

中国创意产业发展报告 (2006)

创意引领中国新经济

主编 张京成

北京科学学研究中心
中国创意产业研究中心



北 京

图书在版编目(CIP)数据

中国创意产业发展报告/张京成主编. - 北京:中国经济出版社 2006.5
ISBN 7-5017-7550-8

I. 中... II. 张... III. 创意—产业—研究报告—中国 IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 043722 号

出版发行:中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址:www.economyph.com

责任编辑:严 莉(电话 010-68354371)

责任印制:张江虹

封面设计:红色方块封面设计

经 销:各地新华书店

承 印:

开 本:787mm×960mm 1/16

印张:30 字数:540千字

版 次:2006年5月第1版

印次:2006年5月第1次印刷

书 号:ISBN 7-5017-7550-8/F·6099

定价:50.00元

版权所有 盗版必究

举报电话 68359418 68319282

服务热线 68344225 68369586 68346406 68309176

编 委 会

主 编：张京成

编 委：罗 欣 周学政 黄 琳
王 立 徐云霞 李 莹

文章作者名单：(按姓氏笔划排序)

王如忠 王缉慈 厉无畏 田 君 刘光宇
刘维公 李秀恒 苏 彤 何增强 张京成
陈其南 周学政 罗 欣 金元浦 胡 奎
柳士发 徐 迅 盛 垒 黄 琳 鲁育宗
缪 勇

前 言

创意产业是以人的创造性和智慧作为生产要素的产业。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,创意产业在全球蓬勃兴起,成为国际化城市产业发展的一个重要新趋势。

当前,我国正处在经济体制转轨、产业结构升级、城市功能转换时期,自主创新已成为国家战略,要从“文化之邦”走向“创意之邦”,从“中国制造”迈向“中国创造”。很多大城市也纷纷提出要建立“创意之都”、“创新型城市”。创意产业是传统的制造业、服务业相互融合发展起来的新型产业类型,对于某一具体的产业而言,既有设计、研发、制造等生产活动内容,也有信息、娱乐、咨询等服务活动内容。创意产业的发展势头十分强劲,是所有产业中增长最快的产业,为社会、经济发展带来了巨大的效益。因此,创意产业必将成为引领经济腾飞和社会进步的支柱产业,成为贯彻落实科学发展观、构建和谐社会的基础产业。

从2005年起,我们开始关注创意产业的发展,收集了大量的研究资料、产业发展信息和相关政策规划。在对这些资料的研究分析过程中,逐渐形成了对我国创意产业发展的总体判断,于是决定整理编辑一本产业发展报告。一方面,我们希望把研究的初步成果与广大读者分享,另一方面也希望能从不同层面和不同角度上向读者展示创意产业的最新进展情况,使大家对创意产业的研究有一个较高的起点,从而为我国发展创意产业、培养创新型人才、建立现代化的创新城市直至实现建成创新型国家的战略目标等方面有所裨益。

在报告中,我们研究提出了符合我国发展实际的创意产业概念内涵及外延的界定,阐述了我国发展创意产业的现实意义,分析了当前发展中存在的问题以及影响中国创意产业发展的关键性因素,期望能阐述和回答什么是创意产业,中国为什么要发展创意产业,应该怎样发展创意产业。

此外,为勾勒创意产业发展的大致轮廓,遵循从理论到政策再到实践的规律,本报告还汇集了国内外有关创意产业的理论观点、促进政策和发展情况等资料,以帮助更多的人掌握、运用这些丰富的材料,对创意产业进行深入研究、探索,以促进我国创意产业的持续、快速和健康发展。在理论研究层面,我们选编了当前理论界一些论及中国创意产业发展的较有代表性的文章;在促进政策层面,选择了国内如

香港、台湾、上海、杭州、深圳等发展较好或已有一定基础地区的政策规划,在区域发展层面,选择了国内一些具有代表性地区创意产业的总体进展和产业集聚发展的情况;在产业发展层面,选编了一些描述我国代表性产业发展情况的文章。除此之外,我们还收集了部分国家创意产业发展的情况,选编了近年来国内举办的创意产业论坛、会议及交流活动资料,并组织撰写了一些创意产业发展的典型案例,以供读者使用和借鉴。

作为一个新兴产业,创意产业已经引起了理论界、产业界和政府部门的高度关注,对其理论和实践的探讨也是众说纷纭。当前我国创意产业发展还存在诸多问题需要进行深入的探究,并提出解决的办法和途径,例如,对创意产业的准确界定、相关统计指标体系的研究与建构、产业发展促进政策研究及框架制定、对支撑产业发展的技术创新的引导和支持等等。这些也都是我们正在或准备进行深入研究的问题。我们相信,随着对中国创意产业发展的重视和研究的深入,在不久的将来,上述问题会有比较满意的答案。

对于关注中国创意产业发展的相关研究人员而言,我们这本“发展报告”就像一个汇集琳琅满目商品的“超市”,希望阅读它的读者能方便地从中获得所需要的各种新思想、新“创意”。

编者

目 录

前 言	(1)
-----------	-----

发展研究篇

第一章 创意产业概念界定	(3)
第一节 创意与文化	(3)
第二节 创意产业的涵义	(4)
第三节 知识经济背景下的创意产业	(8)
第四节 创意产业的不同界定比较	(9)
第五节 符合我国实际的创意产业界定	(12)
第二章 中国发展创意产业的现实性	(17)
第一节 调整产业结构的有效途径	(17)
第二节 培养创新型人才的必然选择	(19)
第三节 提高人民生活质量的现实要求	(20)
第四节 创造社会财富的崭新手段	(22)
第五节 融合传统与现代的纽带	(23)
第六节 构建和谐社会的活力之源	(24)
第三章 中国创意产业发展问题与关键因素分析	(25)
第一节 现存问题的定位分析	(25)
第二节 发展动力的客观探讨	(30)
第三节 发展模式的比较选择	(31)
第四节 保护创意的市场规范	(32)
第五节 提升价值的产业整合	(33)

理论探索篇

第四章	创意产业理论和观点综述	(37)
第五章	实施创意世纪计划 开展创意中国行动	(46)
第六章	中国创意产业的六个核心命题	(57)
第七章	创意产业集群的价值思考	(72)
第八章	文化创意产业推动绩效指标研究计划期末报告	(78)

政策规划篇

第九章	创意产业政策规划综述	(93)
第十章	深圳市文化发展规划纲要	(104)
第十一章	杭州市大文化产业发展规划(2005—2010)	(108)
第十二章	香港特别行政区 2005 年施政报告	(118)
第十三章	文化创意产业发展计划(台湾)	(121)

行业领域篇

第十四章	作为创意文化产业而发展的工业设计	(153)
第十五章	2004 传媒业数据回顾	(158)
第十六章	2005 中国创意设计产业网络与媒体消费行为调查研究报告	(168)
第十七章	作为创意产业的当代中国电影	(179)

城市地域篇

第十八章	北 京	(196)
第一节	创新型北京 科技创新 + 文化创新	(196)
第二节	北京发展创意产业的战略意义、比较优势及其应对策略	(204)

第三节	北京文化创意产业发展的五大关键点	(213)
第四节	科技助推以文化创意产业为核心的现代服务业	(216)
第十九章	上 海	(222)
第一节	上海创意产业发展报告	(222)
第二节	积极培育和扶持创意产业发展 提高上海城市综合竞争力	(232)
第三节	创意城市与创意产业集群	(245)
第二十章	青 岛	(255)
第一节	青岛创意产业发展现状	(255)
第二节	青岛发展创意产业的重大意义	(257)
第三节	青岛创意产业发展思路	(259)
第四节	突出特色产业定位 打造动漫产业基地	(260)
第二十一章	深 圳	(262)
第一节	深圳创意产业发展概况	(262)
第二节	深圳创意产业发展思路	(265)
第三节	重点扶持动漫产业	(266)
第四节	打造专业产业基地品牌	(267)
第二十二章	香 港	(268)
第一节	香港贸发局报告	(268)
第二节	香港创意产业发展的挑战	(275)
第三节	香港创意产业的发展方向	(279)
第二十三章	台 湾	(281)
第一节	文化创意产业推动历程与范畴	(281)
第二节	文化创意产业的发展逻辑	(282)
第三节	2003 年台湾地区文化创意产业发展整体概况	(288)
第四节	台湾地区文化创意产业发展计划	(291)
第五节	文化创意产业人才需求与培训	(293)

交流活动篇

第二十四章	创意经济领航中国城市发展	
	——2004年首届中国创意产业发展论坛(上海)	(306)
第一节	论坛概况	(307)
第二节	中国政府创意产业发展的前瞻思路	(309)
第三节	国际创意产业发展的经验解读	(311)
第四节	创意名家论坛	(319)
第二十五章	中国:从制造到创造	
	——2005年首届中国创意产业国际论坛(北京)	(319)
第一节	论坛概况	(320)
第二节	创意产业挑战机遇	(322)
第三节	创意中国创意北京	(327)
第四节	高技术与高文化的联姻	(329)
第二十六章	创意产业·引领未来	
	——2005年上海国际创意产业活动周	(331)
第一节	活动概况	(331)
第二节	“海上海”创意市集	(334)
第三节	上海国际创意产业项目对接会	(334)
第四节	上海国际创意产业博览会	(336)
第五节	系列论坛	(336)
第二十七章	港台及其他地区创意交流	(339)
第一节	香港文化产业透视研讨会	(340)
第二节	海峡两岸文化产业发展论坛	(342)
第三节	西部交流	(343)

国际借鉴篇

第二十八章 英 国	(347)
第一节 政策推动	(348)
第二节 从伦敦文化产业发展推介中心管窥创意产业专业性组织	(352)
第三节 伦敦——创意之都	(354)
第二十九章 美 国	(357)
第一节 版权产业——最重要的创意产业	(357)
第二节 版权产业对 GDP 增长的贡献	(358)
第三节 版权产业对就业的贡献	(358)
第四节 版权产业的国际销售收入	(359)
第三十章 澳大利亚	(360)
第一节 国家战略	(360)
第二节 昆士兰创意产业园区	(362)
第三十一章 韩 国	(364)
第一节 金融危机促使经济转型	(364)
第二节 韩国创意产业发展现况	(365)
第三节 韩国动漫——从模仿到创新	(369)
第四节 韩国产业界对“设计”观念的转变	(369)
第五节 韩国创意产业发展特点及启示	(370)
第三十二章 新加坡	(371)
第一节 新亚洲创意中心战略	(371)
第二节 创意产业系列活动	(372)
第三十三章 日 本	(373)
第一节 日本的文化创意产业政策与发展近况	(373)
第二节 日本的动漫产业	(377)

园区基地篇

第三十四章 环渤海地区创意产业园区	(382)
第一节 环渤海地区创意产业园区概况	(382)
第二节 中关村创意产业先导基地	(383)
第三节 北京 DRC 工业设计创意产业基地	(384)
第四节 大山子艺术基地(798 艺术区)	(385)
第五节 北京数字娱乐产业示范基地	(386)
第六节 创意 100 产业园	(387)
第七节 大连国家动画产业基地	(388)
第三十五章 长三角地区创意产业园区	(388)
第一节 长三角地区创意产业园区概况	(388)
第二节 上海春明艺术产业园(M50)	(390)
第三节 八号桥	(391)
第四节 同乐坊	(392)
第五节 传媒文化园	(393)
第六节 田子坊	(394)
第七节 上海旅游纪念品产业发展中心	(395)
第八节 张江文化科技创意产业基地	(396)
第九节 海上海	(398)
第十节 LOFT49	(399)
第十一节 南京世界之窗创意产业园	(400)
第十二节 中国·南京亚洲创新创意产业园	(400)
第三十六章 珠三角地区创意产业园区	(401)
第一节 珠三角地区创意产业园区概况	(401)
第二节 香港数码港	(402)
第三节 广佛创意岛	(403)
第四节 深圳文化创意产业园	(404)
第五节 南方文化产业园	(405)

第三十七章 其他地区创意产业园区	(406)
第一节 园区概况	(406)
第二节 华山创意文化园区	(407)
第三节 “西街”创意社区	(408)
第四节 江通动画产业基地	(408)

案例分析篇

第三十八章 蓦然回首，“超女”却在灯火阑珊处 ——“超级女声”的创意产业化研究	(413)
第一节 湖南卫视与天娱公司——“超女”的始作俑者	(413)
第二节 “超级女声”的轰动效应	(415)
第三节 “超级女声”的运作模式	(416)
第四节 “超级女声”的评判	(421)
第五节 “超级女声”的创意启示	(423)

第三十九章 难忘今宵 ——春节联欢晚会的创意产业化研究	(424)
第一节 实力强大影响广泛的 CCTV	(424)
第二节 春节联欢晚会的产生	(425)
第三节 春节联欢晚会的发展	(426)
第四节 春节联欢晚会的创意启示	(429)
第五节 后电视时代的春晚	(430)

第四十章 同一个奥运 不同的创意 ——从人文奥运到创意奥运	(431)
第一节 2008'奥运属于北京	(432)
第二节 奥运经济	(433)
第三节 奥运吉祥物经济	(435)
第四节 韩美林的杰作——福娃	(436)
第五节 2008 奥运会吉祥物的创意与产业化	(438)

第四十一章 设计尽显创意	
——华硕屡获殊荣	(440)
第一节 创意设计连夺大奖	(441)
第二节 对华硕创意设计获奖的理性分析	(443)
第三节 华硕创意设计获奖的启示	(447)
参考文献	(452)
后 记	(461)

Content

Preface (1)

Part I General Report

Chapter 1 Creative Industries Conception Confirmation (3)

Chapter 2 Realistic Denotation of Developing Creative Industries in
China (17)

Chapter 3 Analysis on Current Issues and Crucial Factors in the Process
of Developing Creative Industries in China (25)

Part II Theoretical Framework & Discoveries

Chapter 4 Overview on the Theory and Perspective about Creative
Industries (37)

Chapter 5 Applying Creative Century Outline and Carrying out China
Creativity Action (46)

Chapter 6 Six Crucial Proposition on Creative Industries of China (57)

Chapter 7 Cogitation on the Value of Creative Industries Cluster (72)

Chapter 8 Ultimate Report on Research of Index System for Amounting
Creative Industries Efficiency (78)

Part III Policy & Plan

Chapter 9 Overview on the Policy and Plan Aiming for Creative
Industries in China (93)

Chapter 10 Outline on Cultural Development in Shenzhen (104)

Chapter 11	Outline on Pan - cultural Industries in Hangzhou (2005 - 2010)	(108)
Chapter 12	Working Report of the Government of the Hong Kong Special Administrative Region(2005)	(118)
Chapter 13	Cultural & Creative Industries Development Plan (Taiwan).....	(121)

Part IV Industries Report

Chapter 14	Development of Industrial Design as One of the Cultural & Creative Industries	(153)
Chapter 15	Review on the Data of Media Industry Development in 2004	(158)
Chapter 16	Research Report on Consumption Behavior of Internet and Media of Creative and Design Industries in China 2005	(168)
Chapter 17	Contemporary Chinese Movie as One of the Creative Industries	(179)

Part V Cities & Regions

Chapter 18	Creative Industries in Beijing	(196)
Chapter 19	Creative Industries in Shanghai	(222)
Chapter 20	Creative Industries in Qingdao	(255)
Chapter 21	Creative Industries in Shenzhen	(262)
Chapter 22	Creative Industries in Hong Kong	(268)
Chapter 23	Creative Industries in Taiwan	(281)

Part VI Forums & Activities

Chapter 24	Creative Economy Leads the Development of Cities of China - Shanghai Forum on the Development of Creative Industries	
------------	---	--

	in China 2004	(306)
Chapter 25	Made in China to Created in China - Beijing International Forum on Creative Industries in China 2005	(319)
Chapter 26	Creative Industries · Leading the Future - Shanghai Week of International Creative Industries 2005	(331)
Chapter 27	Communication Activities of Creative Industries in Hong Kong , Taiwan and other Regions in China	(339)

Part VII International Reference

Chapter 28	Creative Industries in United Kingdom	(347)
Chapter 29	Creative Industries in United States of America	(357)
Chapter 30	Creative Industries in Australia	(360)
Chapter 31	Creative Industries in Korea	(364)
Chapter 32	Creative Industries in Singapore	(371)
Chapter 33	Creative Industries in Japan	(373)

Part VIII Parks & Cluster

Chapter 34	Creative Industries Parks in the Bohai Sea Rim Region	(382)
Chapter 35	Creative Industries Parks in the Yangtze River Delta Region	(388)
Chapter 36	Creative Industries Parks in the Pearl River Delta Region	(401)
Chapter 37	Creative Industries Parks in other Regions in China	(406)

Part IX Case Study

Chapter 38	Every Girl can be a Super Girl - Study on the Creative Industrialization of Super Girl Show	(413)
Chapter 39	Memorable Nights - Study on the Creative Industrialization	

	of Spring Festival Party of CCTV	(424)
Chapter 40	Same Olympics ,Different Ideas - Humanistic Olympics to Creative Olympics	(431)
Chapter 41	Creativity Enlightens Design - ASUSTeK Computer Inc. Winning Prizes on many Occasions	(440)
Epilogue	(461)