

威廉，找到创意“小伙伴”了吗？

——英国王子来访，留给上海更多思考

◆ 单视瑜(伦敦特约评论员)文 潘敏德 摄



▲ 历史悠久的伦敦皇家阿尔伯特音乐厅剧场在现代创意的加盟后，显得时尚又年轻

新闻背景

今年刚好是中英文化交流年，前不久到访中国的威廉王子无疑来得正好，而他来上海给“创意英伦”盛典站台也让世界把目光集中到了上海的创意设计上。一天之内接连三次亲临盛典现场的威廉为中英友好交流年加足了“柴”，更引来了更多英国人关注上海创意设计。



▲ 在伦敦，你经常能在历史悠久的景点前，看到现代气息浓郁的创意设计，这种反差却丝毫不影响视觉效果，因为这正是伦敦的特色

► 伦敦车站广场的雕塑，如同等待火车的人一般“无聊”，正自娱自乐呢

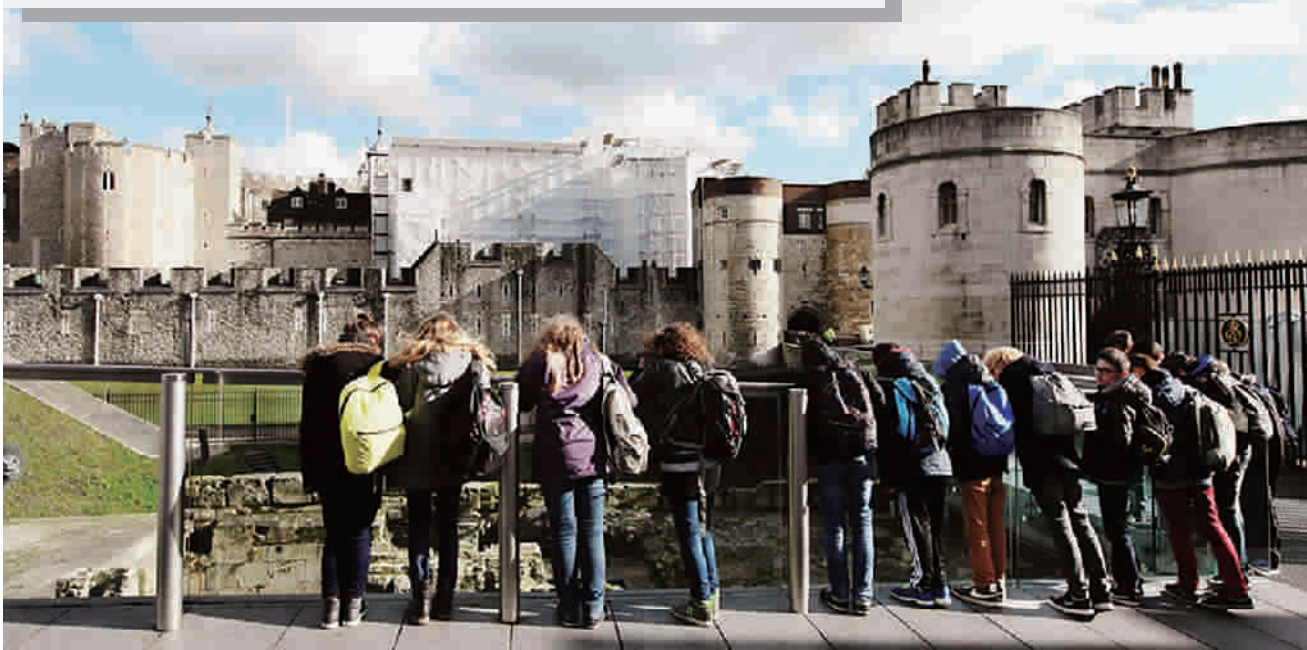
▼ 学生们在伦敦塔城堡内专注地观看仿真动物雕塑，这些认真的年轻人正是未来创意设计的生力军



● 英国，尤其伦敦是个十分讲求规则文化的城市，但这并不妨碍它成为全球创意之都。规则意识被导入创意活动之中，如同法律保护成为创意设计的最大保护伞。

相较中国其他城市创意艺术的环境和土壤，与英国伦敦最为接近还是上海。再加上，高层建筑的谋划，1997年，时任英国首相布莱尔倡导的“创意产业特别工作组”诞生，布莱尔亲自担任工作组主席，并专门成立了一个文化、媒体与体育部，分管创意产业，“创意伦敦”的概念应运而生；伦敦本就是世界金融之都，政府的倡导、法律的护航，风险投资于纷纷看好襁褓中的创意；还有，世界一流的高校开设了更多、更具有领先潮流的创意课程；伦敦拥有全英国最多的高等教育人才，尤其是创意艺术课程排在全球前三位。于是，这座城市云集了掌握300多种语言的世界各地人士，有了40多万人的创意大军，风险投资是其他产业的两倍；这一切，都是创意的源泉。

而上海，也有这样的潜力，所以，英国人把这里看作是自己创意的“小伙伴”，颇有些惺惺相惜的味道。英国那部著名动画《小羊肖恩》，这次在创意伦敦盛典上化身成了三十座雕塑，邀请了全球著名艺术家进行创作。中国艺术家徐冰等人创作的两只小羊，被陈列在最醒目的位置，他们分别描绘了吃竹子的熊猫和中国西北虎共枕的风情，威廉王子亲自为它们“点睛”。威廉见到马云，第一句话就问：“生意进展得挺好吧？”因为已有超过130家英国品牌在马云网上铺子里开店，其中就包括爱德华八世专供茶TWININGS红茶、伊丽莎白女王专用的折叠伞品牌Fulton、凯特王妃最爱的便携美发梳品牌Tangle Teezer、乔治小王子同款背心Cath Kidston、威廉王子脚上穿的130多个工匠200多道工序的鞋子Loake、英国王室婴儿手推车品牌Silver Cross等。正是看中了上海相似的创意潜力，才让威廉王子如此钟意上海，也希望上海能抓住这样的机遇，让创意设计成为更加响当当的城市名片。



● 威廉到访上海，无疑为上海这座“东方魔都”加了高分，无论中国人还是英国人恐怕都想知道代表“创意之都”的威廉为何选择了上海？

这几天，我看到英国各大媒体上几乎都有关于威廉王子访华的报道。据英国媒体报道，威廉王子这次上海行，最初是威廉王子主动提出访华的想法而形成的。正好今年是中英文化交流年，他去启动 GREAT 创意英伦盛典开幕式，这是一个很好的契机。尤其是威廉王子在上海一天内三次亲临创意英伦盛典的举动，让不少英国时尚人士敏锐地抓住了重点，更加关注起上海的创意设计。几十家英国品牌、机构、公司来到上海摆摊设点展示其傲人的创意成果，捷豹、路虎、汇丰银行、BT……哪一个都大名鼎鼎。当然，还有最潮、最呆萌又最温馨的《帕丁顿熊》首映式，威廉不仅亲自到场，还力主张艺谋等中国大腕一起站台。在展示了英国人善于把动物戏拍得风生水起、有声有色的特色外，电影的中国首秀也创意十足。

众所周知，创意产业是英国人最先提出的，经过20多年的发展如今已成为向世界输出创意的重要“水源地”，上海受到如此重视，首先是因为这座城市有着良好的创意基础：上海是世界大品牌心仪的入驻城市，国际知名设计也纷纷在此设立分支机构或者举办展

会，像米兰设计周今年将在上海办展览，而巴黎设计周则打定主意要抢在竞争对手之前进入上海。

更值得说的是，最近数年上海颇具世界影响的事情，像上海自贸区、APEC会议、世博会、亚信峰会，作为舞台和影响力的源头，上海创意设计、上海接受世界创意设计的胸怀都给地球人留下了深刻的印象，比如自贸区里的文化市场开放，让世界对上海文化创意产业充满了期待。还有，2011年，上海加入全球“创意城市网络”，被联合国教科文组织授予“设计之都”称号，目前美国迪士尼、东方梦工厂等世界级研发中心和重大项目已相继落户上海。

正因为好事在后头，所以当威廉王子站在上海滩上为英国的创意和艺术造势时，英国人自然会为他的先见之明而叫好“点赞”。

● 那么问题来了，当英国人有意选择上海成为自己的创意“小伙伴”时，上海的创意艺术究竟会以怎样的态度来应对？

回国后，面对英国媒体，威廉亲和的称，“中国人民很热情”、“中国人很智慧很富于创造激情”。我曾看到威廉王子在中国接受采访，他还谈到了鸡缸杯，称中国的陶瓷艺术影响了整个欧洲，包括英国王室，中国人送给他的鸡缸杯太漂亮了；中国的创意艺术十分高

超，那尊熊猫吃竹子扮相的小羊十分可爱，也很国际化，他十分期待文化交流年来到英国，以便让更多的英国人感受到精彩的中国创意艺术。同时，他表示相信，中国也会像英国这样加速培养好创意艺术的肥沃土壤。

在中国几个创意产业相对发达的城市中，上海的创意产业起步较早，发展较为迅速，但也存在趋利行为“驱赶”创意内涵、同质化竞争严重等问题。全球创意网络中的许多城市，像美国东海岸的纽约、波士顿，西海岸的旧金山、洛杉矶均表现出创新创意效率高、创意转化率高及产品接力效率高等特点；日本虽然缺少美国式的强劲势头，但其创新创意的极致追求，让人叹为观止。曾经风靡全球的索尼“随身听(walkman)”，无论颜色、质感，还有随形贴耳的造型，细节之处体现出的人性化设计想必很多人都有体会，但你我都不知道它的发明者是谁。也许你知道“液晶之父”是夏普，再往下深究就只能回答“全体研发人员”了：这些经典创意设计问世，都与研发、创意团队在自己“创意田园”里拥有绝对的自主权，甚至可以否定领导的决策有关。

而上海，这种欧美式的“计划外”创意和“计划内”的日式创新模式都不是量身定做，因此，上海的创意要想更上一层楼，就必须破除“业态重于形态”、“重硬件、轻软件”的传统格局，提高专业化服务水平，让“市场”回到创意园中，让创意也有机会强劲点生长。