

**任广军**(无锡文化产业学会副会长兼秘书长):谈到人才引进,我认为这是一项系统工程。每个城市都希望引进人才,也都有相应的配套措施。但是,对于一个中小城市而言,即便引进一两个诺贝尔奖获得者,其产生的效应又能如何呢?因此,与其引进单一、单个的人才,不如建立更多的研究机构,搭建更多的施展舞台,创造更好的文化氛围,培养尊重知识、尊重人才的社会风尚。此

## 微论

外,从科技创新就是文化创新这一角度来看,人才引进不能局限于科技人才的引进,而更重要的是人文艺术领域人才的引进,然而这一点恰恰是无锡这样的城市所忽略的。因此,以个人之见,引进人才的最佳路径是办好一两所综合性的高等学校,成立几家高水平的研究机构。唯有如此,人才来了,才有发挥的平台,对话的对象,跳槽的地方,提升的空间,才是可持续的、切实有效的人才引进之道。



李佳

2018年,浙江省创意设计协会将继续以论坛、赛事、主题沙龙、创意研讨社、品牌活动、投融资对接服务、视频栏目等工作为基础,并进一步探索2018年文创领域新热点和产业趋势,对本年度工作进行规划。

2018年,浙江省创意设计协会工作首先从与会员单位的服务合作角度出发,紧抓会员资源共享计划,为会员单位提供信息推广、人才招聘、资源对接、融资合作、园区入驻等全方位、多样化服务。打造创意产品定制服务平台,面向社会提供商家专属定制服务,预计全年签约40余家合作商家,推出数十款特色定制产品。同时,对浙江省内乃至全国文创及相关产业资源体系进行更为深入的发掘、梳理、整合,对文创产业发展路径进行复盘与再规划,协会积极响应2018杭州文博会精神,组织第5届中国创意设计峰会、2018两岸创意民宿产业发展论坛及多场专题活动,并且联合杭州9大城区,组织举办2018杭州国际创意生活周系列活动,建立文创产业圈层发展新模式,打造地方文创生活方式新标杆。

为打破文创产业各行业领域壁垒、设计局限、思维固化的境况,发掘更多社会创意设计力量,2018年,浙江省创意设计协会举办“浙江省文化创意产品设计大赛”“金华市首届婺剧衍生品创意设计大赛”“嘉兴非遗吉祥物文创产品设计大赛”“2018第3届中国的椅子原创设计大赛”等品牌设计赛事,邀请更多更专业的设计

## 浙江省创意设计协会 创新文创产业圈层发展

■李佳(浙江省创意设计协会秘书长)

师群体共同参与行业项目及产品设计,并甄选优秀设计作品进行设计转化、落地生产与投放市场。

### 合资源 聚人才

针对文创企业的难题,协会开设创意引擎研讨社、东阳木雕小镇高校设计实训行动计划等活动,并举办“美刻奖”以及一系列不同领域的设计大赛,采用自主报名、企业单位推荐、高校人才推荐、定向邀请等形式组成每期学员,为更多具有创造性的优质设计人才提供发展和提高的学习平台。

同时,协会致力于资源合理充分运用,加强打造国际创意设计联盟及“酷创邦”投融资平台。其中,国际创意设计联盟面向全球创意经济组织和设计服务机构或其相关产业与单位,提供项目合作、供需对接、资源共享、优势互补等交流合作的综合性服务;“酷创邦”投融资平台以文化创意产业为主要领域,为企业单位提供项目融资辅导、1+X文创创业资源配置、投融资对接信息服务、小型投融资路演沙龙等专项文化创意产业的创业投融资社群服务,在全年预计开展线下活动14场,包含路演辅导5场、1+X创业产业资源配置合作对接4场、中小型路演3场、大型路演2场。其中大型路演与会规模人数据控制在250~300人,包含资方嘉宾约50人,参会企业100家。另外,《设计寻访》栏目继续作为协会2018年重点建设的微视频品牌栏目,以设计师的设计思想、设计作品、设计时间3大

主题为题材,采用人物访谈、记录、互动讨论形式,配合线下活动来诠释设计师的理念,推广企业品牌形象,坚持原创、深度定制、精准传播是设计寻访品牌的核心竞争力。

### 着力数字化产业和特色小镇

动漫是杭州文创产业中一张重量级“国际名片”,2017年6月,全国首个电竞数娱小镇正式落户杭州下城区。2018年,浙江省创意设计协会对于文创行业的关注点更多聚焦数字化产业打造。在“互联网+”的投资热潮下,移动平台多样发展,智能技术快速变革,影视产品内容升级,科技与文化的融合日益深化;传统文化资源在新业态中,传承发展、创新开发。

另一方面,特色小镇文化建设成为核心。自2014年云栖小镇首次被提及后,这种在块状经济和县域经济基础上发展而来的创新经济模式,成为新发展阶段创新探索的代表。2018年浙江省创意设计协会联合东阳市经济开发区管委会,助力打造升级版东阳木雕小镇,以东阳市当地传统手工艺术雕技术为主要研习对象,在小镇内开展高校实训行动计划、设计夏令营、实训设计与应用研究圆桌会议等活动,汇集高校专业学生、社会设计师、木雕大师、设计界专家学者等进行交流学习探讨,同时创建中国家具设计教学微信公众号进行运营维护,使得东阳市当地的木文化产业等特色优势产业得到社会的关注和支持,也能够将木雕技艺进行传承。



任广军

从经济规模来看,无锡的GDP已经在2017年跨入万亿俱乐部行列,然而文化产业占GDP的比重(2017年约4.38%)却与先进城市逐渐拉开了距离,仅略高于全国平均水平。是什么原因导致了这一经济与文化发展的不平衡现象?这是我们今年要重点思考和研究的问题。

**任广军**(无锡文化产业学会副会长兼秘书长)  
**无锡文化产业学会**  
**以科技实现文化“迭代”**

## 广州创意产业协会 提升广州创意与设计整体品牌美誉度

■李博陶(广州创意产业协会会长)



李博陶

2017年,广州创意产业协会紧紧围绕协会的宗旨制定目标,所组织的活动在促进创意产业发展和发现人才方面卓有成效,得到广州市委宣传部和广州市文化体制改革与文化产业发展办公室的大力支持和指导。

### 构建战略联盟 深化产业融合

广州创意产业协会把握产业融合的大趋势,在广州市委宣传部和广州市文化体制改革与文化产业发展办公室的指导下,适时成立了由数十家企业领衔组成的“广州城市品牌联盟”“广州文化创意与设计品牌联盟”,分别在广州大剧院和广交会展馆启动。联盟致力于搭建具有全球影响力的展演合作平台,在政府和产业之间发挥桥梁和枢纽作用。协会积极协调各方力量,承办多个重大项目,其中包括:组织广州旅游商品标志评审会及成果专集;组织多位专家评审广州城

市标志及广州《财富》论坛文创礼品;组织会展活动——广东创意城市博览会的广佛同城馆展项,展示广州文化与科技实力;承在广州召开的第22届全国工业设计学术年会暨2017国际智能创新论坛,联合主办GBDO广东之星创意设计奖评选等。

### 开展区域交流 服务创意城市

广州创意产业协会与北京、上海、天津等全国多个地方文化创意产业协会开展内容广泛的合作交流活动,如组织5位协会会员参加“广州对话《财富》世界500强企业”,举办中国文化创意园运营紫泥堂学习班。此外,协会特别关怀年轻创意人才群体发掘,在广州大剧院组织为期三天的“创客沙龙”创新创业活动,联合有关单位组织“中国智造驱动力沙龙”,与“广州城市品牌联盟”在第122届中国进出口商品交易会秋交会设立品牌形象展览。通过相关活动,对接人才和企业、资金、政策,充分发挥协会的综合功能和溢出效应,延伸服务链,拓宽价值链。

### 整合品牌优势 实现资源对接

广州创意产业协会坚持品牌创新的发展路线,并在此基础上融合广州文化创意和传播理

念。与广东省包装技术协会联合主办GBDO广东之星创意设计奖,并每年3月在广交会展馆征集启动,同期举办广州国际包装展。广东之星创意设计奖在广州大剧院举行评审会议、颁奖仪式及展览,包括有广州站、佛山站、深圳站等多个活动,还设有专项合作大赛“广东之星创意设计奖之广州轻工集团双鱼杯设计大赛”、广州文化创意专项奖。此外,协会还承接广州市旅游局主办的广州旅游商品标志设计大赛评选会和佛山市旅游局主办的旅游商品设计大赛。

### 加强自身建设 坚守社会公益

广州创意产业协会自成立以来,不断完善内部治理、规范运作,建立健全权责明确、运转协调的机制。通过开展各种形式的集体活动,努力提高成员单位的凝聚力和向心力。协会对内强化管理和团结成员,对外积极参与社会公益活动,如承办中国南粤古驿道文化创意大赛评审会,包括:前期组织大学生前往广东省内贫困山区开展调研和设计工作,并协助当地政府开发旅游资源,促进当地文化旅游发展;承接广东省首届图书馆杯“4·23世界阅读日主题海报创意设计大赛”评审工作;协会会长受邀出席广东科学中心和广州市教育局主办的“第6届广东省创意机器人大赛”评审委员,并作工作报告。

## 2018文创协会重磅打造地方文创品牌力

**李博陶**(广州创意产业协会会长):

2018年广州创意产业协会将组织一系列活动,发现、提升、孵化、加强对广州文化创意与设计整体品牌的宣传,传播广州文创产业品牌声音,以促进广州成为联合国“创意城市网络成员”为目标。主要开展以下4项活动。

一是发现能代表广州文化创意与设计的品牌。组织调研,设定品牌遴选机制和标准,征集、评选“创意100”和“设计100”系列品牌推广活动,汇编及发布,整合力量宣传广州文化创意设计品牌及广州代表企业品牌。建立运营“广州文化创意与设计品牌联盟”对接有关产业,对接国内外品牌资源。

二是加强品牌企业和文化创意产业对接并开展系列活动。配合政府服务好企业,促进广州市品牌的发展;提升产品文化品质,实现价值升级,提升品牌形象和品牌价值;同时,做好品

牌与品牌设计等相关服务企业的产业链上下游衔接和服务工作,打造产业服务平台,凝聚产业高端资源力量,推动若干在国内外有影响力的文化产业重大项目落地。

三是做好广州文化创意设计整体品牌。针对经过优选的广州文创与设计企业及品牌,创造机会与其他城市合作举办推介活动。

四是聚集优秀品牌,建立文化创意设计品牌集群。建立优秀品牌数据库、设计服务行业及文创产业人才数据库,促进联盟成员合力组建有代表性的文化创意设计品牌产品库和体验展示空间与场馆。

**李佳**(浙江省创意设计协会秘书长):我关注的文创产业现象无疑是杭州对于“中国电子竞技产业之都”的打造。动漫是杭州文创产业中最具代表性的行业之一,第13届中国国际动漫节完美收官,据初步统计,共有

139.45万人次参加各项活动,为5年来最多,累计交易、消费总额达153.28亿元。值得一提的是,杭州的动漫产业在“走出去”方面的确有着骄人的成绩。在浙江省发布“2017~2018年度浙江省文化出口重点企业和重点项目名单”中,杭州共入选8家动漫企业,8个本土动漫项目,而由中国美术学院副教授刘健自编自导的动画电影《大世界》也斩获第54届金马奖最佳动画长片奖。去年6月,全国首个电竞数娱小镇正式落户杭州下城区。前不久,杭州电子竞技峰会和英雄联盟高校狂欢周在杭州举行,成为杭州电竞发展的一个标志。峰会上,杭州提出围绕电竞产业布局上下游,积极打造“中国电子竞技产业之都”。2018年,杭州迎来中国最大的电子竞技职业赛事——英雄联盟职业联赛,这无疑在青年一代是备受关注的。杭州的电竞产业发展之迅速,让人无法不期待它在今年为整个文创产业发展带来的季候性效应。

**寻找无锡文化产业发展的个性化道路。**无锡文化产业停滞之症结究竟何在?我们认为主要是发展路径的问题。虽然这些年来各式各样的文化产业研究成果提出不少方略或模式,但这些观点往往忽视了一个问题,即不同城市之间的差异性。我们的理论研究都在寻找文化产业发展的一般规律,而忽视文化产业之于传统产业的特殊性,尤其忽视了特定区域之特定土壤的特殊性。今年我们接手江苏省社科联的一个重点研究课题——新时代无锡产业发展路径的研究,将围绕这一课题研究开展一系列的社会调查工作,通过走访企业、座谈会、研讨会等形式,发现无锡文化产业的真实问题和潜在优势,从中找到无锡的特殊性,探索一条适合无锡城市特点的发展道路。

就无锡而言,文化产业的行业结构无疑是制约其发展的一个重要因素,譬如缺乏龙头企业引领、偏重于辅助型生产、缺乏消费型产品等,但就无锡现有的国民经济规模而言,想要依托现有结构的调整获得GDP占比的大幅提升无疑是困难的。诚如文化研究理论所指出的,文化是一个“过程”,意味着文化不可能产生突变。文化产业究其本质而言是一种文化现象,那么我们就应该要求文化产业在短时间内产生爆发性的增长。这一点我们实际上是有过深刻教训的,譬如很多年前无锡的动漫产业曾经通过政策扶持获得短期的爆发,无锡动漫的原创分钟数一度名列全国前茅,然而这样的泡沫很快就破灭了。

**明确无锡产业发展3个出发点。**首先,要坚定文化自信,不但要相信自己的经济实力、科技实力和创新能力,还要相信自己的文化实力,不气馁于一时的沉潜,不迷信于权威专家的观点,不纠结于统计数据的迷幻,必须走出一条适合无锡市情之特殊性的发展道路。其次,要珍视文化的力量。近年来,尽管文化的力量在文化产业理论研究中不断提及,但在文化产业实践过程中,文化其实大多数情况下只是作为幌子或工具来利用,虽然这样的幌子从牟利的角度来看无可厚非,但文化之真实的力量却被遮蔽或稀释了。再次,要正确认识文化创意与科技创新之间的关系。人类历史发展过程表明,技术是一切文化或文明的基础,科技创新实际上就是文化创新。因此,当我们今天说文化与科技融合时,不是一种“叠加”的概念,而是一种以科技的手段实现“迭代”的概念。换言之,科技创新是一种“模式创新”,文化创意是一种“内容创新”,两者都是文化产业发展中不可或缺的因素,是一种相辅相成的关系。这一点在移动互联网、大数据和人工智能迅猛发展的时代尤为重要的。

值得关注的是,文化与科技的融合不应由文化去叠加科技,而是科技去服务文化,从而创造新的生活方式。任何一种新科技的发明、新技术的应用最终都是服务于内容、文化,或者是服务于生活方式。文化产业发展的根本目的不是为了GDP,而是为了提供更加美好的生活方式。生活方式属于每一个人,美好生活方式是每一个人追求的目标,因此服务于生活方式的创新或创意必然拥有广阔的市场前景。