

多元合作助推文化产业跨越发展

专访山东大学威海文化创意研究中心执行主任刘明教授

从90年代开始,华尔街就流传着一句话:“靠资本与技术主宰的时代已经过去,文化创意的时代已经来临。”十几年来,文化创意产业的发展已经形成巨大的经济浪潮,席卷了整个世界。韩国就是靠发展文化创意产业摆脱了金融危机,并且一跃成为世界五大文化创意产业强国之一。谈及文化创意产业的开发,山东大学威海文化创意研究中心执行主任刘明教授表示,中国自“十一五”以来,也把发展文化创意产业作为国家重大发展战略,要把文化创意产业发展成为国家的支柱性产业。特别是威海,与韩国地缘相邻,是公认的中韩交流合作的“第一平台”,如何抓住历史机遇,开展好这方面的工作,这是我们应当认真思考的问题。

本报记者

文化创意产业的黄金十年

“今后10年,是中国文化创意产业的黄金时代”,采访伊始,刘明教授表示我国文化创意产业的发展遇到了千载难逢的机遇期。

他说,在这样的大背景下,来探讨中韩文化创意产业的合作与交流意义非常重大。对威海而言更是如此,威海与韩国地缘相邻,是公认的中韩交流合作的“第一平台”。长期以来在经贸领域已经取得了辉煌的合作成果,积累了丰富的合作

经验。

目前,威海市正在加速推进中韩(威海)经济合作示范区建设,文化创意产业领域的合作是其中一个非常重要的方面。

刘明教授表示,文化创意产业是一个“无边界产业”,其基本特点就是“跨界融合”。发展文化创意产业的根本观念就是通过“跨界”促成不同行业、不同领域的重组与合作,从而实现经济文化的大幅度提升。

因此文化创意产业的区域合作是一项极其庞杂的系统工程,它涵盖了政府部门、企事业单位、相关行业、中介环节、具体项目等诸多方面的合作。因此,必须建立多元化合作体系,必须建立起以政府为引导、以企业为主体、多种部门和行业共同参与的市场化多功能互动平台。其中成立专门的文化创意产业主管部门至关重要,否则文化创意产业的区域合作就很难走向深入。

互补合作,配套完整文化产业链

“文化创意产业的跨越发展,非常重要的一点就是要形成互补性合作模式,共同形成完整配套的产业链,最终实现‘双赢’。”刘明教授进一步解释说,互补型合作模式是指以合作双

方各自具备的互补性“比较优势”为基础,联合建立专业化的分工协作体系,共同形成完整配套的产业链,最终实现“双赢”的合作模式。

就威海与韩国的文化创意

产业而言,韩国的发展相对较早,已经走在世界的前列,在高端原创和终端营销方面都具有明显的比较优势。

而威海的文化创意产业起步较晚,就目前情况来看,在许



图为山东大学威海文化创意研究中心执行主任刘明教授。

威海应积极对接中韩影视合作

影视业是韩国文化创意产业的强项。韩国目前已经继法国之后第二个有能力与美国抗衡的电影生产大国。刘明教授表示,韩国的影视业,不仅具有先进的发展理念和战略谋划,同时还具备完善的市场营销机制,并且形成了与旅游、服饰、餐饮、化妆品和电子产品等产业相互联系,相互带动的良性循环体系和不可分割的商业链条。而中国目前是世界上仅次于美国的第二大电影市场,并且在今后的5—7年将成为

世界上最大的影视市场。

具体到威海,刘明教授表示,得天独厚的自然风光和风俗文化,每年都吸引近百个影视剧组前来拍摄外景。文登正在建设中的中韩影音创意基地,拥有中国舒适度最高,山东省最大和最高级别的摄影棚。可接待各种类型的电影、电视剧和大型综艺类节目的拍摄,并且能够为影视剧组提供高品质的专业工作空间和全方位的生活配套服务。同时,威海还有中央电视台的威海影视

城,荣成的爱莲湾影视基地、三和影视基地以及乳山的三花影视基地,影视资源极其丰富。

从国家政策层面上来看,韩国对影视出口的支持力度很大,影视产品出口支援70%的经费。7月份中韩正式签署了《中韩关于合作拍摄电影的协议》,其中规定,中韩共同制作的影片,在两国都可以作为国产电影上映,并享受各自国内对国产电影的保护政策,不再受进口片条件限制。“这个合作

多方面还属于未开垦的处女地,空间广阔,资源丰厚,存在着巨大的市场潜力。再加上两国政府都在积极促进文化创意产业的国际化,这便形成了互补型合作的良好态势。

很大,必将极大地促进中韩两国的影视合作,估计很快就会出现一个合拍热潮。”刘明教授建议,威海与韩国在影视业的合作应该乘此东风快速推进,可以在文登中韩影音创意基地的基础上,进一步展开全方位合作,并以此为龙头带动全市的影视业发展。威韩双方,要整合比较优势,联合制定发展战略,共同打造具有国际竞争力的影视合作联盟,把威海市发展成为中国和东北亚独具特色的国际影视拍摄制作中心。

文化养老产业 市场潜力巨大

目前,中韩两国共同面临着严峻的人口老龄化问题。据预测,“十二五”时期,中国60岁以上老人将达到2亿多,占全球老年人口的20%以上,居世界首位。韩国到2018年65岁以上人口将占全国总人口14.3%。刘明教授表示,近几年,中国特别重视发展养老服务产业,先后出台了多项政策和文件。但中国的养老产业尚处于发展初期,还存在许多问题。而韩国在这方面已经积累了自己的成功经验,并且建立了一整套行之完整的行业管理制度和准入标准。

“目前,韩国的养老产业经济发展得如火如荼,已经成为一个重要的经济板块。而威海是世界最适宜人类居住的范例城市,是道教文化的发祥地,拥有深厚的养生文化和优越的自然环境,养生条件世界一流,因此威海与韩国合作发展文化养老产业的条件非常充分。”刘明教授介绍,今年5月,首届中日韩养生文化与养老产业论坛在北京人民大会堂举行,目的就是想建立一个养生文化与养老产业的合作交流平台,以便形成优势互补、共同发展、共享繁荣的局面。

文化养老产业是一个市场潜力巨大的朝阳产业。目前老年人群中积累了庞大的消费能力。据《中国老龄事业发展报告(2013)》显示,“老年人口消费规模2010年已经达到1万亿元,预计到2020年将达到3.3万亿元。”现在文登区已经打出了“中国长寿之乡”、“滨海养生之都”的城市名片,并被誉为“中国老年人宜居宜游城市”,文登区委区政府把文化养老产业作为带动经济转型升级的主要产业。刘明教授认为这个发展定位非常准确,不仅文登要这样,整个威海市都应该这样。不仅要做“中国老年人宜居宜游城市”,而且要做东北亚,乃至全世界著名的老年人宜居宜游城市。要大力发展先进发达的文化养老产业与最适宜人类居住的范例城市相匹配,而要实现这一点,争取国际合作,尤其是与韩国的合作是一条非常重要的途径。

威韩旅游深度合作有较大空间

“威海与韩国在这方面的地缘优势十分明显,已经受到了双方政府的高度重视。去年年底,威海市与韩国旅游发展局签署了合作协议,并且共同策划推出了‘威韩连线’旅游产品,已经取得了良好的效果。”刘明教授表示,这仅仅是一个开端,威海应该进一步全方位融合韩国发展文化旅游的成功经验和开发方式,尤其要在旅游景点和旅游商品的“精致化”、旅游产品的营销方式以及旅游活动的民族化等方面进行深度合作。

在韩国,无论是旅游景点设计还是旅游商品开发,都紧紧围绕展示本民族的传统文化精心策划与打造,从而使一些看似不太重要的景点都能成为

特别火爆的旅游热点。

刘明教授以“大长今村”进行例证,它是电视剧《大长今》拍完后保留下来的拍摄外景地,类似的景点在中国也有很多,但是像“大长今村”这么热的不多。原因就在于策划设计水平不够,精致化打造不到位,营销方式陈旧落后。大长今村开放的第一年游客人数就突破了30万。在它的示范效应下,前往韩国的外国游客增长了15%,其中日本游客创下了年240万人的纪录,为韩国带来的外汇收入超过10亿美元。

相比之下,威海的旅游资源虽然很丰富,景点也很有开发价值,但大多还处于粗放经营阶段,比如海驴岛、烟墩角以及海草房,都是非常珍贵的特

色旅游资源,现在都还没有得到很好的开发,基本处于自然状态。在旅游购物品的开发方面,威海的基础也很薄弱,除了海产品外,本地开发的旅游纪念品非常少。

而韩国的旅游购物收入已经接近旅游总收入的2/3。在旅游产品的营销方面,韩国的经验更值得借鉴。他们特别善于在影视中非常的自然融入旅游景点的“植入性广告”,从而获得“井喷”效应。

韩国的许多景点都是通过影视的广告效应打响的,比如很少为人知道的牛岛因为韩剧《人鱼小姐》而名声大噪;外岛也是因《冬季恋歌》而成为爱情岛,每天吸引成千上万的游客;《蓝色生死恋》中的阿爸村,过

去连本国人都很少去过,现在已经成为著名的旅游胜地,是外国游客的首选。

刘明教授建议,威韩可以考虑,共同策划拍摄一系列以威海旅游景点为背景的影视作品来促进旅游业的发展。他说,举个简单的例子,如果中韩两国合作拍摄一部反映威海优越的生态环境和威海人崇高的环保意识的热播作品,比如可以以电影《天赐》感人的拍摄过程和当地保护大天鹅的美好故事为原型来创作一部唯美动人的故事片,将海驴岛、烟墩角以及海草房等独特风光自然的植入其中,拍得好,这些景点也很有可能会产生“井喷”效应。当然这还要取决于编剧与导演的水平。