

吴越文化特征视角下的苏南创意产业发展

龚瑜

创意产业是一种融合文化和创意的产业类型，文化是创意产业的灵魂。中国传统文化的广博为我国发展创意产业提供了得天独厚的优势，也为其经历了近代的沉寂之后再次走向辉煌提供了一个契机。本文主要探讨苏南地区创意产业的发展，立足于吴越传统文化特征分析苏南创意产业发展现状及存在问题，提出地域文化特质在创意产业发展中的传播利用途径，为推动苏南城市的创意转型提供参考。

一、吴越传统文化发展渊源及文化成因

五千年中国传统文化源远流长，其体系完整、内容丰富、结构多元，在不同的地区和环境里，孕育了众多具有不同特点的地域文化。其中尤以黄河流域为基础发展起来的中原农耕文化，奠定了中国伟大文明的基础。而当时以“稻作文化”为基础的南方文明虽起步较晚，但因独特的自然条件和历史发展，在后世竟以后来居上之势超越了北方文明，成为中国传统文化中无可取代的角色。追溯其因，正是“太伯奔吴”促成了黄河与长江这两河流域文化的互相交融，开启了地域文化流动的先河，从而产生了灿烂的吴越文化。

吴越文化的概念，是伴随着太伯建立古句吴国诞生的。吴国存世约 700 年，疆域逐步扩大，国力不断增强，文化也不断发展。公元前 473 年越国灭吴，又促成了越文化与吴文化的交融。根据历史文化的传承、经济发展的沿革、语言风俗的流传影响，吴越的核心地带和文化重心一直在太湖流域，其中苏南最具吴地韵味，浙北则偏越地气息。因此本文探讨的吴越传统文化更偏重于苏南吴地文化，旁及宁镇之地，尤以苏锡常为代表，在个性气质、经济发展、行为处事、风俗习惯等诸多方面，保留了鲜明的吴文化特色。

二、苏南吴越传统文化特征及对当代发展的影响

（一）崇德尚善、义利兼顾的价值理念

三千多年前，周太伯审时度势、顾全大局，主动携大弟仲雍托采药之名，千里迢迢历经艰难，远走当时尚为荆蛮的吴地，三让王位于其弟季历，成全了父亲的心愿可谓“孝”，保住了部落的安宁可谓“德”。纵观五千年的中国历史，武力相残几乎是权力更迭的唯一方式，而太伯却选择了这样一种备受后人称颂的模式，为吴越文化自开创之日起就打下了深刻的崇德尚善的道德烙印。在随后漫长的发展历史中，不论是早期的季札、阖闾，还是于谦、范仲淹、李纲、顾炎武，吴地一代又一代道德楷模都昭示着这里“崇德尚善”的价值取向，极大地丰富了吴越文化的道德精神内涵。

明清时代，伴随着资本主义萌芽的到来，工商文化逐渐成为吴越文化的重要发展特征。在尚德传统的影响下，吴地的工商文化在求利之外，还多了一份道义，形成了自身“义利兼顾”的鲜明价值特征。纵观吴地的工商实业家，普遍具有儒商的特点，他们在乱世中都极善经营，在获取丰厚利益之后，又能够扶困济贫，造桥铺路，兴办水利，投资教育来回报当地和社会。重商的同时又守德，形成了吴地工商文化独特的经营理念和价值取向。

（二）智慧灵动、刚柔并济的水文化

吴越多水，由于地处长江下游，濒临太湖，湖河交融，有着丰富的水资源，同时地势低洼起伏，水网密布，水系极其发达。

吴越文化以水为起点，以水为灵魂，在几千年的发展中，水是吴越人赖以生存的环境和条件，多水的自然环境赋予了吴越人“秀外慧中”的人文秉性和“刚柔并济”的人格精神。古语“仁者乐山，智者乐水”，相较于中原地区以山地和平原为基础形成的仁厚质朴稳定凝重的格局，吴越地区在生活形态和文化取向中则多了一份灵动智慧机敏通达的精神。

水文化与吴越人之间的内在关联性是这一地域和民众群体禀赋的源泉。吴越的山水，吴越的文化孕育出的人才类型多为智者、学士、艺术家，在文化、科技、教育、艺术等领域可谓优势突出、人才辈出。历史上苏杭两地，乃至宁镇，文人才子可以群计，当代中国文化艺术领域中也不乏钱钟书、徐悲鸿、吴冠中、钱穆等泰斗级人物。以智慧灵动见长，外柔内刚的特征已成为古往今来吴越才子的共性，这种人文气质与吴越的水有着密切的联系，深刻地显示着“智者”与“水”的关系。

（三）包容吸纳、博采众长的开放意识

吴越文化的起源，就是太伯奔吴造就的中原文明和江南本土文化的结合，因此吴越文化一开始就不是封闭保守的文化，而是接纳异质文化的先驱。吴越文化从诞生之日起就烙印着开放与包容的印记，这对于后来吴越文化善于吸纳其他文化的性格形成奠定了基础。在吴越古国存在的三千多年历史中，其文化始终具有非封闭性的特点，十分重视对先进文化的欣赏和学习，博采众长、积极吸纳融合各种文化因子，不断扬弃发展，使得自身的文化元素不断充实，文化内涵不断丰富提升。

另外前面提及的“水文化”也是促成吴越文化包孕性的重要因素。水性灵动多变、随物赋形、流淌不息，为吴越文化注入了难能可贵的开放活力和通达气度。吴越很早就有发达的造船业，大大拓展了可活动的范围，这也赋予了吴越人更为开阔的视野和胸襟，加速了吴越和中原地区的经济往来与文化交流，使吴越之地逐渐成为经济文化的繁荣地带。

（四）务实进取、争先创新的开拓精神

自古以来，吴越的文人有着崇尚实学、经世致用的思想取向，吴越的百姓也有着勤劳务实、不懈进取的生活态度，这为吴越的发展带来了生生不息的动力。吴越人务实创新的精神，造就了近代以来影响深远的两次经济大飞跃：一次是近代工商业的诞生和崛起，一次是 20 世纪 80 年代的改革开放。这两次飞跃是当时中国的历史背景和吴越独特的文化优势叠加产生的历史必然，也奠定了吴越特别是苏南经济在全国举足轻重的地位。

务实不仅是吴越过去快速发展的经验总结，也将成为吴越人继承和发扬的优秀文化素质。吴越文化作为一个开放性的文化系统，不断进取、勇于创新的特质是其不断超越自我的内在动因，也将推动吴越文化在时代演进中不断得到更新和发展。

三、苏南创意产业发展现状及问题分析

（一）苏南创意产业发展概况

苏南位于长三角的核心区域，在地理位置上北枕长江，南濒太湖，东临上海，自古以来这里环境优美、交通便捷、经济发达、文化繁荣，人民富庶。苏州、无锡、常州、南京、镇江五市，全部为国家历史文化名城，作为古吴越文化的发祥地，历史悠久，人文底蕴深厚。其中苏州、无锡、南京均为国家经济中心城市，2016 年苏锡两市人均 GDP 超过 2 万美元大关，南京 1.9 万美元，常州、镇江也达 1.8 万美元。按照社会发展规律，人均 GDP 达到 5000 美元，社会就将进入文化产业发展和文化消费井喷期，早已步入这一阶段的苏南地区，强劲的经济实力为创意产业的快速崛起和发展奠定了坚实的基础。

苏南创意产业从引进概念到实践推动，经历了认识、起步到加速发展三个阶段，比较显著的成效起始于“十一五”期间，苏南在政府的引领下把繁荣和壮大创意产业作为经济和城市发展的新动力。各市政府相继出台了文化创意产业发展规划，在战略层面对城市未来的产业发展、经济业态和城市定位进行了明确的阐述，加快产业结构转型，推进产业升级，加快文化科技融

合，着力构建现代创意产业高地。在苏南未来的城市蓝图中，创意产业可谓是发展的核心驱动力。

经过“十二五”期间的发展，在迈入“十三五”期间，“苏南共建有 100 多个文化产业园区，含 1 个国家级文化产业试验园区、11 个国家文化产业示范基地、4 个国家级动漫产业基地、3 个国家级文化与科技融合示范基地，数量和规模均居全国前列。苏南着力打造苏州创博会、常州动漫周、南京文交会、无锡文博会等四个文化产业会展平台，推动常州、南京、无锡三个国家文化科技融合示范基地建设”（引自 2016 年 5 月《江苏省文化厅“十三五”文化发展规划》）。在苏南创意产业取得重大发展的形势下，“十二五”期间，江苏省在文化部发布的全国省市文化产业发展综合指数排名跃升第二。

（二）吴越传统文化与苏南创意产业融合存在问题分析

1. 创造力不足，创意产品缺乏竞争力。目前苏南创意产业的产品形式和内容普遍创新不足，同质化现象比较严重，在创意产业中扮演的是制造者的角色，而不是创造者。

借鉴国外文化产业发展的经验，他们利用中国传统优秀文化创造了许多新的文化理念和经济价值，如《功夫熊猫》、《花木兰》等，苏南创意产业需要对吴越传统文化进行产业化的创新和发展，依托本土优良文化资源的深层次创造去提升产品的竞争力，创收经济效益。

2. 创意产业人才匮乏，无法满足产业需求。创意产业的发展得力于创意人才的教育与培养，西方国家包括日本、韩国均有相当数量的大学院校开设相关创意设计课程，来为创意产业输送人才。而目前苏南创意产业人才的总量、结构、水平，以及创意人才的培养培训体系、人才引进和管理制度等，都不能满足产业迅速发展的需求，成为制约苏南创意产业发展的一个瓶颈。很多创意企业的新就业人员即使掌握较强的专业知识和技能，却普遍缺乏创意思维，这也成为制约文化创新能力，造成创意企业原创力不足的原因。

3. 缺乏具有吴越地方特色的文化品牌和龙头行业。创意产业成熟的国家，都有自己的文化品牌和龙头行业（不仅仅是龙头企业），如美国的好莱坞、日本的原创漫画。苏南创意产业发展过程中，培育了一批龙头企业，但能体现吴越地域特色文化的优秀产品和城市个性品牌目前还不多，真正具有影响力的创意龙头行业几乎没有，产业发展仍处于初级阶段，迫切需要结合地方文化特色寻找和培育产业品牌和龙头行业，寻找差异化的国际国内竞争优势，推动苏南创意产业未来的可持续发展。

四、吴越传统文化对苏南创意产业的推动

（一）苏南创意产业的发展需要有效挖掘吴越历史文化资源

吴越传统文化是苏南创意产业发展的灵魂，其文化资源潜隐于城市的历史文脉和民俗传统之中。发展创意产业一方面可以更好地把吴越传统历史文化资源发掘出来，通过吸收、转换、创新、提升，来实现传统文化价值的产业化，使之成为文化创意产品和文化创意服务；另一方面，创意产业作为吴越传统文化传承的有效载体，在传播的过程中能更好地释放创意人的创造力和资源整合力，达到对传统文化不断的扬弃发展。

（二）吴越传统文化气质借助苏南创意产业的发展进一步提升城市形象和文化品位

吴越传统文化自古就是一种带有诗性意境的文化，这点和现代创意产业的特征不谋而合。创意产业作为一种独特的产业形态，有别于传统粗放型产业经济模式，它注重智慧、创造，讲究艺术、审美，在创意产业的结构环节中渗透着对美的追求和创造，这种“诗性追求”符合吴越传统文化气质，也在客观上有利于保护、美化城市生态环境，营造城市文化氛围，陶冶民众审美情趣，推动城市文化品牌的形成，有效地提升城市综合软实力。

（三）苏南创意产业需植根吴越传统文化努力打造特色文化品牌

创意产业是一种通过文化和创意创造财富的产业类型，其最终目的是要生产出相应的文化创意产品，提供经济财富和社会价值。文化在创意产业中就是财富和价值的源泉。吴越传统文化有很多值得深度挖掘的内涵，其深厚的文化资源应该借助创意产品这个载体实现活态化的传承和发扬。苏南创意产业的发展应当加强对吴越传统文化的梳理、研究、发掘、开发、提升，并将其转化为实体产品，打造具有吴越特色的文化品牌，创造特色文化精品，让吴越文化这块瑰宝更好地服务于今天的经济和社会。

（四）围绕吴越传统文化加强创意人才培养

苏南地区有着实力雄厚的高校资源，根据教育部官方网站 2016 年全国高等学校名单统计，江苏是全国拥有普通高校数量最多的省份，达 166 所，其中本科院校数量也占据鳌头，达 77 所，这里面的绝大部分就集中在苏南地区，其中不乏创意设计专业领先的南京艺术学院、江南大学、苏州大学等重点院校，以及苏州工艺美术学院等专业职业院校。随着苏南创意产业的高速发展，必将需要更多数量的创意人才，苏南可以借助现有高校资源优势，以培养具有国际视野、创新型、前瞻型、综合型的新一代创意人才为目标，搭建创意产业人才培养体系，创建创意产业综合型院校，在相关高校增设创意专业，加大对高层次创意人才的培养力度，开设各类创意人才的培训基地。同时在创意人才培养上注重地域特色，依托吴越传统文化的深厚底蕴，在培养中植入吴越文化内涵和气质，促进本地区创意产业文化特色的形成。

五、结 语

苏南位于长三角的中心区域，作为国家重点打造的世界级城市圈，这里必将成为中国与世界接轨的窗口，多元的文化也将在这里产生交流、碰撞，为创意产业的发展提供无限契机。围绕着地域传统的吴越文化特征，在继承和发扬中为吴越文化注入新的生机和活力，为创意产业发展提供文化源泉，在经济、社会、文化三个维度推动新时期苏南城布的创意转型。

本文系 2017 年度江苏高校哲学社会科学研究基金项目《吴越传统文脉介入苏南文化创意产业的传承与再生研究》（2017SJB0886）成果之一。