

THE ECONOMIC
POWER OF CULTURE

一部全面审视文化创意产业发展的力作

文化的经济力量

文化创意产业推动国民经济发展研究

韩顺法 杨建龙/著

国务院发展研究中心基础领域研究
“资源约束与产业结构调整”课题专题研究报告



中国发展出版社
CHINA DEVELOPMENT PRESS

THE ECONOMIC
POWER OF CULTURE

文化的经济力量

文化创意产业推动国民经济发展研究

韩顺法 杨建龙/著



中国发展出版社
CHINA DEVELOPMENT PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

文化的经济力量：文化创意产业推动国民经济发展研究 / 韩顺法，
杨建龙著. —北京：中国发展出版社，2014. 7

ISBN 978-7-5177-0182-8

I. ①文… II. ①韩… ②杨… III. ①文化产业—作用—国民经济发展—研究—中国 IV. ①G124 ②F124

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第135315号

书 名：文化的经济力量：文化创意产业推动国民经济发展研究

著作责任者：韩顺法 杨建龙

出版发行：中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街16号8层 100037)

标准书号：ISBN 978-7-5177-0182-8

经 销 者：各地新华书店

印 刷 者：三河市东方印刷有限公司

开 本：720mm × 960mm 1/16

印 张：18.75

字 数：230千字

版 次：2014年7月第1版

印 次：2014年7月第1次印刷

定 价：45.00元

联系电话：(010) 68990646 68990692

购书热线：(010) 68990682 68990686

网络订购：<http://zgfcbs.tmall.com/>

网购电话：(010) 68990639 88333349

本社网址：<http://www.developress.com.cn>

电子邮件：cheerfulreading@sina.com

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页，请向发行部调换



国务院发展研究中心基础领域研究
“资源约束与产业结构调整”课题

课题负责人：杨建龙

课题组成员：韩顺法 余 江 张 亮

武 旭 陈 懂 顾 琳

李 军 蔡旺春 等

当前，中国仍处于重化工业发展的中后期阶段，资源消耗持续快速增长的态势仍将延续较长时期，全球资源赋存和权属分布与我国经济发展形成的资源需求明显错位，资源约束已成为我国经济可持续增长和国家经济安全的重要影响因素。加快经济增长方式转变，促进产业结构升级是我国经济发展进程中亟须解决的关键问题。从这个角度分析，资源约束构成了一国产业结构升级和技术进步的关键推动力量。着眼未来，我们有必要探索资源约束条件下，产业是如何进行升级的，并运用到中国的实际情况中去，使我国的经济得到快速的、持续的发展。面对资源约束，以往研究的重心多是围绕资源供给展开的，包括扩大资源供给渠道、使用新型资源、提高资源利用率等方面。增加资源的有效供给固然重要，但在资源约束压力日益增大的背景下，从消费端入手降低资源消耗才是突破资源制约的终极出路。当前，应从政策、生产、生活三个方面限制高耗能产业的发展，鼓励和发展低耗能产业，并逐步实现产业结构的优化升级。以德国为例，德国通过提高原材料和能源利用效率、大力开发风能和太阳能等可再生洁净能源、利用经济手段来促进节约不可再生能源以及开发和利用可再生能源来促进产业结构的绿色化。除此之外，德国注重发展自己丰富的文化资源，例如，传统手工业和民间工艺的技术含量虽然低，但是作为人文传统却有着很高的文化价值和旅游价值，正是看到这些，德国的文化产业及旅游业作为第三产业才得以快速发展起来。许多发达国家，其在资源约束背景下所进行的产业结构升级都选择

了文化创意产业作为自己的路径和方式。20世纪90年代，英国伦敦等老工业城市为克服落后制造业能耗大、污染大、附加值低，转而重点发展文化创意产业。这一经验很快被世界其他老工业基地吸收，像纽约，我国香港、台湾地区等。如今，在发达国家中，文化创意产业正成为改变经济增长方式、促进产业结构升级、解决就业问题和加强社会凝聚力的战略选择。现阶段，我国正处于产业结构调整升级的关键时期。因此，大力发展文化创意产业对我国经济发展有着重要的意义。这也是国务院发展研究中心基础领域研究课题“资源约束与产业结构调整”探讨以文化创意产业促进国民经济发展的的重要原因。

文化创意产业是低消耗、低污染、高利润的新兴产业，符合未来经济发展的大趋势。首先，发展文化创意产业有利于消费升级和扩大内需。社会生产力的不断发展和人类物质生活的逐步富裕，使人们的闲暇时间越来越多，大大增加了对文化消费、精神消费的需求。物质需求与精神需求的平衡已经成为现代人类社会生存和发展的必要条件。这是文化与经济互动在消费领域的必然反映。千百年来，人类的消费始终由物质生产所决定，且物质消费始终占据着主导地位。在当代，人们越来越重视对精神消费的投资。从而催生文化创意产业的大发展。在新的消费背景下，人们对物质产品的文化内涵提出新的要求，消费已不仅仅是产品使用功能的消费，还包括产品文化内涵的消费，从而推动整个社会物质消费与文化消费趋向统一。在我国发达地区，城乡居民消费结构开始由生存型向享受型、发展型转化，高新科技产品和娱乐、教育、服务、健身、旅游等方面的消费在家庭消费结构中的支出比重不断上升。因此，文化消费将成为拉动消费结构升级的一支重要力量，从根本上扩大了国内消费需求。

其次，文化创意产业符合产业结构升级的趋势。产业升级是通过不断的产业结构变化、主导产业转换，实现区域和城市各种经济资源在各产业之

间的合理化配置（即产业结构优化），从而推动经济快速增长。在国民经济发展中，产业结构升级大致遵循这样的规律：从产业递进层次上看，第一、二、三产业的地位不断变化，顺次由从第一产业向第二产业，再由第二产业向第三产业转移的规律变迁，最终进入所谓“高服务化”阶段；从产业生产要素的密集度上看，则体现为“劳动密集→资本劳动密集→资本技术密集→知识技术密集”的演进顺序；从产出的角度上看，存在着由低附加价值向高附加价值、再向更高附加价值的演进顺序；从采纳新技术革命成果的能力上看，存在着产业技术不断进步，主要体现为传统产业向新兴产业、新兴产业与传统产业相结合的演进顺序；从产业的可持续发展方面来看，主要体现为产业资源利用效率不断提高，投入产出比例不断降低，对环境的不良影响逐渐减弱。文化创意产业是现代服务业的代表，是智能化、知识密集化的高附加值产业，具有很强的渗透力和辐射力。不同于传统制造业对土地、能源等资源的巨大需求，它的投入资源就是人的智慧。文化创意产业能将技术、文化、制造、服务融合为一体，它是一种典型的头脑产业，符合未来产业演化的趋势。

再次，文化创意产业能够促进传统产业升级，提高传统产业的附加值。传统产业升级主要有两种方式，一是通过技术创新提高产品的品质，增加产品的使用价值；二是为产品和服务注入新的文化创意元素，如观念、艺术、情感和品位等，为消费者提供与众不同的体验，从而提高了产品和服务的精神价值。随着经济的不断发展，人们的消费由原来单纯的物质消费上升为文化创意消费或品牌消费。一个知名品牌的商品与一般商品即使成本相差不多，它的价格却会相差几倍、几十倍甚至上百倍，那是因为人们在消费商品的使用价值的同时也消费了其中的创意、品牌等无形的精神价值。在文化需求飞速发展的今天，这种以文化创意为纽带的价值创新的确为陷入技术同质化困境的产品市场注入了一股新鲜的力量。因此，大力发展文化创意产业，

使文化创意产业与传统产业协同发展，为普通产品注入文化、创意元素，将大大提高产品的价值，也会使其更具竞争力。我们完全可以设计出中国的“芭比娃娃”，变“中国制造”为“中国创造”，摆脱“为他人作嫁衣裳”的尴尬境地。中国创造，除了需要中国技术，还需要中国创意。

最后，文化创意产业与高科技产业的融合趋势进一步深化。科学技术是文化创意产业的助推器，科技的发展不断拓展着文化创意产业的领域。文化创意产业借助科技手段改变了文化创意生产、传播和消费的方式，提高了文化的传播力和影响力。同时，科技也需要文化，文化创意产业植入高科技行业充分体现了高科技的人文价值。目前，以信息网络为载体的新型文化创意产品大量涌现，比如，网络游戏、数字出版、手机彩铃、手机报纸等。它们是将图像、文字、声音、影像等内容运用数字化技术进行整合和运用的产品或服务，是新经济时代信息技术与文化创意产业相互融合、相互支持的一体化产物。新的数字平台与服务模式的出现，以及快速发展的消费模式的运用，如宽带、3G移动技术、数字电视和数字广播等，都为文化创意产业的发展带来了各种机会。以创意为动力，将各种文化资源与最新数字技术相结合，融会重铸，从而使信息通讯产业的增值业务极大地丰富起来，并搭建起新的生产和消费方式，培育出新的消费人群，进而创造出更多的经济与社会价值。

由此可见，发展文化创意产业的意义不仅在于行业自身的壮大，而且还要关系到它对整个国民经济结构的改造和升级。在全世界范围内，文化创意产业正处于高速发展时期。然而，同蓬勃发展的产业实践相比，国内外有关文化创意产业的理论研究仍显滞后。现阶段，人们对文化创意产业自身的发展规律的认识还不够深刻，对文化创意产业对国民经济发展的作用还不够全面，已有的研究多是对文化创意产业内部各行业的描述，但对文化创意产业如何促进国民经济发展以及如何全面融入整个国民经济体系的研究还非常少见。

从社会经济发展的进程来看，文化创意产业是一个新兴的产业形态，它已经超越了传统物质经济所涉及的范围，而从属于非物质的精神经济范畴。以精神产品生产和消费为主导的精神经济反映了文化创意产业的经济属性，文化创意产业是新经济发展阶段的代表性行业。从这个角度，本书对文化创意产业的内涵和外延做了界定。文化创意产业的核心是精神产品，精神产品的属性决定了文化创意产业具有创新和文化的二向性特征以及规模报酬递增、高渗透性、外部性、高附加值性等特征。产品的多重属性使文化创意产业对国民经济的发展影响更加复杂、更加重要。为此，本书从产业结构、产业关联和经济增长等多个方面对文化创意产业的贡献进行了理论和实证分析。

文化创意产业对产业结构调整和优化升级有着重要的影响。为了说明这个问题，首先运用灰色关联方法对文化创意产业与传统三次产业之间的关系进行了实证分析，结果表明文化创意产业的发展有效促进了产业结构的高级化。另外，作为一个新兴产业门类，文化创意产业在整个产业结构体系中的地位非常特殊，它与传统三次产业之间都存在着交叉融合，可以从横向上整合纵向的产业价值链结构。因此，根据现代产业融合的特征，本书构建了以文化创意产业为中心的产业结构体系。这是对传统产业结构的重塑，突出了文化创意产业在产业结构演化中的重要作用。产业结构超前系数也证明了文化创意产业的先导性。

就产业关联来说，本书运用投入产出法，对我国文化创意产业的产业关联和波及效应进行了定量分析。研究表明，文化创意产业与许多产业部门有着密切的投入产出关系，特别是高技术制造业和知识密集型服务业。根据文化创意产业中间需求和中间投入状况，可以得知，我国文化创意产业不但对下游产业有较强的渗透性，而且对上游产业也有较大的带动能力。同时，我国文化创意产业的逆向波及效应和顺向波及效应较为显著，具备作为

支柱产业或者先导产业进行培育的条件。文化创意产业除了对其他产业的发展有带动作用外，更重要的是它的价值创造功能，与传统产业融合后能够提高传统产业的附加值，推进传统产业的升级。

就经济增长来说，本书首先分析了文化创意产业影响经济增长的机制；然后运用多维视角设定了文化创意产业本身贡献于经济增长的直接路径，以及文化创意产业通过人力资本状况、技术创新能力、文化价值观来影响经济增长的三条间接路径；最后，运用PLS路径分析方法对所提出的概念模型进行验证。研究表明，文化创意产业对经济增长的贡献更多地体现在其引致效应上面。这一结论深入地揭示了文化创意产业对经济增长的潜在的作用。

为进一步说明文化创意产业对经济增长的实际贡献，本书运用我国的时间序列数据和省域尺度的截面数据，从动态和静态两个方面进行了实证说明。实证结果表明，文化创意产业分别与人均GDP、全要素生产率存在长期的均衡关系。格兰杰因果关系检验表明，在短期内存在着文化创意产业与人均GDP和全要素生产率的单向因果关系。文化创意产业与经济增长的向量自回归模型也验证了协整分析的结果。这表明我国文化创意产业对经济增长的动态影响比较大，并且具有一定的持续性。因此，在制定产业发展的政策上，应注重文化创意产业的长期效应。在文化创意产业与经济增长关系的静态研究中，本书首先构建了文化创意指数，以此为反映文化创意产业发展状况的指标；然后对省域尺度的文化创意产业发展的状况运用因子分析进行了综合性评价。在此基础上，运用相关分析和回归分析两种方法对区域文化创意指数与区域经济增长的关系进行了实证研究。结果表明，区域文化创意产业的发展状况与区域经济增长之间存在显著的正向关联性，并且对区域经济增长的贡献非常明显，说明文化创意产业有力地推动了区域经济的发展。

在上述研究的基础上，本书最后有针对性地提出了我国发展文化创意产

业促进国民经济发展的若干政策，包括培育文化创意产业生产要素、加强与传统产业互动、发挥文化创意产业外部性等政策建议。

在“十二五”期间，推动文化产业成为国民经济支柱性产业是我国要实现的重要经济目标。能否成为支柱性产业，不仅要看文化产业自身产值的经济贡献，还应看它对整个国民经济的综合影响力，包括是否显著改变产业结构升级，是否有效改变经济增长方式，是否对其他产业起到带动作用等。因此，支持文化创意产业发展必须要有更为宏观的视野，从整个国民经济发展的角度审视文化创意产业，把文化创意产业融入到整个国民经济体系之中，使其渗透到国民经济的各个行业。唯有如此，才能发挥文化创意产业的支撑和引领作用，才能实现文化与经济的深度融合，才能真正使其成为国民经济支柱性产业。希冀文化创意产业能够成为资源约束条件下中国经济增长的新生力量和可持续发展的重要出路，这是课题组研究“文化创意产业与国民经济发展”的主要目的。当然，我们的研究是探索性的，仍然有许多不足之处，希望能够引起更多学者的关注，大家携手合作，共同推进我国文化创意产业的发展。

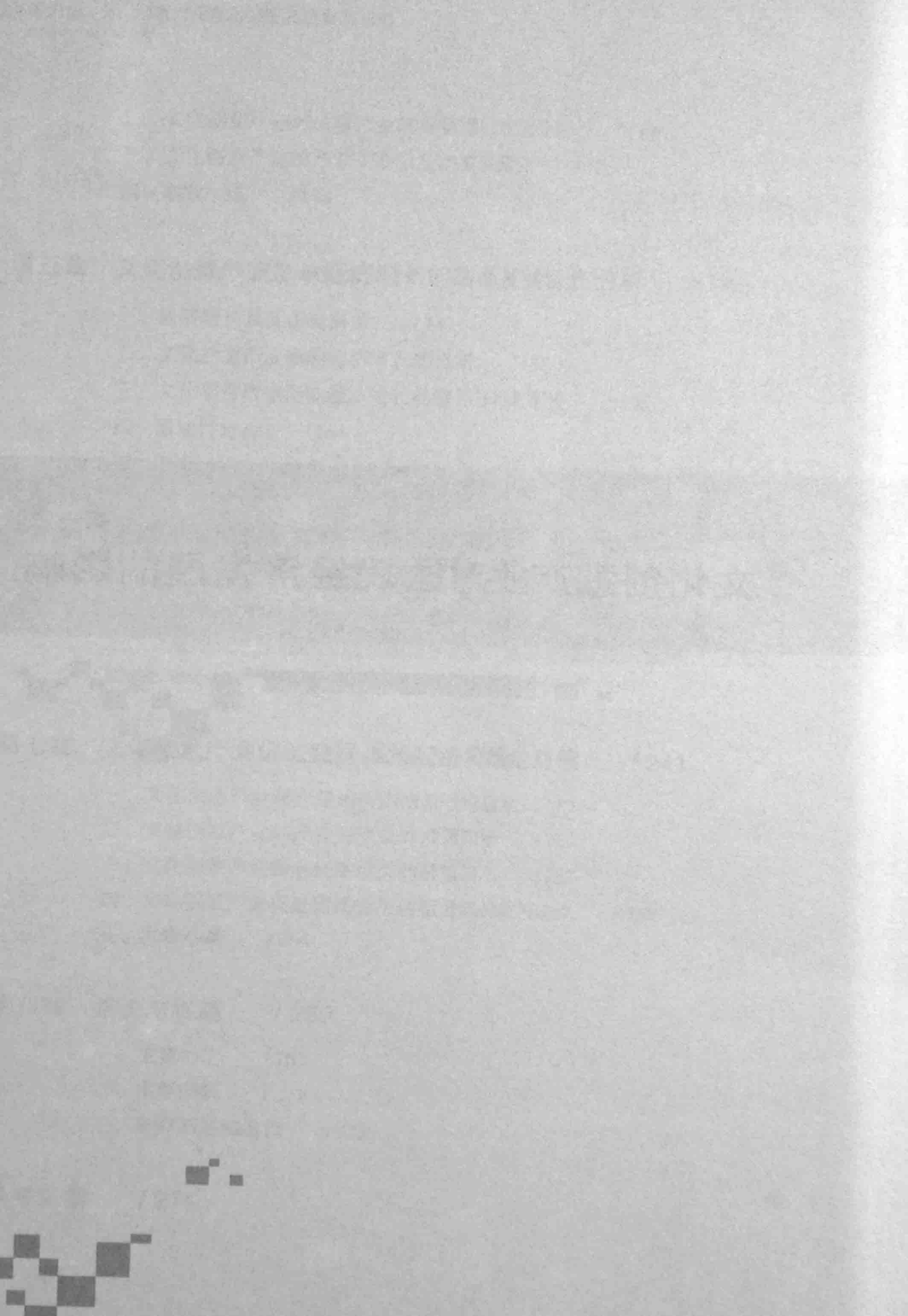
第一章	文化创意产业对国民经济发展的影响	/ 1
一、	文化创意产业发展的宏观背景	/ 4
二、	文化创意产业对经济发展的战略价值	/ 10
三、	研究文化创意产业与国民经济发展关系的意义	/ 15
四、	课题研究内容和技术路线	/ 18
五、	课题研究方法	/ 21
第二章	文化创意产业的基础理论分析	/ 23
一、	文化创意产业的研究综述	/ 25
二、	文化创意产业的理论分析	/ 40
三、	文化创意产业影响国民经济发展的机理分析	/ 56
四、	本章小结	/ 64
第三章	文化创意产业对产业结构的影响	/ 65
一、	经济发展的新阶段	/ 67
二、	文化创意产业与产业结构高级化	/ 70
三、	文化创意产业对产业结构的重塑	/ 82
四、	本章小结	/ 98
第四章	基于产业关联的文化创意产业的经济贡献分析	/ 101
一、	文化创意产业的产业关联结构分析	/ 103

二、文化创意产业对关联产业的价值增值效应分析	/ 112
三、文化创意产业的产业关联效应的实证研究	/ 125
四、本章小结	/ 144
第五章 文化创意产业影响经济增长的路径及验证性分析	/ 145
一、经济增长及其影响要素	/ 147
二、文化创意产业影响经济增长的机制	/ 151
三、文化创意产业影响经济增长的路径分析与假设	/ 158
四、验证性分析	/ 164
五、本章小结	/ 179
第六章 文化创意产业影响经济增长的实证分析	/ 181
一、文化创意产业对经济增长的贡献	/ 183
二、文化创意产业对经济增长的动态计量分析: 基于时间序列的数据	/ 188
三、文化创意产业对经济增长的综合影响: 基于省域尺度的数据	/ 209
四、本章小结	/ 240
第七章 文化创意产业促进我国国民经济发展的对策	/ 241
一、文化创意产业对产业结构影响的政策启示	/ 244
二、文化创意产业的产业关联及其政策启示	/ 250
三、文化创意产业影响经济增长的政策启示	/ 253
四、文化创意产业促进国民经济转型升级的政策建议	/ 259
五、本章小结	/ 264
第八章 结论与展望	/ 265
一、主要结论	/ 267
二、主要创新	/ 271
三、研究不足和展望	/ 273
参考文献	/ 274

第一章

文化创意产业对国民经济发展的影响





文化创意产业是国民经济体系中的一个新兴产业，在人们还没有充分认识它的时候，它就以惊人的速度快速发展起来。如今，文化创意产业受到许多国家和地区的广泛关注和大力推崇，尤其在发达国家，文化创意产业已经成为改变经济增长方式、促进产业结构升级、解决就业问题和加强社会凝聚力的战略选择。即使在发展中国家，文化创意产业也受到了空前的重视。以中国为例，随着社会主义文化强国建设步伐加快，以及推动文化产业成为国民经济支柱性产业的目标定位，文化产业在国民经济发展中的重要性日益显现。我们不禁要问：文化创意产业是怎样的一种产业形态？它为什么如此备受重视？它是在怎样的背景下产生的，又遵循怎样的产业运行规律？它的出现对整个国民经济的发展有着怎样的影响？以及它是通过何种途径促进经济增长的？这些问题是本书关注的焦点。

一、文化创意产业发展的宏观背景

文化创意产业的产生不是偶然的，它是一个国家和地区经济发展到一定水平后的必然产物，与一个国家和地区的经济发展阶段有着紧密的联系。因此，它的提出有着深刻的时代背景。

1. 精神文化需求的快速增加，催生了文化创意产业的蓬勃发展

20世纪80年代以来，经济进入了新的发展阶段，信息技术被广泛应用，文化、知识的流通速度大大加快，新技术和新知识不断产生，文化、知识对经济发展的潜在作用渐渐显现出来。随之，人们的经济生活也发生了重大变化。首先，社会物质生产力迅速提高，物质产品变得极为丰富，物质财富在人们生活中的重要性开始下降，摆脱了物质束缚后，精神文化需求被有效释放出来，精神财富的重要性与日俱增。其次，先进技术和生产手段的运用，使人们的工作时间大幅缩短，人们拥有越来越多的时间从事休闲娱乐活动，大大改善了生活质量，精神文化消费已经成为人们日常生活中必不可少的组成部分。需求创造财富，需求催生产业。这些外部需求环境的变化为文化创意产业的发展创造了良好的条件，或者说文化创意产业是适应消费需求变化新趋势的产业。

美国是世界上文化创意产品的出口大国，文化创意产业产值最大。早在2000年，美国电影、电视、网络、软件和出版等总收入已达700亿美元，成为美国出口创汇仅次于航天产业的第二大产业。英国是最早提出并把文化创意产业作为国家战略产业的国家，自1998年以来，英国创意产业产值年均增长6%，大大超过传统工业2.8%的增长率，并成为雇佣就业人口的第一大产业，