

以特色文化产业园区推动产业发展

范建华

在世界文化产业的版图上，诸如美国硅谷、印度班加罗尔、中国中关村，已经成为软件信息产业的地标，而美国好莱坞、印度宝莱坞则是电影工业的代名词，再如伦敦西区、美国百老汇是戏剧艺术的汇集地，纽约苏荷区、北京798是艺术创意园区的典范。这些文化产业园区以其强大的吸纳和辐射力，对区域经济发展作出了巨大贡献，其发展速度和效率也成为各家企业、政府效仿的范本，它们共同的特点，则是以集约化、规模化和专业化的文化产业发展方式，实现了文化经济规模和范围的扩张。

文化产业的规模化要求进一步优化文化产业的空间布局，提高文化产业间分工与合作的水平，加速文化市场要素的流通，提高文化产业资源配置能力。我国文化资源丰富，文化形态富集，但在文化资源的商品化和市场化过程中，却难以实现规模化。究其原因，文化资源与其他资源相比，文化资源本身并不具独占性，也不具备属地原则。也就是说，拥有资源并不代表能够占有资源。尤其是无形文化资源，尽管孕育形成于某一地区，并带有这个地区浓烈的色彩，但在经济全球化趋势愈来愈明显的今天，代表着全人类共同需求的文化产品往往具有更强的市场竞争力。因此，过分强调自己的文化资源优势，不努力尝试具有全球战略

眼光和共同需求的文化资源商品化，对文化产业来说是于事无补的。

文化产业的集约化发展，要求进一步提高文化产业的发展质量，增加文化产业的要素含量，加强文化产业的要素投入，增进文化产业的要素组合。粗放型经济增长方式是高投入、高消耗和高成本与低产出、低质量和低效益型经济增长方式；与之相对应，集约型经济增长方式可以界定为低投入、低消耗和低成本与高产出、高质量和高效益型经济增长方式。诚然，依托优势和特色资源发展文化产业是我国文化产业发展的主要方式之一，但有些地区在发展文化产业时，却一味地强调自身的文化资源如何具有优势，并且把文化资源优势在产业发展中的作用过分拔高，以为具备了资源优势就一定能把文化产业做强做大。事实证明，丰富的文化资源是文化产业发展的主要元素之一，但非集约化的文化产业发展方式过于粗放，强调依赖资源消耗，尤其是不注重生态文明建设的文化产业开发，往往缺乏增长的可持续性。

文化产业的专业化，要求进一步提高文化产业的核心竞争力，突出文化产品和服务的特色，放大文化资源的优势，凸显文化品牌的个性。我国文化资源分布广泛，文化产品数量众多，但却缺少具有较强全

球竞争力的文化精品，更鲜有在世界舞台上发出自己的声音。其根本原因在于我国缺乏专业的、基于产业链的文化产品生产的分工与合作机制，缺乏以现代企业制度为核心的逻辑结构，文化产业的高端化发展趋势与低端化经营管理矛盾突出，总体上还未形成较强的文化品供给体系，也未形成一批在国内外有影响的大型文化企业集团。

综观世界较为成熟的文化产业园区，无不是建立在依托特色文化资源、依赖特色区域资源禀赋，或根植于特色城市文脉的基础上发展起来的。可见，以特色文化资源为基础优势，以市场化经济和现代金融手段为杠杆，打造着力于转变文化产业发展方式，实现产业结构、需求结构和要素结构优化的特色文化产业园区，是推动文化产业集约化、规模化和专业化发展的重要路径。

特色文化产业园区是实现文化产业规模化发展的重要载体。在新经济地理中，集聚是向心力与离心力共同作用的过程，成本、供给与需求决定了产业的关联与流动。正是文化产业的集约化发展要求，使文化产业园区以规模化的空间形态不断进行优势文化要素的整合，广泛地吸引人才、资本、技术等文化产业园区发展的必要条件，并在一定地理空间和区域内实现集聚。同时，特色文化产业园区也是实现

文化产业集约化发展的重要形态。作为低污染、低耗能、高附加值的文化产业，首先是转变经济发展方式的重要路径和突破口。其次，其本身的发展也面临着更为深刻转型升级。文化产业园区的诞生有效推动了传统产业的转型和升级。文化发展制度的完善，文化发展环境的优化，传统制造业中文化创意因子的提升，可进一步提高文化产业对经济的贡献率，推动传统产业有序升级作为文化产业发展的载体。特色文化产业园区还是实现文化产业专业化发展的重要工具。文化产业的专业化发展，对分工与交换提出了进一步要求，而两者均是促进经济社会发展的源泉，导致生产力的迅速发展和经济运行效率的提高。正是因为不同的要素禀赋专业化的特点，不同资质的禀赋使得不同的地区能够诞生不同行业的产业园区，园区的差异化竞争又降低了文化产品的成本，使文化产品的市场化进程进一步加速。

总之，文化产业的发展必须是速度和规模适度，规模与范围兼具，资源与资本并行，多样化和因地制宜相结合，资源节约与环境友好并重，市场经济与政府调控相结合的朝阳产业，是在不断探索和践行规模化、集约化、专业化发展方式基础上永远创新、永续发展的新兴业态。

(作者为云南省社科联主席)

中文版音乐剧《猫》：

一只“猫”的五种解读

本报记者 乔申颖

截至2012年12月23日，音乐剧《猫》中文版总票房超过7000万元。接过中文版《妈妈咪呀！》的接力棒，中文版《猫》继续为国内音乐剧市场加温。

连锁反应还在持续，有的已超出市场之外。无论从哪个角度看，这只“猫”已经成为值得解读的文化事态。

解读一：市场开拓

种棵大树好乘凉

参与中文版《猫》演出的演员，有不少是几年前国内音乐剧还没兴起时被迫出国发展的中国演员。说到回来参加演出，他们最看重的是新兴的市场。他们愿意和制作方亚洲联创一起做这件事：为中国市场种下音乐剧这棵大树，今后让更多热爱音乐剧的中国演员找到舞台。

对于制作方来说，在中国发展音乐剧不

仅需要热情，更需要眼光。先期来到中国市场的两部音乐剧是千挑万选的好树苗。用中国对外文化集团董事长张宇的话说，演艺业门类中，最适合产业化发展的就是音乐剧，因为它便于复制、适合多场演出。毕竟，有了规模化才谈得上产业化。而《妈妈咪呀！》和《猫》都拥有多个外文版本，已经在全球市场经受住了规模化、复制式发展的考验。

解读二：版权引进

向上游努力

音乐剧《妈妈咪呀！》、《猫》中文版制作人田元把音乐剧的产业链分为上中下三部分。像过去那样单纯的引进西方经典剧目是从中下游做起，而通过版权引进制作中文版，则是一次从上游做起的努力。

好的方面是，现在全世界都很重视中国市场。为了开拓这个市场，版权方给的价格都较低，从成本核算看比引进原剧更经济。

不过，成本并不是制作中文版的主要考虑因素，更多的是为了培育音乐剧的中国力

量。对观众来说，中文版更容易拉近距离；对演员和制作团队来说，世界顶尖团队手把手教是最快的提高方式。中文版制作最坚持的一点就是中文环境、中国人制作。外国来一个团队，中方往往派出几倍的人员，同一岗位多名替补。学习结束后，后期运营由中方全权负责。田元说，中文版音乐剧今天的发展离不开10多年的探索实践，从单纯引进国外剧目到制作中文版，再到原创剧目诞生，是音乐剧发展的必由之路。

解读三：团队合作

多一点黄金组合

亚洲联创成立于2010年，由3家公司共同投资：中国对外文化集团公司、上海东方传媒集团有限公司和韩国CJ集团。

其中，中国对外文化集团和上海东方传媒集团有限公司是老合作伙伴。早在2005年就和上海杂技团一起投资成立公司，推出了杂技剧《ERA——时空之旅》。这是迄今为止国内演出场次最多、累计票房最高的杂技剧。去年起，两家又携手地方，推出时空



上图 演员们正在紧张排练。



左图 中文版《猫》演出现场。

解读四：“走出去”

国际市场在身边

表现形式是引进，但中文版《妈妈咪呀！》和《猫》都被认为是“走出去”的典型案例。看似有点矛盾，但对张宇来说关键是理念不同。虽然是在家门口，但学习的是国际先进经验，等交完了学费能独立制作的时候，做出的产品自然带有国际化的基因。从这个意义上讲，完全可以把这一阶段的引进行为视作是“走出去”的预备期。

多年关注中外文化贸易，使张宇不自觉地考

虑“走出去”的问题。虽说看上去绕了个弯，道理却还是那个道理。我国文化产业起步晚，整体水平尚比较低。现阶段还处于学习提高阶段，要想像欧美那样以版权贸易为主，“走出去”成为国民经济重要力量，还需要艰苦的学习和消化过程。换个角度说，包括文化在内的整个国际市场正在东移，越来越多一流企业把目光转向华语市场，家门口的演练，其实已经身处国际之中，确实算得上为进军国外市场所做的预演了。

解读五：亦教亦乐

思想娱乐两不误

和《妈妈咪呀！》相比，《猫》更强调思想性。中文版《猫》的出现，让更多观众发现音乐剧原来不仅是嘻嘻哈哈、唱唱跳跳，也可以寓教于乐，或者说亦教亦乐。

看一场《猫》，可以总结出不少通过轻松的方式表达严肃思想的方法。但对国内文化产业从业者来说，理念层面的影响更甚于技术层面的意义。既然《猫》这样面向大众市场的作品完全可以把思想与娱乐结合起来，那么，我

们本土的文化产品当然也可以做到。更有意味的是，与一些论者对中国观众素质的看法不同，李性勋认为就音乐剧来说，中国观众比韩国观众接受面更广。在韩国，观看音乐剧的多以20岁到30岁的未婚女性为主，集中的观众分布导致市场成长空间不足和多类型作品发展的局限。而在中国，音乐剧观众分布较均衡。《妈妈咪呀！》和《猫》都拥有大量家庭和中年观众，这使他对中国音乐剧市场的发展潜力更有信心。

14版 文化·观察

重“创”轻“建”者

请退出

乔申颖

新年伊始，全国文化厅局长会上传来一则消息：2012年，通过专项督查，共有4家不符合要求的国家文化产业示范基地和105个国家级非遗代表性项目保护单位被调整或撤销称号。

在文化建设亮点纷呈的2012年，这样一则消息似乎有些微不足道。但是，联系到近年来文化建设“创建”热，个中的意义值得深思。

最近几年，全国上下文化建设热情高涨，各地纷纷投入大量人力物力“创建”示范基地、园区等等。客观地说，以“创建”的方式短时间内集中加快建设进程无可厚非。对当地政府来说，提供一个开展工作的抓手；对整个社会来说，也是一次文化发展的动员和宣传。但是，一些地方为创建而创建，园区挂牌之日就是创建工作结束之时，那就不可取了。

文化建设与其他领域相比，本来更需要涵养工夫。但加上一个“创”字，似乎就变成了短期行为，不仅浪费了社会资源，对文化发展也没有起到真正的作用。“非遗”申报也存在类似的问题。各地投入太多精力在申报工作本身，反而淡化了申报的初衷：对非物质文化遗产实施保护。

重“创”轻“建”自然也有深层原因，有的是因为盲目跟风，有的则是主动做出了利益选择。但无论出于哪种原因，退出机制的出现都斩断了他们的后路。

有关负责人表示，作为监管思路转变的表现形式之一，实行动态管理，今后这样的督查工作会制度化地定期进行。

进一步说，退出机制的引入，对于文化建设中毕其功于一役的浮躁心理也起到了警示作用。

文化的力量在于品牌，想建百年老店，就得有坚持精神。请重“创”轻“建”者退出，折射出的不仅是文化监管制度的完善，更是文化建设思路的调整。

图书馆里过文化新年



读者在北京国家图书馆阅读大厅读书。

元旦小长假，北京国家图书馆里读者络绎不绝，许多市民来到这里以读书休闲的方式度过元旦小长假。 王希宝摄(新华社发)



读者在河北省图书馆里阅读图书。

元旦假日期间，不少石家庄市民走进河北省图书馆，畅游书海，享受难得的休闲与惬意。 朱旭东摄(新华社发)

本版编辑 张 雅