



JOURNEY OF CREATION

创意之旅

一个湖南卫视人在英国培训的90天

易柯明 著

湖南人民出版社



Journey Of Creation

创意之旅

易柯明 著

湖南人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

创意之旅 / 易柯明著. —长沙: 湖南人民出版社, 2007.6
ISBN 978-7-5438-4879-5

I. 创... II. 易... III. 日记-作品集-中国-当代
IV. I267.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 090009 号

创意之旅

作 者: 易柯明

责任编辑: 许久文

装帧设计:  + 张栋梁

出 版: 湖南人民出版社

地 址: 长沙市营盘东路 3 号

网 址: <http://www.hnppp.com>

邮 编: 410005

制 作: 湖南潇湘出版文化传播有限公司

电 话: 0731-2229693 2229692

印 刷: 湖南望城湘江印务有限公司

经 销: 湖南省新华书店

版 次: 2007 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 710 × 1000 1/16

印 张: 19.25

插 页: 8

字 数: 271,000

书 号: ISBN 978-7-5438-4879-5

定 价: 40.00 元

目 录

001	自序
005	引言
007	贡献 Idea
009	轻快 Begin
010	空白
012	曼城断章
016	雨中变奏新年狂欢
018	述而作 or 述而不作
019	虚拟的追寻
021	课程安排
023	网站点线面
026	看不见的珍藏
031	一封家书
033	无缝市场结构
035	我的妈呀
040	BBC 的两片钥匙
043	创意之门
045	十万步伐
050	白日做梦

CONTENTS

052	三顾马克思
057	五十五年一台戏
060	偷次懒
061	观众心理学
063	名片献给爱丽丝
067	BBC 创意 ABC
069	一同对话
075	有意栽花
078	英语三趣
079	麻烦老大哥
082	华人一周节目单
087	地下丘吉尔
091	十年磨剑
097	雪上加“双”
101	走进 BBC
104	英伦四篇·小引/首篇· “快乐城”构想
116	中西相通
118	独立花丛
122	河上课堂
124	名称猜想
127	庄谐拜会
131	汽笛声声
134	无名的激赏
138	广告嗡嗡
140	透明的碰壁
143	参谋参谋
146	伦敦雪
148	一段思考
149	盯梢
157	奥运敲边鼓
159	新闻的昂扬

162	情人节的礼物
165	英伦四篇·颈篇·“两新经济”构想
171	欢乐中国年
174	英伦四篇·腹篇·新媒体公司构想
180	关于超男互动
186	手机人际网络
190	网恢恢
193	三个锦囊
195	携手谷歌第一天
199	向哪里开枪
203	最
209	锦囊无限
210	剑桥幽默行
217	踢皮球
218	我囊锦否
219	联合公报
222	再踢一球
223	锦囊收官:新“郑和下西洋”
226	英伦四篇·尾篇·“世秀会”构想
247	来次莱茨
249	房东普颇
251	《向日葵》前
254	英伦四篇·小结
258	温馨偶感
259	过客
264	凤尾或豹尾
267	结业演讲
271	关于英国:二十二句瞎议论
276	十大收获

279	默默一声“Bye”
281	结语
290	附录一：创意思维“变形计”
296	附录二：“拼凑”英国电视（节选）
299	附录三：《诗人易柯明》
302	后记

自序

这是一本怎么样的书？在被余秋雨先生担心“阅读已成为一种灾难”的当今时代，值得人们一看吗？

我静静地想着，信心满满地为本书封底写就如下一段推介辞——

“这是一部与众不同的、颇具可读性和启发性的书；

这是一部明确寄寓了中华文化复兴心愿的衷情之作；

作者是湖南卫视人，写的是其作为电视湘军中的一员，于2006年12月至2007年3月由湖南广电集团公派赴英国接受三个月创意课程培训期间所写的全部日记。真实而生动地记载了对英国自然与社会的观察、对英国电视及新媒体的考察、对个人创新意识和职业创意思维的体察。尤其表达了不少与中国社会革新和文化产业发展密切结合的具体思路和点子，并揭示出根植于这些想法背后的深层次思维方式；

作者显然受茨威格、余秋雨影响殊深，情怀深沉，意蕴深永。写法不仅整体上别具一格，而且不同篇章间也风格各异。感性与理性、优雅与野砺、庄重与诙谐、深刻与平易熔于一炉，体现出深入浅出的轻捷和不可羁勒的洒脱；

三个月旅居英伦的生活，作者实际上用健笔与匠心，完成了一次职业意义上和人生意义上的创意之旅。这本元素丰富、窥豹多斑的书所包含的大智慧与小聪明，值得一品。”

在这份自信的基础上，再补充说明如下两点：

一、关于本书的看点

这本书的全部篇章，都是我在英伦土地上写的，可以说是原本本的旅居之作。写作时凭感悟或凭记忆，笔之所往，信马由缰。几乎没有借助任何现成的出版物内容（除去很少的几则新闻简讯）。爱因斯坦说过，凡书上有的他都不记，大概是为了以“偷懒”的方式保护天才的大脑内存吧。我虽不才，却也要求自己，千万别堆砌别人的书里已经有的，特别是已经写得很好的，也别写互联网上查得到的。总之，要给人一份新鲜，于是想到，不可复制的，只能是自己的思想火花，是自己接受另一种文明形态、另一种产业结构、另一种思维方式的碰撞后所产生的独特的思想火花。

具体说来，这本书的看点有：

1. 一个中国人对西方社会的观察与思考。
2. 一个正致力于中华复兴的庞大国度的一位公民，对“大国崛起”的代表者之一、全世界第一个进入现代化的国家——英国的观察与思考。
3. 一个中国文化人对英国人文传统、文化产业和创意经济的观察与思考。
4. 一个湖南电视人和新媒体工作者对英国电视和新媒体的观察与思考。
5. 一个中国传媒从业人员对英国式创新课程与创意课堂的领会与反哺。
6. 对电视湘军一支小分队的思想和行为方式的侧面写照。
7. 对一批中国在职学员出国培训的生活写照。
8. 一些与中国社会经济发展趋势和湖南文化产业发展要求相结合的案例创意。

二、关于本书的书名

虽然赴英之前就发誓不能愧对这段“留洋”的日子，要天天

写日记，最好能出本书，但写作的三个月中，都用的是“赴英研修日记”的名义。回国后结集出版，定下了《创意之旅》的书名。

从“创意”的角度命名是势在必行的，从本书的八方面看点可以看出，本书虽然不厚，但内容比较驳杂，用“文化”、“传媒”、“英伦”、“课堂”、“日记”、“三月”等因子，都可以放在书名上，但都概括不全面，也不精辟。只有“创意”一词、“旅”字一旨（对“旅”字的涵泳，不妨参读日记《过客》）最富有关联性，能牵动本书全部内容元素，于是就此命名了。

具体说来，书名“创意之旅”承载有如下内涵：

1. 英伦三月课堂所学，本是创意创新的主题。
2. 书中表达了一些创意思路和具体点子，并力图揭示其后的思维规律。

3. 用日记形式体现、存录这段学习历程，本身是一个创意；把每篇日记并不作为流水账来记，而作为一篇篇单独可看的心性随笔甚至美文来写，并且命上别致的小标题，也是一个创意；观察与思考不走单线，关注的题材多姿多彩（政治、历史、地理、自然、经济、文化、哲学、宗教、传媒、城市、乡村、课堂、公寓、街市、旅游、参观、交流、语言、行为、职业、友谊、爱情甚至圣诞节、中国年等），写作的体裁多种多样（有政论体、散文体、寓言体、小品体、对话体、书信体、格言体、摘录体甚至诗歌等），而在整体上断线不断意（如英伦四篇陆续完成，穿插发布），既独立成篇，又整齐划一，可连读，可拆读，可精读，可泛读，还是一个创意。

4. 在本书贯穿的大小事件、大小篇章里，也都隐藏着比较多的创意点子，例如日记《剑桥幽默行》，把剑桥大学之行几乎搞成了“越策越开心”，再如日记《情人节的礼物》，给恋人赠送礼物的“投机取巧”，等等，细读来是会灵犀一笑的。特别要指出，本书记录的绝非一己之智慧，例如日记《锦囊收官：新“郑和下西洋”》，就收录了其他同窗相当出彩的智谋。

5. 旅英期间，由于一众人等脱离了周而复始的本职工作和日常事务，每天又与新思想、新信息打交道，脑壳里是轻松愉快



的，都有一份遐想甚或瞎想的闲情逸致，在这个过程中，悄无声息地经历了各自的创意之旅。当2007年3月底创意之旅结束的时候，由于我们找到了创意的某些心境和意念，也许整个职业乃至人生的创意之旅才刚刚开始。

如果读者们通过阅读本书，能够重新开启各自在不同职业领域或生活状态下的创意之旅，本书的价值就呈现了，作者的目的也就达到了。

是为序。

2007年4月于长沙

引言

湖南广电有很多大手笔，其中好些手笔已名满天下，已筑起湖南文化产业重镇，将载入中国文化产业史册。如超女产业链、湖南卫视、金鹰影视文化城、电广传媒股票等等。

给湖南广电书就这些手笔的，当然只可能是人，以战略核心人物魏文彬为代表的湖南广电人。

这是一支精神永不疲倦、追求永无止境的人才队伍。比较多的被誉为“电视湘军”。

这支人才队伍的人文内核是团结协作，创意创新。这才是湖南广电成功的奥秘，这才是湖南广电不可复制的核心竞争法宝。一切形式的东西，甚至内容的东西，都可以被人学习和借鉴，被人家模仿走或者沿袭走，唯一不可能被克隆走的是人才和用人环境。湖南广电的政略、机制和领导人，多年来不断导向改革，向最佳的生产力与生产关系的辩证统一挺进，都已习惯于全新的人才生态环境。只有这种多年不间断磨合而成、拒绝带病运行、坚决革除病态的人才生态环境，才可能始终保持并发扬创意激情与创新精神，去往新的成功彼岸。

为了持续打造这支人才队伍，科学铸就这种生态环境，湖南广电的决策人、局长魏文彬和湖南广电的中心执行人、总经理兼卫视台长欧阳常林做出了分批送人出国学习、到传媒经济乃至文化产业最为发达的国度进行专题研修的决定，希望大家以团队的状态在相应的文化产业现场，开阔视野，拓展思维，研究新规

律，掌握新方法，发现新市场，运用新关系，开发新产品，创造新效益，造就新影响。

魏文彬先生有一个高论，至少在文化产业领域，“最高的竞争是系统的竞争，最后的竞争是人才的竞争”。系统竞争看的是团结协作，人才竞争看的是创意创新。这正是湖南广电戮力作为的，也是派员出国学习的根本方针。出国采撷它山之石，所攻之玉正在于此：团队意识和创新精神的升级版本，即全球化版本。

考虑到英国电视节目创意十分出色，占据了欧美乃至世界相应市场份额的半壁江山，湖南广电第一批和第二批学员均派往伦敦威斯敏斯特大学，该校传媒研究专业在英国高校中名列前茅，且该校外请教师来自 BBC 等著名传媒，具备实践经验。我们是第二批学员，自 2006 年 12 月 23 日至 2007 年 3 月 23 日，学习为期三个月。

笔者对湖南广电贡献微薄，蒙组织上关心和信任，忝居研修团队之列，惟思学有所得、行有所悟，将每日所见所闻所感所思纪要下来，供同仁们共享。所言有用，乃派遣单位、学习对象、老师和同学之功；所言无益，则本人之过。特此说明。

2006 年 12 月 24 日（星期日）飞抵伦敦

贡献 Idea

安排航线和航班的人都很聪明。北京时间上午 11 点 30 分从上海浦东机场出发，格林威治时间下午 3 点 30 分飞抵伦敦希斯罗机场。加上 8 小时时差，共计飞行 12 个小时，全在大白天里。飞机迎着暖暖的冬阳走，一直抢着时间，结果沿着亚欧大陆无论飞到哪里，都抢在太阳落山之前。我所供职的公司是湖南卫视新媒体经济的唯一合法出口——湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司。原来快乐阳光无处不在，哪怕在长达 12 小时的国际航班上。

安排航线的是航空公司，安排航班的是我的班长。

其实，给我们“安排航线和航班”的真正老板，是被《南方人物周刊》誉为“湖南广电绝代双骄”的魏文彬和欧阳常林，没有他们开阔的用人思路，就没有这种炼人于千里之外乃至万里之遥的大手笔。送行时，魏局说希望大家学成归来，他把住我们“别跑掉”这一根本；欧台说希望大家满载而归，他在“别跑掉”前提下，补充了“要学好”；还有“财神爷”胡卫箭副局长，就大家都关心的费用问题又表了一次不能不让大家都拍掌的态。

这次赴英研修，我们的主要任务是通过深入了解英国电视节目创意机制、思路及营销方式，实现前言中所写的七个“新”，其中最为关键的还是创意创新的思维方式及其成果。我姑且称之为“贡献 Idea”。在英国这个文化产业发展速度是经济增长速度的 2 倍、文化产业从业人员占全国总就业人数的 5% 的国家，人们习惯于用“idea”一词形容创意，即新的和好的念头。第一届的“师兄师姐们”已经给大家留下了全力以赴的精神榜样和《变形计》等创新精品。我们三个月或者六个月之后，会有怎样的“idea”呢？

落地伦敦，赶上了基督教文化所席卷欧美的圣诞“平安夜”，气氛明显，但并无原想当然以为会有的街头狂热。原来，在中国，圣诞作为文化舶来品，是由商家炒起来的，热闹在街头，在欧美，圣诞作为文化原生态，是由民间自发的，热闹在家里。中国人的所谓圣诞是在外面的热闹场合跟朋友逍遥而过，根本没有渗入家庭生活，欧美人的圣诞是在家里跟家人过，不图外观上的热闹和交际场上的秀，这就是中西人群过圣诞的最大区别。真正属于中国人家庭生活的年文化，始终还是春节。明白这一点，就犯不着处心积虑地担忧中国传统佳节会否式微和中国年轻一代会否“数典忘祖”。

在“中国城”的一家广东餐馆吃饭时，遇见了 CCTV 驻伦敦记者陈永庆，他是学友钟吉云读武汉大学时的同班同学，是央视目前常驻伦敦的唯一记者。据陈说，他在伦敦为央视所有频道服务，并独立或协助担负政治局常委以下的中国领导人访欧的实地报道。他早已关注湖南广电派人至威斯敏斯特大学研修的做法。

我们的详细住址是 85 Draycott Avenue. Kenton. Harrow. Middlesex. HA3 ODD。也许人生又一个 30 年之后，还会来这里寻梦和怀旧的。

2006 年 12 月 25 日（星期一）伦敦·圣诞节

轻快 Begin

圣诞节的早晨，我们早早起来。为不辜负“伦敦·圣诞节”的名义和机会，顺便步行至离住处不远的威斯敏斯特大学，推开节日的校门，漫步放假的校园。

我们的住处和行途，都是居民别墅区，万籁俱寂，几无行人，惟闻鸟鸣。整齐而绝不划一的传统欧式建筑风格，让这里每户人家都性格鲜明：恬静，自足，关上自家的门，就是一个世界；安居，乐业，推开家门，便可安心走入共同的世界。

班长肖亚晖提醒大家，别大声说话，更别引吭高歌，高声喧哗在这里将被认为是很不礼貌的。面对如许爽朗的居民区，面对如斯宁静的伦敦之晨，我们立即全体服从班长。面对伦敦，须时时注重礼节和细节，使我们留下了一则以环保为主题的笑话，源自学友康晓辉之“策”陈祖湘——陈晨起，烟瘾难忍，欲抽之；取烟，开窗，点着；忽见对面一居民手擎猎枪，正朝已瞄准，遂知 London 之 NO SMOKING 真乃无处不在；大惊失色，弃烟，并挑白床单摇曳于窗口；再探头以出，忽见己之窗顶昂然立一乌鸦；原来该居民在驱此“不吉之鸟”。

我也闹了个笑话，没敢告诉旁人。圣诞之晨遇一老者，自信日常英语当无问题的我鬼使神差趋前致候：“Good evening”。言毕自觉尴尬，又脱口而出：“Sorry, sorry, sorry, 应该是 Good night”。老者笑笑地看我两眼，嘟囔几句，我只听懂了其中有“the same to you”。

两个 Humor，一假一真，存此一笑。圣诞节的伦敦轻松愉悦，伦敦的我们也跟着更加愉悦轻松。

以轻松愉悦的心态面对任务，举重若轻，本身就是与英伦融合，与国际接轨。

威斯敏斯特校园无需描摹，有照片为证。

2006 年 12 月 26 日（星期二）伦敦·牛津街

空 白

据说伦敦的牛津街相当于北京的王府井或上海的南京路，躬身到此，的确是商贾云集、品牌林立之地。比之满大街络绎不绝的世界名牌服饰，我更关注文化产品，故而在与前天刚乘坐过的航空公司 Virgin 同名的一家音像超市耗时最多。邀我们上街的广西籍留学生万丹说，这在伦敦算最大的音像店之一了。我注意到，这家上下好几层、还配备有电梯的音像专卖店碟很多，主要是音乐和电影，但“中国制造”极少。音乐方面，且不说中国特色的作品和产品几乎为零，连名噪世界、以弹西方作品为主的郎朗、李云迪都不见踪影，长年寓居伦敦、供职英国皇家音乐学院的小提琴家薛伟，也没有碟在卖。电影方面，显眼处只有张艺谋的《英雄》，而卖点突出的是“李连杰”而并非“张艺谋”，其他角落硕果仅存的几部中国电影，要末是李连杰的片子，要末就是上世纪 70 年代李小龙、洪金宝等人的武侠动作片。据我所知，“Made in China”的衣物、玩具、小饰品等劳动密集型产品，在英国不仅卖的品种多，而且卖的地域广，连英伦中小城市都遍布“Made in China”。实地看来，可惜知识产权类的精神生活消费品，“中国制造”尚未真正进入英国市场，这和英语世界的相应产品在中国所占据的市场份额、规模恰成鲜明对比。我至今认为，衡量发达国家和发展中国家的一个区别标准，就是看知识（产权）密集型产品的市场力量，因为这要比劳动密集型产品的附加值大得多。早在 1993 年，日本娱乐业年产值就超过了汽车工业年产值。如果中国文化市场向全世界开放，而中国文化产品