

浅谈跨媒体实验室如何推动和发展文化创意产业*

——以苏州影视动漫创意投资大会为例

Brendan Harkin

跨媒体实验室在全世界十多个国家有运营业务，我们要做的就是帮助当地的公司、机构和组织来开发数字媒体，把它开发为知识产权，我们在这个领域帮助相关的人员。我们在马来西亚、墨尔本、悉尼、阿姆斯特丹、新加坡、印度等都有业务，我们有丰富的国际数字媒体产业经验。

我主要讲两个问题，第一个是我们在中国的经验，比如说我们在苏州举办的论坛。我们在论坛当中已经积累了很多的经验，举办相关的活动已经有三到五年的时间了。

第二个是关于传播的问题、沟通的问题，因为沟通是一个关键的因素，将会影响到科普，影响到中国与外部世界之间的关系，我们已经吸取了很多的经验教训，在中国学到了很多经验和教训，我要跟大家分享一下。

1 跨媒体实验室在中国的经验

跨媒体实验室时常举办一些会议，让相关外国专家分享经验，一般是两天的论坛，外国的专家还可以帮助当地的公司进行研发和国际发行。比如说苏州是中国的动漫产业的首都，所以我认为苏州是非常重要的，我们把全球很重要的一些品牌，比如说梦工厂、迪斯尼、华纳兄弟、BBC 等重要的品牌带到苏州，让他们跟苏州当地的公司合作，提供咨询顾问服务。这是一种顾问式的建议，它不是要把外部的意

见强加给中国，而是帮助中国提出一些自己的创意的点子。

今年 7 月在苏州我们开了一个会议。这个会议有两个目的。

第一个目的是希望苏州能够创立中国的动漫产业市场，作为重要的国外动漫产业寻求中国合作对象的平台。跟国际上的一些组织结合在一起，这就是一个对接会的功能，能够把商机结合起来，分享一些创意的点子，我们认为中国的动漫市场就是这样的一个结合点。在中国有很多动漫的活动在进行，但是还没有一个地方让外国公司在中国找到合作伙伴，不管是进行制作还是创意的点子，还是分销、发行，等等。我们在苏州成立了这样的一个中国动漫市场，就有了这样一个结合点。

第二个目的是为中国的动漫产业引入世界优质品牌，这非常重要，但这不是强加给中国企业国外的标准和形象，而是和中国企业分享他们自己的一些经验，这是一种知识转移的形式，我们认为对中国目前的动画产业来说是非常有益的，而且我们也希望创建长期的高价值关系和商机，而且在动画产业领域中我们要帮助中国业内人士了解国外同行的最佳做法。

再简要地讲一下跨媒体实验室对中国的文化创意产业的一点理解。

收稿日期：2010-12-03

作者简介：Brendan Harkin，2003 年在悉尼创办跨媒体实验室，兼任董事长，常年往来于亚洲、欧洲和澳洲推动数字媒体工业的国际交流活动。

* 本文根据发言稿整理而成。

首先是基础和硬件环境。我们把外国人从好莱坞、从伦敦、从 BBC 带到中国的时候，我发现的第一个现象就是，他们普遍对创意产业的投资环境感到惊奇，在基础环境和硬件方面中国领先于世界其他的国家和地区，而且当外国人来到中国，看到苏州工业园区，观察到中国最新近发展的时候，有的时候他们在赞叹的同时，也会有一些批评的声音。他们会觉得中国在某些方面的规划过犹不及，人为的因素过多地干扰了自身的人文环境。我不同意这种批评，这是一种误解，因为绿色的创造和创新需要时间和空间，在中国，文化创意产业刚刚起步，还处于第一阶段，而西方已经经历了很长的发展阶段。比如说上海的张江科技园区，这样的园区里面有两所大学，一个是科技型的，一个是艺术型的，一共约 60 000 名学生，他们类似于一个孵化器，那里有 400 多家新型企业，周围居住和工作环境都有，当外国人看到这一切的时候，他们觉得规划得非常之好。即便是张江科技园区，我想在未来的 10 到 20 年都会成为绿色创意示范区，所以我认为外部的批评声音不一定是对的，中国的路径是正确的，外国人应该向中国学习如何实现这个路径。

其次是人才和软件环境。因为人才和软件环境是我们要继续投资的一个领域，创意产业的发展依靠的不是硬件，而是软件，是人才，是点子，创意是最重要的。

在中国市场我们看到有一些技术园区、科技园区，刚开始可能是在发展房地产行业，但是现在也在开发自主的知识产权，对人员、技能、人才的开发加大投资，这就是创意产业在中国繁荣的必须的条件。

第三是持久性和赢利能力。还以张江科技园区为例，它是一个整体的生态系统，要创造一个让公司实现持续赢利的环境，重在质不在量，中国的许多政府官员非常重视数量，但是质量同样重要，甚至更加重要。我们要为中国的知识产权创新建立需求，以便我们在中国消费的产品是具有自主知识产权的产品，这样会促进产业发展。

第四是市场开发。在苏州，经常有人问我一个问题，怎么创造知识产权并卖到全世界。要扩张中国的知识产权份额，我觉得我们不要总将注意力放在这件事情上，我们现在暂且忘掉国际出口，应该聚焦本土，当然 20 年之后我们肯定会更加关注国际出口。教育行业是重中之重，因为每个行业中教育都是根本，每个行业都是基于高质量的教育之上的，没有任何一个国家会比中国更重视教育，因此对人才的培养和投资必然是一个长期的过程。

我强调我们应该找到适合中国现阶段国情的产品，比如说严肃游戏，我们应该把严肃游戏用于促进学习，学生出生的时候就处在科技环境当中，他们认为玩游戏是非常刺激的，而课本必须要采取游戏的形式才行。

非常重要的一项是浸入式媒体，昨天参观了中国科技馆，里面有很多新形式的媒体对人们进行教育活动，我们要用新的教育工具，这一点非常重要。

当然动画的产业非常重要，动画产业不仅仅是孩子的电影，孩子的动画，它还包括数据的可视化，涉及很多很多的领域，中国对动画行业的投资会有很大的产出和回报。

2 关于传播和沟通的问题

沟通是一个关键的因素，将会影响到科普，影响到中国与外部世界之间的关系，我们已经吸取了很多的经验教训。

大家知道在过去很长时间，比如在唐代的时候，中国是全世界最大的经济体，而目前的中国正处于民族复兴的伟大过程之中。

第二，所有人都想来中国。在苏州的时候我们邀请了来自 10 个国家 30 多个城市的人，他们都想知道中国正在发生什么事，他们渴望了解中国，对中国进行探索和交流。

第三，中国也需要走出去看看世界上需要什么，增进相互交流与对话。这是非常重要的，而且这种沟通和交流应该是非常清晰的。在未来的三代人的时间里我们双方都需要非常优秀的翻译人员。我们的语言是不一样的，所以翻译人员是非常重要的。

我在苏州学到的第一条经验就是一定要理解技术性词汇，在我们进行一般的、泛泛的对话的时候语言没有问题，但是如果我们想谈非常技术性的问题，这个就是非常重要了。在海外的中国学生是巨大的人才金矿，他们正在学习的一些学科，比如动画、游戏，等等，他们有相关的技术性词汇，他们非常理解这样的沟通需要哪些词汇。

最后提出两点建议：

第一，建议要彼此学习，我们希望建立一个促进中国和世界在文化创意产业交流的平台。

第二，建立对外和对内的交流互访活动。要建立一个翻译人才的数据库应用程序。比如中国的企业要去德国柏林交流访问，通过数据库查询，可以方便地找到当地具备相关专业知

识的中国留学生。这样当你去国外，就会有相关的学生可以帮助你解决语言问题。外国人来中国也一样，可以利用数据库快速找到相关学科的学生帮助沟通。这些学生可以讲他们的语言帮助进行沟通交流，这样沟通交流水平会大大提升。所以我认为这样的一个数据库是非常重要的，使得中国的文化创意产业从业人员、研发人员以及风险投资人员更快地和世界互动，也使世界有了更快地了解中国市场的机会。

在我看来，能够创建一个简单的应用程序就可以让我们找到彼此，现在我们就应该开始这样的工作。拥有在世界各地的翻译库就可以实现这一点，学生们可以在任何一个国家进行注册，然后便可以投身于文化传播的推动工作中了。