

深圳文化创新 民间独领风骚

文/胡明 南方日报

雅昌（深圳）艺术中心推出世界最大艺术书墙（50×30M）展示上万种“全球最美的艺术图书”；华强集团带来特种电影、文化衍生产品、主题公园等展示；在新增的“创客展区”，柴火空间、创客火科技等展示诸多创意产品……本届文博会上，深圳在文化产业领域的创新成果将得到集中呈现。

实际上，文博会上创新只是深圳文化创新的一个缩影。“这些年来，深圳文化创新特色鲜明，产品、业态、商业模式等创新层出不穷。”著名学者胡野秋说。因为独特的移民文化以及市场环境，深圳的文化创新亮点频出。

现象：文化产业中常有小企业“走出去”

“这都是一些有意识的尝试和探索，而且很有成效。”胡野秋说。1993年成立于深圳市南山区的雅昌，最初的定位只是印刷业。经过多年的创新发展，它不仅在艺术印刷行业里摘掉了“质次价低”的帽子，还“破天荒”地创建了一种“艺术数据为核心，IT技术为手段，覆盖艺术全产业链”的商业模式，从微利的印刷行业跃到了“蓝海”中。

“雅昌的创新是体现在观念、商业模式上。如何将过去传统出版行业和其他产业有机结合，满足和创造新模式、新需求，是我们一直在探索的。”雅昌董事长万捷说，创新是雅昌集团贯穿在企业发展过程中的一个关键词。

建立艺术品图文数据库、推出专业艺术门户网站，运用国际领先的科技手段，打造覆盖整个艺术产业链的产品和服务，目前雅昌已将业务扩展到高端艺术印刷、互联网艺术信息服务、艺术衍生品开发和艺术

普及教育等领域。

今年，雅昌（深圳）艺术中心将首次作为深圳市文博会分会场与市民见面。该中心汇聚全球涵盖9个语种、国内外2000家出版社的50000种艺术图书，还集合美术馆、户外剧场、多功能厅等多个美学空间。该中心的推出被业内视为是创新之举——“不仅是艺术推广模式的创新，也为出版业的转型作了先验性探索。”

深圳的创意文化产业中，有一批规模虽小的企业，靠创新能力“走出去”，深圳文化创新的例子“太多了”——从华侨城首创“文化+旅游”模式，继而复制到全国，品牌影响辐射海内外；华强集团则是“文化+科技”发展模式，把工业流水线工艺和数据库技术引入动漫生产，提高动漫生产效率；A8音乐集团将战略重心转移到数字音乐和移动互联网方面的快速布局上，开发数字音乐产品……

背后：开放宽容的环境是创新基础

“深圳在文化创新上有自己的特色。”在胡野秋看来，深圳是移民城市，集聚了各种人才，与内地很多城市相比，深圳的人才更多元；毗邻香港，深圳的文化企业在创意上更国际化；深圳的创意文化产业又比较年轻化，不太会受条条框框的束缚。

万捷则认为，在深圳能够出现雅昌这样的公司，和深圳的大环境、深圳人观念的开放程度有非常大的关系。开放、宽容的环境缔造了许多人对文化的不同理解，这是创新产生的基础。万捷说，雅昌的很多创新都是围绕“艺术为人民服务”的理念。“比如对印刷出版，我们理



解中的出版更强调数据梳理和编辑应用，不仅满足人们的阅读需求，还满足其他多种需求。我们先通过数字出版改变原来出版物的形态，现在又探索把数字的信息变成物质的东西，具有装饰功能”。“文化本身是深圳的弱项，但深圳有其他优势，比如 IT 产业优势，这里的年轻人敢想敢试，大胆把这些优势的元素和文化嫁接。”在他看来，雅昌的创新也是将传统印刷出版和 IT 产业大胆结合的结果。

作为首批文化体制改革的全国试点，深圳文化管理体制创新的一个主要思路是政府由“办文化”向“管文化”转变，实现政企分开、政事分开、管办分离，吸引和鼓励社会力量参与承办。同时，通过每年 5 亿元的文化创意产业发展专项资金等补助重点扶持企业和项目，这样的氛围下，民间主体创新能力得到激发。

期待：希望政府更“隐形”更“给力”

如何让深圳文化产业的创新活力进一步释放？万捷表达了自己的期

望。“希望政府能继续采购项目，并且扩大采购项目范围。雅昌目前已经通过政府采购参与了一些政府项目，对企业发展帮助不小。文化创意产业中很多都是小公司，购买服务的方式对于他们的发展壮大能起到很大作用”。

邸叙然建议，深圳应该探索转变对文化产业的评价方式，发展文化事业不能单纯以金钱为标准，如果以钱为衡量标准，文化产业的发展也会变味，难以收到很好的社会效益。邓博弘建议，政府能少管就少管、能退出就退出。政府应该从机制上、土壤上倾注资源，如把钱用在知识产权保护上，如企业打产权官司，政府赞助律师费、诉讼费。

从 2003 年提出“文化立市”，到 2005 年提出文化产业要打造成为支柱产业之一，继而到 2011 年提出把深圳发展成为文化产业的龙头大市，再到 2012 年提出“文化强市”，深圳制订出台的一系列发展文化创意产业的政策文件一直贯穿这 10 年。