

我国文化创意产业实践社区的 模式、 绩效与建设途径研究

季皓 著

企业创意与知识将越来越多地来自实践社区。实践社区是未来文化创意产业发展的趋势之一。本书将实践社区置于我国现实的文化创意产业社会经济背景下进行研究，通过寻求政府、市场和社会多方合作，来支持创意产业的创新创业与发展。

中国财经出版
经济科学出版社
CHINA ECONOMIC SCIENCE PUBLISHING HOUSE

我国文化创意产业实践社区的模 式、 绩效与建设途径研究

季皓 著



中国财经出版传媒集团
经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

我国文化创意产业实践社区的模式、绩效与建设途径
研究 / 季皓著. —北京: 经济科学出版社, 2017. 4

ISBN 978 - 7 - 5141 - 7891 - 3

I. ①我… II. ①季… III. ①文化产业 - 研究 - 中国
IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 065280 号

责任编辑: 初少磊
责任校对: 王肖楠
责任印制: 李 鹏

我国文化创意产业实践社区的模式、绩效与建设途径研究

季 皓 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

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191540

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

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

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

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

北京季蜂印刷有限公司印装

710 × 1000 16 开 12.5 印张 230000 字

2017 年 4 月第 1 版 2017 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 7891 - 3 定价: 32.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191510)

(版权所有 翻印必究 举报电话: 010 - 88191586)

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

本书受教育部人文社会科学青年基金项目（12YJC630069）资助

序 言



我国文化产业发展的一个突出问题是文化产品缺乏创新性。党的十八大报告提出要“实施创新驱动发展战略”“提高原始创新、集成创新和引进消化吸收再创新能力，更加注重协同创新”。问题是，究竟应该如何促进文化企业创新？如何为文化创意类企业提供支持和支撑作用，使城市成为真正意义上的“创新城市”？

以加拿大的蒙特利尔为例。作为典型的文化创新城市，该城市有一系列著名的文化创意企业，例如育碧蒙特利尔工作室（Ubisoft Montreal）、太阳剧团（Le Cirque Du Soleil）等，行业涉及游戏产业、娱乐业、广告业等各领域，但这些文化企业均无大型的研发机构、遍布世界的分支机构或螺旋形SECI的企业创新组织结构及知识创造场所“巴”，没有一种传统的创新方法在这些企业中得以使用或管理层有意发展。随之而来的一个重要的问题是，在缺少内部支持和外部合作者的情况下，这些创意企业是从哪里得到的杰出的创造性知识？

无疑，文化企业的一部分知识和创意是由企业自身发展和创造的，但知识与创意的另一重要来源是外部——来自于实践社区的存在和交流。实践社区可以为文化产业提供跨企业的专业沟通和合作平台，向企业提供创意和知识。为了获得创意和信息，发达创意城市的文化企业结构逐渐倾向于：内部进行日常经营和项目管理活动，利用和实施创意及知识；外部通过创意城市的实践社区，学习、讨论并吸收创意知识。

基于此，本书将在已有研究基础上，结合我国文化创意产业实践社区的实际情况和实际需求，参考最佳实践，论证文化产业实践社区绩效及作用条件，萃取适合我国文化创意产业的实践社区有效模式和政策支持体系。

总体来说,本书分四部分共七章展开论述。

第一部分由第一、二章组成,是本书的理论基础部分,介绍我国文化创意产业的实践社区的必要性、背景、特点和已有研究。

第一章是导论部分,分析了我国文化创意产业的总现状、不足、实践社区发展建议及其原因;介绍了本书的选题、背景及意义;提出了本书的主要结构内容和研究方法,对本书的创新与不足之处予以说明。

第二章是实践社区的理论部分。由于实践社区在国内尚属于一种较新的理论,本章首先对实践社区的已有研究进行了归纳和整理,介绍了实践社区的含义、起源、作用、结构、特点、运行基础(社会资本)、作用机制、应用、发展趋势等。其次,以公共选择理论等为代表的经济学理论往往把非正式的实践社区与阻碍经济增长(包括寻租和阻碍变革)联系在一起,因而本章分析了实践社区的经济学基础,论证了实践社区的经济有效性。最后,结合文化创意产业的特征,分析了实践社区对文化创意产业的适用性和必要性。

第二部分由第三、四章组成,是本书的经验论证部分,论证了实践社区对文化创意产业的绩效提升作用、运作机理及作用条件。由于社会资本是实践社区的基础,本部分的论述围绕实践社区社会资本的不同维度展开。

第三章基于文化产业从业者的调查数据,采用结构方程,论证了实践社区对文化产业创新绩效的推动作用。在对社会资本与创新绩效的文献综述分析的基础上,分析了实践社区结构、关系、认知三种类型的社会资本对文化产业从业者创新绩效的影响及其作用机制。基于这一研究结果,进一步提出了如何利用实践社区提高文化产业创新力的建议。

第四章基于文化创意上市企业的年报数据及公开信息,采用多元回归,分析了我国当前背景下,实践社区的政治、商业、专业等不同种类社会资本对文化企业综合价值的不同的提升作用。究竟政治、商业、专业哪一种类型的实践社区对文化创意企业价值提升更有利?该如何更有效地利用不同类型的实践社区?该章在这些问题的研究结论基础之上,讨论了文化创意企业该如何更有针对性地选择和利用实践社区,对文化创意产业扶持政策提出建议。

第三部分由第五、六章组成,是本书的实践部分。

第五章是我国文化创意产业实践社区现状与需求调研。首先,该章对文化产业实践社区的形式进行了调研。由于各个文化创意城市的实践社区形式基本一

致，为了较为具体地反映城市实践社区全貌，选择了我国文化创意产业的领先城市——北京市作为研究对象，调研了文化产业实践社区主要类型的基本情况 [具体包括：文化社会团体（行业组织）、文化沙龙和社区、文化节日、会议（论坛）、文化专业网站等]。其次，该章采用实地访谈、电话访谈、调查问卷和网络问卷等形式，对文化产业从业者的实践社区参与情况和具体需求进行了调研。最后，在文化创意产业实地考察和调研结果的基础上，该章对文化产业实践社区有效运作的关键性因素进行了研究。通过因子分析、多元回归和中介因子分析，发现动机、便利条件和安全因素对文化产业实践社区的有效运作有显著影响，其中知识共享动机是文化产业实践社区成员预期结果、情绪感受和环境因素对知识共享行为影响的中介变量。依据这一结果，提出要促进文化创意产业的知识共享行为，需要建立成员个人、外部环境及社区条件的组合支持系统，注意不同激励领域的合作。

第六章是各国文化产业实践社区的最佳实践，主要包括三个层次的案例，即创意城市支持文化产业实践社区的最佳实践、企业管理层支持实践社区的最佳实践以及一个典型的突破性创新实践社区的成功案例。

第四部分是第七章，是本书的政策建议部分。

第七章在理论、实证与实践研究的基础上，提出了对我国文化产业实践社区运营模式及政策支持的综合建议，总结了文化产业实践社区运作方式及其对企业和城市的要求，阐述了对我国文化产业实践社区的政策支持体系建议。

不可否认，不是企业所需要的所有知识都能够通过实践社区来获得，相当部分文化企业或文化自由职业者的创意仍来自于自身。但是本书的研究说明：企业创意与知识将越来越多地来自实践社区。企业将创意能力的一部分移交给城市支持性环境——实践社区是未来文化创意行业发展的趋势之一。

而实践社区是被创新城市的土壤所培植的，创新城市可以有效地支持实践社区发展。例如，可以通过“项目”与“事件”，为创意产业及相关行业创造交流合作的机会；通过“空间”与“地点”，为创意产业创造交流场所和创新氛围；扶植创意行业协会、专业社团、沙龙、俱乐部等实践社区；公布创意产业知识交流网络信息等措施。

最终，在这种新的创意城市的“知识生态系统”土壤上，文化创意企业将通过一种与城市共同进化的方式出现和发展：城市创意土壤上的创意和专业知识

的流动培育着文化创意企业；反过来，创意企业也将滋养城市的创造性土壤——两者间共同进化的中介就是各种类型的实践社区。

诚心希望笔者的研究能为我国文化创意产业建设和实践社区的应用添砖加瓦。

本书为教育部人文社会科学研究青年基金项目“我国文化创意产业实践社区运营模式及政策应用研究”（12YJC630069）的最终研究成果。本书的出版同时得到了北京联合大学商务学院北京现代服务业发展研究院和融投资管理硕士点建设基金的资助，经济科学出版社的齐伟娜主任和初少磊编辑为此书的出版付出了辛勤劳动，在此一并衷心感谢！

季 皓

2017年3月

目

录

第一章

导论	1
第一节 研究背景	2
一、我国文化创意产业取得的成绩和发展情况	2
二、我国文化创意产业政策环境的优化提升	4
三、我国文化创意产业发展中的不足	7
第二节 研究目的和意义	10
一、研究文化创意产业实践社区的必要性	10
二、研究的理论意义与现实意义	11
第三节 研究内容、结构和方法	12
一、研究内容与结构	12
二、研究方法	14
第四节 研究的创新点及不足	15
一、研究内容的前沿性和创新性	15
二、存在问题	15

第二章

文化创意产业实践社区基本理论	17
第一节 实践社区文献综述	17
一、定义、起源与作用	19
二、结构与特点	20

	三、运行基础：社会资本	21
	四、作用机制	22
	五、广泛应用	26
	六、发展趋势	28
	七、已有研究的不足	30
第二节	实践社区的经济学基础分析	31
	一、已有经济学研究对实践社区优劣的争论	31
	二、实践社区的经济学分析	32
第三节	实践社区对文化创意产业的适用性分析	39
	一、克服文化创意企业的知识刚性	39
	二、减少文化创意企业现代庞杂知识的认知成本	40
	三、减少文化创意企业“创意冗余”的存储成本	40
	四、加强文化创意企业的隐性知识交流和文化遗产的利用	41
	五、政府治理的需要	41
	六、资源整合的需要	42

第三章

社会资本视角下文化创意产业实践社区的创新绩效研究..... 43

第一节	社会资本与创新绩效关系研究综述	43
	一、引言	43
	二、创新水平的度量	44
	三、社会资本的概念与分类	45
	四、社会资本与创新绩效的关系	46
	五、三个维度的相互关系	55
	六、对管理实践的影响	56
	七、现有研究局限性及未来研究方向	56
第二节	文化创意产业实践社区创新绩效研究	57
	一、研究背景	57
	二、理论基础与研究假设	58
	三、研究方法	63
	四、测量与结构模型分析	65
	五、资料分析结果	68

六、小结与建议	73
七、本章局限性和未来研究方向	75

第四章

社会资本视角下文化创意产业实践社区的价值激励研究	76
一、研究背景	76
二、理论基础与文献综述	77
三、研究假设	84
四、实证分析	87
五、小结与建议	99

第五章

文化创意产业实践社区现状与需求调研	102
第一节 文化创意产业实践社区开展情况	102
一、文化类社会团体	102
二、文化类门户网站	106
三、节日和会展	107
第二节 文化创意产业从业者实践社区参与情况与需求调研	108
一、从业者具有较迫切的信息需求，但沟通便利性宜 继续拓展	110
二、专业知识需求度较高，也对政府支持性信息的披露 提出了更高的要求	111
三、网络成为最重要的知识来源，而实践社区的支持 作用有待提高	112
四、网络的分布式交流方式和专业网站显示出越来越 重要的作用	113
五、跨行业的沟通交流比较困难	114
六、要求建设全方位的知识交流支持体系	114
第三节 文化创意产业实践社区有效性支持要素调研	115
一、理论与假设	116
二、研究设计	119
三、数据处理结果	121

四、结果与讨论	124
---------------	-----

第六章

文化创意产业实践社区支持最佳实践	125
------------------------	-----

第一节 城市支持实践社区最佳实践	126
一、蒙特利尔的实践社区支持方式	126
二、昆士兰的实践社区支持方式	135
三、其他创意城市的实践社区支持方式	137
第二节 企业支持实践社区最佳实践	139
一、实践社区运作直观化分析方法	139
二、实践社区影响因素分类	140
三、企业实践社区改进方案	141
第三节 一个突破型创新的典型实践社区案例	145
一、突破性创新的含义和过程	146
二、建立 ACID 实践社区的方法	146
三、ACID 实践社区的局限性	151
四、塑造实践社区过程中公共环境的重要作用	154
五、小结	157

第七章

我国文化创意产业实践社区运营模式及政策支持体系	158
-------------------------------	-----

第一节 文化创意产业实践社区的运作及要求	158
一、文化创意产业实践社区运作方式	158
二、实践社区对文化创意企业的要求	159
三、实践社区对文化城市的要求	161
第二节 我国文化创意产业实践社区政策支持体系	162
一、通过“项目”与“事件”，为文化创意产业实践社区、文化企业 和文化人士创造相互接触和交流合作的机会	162
二、通过“空间”与“地点”，为文化创意产业实践社区创造 交流场所和知识创新氛围	163
三、支持文化科技类实践社区的建立与发展	164
四、更充分地利用文化类行业协会、专业社团等 已有文化创意产业实践社区	165

五、提供信息服务	166
六、增强文化创意产业知识共享动机	167
七、加强文化创意产业公共服务，创造实践社区良性循环的 基础条件	168

参考文献	169
------------	-----

第一章

导 论

20 世纪后期开始,随着发达国家率先跨入后工业化时代,越来越多的城市逐步进行了产业结构的转型,其重点是淘汰能级低、能耗高、污染重、产能过剩的低端制造业,发展科技含量高、知识含量高、专业化程度高的先进制造业和现代服务业。整齐划一的流水线操作和庞大严整的工业大军慢慢退出了城市。而一种新的创意经济形态进入城市生产力的中心,其基本特点是:

(1) 经济发展可持续化。创意经济是促进人与自然协调、持续发展的经济。其指导思想是科学、合理、综合、高效地利用现有资源,同时开发尚未利用的资源来取代已近耗竭的稀缺自然资源。

(2) 资产投入无形化。创意经济是以无形资产投入为主的经济,知识、智力等无形资产的投入起决定性作用。而知识与创意是首先存在于人们头脑中的,掌握了知识的人就比物质资源本身更为重要,因此,在知识经济中,拥有知识的人成为创造和获取财富的根本。

城市经济功能呈现出由传统产业转向高新产业、由制造转向研发、由生产转向服务,并迈向创新中心的趋势。中心城市正日益成为信息、技术、品牌、知识、人才等创新资源的载体和聚集地。

在这种经济结构的变革下,文化创意产业成为了高附加值又低碳的城市经济的新驱动因素,成为经济发展的新亮点。同时,文化创意产业还具有杰出的经济溢出效应,在提升经济发展质量和市民生活质量方面发挥着至关重要的作用,例如,通过提升产品文化内涵增加商品附加值,带动第二、第三产业相关行业的发展;通过文化环境的吸引带来投资和人才;通过提供积极向上的内容产品丰富和引导市民的健康心态和

精神生活，等等。这种文化发展与经济发展逐步形成的综合发展合力，在促进城市的经济增长方式转变中起到了非常关键的作用。通过发展文化创意产业，大城市可以重新成为具有巨大经济潜能的新经济增长的动力源，而不再是滋生或聚集社会问题与经济问题的地域。

通过发展创意经济，“城市成为了知识综合和创新场所”。这一认知引致了“创新城市”的提法（Florida，2002），进而引起了城市政策制定者和文化产业支持者的广泛兴趣。城市管理者感兴趣的问题在于如何为创意型企业提供支持和支撑作用，使城市成为真正意义上的“创意城市”。

*第一节 研究背景

一、我国文化创意产业取得的成绩和发展情况

文化创意产业（cultural and creative industries）是一种以创造力为核心的新兴产业，强调一种主体文化或文化因素，是依靠个人（团队）通过技术、创意和产业化的方式开发、营销知识产权的行业，主要包括广播影视、动漫、音像、传媒、视觉艺术、表演艺术、工艺与设计、雕塑、环境艺术、广告装潢、服装设计、软件和计算机服务等方面的创意群体。

近年来，我国文化创意产业保持蓬勃发展态势，产业规模持续扩大，作为城市经济发展支柱的产业地位得到进一步巩固。在许多行业增速都放缓的情况下，十年来，创意产业的发展能基本维持在两位数的增幅（见图1-1），充分展现了我国创意产业的活力。

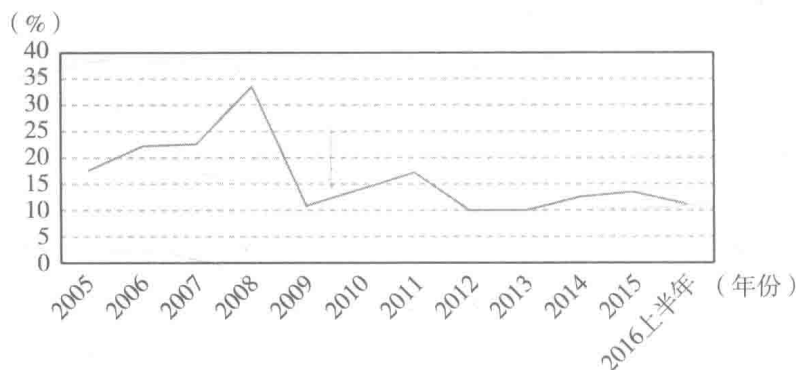


图1-1 文化创意产业生产总值增速

资料来源：中国文化产业年度发展报告（2016）。

就城市而言,文化产业总体保持持续稳步增长。其中,北京、天津、上海、杭州、深圳五城市的文化创意产业成就令人瞩目,文化创意产业增加值均在千亿元以上,处于全国领先地位,文化创意产业正作为重点发展的高端产业全面推进;大连、常州、重庆等成为文化创意产业发展的中坚力量,文化产业的增加值占全市GDP均在4%以上;贵阳、昆明、拉萨等依托城市特色文化资源,在非物质文化遗产保护利用、打造文化精品、推动特色旅游等方面走出了一条发展之路。

就具体区域形态而言,出现了文化创意产业集聚的现象,如北京中关村、北京798文化创意园、西湖数字娱乐产业园、西湖创意谷等。文化创意产业的集聚不仅可以降低相互交易的成本、相互分工合作,还可以激发灵感、提高设施设备利用效率。在创意产业集聚的基础上,形成了差异化、多样化,产业内部互为补充、相互扶持,在不同层面和疆域上形成了立体的文化创意产业链条。而且,伴随着产值逐年提高,期待能够逐步形成世界级文化创意产业中心。

随着我国经济进入了新常态阶段,创意产业的发展也契合了“新常态”的主要特征,除了增长将更趋平稳外,“新常态”还包括:实际增量依然可观,增长动力更为多元,发展前景更加稳定,市场活力进一步释放等。具体来说,文化创意产业在这一阶段的发展特征主要包括:

(1) 模仿型消费阶段基本结束,个性化、多样化消费渐成主流,市场竞争逐步转向质量型、差异化为主的竞争,为创意产业的发展拓宽了空间,满足民众文化创意产品需求的能力日趋增长。据“中国文化消费指数(2015)”表明,我国文化消费环境、文化消费能力、文化消费水平指数、文化消费满意度指数等一级指标均体现了一个基本上升的趋势(见图1-2)。

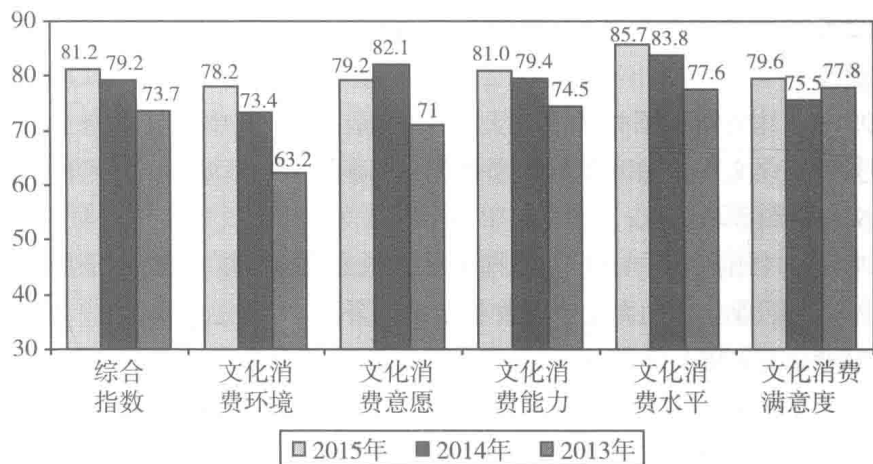


图1-2 2013~2015年中国文化消费指数

(2) 生产和消费方面互联互通,涌现了一批新业态、新技术、新产品、新商业模式的投资机会,成为创意产业发展的新动力。

(3) 虽然我国人力资源的低成本比较优势发生了转化,但并不影响“高个子”引进来、“大块头”走出去的总体趋势,为提高我国创意产业的国际竞争力创造了条件。

(4) 新兴创意业态、小微创意企业的作用更加凸显,创意产业生产主体表现出一系列新特征,包括小型化、智能化和专业化,创意产业的市场活力得以进一步释放。

(5) 产业运行环境出现明显的风格转换,互联网思维成为产业运行的基本特色之一。从政界到商界,互联网思维都已纳入了主流话语体系,“互联网+”的创意业态等盈利模式层出不穷,不断颠覆并革新人们的传统理念。

二、我国文化创意产业政策环境的优化提升

文化产业的蓬勃发展与文化创意产业政策环境的持续扶持是分不开的。在文化产业基本战略的指导下,国务院、各部委和各地方推出了一系列服务文化创意产业发展的政策措施、发展规划与优惠政策,按照功能不同大致可分为:总体规划、产业促进、行业发展、分类认定、投融资支持、知识产权保护和地方政策,形成了一整套比较完整的创意产业规划指导体系 and 政策保障体系,为我国文化创意产业发展创造了良好的政策环境和全方位支持。我国文化创意产业的基本指导战略与重要扶持政策简要列举如下。

2002年,党的十六大报告首次提出“积极发展文化事业和文化产业,推进文化体制改革”。

2005年,国务院根据党的十六大和十六届三中、四中、五中全会精神,发布了《关于深化文化体制改革的若干意见》,确定了全国89个地区和170个单位作为文化体制改革试点;

2006年,《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》对进一步加快文化建设、发展文化产业,推动文化体制改革做出部署。

2009年,《文化产业振兴规划》明确文化产业九项重点任务和八项落实措施,文化产业成为一项国家战略;《文化部关于加快文化产业发展的指导意见》标志着文化产业已经进入理论层面、国家战略高度和实操阶段;《文化产业投资指导目标》明确将文化产业投资分为鼓励类、允许类、限制类和禁止类,以方便投资者明确文化产业发展方向。