

# 创意 起底

文化创意产业先锋思维解码

卜希霆 ○ 主编

中国国际广播出版社

THE ORIGIN OF CREATIVE

# 创意起底

人文|视觉|创意|产业|先锋|思维|解码

策划主编 卜希霆  
执行主编 李静 周萧  
执行副主编 余蛟雨 沈菲

中国国际广播出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

创意起底——文化创意产业先锋思维解码 / 卜希霆主编.

北京: 中国国际广播出版社, 2009.1

ISBN 978-7-5078-2954-9

I. 创… II. 卜… III. 文化-产业-研究-中国 IV. G124

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第153530号

## 创意起底——文化创意产业先锋思维解码

主 编	卜希霆
责任编辑	赵 芳
版式设计	国广设计室
责任校对	徐秀英
出版发行社 址	中国国际广播出版社 (83139469 83139489[传真]) 北京复兴门外大街2号 (国家广电总局内) 邮编: 100866
网 址	www.chirp.com.cn
经 销	新华书店
印 刷	北京广内印刷厂
开 本	720 × 1020 1/16
字 数	292千字
印 张	16.5
印 数	3000册
版 次	2009年1月 北京第一版
印 次	2009年1月 第一次印刷
书 号	ISBN 978-7-5078-2954-9 / G · 1214
定 价	28.00元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究

(如果发现印装质量问题, 本社负责调换)

# 创意起底 | 序



# 先锋可贵，创意撩人

丁俊杰

一个文化创意人的首要任务是提供精神产品，满足人们日益增长的精神文化需求，帮助人们更好的认识世界，掌握规律。从这个意义上说，科学与艺术是通向真理的两种不同途径。与学者在追求真理的道路上孜孜以求一样，文化创意人也在不断探索，不断自我挑战，并在追求真理的过程中发现美、体验美、创造美。

2006年1月召开的全国科学技术大会提出了建设创新型国家的号召，文化创新是建设创新型国家的重要组成部分。中国传媒大学也于2006年4月份成立了文化创意产业发展研究中心。作为传媒高等院校的学生，有必要密切关注当今文化创意产业的动态。从2006年开始，中国传媒大学试图把学生的研究与实践结合起来，到目前为止，成功举办各类学术实践活动，如中国传媒大学团委主办的“商学讲坛”、研究生会主办的“中国青年创意先锋论坛”、学生会主办的“大学生读书节”等。通过交流会、展示和讲座的形式，具有丰富创意产业经验的嘉宾从音乐、出版、影视、报业、产业运作等角度为大家展示最近的文化创新动态，嘉宾本人的学习和生活经历也对听众产生了启发和激励意义。令人欣喜的是，学校通过两年多的努力，“近距离感受文化创意产业思潮”，丰富和加深了学生们对于文化创意产业的理解及其重要性的认识。激发研究热情，扩展研究视野，研究与社会实践紧密结合，对整个校园学生的研究和生活图景都产生了极大的影响。

《创意起底》凝聚了中国传媒大学近一两年文化创意产业相关学术实践活动的精髓和校内专家的相关评论和研究成果。不仅以案例的形式为我们呈现了文化创意产业发展的过程，同时还以专家直评等方式揭示发展演化过程中存在哪些制约因素、战略机遇和选择，以及在

多种可能的途径中是如何实际应对的。这样，力图真正揭示文化创意产业不断探索和发展的全貌，让读者“既见树木，又见森林”。

今天的文化创意产业正站在历史的分岔点上，2008年奥运会、2010年世博会……对于中国文化创意产业来说，机遇与挑战并存；传统媒体和新媒体如何应对激烈竞争，文化事业如何创新发展……创意人正在认真反思和探索。文化创意产业的发展有赖于创意人的不断探索和创新。这些探索者置身于文化产业变革的时代洪流中，从他们的身上折射出中国文化事业奋发向上、激流勇进的光辉。

艺术的灵魂在于创新，它不仅要求创意人具有敏感的洞察力和深邃的思想能力，同时还要求创意人有一个勇猛斗士的品格。所有的创新都是有风险的，这些创意领军人身上都有着共同的探索精神、坚毅品质和不断努力积极进取的奋斗精神，在竞争激烈的环境中，成就了商业与艺术的和谐。

人是社会的缩影，一个人的成长可以映射出他所处的那个时代的社会特征和演变历程。人生是短暂的，在历史的长河中不过是稍纵即逝的细流。但是，一种崇高的思想和事业可以使一个人的精神越时空跨度走得很远很远……

何谓创意先锋，当作如是观。

是为序。

丁俊杰，现任中国传媒大学（原北京广播学院）副校长，博士生导师，亚洲传媒研究中心主任、中国传媒大学文化创意产业发展研究中心专家委员会主任。兼任中国广告协会学术委员会主任、《国际广告》主编、中国广播电视学会第四届理事会特邀理事、中国广告博物馆筹委会主任、《中国广告作品年鉴》主编、《IMI消费行为与生活形态年鉴》主编。

序 | 先锋可贵, 创意撩人

丁俊杰 2

## 创意起底 | 创意的表达



## 洪 晃 | 销售你的Idea 4

□洪晃: 走出大学校门, 最大的挑战是——你能不能把你的想法卖出去。

□王晓红: 洪晃及其旗下一批新型出版物为新兴的消费群体搭建了广泛的互动交流平台。

□唐晓诗、赵小然: 她不算漂亮, 但绝对聪明; 她不算优雅, 但绝对性情。她的魅力源于自信和才情, 她被人们称作“名门痞女”, 她就是洪晃。



## 山 奇 | 创意撩人 28

□山奇: 很多人问我有没有捷径走向成功? 其实我想告诉大家, 人生是没有捷径的。

□毛阿敏: 山奇是艺术空间里的一个亮点, 是娱乐界里的一个惊奇。

□曾田力: 山奇对中国音乐电视的发展是有贡献的, 最早是他把中国的音乐电视向外输出, 又通过“天籁村”、“光荣榜”等节目把欧美的音乐输入进来, 形成一种文化的交流。



## 张亚东 | 流行音乐创造 46

□张亚东: 认识王菲就是我音乐道路上的转折点。

□曾田力: 张亚东是一个非常艺术化的人, 他不善于作艺术的总结, 但从他的言语间能明显感受到他对音乐刻骨铭心的热爱。



## 姚 谦 | 唱片诞生 60

□姚谦: 我觉得男人不能靠外表生活。

□曾田力: 姚谦有一个很好的经历, 就是他的社会经历比较丰富。

□网友: 认识了姚谦, 也随之认识了维京音乐……

## 创意起底 | 创意的理念



## 崔永元 | 我的长征

74

- 崔永元：我们每个人每天都在经受长征，希望我们每个人每天都能走好。
- 阿忆：他的幽默天分，与生俱来，比任何人都游刃有余。而哪一个幽默的男人会没有魅力呢？
- 胡智锋：作为电视批评者的崔永元以其“收视率为万恶之源”的论断引起业界和学界的广泛讨论，而媒介责任的话题被推到前台。



## 赵力 | 新闻精神

100

- 赵力：《经济观察报》读者是“四有新人”——有财富、有知识、有权力、有未来。
- 刘新传：独特的新闻精神成就了今天成功的《经济观察报》。
- 周鸿铨：“理性、建设性”办报理念是科学的，是科学发展观所要求的。



## 薛振添 | 头脑风暴

116

- 薛振添：创意真的不一定要你自己来。只要虚心一点，向他人学习。
- 黄升民：尊重一个人他自身的天性，他心灵自由的空间，他偶然的兴趣的出发点就是创意。
- 韩冰：广告行业是一个刺激消费、创造需求的行业。



## 《士兵突击》 | 是怎样炼成的

136

- 李梦：《士兵突击》圆了我人生的这么一个梦。
- 杨凯：许三多的胜利，绝对不是“傻人有傻福”式的胜利，而应该被理解为一种世界观的胜利。这种世界观召唤着真诚、信任、质朴与和谐，就像许三多最经典的台词：“有意义就是好好活；好好活就是多做有意义的事情。”
- 胡智锋：在当前浮躁的市场环境下，《士兵突击》提出了对真实、质朴、真诚这样一种人性与人格的推崇。





## 徐静蕾 | 尝试与表达

154

□徐静蕾：“老徐的博客”居然得了博客世界排名第一，这在开博的时候是怎么也想不到的，当我听到这个消息的时候也觉得难以置信，我想我真是挺幸运的。

□蒲剑：老徐在众人的眼中不仅是明星，还是才女。

□肖容：徐静蕾成功离不开她所在的两个平台，一个在线上，一个在线下，缺一不可。



## 尚敬 | 情景剧实验

168

□尚敬：武侠是很多年轻人的梦想，最能隐喻年轻人的生活。

□武林外传百度吧：《武林外传》破除了人们对于“大侠”的迷信，毫不留情地击穿了青年人对于行侠仗义闯荡江湖的梦想。

□戴清：《武林外传》的颠覆色彩是它出奇制胜的利器。



## 汪世瑜 | 文化的创意与传承

184

□汪世瑜：万变不离其宗，我们终究是要传递给观众一个美字。

□白先勇：美大家都喜欢，和年纪无关。

□周华斌：“青春版《牡丹亭》”是近年来少有的成功的文化创意。

## 创意起底 | 创意心灵说



## 黄百鸣 | 电影“开心鬼”

202

□黄百鸣：年轻人要学会知恩图报，这样才会赢得别人尊重。

□赵宁宇：黄百鸣是从80年代腾飞发展到当下的20年中香港电影人的代表之一。

□网友：我觉得香港电影出路还在于坚持港片的本土特色。



## 刘 烨 | 艺术之觉

220

□刘烨：现在的竞争是很激烈的。我相信如果我一年不演戏的话，就会被别人所淡忘。所以我绝对不会放松。

□刘烨百度贴吧：刘烨有着足够偶像的外形，正如关锦鹏所言，“有梁朝伟的风采”。

□蒲剑：一名演员的成功，很大程度上靠的是偶然性，刘烨也不例外。



## 郑渊洁 | 童话的年龄

234

□郑渊洁：对孩子的鼓励源于我自己的亲身体验。我第一次作文被老师表扬，是在小学二年级，从那时开始我就有一个错觉，以为全世界我写的东西最好。

□郑渊洁百度贴吧：人生最基本的道理，在郑渊洁每一篇童话里都尽可以说得明明白白。

□谭旭东：郑渊洁是当代中国童话创作的一个奇迹。

## 跋 创意之魂，先锋始之

卜希霆 249

# 创意起底 THE ORIGIN OF CREATIVE

# 创意的表达

洪晃 | 山奇 | 张亚东 | 姚谦

# 创意的表达



## 洪晃 | 销售你的Idea

- 洪晃：走出大学校门，最大的挑战是——你能不能把你的想法卖出去。
- 王晓红：洪晃及其旗下一批新型出版物为新兴的消费群体搭建了广泛的互动交流平台。
- 唐晓诗、赵小然：她不算漂亮，但绝对聪明；她不算优雅，但绝对性情。她的魅力源于自信和才情，她被人们称作“名门痞女”，她就是洪晃。



【引言】

她曾坦言，“我比任何人都想出名。”因为，她不想被人介绍为著名民主人士章士钊的外孙女、著名外交家乔冠华的继女、著名作家章含之的女儿、著名导演陈凯歌的前妻，她想做自己。她就是洪晃，她笑言自己是名门痞女，她被评为“2006中国十大魅力女人”中的“叛逆之魅”，其实她的“痞”、她的“叛逆”都源于对生活的创新追求、创意寻觅。她有优良的教育背景，她有丰富的职业经历，她的人生轨迹却常常出其不意。

【先锋人物】

洪晃

【先锋领域】

杂志出版、影视、网络

【先锋事迹】

著有自传体畅销小说《我的非正常生活》及《无日的美好生活》，拍摄过电影《无穷动》，洪晃所在的中国互动媒体集团是最早进驻798创意园区的企业之一。目前，中国互动媒体集团出版《Time Out 乐-北京》、《Time Out 乐-上海》、《i LOOK 世界都市》、《Time Out in English》杂志。



# 洪晃 销售你的Idea

【本期主题】文化创新之创意为王——洪晃的“找乐”艺术

【主讲嘉宾】中国互动媒体集团CEO 洪晃

【时间】2006年11月17日16:00

【地点】中国传媒大学综合楼400人报告厅

【现场——创意开讲】

## 对你最大的一个挑战就是——你能不能把你的想法卖出去

因为对我们每一个传媒人来说，我们都在说我们的创作呀，我们有什么想法呀，而到最后真正走出大学校门的时候，对你最大的一个挑战就是——你能不能把你的想法卖出去。而这个，实际上是特别关键的。而对于我来讲，我们公司真的是有好多好多你们学校毕业的孩子，然后到我们那儿去，到最后，我会发现我们最需要再去强调和讲的，就是如何销售你的想法。

我先提问一下，大家觉得“我有好想法”的人请举手。你有好想法，你自己有好想法，不是说我有好想法。有几个人认为我的想法特牛、有点子？自己认为自己特别牛的，举手！（观众笑，有人说“没有”，一时没有人举手）

那你怎么卖啊？你要销售你的想法，你自己都觉得不好，你怎么卖啊？谁有好想法？在这儿谁有好想法？（观众席上有两个男生举手）

OK，上来。大家鼓励一下！（观众一起鼓掌鼓励）

你们学校有两个有好想法的，还有一个在后面，我看见你了。（一名男士在洪晃和观众的鼓励下走到台上）



**洪晃:** 你好! 叫什么?

**同学:** 我是电视新闻的姜秀龙。(观众叫好, 鼓励)

**洪晃:** Ok, 鼓励一下。你有什么好想法? 你愿意跟大家分享一下吗?

**同学:** 大体说一下吧, 我一直以来……

**洪晃:** 先告诉我是一个片子呢, 还是什么?

**同学:** 是一个创业的想法。

**洪晃:** 创业的想法, 那你就假装我是你的投资人, 好不好? 我是风险基金。

**同学:** 嗯, 好的。

**洪晃:** Ok, 我今天给你三分钟的时间告诉我这个想法是什么。

**同学:** 众所周知, 现在拍电影、DV非常的流行, 然后电影, 就是, 我能不能构思一下这个想法?(哄堂大笑)不好意思啊, 因为我之前, 虽然这个想法想了很久, 但是构思还不是很成熟。

**洪晃:** 谁掐着表呢, 在底下? 三分钟到了, 说啊。

**同学:** 现在, 现在开始啊。(笑)

**同学:** 不要笑, 不要笑。我的主要想法, 其实是就我自身来说的, 并没有想引进别人的外资什么的, 我是就我自身的经济能力来说的。我是想拍小成本的电影, 为一些中产阶级或者中下层的人拍个人的电影, 或者说拍他们的一些事迹, 拍他们的一些想法, 或他们的经历。因为, 其实每个人都有他们的想法, 他们的生活, 他们的精彩, 但是随着时间的流逝它们都会渐渐地淡化。有些人会想留住他们以前的精彩, 他们的历史, 所以我想这个应该是很有前途的。而且, 我想现在虽然DV非常流行, 但是他们缺乏一些专业的知识, 比如说他们可以拍, 但他们可能不会剪。

**洪晃:** 那你拍完这个准备在哪儿放映?

**同学:** 不是放, 我这个是针对个人来说的。

**洪晃:** 就是说, 你希望这个人给你些钱去拍?

**同学:** 对对对, 只拍他自己, 当然我是针对我这小成本来说的。

**洪晃:** 拍一部多少钱?

**同学:** 大约1000到5000元左右。

**洪晃:** 1000到5000元, 多长时间?

**同学:** 一个小时左右。

**洪晃:** 一个小时?(观众议论纷纷)估计拍这样一部片子要花多长时间呢?

**同学:** 大约一星期左右吧, 因为他们都是普通的老百姓……

**洪晃:** 1500块钱, 一个星期, 你一天挣多少钱?