

睿智风华·学术文库

价值链视角下 创意产业功能演化研究

张艳辉◎著



华东理工大学出版社
EAST CHINA UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

价值链视角下 创意产业功能演化研究

张艳辉 著

图书在版编目(CIP)数据

价值链视角下创意产业功能演化研究/张艳辉著.
—上海:华东理工大学出版社,2011.2
(睿智风华·学术文库)
ISBN 978-7-5628-2949-2

I. ①价… II. ①张… III. ①文化-产业经济学-研究 IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 257046 号

价值链视角下创意产业功能演化研究

张艳辉 著

责任编辑/刘 军

责任校对/陈孟昀

封面设计/裘幼华

出版发行/华东理工大学出版社

社 址:上海市梅陇路 130 号,200237

电 话:(021)64250306(营销部)

传 真:(021)64252707

网 址:press.ecust.edu.cn

印 刷/江苏句容市排印厂

开 本/890 mm×1240 mm 1/32

印 张/8

字 数/193 千字

版 次/2011 年 2 月第 1 版

印 次/2011 年 2 月第 1 次

书 号/ISBN 978-7-5628-2949-2/F·233

定 价/58.00 元

(本书如有印装质量问题,请到出版社营销部调换。)

序一

我国经济增长中的结构问题由来已久,其中产业结构的转型和升级问题尤为突出。受政府管制、产权制度、全球供应链体系和技术因素等约束,我国产业结构失衡和产业价值链低端徘徊等仍很严重,由“中国制造”向“中国创造”转型始终只是理论与实业界的期盼,把中国所谓的世界工厂转换为世界市场的策略更是透出一种无奈。

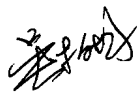
但在中国产业结构转型过程中,一些新产业的生长则给我们带来了希望,事实上这些新的产业正在对上下游产业产生关联辐射作用。其中创意产业就是一例。她通过其融合创新功能,将各种创新要素通过创造性的融合,使创新系统的整体功能发生质的飞跃,形成独特的不可超越的创新能力。但遗憾的是,在社会舆论对创意产业热切关注并给予厚望的同时,理论界对创意产业的研究还不够深入。对创意产业的概念界定和细分产业类别缺乏统一口径,对创意产业的运作模式和功能定位没有深入分析,创意产业发展政策的制定存在随意性和主观性,有关创意产业的研究方法

也有待探索。

令人欣慰的是,作为一名青年学者,张艳辉博士近几年一直对创意产业怀有高度的研究热情,并以一种理性、科学的研究态度不断推出研究成果,并主持了多项有关创意产业的省部级课题。本书正是这几年研究成果的汇总整理。在对创意产业功能定位及发展趋势的研究中,作者采用了演化经济理论的思维模式。从几年前我向作者推荐这一理论及相关书籍,到今天这一著作的出版,张艳辉博士一直处于孜孜不倦的研究状态中。我也有幸见证了一位青年学者的成长历程。

本书对创意产业的研究采用了价值链的视角,在分析创意产业价值链构成要素及运行方式基础上,运用投入产出法论证了其作为主导产业的功能定位。针对世博会这一重大历史契机,探讨了企业创新能力、人才集聚度、政府政策法规、社会氛围等对创意产业竞争力的作用机制。最后在论证我国外向型产业全球价值链低端锁定基础上,指出创意产业如何发挥其融合创新功能,带动产业整体升级。事实上,创意产业本身就是研发、设计、咨询、传媒等行业的虚拟综合体,当创新能力成为各产业发展的普遍推动力,资源与环境对人类生存与发展不构成压力,创意不再成为稀缺要素,创意产业中的创新要素将真正回归、融合到上下游产业中去,创意产业的历史使命也将终结。

希望本书的出版将为创意产业研究提供新的视点,希望作者能在今后的学术研究中继续保持激情与理性。毕竟,探索是一项使命。



庚寅年秋日

序二

目前,国内外创意产业研究总体概况是长于广泛而拙于深刻,距离一般均衡模型的标准很远,但这并不是大问题,因为理论总是灰色的,只有实践的生命之树常青。作为一个方兴未艾的产业,中国创意活动的追赶速度和实践规模尤其令人欣慰。至于说到中国的创意活动是否已达到了产业级的水平,则是值得商榷的。从这个角度看问题,张艳辉博士以价值链的视角研究创意产业,显然具有前瞻性研究意义。

多数研究者都同意,创意和创意产业不是一回事,有创意的产品与其有无以市场论规模的供给和需求也不是一回事。从市场经济的角度看待创意产品,供给者欲获得需求者的竞争性出价,无疑也要完成“惊险地一跳”。这就是说,根据市场经济的消费者主权逻辑,由一个独一无二的“主意”所生产出来的产品,天然地是差异化产品,但它是否对其他人构成强大的正效用,则不能指望“自卖自夸”或劳动时间的投入。那么,人类既有的经济实践能为创意产品及其产业化前景提供哪些可靠和乐观的预期呢?

与传统制造业和大规模、标准化生产的现代制造

业相比,供给更差异化的产品无疑是创意产业的第一个关键词。这在空间经济学里已经得到证明——与传统的均质化农产品相比,由城市提供的差异化工工业品被理论和实践证明具有更光明的市场前景和经济收益,于是工业社会取代了传统的农业社会。此为人类生产方式的进化过程。正如公元前一万年至八千年间定居农业时代逐步取代狩猎时代一样,凡未能适应这个变化的人种现在都不存在了。由此构成了人们看好创意产业发展的一个有历史根据的强硬理由。

人类现代生产力水平和消费水平一直在强化而非减少市场的差异化供给和选择性消费趋势。前者的经济学成本-收益分析稍微复杂一些,而对后者的分析显然不宜由经济学家的观点独占鳌头。受自由精神驱使的现代人类个性,正在为差异化到独一无二的创意产品提供一个市场的天堂。这个天堂正在建造中,但却永无完工之日——只要人们的个性延展不受阻滞。正因为如此,货真价实的女性时装店是破产概率最小的行当。

市场经济也称自由经济,记住其“一个巴掌拍不响”的特征对于理解市场机制非常关键。将创意产品纳入市场分析尤其不能忽略这个特征。当创意产品达到产业规模的时候,不管人类是否为“灵感”的生产和消费找到了一般均衡的数学表达,人们都能很直观地理解创意产业在整个价值链上的新变化。比如,当灵感和创意主要来自人的大脑的时候,可以从事这种生产的人就太多了,所有购买了创意产品的消费者都可能受到启发而成为下一个创意产品的生产者。心理学领域少有的共识之一,正是承认人的好奇心位居于所有心理特征之首。接下来的问题便是有意从事再创造者与止于对创意产品进行欣赏和评价者的行为及其后果。

张艳辉博士在本书中描述了上海市的创意园区曾集中在废旧厂房的事实,暗示了在电脑的帮助下,许多创意产品生产所需要的相对固定成本(资本)是很少的。正鉴于此,从事创立产品的资本门槛很低,进而容易吸引更多的人从事“灵感生产”,来试一试自己

灵感的经济价值,从事创造性工作。这不正是《共产党宣言》所期待的那种“每个人全面发展”和“一切人的全面发展”的一个具体形式吗?而只乐于评价创意产品的人则恰好构成了如哈贝马斯所说的由公共舆论开辟的公共领域。中国人对北京奥运场馆和上海世博各国场馆的评价就是近期比较典型的例证之一。

张艳辉博士在本书中涉及创意产业与消费者关系的评价有一定说服力,但我有一点不同看法。创意产品的消费者愿意为个性化产品多付费应该是一个事实。由于天然缺乏充分竞争构成创意产品交易的一个特征,因此较高的交易价格很可能是在尽量挤掉竞争价格下消费者剩余后取得的,这才符合人们基于好奇心而追求个性化产品的实证科学结论。而由各种不可再生资源经过“创意化”生产和加工后被抬升了的交易价格,则意味着每单位不可再生资源的经济价值之大幅度提高,节约型经济的意义不就昭然若揭了吗?比如,巴黎时装周上走秀的模特儿每一步价值数千欧元。我们知道,决定这个价格的不是可以工业化、大批量生产的面料和装饰,而是设计师对此进行的创造性组合,致使每单位面料被重新配置后的整体价格暴涨。

张艳辉博士新意颇多的研究成果没有深入涉及创意产品生产所必需的自由条件,似乎暗示了本书的一个明显缺憾。据我所知,国外关于创意经济研究最引人注目的成果之一,是敢于公开承认自己有同性恋倾向的人数与该地创意经济的活力成正比关系。思想和大脑是最自由的,在现代社会,创意经济所需的重要环境条件首推自由宽松的社会氛围。我期盼张博士在未来的研究工作中在保持勤奋精神的同时借鉴更多相邻学科的成果,在学术探索中更上一层楼。是为序!

杨宇立

2010年11月18日

前言

随着创意产业的逐渐兴起,其产业功能和演进趋势开始受到人们的关注。目前世界上不少国家和地区都把创意产业列为新兴的支柱产业。英国、新加坡、澳大利亚等国都相继颁布了创意产业发展规划,以此来积极推动创意产业的发展,提高本国在知识创新时代的国际竞争力。但无论是理论界还是实际决策部门对如何发展创意产业都缺乏深入研究,无法准确把握创意产业在我国未来产业结构调整和城市功能完善中的定位。

针对创意产业在我国的发展现状,本书以价值链为切入点,遵循演化经济的思想,提出通过发展新兴产业如创意产业,推动区域产业升级的战略设想。在前面章节中,主要介绍了有关创意产业的研究背景,以及主要研究的问题,即如何拓展创意产业价值链,提高创意产业对上下游产业的创新辐射效应,推动产业升级。目前对创意产业的概念内涵尚无统一的标准。创意产业这一概念的提出,正是为了提高国家的创新能力,所以创意产业不能局限于服务业,制造业同样具有创意的成分。制造业中创新行为发挥主要作用的研发环

节,同样是创意产业的组成部分。创意产业这一概念的提出本身就是产业价值链融合的产物。

目前对于创意产业的研究尚无固定的模式和方法。本书以演化经济理论作为研究的主要依据,将演化经济对创新的阐释应用于对创意的研究。创意产业属于知识密集型产业,城市经济增长必须发挥知识的集聚与溢出效应。本书探讨了创意产业价值链的构成,指出人力资本、文化资本、产业资本、技术资本等四大要素推动了创意产业的成长。创意产业价值链有其独特的运行方式。其中,创新能力是创意产业价值链的核心要素。差异化竞争是创意产业创新行为的市场实现方式。本书分别从产业组织视角和演化经济视角对创意产业的差异化竞争行为进行了理论解释。歧视性定价是实施价格竞争的有效方式。创意产品实施歧视定价策略的关键问题是分割消费者群体,以防止消费者的套利行为。本书以网络游戏产品为例,阐述了信息技术对于信息产品歧视性定价的影响,从企业利润最大化的角度设计出信息产品的歧视性定价方案,并在此基础上进行福利分析,指出信息产品的歧视性定价能够有效提高社会福利水平。所以,差异化竞争和价格歧视是创意产业的主要特征之一,也是延伸其价值链获得更多利润的主要竞争方式。

在明确创意产业价值链运行特征和价格竞争方式的基础上,本书分析了创意产业的功能定位,以及在经济结构中的演化趋势。根据主导产业的几个选择基准,创意产业在我国一些大城市,如上海,已经具备了主导产业的功能。通过分析直接消耗系数等,揭示了创意产业与其他产业存在密切的关联关系。发展创意产业可以充分发挥上海在地理环境、经济、人才资源方面的优势,创意产业的兴起体现了城市产业结构的变迁。创意产业的发展受到诸多因素的影响。上海世博会是实现创意产业快速发展的重大契机。通过整理创意产业研究文献,设计调研问卷,对世博会效应、创意产业竞争力等进行了测量。在现有理论上,构建了一个关于世

博会对创意产业影响程度的模型。通过问卷调研和数据分析,考察世博会如何通过企业创新能力、人才集聚度、政府政策法规、社会氛围这些中介变量,对创意产业竞争力产生影响。分析表明,世博会通过人才、政策法规、社会氛围等因素间接影响了创意产业的发展。世博会对技术创新的促进作用较大,但技术创新的提升对上海市创意产业的促进作用并不明显。

产业政策对创意产业竞争力具有显著的影响作用。各国针对创意产业的鼓励创新政策为创意产业的发展提供了有效的政策支持。在创新政策体系中,科技奖励政策极为重要。各国的科技奖励政策从物质与精神方面激励了科技创新行为。通过对上海市科技成果获奖的数据分析,探讨影响科技政策经济效益的主要因素。分析结果表明,知识产权、需要成果转化及产业化经费对利润增加率及税收增加率有正向影响作用,而人才培养对利润增加率和税收增加率则起到负作用,这意味着上海科技奖励政策在人才激励方面还存在问题。进一步的调查问卷分析显示,目前的奖金分配制度不够完善,这在一定程度上抑制了科技人才创新能力的提升。

上述内容对创意产业的功能定位、影响因素、政策支持等进行了分析。最后一章则从价值链视角探讨创意产业如何发挥其融合创新功能,带动产业整体升级。根据全球价值链理论,具有控制权的企业,在完成产业的全球性布局之后,会牢牢控制战略性环节,把落后地区的企业锁定在价值链低端。这一不平等地位将抑制我国外向型经济的产业升级。本章以长三角电子及通信设备制造业为例,论证了我国外向型产业的低端锁定。发展创意产业,应充分发挥其融合创新功能,延伸创意产业链条,提升制造环节的价值获取能力。培育优势创意产业,加强研发、设计、咨询等产业的关联辐射能力。推进园区集聚,形成以分工和效率为基础的创意产业网络,由服务外包到输出原创,攀升价值链高端环节。通过创意产业的创新扩散和功能演进,最终推动创意产业与城市经济的融合发展。

目录

第一章 绪论	1
1.1 研究问题的提出	1
1.2 相关概念辨析与界定	3
1.2.1 创意产业	3
1.2.2 价值链	6
1.2.3 演化	8
1.3 研究路径与方法	10
1.4 研究意义与创新之处	11
 第二章 文献综述与理论基础	14
2.1 知识与城市经济增长研究综述	14
2.1.1 知识的内涵及分类	15
2.1.2 知识要素投入与城市经济增长	15
2.1.3 知识外溢与城市经济增长	18
2.2 创意产业研究综述	19
2.2.1 创意产业的特征	19
2.2.2 创意产业的功能定位	20

2.2.3 创意产业发展中存在的问题	21
2.2.4 创意产业的发展措施	23
2.3 产业升级与全球价值链理论研究综述	26
2.4 对产业现象的演化经济解释	29
2.4.1 生物体与企业的相似性	30
2.4.2 对产业结构理论有关问题的重新阐释	31
2.4.3 对产业组织理论有关问题的重新阐释	34
2.4.4 对产业集群理论有关问题的重新阐释	37
2.5 演化经济理论在创意产业研究中的应用	38
2.5.1 组织生态理论中的演化经济思想	38
2.5.2 演化经济视角下对创意产业的研究内容	41
2.5.3 演化经济视角下创意产业的研究价值	43
 第三章 创意产业价值链的运行特征及价格竞争	 46
3.1 创意产业价值链的分解与构建	46
3.1.1 创意产业价值链的构成	46
3.1.2 创意产业价值链的特征	48
3.2 创意产业价值链的核心要素：创新能力	51
3.2.1 创新能力作为价值链核心要素的演化经济 解释	51
3.2.2 创意产业演进中的创新特征	53
3.3 创意产业创新行为的市场实现：差异化竞争	55
3.3.1 对创意产业差异化竞争的产业组织解释	55
3.3.2 对创意产业差异化竞争的演化经济解释	58
3.3.3 创意产业差异化竞争的现实选择	59
3.4 创意产业的价格竞争与福利分析	61

3.4.1 创意产业实施价格歧视的技术基础	61
3.4.2 创意产品价格歧视的方案设计	64
3.4.3 创意产品价格歧视的福利分析	70
3.5 案例分析:网游产业的价值链及价格竞争	72
第四章 创意产业的功能定位及演化趋势	76
4.1 创意产业的功能定位	76
4.1.1 主导产业的选择基准	76
4.1.2 上海创意产业的功能定位——主导产业	80
4.2 创意产业的关联效应分析:以上海为例	86
4.2.1 研究方法与数据说明	86
4.2.2 创意产业对其他产业的中间需求分析	87
4.2.3 创意产业对其他产业的中间投入分析	92
4.2.4 创意产业的感应度与影响力分析	95
4.2.5 创意产业的生产结构与成本效益分析	98
4.3 城市产业结构的变迁及影响	101
4.3.1 产业结构演化的一般规律	101
4.3.2 城市产业结构演化的一般规律	104
4.3.3 城市产业结构变迁对经济增长的影响	105
4.4 创意产业价值链在经济结构中的演化	111
4.4.1 创意产业价值链的演化	111
4.4.2 案例分析:动漫产业价值链	115
第五章 创意产业价值链的影响因素	120
5.1 创意产业支持系统的构成	120
5.1.1 基于钻石模型的创意产业支持系统	120

5.1.2	“3T”理论与欧洲创意指数	122
5.1.3	城市创意指数的构成	123
5.2	“后世博期”上海创意产业影响因素分析	127
5.2.1	文献回顾与研究假设	128
5.2.2	研究方法	134
5.2.3	研究结果	138
5.2.4	几点结论	146
第六章	创意产业的政策支持系统	149
6.1	创意产业的创新政策体系	149
6.1.1	各国针对创意产业的鼓励创新政策	149
6.1.2	上海发展创意产业的优惠政策	155
6.2	科技奖励政策对创新的鼓励措施	157
6.2.1	国外科技奖励政策对创新的鼓励措施	158
6.2.2	上海科技奖励政策对创新的鼓励措施	160
6.3	上海市科技奖励政策的经济绩效分析	163
6.3.1	模型构建的理论基础	164
6.3.2	数据来源	167
6.3.3	获奖成果获奖前后的经济效益比较	169
6.3.4	获奖科技成果经济效益的影响因素研究	171
6.4	上海现行科技奖励政策实施中存在的问题	174
6.4.1	科技奖励数目方面存在潜在需求,奖励标准 偏低	175
6.4.2	奖励数目和奖金额度缺乏有效的参考标准	177
6.4.3	科技奖励有明确的奖励标准,但无具体的分配 标准	177

6.4.4 派生奖励缺乏规范,科技奖励的负面效应日益显现	178
6.5 上海市完善与推进科技奖励政策的建议	179
6.5.1 完善奖励结构,提高奖励力度	179
6.5.2 完善奖金分配方式,促进科学研究的团队合作	182
6.5.3 规范派生奖励措施,正确引导科技人员的价值取向	184
6.5.4 鼓励增设民间奖励,丰富奖励对象与奖励层次	185
第七章 价值链视角下创意产业融合创新的路径选择	188
7.1 我国外向型产业在全球价值链中的定位	188
7.1.1 全球价值链的形成及特征	188
7.1.2 我国外向型制造业在全球价值链中的低端锁定	190
7.1.3 全球价值链下产业升级的一般路径	191
7.1.4 价值链治理结构对产业升级的影响	194
7.2 长三角在全球价值链的低端锁定	197
7.2.1 电子及通信设备制造业的全球价值链分布	197
7.2.2 实证分析模型与数据	199
7.2.3 实证分析结果	201
7.3 发挥创意产业创新融合功能的具体措施	208
7.3.1 以链条延伸获取专业信息,提升制造环节的价值获取能力	208
7.3.2 培育优势产业,加强研发、设计、咨询等产业的关联辐射能力	210
7.3.3 拓展创意产业链条,形成跨链条互动能力	211

7.3.4 推进园区集聚,形成以分工和效率为基础的创意 产业网络	213
7.3.5 由服务外包到输出原创,攀升价值链高端环节	216
7.3.6 培育优势环节,形成基于价值链的区域合理 分工	217
参考文献	221
附件 调查问卷	232