

浙江东阳横店：从“文化洼地”到“文化产业制高点” ——基于区域文化视角的发展路径探析

张明明¹ 张明月² 亓淑贤¹

(1. 河南大学, 河南 开封 475000; 2. 中山大学, 广东 广州 510000)

【摘要】横店镇位于浙江省东阳市,文化资源禀赋匮乏,在五千年文化积淀的中华大地可谓“文化洼地”。但经过短短几十年的发展,横店一举成为中国影视文化的“产业制高点”。本文通过对横店文化发展路径的探析认为,在近年来以影视文化为代表的文化产业发展中,文化资源禀赋并非区域文化发展的决定性因素,而积极的地方文化发展战略与政策往往发挥更为显著的推动作用。

【关键词】横店 区域文化 影视文化 文化发展

【中图分类号】:F2 **【文献标识码】**:A

1 区域文化变革与发展

区域文化是一种在思维意识层面对于当地文明所形成的显著特征的概括性表达,它代表或象征着在地文化与外地文化的区别。在具体界限的划分上,区域文化并不是根据固定的行政区域或地形界限进行明确标注,而是一类族群在若干年的历史发展中,共同形成的与其他文明具有明显差异的文化表征。

随着社会生产力不断发展、城市化进程加快和人类社会深度融合,区域文化的发展异变更加剧烈。随着城镇人口的加速流动,多样的文化形态不断融合,而当某一区域产业形态趋于稳定时,与人类社会发展如影随形的文化特征也将趋于稳定,并重新演化出新的区域文化。具体来说,在我国当代社会中,新型区域文化形成的区域更多是在人口流动剧烈、人口种类繁多、经济高度发达的大型城市中,如北京、上海、深圳等地。深圳“敢为天下先”的城市文化符号,虽不免带有政治色彩的宣示,但也真切地展示出新时代下区域文化的特点:鲜明的时代性、新颖性和活力。

新时代区域文化的形成与发展,往往不同于传统文化的变更状态。文化发展影响因子的差异,具体表现为影响因子的种类及影响因子数量的不同,如政治制度变更、经济形态变化、科学技术进步及人口流动、相关产业发展等。较大范围内的区域文化,如民族文化或地缘文化,是多种形态下的影响因子共同作用,且一种或者多种因素往往起着主导作用。而较小范围内的区域文化,如城市文化甚至是更小级别的乡镇文化来说,政治制度、经济形态等因素往往会成为其基础的公约数,此时会由某单一因子主导着文化的走向,如人口大规模流动、产业结构的调整导致社会观念的改变。

本文将以浙江东阳横店镇为例,探析在新时代以影视文化为代表的新型文化的崛起进程中,区域文化超乎寻常的发展路径。

2 横店影视城与横店文化产业

横店位于浙江中部的偏远农村,从历史沿革来看,其文化底蕴较为薄弱,与中国四大古镇(佛山镇、汉口镇、景德镇、朱仙镇)的文化声名相差甚远。该地最早以发展手工业为主,直到上世纪90年代初期,在著名企业家——横店集团创始人徐文荣的带领下,横店镇以影视文化为切入点,推动了横店产业体系的转型升级。目前横店已成为全球规模最大的影视拍摄基地,中国唯一的“国家级影视产业试验区”,域内作为影视产业发展的基础设施的横店影视城建造了广州街·香港街等13处人文景观,成为集影视、旅游、度假、休闲、娱乐及观光为一体的大型综合性旅游区。横店影视城不仅建筑多样,更赋予了建筑地道的人文特色,展示出不同区域文化的迥异特点,让秦汉文化、北宋文化、明清文化、民国文化等真实而灵活地展现出来,既能满足人们的新鲜体验,又完整地体现出中国各地建筑的不同风貌。横店影视城的人文景观在发挥实际效用的同时,也演化出自身的鲜明特点。

横店影视城所属的横店集团,在主营四大板块之一的影视旅游板块打造出以影视旅游、影视园区、影视教育、娱乐体育、电影院线等为一体的综合影视文化产业体系,并形成了创、编、导、演、摄、制、销一条龙的相对完整经营体系。对于在横店拍摄的剧组来说,日益完善的全产业链,创造出“带着剧本来,拿着片子走”的便利。文旅板块的布局将大大加快该镇文化产业发展,使其文化产业集聚效应更为明显、产业联动效应更加显著、文化产业链逐步拉长并形成良性循环,从而提升文化产业发展效能,增加文化产业发展竞争力,也为“横店文化”的形成提供了产业基础。

3 现代横店文化的形成与发展

对于较小区域来说,文化的形态往往会受到一种较为细微的生产方式的影响。正如横店区域文化的走向,因其历史文化积淀较为薄弱,区域文化形态尚不明显,更容易受到现代社会发展的影响。横店影视城所属的横店集团,全面布局电子电气、医药健康、影视文旅和现代服务,横店镇的生产生活已与横店集团密不可分。横店集团具有的企业文化势必会对横店镇的区域文化产生较大影响,甚至在一定程度上决定着横店区域文化的发展方向。

3.1 横店集团企业文化

横店集团在1975年创办于横店,坚持“仁爱、中庸、团队、执行”的企业文化,随着集团的不断发展,横店获得了“中国好莱坞”“中国影视梦工厂”的美誉。其秉承“共创共富”的价值理念,在改革开放的浪潮中,为横店的发展、村容村貌的改变及村民生活水平的改善起着不可或缺的作用,形成了“横店人精神”。该集团也丰富了中国农村的经济形态,徐文荣在农村经济中提出了“社团经济”的概念,即是指横店集团既不属于政府,也不属于个人,而是全体员工共同所有,而为了促进社团资产的保值增值,由集团进行专业化管理,从而让横店地区的民众均能获得更好的生活,将横店打造成为“工业强盛、文化领先、城市优美、百姓幸福”的现代化小都市。在横店几十年的发展中,以横店集团为领头羊,以集团企业文化为核心,横店逐渐发展成为具有区域特色的“企业文化精神”的“社团集体”,重新建构了横店镇的区域文化生态。

3.2 “横漂”文化

“横漂”特指从全国各地集中至横店影视城参与影视产业的外来人员。2010年以来,在横店演员工会注册的“横漂”群体接近4万人,常年“漂”在横店的则有4000余人,成为影视文化发展的重要力量。虽然该群体的人口占比较小,但由于其具有特殊性、高流动性和复杂性等特点,其也在创造着独特的文化类型。由于“横漂”群体身份多样,“横漂”文化在整体上具有不稳定性 and 复杂性,导致该群体在构建一种相对稳定的文化形态时更加困难。“横漂”群体在不断的流动中,坚持并不断妥协,生发出一种“脚踏实地与仰望星空”的矛盾心理,其心理归属的群聚性和个体归属的疑惑性显示出一种“折中”的状态。他们处在横店社会的底层,生活轨迹简单、关系单纯,在当地人的眼中,他们仍是外来人与“边缘人”,与当地人隔离成两个相对独立的群体。

3.3 横店镇地域文化

横店镇在地域文化的划分上属江浙文化,在长时间的生息繁衍中,横店人潜移默化地受到江浙文化圈的影响。江浙文化有着

极其鲜明的表现形式,在群体性格方面表现为外柔内刚、为人谦和、注重礼节;从整体上来看,江浙文化具有海纳百川、兼容并蓄;聪慧机敏、灵动睿智;经世致用、务实求真;敢为人先、超越自我等显著特点,这些特点在横店人及其生活创业中得以显现。当代横店文化则在江浙文化的基础上,融入了具有现代风格和气派的横店集团企业文化;另外,“横漂”作为一种外来文化群体,也丰富着横店地区的特色文化。因此,原本区域文化并不出众的横店,逐渐拥有了极为鲜明的地方文化特点,最终推动了横店影视文化产业的长足发展。

4 横店区域文化发展模式探讨

横店影视文化产业的发展,离不开“天时地利”,更离不开决策者的敏锐洞察与前瞻思维。从整体上来说,横店影视城在发展过程中,积极跟踪行业动态,根据客观实际形势及时转变发展思路,通过不断开辟新的发展模式,逐步完善产业链,最终迅速发展成为中国影视文化的“产业制高点”。这种独特而有效的发展路径,为其他地区打造区域文化名片提供了宝贵经验。

4.1 抢抓历史机遇,开辟发展新思路

从1975年的手工业,到上世纪90年代提出发展文化旅游产业,发展思维发生了巨大转变,顺应了时代的发展潮流。徐文荣与谢晋导演在影视合作的一拍即合,看似巧合,实则是徐文荣对外部环境的精准把控。在建设广州街·香港街时,横店集团资金并不充裕,建设时间紧、工程复杂,但通过130余个施工队的共同努力,仅仅耗时三个月就完成了整个场景的建造,体现出决策者的魄力。相较之下,其他类似企业则由于缺乏行业前瞻性与决策魄力,在产业的发展起点上逐渐落后。

事实上,最初拍摄的《虎门硝烟》,作为献礼香港回归的史诗巨作,题材选择精当,加之谢晋导演的行业声誉,均降低了横店的投资风险,为横店影视城的一举成名奠定了良好基础。此外,在影视行业迈入千禧年之时,无数模仿者竞相采取“搭建场景拍摄基地”模式,横店集团大胆推出“场地免租”政策,令其他竞争者不敢跟进,成功扩大了横店影视城的市场优势,打造出横店影视城在全产业布局的复合型盈利模式。总之,不可多得的发展时机,果断转变发展思路,都加速了横店影视城的发展。

4.2 整合区域资源,创造文化新业态

横店在发展初期遇到了企业无序集聚等一系列问题。在横店影视城不断发展时,涉及影视产业的上中下游各个阶段的生产要素自发集聚到横店,最终导致了横店各类资源之间的无序竞争,成为早期横店发展的瓶颈之一。同时,在影视企业方面,虽然有华谊兄弟等知名大企业逐渐入驻,但是占比更大的小微型影视企业普遍存在产权使用、融资等方面的问题,滋生出灰色产业链条,不利于横店影视产业的整体发展。大量“横漂”的流入,增加了横店社会的不安定因素,“群演”背景的复杂性对当地的社会管理造成重大困扰。针对上述问题,横店影视城积极整合资源,通过设立影视行业资金保险以及横店演员公社等方式,使各种社会资源、硬件资源、人力资源等问题得到优化整合,形成资源集聚性优势,促进企业之间交流合作、互通有无。此外,在各级管理部门的大力支持下,横店影视城逐渐完善产业发展链条,形成资源集约型、资源共享型、资源互补型优势,不断创造出影视发展的新业态。

4.3 文化创造与再生产,打造文化制高点

堪称“文化洼地”的横店经过近30年的发展,不断进行文化创造与文化再生产。正如横店集团创办人徐文荣所说:“清水炸油条”是不可能的,没有文化,可以创造文化,文化是能够被再生产的。从1996年广州街·香港街的创造性建立,共计建造出13处汇集南北区域文化的特色地域建筑,这些大型室外场景更传递着不同区域文化的鲜明特色,让横店既能融合多种区域文化,又能将这些文化进行跨领域转化,使其成为具有经济效益的文化资源。在这种模式的支持下,横店的文化资源迅速积累,横店不断从“文化洼地”迈向“文化产业制高点”,最终打造出“横店品牌”。

横店文化的发展路径表明,区域文化既可以被创造,也可以实现再生产。在横店集团和“横漂”群体的共同作用下,原本文化资源匮乏的横店逐渐形成了具有鲜明特点的横店文化。在我国文化与旅游产业方兴未艾的当下,许多地区都在努力打造具有自身特色的文化名片,当此之时,横店独特而有效的发展路径为其他地区的发展提供了可资借鉴的宝贵经验。

参考文献:

- [1]方三君. 文化产业发展中的“横店现象”解读[J]. 知识经济, 2012, (14):109-110.
- [2]潘瑾, 吴梦君. 横店影视城案例分析[J]. 现代商业, 2013, (35):106.
- [3]宋俊洁. 横店影视城的产业模式[N]. 中国房地产报, 2013, 04-08(C02).
- [4]王夫雪, 田凌溪. 我国影视旅游发展现状研究——以横店影视城为例[J]. 中外企业家, 2018, (34):238-239.
- [5]吴地花. “横漂”新文艺群体社会心态[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2017, 47(03):30.