

动漫节庆产业对城市发展的文化意义 ——以日本东京为例

王林生

(北京大学 艺术学院, 北京 100872; 北京市社会科学院 文化研究所, 北京 100101)

摘 要: 东京动漫节庆产业基于城市文化创意产业和城市文化发展双重因素的需要而发生、发展, 并且呈现出了多种文化类型和组织形式, 在东京城市发展中发挥着延续与挖掘城市传统文化、推动城市特色文化产业发展以及建设特色文化城市的作用。

关键词: 东京; 动漫节庆产业; 城市; 文化

中图分类号: G206

文献标识码: A

文章编号: 1009-3060(2014)01-0063-05

东京, 享誉全球的动漫之城。在东京动漫文化和动漫创意产业的发展中, 动漫节庆作为城市文化创意产业和城市文化的重要内容, 在推动东京城市现代转型发展、活跃城市文化氛围、拉动城市经济增长和塑造城市文化形象等方面具有积极作用。现代节庆产业作为传统节庆文化的

高端产业形态, 与当下城市社会经济需求相契合, 成为促进城市发展的重要组织形式和城市文化与经济融合发展的产业典范之一。因此, 对东京动漫节庆产业的发生、分类及组织架构、功能进行剖析, 对于认识现代动漫节庆产业在东京城市文化发展和传播中的作用具有一定意义。

一、东京动漫节庆产业产生的文化动因

一般意义而言, 节庆是特定区域内在固定或不固定的时间、围绕某一主题而自发或组织形成的文化活动, 具有强烈的地域性、仪式性、周期性、娱乐性、参与性、暂时性、集中性等特点。现代节庆业的发展在传承传统节庆文化的同时, 与现代城市文化产业及城市文化的发展紧密结合, 在形式、内容及产生动因方面具有新的特质, 成了一种快速发展的产业形态和文化形式。^[1] 东京动漫节庆产业在近些年取得了较大进展, 形成了东京国际动漫节、日本动漫软件展、东京电玩展、秋叶原娱乐节、同人志展销节、动漫主题曲夏日演唱会、东京玩具节、东京玩具展、手办模型展销节、C3 玩模展等十大动漫节庆活动, 不仅成为了可独立于动漫创意产业并与之互动的产业形式,

也成为丰富东京城市文化内涵、提升东京城市文化影响力的有效途径。

东京动漫节庆产业的产生, 可以从以下两个层面进行分析。一方面, 从东京城市自身的文化产业形态看来, 动漫节庆产业是动漫创意产业整个产业链条中的重要组成部分, 伴随着动漫创意产业的发展而发生。在这个层面来说, 东京动漫创意产业是孕育动漫节庆产业生长的土壤。东京有着雄厚的动漫文化基础和产业基础, 根据日本动画协会公布的数据, 2011 年日本动漫产业制作企业收入为 1581 亿日元, 而整个动画市场创造产值约为 1 兆 3393 亿日元。^[2] 而东京则聚集了日本 78.8% 的动漫企业和 92.1% 的日本动漫公司总部, 生产了世界上

收稿日期: 2013-10-20

基金项目: 北京市博士后工作基金项目(项目编号: 2013ZZ-66); 中国博士后科学基金项目(项目编号: 2013M530549)。

作者简介: 王林生(1983-), 男, 山东莘县人, 北京大学艺术学院博士后流动站博士后, 北京市社会科学院文化研究所助理研究员。

近 60% 以上的动漫产品,是名副其实的“动漫文化之都”。在形成的产业链条中,动漫节庆产业是下游产业的重要组成部分,服务于动漫产品的生产与制作,它的生长与形成适应的是东京动漫企业乃至世界动漫企业集体性展示、交易和交流的需要。也就是说,动漫节庆产业是创意产业为实现自身从产品生产到销售过程必不可少的环节,作为整个动漫创意产业链自身完善和优化的重要内容,在产业发展中承担着营销和传播动漫产品的重要职能。

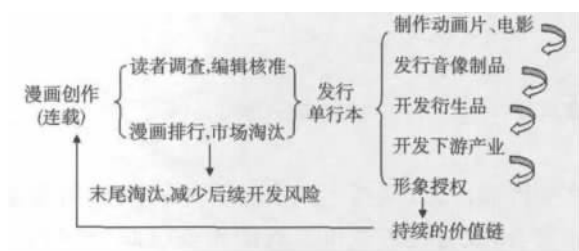


图 1 日本动漫创意产业链示意图

另一方面,从东京城市文化发展这一层面来看,动漫节庆活动的开展是培育城市文化活力和提升城市文化影响力的有效途径。日本在“二战”之后将国际形象的塑造和提升视为城市文化发展的重要任务,并于 20 世纪 80 年代提出了“文化立国”的发展理念。2000 年东京实施了“目前东京都的文化政策手段的转换与着手”方案,将以充满创造性和文化活力的世界文化都市作为东京的发展目标。基于城市的目标定位和城市的产业文化优势,2002 年日本经济产业省、东京市政府和相关动漫企业在东京举办了首届东京国际动漫节,并作为每年一届的主题性文化活动,这标志着东京动漫文化成为东京走向世界和向世界传播城市文化形象的重要桥梁、纽带和平台,动漫节庆产业和动漫节庆文

化被纳入到了东京世界城市文化体系的整体构建之中。2006 年在东京政府颁布的《十年后的东京——东京在变化》中提出大力发展动漫文化和动漫产业,将其作为一种优势文化来提升东京的城市魅力及国际影响力。2007 年东京政府出台的《东京都文化振兴方针》作为一个规划至 2015 年的发展方针,确立了要将文化魅力感受型、文化富裕型和具有丰厚文化创造底蕴的都市作为东京走向世界的主要文化特色。为进一步推动东京城市文化的发展,2011 年在东京推出的《〈十年后东京〉2011 行动计划》中指出要将动漫文化和其相关的节庆、会展、观光、旅游等行业作为提升东京的文化魅力和产业能力,促进东京城市文化软实力发展和文化传播的重要手段。因此,从东京作为世界城市的文化发展层面而言,东京动漫节庆产业顺应了世界城市文化竞争的呼唤,不仅有利于激发城市文化活力,且作为一种具有产业优势的文化,承担着东京城市文化形象塑造和文化“走出去”的使命。

从整体而言,东京动漫节庆产业和节庆文化的发生与发展,融合了东京城市文化创意产业和城市文化发展的双重因素。在产业经济层面奠基基于动漫创意产业的强大推动,是动漫创意产业在产业链下游的延伸与拓展,成为动漫产品从上游制作走向下游市场营销的关键性环节。在城市文化的发展层面,推动着城市文化与经济的融合,肩负了传播东京城市文化形象和提升城市文化影响力的重任。尤其是在“大事件”策略日益成为当代城市形象塑造、传播和营销的有效途径的背景之下,^[3] 东京的动漫节庆产业在东京迈向世界城市的文化经营和文化竞争中必将扮演着重要角色。

二、东京动漫节庆产业的文化类型及组织形式

现代节庆产业具有极强的黏合性,尤其是在产业化的运作方式之下,作为一种新兴的城市文化经济活动,不仅体现出较强的文化经济化,也表现出经济文化化的时代表征。由于节庆业能够在有限的时间和空间中,最大限度地集中展示行业的发展成果,达到吸引投资、扩大

影响的目的,为越来越多的城市 and 行业所重视。据统计,世界将近有 40 个国家和地区的城市举办不同文化主题的动漫节庆活动。依据目的和性质的不同,东京动漫节庆业在文化类型上可以大致划分为展销性、综合型和专项综合型三种。^[4]

表 1

类 别	活 动	组织主体
展销型 动漫节庆	东京国际动漫节	政府及企业
综合型 动漫节庆	秋叶原娱乐节、 动漫主题曲夏日演唱会	行业协会、 企业
专项综合型 动漫节庆	日本动漫软件展、同人志展销节、 东京电玩展、东京玩具节、东京玩 具展、手办模型展销节、C3 玩模展	行业协会、 企业

展销型动漫节庆,以东京国际动漫节(TAF)为主。东京国际动漫节作为东京市政府和相关企业共同发起并主办的国际动漫文化活动,自 2002 年举办首届起至今共举办了 11 届(2011 年因日本东北部的大地震和核泄漏事故停办)。这种类型的动漫节庆活动以产业导向为主,在组织形式上侧重产业内部的对话,参与对话的双方是动漫产品内容提供商和版权购买方,用以实现供、需双方的顺利衔接,从而保持动漫创意产业链的流畅和顺利。如东京国际动漫节为动漫从业人员开辟专场,为其提供优良的展示平台和贸易洽谈场所,在展销会开始的前两天,只有动漫从业人员才能参加。同时为了吸引国外企业参展,动漫节有时还通过设置国家馆的方式以方便某一国家的动漫企业集中展出。展销型动漫节庆在动漫文化较为发达和产业链比较完善的国家较为常见,比如法国昂西动画节。由于很多最新的产品和技术会选择在展销型动漫展会活动中发布,所以东京国际动漫节每年会吸引很多来自世界各地的动画商,他们来这里采购节目,或者购买最前沿的技术设备,或者购买动漫周边产品代理权等。

综合型动漫节庆在东京集中表现为秋叶原娱乐节和动漫主题曲夏日演唱会。秋叶原本为 20 世纪 90 年代左右形成的电器街,后来逐渐成为游戏、漫画、动画产品集中销售的街区,也是东京以至日本最新的尖端科技与媒体新艺术结合的试验场、研发基地。^[5]2005 年东京举办了首届秋叶原娱乐节。在活动中,不仅有与动漫相关的各种娱乐节目,也包括新产品展示、新软件发布、限量版动漫产品发售、知名声优签名、抽奖等互动型活动。动漫主题曲夏日演唱会首创于 2005 年,是世界公认的全球规模最大的动漫音乐演唱会。从动漫节庆产业的整体发展状况来看,综合型动漫节庆活

动在发展中国家较为常见,如中国(杭州)国际动漫节。这类节庆活动在组织上以行业协会为主体,以大众市场的开拓与培育为导向,强调动漫产品消费者的重要地位。为了培养更多的消费者,这类节庆活动一般会举行规模宏大的以动漫产品体验、交流和交易活动为主的文化娱乐活动。

专项综合型动漫节庆是东京较为多见的一种动漫文化活动,包括日本动漫软件展、同人志展销节、东京电玩展、东京玩具节、东京玩具展、手办模型展销节、C3 玩模展等七种类别。从这些节庆的主题不难看出,节庆活动专业化、类型化、特色化的发展趋向比较明显。这类节庆的突出特点是以动漫创意产业链上的某个部分或环节单独作为节庆活动的内容,涉及娱乐软件、电脑游戏、玩具等衍生产品,组织者以行业协会和企业为主。比如东京玩具展的主办单位为日本玩具协会,而手办模型展销节的主办方则是世界知名模型公司海洋堂。专项综合型动漫节庆大多出现在美日等发达国家,其原因在于产业链的完善与发达使得产业链中的某些环节发展为独立的产业形态。对整个动漫创意产业的发展而言,各环节产业链的形成推动了动漫资源的优化配置,进一步促进了动漫生产要素的市场化和专业化,有利于整个行业的生产效率和竞争力的提升。

从东京动漫节庆产业的分类来看,东京动漫节庆业的多种文化类型展现了动漫文化和动漫产业的强大渗透性和拓展性。在活动的组织上,行业协会和企业发挥主导性作用,意味着东京在城市动漫节庆产业和节庆文化的发展中较为注重资本市场的作用,它的组织与运行更多的是一种经济行为,政府在产业的运作中仅起到一种辅助性的作用。在城市文化发展层面,东京不同类型的动漫节庆活动,不仅仅吸引了不同行业的艺术家、设计者、爱好者以及一般市民的广泛参与,活跃了东京城市文化生活氛围,还拓宽了行业发展在城市中的社会文化基础,为不了解动漫行业的单位或个人提供了认知行业和城市的窗口。多种文化类型动漫节庆的开展,从一个侧面也说明了在动漫这一文化主题下,东京城市文化的内涵和外延具有多层次性,使得东京以动漫为核心在统构社会文化资本、资金、项目、时空、地域等层面显示了巨大的整合力、集聚力和辐射力,为东京城市本身

及确立东京在关东地区乃至整个日本和世界动漫文化中的影响力和中心地位奠定了基础。

三、动漫节庆业在东京城市文化发展中的助推作用

现代节庆产业随着知识经济和文化城市理念在社会发展中的逐步渗入,其功能和地位得到不断加强。在功能上,作为一个单独的产业链条,动漫节庆产业构成了整个动漫创意产业宏观产业生态中的一个构成要素,承担了动漫产品与服务进入市场的重任,为展示行业发展及行业间的合作交流或版权交易搭建了平台,有利于城市文化软实力的提升,在某种程度上发挥着城市经济结构调整和发展转型的作用。具体而言,东京动漫节庆产业在城市文化发展中的作用体现在以下几个方面。

第一,延续与挖掘城市传统文化。东京有着悠久的历史、深厚的文化传统,在现代化的过程中,如何继承和发扬传统文化是东京必须思考的问题。一方面,动漫文化本身就是东京乃至是日本的传统文化之一,从 1917 年下川凹夫创制日本第一部动漫作品算起,动漫在东京已有近百年的历史。根据日本三菱研究所的调查,87% 的日本人喜欢动漫,84% 的日本人拥有与动漫有关的商品^[6]。从年龄结构来看,日本对动漫的喜爱不仅仅局限于儿童和青少年,而且涉及中年、老年等群体,可以说动漫文化和动漫产业在东京乃至日本有着深厚的文化基础,是一种具有全民性质的文化。因此,动漫节庆在文化功能上发挥着实现情感交流、寄托信仰、传递社会习俗的作用,它以一种“仪式化”的事件形成了对城市居民及其文化生活方式的“召唤”,使市民产生参与和体验动漫文化的期待,以在城市文化的变迁中保留一份传统文化的记忆。另一方面,动漫节庆产业就其本质而言是一种内容产业,需要动漫作品的内容支撑,而日本动漫多以东京或城市近郊为背景展开叙事,在故事中注入传统文化的成分,如《哆啦 A 梦》、《NANA》、《龙猫》、《樱桃小丸子》、《灌篮高手》等,而宫崎骏《千与千寻》中的“神秘之城”则是直接源自于江户时期东京的建筑物园。这些作品不仅展示了东京历史和现代的城市风貌,而且传达了日本的风俗习惯、人文美德、伦理观念。^[7]在某种程度上动漫节庆产业促进了动漫产品展示和动漫产品制作基于内容的需要而对

传统历史文化的现代转化和利用。动漫节庆产业虽然以营销和版权交易为经济目的,但由于走向文化经济的发展是趋于文化情境与文化领域的相互渗透,因此在客观上动漫节庆以一种显性直观和互动体验的方式为城市传统文化的展示提供了空间和平台,为传统文化延续赋予了新的形式。

第二,推动城市特色文化产业发展。特色文化产业是彰显城市差异性优势和差异化竞争的重要方式,特色文化产业的选择不仅要考虑区域内的文化资源、市场需求和一定的产业基础,而且有影响力的能够提升城市整体文化软实力和竞争力的文化产业,还要看它的发展是否具有前瞻性和成长性。中野晴行曾指出,日本动漫从 20 世纪 70 年代起漫画出版物、漫画读者和漫画工作室得以迅速扩张,“漫画产业所需要的扩大市场的消费群体、支撑市场的需求、顺应需求提供商品的必要的画手以及不断输送新的画手的潜在的生产者群体等,在这个时候都具备了。”^[8]因此,基于动漫产品交易和展示的需要,动漫行业或企业开始尝试以一种节庆的方式实现动漫产业经济效益和“眼球效应”。

而随着市场化运行的不断规范,作为一种产业形态,节庆产业对其他行业和区域的“联动效应”不断增强,形成了以动漫节庆会展为核心,集旅游、培训、休闲、娱乐、餐饮、住宿、交通、零售等为一体的产业链,并形成了以东京为核心、辐射周边乃至整个日本且具有世界影响力的文化业态。如东京国际动漫节是目前世界上规模最大、最权威的动漫展销型主题展会。作为一种文化形态,动漫节庆产业以其多样的文化形式和丰富的文化内容,为东京提供了富有特色的文化娱乐生活和文化服务,为动漫创意产业的进一步生长培育了市场空间。

第三,建设特色文化城市。特色文化城市是缓解城市发展中因工业生产而给城市带来的资源紧张、空气污染等“城市病”的有效手段,也是破解城市现代化进程中同质化现象的必由之路。在世界城市文化体系中,城市的文化特色以一种富有差异性的张力来体现城市文化的竞争力。动漫节庆

作为东京构建特色文化城市的一种重要手段,为人们提供了一种别致的可供观赏和体验的文化景观,它最大限度地依托于东京固有的动漫文化基础和产业基础,形成了以动漫文化要素的产业转化和塑造特色城市文化生活的的基本架构。东京的动漫节庆产业培育了城市新的文化生活方式,激发了城市的文化活力和文化创造的氛围,重塑了城市的文化地理和文化生态。如为了与秋叶原街区繁荣的动漫文化相一致,增添节庆期间及平时的动漫文化氛围,为人们提供休闲的场所,一批以动漫为主题的咖啡屋纷纷出现,如COSPLAY动漫咖啡屋、EVA主题咖啡屋、奥特曼主题咖啡厅等。

同时,动漫节庆作为一种品牌文化成了“酷日本战略”提升东京城市文化形象打造特色文化城市的重要内容和途径。^[9]动漫节庆产业在东京城市文化的建设中,还通过设置与城市相关的文化活动,彰显动漫节庆与城市的互动交融关系。如在东京2010年的同人志展销节中,设立了以“Comike城市振兴”为主题的特别展览,并规划每五年举办一次。

这一活动以动漫作品为载体,以节庆活动为传播渠道,以动漫文化对东京城市文化的塑造、培育为旨归,以一种创造性的文化生产来拓展东京文化的特色性建设,增强动漫文化在东京城市文化生活中的魅力,进一步彰显了动漫文化在城市文化发展中的集聚和根植。

总体来看,动漫节庆产业在东京的发生与发展以及其所表现出的多种文化形态和类型,构成了东京城市文化外在显现的重要表征,展示了东京城市文化的多样性和国际前沿的文化视野。在市场化 and 产业化的运作下,动漫节庆产业形成了包蕴着巨大文化价值的文化活动。这种价值不仅体现在节庆产业所产生的节庆经济对东京城市文化资源的转化、开发、策划和包装等层面,还在于它通过一种文化表述参与东京城市文化的构建,将自身的文化生产植入到特色文化产业发展和特色文化城市建设中,使动漫节庆产业本身与城市文化发展之间具有了重要的关联性、叠加性和沟通性,拥有了同步生长的文化空间。

参 考 文 献

- [1] Getz, D. *Encyclopedia of Tourism*[M]. J. Jafari. ed. New York: Routledge, 2003: 209—211.
- [2] 日本のアニメ市場(業界・産業)の推移[EB/OL]. <http://www.aja.gr.jp/>.
- [3] 费爱华. “大事件”策略的城市形象传播机制[J]. 现代传播, 2012, (12).
- [4] 金元浦. 动漫创意产业概论[M]. 北京: 高等教育出版社, 2012: 254.
- [5] 景宏. 日本动漫产业的发展及其对世界的影响[J]. 日本学刊, 2006, (4).
- [6] 吕云. “世界动漫王国”——日本如何打造文化影响力[N]. 广州日报, 2010—07—14.
- [7] 余艳琛. 菊花与刀的交错——谈日本动漫艺术中蕴含的民族文化特色[J]. 福建论坛, 2007, (S1).
- [8] [日]中野晴行. 日本动漫创意产业论[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2007: 151.
- [9] 胡越. 东京: “酷日本”3年前升为国策, 动漫游戏电影形成产业链[N]. 东方早报, 2013—06—05.

Cultural Significance of the Animation Festival Industry in the Development of Tokyo

WANG Lin-sheng

(School of Arts, Peking University, Beijing 100871, China; Center for Cultural Study, Beijing Academy of Social Sciences, Beijing 100101, China)

Abstract: Formed and developed on the basis of the needs of the urban creative culture industries and urban culture, the Tokyo animation festival industry has a wide range of cultural types and forms of organization. It plays a critical role in inheriting traditional culture, promoting the development of urban culture with special characteristics, and building Tokyo into a city with distinctive cultural features.

Key words: Tokyo; animation festival industry; city; culture

(责任编辑:周淑英)