

互联互通的 文化创意 产业新业态

花建 著

文化产业创新研究丛书·刘轶主编

中国出版集团
东方出版中心

互联互通的文化创意 产业新业态

花建 著

文化产业创新研究丛书·刘轶主编

中国出版集团
东方出版中心

图书在版编目(CIP)数据

互联互通的文化创意产业新业态/花建著. —上海:
东方出版中心, 2017. 1

(文化产业创新研究丛书)

ISBN 978-7-5473-1060-1

I. ①互… II. ①花… III. ①文化产业-研究-中国
IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 296307 号

互联互通的文化创意产业新业态

出版发行: 东方出版中心

地 址: 上海市仙霞路 345 号

电 话: (021)62417400

邮政编码: 200336

经 销: 全国新华书店

印 刷: 昆山市亭林印刷有限责任公司

开 本: 890 × 1240 毫米 1/32

字 数: 242 千字

印 张: 9.75

版 次: 2017 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-5473-1060-1

定 价: 58.00 元

版权所有, 侵权必究

东方出版中心邮购部 电话: (021)52069798

作者简介

花建,研究员,上海社会科学院文化产业研究中心主任、研究生导师,长期从事文化产业、创意经济、城市文化研究和决策服务,领衔承担国家社科基金重大课题、世界银行、部委省市等重点研究项目 20 多项,包括“增强我国文化整体实力和竞争力研究”(13&ZD038)、“文化产业的集聚发展战略研究”(09CY - A03)等。单独或领衔出版《文化软实力——全球化背景下的强国之道》、《文化产业的集聚发展》、《文化成都——把什么样的成都带入 2020 年》、《文化+创意=财富》等 10 多部研究专著,发表大量的论文和研究报告,领衔完成横店、桂林、佛山、顺德、南海、东阳、余杭、长兴、高明、太仓、宝安等 20 多项地区文化创意产业发展规划和重点项目规划等,先后兼任上海市、广东省人民政府决策咨询专家、文化部外联局对外文化贸易专家、北京大学文化产业研究院研究员、上海国际文化学会副会长等;先后荣获“文化部文化产业优秀课题一等奖”,“上海市第四届、第五届、第十届邓小平理论研究和宣传优秀成果奖”,“第八届、第九届上海市决策咨询研究成果奖”,“上海市第九届哲学社会科学优秀成果奖”,“上海社会科学院建院 50 周年学术贡献奖”等重要奖项,所写研究报告获得省部级主要领导的批示肯定;2007 年和 2009 年参与撰写成都市和上海市申报联合国教科文组织创意城市的申请报告,并亲赴联合国教科文组织总部陈述。2010 年 2 月,成都市和上海市双双获准,获得全球创意城市“美食之都”和“设计之都”的称号,这一重大成就获得联合国官员和中国有关政府领导的高度评价。

序 言

伴随着传播知识和信息的数字化浪潮,全球化正在给世界经济带来深刻的变化,重塑了文化生产、消费和贸易的模式。全球化的新模式正在泛太平洋和印度洋、大西洋地区形成。上述地区是全世界最具活力的区域之一,这里的国际货物、服务、资本、人员和信息的流动,正在刺激全球经济的增长。根据联合国贸发会议的数据,全球货物的流量从1980年以来增加了10倍;全球服务的流量从2000年以来增加了3倍;全球投资的流量从2002年以来增加了2倍;全球外籍员工的数量在2005年已经上升到全世界人口的3%^①;全球超过三分之一的互联网用户生活在发展中国家^②;在2002年到2003年之间,这些发展中国家的“互联网人口”已增长到全球互联网人口的50%左右。

在全球互联和共享的领域,大量的新机会正在涌现。信息技术革命,尤其是移动互联正在帮助全世界的人们进行密切接触。同时,数字内容的消费正在成为一个潜在的市场。“内容”和“连通”规模的结合将成为国际竞争力的基础,技术、创新和创意的融合将成为发展的关键驱动力。联合国贸发会议的统计数据显示,全球创意经济规模在2012年达到5470亿美元,其国际贸易增长率为9%,在2013年占世界商品服务贸易总额的比重达到2.38%。

在过去的十年中,发展中国家的创意经济在世界贸易中扮演

① 世界货币基金组织. 全球化的大视野.

② 联合国贸发会议. 2014年全球贸易和发展报告.

着越来越重要的角色,而发达经济体则保持了相对优势地位。从2003年到2012年,发展中经济体的创意商品出口从870亿美元增加到2720亿美元,其中亚洲以2710亿美元的总量占据了最大的份额。2012年发达经济体和发展中经济体在全球创意产品的进出口总量中分别占到41%和57%。互联互通创造了新的市场,创意结合了文化与现代性,重新塑造了一幅充满活力的全球创意经济的新地图。由于上述原因,互联互通的文化产业和创意经济形态研究,成为一个重要的前沿领域。花建教授是国际文化产业和创意经济的著名学者和专家,领导完成了一系列文化创意产业的研究和区域规划,敏锐地把握了前瞻的方向。他卓有成效的研究在海外和国内专业人士中获得了高度评价。我珍视我们已经建立的友谊,多次和他一起出席有关创意经济的国际论坛,进行深入讨论和交流。我很高兴地看到他的最新学术著作《互联互通的文化创意产业新业态》即将出版,并期待他继续为未来文化创意产业的发展作出宝贵的贡献。

联合国贸易和发展会议 创意经济项目协调官员:

卡洛琳娜·昆塔娜

2015年11月

Preface

Globalization is bringing profound changes to the world economy driven by a digital wave that is spreading knowledge and information and remodeling the pattern of cultural production, consumption and trade. New modes of globalization are being formed from the pan-pacific and Indian Ocean to the Atlantic area. This is one of the most dynamic areas of the world where the international flows of goods, services, capital, people, and information, are stimulating global growth. According to UNCTAD, the global goods flow has increased by 10 times since 1980; the global services flow has increased by 3 times since 2000; the global investment flow has increased by 2 times since 2002, the number of foreign workers has increased up to 3% of the world population^① (2005) and over one third of all Internet users^② in the world live in developing countries, whose share of the world's "Internet population" grew by nearly 50% between 2000 and 2003.

New opportunities are emerging in the era of global interoperability. The information technology revolution especially the mobile is helping people all over the world to be in close contact. At the same time, the consumption of digital content is becoming a potential market. The "content" and "connectivity" dimensions will be fundamental for

① Globalization. A Brief Overview by IMF.

② UNCTAD. E-Commerce and Development Report 2014.

international competitiveness and the combination of technology, innovation and creation will be key drivers of development. The statistics from UNCTAD shows that the global creative economy has reached to \$547 billion dollars in 2012 in terms of international trade growing at rates of 9 per cent and which accounts for 2.38% of the world trade in goods and services in 2013.

During the last decade, the creative economies in developing countries played an increasingly important role in world trade while developed economies kept comparative predominance. From 2003 to 2012, creative goods exports from developing economies increased from \$87 billion USD to \$272 billion of USD, with Asia accounting for the largest share of trade with \$271 billion USD. In 2012, developed and developing economies contributed to the volume of imports and exports on the global creative goods accounts by 41%, and 57% respectively. Inter-connectivity developed new markets and creativity combined with culture and modernity re-shaped a new map for a vibrant global creative economy.

For above motioned reasons, the research on the interconnected culture industries and new forms of the creative economy is a vital frontier. As an internationally famous scholar and expert of the cultural industries and creative economy, Prof. Hua Jian led and completed various regional plans for the cultural and creative industry and observantly grasps the direction of the frontier. His fruitful research achievements were highly estimated among overseas and domestic professionals. I treasure the friendships we have built, attend many international forums around the creative economy along with him, and have thoughtful in-depth discussion and exchange. I am delighted to see his new academic book — *The New Form of*

Culture Creative Industry in the Background of Interconnection and expect him to continue making valuable contributions for the development of cultural industry and creative industries in the future.

Carolina Quintana, Coordinator,
Creative Economy Programme, UNCTAD

Nov 2015

目 录

序言	联合国贸易和发展会议 创意经济项目协调 官员：卡洛琳娜·昆塔娜/1
Preface	Carolina Quintana, Coordinator, Creative Economy Programme, UNCTAD/1

第一部分 互联互通的文化产业新业态

第一章	互联互通背景下的文化产业新业态/3
第二章	文化创意产业与相关产业融合发展的四大路径/18
第三章	移动互联背景下的文化产业融合创新/38
第四章	文化科技融合 ——国际文化大都市建设的新动力/54
第五章	增强资本动力,激发文化活力 ——文化与金融的融合创新/69

第二部分 文化地缘格局与区域文化产业战略

第六章	“一带一路”战略与我国文化产业的空间新布局/91
第七章	中国文化地缘战略和中国文化“走出去”的新格局/106
第八章	中国文化产业的区域发展战略/123

第九章 工商业强市(县)和专业镇街发展文化产业的转型战略

——中国区域文化产业的创新路径之一/144

第十章 中国工业资源型城市的文化产业发展战略

——区域文化产业发展类型和资源配置研究/166

第三部分 国际文化贸易与全球文化竞争

第十一章 “一带一路”战略下增强我国对外文化贸易新优势的

思考/189

第十二章 结合上海自贸区建设,提升中国文化产业国际竞争

力/206

第十三章 大力发展我国文化跨国公司

——迈向“十三五”的重大战略任务和创新举措/224

第十四章 中国艺术品产业的发展战略

——迈向“十三五”的国际视野和中国路径/237

第十五章 中国增强文化整体实力和竞争力

——全球化和多极化时代的新挑战和新机遇/261

后记/298

| 第一部分 |

互联互通的文化产业新业态

第一章 互联互通背景下的 文化产业新业态^①

党的十八大文件指出：建设社会主义文化强国，关键是增强全民族文化创造活力。而文化强国建设必须把握世界多极化、经济全球化深入发展，文化多样化、社会信息化持续推进，科技革命孕育新突破，全球合作向全方位拓展的大趋势。当代信息技术所推动的全面感知、互联互通、智慧服务，已经成为互联网时代、知识社会、智慧城市的新常态。探索互联互通背景下的文化产业新业态，是中国提升文化软实力的重要内容。它包括：发展智慧互联的文化企业，打造文化生产的价值链；发展新型的服务平台链，集聚商业流、信息流和资金流等；发展文化科技研发链，以迭代更新增强产业核心竞争力；发展跨业融合的联动产业链，为相关产业提供更多的增长动力。

一、智慧互联——新的文化价值链

现代文化产业，是在知识经济背景下快速成长的，以知识和创意为主要资源的新兴产业。一个国家和城市文化生产力的壮大，必须具备三大基本条件：1. 多种资源的高度整合，即根据市场的需求，把文化、资本、技术、制度等资源有机地整合起来，形成有效的要素组合；2. 创意人才的活力激发：文化产品的核心价值是人的创意、知识、智慧和技能的结晶，必须通过市场杠杆和人文精神

^① 本文曾发表于《北京联合大学学报》2015年第2期，由《新华文摘》2015年第15期转载。

等多种手段,促进知识型人才充分发挥积极性和创造力;3. 多元包容的开放环境:正如联合国教科文组织报告《着力于文化多样性与文化间对话》所指出的:在一个日益全球化的时代,“文化既指寓于特定‘文化’之中的创造性差异,又指处于‘多种文化’核心差异的创造性冲动”。因此,每一个多元文化社会都面临着挑战:既要承认和保护文化差异性,又要尊重文化差异互动所形成的普遍价值观,在整合各类文化元素的多样性中形成积极的动力。^①

在互联网尚未普及的时代,上述的三大条件往往是相互割裂的,多元文化的交融在跨时空方面难以实现,文化与科技和金融的结合犹如长江和密西西比河那样难以交汇,文化生产被分割为在地文化生产(装备制造、印刷包装等)、在场文化生产(表演、放映、会展等)、在线文化生产(数字内容、互动娱乐等)等不同的门类。而在全球化和信息化的时代,互联网特别是移动互联网通过整合创意、硬件、软件、资本等要素,正在形成具有极大包容性的网络系统,形成全面感知、智慧节点、智能联接型的文化生产力模式。

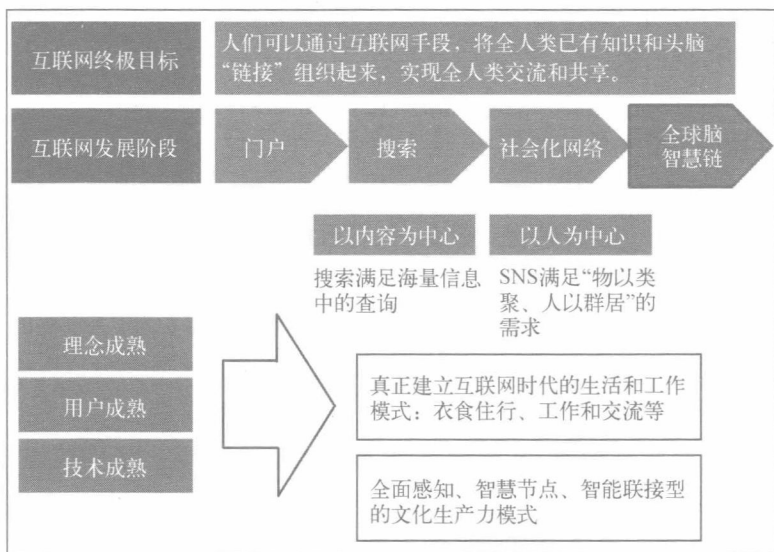
正如美国学者戴夫·格雷和托马斯·范德尔·沃尔(Gray D. 和 Wal T. V.)所说的:在知识经济时代,整个产业结构和价值导向发生了深刻的变化,传统意义上的产品和服务的区别正在消融,大量产品成为服务的载体,“在产品中,知识和物质的天平越来越向知识一方倾斜”^②,因此,创造产品的企业能否整合更多的知识和创意,就成为提升竞争力的核心杠杆,这就迫使企业“把更多的生产主导权和控制权交给了企业和客户互动的节点,借此来学习和适应环境”。在文化产业领域中,这种智能联接型的新型企业突破了过去金字塔型的管理模式,形成了一系列具有自主开发和

① 着力于文化多样性与文化间对话(联合国教科文组织世界文化报告,2010). 联合国教科文组织官方网站, www.unesco.org.

② [美]戴夫·格雷,[美]托马斯·范德尔·沃尔. 互联网思维的企业[M]. 人民邮电出版社,2014: 27.

经营、自组织功能的生产力节点,包括与各类研究中心、网站、院线、开发公司等形成智慧型的联接,高密度地交换信息、创意、技术和其他要素。这些企业之间又依托互联网形成生产力联盟,重新打造了文化资源的供应链、文化生产的价值链、文化服务的品牌链,推动了文化生产力的高速增长。

图表 1 互联互通时代的文化新形态



根据 2013 年版联合国《创意经济报告》,全球文化创意产业中增长最快的是与互联网融合度高、知识流通速度快、成长性良好的领域,包括网络视听、互动娱乐、动画媒体、数字音乐等新兴行业,它们也是风险投资最为青睐的前沿领域^①。比如:互联网跨国公司谷歌(Google)在 2006 年投入 16.5 亿美元收购了当时成立仅一年的网络视频平台 YouTube。后者不仅是一个开放型的视听服

^① UNDP & UNESCO. *Creative Economy Report 2013*, Special Edition. www.cn.undp.org, 2014: 19-22.

务机构,鼓励全球人士把符合要求的视听产品放到其平台上,还是消费者行为的数据库,帮助谷歌完善它的服务^①。2010年YouTube每月的视频观看次数为620亿人次,2013年达到了1300亿人次。2013年谷歌在YouTube上的年收入高达30多亿美元。预计2015年,各种形态的在线视频将占据互联网流量的90%以上,全球在线视频用户预计将达到15亿—16亿人左右。这种快速增长的用户数量证明,基于互联网的新型视听服务企业具有广阔的市场前景。

与许多传统意义上的文化产业领域一样,过去网络视频行业存在生态模式单一的问题,依靠储备大量版权内容或者UGC模式,缺乏传统电视媒体的内容优势(自制节目、高清直播等)和规模平台优势(电视观众人数众多,观看传统电视已成习惯)。但是,在互联互通的时代,网络视频正在走向智能化、开放性的文化商业生态系统。定位于B2B市场的在线视频平台(OVP)产业的市场规模正在逐步达到亿美元级别。这方面的许多平台运营商成长为推进互联网视听产业的生力军。近年来,我国多个城市大力推动这些新兴产业,支持百视通、聚力传媒(PPTV)、华数传媒、PPS、格瓦拉等一批领军企业发展基于大数据技术的视频和新媒体服务平台,利用快速发展的大数据技术,在内容管理和分发、EPG、DRM、视频分发、智能搜索、收视分析和数据分析、网络支付等领域形成优势,推动了全国网络视频产业的快速发展。

以聚力传媒为例,它作为中国网络视听服务的领军企业,投入新一代流媒体传输技术和网络视频技术的开发、推广和应用,率先向海外输出中国自主知识产权技术及专利,并被国际知名企业/机构(哈佛、麻省理工、微软研究院)广泛引用。它凭借自主研发的

^① Miguel Helft. YouTube 怎样改变一切? [N]. 美国《财富》杂志(中文版),2013-09-30(下半月刊).