

Beijing

李万峰 著

产业集聚区： 科学发展观的科学体现

——北京市文化创意产业集聚发展研究

中国文联出版社

产业集聚区： 科学发展观的科学体现

——北京市文化创意产业集聚发展研究

李万峰 著

中国文联出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

产业集聚区: 科学发展观的科学体现: 北京市文化创意

产业集聚发展研究/ 李万峰著. — 北京: 中国文联出版社, 2010.3

ISBN 978-7-5059-6636-9

I. 产… II. 李… III. 文化-产业-发展-研究-北京市

IV. G127.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第016576号

书 名	产业集聚区: 科学发展观的科学体现——北京市文化创意产业集聚发展研究
作 者	李万峰
出 版	中国文联出版社
发 行	中国文联出版社 发行部 (010-65389150)
地 址	北京农展馆南里10号(100125)
经 销	全国新华书店
责任编辑	李满意
责任印制	陈 晨
印 刷	北京隆昌伟业印刷有限公司
开 本	700×1000 1/16
印 张	17.5
版 次	2010年3月第1版第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-5059-6636-9
定 价	29.00元

您若想详细了解我社的出版物

请登陆我们出版社的网站<http://www.cflacp.com>

序 一

李万峰的博士论文《产业集聚区：科学发展观的科学体现——北京市文化创意产业集聚发展研究》正式出版，作为导师我非常高兴。

文化创意产业是在知识经济时代背景下发展起来的新兴产业。作为文化、科技和经济深度融合的产物，正在成为全球经济和现代产业结构的引领者，其发展规模与影响程度已经成为衡量一个国家或城市竞争能力和创新能力的重要标志。从美国金融危机引起的全球经济危机提示我们：单纯依靠金融衍生品创新的所谓产业结构升级不能够引领世界经济的新潮流，人类还是要根据自身从物质层面需要到社会和精神层面需要的提升中开拓产业升级的新层次，能够满足人们社会和精神层面需要的文化创意产业，在全球金融危机之后，将成为产业结构升级的希望之一，成为拉动经济增长的新引擎。

迄今为止，国内外关于文化创意产业的研究文章和著作已经很多，但是像李万峰博士那样从地区产业集聚发展角度研究的却不多，从这本专著的内容看，其创新性主要表现在以下几个方面：

第一，将文化创意产业集聚发展的理论与实践结合起来进行综合研究，符合应用经济学的学术创新要求。在文化创意产业的研究中，许多学者的研究大多集中在文化创意产业的基本理论框架和现实数据的概括中，从地方集聚发展角度进行理论和实践综合研究的不多见。李万峰博士的这本专著，弥补了目前国内对文化创意产业集聚发展模式问题缺少系统化研究的不足，通过分析文化创意产业的本质特点和产业规律，提出了集聚化是其发展的基本模式。

第二，以北京为分析样本，寻找中国文化创意产业发展的基本途径。以经济学的理论知识为基础，融合文化、社会等学科，集中以北京文化创意产业集聚发展的基本模式为研究对象，试图提出一个跨学科的分析 and 研究框架，这种跨学科的理论研究方法具有新意。专著将理论经济学、地区经济学、产业经济学、文化学和城市学等多学科知识相结合，既弥补了经济学方面对文化创意产业研究的不足，又深化了对地区具体发展模式的研究，具有

较强的实践指导意义。

第三，就研究视角而言，本文把文化创意产业的集聚发展置于社会经济发展的大系统中，同时将其看做整体社会经济发展大系统下的一个相对独立的小系统，大胆提出：推进以北京为代表的文化创意产业集聚发展的战略，是未来我国向“科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少、人力资源优势得到充分发挥”的内生型经济成长之路转型的必然选择。从而拓宽了本文理论研究的宏观视野。

当然，作为探索性著作也存在着进一步完善的必要：

一是关于文化创意产业集聚发展的理论还需要随着我国文化创意产业集聚发展的实践加以总结和提炼。从上世纪 80 年代开始的文化创意产业的集聚发展已经有了二十多年，新的发展经历蕴涵着新的理论成果，特别是在全球经济危机正在持续之时，如何通过文化创意产业的集聚发展提升中国的产业结构，培育中国的国际竞争力和国际创新力，是需要理论研究上加以深化的。

二是北京文化创意产业发展对于我国国家文化创意产业发展的引领作用还可以进行深入分析。北京深厚的文化积淀、密集的人才优势、强劲的科技创新能力以及旺盛的文化消费需求使得文化创意产业在这里的发展有着广阔的空间。同时，大力发展文化创意产业也正符合北京作为全国政治中心、文化中心的城市性质和功能定位，中国文化创意产业发展的地区布局还可以更广阔地展开。

衷心希望李万峰博士在中国文化创意产业理论的研究中取得更丰硕的成果。

方竹兰

2009 年 3 月 6 日于人大明德楼

序 二

近几年来，文化创意产业的发展已经成为经济学界，尤其是首都经济界讨论的一个重要课题。围绕着这一课题，学者们发表了不少论著，提出了不少有价值的观点，力图探索文化创意产业形成和发展的规律性和相关的政策措施。李万峰博士以自己的博士论文为基础修改而成这本专著，对北京市文化创意产业的集聚发展进行了全面而系统的研究，具有较高的学术水平和显著的实践价值，有助于人们更加深入地认识文化创意产业发展的规律性，对于政府部门制定和实施文化创意产业发展战略、规划和政策也具有一定的参考意义。

本书的贡献主要体现在两个方面，一是在研究对象上。在我国，文化创意产业还是一个新兴产业，有关的研究在还刚刚开始，已有的不多研究成果中，大多还集中在对该产业的一般性研究阶段，对于文化创意产业发展的基本模式和发展路径方面的理论研究则非常缺乏。本书以北京文化创意产业集聚发展的基本模式为研究对象，提出了一个相对完备的分析和研究框架，能够在一定程度为未来其他地区的文化创意产业的集聚发展路径，提供一个理论和实践上的参照系。

二是在应用价值上。本书系统论述了北京所具有的推进文化创意产业集聚发展的独特优势，对北京文化创意产业集聚发展实践的现状和制约文化创意产业集聚发展的诸多因素进行了重新审视和剖析，在此基础上从宏观和微观两个层面，提出了若干有针对性的对策和建议。

作者根据国内外文化创意产业发展的历史轨迹和现实情况，认为空间集聚性是文化创意产业的基本特征，集聚化将是文化创意产业发展的基本模式。从理论上讲，由于文化创意产业创新性特征极其显著，客观上要求创意人员之间增加交流、团结协作，这就使文化创意产业的发展有一种明显的集聚化倾向。从某种程度上说，文化创意产业的集聚发展，不是个体艺术家或设计师灵感突发，而是知识和社会文化传播构成与产业发展形态、社会运作方式的内在发展规律。文化创意产业的空间集聚特征表现为生活与工作的结

合、知识文化产品生产与消费的结合、多样化的外部环境与独特本地特征的结合等形态。而从发达国家或地区的现实来看也是这样，美国的硅谷与好莱坞，英国的伦敦西区等文化创意产业比较发达的地方都体现了集聚化特征。作者花了较大篇幅深入论证了文化创意产业具有集聚发展的内在动力，指出了集聚化可以提高文化创意产业的创新效率、集聚化可以提高文化创意产业的生产效率、集聚化可以提高文化创意产业的交易效率和集聚化可以提高文化创意产业的竞争效率等观点。这些观点都具有一定的学术价值。

作者在深入调查研究的基础上对北京市推进文化创意产业集聚发展提出了很多的政策建议，认为有关政府部门需要从科学规划和建设差异性产业集聚区、软硬件建设、自组织系统建设、构筑产业链、经营管理体制、创新人才培养以及投融资体制（尤其是风险投资体制）等八个方面来强化和提升北京市文化创意产业的集聚发展能力。

综观全书，研究思路清晰，逻辑结构严密，论述清楚，结论明确，是近年来文化创意产业研究领域的一部力作。相信本书的出版会进一步推动对北京市文化创意产业发展战略、规划和政策的研究。

李万峰博士在到中国人民大学攻读博士学位之前曾在政府部门工作多年，具有比较丰富的实践经验，在攻读博士期间刻苦学习，学术水平和科学研究能力得到了显著的提高，是一位能够做到理论联系实际青年学者。在我教过的国民经济管理系的博士生中，万峰是很优秀的一位。我相信他新的工作岗位上能够继续发扬“立学为民，治学报国”的人大精神，为国家和民族振兴贡献自己的全部才华。

许光建

2009年5月10日于人大求是楼

目 录

引子	1
导论	1
一、研究背景与问题的提出	5
二、本书的理论和实践意义	9
(一) 本书的理论意义	9
(二) 本书的实践意义	11
三、研究的基本思路与方法	14
(一) 研究的基本思路	14
(二) 研究的主要方法	14
四、分析框架与研究内容	16
五、本书创新之处与局限	17
(一) 本书的创新之处	17
(二) 本书的局限	18
 第一章 集聚化是文化创意产业发展的基本模式	19
一、文化创意产业的概念和基本特征	19
(一) 文化创意产业的概念与性质	19
(二) 文化创意产业的基本特征	25
二、文化创意产业的集聚发展促进内生经济增长	35
(一) 文化创意重释内生增长与可持续发展关系	36
(二) 文化创意丰富和拓展了内生增长的基本模型	39
(三) 发展文化创意产业要符合集聚化产业规律	48
三、文化创意产业具有集聚发展的内在动力	50
(一) 产业集聚及产生原因	51
(二) 产业集聚的形成条件	56
(三) 文化创意产业符合集聚发展的内在要求	63

(四) 强外部性促使文化创意产业集聚形成的建模分析	69
(五) 图解文化创意产业集聚形成的内在动力机制	78
四、文化创意产业集聚发展具有效率优势	81
(一) 集聚化可以提高文化创意产业的创新效率	81
(二) 集聚化可以提高文化创意产业的生产效率	84
(三) 集聚化可以提高文化创意产业的交易效率	86
(四) 集聚化可以提高文化创意产业的竞争效率	88
五、小结	91
第二章 北京市文化创意产业集聚发展的实践	93
一、北京市文化创意产业集聚发展的优势	94
(一) 集聚发展的文化创意产业形成北京市新的经济增长点	94
(二) 北京市具有推进文化创意产业集聚发展的特殊优势	96
(三) 北京市文化创意产业集聚发展的作用	106
二、北京市文化创意产业集聚发展的现状	116
(一) 北京市文化创意产业发展总体情况	117
(二) 北京主要文化创意产业集聚区分布概况及特点	122
(三) 北京市文化创意产业集聚区形成类型分析	128
(四) 北京文化创意产业集聚发展的运行模式	133
三、北京市文化创意产业集聚发展的启示	139
(一) 完善了文化创意产业发展的统筹机制, 加强了组织协调 工作	140
(二) 科学规划了北京市文化创意产业的发展蓝图	140
(三) 积极营造了促进文化创意产业集聚发展的政策环境	141
(四) 切实加强了文化创意产业集聚发展的各项要素建设	141
(五) 在文化创意产业集聚园区建设上摸索出了一些好经验	142
(六) 采取措施拉动文化创意产品的市场需求, 促进内外贸易 发展	144
四、小结	145

第三章 用国际视角审视北京文化创意产业集聚发展的问题

.....	147
一、以国际经验审视北京文化创意产业集聚发展的宏观问题	148
(一) 体制性障碍制约文化创意产业的整体集聚效应	148
(二) 文化创意产业集聚发展的产业政策体系有待进一步完备	154
(三) 文化创意产业集聚发展的国际竞争力亟待提高	159
二、北京文化创意产业集聚发展微观问题的国际启示	171
(一) 文化创意产业集聚区规划不够科学, 难以形成有效集聚 效应	171
(二) 文化创意产业集聚区基础设施保障不足	174
(三) 文化创意产业集聚区的产业链系统不够完整	182
(四) 文化创意产业集聚的投融资体制有待完善	186
(五) 人力资源和文化传统优势没有得到充分发挥, 创意阶层 远未形成	189
三、小结	192

第四章 建构具备国际竞争力的北京文化创意产业集聚发展

对策	195
一、区位优势构筑北京文化创意产业集聚发展的政策体系	195
(一) 深化文化体制改革, 激发文化创意产业集聚发展活力	196
(二) 完善文化创意产业集聚发展政策, 涵养和提升社会整体 创新能力	199
(三) 完善以知识产权法为中心的法制环境, 提供法律保障	206
二、软硬件建设强化北京文化创意产业集聚能力	207
(一) 科学规划文化创意产业集聚区, 建设差异性产业集聚	207
(二) 继续推进文化创意产业集聚区硬件环境建设	210
(三) 加强和完善文化创意人才的管理水平	211
(四) 加强理论研究, 科学指导文化创意产业集聚发展实践	216
(五) 采取多种措施, 营造有助于创新的环境氛围	220

三、链式产业融合创新服务塑造北京文化创意产业集聚效应	222
(一) 锻造集聚区产业链系统, 实现功能性集聚	222
(二) 加大集聚区经营管理创新力度, 释放集聚整体经济效应	223
(三) 完善公共服务平台建设, 为集聚区企业发展保驾护航	226
(四) 催生集聚区自组织系统的快速发展	229
(五) 完善符合文化创意产业集聚发展规律的投融资体制	232
四、国际化战略拓展北京文化创意产业集聚发展的市场空间	236
(一) 制定文化创意产业集聚发展的国际化战略	236
(二) 成立出口辅助组织, 完善专业出口支撑平台	238
(三) 加快制定针对鼓励文化创意产品出口的相关政策	239
(四) 着力培育一批大型跨国企业和国际知名品牌	240
(五) 精心打造深化北京文化创意产业国际合作的良好条件	242
(六) 切实加强产品推广平台建设, 促进国际竞争能力的提高	243
五、小结	244
结语	246
跋一	249
跋二	252
后记	254
参考文献	256

引 子

改革二十多年来，经过不懈努力，我国取得了举世瞩目的发展成就，从生产力到生产关系、从经济基础到上层建筑都发生了意义深远的重大变化，但我国仍处于并将长期处于社会主义初级阶段的基本国情没有变，人民日益增长的物质文化需要同落后的社会生产之间的矛盾这一社会主要矛盾没有变。当前我国发展的阶段性特征，是社会主义初级阶段基本国情在新世纪新阶段的具体表现。从总体上看，我国成功地发展了制造业，中国已经成为越来越多的全球性企业，尤其是亚洲企业首选的劳动密集型产品的制造地。但我国经济增长方式没有实现根本转变，以“高投入、高消耗、高排放和低效率”为特征的粗放型经济增长格局还没有改变，还在延续。粗放的增长方式超过国内资源和环境的承载能力，对全国乃至世界产生重要影响。我国土地、淡水、能源、矿产资源和环境状况对经济发展已构成严重制约。未来中国的发展应该跻身制造业强国行列，而不是加工工厂，中国一些城市已经丧失了发展大规模制造业的优势，面临就业岗位流失和产业结构转型的压力，需要寻找新的增长点。解决这一问题要求我们必须加快转变经济增长方式，如果我国经济增长方式可以转变，发展就可以持续，否则将严重制约建设小康社会目标的实现。十七届三中全会科学发展观的适时提出，说明党和政府已经充分认识到这个问题，我们的国家建设发展战略已开始升级和发生了重大变化。而发展战略的升级意味着中国进入一个新的发展阶段，在这一阶段，科学发展观对经济方式转变的作用主要表现在：科学发展观要求以人为本有利于促进经济增长方式的转变；科学发展观要求经济结构调整有利于推进经济增长方式的转变；科学发展观要求发展循环经济有利于推进经济增长方式的转变；科学发展观要求加快人才培养有利于经济增长方式的转变。总而言之，经济增长方式科学发展的核心在于理论、制度与技术的创新。由于中国自然条件和社会条件的特殊性，即使引进西方先进技术，如果缺乏自主

创新，也会难以保证我们的利益，而且可能导致严重的矛盾和具有长远不利影响的后果。所以，立足中国国情，大力进行自主技术创新，是实现经济增长方式转变的基本条件。缺少自主创新的发展是不可持续的，是难以解决中国面临的发展问题的，还可能带来社会难以承受的代价和损失。而且，我国在全社会意识上，直到反映在政府的政策安排上，就是忽视自主技术创新和自主品牌战略。不彻底改变这样的国民心理和政府政策取向，中国企业的自主技术创新和自主品牌战略之路会非常艰难。

要实现中国自主技术创新，实现从“中国制造”到“中国创造”的飞跃，其中关键的一点在于推动产业集聚，形成不同产业的集聚区，尤其是创新型产业集聚。这是因为产业集聚区具有适合人的创造力发展的基本特征，而人的创造力以及激发人的创造潜能的各种社会因素是创新型产业最基本的投入：其一，产业集聚区具有范围有限性，即产业集聚往往围绕某一特定产业领域；其二是产业关联性，即产业集聚区内的产业或企业之间存在较高的相关性；其三是空间集聚性，即类似产业聚集在一定的空间内，在地理上相互靠近；其四是机构系统性，即产业集聚内部不仅包括企业（包括上下游企业），而且还包括相关的行业组织（商会、协会等）、金融服务机构、中介服务机构（信息、教育培训、研究开发等）和政府服务机构（标准制定等），是一个复杂的有机体。这四大特征满足了创新型产业发展所需要的足够的技术基础、宽容的社会环境以及充足的创意基础结构（包括研发设施、风险投资、知识产权保护以及各种吸引有创造力的人群的生活环境），能够更适合创新型企业的发展。除此之外，产业集聚区本身具有的发展优势，也说明产业集聚的发展模式是一种科学的发展模式。首先，产业集聚可以带来规模经济与范围经济，特别是那种具有外在性质的规模经济。任何一个企业想要获得规模经济，就必须在空间上集聚，以便藉此把外在的规模经济内部化。另一方面，多数相关企业在空间上的集聚又可以享受、共用基础公共设施等范围经济的便利。其次，产业集聚可以增加企业的竞争力。在市场经济的竞争中，那些集中于某个特定区域、从而可以获得规模经济的企业，将会获得更为强大的市场竞争力而处于市场竞争中的优势地位。最后，产业集聚可以推动技术进步和经济增长。产业集聚可以降低获取新技术与新知识的信息成本。由此可见，产业集聚发展完全符合科学发展观的基本要求，是当前乃至未来较长一段时间内，我国经济增长方式转变的主要方向。

产业集聚涵盖了不同产业的集聚形式，那么到底哪种产业集聚更加符合中国国情呢？在新的历史条件下，哪种产业可以引领未来我国经济腾飞，成为社会进步的支柱产业？理论和世界各国实践证明，文化创意产业将会成为贯彻落实科学发展观、构建和谐社会的基础产业。这种以人的创造性和智慧作为生产要素的产业，它强调文化艺术对经济的支持和推动，它以文化内容和创意成果的转换为核心价值，以满足人民群众多样化的文化需求为目标，以体制创新为动力，以优化产业结构为主线，以高科技为支撑。随着全球化进程的加快和知识经济的发展，作为国际产业分工和价值链的高端，其在全球的蓬勃兴起，成为国际化城市产业发展的一个重要新趋势。文化创意产业的集聚不是对已有资源的掠夺型集聚，而是开创了一条新的产业集聚之路——文化创意产业集聚之路。它具有三方面的属性：第一，集聚的是以人的创造力为主要生产力的部门，具有创意产业分类特征。第二，文化创意产业组合采取金字塔式的聚集形成，具有强大的经济溢出效应和规模效应。第三，集聚具有深刻的文化底蕴，提供了创意阶层需要的便利性和舒适性物质空间环境，对创意产业形成强有力的空间聚集作用。

数千年璀璨的文明史表明了中华民族从不缺乏创意想象，这是中国人引以自豪的“本钱”。但是，我们不能只守着一座金光闪闪的文化资源宝库，面对文化交流与融合的局面茫然不知所措。我们要有把文化“变现”成产品，把文化资源转化为产业，把文化需求转化为市场机制的能力，还要有文化的自信和文化交流的勇气。最为重要的是，文化是一种最为环保、最有内涵的科学发展动力，文化创意产业也是最能持续发展的产业，加强这类产业的集聚，可以最大程度减少中国经济发展对资源的消耗，同时，还能充分发掘中国沉淀数千年的文化元素，实现传统文化在开发中保护与在保护中开发的良性循环。每个国家、每个城市的历史文化基础和产业基础都是不一样的，所以有不同的特点。像巴黎，它是浪漫之都，它的香水、艺术等都非常著名；伦敦是以艺术品和设计为主的；纽约出版业和文化产业发达；洛杉矶的好莱坞又是非常出名的，东京的动漫很有名。中国不仅有深厚的历史文化积淀，而且有强大的人才资源优势，这些都是我们发展文化创意产业的优势。

文化创意产业集聚作为中国经济增长方式转变的重中之重，而集聚的首选之地当属北京，北京作为全国的政治中心和文化中心，拥有深厚的文化积

淀、密集的专业人才资源、强劲的科技创新能力、旺盛的消费需求、强大的市场辐射以及积极的政策扶持，使北京文化创意产业的发展具备了得天独厚的优势，文化创意产业在北京正以前所未有的速度迅速崛起（目前，已形成10个具有一定发展基础的文化创意产业集聚区）。北京市“十一五规划”明确提出重点发展创意产业为北京的支柱产业，进一步提升北京作为文化创意产业主导力量的影响，增强文化创意产业创造社会财富和就业机会的能力。集聚作为发展文化创意产业的一种有效途径，是文化创意产业未来发展的一种趋势，研究北京文化创意产业集聚发展对于进一步推动北京市文化创意产业的发展具有重要的指导意义。因此，大力发展文化创意产业，是北京市深入贯彻落实科学发展观的战略举措，对推动首都经济社会全面协调可持续发展具有重要意义。它有利于推进首都产业结构调整升级和经济发展方式转变，有利于突破首都资源、能源瓶颈的制约，最大程度地实现环境保护，有力推动经济发展方式的转变，为首都可持续发展增添强大后劲，有利于实现北京城市功能定位，有利于更好地满足人民群众的精神文化需求。为了更好地推动北京文化创意产业集聚发展，必须在充分了解文化创意产业集聚的基本内涵、优势以及国内外文化创意产业集聚发展经验的基础上，提出北京市文化创意产业集聚发展之路。

导 论

一、研究背景与问题的提出

文化创意产业简单说就是文化创意产品的产业化，欧美一些发达国家也称之为创意产业，它是在世界经济进入当今知识经济时代这一背景下发展起来的，一种推崇创新、个人创造力、强调文化艺术对经济的支持与推动的新兴的理念、思潮和经济实践。在全球化趋势不断加强、国际竞争日趋激烈的今天，文化创意产业的发展规模和程度，已经成为衡量一个国家或区域综合竞争力高低的一个重要标志。正因为如此，如上所述，一些欧美等不少国家和地区开始把文化创意产业作为战略产业和支柱产业，并采取相应的政策措施和手段来积极推动和扶持其发展。

1994年，澳大利亚以“创意的国度”（Creative Nation）为目标，公布澳大利亚的第一份文化政策报告。英国此时则因为政府的产业政策未能刺激经济发展，某些产业的发展濒临危机。英国政府派团赴澳大利亚考查，回国后马上建立组织管理机制，政府成立了专门的研究指导小组，首相布莱尔亲任组长，投入了大量的资金及资源发展文化创意产业。1997年，英国文化、媒体和体育部成立专门任务小组，就文化创意产业的持续发展提出建议，提出把文化创意产业作为英国振兴经济的聚焦点，把推广文化创意产业作为拯救英国经济困境的有效方法。1998年出台的《英国创意产业路径文件》中更明确地提出了“创意产业”（creative industries）的概念。要求政府“为支持文化创意产业而在从业人员的技能培训、企业财政扶持、知识产权保护、文化产品出口等方面”作出积极努力。根据英国官方统计，1997年以来，英国创意产业呈蓬勃发展趋势，在增长速度、出口增长及增加就业等方面都有良好的表现。

据英国官方统计，以文化为主体的创意产业是英国发展最快的产业，1997—2001 年间年增长率达到 8%，是同期英国总体经济增长 2.6% 的 3 倍多，创意产业产值 2001 年已达到 1125 亿英镑，产业增加值占 GDP 的比例超过 5%；2002 年英国创意产业实现出口 115 亿英镑。约占英国外贸出口总额的 42%。1997 至 2002 年创意产业的平均出口年增率为 11%，超过外贸 3% 的年增长率，以及服务出口 7% 的增长率；2003 年英国创意产业提供了 190 万个就业机会，1997 年至 2003 年的平均年增率为 3%。与此同时，整个英国经济的就业人数只有 1% 的增长。^①由此可见大力扶持发展文化创意产业的国家战略对英国经济走向良性发展起到了重要作用。与此同时，遭受 1997 年东南亚金融危机冲击的韩国虽然没有明确提出文化创意产业的概念和口号，但是在具体行动上也恰恰把大力发展文化创意产业作为复兴经济的切入点和突破口，从而成功摆脱了金融危机的困扰，再次走上了经济复兴之路。随后，文化创意产业的概念被全世界所接受，成为 20 世纪末期兴起的新型产业。在短短十年时间里，文化创意产业经历了从新名词的整合到付诸实践，从发达国家迅速蔓延到发展中国家的过程。创意产业对国家和地区经济增长的推动、就业增加、旧区复兴、形象等方面都有贡献，它已经成为继知识经济、信息时代后政界、学术界乃至民间的又一热门话题。如今，以发达国家为主的文化创意产业正在高速发展之中，成为 21 世纪最有潜力的朝阳行业。约翰·霍金斯在《创意经济》一书中明确指出，全世界创意经济^②每天创造 220 亿美元，并以 5% 的速度递增。在当今世界，创意产业已不再仅仅是一个理念，而是有着巨大经济效益的直接现实。

最近几年，中央决策层提出走科学发展观的发展道路，表明改革开放的二十多年来，我国传统的以“高投入、高消耗，高污染，低产出”的粗放经济增长方式，已到了必须转型的时候，这也说明我们的国家建设发展战略已开始升级和发生了重大变化。而发展战略的升级必将中国导入一个新的发展

① 见上海市创意产业协会网站：《创意产业在欧美》，http://www.sta.sh.cn:8080/xjxy/cypt/cydh_gd_04.htm

② 霍金斯认为知识产权有四大类：专利、版权、商标和设计，每一类都产生于保护不同种类的创造性产品的愿望，每一形式都有庞大的工业与之相应，加在一起这四种工业就组成了创造性产业和创造性经济。因此，由于霍金斯从知识产权的角度对创意产业进行定义，无法区隔出创意经济和作为独立产业形态的创意产业之间的差别。但是他对知识产权的强调和统计推算，仍可见创意产业的发展态势。