

# 北大文化产业评论

Peking University Cultural Industries Review

(2009年卷)

叶朗◎主编



金城出版社  
GOLD WALL PRESS

# 北大文化产业评论

Peking University Cultural Industries Review

(2009年卷)

叶朗◎主编

 金城出版社  
GOLD WALL PRESS

图书在版编目(CIP)数据

北大文化产业评论/叶朗主编. —北京:金城出版社,  
2010.1

ISBN 978-7-80251-321-1

I. ①北… II. ①叶… III. ①文化-产业-研究 IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 239155 号

## 北大文化产业评论

---

主 编 叶 朗

责任编辑 雷燕青

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 20.75

字 数 270 千字

版 次 2009 年 12 月第 1 版 2009 年 12 月第 1 次印刷

印 刷 北京柯蓝博泰印务有限公司

书 号 ISBN 978-7-80251-321-1

定 价 36.00 元

---

出版发行 **金城出版社** 北京市朝阳区和平街 11 区 37 号楼  
邮编 100013

发 行 部 (010)84254364

编 辑 部 (010)84250838

总 编 室 (010)64228516

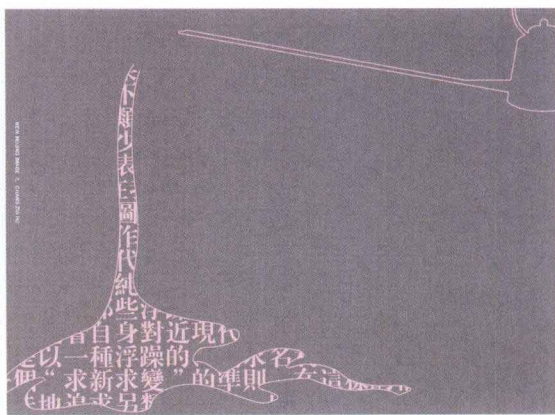
网 址 <http://www.jccb.com.cn>

电子邮箱 [jinchengchuban@163.com](mailto:jinchengchuban@163.com)

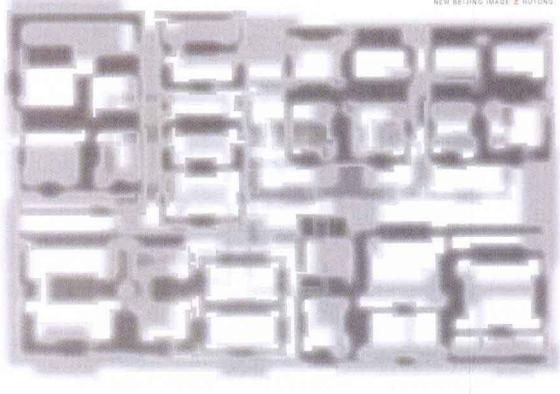
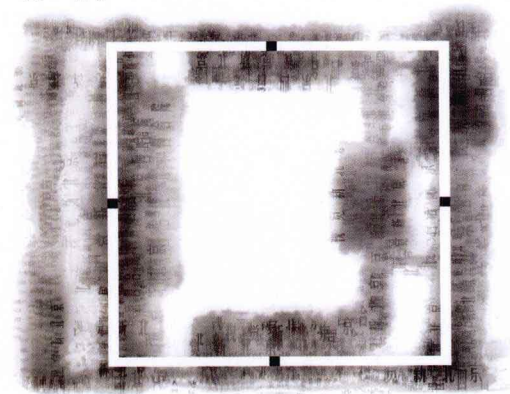
法律顾问 陈鹰律师事务所 (010)64970501



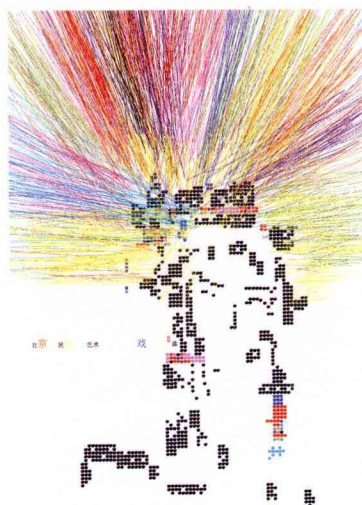
(图1) 突破单纯的照片表现形式。用文化概念凸现视觉上的转换,通过抽象与具象“风”字融为一体。



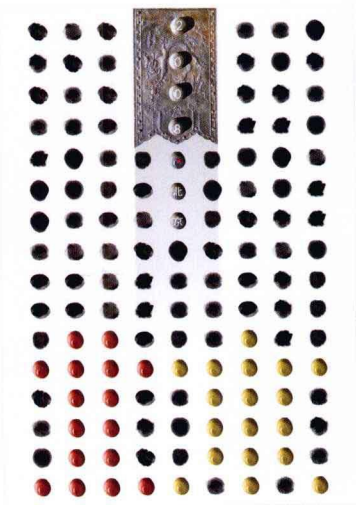
(图2) 用简洁的线条,勾勒出北京茶馆在人们心中自在、悠闲、惬意印象。



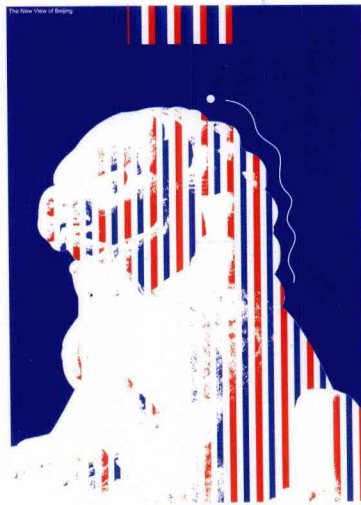
(图3至图4) 这组表现北京民居的创意明信片,强调现代设计理念,借鉴中国水墨画的表现形式,传达一种人文关怀。



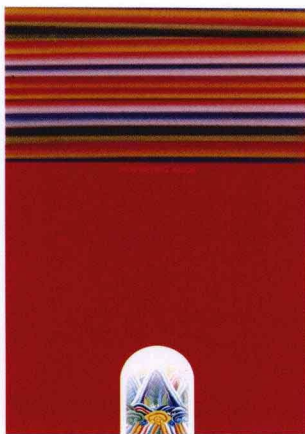
(图5) 用点、线构成传统京剧形象,色彩丰富,满足大众文化审美需求。



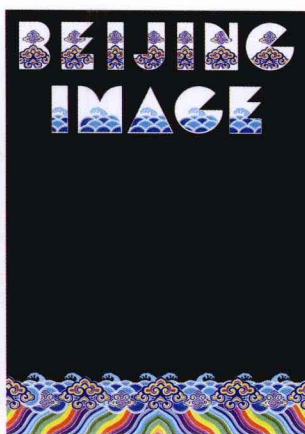
(图6) 以北京传统住宅门钉为元素,点的交替与变换,使画面各种元素配置相得益彰,具有艺术韵律感。



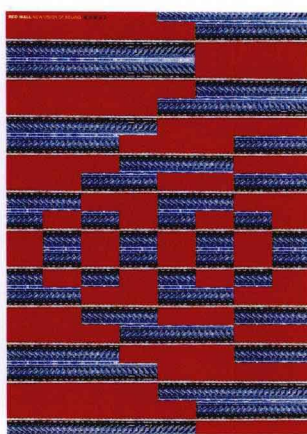
(图7) 雄伟的石狮形象,透过彩条的线形,使作品浑然大气,具有波普艺术的风格。



(图8) 采用皇宫红墙和琉璃瓦的沉稳色调,意在从城门中折射出明亮的山水图式。



(图9) “BEIJING IMAGE”文字里,北京传统元素显现其中。作品表现形式具有国际化眼光。



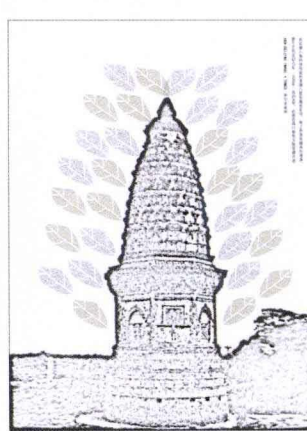
(图10) 对北京故宫的城墙解构,表达了现代人对传统文化的新认识。



(图11) 把北京传统建筑 and 国粹“京剧”形象同构,一语双关。表达保护文化遗产的重要性和紧迫性。



(图12) 用剪贴的老北京图片组成京字笔划“口”,形成水墨的肌理,透叠出北京深厚的文化底蕴。



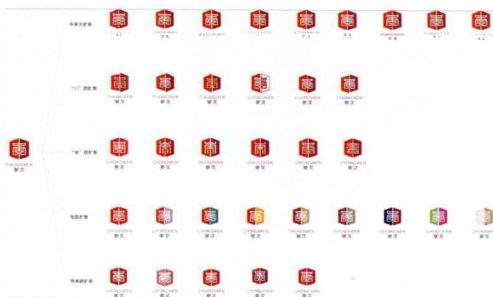
(图13) 作品以北京寺庙中的宋公长老塔为题材,透过古老的塔寺,追溯老北京的文明历史。



(图14) 单纯的色彩,简约的形态,根据透视特点,简洁地表达出北京城墙深沉与雄壮的视觉形象。



(图15) 提取北京的石狮和城楼边角元素,运用光晕叠加手法,使画面清雅、透气,折射出北京的色彩斑斓。



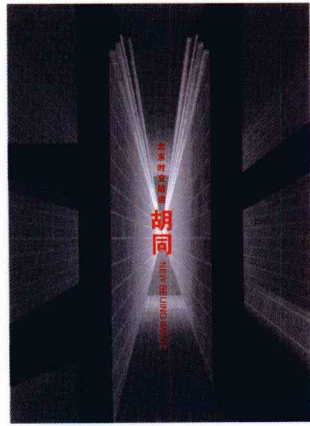
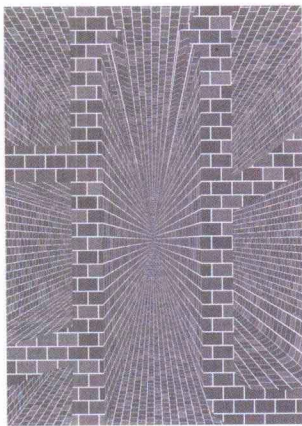
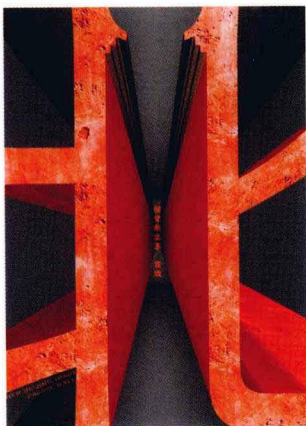
(图 16 至图 18) 崇文区域形象——部分视觉形象设计备选提案。



北京国际雕塑公园  
BEIJING INTERNATIONAL SCULPTURE PARK



(图 19 至图 20) 北京国际雕塑公园形象设计——部分视觉设计方案。



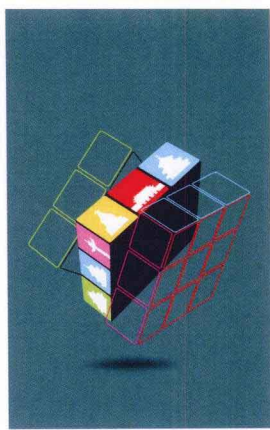
(图 21 至图 23) 以“北”字为元素，让故宫城墙、胡同等老北京地域特色展现新姿。画面利用焦点透视，在视觉上形成强烈冲击力。



(图 24) 传统剪纸形式, 通过纸张的折叠, 构成一种新颖的空间视觉效果。



(图 25) 五彩斑斓的背景衬托北京城市环状形态, 旨在突出城市发展给人带来的无限活力与期待。



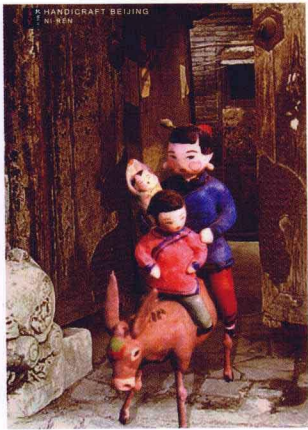
(图 26) 带有北京特色的元素遍布在魔方之中, 表现出北京是一座日新月异的现代城市。



(图 27) 中国旗袍通过视觉处理, 使传统元素变为极具现代数码感觉。



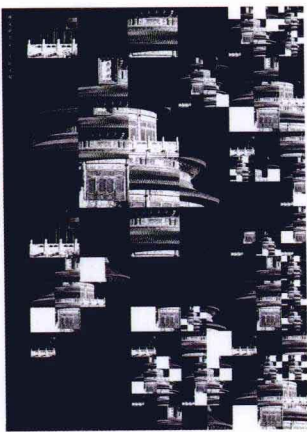
(图 28) 选取北京民间玩具, 配以五颜六色的圆形符号, 使画面生动而有趣。



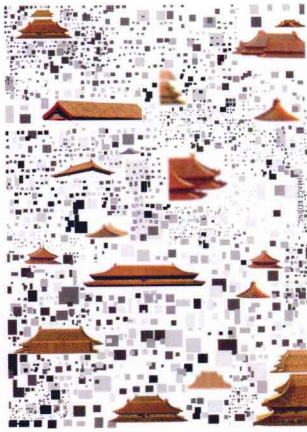
(图 29) 民俗魅力依然强势, 在明信片市场调查, 此作品最受大众喜爱。



(图 30) 华表的再构成设计。经现代信息与形式融合, 在视觉转换上创造新意。



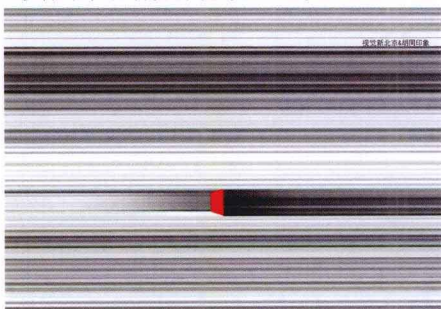
(图 31) 用现代人的思维与视角, 简洁的黑白形式……再现京城辉煌历史。



(图 32) 通过重新解构北京城楼, 传达出若即若离的时空感。



(图 33) 波浪的线条左右镜像，一座具象的天坛隐现其中。色彩闪烁，线条律动，形成现代视觉图形。



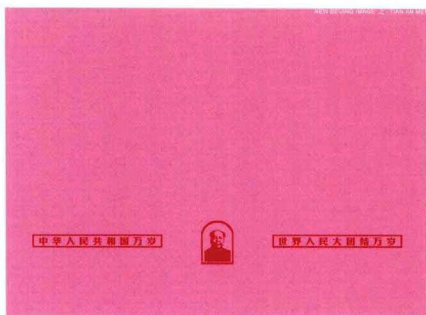
(图 35) 用画面主色调寻找印象中的北京色彩。



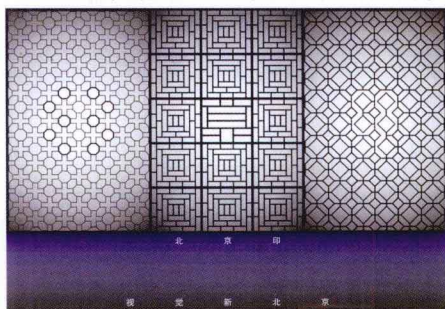
(图 37) 以传统瓦片为元素，中式构图，黑白颜色强化了北京特征与文化内涵。



(图 39) 取材于北京传统民俗——剪纸，平面与立体的交织，戏剧化地再现了船在水上行，鱼在水里游的生动情景。



(图 34) 源自天安门的想象。用简洁时尚的现代色彩，配以置换后的毛主席相框，给庄严的北京城带来一份媚味。



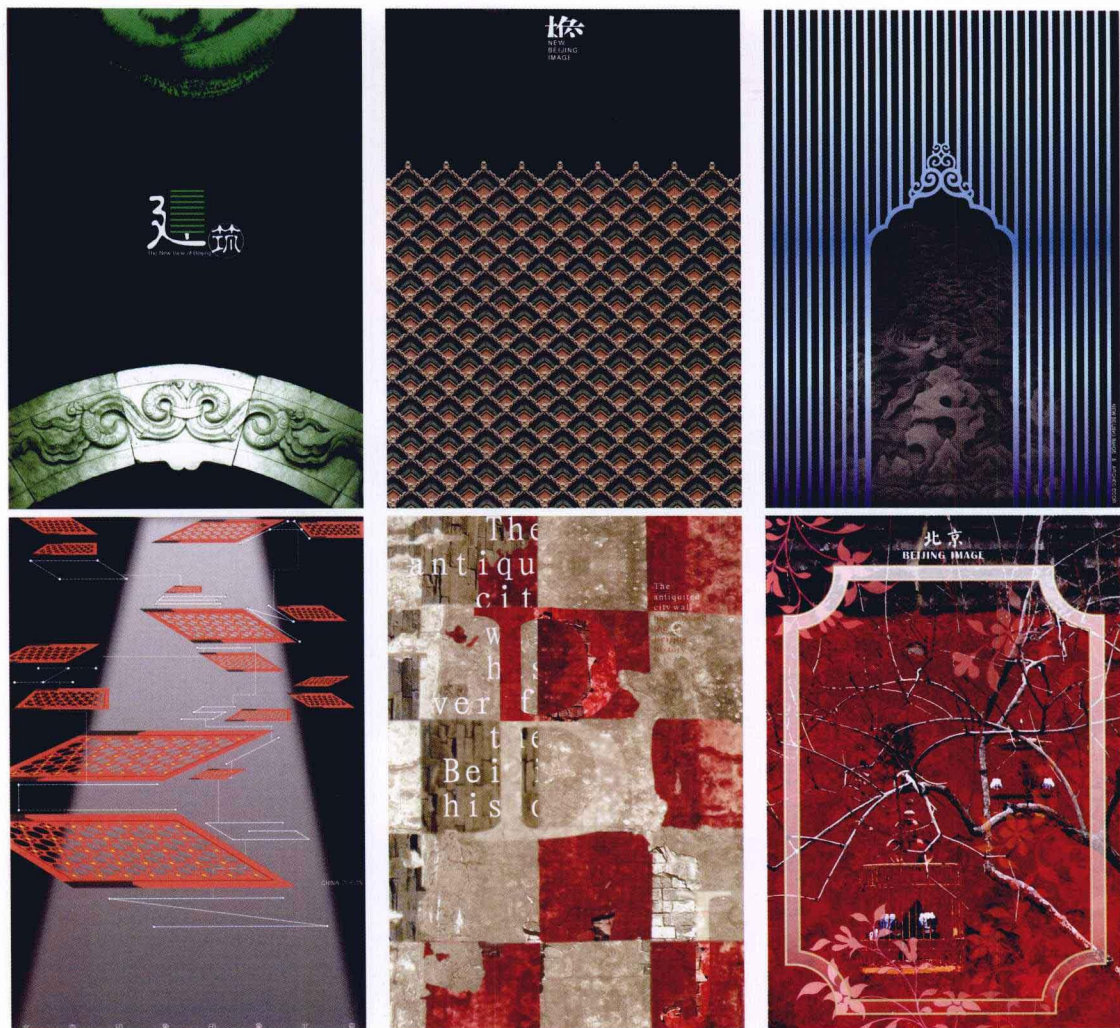
(图 36) 透过古朴门窗的几何结构，再现了古老北京的优美意境。



(图 38) 所选语句具有北京典型方言特点。字体大小编排错落有致，具有更深的文化意义。



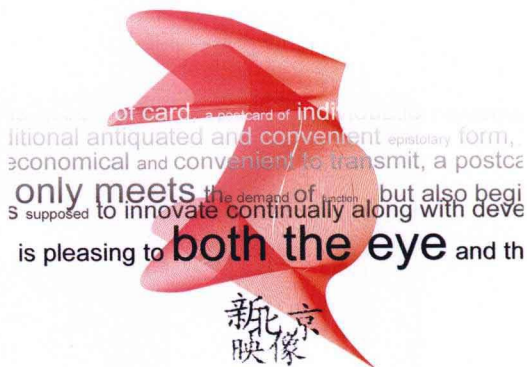
(图 40) 选择北京典型元素，创造性地展现北京的多样与时尚。



(图 41 至图 46) 这组创意明信片具有很强地域文化特点。利用典型性的元素石狮、牌坊等事物表现主题，提取富有代表性的“京味”图形传达新北京视觉。



(图 47) 通过界面，让数字符号传达信息，再加上质感，肌理等艺术处理，让作品更有表现力。



(图 48) 文字与图形信息进行空间混合，形式简洁、大方。利用色彩强化了视觉空间。



(图 49) 透过“北京”二字把相关的元素串联起来，表达京城轶事。



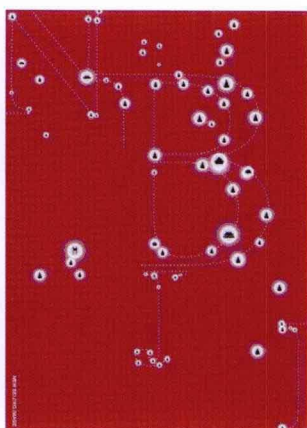
(图 50) 富于变化的动感线条，线性化的文字展现北京一座东方活力而现代的大都市，永远充满着神秘的遐想。



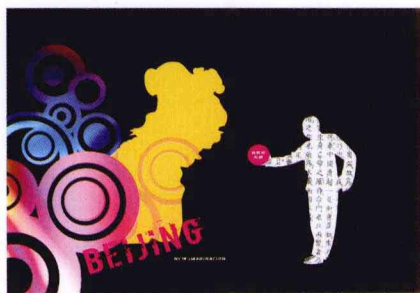
(图 51) 抽象的视觉形式，表现了霓虹闪烁的北京夜景，富有视觉张力。



(图 52) 大小不一的点，构成“视觉新北京”，用数码图形体现北京的现代感。



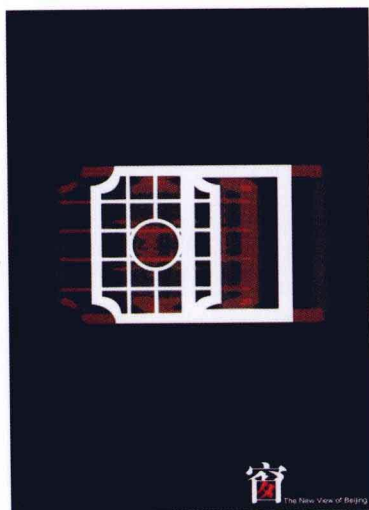
(图 53) NEW BEIJING 和北京传统建筑相互交织，体现古老北京的新气象。



(图 54 至图 57) 通过呈现北京传统曲艺文化，突出特色，在传递明信片信息的同时，让受众聆听故事情节，参与互动，在行为上给人以启示和教育。



(图 58 至图 61) 针对研发项目而进行的受众调查, 了解受众的审美、喜好、兴趣、题材、消费心理等, 把握创意明信片的设计。



(图 62) 寻找局部特征, 以北京传统窗户的造型元素为构想点, 进行深化的视觉图形。



(图 63) 呼唤鸟巢, 爱的回归, 让人类的家园更绚丽多彩, 从奥运角度体现新北京风貌。



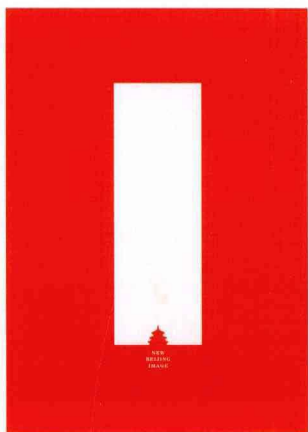
(图 64) 被像素化的北京知名景观, 与流动的线条传达老北京的现代气息。



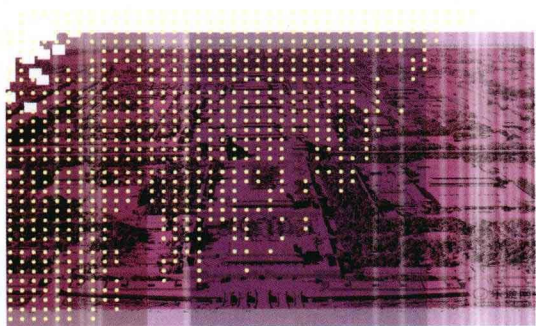
(图 65) 模糊的天坛，抽象的竖线，虚实对比，楼堂情怀传递着北京的过去与现代。



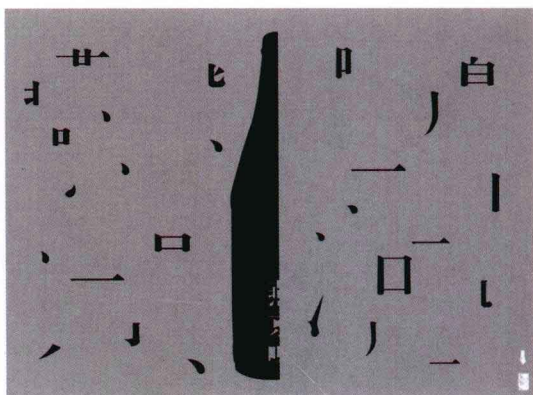
(图 66) 五颜六色的点点，大小对比。水墨与色彩上的比较中，展示北京古观象台久远神秘的智慧。



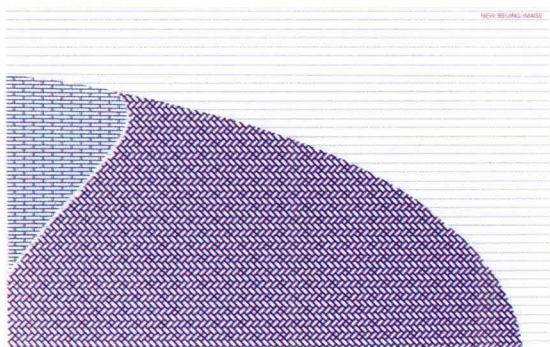
(图 67 至图 69) 通过元素简化和极减方法，概括了个性十足的新北京印象。形式简洁，含义隽永。



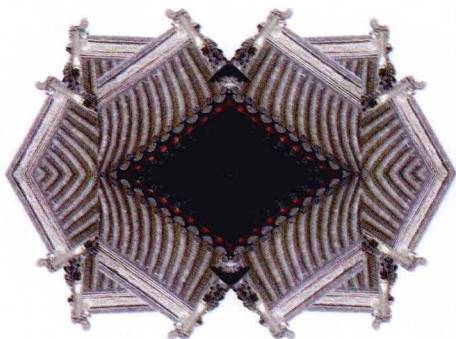
(图 70) 北京故宫鸟瞰图与点的抽象组合，以点在空间中的效果进行试验，形成理量上的变化，这种视觉推断效果，让人在行动变化中联想万千。



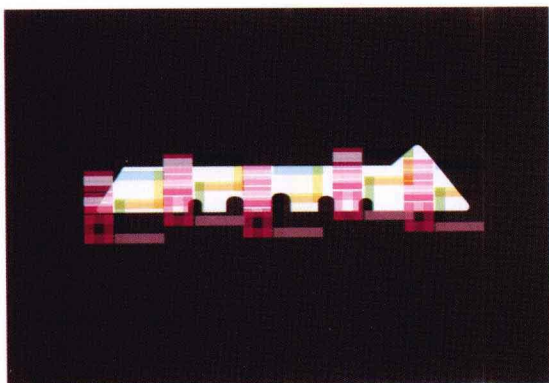
(图 71) 北京人深爱燕京啤酒。以瓶型和解散的汉字进行重构，形成散状联想。尝试图形的实验性。



(图 72) 寻求创意理念的突破口。利用传统元素和肌理材质的转换，重新构建国家大剧院，展现新的视觉图形。



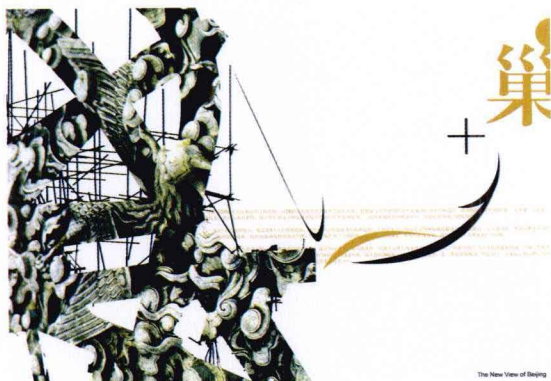
(图 73) 通过俯视与拼合，从新的角度塑造北京传统建筑。让组合和图式构成新的视觉形象。



(图 74) 儿时的记忆，天安门是北京。成长的记录，“一”属于北京。发展的印象，中心是北京。现代的记号，闪耀是北京。



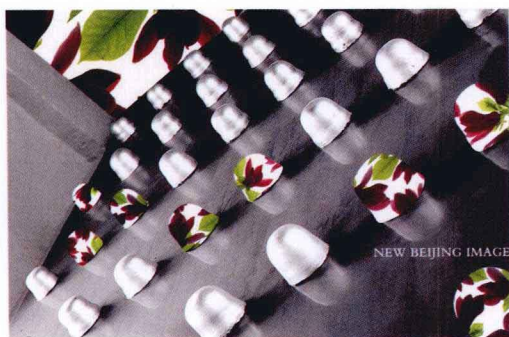
(图 75) 天坛回音壁与奥运五环色标形成同构，在递进的空间方式上，古老与现代并置，表达了北京举办奥运会的共同心声。



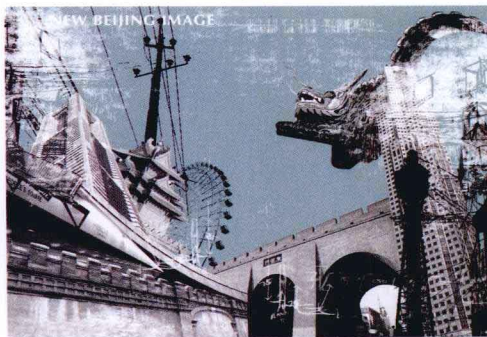
(图 76) 画面中，选取北京具有代表性的传统图案照片，与“鸟巢”的结构进行重构，组成新的视觉图像。



(图 77) 利用北京新中央电视台、鸟巢和西环广场的建筑造型图片，巧妙地组成英文单词“new”，体现新北京的视觉概念。



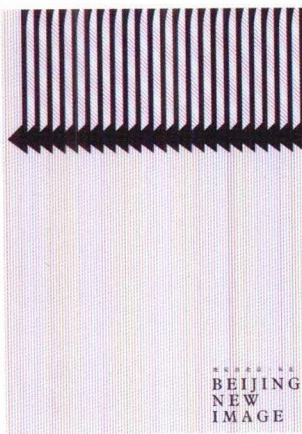
(图 78) 城门在北京是最典型的传统形态，利用写实门钉作视觉符号的转换与表现，让城门意识外延深化。



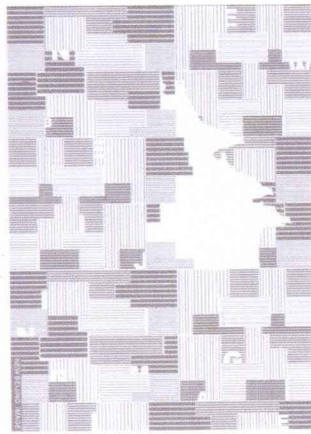
(图 79) 摄取自北京最有代表性的传统建筑，利用照片叠加合成处理，将古老与现代浓缩在咫尺之间。



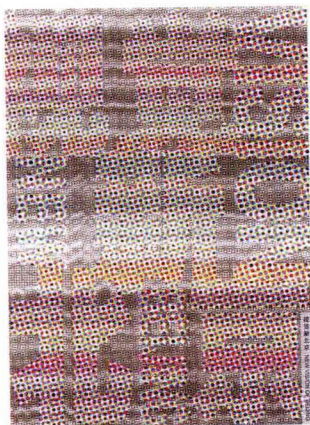
(图 80) 将众多华表形态融入画面，以混沌的图形叠加，集中地展现北京人文与视觉景观。



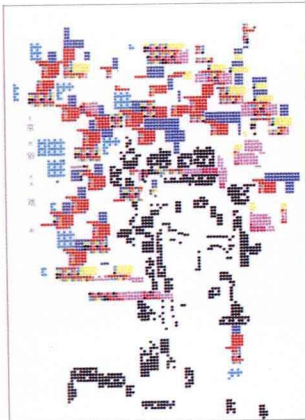
(图 81) 用汉字“一”构成北京民居的灰瓦，简练的线条排列，独特的图形创意表现北京朴实的民居特征。



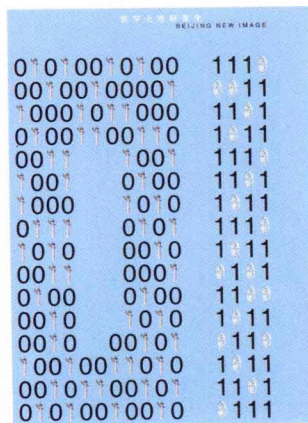
(图 82) 将现代的几何形与传统的建筑进行比较，彰显北京新的视觉特色。



(图 83) 色彩源于北京传统建筑，用数码效果传递视觉新北京概念。



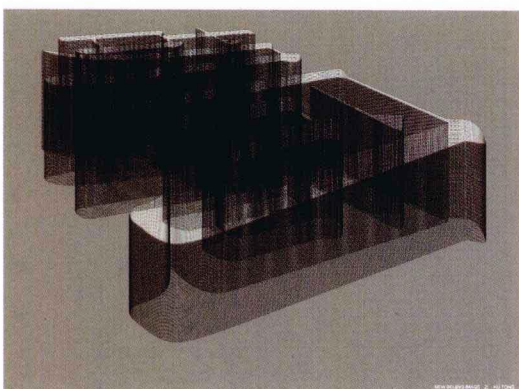
(图 84) 通过数码点阵构成京剧人物造型，从传统情怀中多了一份现代关注。



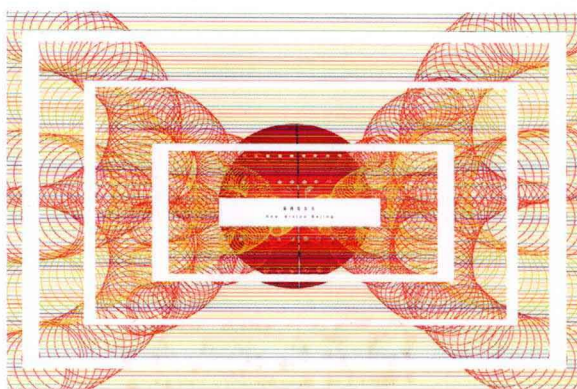
(图 85) 01 既是数字代码，又是北京的代号。二者融合，体现数字北京新形象。



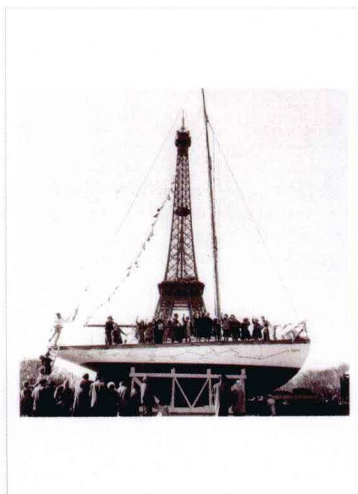
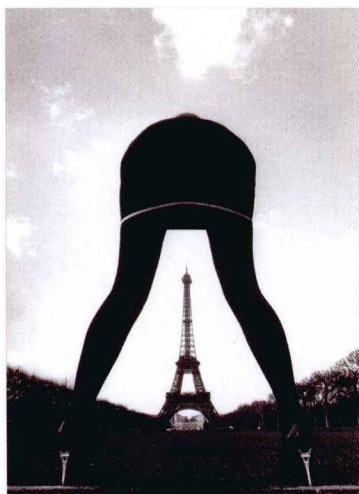
(图 86 至图 88) 以汉字作为主要表现元素, 通过文字系列的形式去表现, 设计上具有鲜明的个性和时代感。



(图 89) “胡同”二字与空间联想用三维立体化的创意图形方法表现, 既呈现了老北京的地域特征, 又凸现了现代视觉景象。



(图 90) 画面力求通过线条的透视变化, 传达北京环路的意向, 同时述说深邃而古老的城门背后的历史变迁。



(图 91 至图 93) 这是一组宣传法国巴黎城市形象的明信片。作品对巴黎象征埃菲尔铁塔进行创意, 突出了巴黎时尚之都的主题。

## 序 言

# 文化创意产业，经济寒冬中的一股暖流<sup>①</sup>

厉无畏

各位朋友、女士们、先生们，今天我讲的题目是“文化创意产业，经济寒冬中的一股暖流”。

我们也知道从2007年开始，美国的次贷危机引起的这一场金融危机逐步蔓延，在全球掀起了一场金融风暴，并开始影响我们实体经济的发展，使全球经济和国内经济运行的复杂性和风险，就越来越大了。由于受到美国金融危机影响，我们国家的出口已经开始回落，增长的幅度下降了。从去年前10个月数据来看，同比下降了4.6个百分点，当然我们还是增长了21%左右。而许多产业的增长速度也开始下滑。在工业领域，就是制造业的领域，也比较明显。10月份比9月份，回落了3.2个百分点，增长率只有8%左右。但是在这样一个情况下，创意产业却逆势而上，比如说网络游戏，2008年的第三季度比第二季度还增长了21%。

---

<sup>①</sup> 本文选摘自全国政协副主席厉无畏在“2009第六届中国文化产业新年国际论坛”的讲话。



那么我们看2007年的数据,因为近几年来,创意产业增长远远高于经济增长速度,特别在一些大城市,比如北京的经济增长率是12.3%,但是创意产业增长率是19.4%;上海经济增长率13.3%,创意产业增长率是22.8%;而深圳的创意产业增长率达到了25.9%,是一个新的发展亮点。现在为了应对全球金融危机的影响,我们一方面当然要加强国际合作,促进国际的金融次序,现在所有国家都在考虑如何来救市,投入巨大的资金。但是更重要的是要办好自己的事情,因为我们自己保持了经济平稳快速增长,实际上就是对世界做出了一个巨大的贡献。当前中央已经及时调整政策,出台一系列的刺激经济扩大内需的措施,扩大内需不仅仅是物质性的,也有精神文化方面的。同时更强调要增强自主创新的能力,要优化我们产业结构,通过调整我们产业结构,加快转变经济发展的方式。通过这样的手段,来应对当前所碰到的困难。

而创意产业,它的出现是在知识文化在经济发展当中的地位日益增强的结果,它强调的就是要创新,要有创意,要把技术、文化、市场、产品这四个方面有机的结合起来。当然它是脱胎于文化产业,但是它又超出文化产业的范围。要提供文化含量高的产品和服务,来满足人们的精神需求,有效地刺激内需。即使是物质产品,它也是种文化的载体。和其他产业融合发展,这是创意产业的特点,它可以渗透到各行各业里去,促进产业创新和结构优化,有效地来推动我们经济发展方式的转变。

正因为如此,所以我们说它是经济发展寒冬当中的一股暖流,我们具体分析,从三个方面来解读这个暖流的产生。首先,即使金融危机的时候,创意产业也能够找到发展的新机会。由于金融危机的出现,使人们对未来生活的担心,变成了一股巨大的心理压力,需要缓解。我们知道在美国,他们已经把金融风暴说成是一种精神风暴了,所以有一些人受不了,甚至要自杀。以需求为导向的创意产业,它是非常善解人意的,也为公众制造了一个缓解现实生活中压力的一个时间,像轻喜剧就有它发展的机会了。而丰富多彩的文化创意内容,为社会公众构筑了一