

宁波能否打造叫得响的文创IP?

殷浩

一年一度的文化产业盛会——2018中国（宁波）特色文化产业博览会登场亮相。24场活动和盛大的展览，将展现宁波文化产业的活力与魅力。

特色文化是一座城市的灵魂，也是识别城市的符号。从这个意义上来说，宁波能否打造出一个或一批代表城市特色的IP，或许是一个事关宁波在这场无形但异常激烈的城市竞争中如何决胜未来的重要问题。

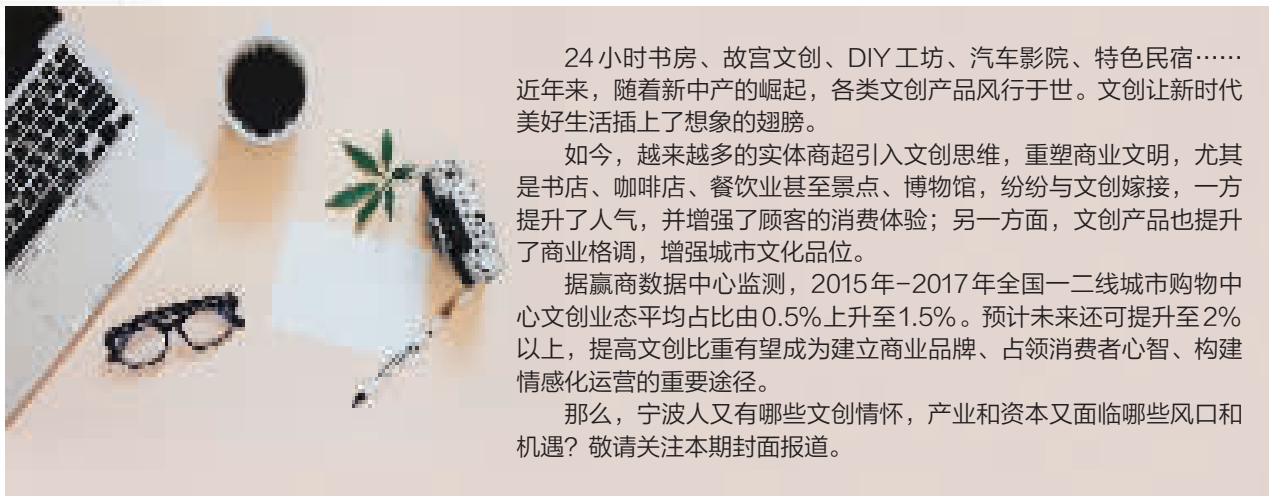
从现实来看，宁波当前缺乏在全球有影响力，在国内有知名度的特色IP。这个现状对于经济总量逼近1万亿元，拥有7000年历史和1200年建城史，培育出王阳明、黄宗羲、王应麟、潘天寿、余秋雨等众多文化名人，又是全国三大海上丝绸之路始发港的宁波来说，是并不完美的。从这个意义上来说，立足传统积淀和现实条件，打造在国内有影响力的

体现宁波特色的IP，也是宁波文化产业面临的使命。

在去年的“一带一路”高峰论坛开幕式上，习近平在发表主旨演讲时提到，宁波、泉州、广州、北海、科伦坡、吉达、亚历山大等地的古港，就是记载古丝绸之路历史的“活化石”。由此来看，“海上丝绸之路‘活化石’”这个贯穿传统与现代的文化资源，或许是宁波不可多得的特色文创IP的起点。

而从本届文博会的安排来看，也有浓浓的“海丝”味。本届文博会安排了“海丝之路——非遗鄞州”创意设计大赛、“海丝之花”保税文化论坛、“海上丝绸之路”音乐节等多场活动，实际上也体现了宁波文化产业与“海丝”结合的紧密度。由此出发，打造具有宁波特色的IP，或许是一条现实可走的道路。

宁波，是否可以由此叫响“海丝之城”的口号？



24小时书房、故宫文创、DIY工坊、汽车影院、特色民宿……近年来，随着新中产的崛起，各类文创产品风行于世。文创让新时代美好生活插上了想象的翅膀。

如今，越来越多的实体商超引入文创思维，重塑商业文明，尤其是书店、咖啡店、餐饮业甚至景点、博物馆，纷纷与文创嫁接，一方提升了人气，并增强了顾客的消费体验；另一方面，文创产品也提升了商业格调，增强城市文化品位。

据赢商数据中心监测，2015年-2017年全国一二线城市购物中心文创业态平均占比由0.5%上升至1.5%。预计未来还可提升至2%以上，提高文创比重有望成为建立商业品牌、占领消费者心智、构建情感化运营的重要途径。

那么，宁波人又有哪些文创情怀，产业和资本又面临哪些风口和机遇？敬请关注本期封面报道。



●读者留言

关于企业家精神

古寺：为了生存要愿意去死，这是我在企业内经常说的话。人要有勇气和毅力去突破舒适域，“找死”只要起步早、付出多、坚持久，老天自然很公平。但因为需要割舍和牺牲，所以大部分人下不了决心。可等死亡来临的时候，很突然，剩下的就只有怨天尤人，这类人也很少会从自身找原因。这是社会普遍现象，不仅仅是宁波。

宁波小Z：“去冲、去拼、去赶、去闯、去试，不要怕犯错误。四平八稳地做不叫企业家精神。”这是新希望集团董事长刘永好对企业家精神的理解，任正非、马云身上就具备了这样的优秀企业家精神。而宁波企业家过去一向被外界称道的“行事低调务实”的品质，如今似乎跟不上时代了，他们的保守、怕事越来越受人诟病。希望新一代甬商能继承和发扬宁波帮“敢为天下先”的优秀品质。

拾钱是美：生于忧患，死于安乐。过去，贫穷和落后铸就了老一辈宁波帮人士坚韧不拔、敢为天下先的创业精神，并造就了一个个致富神话。如今，在新经济的冲击下，富庶和文明的宁波似乎越来越失去了以往的光华。一些先富起来的企业家也似乎缺乏以往敢拼敢抢的动力。无数的案例告诉我们，创业路上没有终点，不进就是退，容不得半点懈怠。希望宁波年轻人不要陶醉于眼前的安乐，多一些忧患意识、危机意识。

关于博洋产业转型升级

Martin★斌：看这篇文章之前，刚看完一篇讲雅戈尔的文章，其文章指出，2016年时，李如成就提出要回归服装主业，期望五年再造雅戈尔，但据眼下近十年数据，雅戈尔旗下最赚钱的板块是投资、地产其次，服装最少。雅戈尔早已不是一家传统意义上的服装企业，投资和房地产两大“副业”成了这家公司贡献利润最多的板块，它早已转变为一家拥有较大规模服装业务的投资公司。传统服装产业或者说是纺织业转型期的阵痛是否还未消散？什么才是企业的真正核心价值？值得思考。

大镜子：在自己的“地盘上”做精做细 做大做强“钻”出一条血路来。

千金一诺：个人倒是觉得不管增速怎样，占领技术制高点什么时候都不晚也不为过，汽车也有更新换代和不断淘汰的过程，燃油的过时了咱们可以做电动车，做智能车，国内饱和了可以往外销，只要咱们做出一流的水平来。怕就怕低水平重复建设。

有您陪伴

花自芬芳



“东南风”微信客服号

如果您有好的意见建议，可扫此二维码与小编直接沟通。



宁波创业圈微信号

