

聚光灯

创意经

# 新时代文创产业需要内涵式发展

马明

新时代的文化创意产业到底有何特色?笔者认为,新文创的本质就是“文创+科技”“文创+融合”“文创+环境”的一个生态体系。相对于外延式发展,文化创意产业的内涵式发展更应注重文化、创意要素的内容精神性、审美性价值和产业化的潜力挖掘,可从以下三方面推进。

**第一,新时代发展时期需要聚焦和依托新经济业态,进一步发挥文化创意产业的“精神性内容”的创意创新驱动动力。**在以5G、“互联网+”、大数据、云计算、物联网等为代表的新经济发展阶段,文化、创意要素成为了新经济发展的重要因素,也是传统经济结构转型的重要催化剂。当前,中国关于创新对于整体社会的推动力已经达成共识。文化创意产业的特色和优势就在于其内在文本

内容不断更新的驱动。随着我国公民素质教育的不断提升,大众审美水平日趋提高。生活美学化是文化创意产业的又一重要契机,这就使得文创内生价值的增值不仅仅是与新经济业态中的技术紧密结合,更要在文创产品和服务的供给面提高审美价值,让生活中的创意产品和服务做到新技术、新创意、新艺术的统一。

文化和创意要素不断向经济生态、经济

活动进行渗透,提供强大的内容资源和智力支持。这也就意味着传统的广电传媒、演艺出版、网游动漫等行业必须紧跟新经济的发展趋势,以内涵要素的创新作为文化创意创新的主要内容,通过创意改变和提升低端制造业水平。新经济形态下的文化创意,既是对传统文化的创新,也是在面对“00后”等成长型文化消费群体时,自身与时俱进的发展和实践。

**第二,新时代发展需要注重文化内容、创意文本的内涵式融合,不能仅仅是“为融而融”,要真正实现基于市场发展规律的行业跨界融合。**各个城市、文创园区应该重点发展适合自身内生发展的特色业态。在我国新型工业化、信息化、城镇化和农业现代化进程中,文化创意产业已贯穿在经济社会各领域各行业,呈现出多向交互融合态势。文化创意和设计、金融、高端服务业、旅游、科技、医疗健康等实体经济之间的深度融合,是国民经济新的增长点,也是提升国家文化软实力和国际竞争力的重要举措。文化创意与金融、

科技的融合不仅推动了文化创意产业的持续发展,更重要的是拓展了传统经济领域。

特别是在当前文化和旅游融合的大背景下,文化产业和旅游产业将成为文化创意跨界融合的重要桥头堡。各类融合示范基地的不断推进,也将进一步丰富新经济内容。关于行业的跨界融合,应注意两个方面,一是有些细分领域在实践、实操层面已经先行于政策,实现了互助互利,所以后续的培育和发展要汲取已有经验;二是跨界融合虽然是趋势,但并非定性规则,很多文创行业间的融合存在很大隔阂,融合

价值并不高,就得避免“为融而融”。

此外,每个城市、园区都有自己文化、创意的“在地化”特色和气质,文化创意产业的发展不是每个城市在文创各领域都实现“共赢”,而是找到属于自己的特色业态。因此,我们看到阿里巴巴带动了杭州文化创意产业迅猛发展;抖音带动了城市的活跃度,成都、西安、重庆、杭州等城市的活跃度甚至超过了传统一线城市。我们在看待城市或园区文创发展时,不能一味地拿规模经济作为唯一指标,城市活跃度、公众满意度应该被纳入进来。

**第三,新时代文化创意产业应该更重视国内外市场、政府治理、创意环境和人才等宏观生态圈。**既要在当前风云变幻的国际贸易背景下,做到灵活有效地应对,又要回归产业本身的发展规律,营造适合创新创意的生态环境。长期以来,政府出台了一系列利于文化创意产业发展的财政金融、人才引进、优化环境等政策,效果也较为明显。文化创意产业的内涵式发展是一个整体生态问题,除了政府政策倾斜,还需要市场主体、社会组织的共同努力。针对文化创意产业的多样化业态现状,政府管理必须从多部门管理转向有效的协同机制,不能仅仅是各个归口部门的叠加管理,而是要有一个合理的协同机制,甚至围绕着新型政府治理

理念,进行更为深入的机构调整。(从成都、杭州等二线城市文化创意产业迅速发展的情况可见,大量的创意人才受制于房价、生活成本及创作空间,开始从北上广迁出。)政府、市场和创意环境之间要达到一种和谐、平衡。

同时,文化创意产业不能仅盯着国内市场,必须将国内、国际两个市场统一起来。当前百老汇演艺、好莱坞电影、欧洲设计、日韩动漫网游等对中国文化创意产业的市场影响力依旧很大。中国文化的对外竞争优势依旧处于一个爬坡阶段。故中国文创的后续内涵式发展还有一项重要工作,就是如何提升在对外交流、贸易中的话语权。话语权的提升包括行业组织的重构、内容创意的引领、优秀人才的

汇集、国际文化市场的融合等。

当前,我国文化创意产业发展进入了重要转型期。在深化文化体制改革的同时,在组织协调机制上需要营造利于文创融合的制度环境。文化创意产业的内涵式发展应该知止而后有定,文化、创意不是产业化的捆绑物,应明确发展的目标和边界;文化创意产业的内涵式发展应该始终保持静气,文化创意物品和服务的内涵价值不是简单一个规划、规模投资或任意主观决定就能实现的,需要各类要素在有序的制度环境中不断积淀;文化创意产业的内涵式发展要始终把质量、满意度、影响力放在重要位置。

(作者系北京舞蹈学院人文学院教授、副院长)



以兵马俑为元素进行艺术创作

近日,主题为“古都风韵 美丽前门”的第六届前门历史文化节在北京前门大街拉开帷幕。活动通过主题文化展览、快闪市集等丰富多彩的文化及商业活动为中外游客及本地消费者提供时尚现代的消费体验,推动前门街区成为彰显古都风范、促进文化交流、引领文化消费的京城地标,同时用好玩的艺术潮流文化和创意市集前门历史文化节。本届文化节直接面向大众,旨在推动艺术的普世化,让更多普通人理解艺术、认识文创,从而刺激消费,让中国的文化创意产业走进普通人的视野,让公众能参与与文化艺术创作过程,了解中国传统文化历史,并让文化走进大众生活。

北京前门当代艺术文创IP展创意市集以中国知名的IP、文创IP青年艺术家作品和地方手工文创产品品牌展示为主要内容,特别邀请了秦始皇帝陵博物院文创IP参与创意。兵马俑作为一个国宝IP可能衍生出无限的周边。这些年围绕兵马俑的IP创新的文创设计不断,让“跨界”这两个字得到淋漓尽致的诠释。除了大家常见的文具、服装,IP衍生品也可能是一款联名食品、一款家居用品,甚至是虚拟商品。打开想象力的边界,让每个国宝都能找到可持续的方式,并且真正融入生活,从而被人们记住,这是最大的价值所在。活动现场,服装设计师张柏源、建筑师王刚、非遗传承人卜袁鹏、青年艺术家黄威等纷纷针对秦始皇帝陵博物院文创给出建议,并与设计师们共同参与艺术兵马俑创作,通过设计、空间、非遗等方式与传统文化进行碰撞,让兵马俑IP活起来,联动文化IP系列衍生品。

建筑师王刚认为,兵马俑承载了历史的厚重感和沉淀感,希望通

过一种轻松的、流行的形式来创作。“给兵马俑穿上赛车手的服装,尝试一种新的表达方式。”王刚说。非遗传承人卜袁鹏表述了他的观点与体会:“兵马俑文创,我觉得还是应从最原始的状态去复原它应有的态度。”黄威平时的创作以蓝天和白云为主题,这次参加兵马俑的艺术创作也是根据他的创作主题来完成的,充分表达了作者的环保理念。自由艺术家侯晓辉以兵马俑为元素创作了桃花系列,其理念是取自于对生命的崇拜,同时展现了桃花和兵马俑一动一静、充满新意的结合。

据悉,华夏言公司作为秦始皇帝陵博物院IP的文创运营方,搭建了艺术家和兵马俑IP跨界合作的平台,传统文化与当代艺术碰撞组合,带来文化地标“打卡”新模式。

## 让兵马俑IP活起来

本报实习记者 郑 宇

新势力

从人类社会的艺术发展史着眼,科技与艺术一直携手共创社会的文明与文化,只是在不同历史阶段是以不同的形态结合在一起。

科技与艺术相向而生

当英国学者查尔斯·斯诺提出“两种文化”时,实际因为社会分工,在认识与意识层面人为地将科技与艺术隔开。事实上,当科技与文化在各自领域深耕时也未分离的太远。科技的创新往往借助艺术的想象与观念,而艺术的创造又借助科技成果表达新时代思想。如德国科学家魏格纳提出的大陆漂移假说,灵感就萌生于他百无聊赖对着墙壁上的地图时。

科学和艺术的融合是一个相反相成的过程。一方面,越来越现代的社会增添了越来越多的环节,给人感觉彼此的距离日益遥远,社会分工也强化了这种感觉。另一方面,伴随科技创造的器物使用难度的降低,越来越多的民众对于使用器具进行创造变得日益容易,这本身就是一个科技与艺术融合的过程。

文化和科技融合范式提升

以虚拟现实的创造历史为例。人们从传统文学的想象开始,借由绘画和文学,从逼真自然外在到深入表现内



## 影视科技拉动文化创新生态

朱宁嘉

心,累积了不少创造的法则。伴随着摄影与摄像机的诞生,科技与艺术在一个新基础上开始融合,直到计算机屏幕的出现,人们逼真自然的能力极大提高,想象中的虚拟世界变得立体可见,甚至冲出银幕直逼观众。如今的虚拟现实技术进一步取消人机感受间的图形接口视

窗,把人们的想象变成空想仿真、虚拟存在,使人得以进入电脑生成的虚拟环境,与之进行直观自然的交互。艺术和技术的融合,就这样在不同阶段得到提升,不断地在新的基础上实现统一。

探索技术创新的可能。

全面融合的艺术新生态

导演赋予科技以灵魂,创新应用探

索未来视听艺术新可能;程序员依据艺术家团队提出的要求,综合创新运用新技术,为实现思想更多、更熟练地掌握实时三维计算机图形、三维声音、三维位置传感器等新技术;对于置身场景的观众,也需要跟影视时代的演员一样,能够对身处的场景作出实时反应,人也能跟场

景中角色交流。一方面,科技与艺术共创的中间环节不断增加,给人以科技与艺术分离的感觉;另一方面,科技与艺术在新的基础上的统一,受众的艺术和科技创新素养也得到提升,需要在新兴的

突破旧框架,探索新范式

创新的包容性之一就在于对不成功尝试的包容。卡梅隆没有1989年电影《深渊》等影片的先期探索,又怎能有1997年《泰坦尼克号》的票房神话?新文化的科技表达正经历着不断的创造性转换,融合正经历由不完美到完美的探索,以及自身适配的时间差的消除。

科技与文化范式创造性转换,在今天是一发而动全身的生态系统的转换,需要协同创作者与追随者、影院内外、文理等各方力量的合力共生。比如,李安的影片如果没有适配的播放影院,既影响体验效果也影响电影口碑。如果影院改造、5G商用普及,电影能够激发出观众与虚拟场景、形象实时反应与主动交互,或许李安所追求的新视听范式将蔚然成风,也将形成良好的文化创新生态。