
论外来创意文化产业在中国的发展

——以上海迪士尼乐园为例

【摘要】：创意文化产业作为一种新型产业具有良好的发展前景。在经济全球化的背景下，外来创意文化的浪潮也逐渐扩大，正确对待外来创意文化是我国文化发展的必经之路，取其精华，去其糟粕，将其与传统文化相融合是我国文化发展的必修课。外来创意文化在中国发展的典型例子之一就是上海迪士尼乐园。本论文通过解读上海迪士尼这一外来创意文化在上海的内外部因素，分析出了这一典型例子所潜在的问题并给予了相应的解决办法，从而可以看出外来创意文化在中国发展还是行得通，同时也可以为中国创意文化发展贡献出一份力量。

【关键词】：外来创意文化产业，上海迪士尼，发展

1 外来创意文化产业在中国的生存

1.1 创意文化产业在中国发展的地位

早在 20 世纪末出台的《英国创意产业路径文件》中就提出创意文化产业的概念，就是通过创意来创造潜在财富和就业机会的活动。这是在经济全球化背景下发展的一门新兴产业。在中国，《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》明确提出把发展文化创意产业作为首要任务，可见这是一个最具潜能的新兴产业。

在经济层面上，发展创意文化产业既可以促进国内经济增长，也可以增加就业岗位。

在经济发展迅速的今天，人们对于文化创意类产品的需求显著升高。需求的增加为这一产业带来了巨大的市场。而比尔·盖茨曾说创意具有裂变效应，一盎司创意能够带来无以数计的商业利益。这也说明了发展这一产业对于经济增长的效用是远远超越了传统产业。约翰霍金斯在《创意经济》一书中指出，全世界创意经济每天创造 220 亿美元，并以 5% 的速度递增^[1]。就拿创意文化产业做得最出色的美国来说，文化产业约占 GDP 的 10%。2009 年为美国创造产值 2784 亿美元。而在我国一些经济比较发达的城市，文化产业也日益成为当地经济比较重要的一部分。例如上海市 2012 年实现总产值 7695.36 亿元，比上年增长 11.3%，实现增加值 2269.76 亿元，对上海经济增长的贡献率达到 20.2%^[2]。

对于就业岗位的增加就不言而喻了，文化产业的发展，可以带动就业，从规模来看，2012 年，上海文化创意产业平均从业人员 129.16 万人。由此可见，创意文化产业在中国的未来的发展地位一定会逐渐上升。

1.2 对外来创意文化的态度及在中国发展的利弊

创意文化产业的发展是建立在经济全球化的基础之上的，其中有好多还是引进外来的创意文化，该如何看待这种外来的创意文化？那就是取其精华，去其糟粕。在全球经济化下，各国之间的交流免不了会引入新的文化，比如美国的《功夫熊猫》就是引进我国的文化。对于外来创意文化产业，它的到来使我们拓宽自己的视野，在一定程度上还可以刺激本土的创意文化的发展，从而达到创意文化产业的大幅度进步。创意产业具有融合性，在传统文化传承过程中，需要不断地增添新的内容，对异质文化吸收和融合。所以开放自己，允许外来创意文化进入中国，并且协助他们形成经济全球化状态下的文化交流，才能共同进步。综上，我们应该用发展的眼光看待外来创意文化，学会融合，才能更好地发展我国的创意文化产业。

2 上海迪士尼在中国的发展

2.1 上海迪士尼 SWOT 分析

上海迪士尼乐园是中国第二个，世界第六个迪士尼乐园。2009 年年底，上海市人民政府宣布上海迪士尼申请报告已获国家有关部门审核。这标志着迪士尼这一全球闻名的主题公园将在中国大陆上诞生。然而，对于这种外来创意文化在本土上的生存能力却不能很好地保证。对此，我们首先来用 SWOT 分析来评估一下上海迪士尼。

2.1.1 内部分析

对于迪士尼在上海投建的优势首先在于口碑响，迪士尼乐园在全球已经有了五个，迪士尼相关产品，如电影，玩偶等在全球包括中国都比较有名。其次交通便利，位于上海浦东新区川沙新镇，附近就有地铁站，方便游客游玩。最后，规模较大，迪士尼向来是主题公园中全球建设成本比较高的，这次上海迪士尼投资了约 55 亿美元。

然而，这种外来创意文化也会有劣势存在。首先，迪士尼乐园在美国的巨大成功是因为美国儿童都是接受迪士尼文化长大的，迪士尼乐园能更加地吸引他们。而中国儿童却对于迪士尼的很多文化不了解。其次，在中国高端动漫产业不是太发达，传播手段不够先进，还有一个管理层面的问题就是本地员工的管理问题，这些都是外来创意文化的劣势。

2.1.2 外部分析

这种外来创意文化的机会总是有的。笔者认为最明显的就是有很大的市场需求，其次就是有区位优势，上海的地理优势无可厚非，不仅对于中国内地，对于周边国家也是如此，此外，上海迪士尼的选址周围有一些其他娱乐设施，比如上海野生动物园，新场古镇等，这些对于上海迪士尼以后效仿奥兰多国际旅游度假区有极大好处。同时，上海迪士尼的建立最大的威胁就是竞争者，在上海，有本土的欢乐谷，附近还有日本和香港迪士尼的竞争，给上海迪士尼形成了不少压力。

2.2 上海迪士尼具体潜在问题及解决办法

2.2.1 文化差异

在这个全球经济化的时代，文化更是在全球以各种方式融合起来。而外来文化进入到新区域时，本土化总是显得尤为重要。外来创意文化产业也是如此，如果没有做到本土化的话，一定不会存活得太久。把这理论放在上海迪士尼身上，就应该中国化。迪士尼在巴黎迪士尼的“滑铁卢”遭遇就是在文化本土化上没有做好功课。在巴黎迪士尼乐园建好之后，迪士尼完全按照它原有的模式和文化运营，例如，员工不可以穿牛仔裤上班，在酒文化盛行的巴黎不允许在迪士尼里喝酒等。这些与法国文化相悖的举措招来了法国人民的愤怒，以至于让法国迪士尼的收入一路降到了最低。不久后，迪士尼意识到了问题的严重性，开始改变自己试着将迪士尼本土化，开始尝试改变并最终扭亏为盈。所以，上海迪士尼，由于其主要目标市场是中国人，那就要将迪士尼文化与中国文化完美结合，创造出一个具有中国特色的迪士尼。

倪宁教授在《迪士尼娱乐攻略》中写道，当时，巴黎迪士尼为了挽救这一亏损局面，首先，完成了将迪士尼本土化，比如引进酒文化，允许员工上班穿牛仔裤。其次，重新整合营销手段，希望能够弥补之前所造成的恶劣形象，并希望在本土化同时能将迪士尼的核心概念推广出去，让法国人民都能体会到迪士尼文化的魅力。最后，为了使更多的人了解迪士尼文化，建立了迪士尼视听室^[1]。鉴于此，上海迪士尼可以：第一，在上海迪士尼内不仅提供西餐，也要提供中餐如饺子、火锅等。第二，在中国的传统节日时组织一些具有中国特色的活动。第三，在电视上开设一个迪士尼节目，或者为了庆祝上海迪士尼的运营拍一个具有众多中国明星演员的电影。第四，类似巴黎迪士尼，设立一个迪士尼视听室。

2.2.2 竞争压力

正如之前所说，竞争对于上海迪士尼是一个巨大的威胁。来自欢乐谷的威胁不仅是因为其是本土产业，更在于其存在时间久，顾客忠诚度较高。虽然竞争压力比较大，运用好差异化策略也可以化竞争为商机。差异化策略就是提供一种产品或服务区别于竞争者的不同方面。市场上有很多差异化服务，但是每一种都可以满足于不同消费者的需求^[4]。迪士尼可以运用差异化服务来提供给喜欢迪士尼文化和迪士尼乐园中娱乐设施的人们。此外，因为周围有上海野生动物园和新场古镇，上海迪士尼可以利用自己的区位优势联合它们形成娱乐中心，给游客们提供更加便利的服务，诸如可以凭一张特别的票可以玩遍这一娱乐中心。顾客停留的越久，就越能促进这一片区域的其他产业发展。如果真的可以达到这一多赢局面，这一庞大的娱乐中心可谓在亚洲史无前例，会具有相当大的影响力。

2.2.3 人力资源管理

上海的人力资源管理和美国不尽相同，这是国情决定的。迪士尼名气虽大，但在上海属于新的文化产业。而且中国的母语不是英语，和总部交流起来或者上下级交流起来比较困难，这对于公司训练员工有一定的难度。解决这个问题就是少聘用正式员工，给这些员工比较好的福利，这样他们会有安全感，从而对迪士尼保持忠诚。当总员工数没有那么多的时候，训练员工就会轻松很多。如何解决员工过少的问题呢？上海高校云集，迪士尼可以和特定学校联合，每年组织志愿者项目，让学生们到迪士尼来实践，这样迪士尼既支付的工资少，又可以解决员工不足的问题，并且给未踏入社会的学生们提供接触社会的机会。社会上的人们也可以利用自己的周末来兼职。通过这个办法就可以解决上海迪士尼的人力问题。

3 结论

创意文化产业的前景可谓是一片光明，在经济全球化的今天，外来创意文化也逐渐渗入每一个传统文化当中去。取其精华，去其糟粕是对于外来文化的原则，而在创意文化产业中我们更应该将其融合起来。上海迪士尼是外来创意文化在华的典型代表，通过分析发现，迪士尼在上海的发展中的确会遇到一些问题，但是通过合理有效的管理去解决，像这样的外来创意文化在中国的发展前景很广阔，从而会使我国的创意文化产业的发展更上一层楼！

参考文献:

[1]约翰·霍金斯. 创意经济[M]. 上海: 上海三联书店, 2006.

[2]2012 年上海文化创意产业统计数据、2013 年上海市文化创意产业发展报告 [EB/OL]. 豆丁网, <http://www.docin.com/p-671403577.html>.

[3]倪宁. 迪士尼娱乐攻略[M]. 广州: 南方日报出版社, 2005.

[4]Ahlstrom, D & Bruton, GD, International Management: Strategy and Culture in the Emerging World[M]. South-Western Cengage Learning, America, 2010.