

北京市社会科学院
| 首都文化大发展大繁荣研究丛书 |

北京市文化创意产业 竞争力提升研究

郭万超◎著



 知识产权出版社
全国百佳图书出版单位

北京市社会科学学院
| 首都文化大发展大繁荣研究丛书 |

北京市文化创意产业 竞争力提升研究

郭万超◎著



知识产权出版社
全国百佳图书出版单位

内容提要

在经济文化化、文化经济化大背景下,本书首先分析了世界文化产业发展现状与趋势,对文化产业相关概念进行了辨析,阐述了北京市大力发展文创产业的重大意义。在此基础上,把北京市文创产业整体竞争力与大陆其他省市进行了比较分析,并系统分析了北京市文创产业八个行业现状及问题,并提出了发展对策,接着对16个区县的文创产业竞争力进行了比较,并对“十二五”发展定位提出了建议。最后阐述了集聚区与文创产业竞争力的关系,提出了北京市文创产业集聚区发展思路。

责任编辑:赵 军

责任出版:刘译文

图书在版编目(CIP)数据

北京市文化创意产业竞争力提升研究/郭万超著. —北京:
知识产权出版社,2012.11

ISBN 978-7-5130-1671-1

I. ①北… II. ①郭… III. ①文化产业—竞争力—研究—北京市

IV. ①G127.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 255074 号

北京市文化创意产业竞争力提升研究

BEIJINGSHI WENHUA CHUANGYI CHANYE JINGZHENG LI TISHENG YANJIU

郭万超 著

出版发行:知识产权出版社

社 址:北京市海淀区马甸南村1号

邮 编:100088

网 址:<http://www.ipph.cn>

邮 箱:zhaojun99668@126.com

发行电话:010-82000893 82000860 转 8101

发行传真:010-82000893

责编电话:010-82000860 转 8127

责编邮箱:zhaojun@cnipr.com

印 刷:知识产权出版社电子印制中心

经 销:新华书店及相关销售网点

开 本:720mm×960mm 1/16

印 张:15

版 次:2013年3月第1版

印 次:2013年3月第1次印刷

字 数:230千字

定 价:48.00元

ISBN 978-7-5130-1671-1/G·529(4506)

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

北京市社会科学院首都文化大发展大繁荣研究

丛书编委会

总 编：谭维克

副总编：许传玺 赵 弘

参 编：白志刚 李建盛 杨奎 郭万超 张真理

刘仲华 陈玲玲 陈红玉 毕娟 王燕梅

序言：首部全面系统研究北京市 文化创意产业的佳作

北京大学文化产业研究院副院长、教授 陈少峰

文化创意产业在我国还是一个比较新的话题,但在世界其他一些国家,自 20 世纪 50 年代起就得到快速发展。尤其是 90 年代以来,文化创意已成为现代经济体系中增长最快的产业。即使 2008 年经济危机席卷世界,全球的文化创意产业依然逆势上扬,文化创意产品与服务的世界出口额自 2002 年以来一直保持着每年 14% 的增长态势,这说明文化创意产业已成为当今创意时代活力十足的朝阳产业。目前,世界主要发达的国家文化创意产业大多数达到了 GDP 的 10% 以上,并成为其重要的支柱产业。在英国,文化创意产业不仅是仅次于金融服务业的第二大产业,更是英国就业人口最多的产业。文化创意产业的头号强国——美国,更对文化创意产业有着清醒的认识,发出了“资本的时代已经过去,创意的时代已经来临”的呼声。2010 年美国文化创意产业(版权产业)增加值占 GDP 的 27%,已经成为当今美国最大、最富活力的产业。在韩国,数字内容产业已经超过了传统的汽车产业,成为第一大产业。美国的电影业和传媒业、日本的动漫产业、韩国的网络游戏业、德国的出版业(法兰克福国际图书展是世界最大的书展)、英国的音乐产业等都已成为国际文化创意产业的标志性品牌。

文化创意产业因具有高附加值、可持续发展性、大容量的就业机会和高于国民经济的增速等特点而受到越来越多国家的重视,不少国家提出

了“文化立国”、“文化强国”的战略。随着我国经济社会的快速发展,文化创意产业在我国越来越受到高度重视,特别是党的十七届六中全会通过的《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》,专题论述了“加快发展文化产业,推动文化产业成为国民经济支柱性产业”这一议题,这为加快我国文化创意产业发展提供了前所未有的机遇。

北京市一直十分重视文化创意产业,2005年年底,中共北京市委九届十一次全会做出了大力发展文化创意产业的战略决策。目前,文化创意产业已经成为首都经济的重要支柱和新增长点。为了贯彻落实十七届六中全会精神,北京市十届十次全会通过了《中共北京市委关于发挥文化中心作用,加快建设中国特色社会主义先进文化之都的意见》。意见确立了建设中国特色社会主义先进文化之都和具有国际重大影响力的著名文化中心城市的奋斗目标,并提出了进一步加快文化创意产业发展的任务,其具体表述是:“文化创意产业发达。率先建成现代文化产业体系,不断提高发展的质量,文化创意产业增加值占全市地区生产总值的比重力争达到18%,整体实力和国际竞争力位居全国前列。”北京市第十一次党代会报告又明确提出:“要加快发展文化创意产业,进一步提升文化创意产业在首都经济中的支柱地位”。

从全局来看,当前北京市的发展正处于转型升级的重要转折期,文化创新和科技创新无疑是转型升级的两个车轮。因此,加快发展文化创意产业对于北京优化产业结构、转变经济发展方式具有战略意义。在这样的背景下,《北京市文化创意产业竞争力提升研究》一书,作为国内首部系统研究北京市文化创意产业的著作出版,可谓非常及时,非常重要。阅罢全书,可以发现以下几个突出特点:

一是注重理论研究,对文化创意产业理论进行了比较全面系统的梳理。文化创意产业作为一个新兴研究领域,理论上尚处于探索之中,国际国内对文化创意产业的概念、构成等都还没有统一的认识。本书对文化创意产业的理论发展脉络进行了追根溯源、条分缕析,对于澄清人们对文化创意产业的模糊认识以及文化创意产业理论研究具有重要意义。

二是注重实证研究,基本摸清了北京市文化创意产业的家底。本书在理论研究的基础上,对北京市文化创意产业从总体、八大行业和区县三个方面进行了深入、细致地调研,掌握了大量一手数据,并进行了科学系统的分析,这对于我们全面掌握北京市文化创意产业的发展现状与存在的问题具有重要价值。

三是注重应用研究,提出了北京市文化创意产业发展的对策建议。在客观分析现状问题的基础上,该书还提出了一系列具有针对性的对策和建议,这为破解当前北京市文化创意产业发展中的难题提供了科学的参考依据。

应该说,作为北京市社会科学院重大课题的最终成果,《北京市文化创意产业竞争力提升研究》一书,在该研究领域处于前沿地位,具有较高的理论与实践价值。该书数据详实,分析透彻,对于我们更新文化创意产业发展观念、理清文化创意产业发展思路具有很好的指导作用,对于促进北京市文化创意产业又好又快发展具有积极意义。因此,该书是广大文化创意产业专家学者、文化企业管理、创意人员以及学习文化产业专业的大中院校的学生等不可多得的参考书。

目 录

第一章 导 论	(1)
第一节 背景意义	(1)
一、大力提升北京市文化创意产业竞争力是国际国内形势的 迫切要求	(1)
二、大力提升北京市文化创意产业竞争力是推动首都发展转 型的重要动力和保障	(6)
三、北京市文化创意产业竞争力研究的目的与作用	(7)
第二节 相关概念	(8)
一、“文化产业”概念的演变与含义	(8)
二、各种命名方式之间的异同	(12)
三、文化产业的构成条件及分类	(15)
四、区域文化产业竞争力	(18)
第二章 北京市文化创意产业总体评估与发展对策	(21)
第一节 北京市文化创意产业的发展现状	(21)
一、北京市文化创意产业与其他地区竞争力比较	(21)
二、北京市文化创意产业总体实力评估	(26)
三、北京市文化创意产业发展的主要特点	(32)
四、北京市发展文化创意产业的举措得力、成效显著	(35)
第二节 北京市文化创意产业发展中存在的主要问题	(38)
一、产业政策竞争加剧,企业和项目外流不容忽视	(38)
二、文化产业出口水平较低,缺乏与世界竞争的综合	

能力	(39)
三、体制、机制性障碍抑制了产业发展活力	(40)
四、融资渠道有待拓宽	(41)
五、缺乏知名品牌,文化产业集中度不高	(41)
六、文化创意人才存在结构性短缺	(42)
七、知识产权保护迫在眉睫	(43)
八、行业标准和统计体系亟待完善	(43)
九、同质化竞争趋势较为严重,造成资源浪费	(44)
十、尚未形成高效、顺畅、完整的产业链	(44)
十一、文化资源优势远未转化为产业优势	(45)
第三节 提升北京市文化创意产业竞争力的对策	(46)
一、抓紧完善北京市文化创意产业政策法规	(46)
二、推动文化体制、机制创新,激发发展活力	(47)
三、提高文化产业出口能力,推动文化企业“走出去”	(47)
四、进一步健全投融资服务体系	(49)
五、扶优扶强,形成一批龙头企业和知名品牌	(49)
六、完善人才培养、引进与使用机制	(50)
七、加大知识产权保护力度,维护文化创意产业秩序	(51)
八、建立完善的统计制度和行业监测体系	(52)
九、完善文化创意产业链	(52)
第三章 北京市文化创意产业重点行业现状分析与发展 对策	(53)
第一节 文艺演出行业	(53)
一、北京市文艺演出行业发展概况	(53)
二、北京市文艺演出行业存在的主要问题	(57)
三、促进北京市文艺演出行业发展的对策及建议	(62)
第二节 新闻出版行业	(64)
一、北京市新闻出版业发展概况	(64)
二、北京市新闻出版业存在的主要问题	(70)

三、促进北京市新闻出版业发展的对策建议	(74)
第三节 影视行业	(75)
一、北京市影视行业发展概况	(75)
二、北京市影视行业发展中存在的主要问题	(80)
三、促进北京市影视产业发展的建议	(83)
第四节 古玩和艺术品交易业	(85)
一、北京市古玩和艺术品交易业发展现状	(86)
二、北京市古玩艺术品交易行业中存在的主要问题	(93)
三、促进北京市古玩艺术品交易行业发展的建议	(95)
第五节 动漫游戏行业	(98)
一、北京市动漫游戏行业发展概况	(98)
二、北京市动漫游戏行业发展中存在的主要问题	(104)
三、促进北京市动漫游戏行业发展的几点建议	(106)
第六节 设计服务行业	(108)
一、北京市设计服务业发展概况和特点	(108)
二、北京市设计服务业发展中存在的主要问题	(114)
三、进一步推动首都设计产业发展,建设“设计之都”	(115)
第七节 会展业	(120)
一、北京市会展业发展的现状	(120)
二、北京市会展业发展的主要特点	(123)
三、北京市会展业存在的问题	(125)
四、加快北京市会展业发展的对策建议	(128)
第八节 文化旅游业	(130)
二、北京市文化旅游业发展的基本现状	(132)
三、北京市文化旅游业发展存在的主要问题	(136)
四、加快北京市文化旅游业发展的路径与措施	(139)
第四章 北京市文化创意产业区县竞争力评价与提升 ...	(142)
第一节 北京市文化创意产业八大行业区县排名	(142)
一、文化艺术	(142)

二、艺术品交易	(143)
三、旅游、休闲娱乐	(143)
四、广告会展	(144)
五、新闻出版	(145)
六、广播影视	(146)
七、设计服务	(146)
八、软件、网络及计算机服务	(147)
九、八大行业收入区域排名分析	(148)
第二节 首都功能核心区:东城、西城	(149)
一、东城区	(149)
二、西城区	(152)
第三节 城市功能拓展区:朝阳、海淀、丰台、石景山	(156)
一、朝阳区	(156)
二、海淀区	(160)
三、丰台区	(163)
四、石景山区	(165)
第四节 城市发展新区:通州、顺义、大兴、昌平、房山	(167)
一、通州区	(168)
二、顺义区	(170)
三、大兴及开发区	(172)
四、昌平区	(174)
五、房山区	(177)
第五节 生态涵养发展区:门头沟、平谷、怀柔、密云、 延庆	(179)
一、门头沟区	(179)
二、平谷区	(181)
三、怀柔区	(183)
四、密云县	(185)
五、延庆县	(187)

第五章 集聚区与北京市文化创意产业竞争力提升	(189)
第一节 文化创意产业集聚区的理论基础	(189)
一、产业集聚的概念	(189)
二、产业集聚形成和演进的机制	(190)
三、产业集聚竞争优势和创新优势	(191)
四、产业集聚网络的研究	(193)
五、创意产业集聚理论	(194)
第二节 北京市文化创意产业集聚区的现状、问题与 对策	(197)
一、发展现状	(197)
二、主要问题	(208)
三、对策及建议	(208)
第三节 国内外文化创意产业集聚区发展的比较与借鉴 ...	(214)
一、伦敦创意产业集聚空间的形成与发展	(214)
二、东京动漫产业集聚空间分析	(219)
参考文献	(221)
后 记	(225)

第一章 导 论

第一节 背景意义

2005 年 12 月,中共北京市委九届十一次全会做出了大力发展文化创意产业的战略决策,目前,文化创意产业已经成为首都经济的重要支柱和新增长点。纵观世界与中国的发展大势,北京市迫切需要进一步加快文化创意产业发展步伐,大力提升竞争力。

一、大力提升北京市文化创意产业竞争力是国际国内形势的迫切要求

(一) 国际背景

1. 经济文化化、文化经济化趋势

文化经济和文化产业在我国还是一个比较新的话题,但在世界一些其他国家已经有半个多世纪的发展历史了。二战后的一段时间里,一批美国科学家注意到,在工业化国家,2% 的人生产的农产品和 2% 的人生产的工业产品就已经满足了人们的基本生活需要。于是,当时就有人提出一个问题,当 5% 左右的人生产的产品已经满足了社会基本需要的时候,那另外 95% 的人生产的是什么? 20 世纪 70 年代,一批日本学者注意到一个现象,在 60 年代日本人均 GDP 为 1000 美元的时候,已经满足了基本生活消费。到 70 年代的时候,GDP 达到人均一万美元时,那九千美

元实际消费的是什么呢?

不同国家的学者从两个方面注意到这一现象,最后他们研究的结果殊途同归,实际上,在经济发展到一定程度的时候,人们生产的和消费的全都是文化。人们注意到一些很长久的行业,比如说建筑业,几千年以来,其基本功能和基本形式并没有改变;服装业,从开始有了服装以后,服装的基本功能并没有改变;汽车业,一百多年来,汽车的基本构造和基本功能并没有改变。人们的消费实际上都是在时尚旗帜的影响下,在文化价值的引领下进行的一轮一轮新的消费。比如,家庭装修、家用电器和汽车的更新换代等,这些并非都属于必需的消费。因此,人们就注意到 21 世纪经济的主流是文化经济。在传统的产业里增加文化的价值,在新兴的产业里突出文化产业,这就成了经济发展的新现象,即:经济文化化、文化经济化,这个现象直接导致了文化产业以及文化经济的兴起。

文化经济也可以叫做大审美经济。经济学家认为,迄今为止,人类经济发展的历程表现为三大经济形态,即农业经济形态、工业经济形态和大审美经济形态。所谓大审美经济就是超越以产品的实用功能和一般服务为重心的传统经济,代之以实用和审美、产品和体验相结合的经济。现在人们消费时不完全是购买物质生活的必需品,而是越来越多地购买文化艺术、精神享受、审美体验,甚至是购买一种气氛,购买一个符号。

2002 年,专门研究大审美经济的学者——美国普林斯顿大学教授卡尼曼获得了诺贝尔经济奖。这表明国际学术界对于经济审美化这样一种发展趋势的重视。很多经济学家认为,在生活水平低下的时候,快乐与不快乐在很大程度上取决于一个人是否有钱,可是在生活比较富裕之后,快乐并不正比例地取决于是否有钱,并不是说一个人钱越多就越快乐。卡尼曼区分出两种效用:一种是主流经济学定义的效用,另一种是反映快乐和幸福的效用。卡尼曼把后面这种效用称之为体验效用,并且把它作为新的经济学的价值基础。这个是经济学 200 多年来最大的一次价值转向。很明显,在这样一个经济体验的时代,这样一个大审美经济的时代,必然要求文化产业有一个大的发展。

2. 世界文化产业发展现状

自 20 世纪 50 年代以来,文化产业在世界范围内获得快速发展。尤其是 90 年代以来,已成为现代经济体系中增长最快的产业。即使 2008 年经济危机席卷世界,全球的文化创意产业仍然逆势上扬,文化创意产品与服务的世界出口额自 2002 年以来一直保持着每年 14% 的增长态势,说明文化创意产业已成为当今创意时代活力十足的朝阳产业。文化创意产业具有高附加值、可持续发展性、大容量的就业机会和高于国民经济的增速等特点,因而受到越来越多国家的重视,并成为许多国家和地区的发展方略,不少国家更提出了“文化立国”、“文化强国”的战略。在西方一些发达国家,文化创意产业已成为其支柱产业。美国的电影业和传媒业、日本的动漫产业、韩国的网络游戏业、德国的出版业(法兰克福国际图书展是世界最大的书展)、英国的音乐产业等都已成为国际文化产业的标志性品牌。

英国是全球最早提出“创意产业”这一概念的国家,1997 年英国将文化创意产业作为国家重要产业加以重点支持,成立了英国“创意产业特别工作小组”,提出把文化创意产业作为英国振兴经济的聚焦点。目前,文化创意产业在英国不仅是仅次于金融服务业的第二大产业,更是英国雇用就业人口的第一大产业。2000 年,英国大约有 12.2 万个不同类型的创意产业公司,约占企业总数的 7.6%;创意产业就业人数为 195 万,位居各产业之首。1997 年至 2000 年,文化创意产业的增长率达到 9%,远远高于同期 2.8% 的经济增长率。2001 年文化创意产业产值为 1120 亿英镑,占 GDP 的比例为 8.2%;增长速度为 12%,是整个国民经济增速的两倍;出口值高达 103 亿英镑,是世界上仅次于美国的第二大创意产品生产国,文化创意产业已经成为英国增长最快的支柱产业之一。

文化创意产业的头号强国——美国,更对文化创意产业有着清醒的认识,发出了“资本的时代已经过去,创意的时代已经来临”的呼声。2010 年美国文化产业增加值占 GDP 的 27%。美国是全球版权产业最为发达的国家,版权产业已经成为当今美国最大、最富有活力的产业。2002 年美国版权产业产值达到 12500 亿美元,约占美国 GDP 的 12%。从 1996

年开始,版权产品首次超过汽车、农业与航天业等其他传统产业,成为美国最大宗的出口产品。特别是美国的影视业和软件业发展迅速,在国际市场中优势明显。美国也是称雄世界的软件大国,几乎垄断了全球的操作系统及数据库市场。美国版权产业在出口、增值和就业等方面的持续增长,巩固了版权产业作为美国经济发展的支柱产业的地位。

1997 年的亚洲金融危机促使韩国政府开始改革,提出“设计韩国”战略,把文化创意产业视为 21 世纪最重要的产业之一。为推动文化创意产业的发展,韩国政府还设立了文化产业局,并于 1999 年通过了《文化产业促进法》,明确鼓励文化、娱乐、内容等产业的发展。成立了文化产业振兴院,作为辅助机构协助将文化创意内容衍生成文化产品。文化产业基金由当年的 549 亿韩元增加到 2002 年的 2329 亿韩元,四年间就增加了四倍。在政府大力扶持下,韩国的文化创意产业发展迅速,游戏软件产业在 1998 ~ 2001 年四年中增长了一倍;电影出口在 1995 ~ 2001 年六年中增长了近 50 倍。尤其是数字内容产业已经超过传统的汽车产业,成为韩国的第一大产业。2005 年韩国游戏产业市场规模达到 43 亿美元,其中网络游戏已经成为游戏市场的主导。目前,韩国占世界游戏市场的 5.3%,其中网络游戏 31.4%,手机游戏 13.3%,电脑游戏 2.3%,电视游戏 1%。

此外,澳大利亚、新加坡、新西兰等国也是文化创意产业发展的典范国家。澳大利亚 2000 年版权产业总产值达 192 亿美元,占 GDP 的 3.3%,年增长率为 5.7%,高于其同期经济 4.85% 的增长率。新加坡 2000 年文化创意产业总产值约为 50 亿新币,约占 GDP 的 3.2%;1986 年到 2000 年间,新加坡文化创意产业平均年增长率为 17.2%,高于其同期 GDP 10.5% 的增长率。新西兰通过整合相关产业中的创意部门,提出大力发展广告、软件与信息服务、出版、电影与录像、设计等 10 大文化创意产业,2001 年新西兰文化创意产业产值约为 35.26 亿美元,约占 GDP 的 3.1%。

我国文化产业虽然发展比较快,但总体水平和成熟度还不高,与发达国家相比,还有很大差距。产业增加值占地区 GDP 比重超过 5%,被认为是成为国家或地区支柱性产业的主要标志。据国家统计局发布的数据,

2010 年我国文化产业法人单位产值增加值达到 11052 亿元,占国内生产总值的比重为 2.75%,这说明我国文化产业还有很大的发展空间。

根据中国科学院中国现代化研究中心发布的《中国现代化报告 2009——文化现代化研究》报告,中国的文化影响力指数在全世界排名第七,居于美国、德国、英国、法国、意大利、西班牙之后,显然这与我国丰富的文化资源不相称。

(二) 国内背景

文化产业在我国越来越受到高度重视,早在 1997 年 5 月 26 日,江泽民在《论有中国特色社会主义》中就提出要“积极发展文化事业和文化产业”。1999 年底,中央经济工作会议作出要大力发展科技、文化等新兴产业的战略部署。2000 年 10 月,党的十五届五中全会提出要“完善文化产业政策”。2002 年,江泽民在党的十六大报告中,明确提出了发展中国文化产业战略构想。2003 年 10 月,党的十六届三中全会再次重申了发展文化产业的政策,提出要“促进文化事业和文化产业的协调发展”。同年 12 月,国务院办公厅发出《关于印发文化体制改革试点中支持文化产业发展和经营性文化事业单位转制为企业的两个规定的通知》,在财税、投融资、国有资产的处置、收入分配、社会保障等方面制定了一系列鼓励文化产业发展的政策。2010 年,中央政治局专门就深化文化体制改革问题进行集体学习,胡锦涛总书记指出“要精心打造中华民族文化品牌,提高我国文化产业国际竞争力,推动中华文化走向世界”。

党的十七届六中全会立足国家战略全局,对文化改革与发展问题进行了专题研究,并通过了《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》(以下简称《决定》),标志着我国文化发展进入了一个新的历史阶段。《决定》专题论述了“加快发展文化产业,推动文化产业成为国民经济支柱性产业”,这为我国文化产业发展提供了科学的行动纲领,并注入强大的新动力。

《决定》特别对北京市的文化发展提出了更高要求,强调要发挥首都国家文化中心的示范作用,中央领导同志也对首都的文化改革发展提出了一系列重要指示。落实中央精神,北京市十届十次全会通过了《中共北