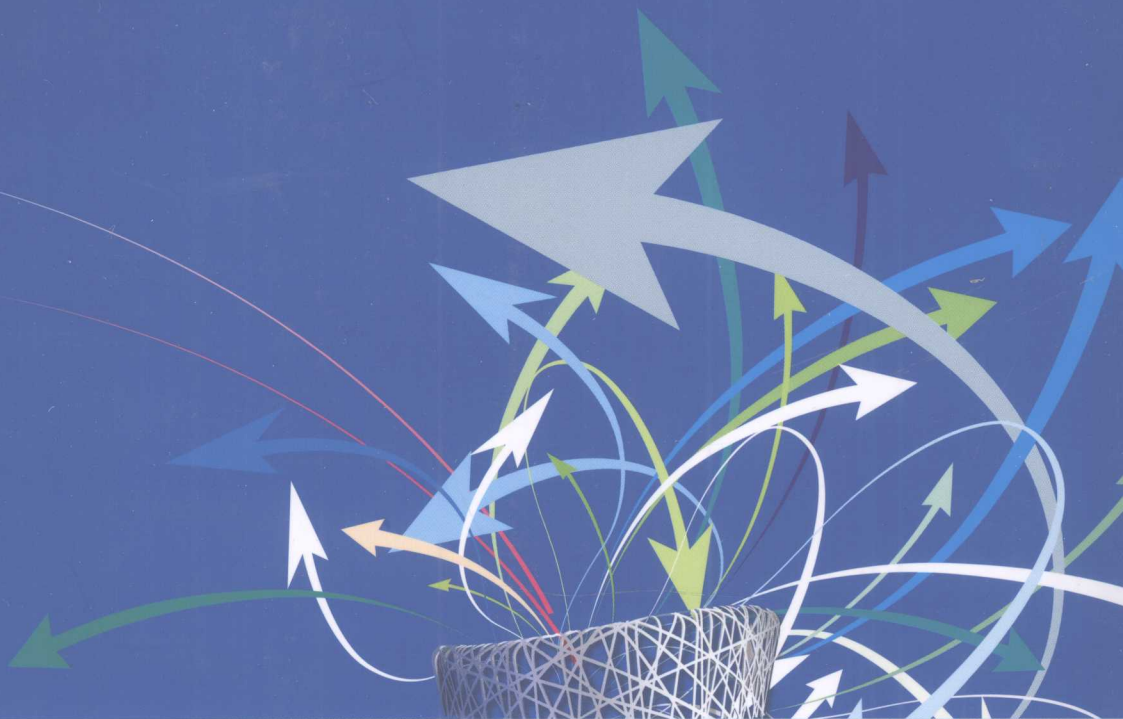


CHUANGYI YU CHUANGYIJINGJ



创意与创意经济

季昆森 著

安徽人民出版社

创意与创意经济

季昆森 著

江苏工业学院图书馆
藏书章

安徽人民出版社

责任编辑：蒋越林 装帧设计：鲁强 杨玲

图书在版编目(CIP)数据

创意与创意经济/季昆森著. —合肥：安徽人民出版社，2008.10

ISBN 978-7-212-03391-0

I. 创… II. 季… III. 文化—产业—研究 IV. G114

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第163539号

创意与创意经济

季昆森 著

出版发行：安徽人民出版社

地址：合肥市政务文化新区圣泉路1118号出版传媒广场 邮编：230071

发行部：0551-3533258 0551-3533292(传真)

经销：新华书店

制版：安徽华文世纪文化传播有限责任公司

印刷：合肥万户精艺印刷有限公司

开本：787×1092 1/16 印张：13.75 字数：150千

版次：2008年10月第1版 2008年10月第1次印刷

标准书号：ISBN 978-7-212-03391-0

定价：45.00元

印数：00001-07000

本版图书凡印刷、装订错误可及时向承印厂调换

「创意经济是落实科学发展观、建设创新型国家的重要抓手和有效实现形式。」

人人皆人才，个个会创意。」

目录

创意与创意经济

绪论 /1

第一章 国内外的创意经济理论 /7

第二章 国内外创意经济的发展概况 /23

第三章 创意经济的本质特征 /45

第四章 人人皆人才，个个会创意 /63

第五章 创意经济与循环经济、服务经济 /73

第六章 创意经济与“三个转变” /97

第七章 创意经济与蓝海战略、长尾理论 /115

第八章 创意与创业就业 /131

第九章 创意的构思方法 /149

第十章 营造适宜环境 /191

阅读与参考书目 /211

后记 /213

绪论

我

从2006年开始学习研究文化创意产业。2006年4月,《北京日报》连续报道,中共中央政治局委员、北京市委书记刘淇在基层调研时,在市委、市政府理论学习中心组学习(扩大)会议上,多次强调以发展文化创意产业为新引擎,推动产业结构升级。我看了这些报道后,感到这是一个新课题。

2006年6月6日,安徽省人大原主任、省人大工作研究会会长孟富林在安徽潜山县天柱山召开中部崛起学习研讨会。我在发言时谈到,潜山县有四大文化、四大文化名人,要充分用好这些文化资源,发展文化创意产业。

2006年8月16日,我专门向时任全国人大常委、全国人大环资委副主任委员、现任国务院参事冯之浚教授请教文化创意产业。

2006年8月29日,在安徽省临泉县调研循环经济时,结合当地实际,我专门阐述了文化创意产业有七个方面的重要意义和作用,可以实现“更大经济效益,更少资源消耗,更低环境污染和更多劳动就业”的愿景。为此,我把文化创意产业列为循环经济催生的七大产业之一。

2006年10月20日,我又向时任上海市人大副主任、上海市创意产业协会会长、现任全国政协副主席厉无畏请教创意产业。

安徽省委、省政府主要负责同志高度重视发展创意经济。省委书记王金山在省九三学社关于发展创意经济的报告上作了重要批示:“创新



耀州窑青釉提梁倒注壶，北宋（960-1127）之物。陕西彬县出土，国家级文物。

壶盖与器身连为一体，凤凰做提梁，狮子当流，腹部刻缠枝牡丹花，梅花形注水口设于壶底中央，壶内有漏柱与水相隔，注水时将壶倒置，待盛满后，将壶放正，滴水不漏，即使现代人也感到匪夷所思。由此可见，创意并不是现代人的“专利”，古已有之。

的前提是创意，创意的主体是人才，人才的集聚是环境，让我们共同努力，优化创意环境，留住创意人才，促进科技创新，推进科学发展。”省长王三运在省“861”重大项目调研汇报会上指出：“我省文化底蕴深厚，文化创意资源很多，但这一块还未破题，或者还处于较低的水平。发达国家现在的创意产业已经占相当大的比重。要接触新东西，要把创意产业提到议事日程上，要派出去学习研究创意产业。”

前几年，我在作循环经济报告时，有人问我：“循环”是不是古代就有？我回答说：不仅古代有，从地球形成就有，如果不是良性循环，地球也不会运行到今天；但“循环”作为一种思想，则源于人类对自然规律的认识；作为一种经济发展模式来说，循环经济是一种全新的发展模式，是一门解决实际问题的全新学问。同样，创意虽然古已有之，但创意经济却是一个新概念。**我从实践中体会到，创意经济是落实科学发展观、建设创新型国家的重要抓手和有效实现形式。**根据国情、省情、地情，自觉地不断地进行探索研究，不断地创意创新，大力发展创意经济，研究得越深，实践得越好，成效也就越大。

创意作为一种人们主动地创造新主意、新点子、新思想，与人类的生存历史一样久远。



古今中外，从万里长城到金字塔，从所住洞穴到摩天大楼，从骑马射箭到导弹航母，从嫦娥奔月到探月工程，从闭关锁国到改革开放，无不充满人类的创意智慧。

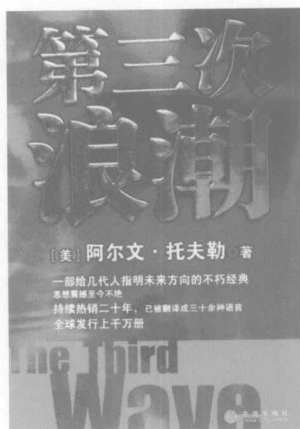
目前，关于创意学、创意经济的书籍、论著很多，我学习了一部分。国内外学者根据各自的经历和研究，提出了一系列思想、理论、观点，可以说是百花齐放，很难找到一个统一的规范的概念和论述。我认为，创意是针对不同时期不同地方不同情况提出的非常鲜活的思想，如果把概念框得太死，拘泥于概念，反而不利于创意和发展创意经济。

世界著名的未来学家、《第三次浪潮》的作者阿尔文·托夫勒曾预言：“资本的时代已过去，创意时代正在来临；谁占领了创意的制高点谁就能控制全球！主宰21世纪商业命脉的将是创意！创意！创意！除了创意还是创意！”

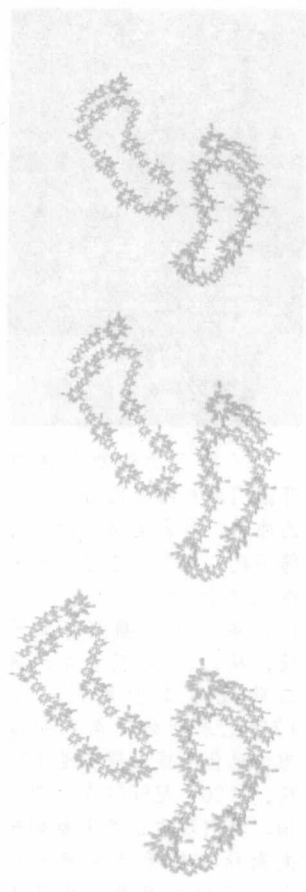
美国著名经济学家罗默在1986年也曾指出：“新创意会衍生出无数的新产品、新市场和创造财富的新机会，因此创意才是推动一国经济增长的原动力。”

20世纪末，在西半球，英国凭借创意产业改变了其传统工业化国家衰落保守的形象。澳大利亚政府将创意产业发展作为一项国家战略加以实施。

在东半球，韩国依托创意产业走出了



《第三次浪潮》在打开国门之初给人们心灵造成的冲击，其影响至今仍然连绵不绝。托夫勒在这本书中将人类社会划分为三个阶段：第一次浪潮为农业阶段，从约1万年前开始；第二阶段为工业阶段，从17世纪末开始；第三阶段为信息化（或者服务业）阶段，从20世纪50年代后期开始。我们现在正亲历着如托夫勒所言的第三次浪潮社会，变化的浪潮冲击又重叠，造成冲突和压力，也带来新生和转机。大变革的强烈冲击让我们感到动荡和不安，而托夫勒的著作则给我们指引出了清晰的路向。



创意就像漫漫黑夜之中的灯火，引领人类从蛮荒走向文明、从蒙昧走向智慧、从落后走向进步、从贫穷走向富庶……

1997年金融危机的阴影，并在亚太地区掀起了一股“韩流”热潮；日本销往美国的动漫及相关产品的总收入，超过其出口美国的钢铁总收入的4倍；新加坡于1998年就将创意产业定为21世纪的战略产业，并出台了“创意新加坡”计划。

21世纪初，联合国开始探讨如何通过创意产业促进发展中国的经济和社会进步，为实现“千年目标”寻找出路。英国、韩国、日本、澳大利亚、新西兰等国和联合国都把创意经济放在一个国家乃至全球总体发展战略上来推行。

创意经济概念是20世纪90年代英国经济学家约翰·霍金斯率先提出来的。今天，我们站在新的历史起点上研究创意经济的概念、理论，既要研究借鉴国外的研究成果和实践经验，又要把研究创意经济的出发点和落脚点放在贯彻落实党和国家的重大发展战略上，以此为指导思想，就可登高望远，牵住牛鼻子，掌握主动权。

创意经济尽管是国外先提出来的，但中国从事创意经济的研究和实践与之相比晚不了几年，不像工业化比西方国家相差200年，信息化比西方国家相差50年。从一定意义上讲，发展创意经济，我们与发达国家几乎处在同一条起跑线上。中华民族是一个充满智慧的民族，只要大家把注意力和积极性凝聚

到创意创新上来，就能够在创意经济的理论研究和实践中取得大的突破，实现中华民族的伟大复兴。

创意经济是一门综合性的交叉学科，是注重实践讲求实效的学问，是不断发展的学问，是研究如何启发创意、如何通过发展创意经济来解决发展中的矛盾和问题的全新学问，**是落实科学发展观、建设创新型国家的重要抓手和有效实现形式**。我们要通过不断地创意，发展创意经济，加快转变经济增长方式、消费模式，调整优化产业结构，实现又好又快发展。

“实践、认识、再实践、再认识，这种形式，循环往复以至无穷，而实践和认识之每一循环的内容，都比较地进到了高一级的程度。这就是辩证唯物论的全部认识论，这就是辩证唯物论的知行统一观。”毛泽东关于认识论的这段精辟论述，为我们研究创意和创意经济指明了方向。

俗话说“三个臭皮匠顶个诸葛亮”，把广大群众的思想都引导到创意创新上来，就可以出成千上万个“诸葛亮”，通过激发大家的创意热情，推动创意经济大发展。

第一章

国内外的创意经济理论

“创”意”一词最早出现在东汉王充的著作中，他在《论衡·超奇》

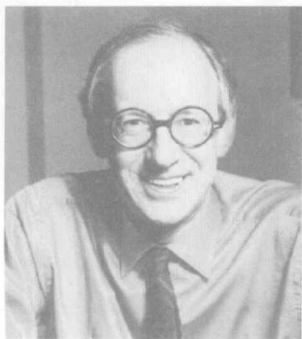
中说：“及其立义创意，褒贬赏诛，不复因史记者，眇思自发于胸中也。”指的是文章中提出的新见解，相当于立意、构思。

所谓“创意”，单从字面上来看，“创”是创造、创作、创新；“意”是意思、意识、主意、思维、智慧，合起来最基本的含义是指创造性的好主意，好点子。“创意”既是一个静止的概念，又是一个动态的过程。静态的“创意”是指创新性的意念、巧妙的构思，即通常所说的“好主意”；动态的“创意”是指创造性的思维活动，是从无到有的逻辑思维的产生过程。简而言之，创意就是具有新颖性和创造性的想法。

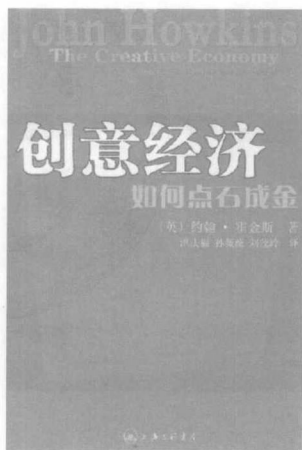
创意古已有之，而创意产业概念最早来自英国。1997年5月，英国首相布莱尔为振兴英国经济，采纳了英国经济学家约翰·霍金斯的建议，提议并推动成立了创意产业特别工作小



王充(27-约97)，字仲任，会稽上虞人，东汉哲学家。著有《讥俗节义》、《政务》、《论衡》、《养性》等书，但只有《论衡》保存下来。近人黄晖撰《论衡校释》30卷，是较为通行的版本。



约翰·霍金斯(John Howkins): 被誉为“世界创意产业之父”, 创新模式的推动者, 英国著名创意文化产业研究专家。



《创意经济》收入了对世界上15个创意产业的全新分析, 展现了其急剧的变化。为那些试图将创造力与生意头脑融合起来的人提供了一个参考。

组。约翰·霍金斯也因此被誉为“创意产业之父”。

2006年, 约翰·霍金斯在他的新作《创意经济》一书中指出: “在本书中, 我始终使用了‘创意经济’一语, 这是因为将它作为一门独立的经济学科可以帮助我们理解商务和管理问题。但是, 虽然在概念上有别于其他经济, 创意经济的影响仍然十分广泛。我们对待创意和发明等经济学的方式会明显的影响所有的社会、文化、意识形态及政治问题。”

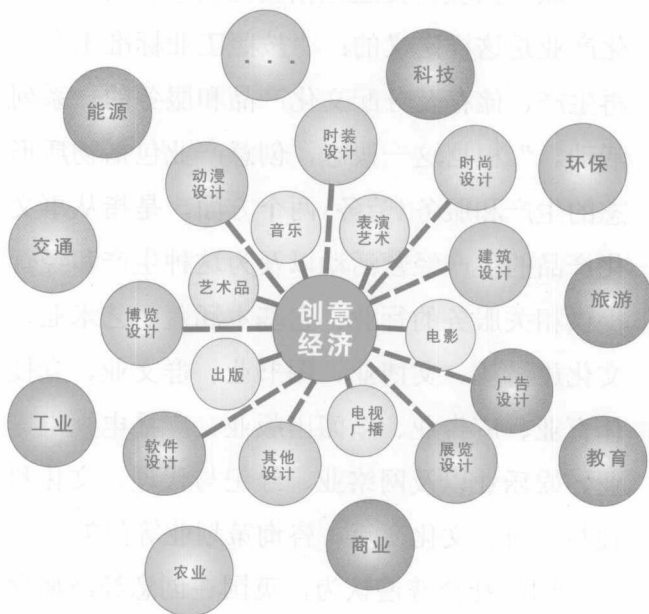
创意经济, 又可称创意产业、创造性产业、文化创意产业等。创意经济在各个领域都有着广泛的运用, 如创意工业、创意农业、创意商业、创意建筑业、创意旅游……有些地方还用新的创意来解决能源、交通、环保等问题。在七八年前, 人们对创意经济或许还很陌生, 而今天, 一股巨大的创意经济浪潮正在席卷全球。据统计, 全世界从事创意行业的人有1亿到1.5亿, 创意经济每天创造220亿美元, 已经占到全球GDP的7%, 并以每年10%的速度增长, 大大高于全球GDP的增长速度。一些国家增长的速度则更快, 如美国达14%, 英国为12%。创意经济不再仅仅是一个理念, 而是有着巨大经济效益的直接现实。在发达国家, 创意经济成为推动经济增长、提高就业率和增强社会凝聚力的重要战略。在我国许多省、市也在积极采取有力

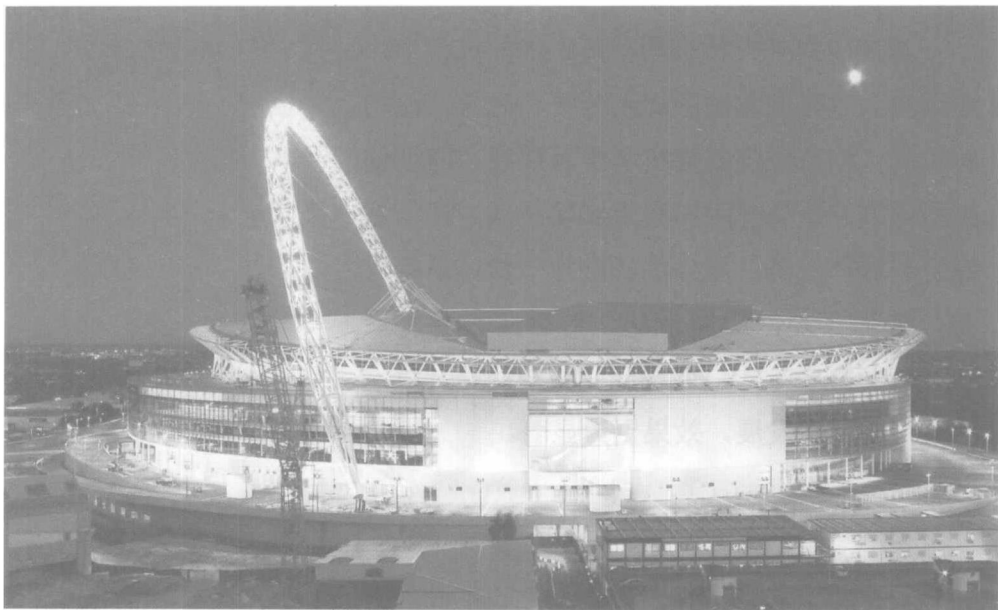
措施发展创意经济。

我在省内外宣传推动循环经济的过程中，通过对大量典型案例的深入分析和思考，深切感受到，**创意经济是落实科学发展观、建设创新型国家的重要抓手和有效实现形式。把创意经济和循环经济、服务经济融为一体，系统思考，整体谋划，协同带动，对落实科学发展观，转变发展方式，促进产业结构调整升级，实现又好又快发展，效果更为显著。**

一、国外的创意经济理论

对于创意经济，在不同的国家有不同的定义。比如，英国、澳大利亚、新西兰、新加坡等称之为“创意产业”或“文化创意产业”；





英国新温布利球场显著的一个特征就是顶棚能部分开合。全部打开，日光就能照射到整个运动场，天气恶劣时，可在15分钟内合上顶棚。科学的声学设计，使体育馆能创造出与众不同的“温布利呐喊”。

美国、加拿大等称之为“版权产业”或“创意经济”；西班牙称之为“文化及消闲产业”。

联合国教科文组织在蒙特利尔会议上对文化产业是这样定义的：“按照工业生产、再生产、储存及分配文化产品和服务的一系列活动。”根据这一概念，创意产业包括物质形态的生产和服务(劳务)两个方面，是指从事文化产品的生产经营活动以及为这种生产和经营提供相关服务的行业。它基本涵盖了艺术业、文化旅游业、文博业、图书业、群文业、竞技体育业、广告业、新闻出版业、广播电视电影业、娱乐业以及网络业、经纪与代理、文化科技与科研、文化交流、咨询策划业等门类。

国际社会普遍认为，英国在创意经济概念的形成中，发挥了奠基性的作用。英国对创意

经济的定义和界定，成为许多国家和地区制定创意产业分类体系的出发点。1998年，英国“创意产业特别工作组”出台《英国创意产业路径文件》，首次明确提出了“创意产业”的概念：“源于个人创造力、技能及才华，通过知识产权的生成和取用，具有创造财富并增加就业潜力的产业。”它强调个人的创造力，将创意视为特殊产业现象，因此被称为狭义的创意经济的定义。根据这个定义，英国将广告、建筑、艺术和文物交易、工艺品、设计、时装设计、电影、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件、电视广播等13个行业确定为创意产业。

约翰·霍金斯在其《创意经济：人们如何从思想中创造金钱》一书中，从产业角度把创意经济界定为：其产品都在知识产权法的保护范围内的经济部门。约翰·霍金斯认为，知识产权分为专利、版权、商标和设计四大类，每一类都有自己的法律实体和管理机构，都有庞大的工业与之相对应。版权、专利、商标和设计加在一起，就组成了创造性产业和创造性经济。他的定义扩展了创意经济的内涵，把属于自然科学中各个部门的专利研发活动也纳入创意经济，有效地解决了科学与文化艺术相分离的问题。

美国文化经济理论家理查德·E·凯夫斯被称为“创意产业第一理论权威”，他对创意经济作了如下定义：“创意产业提供我们宽泛的与文化的、艺术的或仅仅是娱乐的价值相联系的产品和服务。它们包括书刊出版，视觉艺术(绘画与雕刻)，表演艺术(戏剧、歌剧、音乐会、舞蹈)，录音制品，电影电视，甚至时尚、玩具和游戏。”在他看来，文化创意产业中的经济活动会全面影响当代文化商品的供求关系和产品价格。他在其《创意产业经济学——艺术的商业之道》中，概括归纳出创意产业具有以下几个特点：创意产品具有需求的不确定性；

- ◆创意产品特别关注自身的独特性和差异性；
- ◆创意产品注重纵向区分的技巧；
- ◆时间因素对于一个创意产品的传播销售具有重大意义；

◆创意产品的存续具有持久性与营利的长期性。

理查德·E·凯夫斯认为，创意经济出现在大量的艺术中介机构、文化传播、经纪人、制作人等中间环节。

美国卡内基梅隆大学教授、区域经济发展研究专家理查德·佛罗里达对创意经济进行了系统研究，并在其《创意经济》一书中从宏观层面提出了发展创意经济的“3T”原则：技术（Technology）、人才（Talent）、宽容（Tolerance），三者缺一不可。技术可以更广泛地把创意纳入服务业范畴。他认为人才分成“具有特别创造力的核心”和“创造性的专门职业人员”两个部分。前者包括科学家、大学教授、诗人、小说家、艺术家、演员、设计师、建筑师、编辑、文化人士、咨询公司研究人员以及其他对社会舆论具有影响力的各行各业人士；后者包括高科技、金融、法律及其他各种知识密集型行业的专门职业人员；宽容是指更为开放、包容和多样性的环境，它在吸引创意人才方面具有关键作用。



理查德·佛罗里达是畅销书《创意阶层的崛起》的作者。该书曾获《华盛顿月刊》授予的政治图书奖，并被《哈佛商业评论》评为最具突破性的10个观念之一。

理查德·佛罗里达从分析一国经济增长的主要动力出发，把世界经济社会的发展分为农业经济时代(A)、工业经济时代(M)、服务经济时代(S)、创意经济时代(C)四个时期。他认为，在1900年以前，世界还处于农业经济时代(A)，那时的经济主要以农业为主；1900—