

意大利创意产业的发展特点

张翼燕¹ 尹 军²

(1.中国科学技术信息研究所, 北京 100038)

(2. 中国科学技术部, 北京 100862)

摘 要: 诺贝尔经济学奖获得者西蒙认为, 创意是一种思维方式, 本质是解决问题的能力, “当思维引发的行动能够创造出拥有社会价值的物品时, 这样的思维就应被看作是有创意的”。本文介绍了意大利创意产业的定义、模式、分类及特点; 分析了创意产业对经济社会特别是摆脱经济困境的重要作用; 重点研究了意大利政府和企业以科技和创新推动产业发展, 以及在知识产权保护、人才培养、评价体系等软环境建设方面所采取的举措; 最后分析了我国应借鉴的意大利的成功经验。

关键词: 意大利; 创意产业; 意大利制造; 工业设计; 时尚; 文化遗产; 知识产权保护

中图分类号: G154.64 **文献标识码:** A **DOI:** 10.3772/j.issn.1009-8623.2012.02.003

一、意大利创意产业的概念及分类

(一) 定义

目前在世界范围内, 对于创意产业还没有统一的定义和分类。意大利创意产业的定义基于诺贝尔经济奖获得者西蒙(Herbert Simon)提出的概念。西蒙认为, 创意是一种思维方式, 本质是解决问题的能力, “当思维引发的行动能够创造出拥有社会价值的物品时, 这样的思维就应被看作是有创意的。”

(二) 模式

意大利根据创意产业发展的不同驱动力, 定义了两种创意模式: 技术创新创意和社会质量创意。

以 ICT(信息通信技术)和互联网为驱动的新经济引发了视听文化的消费, 诞生了影视动漫、电视广播、网游和新媒体、出版、音乐、广告等创意领域。意大利将此模式定义为“技术创新创意”。

另外, 人们对物质文化的高品位追求, 使得产品或服务开始从“低价”向“高质”的象征价值过渡, 形成了文化遗产、时尚、设计、建筑等创意领域, 意大利将此定义为“社会质量创意”。

意大利创意产业以社会质量创意为重点, 是此种模式的个中翘楚。

(三) 分类

公开的综合性的报告所见, “*Libro Bianco sulla Creativita, Commissione sulla Creativite Produzione di Cultura in Italia, 2007*” 和 “*Ricerca Industrie culturali, 2011-2016*” 分别对创意产业进行了分类,

表 1 “Libro Bianco”创意产业领域分类

宏观分类	释义	具体分类
物质文化	创意是地域化累积的文化符号, 体现在手工艺品和日常生活用品之中	时尚
		工业设计与工艺
		食品与葡萄酒行业
历史与艺术遗产	创意构成了国家的文化资本, 同时包括历史文化积累和当代艺术产出	文化遗产
		建筑
		表演艺术
		视觉艺术
信息内容产业与通信制造	在具有高象征性信息内容产品和服务的生产和传播过程中, 创意是投入的知识和思想资源	计算机与软件
		出版
		电视广播
		广告
		电影

第一作者简介: 张翼燕 (1975-), 女, 博士生, 中国科学技术信息研究所 副研究馆员; 研究方向: 科技政策、数字图书馆等。

收稿日期: 2011年11月21日

表2 “Ricerca Industrie culturali”创意产业领域分类

宏观分类	具体分类
工业创意	设计
	建筑
	广告与通信
	工艺品
工业文化	影视动漫
	电视广播
	网络游戏
	音乐
	出版
视觉与表演艺术	视觉艺术
	表演艺术
文化遗产	文化遗产

虽然宏观划分各不相同,但所属二级类别大同小异,主要差异在于 *Libro Bianco* 包含了食品与葡萄酒行业。

二、创意产业在意大利经济和社会中的地位

2007年12月31日,意大利总统纳波利塔纳在年终电视讲话中强调,“创意产业是(意大利)优势领域之一,将为本国企业和经济带来巨大活力和潜力”。纳波利塔纳同时指出,意大利应加大对创意产业的关注和投入。

(一) 创意产业是国家经济的重要组成部分

创意产业的经济贡献率一般存在两种不同的统计方法。一是仅限于创意产业的核心活动——构思和制造,另一种则进一步包括了相关外延活动,例如与制造和销售有关的活动等。通常情况下,外延创意产业经济总量约为核心创意产业的两倍。

创意产业是意大利经济的重要组成部分。以各产业的核心活动为例,核心创意产业占GDP的比例略低于金融业,约为机器制造的2倍、车辆制造的4倍,详见图1。

(二) 创意产业是摆脱经济困境、实现经济腾飞的希望

从意大利的历史来看,二战结束后,从原有军火工业中分化出了大批中小企业,集中精力进行美学研究。他们的创造力被深度激发,融合了意大利与生俱来的艺术表现力,使得设计业在短时间内达到国际顶尖水平,带动了工业乃至经济的复苏,并最终创造了意大利的经济奇迹。

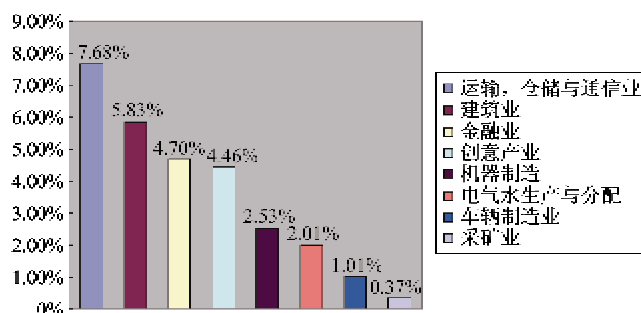


图1 各产业核心活动对GDP的贡献率

在经济危机的时代,以“Made in Italy”为代表的创意产业是最珍贵的资源之一。2010年,意大利创意产业市场总值约680亿欧元,占GDP的4.9%,从事创意产业的雇员141.24万人。从动态数据来看,近三年的创意产业产值年增3%,相当于国家整体经济年增长率的10倍;创意产业提供的岗位数增加了1.3万个(增长率为0.9%),而国家雇用率却下降了约2.1%(减少了53万个就业岗位),作为传统的战略产业的金融业、交通业则大幅裁员。

以上宏观经济数据充分说明,意大利创意产业正蓬勃发展,在整体经济乏力的大势下,呈现了积极的上升态势。与传统优势产业相比,是更值得投资的新型战略产业。

(三) 创意产业是意大利提高国际地位的工具之一

意大利在社会质量创意领域的成就,吸引了众多重视利用文化和创意改善个人和社会生活的国家,获得了他们的高度认同。

“Made in Italy”将意大利的产品、服务和生活方式输入全球,其象征性价值特别满足了高端群体的物质和精神需求。在以设计为基础的创新力方面,欧洲和全世界的消费者对意大利产品的定位和形象都有非常高的认可度。

三、意大利创意产业的特点

(一) 设计最具优势,塑造意大利国家形象

设计是意大利最珍贵的资源,是备受国际社会推崇的宝贵财富。

时尚业独树一帜,是世界潮流风向标。时尚产品代表着“意大利制造”的精髓,集中体现了意大利式的生活方式,在国际市场备受推崇。意大利不仅

拥有众多顶级奢侈品牌,同时拥有众多二、三线产品,以创新的设计和高品质引领着全球时尚潮流。据统计,时尚业对国家 GDP 的贡献率占全部创意产业的 1/3,同时也是全球生产和出口强国。

工业设计世界领先。工业设计在创意产业中的地位,仅次于时尚业。工业设计的应用是意大利工业部门增强竞争力和提高效率的重要工具。在意大利,人们越来越倾向于更广泛的工业设计内涵,将产品技术功能需求与外观需求相结合。

(二) 文化遗产是意大利的宝贵财富,对经济发展做出了重大贡献

意大利是世界最大的旅游目的地之一,是拥有博物馆数量最多的国家之一,是获得世界文化遗产数量最多的国家之一。在意大利,文物保护是文化政策的重点,通过相关产业支持(文物服务、修复服务等),最大程度地保护本国的文化遗址,以直接收入和间接收入促进国家和各地区经济发展。

(三) 技术创新创意在某些细分领域呈现出快速发展态势

意大利在尖端和前沿技术领域有所落后。但是,过去二十年间,计算机、软件和 ICT 技术已发展成熟并形成了多样化的产业。只有对各个产业细分并认真分析,才能正确认识到意大利在技术创新创意领域的真正地位。例如:

在硬件领域,近几年表现出了极大的发展潜力。ST Microelectronics 是世界第五大电子半导体元器件生产商。目前,西西里岛已经形成了卡塔尼亚微电子园区。

在软件应用特别是商业咨询软件领域,意大利也呈现了快速的发展态势。在手机和互联网的多媒体内容和数字娱乐的移动服务领域,Buongiorno Vitaminics 公司也位居世界一流。

(四) 创意食品行业成功延伸

意大利的创意产业包括食品行业。意大利美食在全世界受到广泛欢迎。2011 年 6 月,全球最受欢迎食品评选活动中,意大利面夺冠。

创意食品主要表现在三个方面。

1. 充分挖掘某些产品的潜力,围绕一个主题延伸出许多变化。将产品的外观与本质相结合,从组合中诞生具有上千种形状和口味的面食、甜点、冰激淋、巧克力等。

2. 重视包装和广告,企业在产品形象上大力投入,利用多种样式的包装和系带,逐步确定和巩固企业品牌。猛烈的广告攻势同时涌入千家万户。

3. 将饮食与生活方式和文化相结合。最著名的是意大利人提出的“慢食运动”,原是 1986 年为了抗议麦当劳于西班牙广场台阶附近开设分店而提出,现在则提倡维持单个生态区的饮食文化,使用与之相关的蔬果,促进当地饲养业及农业。

(五) 会展是意大利制造及设计的主要宣传手段

意大利从国家层面高度重视会展的作用。2005 年意大利成立价值基金会。该基金会新建的“方形斗兽场”大厦占地 16 000 平方米,用于意大利常设展览,展现意大利制造植根于意大利文化的典型特质。民间的展览及活动更是数不胜数。大到轰动世界的米兰三年展,小到各个小镇的传统展览及活动。在宽松的环境下,创意产业自然蓬勃地发展。

(六) 传统与工业相融合的区域特色

意大利地区经济发展的不平衡性,形成了独特的创意产业工业模式。南部(和中西部)以手工制造业为主,集散着各种传统工业美术小作坊;北部以时尚、设计为主,是主要工业产区;在中部(和中北部),小型和微小型设计企业则星罗棋布,要么为大型企业提供细密的零部件,要么生产个性化产品。

以意大利最好的领带 Marineli 为例,在 Napoli 有其手工作坊,在米兰则形成大产区。

四、意大利创意产业的科技元素

正如集科学家和艺术家于一身的达·芬奇所说:“艺术借助科技的翅膀才能高飞。”意大利的创意产业,正是凭借“文艺复兴”以来的厚重文化艺术传统,结合以科技,释放出了巨大的能量。

(一) 科技助力,抢占未来竞争制高点

毋庸置疑,技术创新创意是以高科技为支撑的。意大利解读社会质量创意现今面对的紧迫问题时,从经济、生产和消费体系的结构危机,到日益严重的环境问题及能源短缺,最终确定了以研发和创新驱动设计为“钥匙”的战略。

1. PNR2011-2013

国家研究计划(PNR)是指导意大利科研发展的纲领性文件。在最新公布的 PNR2011-2013 中,ICT、“Made in Italy”、文化遗产这三个创意产业的涵盖内

容,均被确定为优先发展战略领域。具体的支持措施是设置中长期国家旗舰项目,2010-2015年,每个项目投资约1.6亿欧元。意大利还鼓励私营部门参与国家旗舰项目。

2. 工业 2015 法

工业 2015 法中,集中资源,重点支持的四个关键领域中包括“Made in Italy”和文物保护。意大利政府认为,“Made in Italy”仍然是意大利经济发展的动力和优势,但面临着严峻的竞争。着眼未来发展时,必须与工业研究开发相结合。以工业 2015 法支持的“工业创新计划”为例,于 2010 年评审完毕,集中了食品、家具、服装和汽车等在意大利制造业中具有战略地位的领域,由 162 家知名大企业,128 家中型企业和 455 家小企业承担,预计将有 7000 余位科研技术人员参与。政府投入及企业配套经费总计约 6.38 亿欧元,主要用于开发创新产品和新工艺、探索企业合作新模式等。

(二) 创意企业推崇创新

创意不是一个单独的行业,而是和新技术、新材料、新工艺紧密相关的,很多创意都建立在科技创新的基础之上。在意大利,创意公司并不仅仅局限在通常的艺术或设计之内,而是非常注重发掘一些新的材料和零部件。艺术、材料、工程、科技在这个产业中实现了互通。公司一般通过以下两种方式实现创新。

1. 建立自己的研发中心

倍耐力(Pirelli)是意大利著名的设计研发企业,多年来,公司一直都在不遗余力地进行技术创新和产品开发。每年收入的 3%投入到位于世界各地的 6 个研发中心。以米兰实验室为例,2001 年成立,耗费投资 1.35 亿欧元,拥有科研人员约 150 人,占地约 13 000 平方米。

卡特尔(Kartell)公司一直以创新者的姿态呈现在世界面前。近 50 年来,Kartell 将主要目标放在塑料的工艺技术方面,以应对紧迫的经济和社会环境问题。

2. 与专业技术公司合作

Luceplan 公司是意大利照明行业中的最大企业之一。从 1979 年公司创立伊始,就以其设计创新产品的能力独树一帜,这些产品都是公司在新材料和技术方面探索研究的成果。该公司 2009 年设计的

“Hope 灯”,设计理念是只用一个光源点,但要倍增发光点。从技术角度之所以能实现这个解决方案,还要归功于与一家专业公司之间的合作。事实上,公司借鉴了投影仪专用的菲涅尔透镜和镜子的改进技术。

iGuzzini 公司从成立之初,为了投资灯光高效使用的研发工作,便同著名的建筑师和设计师合作,这也成为了该公司业务的一大特色。该公司今天已经成为了欧洲照明科技领域最重要的公司之一,行业内的领军者。

(三) 知识产权保护强调利于创新

在意大利,设计受到知识产权的保护。通过在设计初期适当的保护和监管,意大利从法律角度,为企业特别是中小企业构建了实用的知识产权保护工具,使企业能够壮大、实现国际化,在市场上不仅仅凭借有竞争力的价格优势,而是凭借其知识和技术优势参与竞争。

1. 保护历史悠久

早在 15 世纪,威尼斯共和国就诞生了专利的概念。1868 年 8 月 30 日第 4578 号法律,意大利共和国第一次界定工业模型。1940 年 8 月 25 日第 1411 号法令,工业模型法实施。从那时起,设计即位于工业模型类别中受到保护。

2. 设计保护不断演变

在工业演变过程中,设计日趋重要,并作为知识因素不断得到立法者的关注。随着工业进程的变化,工业模型法开始进行一系列修正,逐渐区别于设计和实用模型。1977 年 5 月 23 日意大利第 265 号法律,延长了设计和实用模型原有的 4 年保护期,规定设计模型应该有最多长达 15 年保护期,而实用模型最多可达 10 年保护期;1987 年 2 月 14 日第 60 号法律引进了重大变革,将实用模型列入发明,允许将实用模型专利申请转化为发明专利申请,将设计和装饰模型保护与实用模型保护分离开来。2001 年 2 月 2 日第 95 号法令完成设计与实用模型的分离。2005 年 2 月 10 日第 30 号法令中,颁布了工业产权法典,最终将设计的法律规范完全从实用模型的法律规范中分离出来。这一分离,立法者有意完全将设计从其他知识产权保护形式中独立开来。

从欧盟的角度来说,2002 年第 6 号规则(CE)

设立了一个新的、特殊的设计和模型的法律保护工具,一般称为“欧盟设计”,在欧盟各国均有效,与各个国家采用一样的基本法律保护规范。

3. 设计同时受著作权的双重保护

近年来,在一系列司法干预后,意大利法律还规定了著作权为设计的另一种保护工具。2001年第95号法令取消了此前条文中“禁止重复保护”的规定,针对有创意特点和艺术价值的工业设计作品,将其著作权与设计和保护相联系。在各种著作权明确保护的作品中,工业设计列入其中。

(四) 高度重视人才培养

意大利在人才培养方面做了大量工作,并向全世界输出了优秀的设计大师和人才。

得天独厚的优势。意大利价值基金会主席 Massimo Arlechino 非常自豪其国家悠久的历史与文化,认为“艺术植根于意大利每一个人的灵魂深处,从他(她)降生之日起,就随时随地受到无处不在的熏陶”。意大利工业设计师协会会长 Luisa Bocchietto 同样认为,优秀设计师的培养更多是取决于一个国家的文化,经历一代又一代的积淀与传承。

“海纳百川”。意大利的设计师除出身于工业设计专业外,非常重要的一个来源是建筑师。很多建筑师无法从事建筑设计,因而转行做其他产品设计。还有来自工程技术专业、艺术专业甚至自学成才的设计师们,不同的教育机制和专业背景实现了百花齐放的设计繁荣。

全面的素质培养。以都灵理工大学工业设计专业教学体系为例,对设计类学员侧重于三方面能力的培养:一是学科互通能力,实现科学、经济、管理、哲学等各领域与本专业的交叉;二是实践能力,强调学生在现有条件下,敏锐把握市场需求,进行可实施的创新设计;三是前瞻研究,强调学生以可持续发展理念,对未来设计方法和方向进行再思考和探索。

(五) 健全的文化环境与评价体系

意大利的设计评价体系以企业和民间为主,多自发形成。

1954年,米兰的 Rinascente 商场举办了一场年度最佳设计产品竞赛,活动取得了巨大的成功。两年后,该活动已无法用单一的商业眼光解读,于是诞生了象征意大利设计最高成就的著名奖项——

金罗盘奖和意大利最重要的官方设计组织——工业设计协会。从1957年起,金罗盘奖开始独立运作,1958~1959年开始由工业设计协会组织。

工业设计协会不是一个行业协会或仅由专业人士构成的协会,而是聚集了所有设计、生产和对设计进行评论和教学的角色:设计师、企业、学校、记者、评论家等。工业设计协会通过组织奖项、展览等活动,一方面激励和引导设计师,另一方面也向世界宣传和推广意大利设计。

工业设计协会注重营造宽松的设计文化氛围,重视鼓励和支持年轻设计师,特别是他们的原创意识。工业设计协会的原则,不是对年轻设计师的作品提出苛刻批评,而是让他们有更好的成长。

金罗盘奖每三年一届,由一个国际评选委员会进行评选。虽然这是意大利国内的奖项,但却获得了国际社会的认同。金罗盘奖作品来源广泛,中奖难度大。以2011年为例,在6000多件作品中仅有19件获奖。

五、中意创意产业合作

中国历史文化悠久,依托于深厚的文化根基,目前我国创意产业的发展已经具备了一定的基础。特别是在北京、上海、广东等中国的政治和经济中心城市,发展势头强劲。创意作为经济创新的方式,在中国的地位已越来越突出。

在两国政府的支持下,中国和意大利在创意领域的交流与合作呈现快速发展的态势。2010年10月温家宝总理访问意大利期间,两国政府发表了《中意关于加强经济合作的三年行动计划》,创新合作被列为优先内容。2011年4月,中意设计创新中心在上海成立,标志着中意两国的设计创新平台正式开始进入运营阶段。■

参考文献:

- [1] Iter Santagata (sotto la Presidenza di), Libro Bianco sulla Creativita, Commissione sulla Creativite Produzione di Cultura in Italia, 2007.
- [2] cerca Industrie culturali, Unioncamere Fondazione Symbola, 2011-6.
- [3] 设计王国探秘——意大利创意与知识产权保护, ISBN 978-88-95540-07-8, 意大利价值基金会.

- [4] 利工业设计发展经验 (一), 陈旭, 中国科技成果, 2007 (7):14-16.
- [5] 利工业设计发展经验 (二), 陈旭, 中国科技成果, 2007 (8):47-49.
- [6] 理工大学工业设计专业教学纪实, 吴佩平, 包装世界, 2009(4):67-69.
- [7] 利国家研究计划 PNR2011-2013, 意大利教育大学科研部, www.miur.it.
- [8] 工业研发力度振兴意大利工业——意大利出台“工业2015”法, 姚良军, 孙成永, 全球科技经济瞭望, 2007(11):16-20.

The overview of the creative industry in Italy

ZHANG Yiyan¹, YIN Jun²

(1. Institute of Scientific and Technical Information of China, Beijing 100038)

(2. The Ministry of Science and Technology of the People's Republic of China, Beijing 100862)

Abstract: The winner of the Nobel Prize on economy Herbert Simon thought that creation is a thinking pattern and it is essentially an ability to solve problems, 'When the actions caused by thought could create commodities which own society value, this thought should be original'. The paper introduced the concept, model, category and characters of the creative industry in Italy, then analysed the important role of the industry to promote the economic and social develeopemt, especially to avoid the economic depression and emphasised the measures of technologies and innovations executed by the government and enterprises and the soft environment including intelligent property protection, team building, evaluation system contributes to the success. At last the paper pointed out the excellent experiences we should learn from Italy.

Key words: Italy; creative industry; made in Italy; industrial design; fasion; culture heritage; protection of intellectual property