

城市文化创意产业发展之道

CHENGSHI WENHUA CHUANGYI CHANYE
FAZHAN ZHIDAO

◎ 卢润德 张明英 周建丰 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

资源为本 城市为基 创意为王

城市文化创意产业发展之道

卢润德 张明英 周建丰 著

中国财经出版传媒集团
经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

城市文化创意产业发展之道 / 卢润德, 张明英,
周建丰著. —北京: 经济科学出版社, 2016. 10

ISBN 978 - 7 - 5141 - 7298 - 0

I. ①城… II. ①卢…②张…③周… III. ①文化产业 -
产业发展 - 研究 IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 233947 号

责任编辑: 白留杰

责任校对: 郑淑艳 杨 海

责任印制: 李 鹏

城市文化创意产业发展之道

卢润德 张明英 周建丰 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

教材分社电话: 010 - 88191354 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮箱: [bailiujie518@126. com](mailto:bailiujie518@126.com)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxcs. tmall. com](http://jjkxcs.tmall.com)

北京密兴印刷有限公司印装

710 × 1000 16 开 18.75 印张 350000 字

2016 年 11 月第 1 版 2016 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 7298 - 0 定价: 56.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

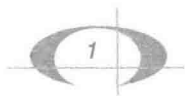
前言

现今世界，文化创意产业已成为全球经济发展新的增长点，国家之间的竞争越来越体现在知识力量和文化力量等的软实力上。

文化创意产业是依靠创意者的智慧、天赋和技能，借助于高科技对文化资源进行创造与提升，通过知识产权的开发和运用，产生出高附加值产品，具有创造财富和就业潜力的新兴产业。文化创意产业作为经济、文化、技术等元素相互融合的产物，自 20 世纪末诞生以来，就因其具有科技含量高、资本盈利率较高、投资回报好、产业融合性高、渗透性和辐射力较强、资源消耗低、环境污染少、发展潜力大等特点和在国家政治社会经济中具有有效提升综合国力、把握国际舆论话语权、增强国家凝聚力、驱动经济社会发展方式转型、提高国家创新能力、有力带动其他产业发展和增加其他产业附加值、促进环境保护、增加就业与促进消费、提高国民生活质量与文化素质等功能作用而备受各国关注与重视，各国尤其是发达国家纷纷把文化创意产业作为国家的主要发展战略，并致力于通过发展文化创意产业来壮大本国的软实力及其国际竞争力，以求在日趋激烈的综合国力竞争中把握主动权。经过 20 多年的发展，现今世界文化创意产业已呈现出一片繁荣景象，可谓光芒四射。

我国也不例外，自“十一五”以来，国家逐渐加大了对文化创意产业建设的力度，一系列促进文化创意产业发展的规划、政策、法规、举措、指导意见纷纷出台，经过 10 多年来各级政府、行业部门和业界的不懈努力，当前我国文化创意产业已具较大规模，并呈现出良好的发展势头，一批新兴业态已崭露头角。

产业的又好又快发展离不开系统理论的有力指导。由于文化创意产业是一个新兴产业，发展历程短，发展速度迅猛，当前理论已明显跟不上发展形势的需要，所以迫切需要学术界加强开展其系统理论的研究，以为文化创意产业的发展提供理论指导。笔者在大量查阅与整理文献资料后认为，当前文化创意产业理论研究存在以下几个主要不足：其一，文化创意产业理论框架



尚未搭建起来,理论研究较为分散,系统性差。其二,文化创意产业基础理论不够清晰、完善,如产业定义、分类标准、特征等尚未界定清楚与建立起来。其三,专门理论研究的广度深度不够,如文化资源的分类与价值综合评估、城市文化创意产业集群发展途径、城市文化创意产业发展水平测度、城市文化创意产业发展策略、城市大型文化创意产品项目开发与产品设计、文化创意产品市场运作等的研究较为薄弱。其四,典型案例分析、经验总结不足,实践总结上升为理论的进程慢。

为了弥补上述不足,本书尝试开展了相关研究,其目的在于:一是为构建城市文化创意产业系统理论作出一份贡献,并寄希望能引发更多学者的参与,从而使城市文化创意产业系统理论逐渐丰富与完善起来。二是给政府经济官员、业界人士的实践提供一些有益的理论指导与实务参考。在此值得一提的是,本书名《城市文化创意产业发展之道》中“道”的含义有3个:一是规律性(包括原则、模型、模式、路径、策略、方法、技术和窍门等)之“道”。二是“他山之石”实践经验之“道”。三是理论应用于实践之“道”。其与本书研究的目的、对象、技术路线和研究方法密切相关。

本书研究对象为城市文化创意产业发展的专门系统理论、可供借鉴的有益经验和理论、经验运用的示范。主要研究方法有文献资料法、系统集成创新法、案例分析法、实证法。研究的技术路径是,应用文献资料法广泛与系统收集有关文化创意产业的理论研究成果、业界实务和案例并加以整理,在此基础上,采用系统集成创新法,将所收集和整理后的资料加以综合集成创新,形成一套较为完整的有关城市文化创意产业发展的理论体系,然后运用案例分析法,对几个典型完整的案例开展分析,得出其经验启示,最后采用实证法,通过对所选对象——桂林市的文化创意产业的发展谋划、项目开发策划及其产品设计等来示范所创新理论体系的实用性与经验启示,并提供可借鉴性的实证。此外,还通过附录的辅助来开展对城市文化创意产业理论与实践相结合的实证。

本书共分3篇13章和1个附录。第一篇为城市文化创意产业发展理论,其包括文化创意产业概述、城市文化创意产业相关理论基础、文化资源与文化创意产品要素构成、城市文化创意产品开发、城市文化创意产品市场运作和城市文化创意产业发展方略等内容。第二篇为城市文化创意产业发展案例分析,其包含国内外城市文化创意产业集群发展案例、城市历史文化资源整合及大型创意产品开发案例和城市大型历史文化创意产品市场运作案例分析



及其经验、启示、总结等内容。第三篇为城市文化创意产业发展实证：以桂林市为例，其包含对桂林市文化创意产业发展之总体谋划、桂林市历史文化主题公园项目策划、桂林市城墙公园项目策划和桂林市彩调剧团产品整合营销传播策划等内容。附录为作者出版和在刊物上公开发表过的主要相关学术著述，其从不同的角度研究与实证了城市文化创意产业发展的理论与实务。

本书具有以下几个特点：其一，注重系统性。一是所集成创新的理论基本构成体系，二是“理论+案例+实证”的研究结构层次完整，三是理论类型、案例类别、实证类别“对接”具有一致性。其二，理论联系实际。一方面理论能够紧密联系我国文化创意产业的实际来展开探索，另一方面实证能紧密联系理论、案例来开展。其三，重点突出。一是理论上突出了项目开发及其产品设计创意、市场运作创新，二是实务上突出了对城市大型历史文化产品的案例分析、项目开发及其产品设计的策划。其四，表述形式丰富。文字、图表、图片并茂，表述清晰、直观。其五，讲究实用性。理论实用，案例分析后有启示，实证面广且较为详尽。

笔者长期从事文化创意产业经济管理领域的研究工作，主持完成过“新桂系组织文化的现实意义研究”（省级项目）、“桂林历史文化主题公园建设规划研究”（市级项目，桂林电子科技大学承接）等科研项目，作为指导教师指导“桂林‘城墙游’旅游产品开发调研”、“重走小平路，永远跟党走”、“湘江战役史料调查及其应用开发”等多个学生项目团队，参加过大学生课外学术科技作品竞赛（其中“桂林‘城墙游’旅游产品开发调研”项目获得“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛三等奖，广西优秀指导教师），作为导师指导多名文化产业经济类的硕士研究生完成过相关学位论文，作为第一作者出版过《民国模范省之魂：新桂系组织文化探析》专著，参写过《中国文化创意产业发展报告（2010）》专著，在期刊上公开发表过《当前我国文化产业存在的问题及对策》、《广西文化创意产业发展模式探析》、《国内旅游景区定价模型研究》、《论产品附加值》、《文化资源产业开发研究综述》、《对桂林外城墙修复中若干问题与对策的探讨》、《对桂林老城区改造的对策建议》等近20篇相关学术论文。通过上述工作的开展，笔者积累了不少研究成果，本书在撰写中引用了其中部分成果。

对此，要衷心感谢对本书作出贡献的同仁和学生们，他们主要有韩辉、宁绍强、张立国、张晓春、刘喜梅、周雅颂、安明明、樊荣娥、李健、黄宇曦、殷欢、吴伟英、覃进、陈媛媛、张恒、刘莹等。本书还引用了一些专家

学者的研究成果，对此笔者要对他们表以诚挚感谢与敬意。此外，还要衷心地感谢那些为本书出版给予支持帮助的编辑、装帧设计者、校稿与印刷者、经理人与发行商。

本书的研究与创作仅仅是对城市文化创意产业领域理论与实践的一次有限探索，尚存在一些明显的研究不足，如未能提出一个完整的城市文化创意产业发展理论体系框架、没有对城市文化创意产业集群发展模式展开定量选择和对城市历史文化资源综合评估开展实证研究等。由于笔者学识水平、资料收集与整理的局限，难免会出现一些资料不全与引用差错、理论偏颇、观点谬误等错误与遗漏。对此，真诚希望读者不吝赐教，提出修正的宝贵意见。

卢润德

2016年8月于桂电园

目 录

第一篇 城市文化创意产业发展理论

第一章 文化创意产业概述	3
第一节 文化创意产业内涵	3
第二节 文化创意产业分类	6
第三节 国民经济中的文化创意产业	8
第四节 文化创意产业的诞生与发展简史	10
第二章 城市文化创意产业相关理论基础	22
第一节 城市学	22
第二节 城市经济学	25
第三节 城市产业经济学	28
第四节 文化创意产业基础理论	31
第三章 文化资源与文化创意产品要素构成	40
第一节 文化资源概述	40
第二节 文化资源价值评估	49
第三节 文化创意产品要素构成	53
第四章 城市文化创意产品开发	55
第一节 文化创意概述	55
第二节 大型历史文化创意产品开发基础理论	57



第三节 城市大型历史文化创意产品设计理论与方法	61
第四节 城市一般类文化创意产品设计理论与方法	71
第五章 城市文化创意产品市场运作	76
第一节 文化创意产品消费者与利益相关者研究	76
第二节 文化创意产品市场分析常用方法	80
第三节 文化创意产品营销创新	83
第四节 文化创意产品整合营销传播	87
第六章 城市文化创意产业发展方略	96
第一节 城市文化创意产业经济一般方略	96
第二节 城市文化创意产业发展基本策略	98
第三节 城市文化创意产业之集群发展	103

第二篇 城市文化创意产业发展案例分析

第七章 国内外城市文化创意产业集群发展案例分析	113
第一节 国内案例分析	113
第二节 国外案例分析	116
第三节 案例启示	117
第八章 城市历史文化资源整合及大型创意产品开发案例 分析	120
第一节 历史文化主题公园类案例	120
第二节 历史遗迹“城墙公园”类案例	129
第三节 地方戏剧戏曲演艺类案例	134
第四节 案例启示	137
第九章 城市大型历史文化创意产品市场运作案例分析	141
第一节 历史文化主题公园类产品市场运作案例	141

第二节	历史遗迹“城墙公园”类产品市场运作案例	144
第三节	地方戏剧戏曲演艺类产品市场运作案例	145
第四节	案例启示	148
 第三篇 城市文化创意产业发展实证：以桂林市为例		
第十章 对桂林市文化创意产业发展之总体谋划		153
第一节	桂林市文化创意产业业态分析	153
第二节	桂林市历史文化资源及其保护开发概况	157
第三节	对桂林市文化创意产业发展的总体策略建议	160
第四节	对桂林市文化创意产业集群发展的建议	163
第五节	对桂林市大型标志性历史文化创意产品开发的建议	166
第十一章 桂林市历史文化主题公园项目策划		169
第一节	目标体系	169
第二节	主题创意	171
第三节	主题内容及其功能与产品设计	172
第四节	公园选址	181
第五节	组织与经营模式	188
第六节	策划案论证	189
第十二章 桂林市城墙公园项目策划		194
第一节	项目分析	194
第二节	项目产品开发	205
第三节	项目建设与经营管理	209
第四节	策划案论证	212
第十三章 桂林市彩调剧团产品整合营销传播策划		214
第一节	产品简介	214
第二节	剧团经营分析	216

第三节 消费者研究	219
第四节 利益相关者分析	222
第五节 营销策略创新	227
第六节 产品整合营销传播方案策划	229
附录	236
桂林：发挥地域资源优势，打造创意新城	236
广西文化创意产业发展模式探析	241
国内旅游景区门票定价模型研究	249
当前我国文化产业存在的问题及对策	255
文化资源产业开发研究综述	261
广西文化资源产业化开发对策	264
对桂林外城墙修复中若干问题与对策的探讨	268
对桂林老城区改造的对策建议	273
北部湾产业集群发展策略研究	277
SWOT 标准模型在战略分析中的应用研究：以杭州文化创意 产业为例	281
参考文献	288



第一篇

城市文化创意产业发展理论

第一章 文化创意产业概述

第一节 文化创意产业内涵

一、文化创意产业概念

文化创意产业现今在世界范围内尚无统一定义。文化创意产业（Cultural and Creative Industries）为英国首先提出，其后许多国家也纷纷提出相关概念，并由此形成不同的称谓。其主要包括创意产业（Creative Industry）、版权产业（Copyright Industries）、文化产业（Culture Industry）、休闲产业（Leisure Industries）等概念。世界主要国家对文化创意产业的理解可大致分为3种，即以英国为代表的“创意型”、以美国为代表的“版权型”和以中、韩为代表的“文化型”。

英国把文化创意产业定义为：发源于个人创造力、天分和技能，能够通过应用知识产权创造财富和就业机会的产业^①。其核心概念强调的是通过创意创造价值。

美国把文化创意产业定义为：涉及文学、艺术和科学作品的创作、复制、发行和传播（涵盖采集、存储、提供信息的信息产业）的产业^②。其核心概念强调的是版权的属性及其相关法律保护。

中国把文化创意产业定义为：以创作、创造、创新为根本手段，以文化内容和创意成果为核心价值，以知识产权实现或消费为交易特征，为社会公

① 英国文化创意产业发展概况及其启示。- www.douban.com/g... - 2006-7-11.

② 美国创意产业的发展。网易博客。- blog.163.com/t... - 2007-7-16.

众提供文化体验的具有内在联系的行业集群^①。其核心概念强调的是文化内容及其创意。

综上所述，可以对文化创意产业从不同的角度加以理解。其一，文化创意产业系指那些来源于文化创意积累，通过其知识产权的创造与运用，具有增加财富与就业机会潜力，并促进人类生活环境提升的行业集合。其二，文化创意产业是一种以文化创造力为核心，依靠创意者个人或团队的智慧、天赋和技能，借助创意、高科技手段和产业化运作方式开发、生产、营销知识产权的行业集群。其三，文化创意产业是以文化为主要资源，以创意为核心，通过生产经营和市场运作赢利，为消费者提供精神文化产品和服务的行业及其企业的总和。其四，文化创意产业是集文化创意、知识产权、文化产品产销为一体的产业集合，其主要包括广播影视、动漫软件、音像加工、广告传媒、工艺设计、艺术表演、图书出版、文化旅游、产权保护等方面的行业及其企业。

二、文化创意产业特征

1. 产业化。文化创意产业与传统的“文化产业”相比较，除了扩大产业范围外，更加注重以政策引导带动产业转型与产业化运作，通过对传统“文化产业”的体制机制、政策的调整，将原来的文化部门直接转换成产业部门。

2. 创意为王。即以文化创意为产业及其产品的核心。文化创意产业产销的是设计理念、精神及其心理享受、增值服务。创意是产业的命根子，创意决定着产业的性质，决定着产业的经营运作，决定着产业的兴衰存亡。

3. 高附加值。文化创意产业处于技术创新产业价值链的最高端，因其所包容的文化内涵与人类创意的有机结合、科技与文化的有机结合，使其附加值明显高于一般产品和服务，而成为高附加值产业。文化创意产业以其特有的价值取向和广泛的覆盖领域而得以快速成长，其是一个国家，一个城市未来发展和竞争的制胜法宝。

4. 高知识密集性。文化创意产业体现其经济价值是通过将知识的原创性与变化性，完美地注入文化内涵之中，进而发挥产业功能，这也是知识与创

^① 我国文化创意产业的定义及发展问题探讨. - www.docin.com/p... - 2014 - 9 - 15.



意共同创造产值的一个过程。文化创意产品是人的知识和智慧的结晶,创意设计及其产品加工,需要依靠创意者个人或团队的智慧、天赋和技能,并借助高科技手段来实现。创意需要有个人或团队知识、文化、经验、智慧和灵感的积蓄,产业存续需要有一大批设计、生产制作、经营管理等方面高素质专门人才的集聚。文化创意产业属于高知识密集型新兴产业,知识、智能、人才的综合集成及其密集集聚是文化创意产业发展的基础,其产业发展尤其靠的是创意阶层中最富创造性的高端创意人才的集聚。

5. 产业高度融合性。文化创意产业是政治、经济、文化、技术等相互高度融合的产物。文化创意产业的核心生产要素包括信息、知识等无形资产,其高附加值使其同时具有巨大的延伸性,大型的创意产品是新思想、新技术、新内容的物化形式,是数字技术与文化艺术之间高度交融后出现的升华。作为一种新兴产业,文化创意产业因为其高融合性、渗透性、辐射力而为其前后向关联产业带来了良好的先天条件。在此需要特别指出的是,文化创意产业是在传统文化产业基础上发展起来的新兴产业形态,是在制造业高度发展,服务业不断壮大基础上形成的。其一方面是与第二产业融合的结果(主要体现在产品设计、研发、制造等生产活动领域上),另一方面也是第三产业内部融合发展的结果(主要体现在艺术型、休闲型、体验型、娱乐型等新兴业态的形成上)。总之,文化创意产业是现代服务业的重要组成部分,是城市经济和产业高度融合发展的新载体。

此外,文化创意产业还具有发展更加动态化、创意需求不确定性大、产业风险高、组织结构与交易过程复杂(含精神性、流动性、易逝性等)、时间因素对产品传播销售影响大、产品存续具有持久性与盈利长期性等特征^①。

三、文化创意产业的本质

“创意为王”、“内容为王”体现着文化创意产业的本质,即围绕文化资源内容开展创意,由创意延伸出产品生产经营,从而产生出“创意经济产业”。在产业链条上,文化资源内容是基础、出发点和根本,创意是核心环节、生命线,人才(包括群体与高级人才)素养及其创造力是关键。城市文

^① 文化创意产业的概念、特征和包含行业. _wenku. baidu. com/link? u...

化创意产业的本质正如本书扉页所言“资源为本，城市为基，创意为王”。

第二节 文化创意产业分类

如同文化创意产业的称谓和定义一样，文化创意产业在国际上也有着不同的分类，以下是几种代表性的分类。

一、英国对文化创意产业的分类

英国将文化创意产业分为视觉艺术、表演艺术、文化展演设施、工艺、电影、广播电视、出版、广告、设计、数字休闲娱乐、设计品牌时尚、创意生活和建筑设计 13 个行业即 13 类^①。

二、美国对文化创意产业的分类

为了与国际标准相一致，美国国际知识产权联盟（IIPA）采用由世界知识产业组织（WIPO）界定的核心版权产业、交叉产业、部分版权产业和边缘支撑产业 4 种版权产业分类方法^②。并进一步将文化创意产业（即所谓的版权产业）分为博物馆与收藏、表演艺术、影视艺术与摄影、电影广播与电视、设计与出版、艺术学校与艺术服务 6 大部门，且以此来计算这一特定产业对美国整体经济的贡献。

三、中国对文化创意产业的分类

目前我国尚未制定文化创意产业的明确行业划分标准，国家统计局只是于 2012 年 7 月 2 日颁布了《文化及相关产业分类 2012》，其可以作为我国对

^① 英国文化创意产业分类. [wenku.baidu.com/link? U...](http://wenku.baidu.com/link?U...)

^② 美国文化创意产业发展. www.baidu.com/link? ...

