

名家访谈

上海社会科学院文学所所长荣跃明谈文化产业的高质量发展——

用市场力量疏浚长三角“文化大运河”

■ 本报首席记者 杨逸淇 记者 陈瑜



【核心观点】

将高速增长的区域文创产业作为加快长江三角洲区域一体化发展的新动能，迫切需要区域内各地区业界、学界和管理部门共商新的协调协同机制，重点是深化和提高区域市场一体化程度，让内容、设计、创意、技术、工艺、人才、资本等各种生产要素在充分流动中实现最优配置。

形成匹配一体化发展的文化认同机制

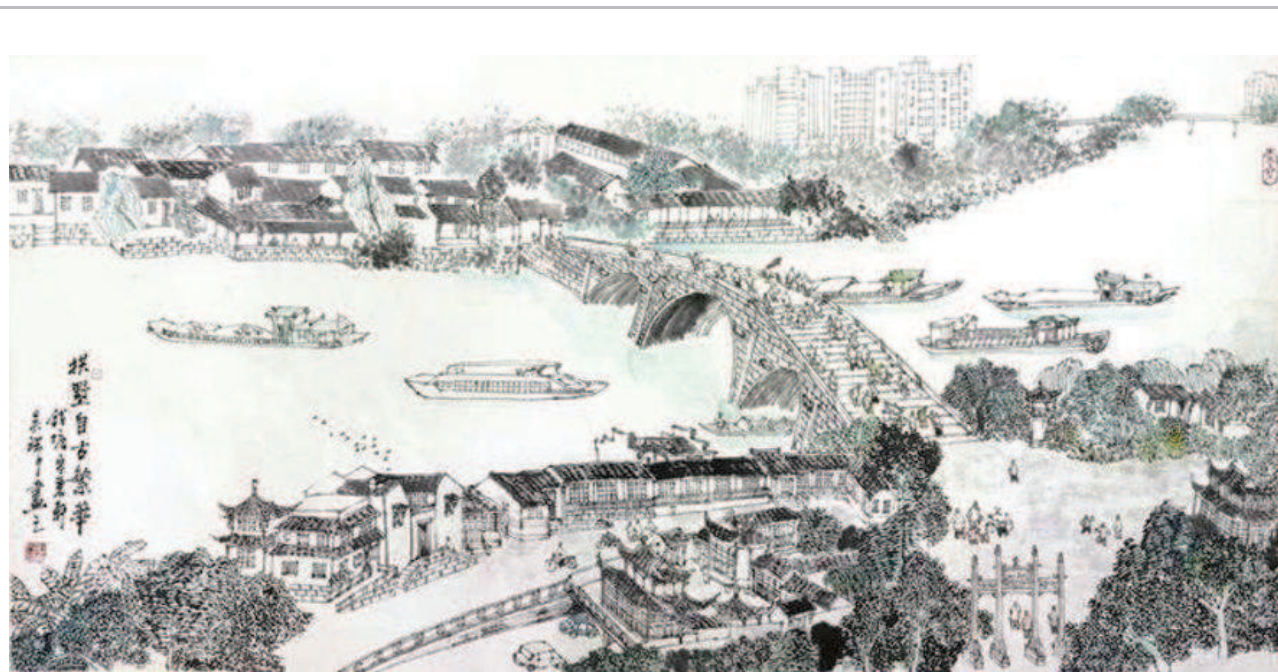
文汇报：吴文化、越文化、海派文化、皖风徽韵……古往今来，不同文化在长三角地区“合和共生”，造就了江南文化海纳百川的胸怀。推进长三角一体化，如何开发好丰厚的文化宝藏？

荣跃明：历史上，无论是经济还是文化上，江南地区都曾经形成了一个相互依存、互为关联的有机整体——这得益于隋唐以降大运河的开凿和通航，南北人口、生产技术和文化艺术得以在此交汇融合。两宋时期，江南地区已成全国经济重心，且从此成为历朝历代重赋之地。明清江南，经济社会呈现鼎盛景象，作为地域文化，江南文化是多元融合的中华文化主脉之一，展现了传统中华文化发展的一种极致形态。

就当下而言，我认为“江南文化”既无处不在，又难觅其踪。所谓“无处不在”，是指江南文化以传统的民居民俗、山水园林、诗词曲艺、手工技艺等物质或非物质文化形态在长三角地区随处可见，但只是作为文化遗产，需要人们用心呵护，才能传承延续；所谓“难觅其踪”，是指江南文化赖以存在和发展的经济社会基础已经发生翻天覆地的变化，如果不能与时俱进地推进地域性传统文化创新性发展和创造性转化，江南文化与当代人的生活渐行渐远难以避免。

文汇报：也就是说，对长三角一体化发展而言，仅意识到文化储量丰厚是远远不够的，关键是如何把江南文化中开放包容、敢为人先、尚德务实、崇文重教的精神内核转化为支撑长三角长盛不衰的力量？

荣跃明：是的。江南文化的这些精神与今天的市场经济基本价值取向是一致的，在今天阐述它们的当代价值，把它们转化为整个区域的思想文化共识，是非常有基础的。从现状来看，因自然地理、城



吴理人《拱宸自古繁华》

乡结构、经济特点的不同，长三角各地已经形成了差异化的地方文化发展模式和形态。在一体化发展的影响下，各地在文化方面展开了积极的合作和联动。不过，这种发展没有显现出三地经济那样的融合趋势。因此，我们迫切需要在精神层面上疏浚出一条“文化大运河”，利用好江南文化这一长三角地区共同拥有且无可替代的历史记忆和文化资源。

以前，各地区认同的还不是江南文化，有的强调海派文化，有的强调越文化，地方色彩更为浓厚。现在我们需要意识到，这些都是江南文化这条“运河”中的不同“河段”，大家都是一脉相承的，只是风景不同。因此，要在思想上形成区域共识。“疏通淤积”，就是将传统的江南文化与长三角一体化实践连接起来，让江南文化的当代价值充分涌现，形成与一体化发展相匹配的文化和价值认同机制，进而在协调共进中打造出新的区域文化——“新江南文化”。

率先推进长三角文化市场一体化水平

文汇报：曾经，人们讲“文化搭台，经济唱戏”。今天，文化自身的“经济地位”也越来越重要。比如在上海，文创产业已经跻身八大重点产业。您认为随着长三角市场体系一体化水平的提升，文创产业的发展有哪些新机遇？

荣跃明：统一的大市场有利于激发市场主体活力，有效扩大内需，增强整个区域的发展动力。当前，供给侧改革、经济结构调整和消费升级等因素，为在长三角区域率先推进区域文化市场一体化，提供了非常好的机遇。长三角是我国率先实现全面小康的发达地区，富裕起来的民众精神文化需求日益高涨，推动了区域文化产业高速增长。2018年，长三角区域各地区文化产业年增长率达12.4%，新增产值在

地区经济总量中占比超过5%，率先成为地区经济结构中的支柱产业。

具体而言，人们现在追求品质生活，对于吃穿住行这些基本需要，是要更好地强调服务、体验、品牌、质量，这些都是文化需求，这种文化需求和文化消费在与一般的物品消费进行合流，这是消费升级的大趋势。此外，伴随社会信息化的深度展开，传统经济竞争已经转变为传播力和影响力竞争，而文化发展是增强传播力和扩大影响力、提升经济竞争力的基础。因此，经济与文化融合发展已不仅仅是趋势，也已成为微观经济的常态。从文旅旅体一体化、艺术进商圈、再到田园综合体和特色小镇建设，等等，不仅扩大了文化创新发展的空间，也是地区经济创新转型和高质量发展，进而支撑中国经济在结构调整和动能转换中抵御风险、保持稳定的重要着力点。

文汇报：您认为如何围绕“高质量”“一体化”，编织长三角文化融合发展的“同心圆”？

荣跃明：长三角文化融合发展，要聚焦重点领域和关键环节攻坚突破。推动文化产业发展要考虑如何更好地解决当前社会发展需求。举个例子，现在长三角地区许多城市都有大剧院，但这些设施大都利用率不高，因为缺少内容资源。某三线城市的大剧院，因为演出少，剧院运营维护成本非常高，仅一天的电费就要几万元。长三角许多城市都希望引入上海高水平的剧场管理经验和模式。事实上，长三角不少城市演出少，尤其是国际水平的高质量演出比较少，许多人会特意跑到上海来看，这说明大家的文化需求是很旺盛的，有很大的市场空间潜力。问题怎么解决？上海要发挥龙头作用。上海的演艺发展水平是长三角里最高的，已经打通了内容资源的内外联通，有国际电影节、国际艺术节等内容交流交易平台，国外引进节目非常多。上海要主动地把好的内容资源与长三角各城市已有的良好设施基础结合起来，以文化产业经营和管理经验，有效地和各地进行对接，通过打响、提升和扩

大城市文化品牌的传播力、影响力，共同把产业做大。

让生产要素在充分流动中实现最优配置

文汇报：当前，沪苏浙皖四地文化产业互学互鉴，人工智能、电竞、“科技+”……各服力量合纵连横。在您看来，长三角文化产业最大的特点是什么？

荣跃明：我认为它是它与网络新科技结合得非常紧密。特别是在互联网娱乐产业上，是全国最大的。比如网络文学，集中了全国70%文学网站的阅文网，总部在上海；还有电竞产业，国内外知名的大型赛事、最顶级的俱乐部和战队，不少在上海。而相较之下，国内其他片区的文化产业发展，还是跟当地的文化特色结合得更为紧密。

尽管长三角地区文创产业发展走在全国前列，形成了基于互联网的新型文化市场业态，但如何避免“各自为政”，防止无序、同质化和低水平竞争，应当是当前推进长三角区域一体化必须解决的大问题。文化产业发展既有传统业态也有新业态，各行业发展阶段也有先后，比如，现在电竞产业还处在遍地开花阶段，尚未出现地理上的集中趋势，“大家搞这个，我也搞这个”。但电影产业在中国已经出现了地理集聚趋势，长三角是中国影视产业集聚化、产业化程度较高的地区，有上海车墩影视基地、江苏石湫影视基地、浙江横店影视基地等。但在影视行业竞争日益激烈的当下，任何一家都不可能单兵作战，一家独大，因为除了拍摄场地外，还有内容创作、后期制作等复杂环节，很难一家完成全要素、完整的产业链，必须根据各自的特点形成分工合作的关系。

文汇报：那么，您认为如何才能形成一种资源共享、优势互补的产业合作生态，进而引领区域经

整体向创新经济转型？

荣跃明：从全球范围的经验来看，文化产业的分工合作也是一种趋势。比如说电影行业，作为文化产业中最高级的产业形态，持续处在新技术应用和创新发展之中，哪怕是已经形成全世界最成熟产业链的好莱坞，受到市场规律的影响，它也在不断进行结构调整，因为电影制作很多环节的生产成本在不断提高。另一方面，新一轮电影产业全球化进程已经启动，在未来，全世界能够拍摄电影的国家是否可以拥有独立完整的电影产业，取决于这个国家要有足够的市场规模、内容制作水平和新技术开发应用能力。目前看，在新一轮全球电影产业竞争中，只有美国、中国和印度三个国家有实力形成独立完整的电影产业体系，其他国家做电影全产业链将面临越来越大的困难，一定会是按照合拍片的形式，实际上是主动融入国际产业合作中，把许多制作生产环节放到成本更低的其他国家去做。最近大家可能会发现，有关布达佩斯的镜头出现在许多影片中，为什么？因为匈牙利专门开放了外景制作服务，为各国电影制作提供低成本的高效服务，就像我们的横店一样，许多电影剧本会根据这一特点来专门设计桥段。

所以，长三角的文化产业要形成跨区域的分工合作、避免恶性竞争，就需要协调，这种协调不是行政权力来规定你做什么我做什么，而是把一切交给市场，让市场来决定。政府要做的就是把市场关系理顺，打破市场壁垒。比如，按现在的演出行政审批制度，上海某剧团推出一个新节目，先要在上海进行内容审批，才能演出，如果到外地去演出，还要在当地再审批一遍。文化领域需要进一步“简政放权”。这一类审批能不能也实现长三角区域“一网通办”？

将高速增长的区域文创产业作为加快长江三角洲区域一体化发展的新动能，迫切需要区域内各地区业界、学界和管理部门共商新的协调协同机制，重点是深化和提高区域市场一体化程度，让内容、设计、创意、技术、工艺、人才、资本等各种生产要素在充分流动中实现最优配置。

荐读

《思想史研究课堂讲录（增订版）》（葛兆光著，生活·读书·新知三联书店，2019年5月）

本书的主题是中国思想史的研究方法。初编主要讨论现代西方新理论和新方法在中国思想史研究中的应用可能性，并讨论考古发现、图像、地图等一手资源是如何成为研究思想史的材料；二编将思想史研究的视野放入更大的社会文化史坐标中，力图向读者们展示不同研究视域下思想史的不同面貌。三编围绕一些海外中国研究名著的阅读展开，通过对这些论著的批评性考察，我们可以看到中国学界的不足和长处，并将对自我的审视放入更广阔的学术坐标系中，做了解“国际行情”的“中国学问”。



《国家与文明的起源》（[美] 埃尔曼·塞维斯著，龚辛、郭璐莎、陈力子译，上海古籍出版社，2019年5月）

本书建立族群、部落、酋邦和国家四阶段的社会进化模式，讨论了国家和早期文明起源的一般性轨迹和社会复杂化的动因。首先作者对文明和国家的概念进行了科学定义，回顾了各种文明起源的理论。然后对平等社会向等级社会过渡以及权力的制度化进行了探讨，并对前邦的概念进行了全面的陈述。接下来介绍了五个现代国家形成的民族志案例和六个古代文明形成的考古学案例，然后是对各种理论进行正反两方面的评价和小结。



《打开：周濂的100堂西方哲学课》（周濂著，上海三联书店，2019年4月）

“打开”这本书，为我们开启了一趟2500年西方哲学精髓探险之旅。这部西方哲学史，并不强求面面俱到，而是有所侧重，萃其精要，简略处一蹴千里，精华的地方则绝不吝惜笔墨，把西方哲学的精髓精髓抽取出来，构建成一个2500年西方哲学的完满骨架。而幽默风趣、“说人话”的语言，生动、鲜活、的例子，以及无数哲人的思想、人生，还有——八卦，则是它的肌肉、皮肤和流动的血脉。作者将哲学从纯粹思辨层面的高空精神体操，拉回到与我们柴米油盐的现实生活、我们活生生的生命体验密切相连的粗糙地面，让人在刺激之外也倍感亲切。

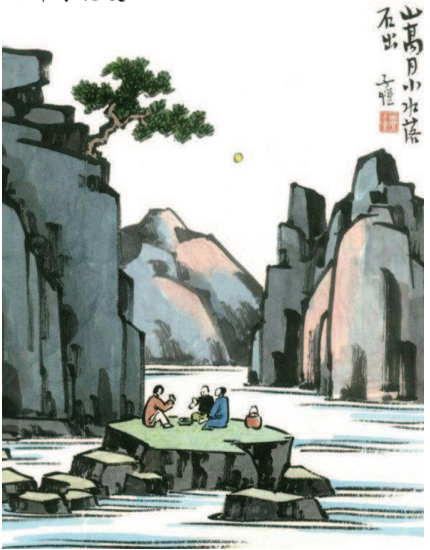


热点

“小火慢炖”，名人IP方能生成文化产业链

■ 陈瑜

▼ 丰子恺漫画



“名人故里之争”，人们司空见惯。西施、李白、曹操、诸葛亮、朱元璋、曹雪芹……这些历史人物的“所有权”都曾引发激烈论战。但是这一次，“战场”居然蔓延到神话人物：影片《哪吒之魔童降世》热映，引发了全国4地的一场“哪吒故里之争”。

然而，万变不离其宗，形形色色的“论战”背后都是经济利益之争。随着文旅特色小镇市场的火爆，名人IP成了“香饽饽”。借助名人效应提高曝光度，带动当地的旅游文化产业，本是一件好事。但是，如果争下某位名人的“所有权”，只是建个公园，立些雕塑，卖点纪念品，简单“复制粘贴”，

然后“大火爆炒”，这种开发模式是难以持续的。刚被摘牌的“乔家大院”景区便是前车之鉴。

文化产业的发展是一项系统工程，需要政府、企业、学界等多方合作和探索，以形成独具特色的文化定位。一味“蹭热点”，最后只能落得“一地鸡毛”。从这个意义上说，此消彼长的“名人故里之争”反映出某些地区在文化资源开发利用方面的急功近利。

那么，围绕名人IP，如何形成独具特色的城市文化产业？来自国内外的成功经验告诉我们，打造名人IP绝非立个“牌坊”那样简单，它更应该是一种浸入城市肌理的存在，它不仅诉说着历史，也与人们当下的生活息息相关——

例如，“漫画之乡”浙江省桐乡，依托丰子恺、沈伯尘等一批漫画大师的“名人效应”，积极打造“漫画圣地”，开办漫画校园，建立漫画创作基地，主办漫画刊物，“子恺杯”全国漫画大展已经举办了12届……类似地，在莫扎特的故乡萨尔茨堡，到处都是以他的名字命名的建筑，音乐家的印记遍布城市的角角落落。不仅如此，萨尔茨堡开发了一系列关联性文化产业，将“音乐”元素做到了极致：这里一年的音乐节和文化节多达4000多场，萨尔茨堡音乐节更是被誉为全世界水准最高、最富盛名的音乐节庆；《音乐之声》取景地也是当地的热门旅游路线。在这些城市里，人们在日常生活中就能真切

地感受到名人的文化气息。

成功的背后，是对文化资源的创造性转化，是历史与当下的有机结合。这需要社会各界共同努力——探本溯源，学界做好名人文化研究，避免“无中生有”；企业思考这些资源能不能转化为产业优势，形成文化产业的规模效应；平衡学术的静态研究与企业的利益先行，政府如何扮演好“摆渡人”的角色……

可见，利用地方名人IP打造文化产业链，只有遵循文化产业自身的发展规律，经历这样的“小火慢炖”，宝贵的文化遗产才能“活起来”、“火起来”，成为一座城市独特的文化符号，别人学不来，也夺不走。