

主旨论坛聚焦长三角文化融合与创新发展的专家提出文化产业发展中的一组辩证思考

承载文化价值的创意才是“硬通货”

■本报首席记者 王彦

企业集聚、项目集聚、要素集聚……有多少片各具魅力的土地，也许就有多少种文化产业的集聚形态，无有定规。土地要素、资金要素、人才要素、知识要素……从工业社会逐步转型至后工业社会，产业集聚的核心逻辑已沧海桑田，可能至今仍畅行的便只“知识驱动”即“创意”这一条。

昨天上午，首届长三角国际文化产业博览会在上海展览中心开幕，长三角文博会主旨论坛同期举行。产业集聚形态的因地制宜与产业对创意的恒定需求——变与不变，是主旨论坛上抛出的一组辩证话。

在这场题为“长三角文化融合与创新发展的论坛上，专家们提出，长三角文化产业更高质量一体化发展进程中，没有一成不变的模式；与此同时，知识驱动、创意引领，尤其是承载了文化价值的创意，可以消解许多门槛，是文化产业中真正的“硬通货”。处理好这对“变与不变”的关系，是长三角在文化融合与创新发展的必答题之一。

主旨论坛由上海、江苏、浙江、安徽三省一市党委宣传部与光明日报社联合主办。

突破物理空间的想象，是产业集聚模式的一大进步

中央党校(国家行政学院)文化政策与管理研究中心主任祁述裕为当代中国文化产业的发展归纳出五大特点:集聚发展、数字化发展、融合发展、特色发展、共享发展。其中，集聚发展可以提高劳动生产率，加速信息流动，带来溢出效应等，被视为最基础、最常见的形态。集聚，也是眼下长三角正在全力推进的一体化发展的题中应有之义。

作为集聚的产物，各类产业园区已在国内遍地开花。但在专家眼中，良性的集聚，绝非物理空间上的简单“扎堆”，而是应有清晰逻辑贯穿、有场景要素在内。

为了证明物理空间锁不住集聚的发生，祁述裕列举了国内多个扬名于不同地方、不同时代的文化集聚模式。北京的798艺术区堪称自然集聚的典型。该园区的管理相对粗放式，是“艺术范儿”的共同属性使得这一园区闻名遐迩。浙江乌镇从园区角度来看，也可视为“拆了围墙的园区”。水乡小镇之所以具有巨大的影响力，“艺术乌镇”的定位为“文化+”打通了集聚的逻辑，而大量的生活便利设施、传统和现代兼具的文化场景、丰富的节庆活动等，都是支撑“园区和社会结合”的关键要素。

从有围墙的798到没有围墙的乌镇，园区的空间发展并没走到极限。随着互联网发展，许多网络服务型园区应运而生。其中，“猪八戒网”作为全球最大的众包服务交易平台之一，一举解决了中心城市的高房租、高投入硬件问题，解决了人才外包问题，还为企业提供了从工商注册、形象设计到发票税收等全生命周期的运营服务。

祁述裕说，不同的时代、不同的地域可能催生不同的产业集聚模式。园区能够突破物理空间的想象，其背后是对“因材施教”“因地制宜”的科学思维，是产业集聚模式的一大进步。对长三角而言，生态资源丰富、中心城区寸土寸金的、怀抱高等院校的、各种资源属性的土地，可各寻良方，也可多种模式相互渗透运用。

承载价值意义的奇思妙想，才能真正提升文化软实力

从“我的军装照”到“幸福照相馆”，从敦煌壁画的“数字供养人”到首届进博会的“小程序+小游戏”，即便没有亲身参与，想必许多人也在朋友圈里见过这些“刷屏行动”。当腾讯公司副总裁、华东总部总经理张立军带来小程序背后的大数据，在座人们惊叹于互联网巨大能量的同时，也在思考：怎样的创意搭载“互联网+”，才能真正提升文化软实力，扩大正能量的影响力？

截至今年6月，中国的网民规模达到8.02亿，手机网民规模达7.88亿。“互联网+”之文化，是连接也是重塑。“张立军认为，“互联网作为一种基础，已融入和渗透到了文化产业的方方面面，激发出创新活力。首先，移动互联网的及时、互动、多媒体等属性，重塑了文化消费的方式；其次，重塑创作生态，让有才能的人都可以参与，和用户实现直接互动。”

互联网不会“论资排辈”，也没有传统文创产业的门槛，是一个对所有才华和所有奇思妙想敞开的机会式平台。但这并不意味着，任何创意被互联网加成，都能释放出有益能量。在企业家看来，必须把握好三层关系，互联网才能融入长三角文化产业更高质量一体化发展：一是经济价值与社会价值的关系；二是满足需求和满足要求的关系；三是传承与创新的关系。

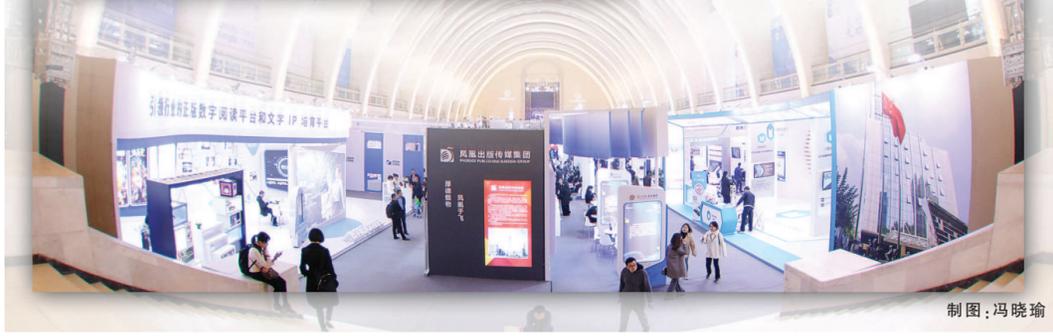
比如创造了全球融媒体产品世界纪录的“我的军装照”H5产品，之所以能获得10.74亿用户青睐，创下每分钟117万张照片生成的流量峰值，产品背后“庆祝建军90周年”的核心价值，当属首要。文化产业何其特殊，它既有商业价值，也被赋予了文化价值，而后者无疑是灵魂。长三角文化融合与创新发展的进程中，承载文化价值的创意才是长久的“硬通货”。



▲上海展览中心序厅，直径18米的原创巨型环幕电影《江海交汇，国之重托》滚动放映。
▶视频网站哔哩哔哩的展台上集中展示国产纪录片。
▼沪上知名企业老凤祥展示工艺精巧的金饰品。均本报记者 叶晨亮摄



■长三角文化产业更高质量一体化发展进程中，没有一成不变的模式；与此同时，知识驱动、创意引领，尤其是承载了文化价值的创意，可以消解许多门槛，是文化产业中真正的“硬通货”



制图:冯晓瑜

让江南文化成为拉动长三角高质量一体化发展重要引擎

■本报记者 邵岭

站在长三角区域一体化发展上升为国家战略的新起点上，源远流长的江南文化，能够为其注入怎样的精神动力？在昨天举行的首届长三角国际文化产业博览会主题论坛“江南文化与新时代发展”上，这个话题成为沪苏浙皖四地专家学者共同关心的焦点。嘉宾们认为，江南文化为长三角地区构筑了共同的精神家园，也将成为长三角地区更高质量一体化发展的优势所在。

江南文化是长三角地区共同的精神家园

在许多专家看来，“一体化”为长三角地区的发展给出了非常科学的定位。事实上，沪苏浙皖是最有条件走区域一体化发展道路的，因为长三角地区有共同的精神家园；而构筑这一精神家园的，就是源远流长的江南文化。

上海市社联主席、研究员王战认为，正是在长期的历史发展中，形成了江南文化有别于先秦文化和中原文化的几大特质。比如远距离商业活动造就的对信义仁智礼的信奉和恪守。所谓远距离商业活动，指的是大运河开通之后产生的南来北往的贸易活动，打破了原先一手交钱一手交货的经商模式。这个过程中产生了浙商、徽商等经营群体，也使得信义仁智礼取代了原先从中原传来的仁义礼智信。也是在这样的过

程中，地域性的价值观发生了改变，科举得中不再位居价值链的顶端，经商成为一个值得敬重的选择。这一价值观沿袭至今，乃至我们可以从中发现，为什么改革开放40年来，江南出的企业家最多。在这个意义上，海派文化不仅仅是上海文化的一部分，更是江南文化的演进，是江南文化的3.0版。其所包含的东西方文化交流和区域性经济发展的特质，在苏浙皖地区也都普遍存在。

江南大学教授朱庆葆表示，江南自古就是一片生机勃勃的热土，经过几千年的变迁，经历了切断和重组、传承和创新，逐步发展形成了风格鲜明的区域特色文化。长期以来江南文化凝聚了蓬勃力量，始终支撑和推动着江南地域保持着持续繁荣发展。在今天，研究江南文化对于推进长三角区域一体化的发展，具有很强的时代价值。

江南文化将构筑长三角一体化发展优势

长三角一体化发展，瞄准的是构建世界级城市群。江苏长江经济带研究院院长成长春注意到，与美国东北部大西洋沿岸城市群、北美五大湖城市群、日本太平洋沿岸城市群、英国以伦敦为核心的城市群和欧洲西北部城市群相比，长三角的地均GDP和人均GDP都存在着一定程度的差距。在经济上进行追赶的同时，有没有实现弯道超车的可能？在成长春看来，文化应该

是长三角城市群独具的优势。

以文化作为切入点，构筑长三角高质量一体化发展的优势，是包括成长春在内的很多研究者的共识。上海社科院文化产业研究中心主任、研究员花建看来，如何提取江南文化的基因进行发展发扬，使之成为拉动长三角高质量一体化发展的重要引擎，是当下的迫切命题。他举例说，首届长三角文博会上展示了多个“第一”和“最”，都代表了产业未来的发展方向，这就是江南文化中尊重工商、求新善变的基因，可以转化成在全球化竞争的背景下锐意进取、不断探索新的市场空间的勇气和敏锐度。

今天，长三角地区对外贸易与交流合作已经从跨省跨区域发展到了跨全球，比如随着中法合作项目“临时蓬皮杜”的尘埃落定，从2019年开始，一项五年展陈合作项目将在法国蓬皮杜艺术中心和上海西岸之间展开；基于此，江南文化中所拥有的信用为本、尊重市场规律的品格，理应在现在和将来的长三角建设中得到进一步的发扬和贯彻。与此同时，江南文化中固有的精于专业、善于分工、坚持一业的传统，也完全可以有效转化成新时代发展文化产业的过程中孜孜不倦探索新模式的韧性和耐力。“江南文化并不是一棵老朽的枯树，也不是一块枯萎的池塘，相反，它和时代精神可以接通，是一条汹涌澎湃的大河。我们要将这种基因和今天的时代使命更好的对接，使得江南文化成为今天推动长三角高质量一体化发展的强大动力。”花建说。

长三角文博会主旨论坛举行 联手提升区域文化软实力

■本报首席记者 范昕

本报讯 首届长三角国际文化产业博览会昨天在上海展览中心开幕，长三角文博会主旨论坛同日举行。长三角文博会由上海、江苏、浙江、安徽三省一市党委宣传部联合主办，旨在聚焦服务国家文化发展战略，探索文化产业发展新模式，为全国文化改革发展提供可复制、可推广的经验；聚焦服务长三角区域一体化发展国家战略，加强长三角城市群协同协作，联手提升区域文化软实力，助推长三角经济社会发展；聚焦服务世界级城市群建设战略，在产业结构优化升级、城市核心功能增强中体现文化产业新作为，助力提升长三角城市群的经济创新力、产业竞争力和文化软实力。首届长三角文博会按展览、论坛、“区域联动”活动三大主体内容布局，努力呈现高质量、国际化、前沿性、丰富性特点。

当天举行的长三角文博会主旨论坛，以“长三角文化融合与创新发展的论坛上，专家们提出，长三角文化产业更高质量一体化发展进程中，没有一成不变的模式；与此同时，知识驱动、创意引领，尤其是承载了文化价值的创意，可以消解许多门槛，是文化产业中真正的“硬通货”。处理好这对“变与不变”的关系，是长三角在文化融合与创新发展的必答题之一。

主旨论坛由上海、江苏、浙江、安徽三省一市党委宣传部与光明日报社联合主办。中宣部副部长孙志军，光明日报社总编辑张政，上海市委常委、宣传部部长周慧琳，江苏省委常委、宣传部部长王燕文，浙江省委常委、宣传部部长朱国贤，安徽省委常委、宣传部部长虞爱华分别致辞。上海市副市长翁铁慧出席。首届长三角文博会为期4天，至12月2日闭幕。

数字创意产业高地正在长三角地区形成

■本报首席记者 范昕

“数字经济被誉为打开第四次工业革命之门的钥匙，数字文化产业发展是一场深刻的变革。”“数字创意产业是当前文化产业的制高点。”这些令人振奋的判断，均来自昨天于上海举办的首届长三角国际文化产业博览会“数字经济拓展文化产业新空间”主题论坛。

之所以在长三角热议数字经济对于文化的赋能，是因为近年来这方热土已筑起国内数字创意产业的高地。前不久的双十一“猫晚”，亮出剧情式的跨媒体互动观娱乐新体验，让人们感叹“晚会还能这么玩”。当晚，阿里携手东方卫视、浙江卫视，与传统电视优势互补，当晚收视率破2，电视市场占有率18%，双双位居第一。几个月前惊艳世界的雅加达亚运会闭幕式“杭州八分钟”，同样是“江南智造”。这段表演将江南文化和智能科技完美交融在一起，向全世界展示了杭州的历史文化。

数字创意产业正迎来大爆发

“我们正在经历数字化革命。大数据、云计算和人工智能等，都已成为今天这个数字化时代全新的生产工具，推动着社会更快向前发展。”阿里巴巴文化娱乐集团区域总经理李德顺说。工信部调查显示：数字化智能化改造后，企业生产效率平均提升超30%，运营成本降低20%。数字化对于文化产业的改变，同样如此深刻。其震撼力，从两年前的写稿机器人“DT稿王”中，便可见一斑。“DT稿王”报道篇目异动，平均每天可发布1900篇公告，相当于一位资深证券编辑100小时的工作量。

在与专家看来，这样的改变才刚刚开始。眼下，世界各国纷纷推进经济数字化作为实现创新发展的重要动能。在中国，数字创意产业正迎来大爆发。短视频、手游、直播、电竞、网络大电影等种种正当红的事物，都是其中的代表。李德顺指出，到了5G时代，网速的制约被彻底破除，极大提升用户娱乐体验，视频、直播等业态都将实现新一轮的飞跃。

数字创意产业还在不断刷新着人们的想象。咪咕数字传媒有限公司总经理张燕鹏就描绘出了一幅AI赋能数字阅读的新图景。不久的将来，用户可以根据喜好选择声音，通过先进的语音处理技术拥有属于自己的个性化阅读方式，借力全息投影等技术，视听体验还将实现从二维到三维的升级，看到作者、明星甚至故事情节等立体场景在阅读设备上——呈现。

变革有多深，思考就应有多深

“现在的数字文创产业，更多的是一种亚文化，注重流行、娱乐、消费，却忽略了更为经典的东西。像是直播、短视频，追求的是明星经济、粉丝经济、流量经济。”上海戏剧学院院长黄勇直言。在他看来，今天发展数字文化，需要处理好与传统文化、经典文化的关系。创意巨头迪士尼对于经典的开掘，或许值得对标。迪士尼从未停止对各种优秀传统或经典文化的创意转化。20年前它们甚至曾将花木兰这个中国传统故事开发成动画电影，让这个中国姑娘鲜活、饱满地走向世界。大丰实业董事长丰华也提到：“许多企业在打造文化品牌时，挖掘内容的能力还很欠缺。”他认为长三角兼具深厚的历史文化底蕴与鲜明的现代气息，拥有西湖、大运河等世界文化遗产，也积淀了极其丰富的非物质文化遗产，在数字文化的内容创作、业态创新和国际传播等方面其实大有可为。

不止一位专家观察到，粗放式发展是今天数字文创产业的尴尬处境。国内大多数数字文创产品还停留在模仿阶段，制作粗糙，缺乏一种内在的追求，更不用说形成品牌。未来，文化与科技如何实现更好的平衡和融合、数字新技术如何精准运用于文化创新，值得深思。前不久刚于中国上海国际艺术节亮相的罗伯特·威尔逊的《睡魔》，就是令人叹服的一例。已经很难说《睡魔》是一部怎样的剧了，它却让人看到舞台艺术大集大成的模样，高科技舞美灯光与演员天衣无缝的配合。“文化产业是一种特殊的产业，一定要有产业之外的追求。它所生产的是产品，也是作品。越是不简单追求GDP增长，越是走得远。”有人这样感叹。

“数字文化技术的发展远远超出我们的想象，而相关的人才培养与成长却非常慢。未来，数字文创的比拼，说到底就是人才的竞争。”李德顺指出。