



政府决策与咨询丛书

文化创意产业 创造力培育机制研究

曹如中 史健勇 著

本书通过比较分析国内外文化创意产业发展现状，提出文化创意产业创造力概念，并结合现有研究成果，利用解释结构模型构建了文化创意产业创造力评价指标体系，利用层次分析法分析各指标的重要性，并结合统计年鉴数据展开对文化创意产业创造力的实证评价，最后提出了培育我国文化创意产业创造力的对策建议。



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

本书受上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金资助
本书受上海工程技术大学学术著作出版基金资助

文化创意产业创造力培育机制研究

曹如中 史健勇 著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书通过比较分析国内外文化创意产业发展现状,提出文化创意产业创造力概念,并结合现有研究成果,利用解释结构模型构建了文化创意产业创造力评价指标体系,利用层次分析法分析各指标的重要性,并结合统计年鉴数据展开对文化创意产业创造力的实证评价,最后提出了培育我国文化创意产业创造力的对策建议。

本书具有鲜明的时代特征,理论联系实际,可以成为高校、产业园区、政府产业决策部门参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

文化创意产业创造力培育机制研究 / 曹如中,史健勇著.

—上海:上海交通大学出版社,2017

ISBN 978-7-313-17708-7

I. ①文… II. ①曹…②史… III. ①文化产业-产业发展-研究-中国 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 174156 号

文化创意产业创造力培育机制研究

著 者:曹如中 史健勇

出版发行:上海交通大学出版社

邮政编码:200030

出 版 人:郑益慧

印 刷:上海天地海设计印刷有限公司

开 本:710mm×1000mm 1/16

字 数:272 千字

版 次:2017 年 8 月第 1 版

书 号:ISBN 978-7-313-17708-7/G

定 价:68.00 元

地 址:上海市番禺路 951 号

电 话:021-64071208

经 销:全国新华书店

印 张:16

印 次:2017 年 8 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告 读 者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话:021-64366274

前言

随着以信息技术为标志的知识经济时代的到来,以知识为主要内涵的创意资本以一种全新的生产要素全面渗透和融入经济生活中,并与关联产业结合形成一种全新的产业业态,在全球范围内迅速得以推广和应用,发挥了特有的口红经济效应,成为挽救全球经济下滑的战略性新兴产业,不仅在欧美等发达国家迅速发展,而且吸引世界各国纷纷仿效,成为促进经济发展和社会进步的支柱产业。时至今日,世界各国普遍结合自身文化资源特色,采取各种产业化手段,大力推进文化创意产业发展。新中国成立以来,文化一直是作为一种政府扶持的事业来发展,没有将文化提到产业位置,文化(创意)的经济效益并没有发挥出来。自改革开放建立社会主义市场经济体制以后,随着经济社会的发展,我国逐渐由短缺经济时代过渡到饱和经济时代,再渐次过渡到过剩经济时代,城镇居民的经济收入和消费水平大大提高。人们对物质财富的追求逐步转向更高层次的文化精神层次,对文化产品的需求大大提升,文化市场得到空前繁荣与发展,文化作为一种特有的产业现象在现代高科技的作用下逐步向产业形态转变。

至20世纪末期,经过进一步的体制改革以后,文化的产业性质(创意的资本属性)地位逐步确立,文化与产业逐步结合,推动文化产业化和产业文化化,文化经过进一步的提炼形成的创意全面融入传统产业中,而传统产业也逐步有意识地吸纳文化元素,促进传统产业转型升级,形成全新的文化创意产业。与传统产业依靠有形的生产要素来推动经济发展的模式不同的是,文化创意产业主要依靠无形的智力资源来推动经济发展,极大地迎合了知识经济时代发展的需求,使文化创意产业成为一种绿色、环保、健康产业,这种产业对上世纪末和本世纪初中国经济社会的发展进步起了重大的推进作用,在通过政府大力倡导之后,全国各地纷纷通过建立产业园区来扶持和推动这种产业的发展。然而,随着文化创意产业的迅猛发展,全国各地推进文化创意产业发展的手段却过于简单粗犷,没有较好地考虑和结合地

方文化特色与创意资源,导致许多地方的文化创意产业园区建设模式过于单一,文化创意产业效应并不明显,文化创意产业的发展劲头大不如前。仔细考察其中的原因,最根本的因素在于文化创意产业在本质上就是一种创造力产业,而我国文化创意产业主要是由政府扶持发展起来,尽管创意资源丰富,文化特色鲜明,但这种产业缺少内生性的驱动机制,导致先天性的创造力相对缺失。

本书的研究正是基于上述时代背景,首先通过追溯国内外理论界关于文化创意产业创造力近年来的文献,全面梳理了理论界现有的相关成果,并结合当前国内外文化创意产业发展现状,总结得出我国文化创意产业与国外文化创意产业存在的差距与原因,确立本书的研究主题,界定本书的研究范围,诠释本书的核心概念。

其次,本书通过界定文化创意产业的内涵特点,分析了文化与创意之间的区别,并结合文化创意产业产生的历史背景、智力背景和现实背景,提出文化创意产业的核心在于创造力,文化创意产业实质是一种由人的智慧驱动的创造力产业,是知识经济时代特有的智慧产业,其中智力资源是文化创意产业的核心资源,创造力是推动文化创意产业发展的根本动力。而我国作为具有五千年历史的文明古国,是实实在在的文化大国,但并非文化强国。我国必须大力推动文化创意产业发展,发挥出文化创意产业的创造力优势,推进我国文化大繁荣与大发展。

第三,本书通过对创造力要素的分解,分析了创造与创新的关系,科学界定了文化创意产业创造力概念,分析了文化创意产业创造力的特点,构建了文化创意产业创造力模型,厘清了文化创意产业创造力生成机理,并从产业价值链角度探讨了文化创意产业创造力演进规律。

第四,本书结合现有理论成果确立了文化创意产业创造力因素分解的思路,对文化创意产业进行了五重分解,认为文化创意产业创造力是在文化因素、科技因素、产业因素、经济因素和政策因素等多种因素的综合作用下产生的一种张力状态,是文化力、科技力、产业力、经济力和政策力的综合表征。然后在对现在文献成果进行深度阅读的基础上,归纳总结现有关于文化创意产业创造力表征指标,并运用解释结构模型对现有指标进行了归类,确立了文化创意产业创造力评价的一级和二级指标,建立了由五个一级指标和二十个二级指标组成的文化创造产业创造力评价指标体系。

第五,本书从理论上探讨了层次分析法在文化创意产业创造力评价中的应用,然后结合专家打分和问卷调查的结果,展开对文化创意产业创造力各项指标的评价,建立了梯阶层次结构,构建了判断矩阵,分析了各指标权重,探讨了分析结果及

其应用。认为文化创意产业创造力五个一级指标中,文化因素影响最大,其次是产业因素和科技因素,经济因素重要性相对较弱,而政策制度的重要性最弱,但随着国家越来越关注文化创意产业的发展情况,预计其影响力将越来越大。

第六,本书选取上海、北京、广州、深圳、杭州、西安六大城市作为研究样本,通过查找这六个城市从2011年到2015年的统计年鉴来搜集样本数据,对数据进行归一化处理后,运用多层次模糊综合判断方法构建多层次灰色评估模型,展开对文化创意产业创造力的实证评价和未来发展趋势预测。综合评价结果认为,从2011年到2015年期间,文化创意产业创造力北京排名第一,遥遥领先,广州排名第二,上海第三,杭州第六,西安和深圳在不同的年份交替变换。

第七,本书结合前期研究的结论,提出我国文化创意产业创造力培育机制,一是城市集聚机制:必须进一步完善城市功能,促进创意资源向特定区域集聚。二是政府管理机制:必须进一步转变政府职能,由管理型政府向服务型政府转变。三是人才培育机制:必须进一步孕育创意阶层,促进创意人才迅速成长。四是产业保障机制:必须进一步深化改革,培育产业成长软环境。五是文化提升机制:必须进一步增强文化自信,确立民族文化品牌。六是科技创新机制:必须进一步提升科技创新能力,促进产业跨界融合。七是品牌运营机制:必须进一步创新营销与推广渠道,提高文化创意产品的工艺制作水平。八是组织协同机制:必须进一步强化市场运作手段,加速从多部门管理转向机制协同发展。

本书最后以上海为例,梳理了上海文化创意产业创造力演进的不同历史阶段,分析了近年来上海文化创意产业创造力的主要表现,探讨了上海培育文化创意产业创造力的主要措施,总结了上海培育文化创意产业创造力的经验与启示,最后结合现实情况提出了上海改进文化创意产业创造力的对策建议。

本书可能的创新之处主要体现在以下三个方面。一是在研究视角上本书选择从文化创意产业创造力角度切入,这在现有研究成果中并不多见,现有理论成果中从创造力角度展开对文化创意产业研究的较少,现有的少量相关成果篇幅也较短,研究并不系统深入,从实证角度展开比较研究的成果更少。二是在研究内容上科学界定文化创意产业创造力相关概念,全面构建文化创意产业创造力逻辑框架,运用解释结构模型构建了文化创意产业创造力评价指标体系,运用层次分析法探讨了各指标的重要性,运用多层次灰色理论构建模型展开对文化创意产业创造力的实证评价,最后提出文化创意产业创造力培育机制,内容丰满且做到了理论联系实际。三是在研究方法上具有一定的创新性。本书中用到的工具和方法主要包括用

理论研究和文献研读方法展开了对近年来相关理论成果进行深度研讨和归纳总结。运用解释结构模型构建了文化创意产业创造力评价指标体系,运用层次分析法分析了文化创意产业创造力各指标的重要性,运用专家打分法对文化创意产业创造力指标进行了赋值,运用多层次灰色评估模型展开了对文化创意产业创造力的实证评价,运用价值链分析方法分析了文化创意产业各个价值增值环节,运用案例分析法探讨了上海文化创意产业创造力的演进历史、主要表现、经验与启示以及改进措施。

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 研究的背景及意义	1
1.2 相关理论及文献综述	8
1.3 研究的思路与方法	22
1.4 研究的内容	23
第 2 章 国内外文化创意产业发展现状比较	26
2.1 发达国家文化创意产业发展现状概述	26
2.2 我国文化创意产业现状概述	34
2.3 近年来我国文化创意产业创造力缺失的原因分析	41
第 3 章 文化创意产业实质是创造力产业	46
3.1 文化创意产业内涵的界定	46
3.2 文化创意产业产生的社会背景	58
3.3 文化创意产业的核心在于创造力	69
3.4 文化创意产业是一种创造力产业	75
第 4 章 文化创意产业创造力的理论界定	80
4.1 创造力及其构成	80

4.2	关于文化创意产业创造力内涵的界定	86
4.3	文化创意产业创造力理论构建	90
第5章	文化创意产业创造力决定因素评价指标体系构建	92
5.1	文化创意产业评价指标体系理论溯源与构建目的	92
5.2	文化创意产业创造力因素分解	103
5.3	基于解释结构模型的文化创意产业创造力决定因素归类	108
5.4	文化创意产业创造力评价指标的确定	111
第6章	基于层次分析法的文化创意产业创造力决定因素评价	119
6.1	层次分析法在文化创意产业创造力决定因素评价中的应用	119
6.2	基于层次分析法的文化创意产业创造力决定因素评价思路	121
6.3	基于层次分析法的文化创意产业创造力评价指标权重的确定	123
第7章	文化创意产业创造力实证评价	128
7.1	样本选择与数据来源	129
7.2	评价方法与模型构建	136
7.3	评价过程分析	141
7.4	评价结果分析	159
7.5	文化创意产业创造力预测	162
第8章	文化创意产业创造力培育机制	165
8.1	城市集聚机制:进一步完善城市功能,促进创意资源的集聚	166
8.2	政府管理机制:进一步转变政府职能,由管理型政府转向服务型政府	168
8.3	人才培育机制:进一步孕育创意阶层,促进创意人才迅速成长	172
8.4	产业保障机制:进一步深化改革,培育产业成长软环境	174

8.5	文化提升机制:进一步增强文化自信,确立民族文化品牌	177
8.6	科技创新机制:进一步提升科技创新能力,促进产业跨界融合	181
8.7	品牌运营机制:进一步创新营销推广渠道,提高文创产品工艺 制作水平	185
8.8	组织协同机制:进一步强化市场运作手段,加速从多部门分业管理转向 机构协同	188
第 9 章	上海文化创意产业创造力培育分析	191
9.1	上海文化创意产业创造力演进阶段分析	191
9.2	近年来上海文化创意产业创造力的主要表现分析	196
9.3	近年来上海培育文化创意产业创造力的主要措施	205
9.4	上海培育文化创意产业创造力的经验与启示	214
9.5	上海进一步培育文化创意产业创造力的思路与方法	221
参考文献		227
索 引		241
后 记		243

第 1 章

绪 论

1.1 研究的背景及意义

1.1.1 问题的提出

自 20 世纪八九十年代以来,文化创意产业作为一种以人的智力为核心资源的高附加值产业,是一种低能耗、低污染、高产出的绿色产业,代表了战略型新兴产业发展方向,每年创造出的经济效益和释放的产业能量巨大,使得世界发达国家纷纷出台相关产业政策,营造创意产业发展所需要的环境条件,大力推进创意产业发展。进入新世纪以来,我国文化创意产业经历了从无到有、从小到大的发展历程,发展范围也从最初的几个大城市辐射到全国各大主要城市,所涉及的行业和领域越来越多,文化创意产业已经成为促进我国经济转型和产业结构升级的支柱产业。近年来,基于文化创意产业在国民经济发展中取得重大突破的现实考虑,我国许多地区企图依托富有本土特色的文化优势,结合科技、人才、信息等资源,建立起技术、人才、资本、公共服务“四聚合”的创新服务支撑平台,通过资源整合、共存共生、协同进化,不断推进文化创意产业的发展与完善。然而,由于我国文化创意企业创新主体地位不强,政府在资源整合中的作用不明确,中介机构的配合不紧密,文化协同功能欠缺,致使我国各地在文化创意产业发展中存在功能定位不清晰、主导产业不明确、公共服务平台不完善、产业链不完整、高端创意人才缺乏、产业创造力不强等问题。特别是近年来,在出口导向型经济发展模式下,随着全球经济一体化的快速发展和跨国公司的兴起,处于全球模块化生产网络中最后一个环节的我国文化创意产业组织,对国外大型文化创意公司的依赖度将会更高。这些问题将直接

影响我国文化创意产业创造力的提升和可持续发展。如何整合政府、企业、高校和社会资源,构建符合市场发展规律、主导产业分明、具有完整产业链、促进文化创意资源转化为经营资源的产业成果,成为理论界关注的焦点问题。

一直以来,产业创新都是战略管理理论研究的重点问题,而进入新世纪以后,文化创意产业作为一种全新的业态受到关注,而关于文化创意产业创造力的研究成果并不多见,相关研究尚有待继续深入。通过文献检索可以看出,早期研究者认为,产业发展面临许多不确定性要素,产业要想求得长期生存必须进行创新。如20世纪三四十年代,巴纳德和钱德勒分别提出产业组织必须与外部环境协同发展的观点。随着经济全球化和高科技的发展,产业组织战略环境呈现出动态、复杂、多变趋势,管理的系统性危机也由单一的产业组织之争转变为整个产业创新生态系统之争,任何产业只是扮演着产业链中的某一个环节,产业组织很容易因外部威胁以及内部僵化而失去竞争优势,产业组织为了适应外部环境变化必须不断提升自身创造力。自20世纪90年代以来,关于文化创意产业创造力的研究引起了广大研究者的关注。美国经济学家 Richard Florida 将一个国家、地区和文化创意产业发展程度和发展水平的高低归结为3T因素,即:科技、人才和社会宽容度。3T模式是反映高科技产业和创意阶层在特定地区的相对集中程度、地区的开放程度和其他多元环境指标,并说明外部生态环境对文化创意产业发展的重要作用。Hans J. Eysenck 研究得出文化创意产业环境发展模型,认为政治宗教因素、文化因素、社会经济因素和教育因素对于文化创意产业发展有着至关重要的影响。此后,欧洲调整产生了用来衡量和评价创意产业发展状况的欧洲创意指数。香港创意指数认为区域文化创意产业发展必须加强创意成果、人力资源、文化资本、结构与制度资本以及社会资本这五个方面的建设。国内也已有部分学者对文化创意产业形成与发展进行了相关研究,认为文化创意产业是在特定的组织生态环境中经过系统演化的结果,文化创意产业发展离不开特定的经济环境、创意氛围、人力资本、文化基石和知识产权保护制度等要素。

上述研究表明,理论界已经明确认识到产业自身创造力对文化创意产业发展的重要性,得出了创意产业是创意经济主体与外部生态环境相结合产生的结果,创意产业发展必须与外部环境协同进化。然而,目前大多数理论成果主要是从静态研究角度展开对文化创意产业创造力进行研究,而缺乏对文化创意产业创造力更深层次的情境分析和技术分解,对于产业创造力到底源自何方、产业创造力的具体表征、产业创造力作用于文化创意产业并促进其发展的机理、产业创造力的评价等

问题尚未达成一致的认识。

1.1.2 研究的背景

当前,随着科技的迅猛发展,人类社会进入以信息技术为标志的知识经济社会,全球范围的经济 development 方式、产业结构、生产和生活方式以及国际分工,正面临着大调整与大变革,围绕资源、技术、人才、市场、标准等方面的竞争更加激烈,而文化与创意作为促进社会发展和经济增长方式转型的核心要素,自人类社会产生以来就受到高度重视。特别是随着知识经济社会的到来,有形的物质资源由于相对容易获取而逐步退居为非核心资源以后,知识形态的文化资源则成为促进经济社会发展和提升区域竞争力的关键因素。根据《重新定义公司:谷歌是如何运营的》一书观点,未来企业(产业)的成功之道,是聚集一群的创意精英(Smart Creative)营造合适的氛围和支持环境,充分发挥他们的创造力,快速感知客户的需求,愉快地创造相应的产品和服务。因此,传统的公司管理理念不适用于这群人,产业组织的逻辑必须发生变化。而著名管理学家彼得·德鲁克也把过去 200 年的组织创新总结为三次革命:第一次是工业革命(Industrial Revolution),核心是机器取代了体力,技术(Technology)超越了技能(Skills);第二次是生产力革命(Productivity Revolution),大致从 1880 年到第二次世界大战,核心是以泰勒为代表的科学管理的普及;第三次是管理革命(Management Revolution),知识成为超越资本和劳动力的最重要的生产力。而目前我们正在面临的时代大变更可称为第四次革命,即“创意革命”(Creative Revolution)。

结合现实来看,进入 21 世纪以后,随着科技与产业动作手段的广泛推广与应用,在全球数字工业化的发展浪潮中,作为文化、科技与经济深度融合的全新业态——文化创意产业,凭借其独特的产业价值链,快速的成长方式和广泛的产业渗透力、影响力和辐射力,全面带动文化、旅游和关联产业的快速发展,促进产业模式升级,成为全球经济和现代产业发展的新亮点,其发展规模与影响程度已经成为衡量一个国家和地区综合竞争力的重要标志。文化创意产业因其资源消耗低、环境污染少、附加价值高而被认为是 21 世纪全球最有前途的产业之一,有着巨大的经济效益和社会效益,世界各国政府都对这一产业的发展给予了特别关注。时至今日,文化创意产业已不再仅仅是一个停留在书本和杂志上的理论概念,而是借助现代科技手段,通过与现实产业相结合,每天产生着巨大经济效益的全新业态。文化创意产业作为世界经济增长的新动力,引领着全球未来经济的发展。越来越多的国家和地区将文化创意产业视为战略性支柱产业加以谋划和推动。

据韩国文化内容振兴院估算,2013 年世界文化创意产业创意产业市场营业额达到 2.337 万亿美元。据世界知识产权组织对几十个国家最新调查的数据显示,2013 年全球文化创意产业增加值占 GDP 的比重平均为 5.26%,约 3/4 的经济体在 4.0%~6.5%之间。在经济发达国家,文化创意产业甚至已经成为经济复苏的新希望,很多发达经济体都把文化创意产业定性为战略性支柱产业,其增加值超过了其他产业,增长率高于经济总量的增长率。如美国达到 11.3%,韩国、巴西、澳大利亚、中国、新加坡和俄罗斯均超过 6%,加拿大、英国、中国香港、南非和中国台湾分别达到 5.4%、5.2%、4.9%、4.1%和 2.9%(见图 1-1)。而在新兴经济体中,文化创意产业在国民经济总产值中的份额也正在增加,整个产业正在朝着支柱产业方

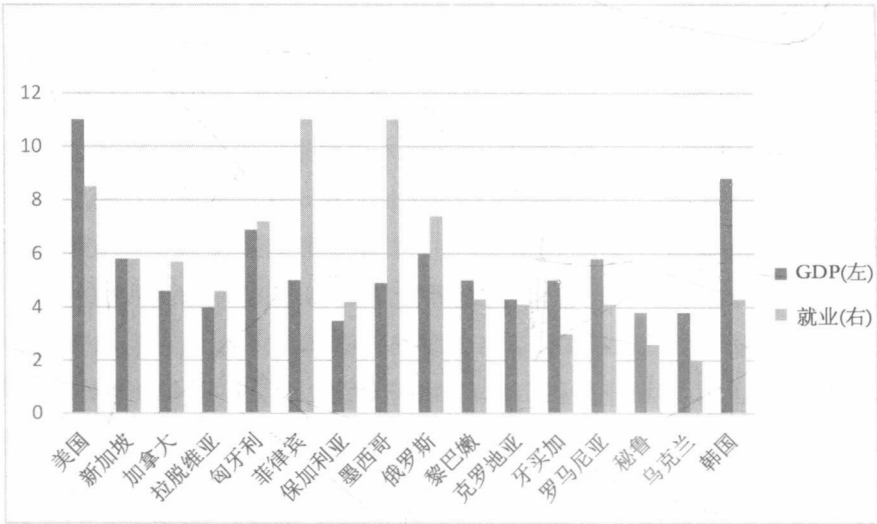


图 1-1 世界主要国家文化创意产业占 GDP 比重及就业贡献率

向发展。据联合国贸发会议 2014 年初预测,2015 年全球文化创意产业占世界国内生产总值的比重将升至 7%左右,每年平均提高 0.7~0.8 个百分点。著名经济学家罗默早在 30 多年前就曾这样预测:“新创意才是推动一国经济增长的原动力。”据联合国举行的贸易与发展会议统计,文化创意产业已正在成为世界经济增长的新动力。被誉为全球“创意产业之父”的英国经济学家约翰·霍金斯认为“创意产业具有很强的竞争力和创造性倾向,是一个国家未来经济发展中最重要的增长点之一”。根据约翰·霍金斯在《创意经济》一书中的研究表明,目前全世界每天创意经济的产值达 220 亿美元,并且正在以 5%的速度递增。由于发达国家文化创意产业创造力表现强劲,溢出效应明显,因此,发展文化创意产业已成为当今世界

经济发展的新潮流和众多国家的战略选择。大力推动文化创意产业发展,成为当今世界发达国家促进国民经济发展的的重要手段。如韩国提出要把文化创意产业培育成为“21 世纪的骨干产业”。而文化创意产业在美国、英国、意大利、日本等发达国家,已成为促进这些国家国民经济发展的支柱产业。文化创意产业不仅强劲地推动着这些国家国民经济的发展,而且极大地提升了这些国家参与国际竞争的“软实力”。大力发展文化创意产业已经成为全球方兴未艾的基本趋势。

与当前低迷的经济形成鲜明对比,利用资源少、高附加值、高就业率的文化创意产业近年来增长迅速,正孕育巨大发展空间。由于文化创意产业以版权为中心,具有低污染、低排放、高科技、高附加值、融合性等特征,使文化创意产业成为促进第二第三产业融合发展的重要工具与方式。结合我国的情况来分析,大力发展文化创意产业完全符合中国经济转型的大政方针,因而受到政府高度支持与重视,拥有较为宽松的政策条件。自 20 世纪 90 年代开始,我国经济社会开始进入创新驱动、转型发展的重要时期,为了提升经济发展实力,我国重新思考并制定了符合时代发展特征的产业发展政策,开始大力促进文化创意产业发展,由此导致文化创意产业成为我国推动产业结构优化升级、促进经济发展方式转型、培育新的经济增长点、强化国家文化认同感、提高国家文化竞争优势的战略型新兴产业形态。随着中国经济结构不断优化升级,从传统的依靠资源投入带动经济发展和以低端制造业出口为核心的增长模式转型升级到以科技创新为主要驱动力的产业发展模式,文化创意产业被公认为是提振我国经济发展的最具前途的产业之一。目前我国文化创意产业正处于初级发展阶段,人才、技术、资金等不断集聚,文化创意产业未来发展空间巨大。以 2015 年为例,在中国经济面临较大下行压力,寻求经济新动力的关键时期,文化创意产业通过“文化+”的模式注入经济社会改革发展的洪流中,正以矫健的步伐向国民经济支柱性产业迈进,不仅保持较快的增长速度,而且发展质量也正在逐步提升。据估计,2015 年我国文化创意产业增加值将达到 18 000 亿元,占 GDP 的比重将超过 5%,文化创意产业将成为我国经济的支柱产业之一。因此,大力发展文化创意产业,不仅可以从精神层面满足人们对文化生活的需要,对于拉动内需、提高我国自主创新能力、推动“中国制造”向“中国创造”最终向“中国设计”转变,都有着十分重要的现实意义。

自进入 21 世纪以后,特别是近几年来,在城镇化、创新经济、“互联网+”、建设新支柱产业、“一带一路”等趋势和背景下,我国经济正在向形态更高级、分工更复杂、结构更合理的阶段演进,伴随着我国产业结构的不断调整优化,经济发展进入

新常态,目前正从高速增长转向中高速增长,经济发展方式正从规模速度型的粗放式增长转向质量效益型的集约型增长。在国民经济进入新常态的大格局和大背景下,我国文化创意产业应该有怎样的作为和定位,如何充分挖掘文化创意产业的发展潜力,进一步发挥文化创意产业对国民经济的积极促进作用,成为一个热点问题。

然而,虽然我国有着五千多年的悠久历史文化渊源,文化资源相当丰富,我国是文化大国但并非文化强国。与发达国家文化创意产业创造力表现强劲相比,虽然近年来我国文化创意产业的发展势头迅猛,产业规模和产业水平都在不断提升,但这主要是在政府主导和产业政策引导下,由外力推动而形成的现象,整个文化创意产业创造力尚没有释放出应有的能量,不仅难以持续为相关产业发展注入活力,也造成了文化创意产业自身发展后劲不足。研究表明,近十年来我国国产的具有原创性的作品数量极少,文创产品低水平同质化竞争现象严重,与美国、韩国、日本等发达国家仍然存在着较大的差距。而发达国家凭借资金的优势和高新技术产业融合,不仅向中国大量输出自己的文化产品,而且长期占据着中国的文化消费市场。以中国青少年喜爱的动漫作品为例,日本占60%,欧美占29%。而根据国家统计局的相关数据表明,自2004年来我国文化创意产业高速发展,每年增速都在20%以上。但从2012年开始,文化创意产业发展到了一个“瓶颈期”,当年文化创意产业的增速仅为16.5%。研究表明,除体制与机制上的原因以外,自主创新能力不足、高端创意人才缺失、资金投入不足、产业发展导向不明确、产业运作模式低端、资源整合不够是导致我国文化创意产业创造力缺失的重要原因。因此,探讨如何通过培育文化创意产业成长环境,大力培养我国文化创意阶层,进一步激发和释放我国文化创意产业创造力,促进文化创意产业快速发展,成为我国理论界和业界共同面对的一个重大的理论与现实问题。

1.1.3 研究的意义

经济的快速发展使得传统的资源消耗型和投资驱动型经济逐渐退出舞台,转而被以信息技术为标志的知识经济所代替,经济增长方式也由传统的依靠自然资源为主向依靠知识(智力)资源和信息资源为主。研究表明,文化创意产业作为一种不依赖资源的大规模消耗而能够增加内在价值含量的战略型新兴产业,自产生之初便显出强大的经济潜力,并成为世界各国促进国民经济发展的新宠。

(1) 理论意义:文化是一个民族生存的土壤,是一个民族赖以维系的纽带。文化体现的不仅仅是一种精神力量,也是一种生产力。自古以来,便有“文以载道,文

以化人”之说。文化因素对特定区域空间范围内的政治、经济、社会发展水平和运行方式产生深刻的影响。随着工业社会的到来,在高科技与产业化运作手段的催生下,伴随着创意的萌生,文化、科技与经济深度融合,产生了一种全新的产业形态——文化创意产业。文化创意产业与传统产业深度融合,延伸了产业价值链,提高了产业的附加值,给全球经济带来了极大的活力。文化创意产业通过创意对文化资产的整合,激活了“存量”,挖掘了“增量”,实现了对文化资产的保值与增值。文化创意产业作为当代人类社会新的财富创造形态,其所产生的巨大的乘数效应和在经济社会发展中的推动作用,正日益引起国际社会的普遍关注,文化与创意相结合形成的全新产业形态也成为世界各国竞相争抢的战略高地。到目前为止,文化创意产业是一种新兴的朝阳产业,已成为许多国家和地区的支柱性产业,成为产业结构调整和国民经济可持续发展的有力助推器,成为衡量一个国家或地区社会进步和经济综合实力的重要指标。

(2) 现实意义:提升文化创意产业创造力既具有重大的经济价值,又具有深远的社会意义。20世纪80年代以来,我国逐渐进入到一个高速城镇化的发展时期,随着城市规模的不断扩张,城市产业结构不断调整,由此带来的城市功能布局发生了根本性的改变,一批老的重工业城市,尤其是资源型城市,由于体制、产业类型自然资源的枯竭等原因,经历了由兴盛到衰败的过程,其功能布局、物质空间和人文空间已经、正在或即将经历大的变动和重构,面临着复兴的巨大挑战,不少城市工业遗产亟待抢救性保护。同时,随着我国经济社会的持续快速发展,我国面临的资源环境压力日益严峻。因此,发展现代服务业、增强产业的科技、文化含量,加快经济结构调整和产业结构升级改造,成为缓解资源环境矛盾和转变经济发展方式的重要途径。培育文化创意产业创造力不仅可以阻止城市化过程中简单的大拆大建和一味的推倒重来,避免仅仅简单地关注土地价值而忽视历史文脉的传承等现象的发生,而且可以促进传统产业转型升级,调整和优化传统产业结构,促进传统经济更新换代,增加就业岗位,扩大社会效应。

(3) 应用价值:在全球经济一体化时代,一个国家和地区在国际上的形象、影响力与地位不仅取决于其经济和军事等“硬实力”,文化和科技等“软实力”也非常重要,甚至更为重要。文化创意产业作为文化的产业形态,不同于传统产业,不仅具有产业属性,而且还具有意识形态属性。根据法国学者马特尔历时5年的实地调查和对1250名产业领袖和文化精英的访谈表明:“全球范围内的文化大战已经爆发,各大国为了维护本国的利益,已然不会运用传统意义上的军事手段,而是通