组织和企业平台,它通过提供一系列创新创业发展所需的管理支持和资源网络,帮助初创阶段或相对弱小的创新创业企业,使其独立运作并健康成长。创意产业园区有产业链为核心的模式、历史文化区延续发展模式和政府主导模式等。园区能否持续发展,形成方式并不是最主要的因素,其核心竞争力来自于园区的发展模式,国际创意产业园区有哪些优秀的运营模式值得借鉴?

美国好莱坞:全产业链运营

好莱坞模式涵盖了电影的投资、生产、发行、放映及其后产品开发各个环节,是一种高度集成的电影产业运作模式。

随着美国经济的发展,好莱坞电影工业日趋成熟,逐渐形成了完整的市场化投资模式、工业化生产模式、商品化发行模式和消费化放映模式的运作体系。好莱坞在产业化基础上,寻求艺术与经济、文化与产业的融合。在国家机器和商业机制的支持下,好莱坞先后克服了电影输出在不同国家所面临的种种困难,形成了一套开拓国际电影市场的经验,建立了全球市场营销网络,同时形成了一种适应海外市场的良性调节机制。

好莱坞的20世纪福克斯、迪士尼、米高梅、索尼等8家电影制片公司每年出品的影片数量,占到美国电影总量的60%到70%,其余30%大多是独立电影制片公司出品的。在本土市场饱和后,美国电影产业资本开始向国外市场和

非影院市场拓展,多国投资合拍已成为当前的运作方式。此外,好莱坞通过购买或合营海外的发行公司和电影院线达到了共担投资、票房风险的目的。如今,创意、投资、制作、道具、宣传等程序可以在世界不同地方灵活多样地分期进行,在艺术、金融、法律等方面分别处理。制片商与发行商签订合同,分账预支筹款;制片商再与众多专业中小公司联系,产生配套流水作业。签约的投资、发行公司往往拥有连锁录像店、有线电视等娱乐平台,所以万一票房不佳,周边产品还可以保证扭亏为盈。

高度的商品化和高效的商业运作方式是好莱坞的最基本特征。好莱坞电影的衍生产品如明星的时装、汽车、手表等通常会随着电影的传播销售到世界各地,甚至电影改编的游戏版权、玩具版权、图书版权、唱片版权都是高额利润的来源。好莱坞是通过内置广告和形象产品将文化变成商品的典范。欲望故事、明星制度、电影衍生品策略是好莱坞商业战略的重要组成部分。

好莱坞电影通过为人们提供集体梦幻,以奇观化的场面和强烈的音响形成了好莱坞电影特有的梦幻性机制、情节剧结构、奇观化风格、煽情性修辞和通俗性叙事的传统。好莱坞在坚持基本的大众电影模式的前提下,用艺术电影包装流行电影,用流行电影促进电影流行,这使得好莱坞电影在保持主流性的同时也保持一定的创新性,在适应观众心理时保持消费性。

英国伦敦西区:政府主导为核心

善借资本之力的伦敦西区,最终形成了“剧院一名制作人—经典剧目”的运作模式,并在各路资本的参与下,构

建了一个集人才培养、投资制作、营销宣传和其他商业运作于一身的产业体系 and 系统运作平台。

在英国,最能感受英国戏剧文化的地区就是伦敦西区,伦敦西区的核心剧院是指由伦敦剧院协会管理的49家剧院,其中大部分都是盈利性剧院,只有皇家歌剧院、英格兰国家歌剧院、皇家剧场、皇家国家剧院和皇家莎士比亚剧院是接受政府补贴的国家级非商业剧院。这5家剧院历史悠久,在培育新人新剧方面发挥了重要作用,经常上演艺术性较高的实验剧目。

英国政府鼓励创新剧作向商业化发展,很多剧目在国家资助剧院首演成功后再转入商业剧院续演。除了创新剧种,商业剧目在正式公演前也通常借助实验剧场进行试演。如果这些剧目能够获得观众认可,就可以转入商业剧院演出,如音乐剧《悲惨世界》和话剧《侦探到访》等,都是先在皇家莎士比亚剧院和国家剧院试演,随后转入商业性的王宫剧院和盖里克剧院演出的。开放创新的艺术思维使西区舞台上充满了来自不同国家与地区、各种形式与风格的表演。

这里的剧院集团除了剧院本身的出租运营外,通常还有自己的投资制作团队,如倪德伦家族就有自己的制作公司,ATG公司也成立了SFP,而韦伯的“真正好”公司和麦金托什的喀麦隆麦金托什公司本身就负责音乐剧的制作和授权,近年来这两家公司也开始投资其他有潜力的制作人的作品。

在制作平台的基础上,各大剧院管理集团都积累起一个庞大的内容资源库,它是比剧院建筑更重要的核心资产,确保了剧院经营的稳定收益,并通过跨区域、跨界授权制作获取丰厚的版

权收益,如倪德伦环球娱乐公司就是倪德伦家族为把百老汇和伦敦西区的音乐剧推向亚太及其他市场而成立的子公司。这些版权收益支撑着新的创新投资,并使音乐剧产业始终保持着对投资人的吸引力。

剧院群的集中不仅形成了文化发展的阶梯效应,更带动了庞大的衍生收入。集中的剧院群能够创造3倍至4倍于自身票房的衍生收益和数万人的就业机会,这些衍生收益足以托起剧院群自身的商业运营。

加拿大BC省动画产业园区:科技为核心的模式

文化创意企业依托所在区域的科研优势从事文化创意活动,在活动产生效益以后,大批类似或相关企业紧随其后进驻该地区,慢慢形成具有一定规模的创意产业园区。

加拿大不列颠哥伦比亚省(British Columbia,以下简称“BC省”)除传统的影视拍摄及后期制作外,BC省近年来也致力于发展动画及相关产业。目前其动画制作水平、规模及发展速度引人注目,一跃成为北美动画产业的中心。截至目前,BC省内涉及动画的行业组织包括动画协会、省新闻媒体协会、动画制造商协会等,网罗当地及周边地区顶尖人才。近年来,电子游戏业巨头、世界最大的互动娱乐软件公司、电子艺术公司及前卫娱乐公司等纷纷聚集于此。

尽管BC省动画产业园有许多天然优势,但政府机构在园区形成过程中起到的服务与协调作用,以及各行业协会发挥的职能不容忽视。直接或通过半官方机构与民间机构,以项目的形式资



国际园区天马行空的创意化成“魔盒”

向企业提供补偿金,鼓励在职人员培训。

文化创意企业看重所在区域重点大学的科研优势,首先在大学附近聚集,或与其合作孵化,依托教授、专家等人才力量从事文化创意活动。这些活动产生效益后,大批类似或相关企业紧随其后进驻该地区,慢慢形成具有一定规模的创意产业园区。不列颠哥伦比亚大学正是BC省动画产业园区发展的最初支撑点。

技术的显著特点是具有溢出效应。在科技发达、信息畅通的今天,任何一家企业使用了新技术后,其他企业都可以通过各种途径而快速掌握这种技术,并应用于自己的产品中。这种现象在文化创意产业中表现得尤为突出。

BC省动画产业园区中集中了大量从事文化创意活动的企业,它们在业务范围、经营方式、产业种类等方面都具有很强的共性,甚至是完全相同,由此引发这些企业之间的竞争。为了避免技术溢出导致竞争优势的丧失,园区内的企业必须不断创新,在吸纳众家所长的同时竭力寻求超越,以保持技术上的领先地位。这样的竞争,既使企业立于不败之地,又使BC省动画产业园区获得了源源不断的动力。

瞭望台

世界文化强国:如何引导多元主体推动文化发展

□□ 郭万超

现代社会的结构是由政府、企业、社会公益组织三大板块组成的。当今世界,文化发展已渗透到社会结构的各个部分,要实现文化大发展大繁荣,必须大力塑造参与文化建设的多元主体,形成相关政府部门、不同所有制企业、行业组织、公益文化机构等共同参与文化建设的局面。

世界各个文化强国在文化发展过程中,都十分注重文化发展主体的塑造、引导,形成了多元主体积极参与文化建设的局面,西方发达国家的实践经验可以给我们很多启示。

运用财税政策吸引企业参与

尽管美国、法国、英国等世界文化强国的文化管理体制不尽相同,但有一点是共同的,就是各国政府都重视公共文化建设,同时对所需资金并不是大包大揽,而是通过财税政策鼓励企业、私人捐助。

美国早在1917年联邦税法就规定对非营利艺术团体与机构免征所得税,并减免资助者的税额。在这一政策的推动下,公司和个人积极资助文化事业。另一方面,经费分担、陪同资助是美国文化资助体系的主要模式,政府只负责向文化机构和艺术家个人提供“种

子资金”,如美国国家艺术与人文基金会规定,对任何项目的资助总额都不超过所需经费的50%,这就迫使文化艺术机构主动寻找企业、基金会的资助。

在日本,企业积极参与公益性文化建设,对公益性文化团体进行资助在企业家中已达成共识。比如,由三得利公司全额资助的三得利音乐财团成立于1969年,财团设立的目的就是推进日本西洋音乐事业,保存和发展日本的传统音乐。财团设立当年就组织了“三得利音乐奖”,每年举办一届,用以奖励对音乐事业做出杰出贡献的日本音乐家。

法国制定了《企业参与文化赞助法》、《文化赞助法》、《共同赞助法》等一整套文化赞助制体系,对文化赞助的性质、目的、范围、条件、形式、对象等都作了具体规定,鼓励企业参与文化赞助活动。

1984年英国议会批准了《关于刺激企业赞助艺术的计划》,明确赞助是指企业出于经营目的,借助艺术活动提高知名度、招待客户或职工、做广告宣传等。该计划规定,如果企业赞助艺术,政府将“陪着”企业资助同一项艺术活动,而且鼓励“新投入”,即企业第一次赞助,政府陪同等量出资共同用于新项目,而第二次赞助,政府陪同出一半的资金,以此类推。

借鉴与启发:一是对公共文化活动坚持有限资助的原则,二是用财政资金



世界各文化强国都强调多元主体参与文化建设

陪同企业赞助公共文化活动,三是积极争取税收政策对文化发展的支持。这样既能发挥财税政策的杠杆作用,又增强了企业投入公共文化的吸引力。

鼓励组建行业协会和同业工会

英国的剧院同业组织为英国表演艺术的繁荣发展做出了重要贡献。英国戏剧界有两个同业组织:一是伦敦剧院协会,二是英国戏剧管理协会,它们是剧院老板、管理人员和节目制作人的

1976年设立);设立劳伦斯·奥利维亚奖学金,资助戏剧学院才华横溢但家庭困难的学生完成学业;发售剧院代用券等活动来完成其使命。人们可以用剧院代用券在全国的150多家剧院兑换任何一场演出票。

美国有很多出版行业协会,如美国出版商协会、美国书商协会、美国大学出版社联合会等。这些非营利法人组织对出版业进行管理,发挥了维权、服务、沟通、公证和监督等作用。

借鉴与启发:我国应鼓励文化团体、文化机构自发组织起来,克服单一的文化团体、文化机构力量分散、资源有限的弊端,组建自我管理的行业协会、同业工会,发挥它们在维护自身合法权益、沟通政府、沟通媒体、培养人才、开拓市场、制定行业标准等方面的作用。

鼓励文化单位成立“观众之友”

欧美国家的文化单位大都成立了各种形式的“观众之友”(指有组织的支撑某个文化团体、文化机构的群众团体,是把拥有共同爱好的人团结在一起的有效方式)。1909年,英国出现了第一个“博物馆之友”——英国剑桥大学的菲兹威廉博物馆之友。目前,英国已有600多个博物馆之友组织。“博物馆之友”所做的工作,一是为博物馆筹集资金,资助博物馆购买藏品及保护藏

品,以弥补博物馆经费的不足;二是为博物馆提供义务帮助和服务。“博物馆之友”的会员可享受的优惠待遇有:观看展览预展、在博物馆闭馆后使用场地搞活动、使用博物馆资料进行学术研究、参观博物馆未对公众开放的地方等。伦敦皇家美院之友有会员7万人,由10名全日制工作人员管理,年会费超过100万英镑。

很多剧团也成立了“观众之友”协会,入会者交少量会费,每月可收到演出信息,可优先订票,可观看排练,参观后台,订购剧院杂志,参加乐团聚会、联欢,甚至可自费随乐团出国访问演出。通过这些活动,密切观众与乐团的联系,形成一批基本观众并影响更多的人。皇家歌剧院成立的“考文特花园之友”有会员1.9万多人,每年缴纳会费45英镑。

借鉴与启发:“观众之友”实行会员制,会员缴纳会费。文化单位组建“观众之友”,一是可以通过收取会费、会员赞助,在一定程度上解决文化单位资金不足的问题;二是培养了基本观众,任何文化产品都需要建立基本观众群,保证票房收入。目前,我国的“观众之友”组织还比较少,作用还没有得到很好发挥,政府应鼓励文化单位成立类似组织。

(本文作者系北京市社科院首都文化发展研究中心主任、副研究员)