



中/青/文/库

文化创意产业发展 及其扩散效应研究

周 宇◎著

中国社会科学出版社



中/青/文/库

本书得到中国青年政治学院出版基金资助

文化创意产业发展 及其扩散效应研究

周 宇◎著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化创意产业发展及其扩散效应研究/周宇著. —北京: 中国社会科学出版社, 2015. 4

ISBN 978 - 7 - 5161 - 5581 - 3

I. ①文… II. ①周… III. ①文化产业—产业发展—研究—中国
IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 037407 号

出 版 人 赵剑英

责任编辑 李炳青

责任校对 朱妍洁

责任印制 李寡寡



出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 (邮编 100720)
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 北京金瀑印刷有限责任公司

版 次 2015 年 4 月第 1 版

印 次 2015 年 4 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

印 张 9

插 页 2

字 数 140 千字

定 价 35.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社联系调换

电话: 010 - 84083683

版权所有 侵权必究

《中青文库》编辑说明

中国青年政治学院是在中央团校基础上于1985年12月成立的，是共青团中央直属的唯一一所普通高等学校，由教育部和共青团中央共建。中国青年政治学院成立以来，坚持“质量立校、特色兴校”的办学思想，艰苦奋斗、开拓创新，教育质量和办学水平不断提高。学校是教育部批准的国家大学生文化素质教育基地，中华全国青年联合会和国际劳工组织命名的大学生KAB创业教育基地。学校与中央编译局共建青年政治人才培养研究基地，与北京市共建社会工作人才发展研究院和青少年生命教育基地。

目前，学校已建立起包括本科教育、研究生教育、留学生教育、继续教育和团干部培训等在内的多形式、多层次的教育格局。设有中国马克思主义学院、青少年工作系、社会工作学院、法律系、经济系、新闻与传播系、公共管理系、中国语言文学系、外国语言文学系等9个教学院系，文化基础部、外语教学研究中心、计算机教学与应用中心、体育教学中心等4个教学中心（部），轮训部、继续教育学院、国际教育交流学院等3个教学培训机构。

学校现有专业以人文社会科学为主，涵盖哲学、经济学、法学、文学、管理学5个学科门类。学校设有思想政治教育、法学、社会工作、劳动与社会保障、社会学、经济学、财务管理、国际经济与贸易、新闻学、广播电视学、政治学与行政学、汉语言文学和英语等13个学士学位专业，其中社会工作、思想政治教育、法学、政治学与行政学为教育部特色专业。目前，学校拥有哲学、马克思主义理论、法学、社会学、新闻传播学和应用经济学等6个一级学科硕士授权点和1个专业硕士学位点，同时设有青少年研究院、中国马克思主义研究中心、中国志愿服

务信息资料研究中心、大学生发展研究中心、大学生素质拓展研究中心等科研机构。

在学校的跨越式发展中，科研工作一直作为体现学校质量和特色的重要内容而被予以高度重视。2002年，学校制定了教师学术著作出版基金资助条例，旨在鼓励教师的个性化研究与著述，更期之以兼具人文精神与思想智慧的精品的涌现。出版基金创设之初，有学术丛书和学术译丛两个系列，意在开掘本校资源与移译域外菁华。随着年轻教师的剧增和学校科研支持力度的加大，2007年又增设了博士论文文库系列，用以鼓励新人，成就学术。三个系列共同构成了对教师学术研究成果的多层次支持体系。

十几年来，学校共资助教师出版学术著作百余部，内容涉及哲学、政治学、法学、社会学、经济学、文学艺术、历史学、管理学、新闻与传播等学科。学校资助出版的初具规模，激励了教师的科研热情，活跃了校内的学术气氛，也获得了很好的社会影响。在特色化办学愈益成为当下各高校发展之路的共识中，2010年，校学术委员会将遴选出的一批学术著作，辑为《中青文库》，予以资助出版。《中青文库》第一批（15本）、第二批（6本）、第三批（6本）出版后，有效展示了学校的科研水平和实力，在学术界和社会上产生了很好的反响。本辑作为第四批共推出12本著作，并希冀通过这项工作的陆续展开而更加突出学校特色，形成自身的学术风格与学术品牌。

在《中青文库》的编辑、审校过程中，中国社会科学出版社的编辑人员认真负责，用力颇勤，在此一并予以感谢！

让市场机制在促进文化创意 产业发展中发挥更大作用 (代序)

曹玉书

在党的十八届三中全会胜利闭幕之时，听到一个好消息，我的学生周宇的博士论文《文化创意产业发展及其扩散效应研究》在顺利通过答辩以后，获得了学校的资助，即将在中国社会科学出版社出版。我在她的邀约下，来写篇序言。

文化体现着国家的“软实力”，反映其国际竞争力。党的十七届六中全会以来，文化大发展、大繁荣被明确提出，党的十八大报告中更是明确提出要建设社会主义文化强国。文化创意产业是文化产业中的重要组成部分，是文化产业与高科技、创意产业相结合的结晶。随着社会经济的发展和居民收入水平的提高，人们对于精神产品方面的需求不断增加。大量文化创意产品应运而生，并促进了文化创意产业的迅猛发展，逐步成为新的重要的经济增长点。

从全球范围来看，许多国家尤其是欧美发达国家，文化创意产业成为最具发展潜力的朝阳产业。文化创意产业对整个经济发展将产生巨大的推动作用，这一点基本得到各国的认同。就中国而言，不论是文化创意产业的理论，还是文化创意产业的发展，都处于初始阶段。但是，文化创意产业在整个产业体系中所占的重要地位已经显现。当前中国正处于转变经济发展方式的关键阶段，如何合理调整产业结构，促进支柱产业、新兴产业发展，以此带动相关产业进步，从而加快经济发展方式转变速度、提升产业结构水平，是社会各界关注的焦点。文化创意产业作为新兴产业、朝阳产业、先导产业，如何发挥其在经济社会发展、产业

结构调整中的重要作用，具有重大的研究意义。

明晰文化创意产业的基本概念，加强文化创意产业的理论研究，厘清文化创意产业的发展思路，是培育和发展文化产业的重要前提和指引。这对发挥文化创意产业在经济社会发展和民生改善中的重大作用，具有重要的理论价值和现实意义。

在这样的背景下，周宇同学选择这个研究课题来完成自己的博士论文，我是非常赞同的。周宇同学在攻读博士学位之前就已经是大学的副教授、硕士生导师了，可是她能以十分谦逊的态度认真完成各项课业，并且取得优异的学业成绩，这很让我赞赏。周宇学术研究的态度是非常严谨的，在她写作论文期间，我们多次就论文内容进行沟通，形成了不少共识，其中最重要的共识就是发展文化创意产业需要市场机制作用的发挥。

文化创意产业是以创新为特征的产业，在现代市场经济中，任何创新都会带来超额利润。超额利润的存在成为激发厂商进一步进行创新的内在动力。通过生产有创意的产品就可以在短期内获得超额利润。而长期竞争又使这种创新的动力持久不衰，成为有效促进经济社会发展的强劲动力。文化创意产业能否持续发展，关键是市场机制的作用能否充分发挥。这是由文化创意产业的自身特征及其发展规律决定的。作为一个产业，文化创意产业的突出特点是个性化和创新性。这些特点是这个产业发展的原动力。而市场机制的内在规律，首先是竞争规律，优胜劣汰，物竞天择。在激烈竞争中，那些个性化强、创新性突出的文化产品会脱颖而出，形成品牌，生成产业，并带动相关产业发展。

党的十八届三中全会明确提出，要发挥市场配置资源的决定性作用。这在改革理论创新上具有里程碑的意义。对于文化创意产业的发展，必将发挥极大的促进作用。我们相信，随着全面改革的推进和深化，市场机制的作用会充分发挥，为文化创意产业的发展带来生机与活力，促进文化创意产业蓬勃发展。真挚祝愿周宇能不断深造，在文化创意产业的理论研究方面再有新的建树，为这一产业的发展做出新的贡献。

2013年12月9日于北京

目 录

第一章 导论	(1)
第一节 文化创意产业发展的背景条件	(1)
第二节 文化创意产业研究综述	(11)
一 对文化创意产业的研究	(11)
二 文化创意产业发展政策的研究	(14)
三 文化创意产业与文化创意产业发展政策关系的研究	(17)
四 文献评析	(19)
第二章 理论准备:几个概念的厘清	(20)
第一节 产业:基础概念的内涵	(20)
第二节 文化与文化产业:文化产业的概念能否成立?	(22)
第三节 文化创意产业:概念的核心是创新	(24)
第四节 产业的扩散效应	(28)
第五节 文化创意产业的扩散效应	(30)
第三章 发达国家文化创意产业的发展	(34)
第一节 美国文化创意产业的发展	(34)
一 美国文化创意产业的发展状况	(34)
二 美国促进文化创意产业发展的措施	(36)
第二节 英国文化创意产业的发展	(38)
一 英国的文化创意产业发展状况	(38)
二 英国促进文化创意产业发展的措施	(39)
第三节 日本文化创意产业的发展	(41)

一	日本的文化创意产业发展状况	(41)
二	日本促进文化创意产业发展的措施	(42)
第四节	韩国文化创意产业的发展	(44)
一	韩国文化创意产业发展状况	(44)
二	韩国促进文化创意产业发展的措施	(45)
第五节	发达国家发展文化创意产业可资借鉴的经验	(47)
一	充分发挥市场机制的作用	(47)
二	政府支持文化创意产业的发展	(48)
三	加大对文化创意产业的资金投入	(50)
四	加强文化创意产业立法	(50)
五	建立著作权法律救济制度	(51)
六	营造优秀人才脱颖而出的环境	(52)
第四章	中国文化创意产业的发展	(53)
第一节	中国文化创意产业的发展现状	(53)
一	中国文化创意产业的发展历程	(53)
二	中国文化创意产业的特点	(57)
第二节	中国文化创意产业的发展机遇	(59)
一	中国有丰厚的文化资源	(59)
二	中国有巨大的市场需求	(60)
三	具有反周期特性的文化创意产业恰逢金融危机	(61)
第三节	中国发展文化创意产业面临的问题	(63)
一	文化创意产业发展的基础比较薄弱	(63)
二	文化创意产业发展的经济社会环境还不理想	(64)
三	文化创意产业的扩散效应还没有充分发挥	(66)
四	教育体制和社会传统制约了文化创意产业人才的 大量涌现	(67)
五	文化创意产业的投融资体系还不健全	(68)
六	文化创意产业的科技支撑作用还很弱	(68)

第五章 文化创意产业扩散效应的计量研究	(70)
第一节 文化创意产业发展与经济增长之关系的计量研究	(70)
一 模型设定	(70)
二 数据来源与检验	(72)
三 文化创意产业发展综合指标的构建	(75)
四 文化创意产业与经济增长的因果关系研究	(77)
五 文化创意产业对经济增长的贡献份额研究	(81)
六 结论	(83)
第二节 文化创意产业发展与产业结构调整之关系的 计量研究	(84)
一 模型假设	(84)
二 数据选取	(85)
三 模型验证	(87)
四 研究结论:发展文化创意产业将有效优化产业 结构	(96)
第六章 文化创意产业发展的对策建议	(98)
第一节 科学界定政府的行为边界,营造良好的宏观环境	(98)
一 校正政府的职能定位	(98)
二 提升政府的宏观管理能力	(99)
三 放松政府的行业管制	(100)
四 强化政府的服务职能	(101)
第二节 加快立法工作,完善产业规划与政策	(102)
一 加快文化创意产业的立法工作	(102)
二 制定文化创意产业的发展规划	(104)
三 制定鼓励文化科技创新的政策	(107)
第三节 促进企业发展,夯实产业发展的主体基础	(109)
一 加快确立文化创意企业的市场主体地位	(110)
二 大力推动文化创意企业的产权制度改革	(110)
第四节 优化文化创意产业结构,增强其扩散效应	(112)

一	调整文化创意产业的内部结构	(112)
二	优化文化创意产业的区域结构	(113)
第五节	加大财税支持力度,扶植优秀文化创意项目	(114)
第六节	拓展融资渠道,提升融资扶持力度	(115)
一	大力发展文化创意产业基金	(115)
二	加大传统金融的支持力度	(118)
三	提供更便利的投融资服务	(119)
第七节	为文化创意人才营造良好的发展环境	(121)
一	调动现有人才的工作积极性	(122)
二	大力培养和引进人才	(123)
三	建立职业资格证书制度	(123)
第八节	开拓国际市场,提升国际竞争力	(123)
一	培育一批外向型文化创意企业	(126)
二	加强对外文化品牌建设	(126)
三	扶持对外文化重点项目	(127)
四	借助多种力量开拓国际市场	(127)
五	对部分国外产品设置准入门槛	(128)
结论		(130)
后记		(132)

第一章 导论

文化体现着国家的“软实力”，反映其国际竞争力，党的十七届六中全会以来，文化大发展大繁荣被明确提出，中国文化体制改革由点到面、逐步推开、不断深化，文化生产力大大解放，文化活力进一步增强，文化产业得到快速发展，中共十八大报告中更是明确提出要建设社会主义文化强国，推动社会主义精神文明和物质文明全面发展，建设面向现代化、面向世界、面向未来的，民族的科学的大众的社会主义文化。在此背景下，文化创意产业作为科技与文化完美结合的新产业，获得了前所未有的发展空间。

第一节 文化创意产业发展的背景条件

文化产业的发展，在创造性地改造计划经济条件下形成的国家文化形态和文化结构的同时，也在创造性地建构中国的新文化、新经济格局。中国政府为发展文化产业，进一步规范和完善文化市场，扶持文化产业发展，相继出台了一些政策，极大地推动了中国文化产业的发展。

2000年10月，中共中央关于“十五”规划的“建议”中第一次明确提出要“推动有关文化产业的发展”，2001年3月这一建议被纳入国家“十五”规划纲要。2002年1月，国务院办公厅转发文化部、国家计委、财政部《关于进一步加强基层文化建设的指导意见》，提出要切实加大对基层文化建设的投入，确保文化事业经费的增长不低于当年财政收入的增长幅度。2002年中共中央在十六大报告中提出要“积极发展文化事业和文化产业”，这标志着中共中央对文化建设的认识不再仅

仅停留在作为观念形态的文化上,而进入一个全面建设有中国特色文化的新阶段。2003年,文化部下发《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》(文产发[2003]38号)。2004年和2005年,国家统计局先后颁布了《文化及相关分类指标体系》和《文化及相关分类统计指标体系》。2004年10月,文化部制定下发《关于鼓励、支持和引导非公有制经济发展文化产业的意见》。2004年12月28日,国务院颁布《著作权集体管理条例》,并自2005年3月1日起施行,从法律的角度对文化产业知识产权保护做出了规定。2005年4月,国务院及相关部门下发《关于非公资本进入文化产业的若干规定》《关于文化领域引进外资的若干意见》。2005年12月,中共中央、国务院下发《关于深化文化体制改革的若干意见》,对文化体制改革的指导思想、原则要求及目标任务做出了明确规定。2006年4月,国务院办公厅转发财政部等部门《关于推动中国动漫产业发展的若干意见》,系统全面地提出了中国动漫产业的发展政策。2006年6月,国务院办公厅转发财政部、中共中央宣传部《关于进一步支持文化事业 发展若干经济政策的通知》,规定各种营业性歌厅、舞厅、卡拉OK歌舞厅、音乐茶座和高尔夫球、台球、保龄球等娱乐场所,按营业收入的3%缴纳文化事业建设费;广播电台、电视台和报纸、刊物等广告媒介单位以及户外广告经营单位,按经营收入的3%缴纳文化事业建设费。2006年9月,中共中央办公厅、国务院办公厅联合发布《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》,对“十一五”时期中国文化产业的发展重点、如何改造传统文化产业、健全文化市场、优化文化产业战略布局等都进行了科学谋划,成为指导文化产业一个时期发展的纲领性文件;文化部发出关于印发《文化建设“十一五”规划》的通知,对今后五年中国文化建设做出了部署和安排。在中共十七大报告中,对如何推动社会主义文化大发展大繁荣进行了深入论述,提出要大力发展文化产业,培育文化产业骨干企业和战略投资者,繁荣文化市场,增强国际竞争力。

2009年以来,多项推进文化体制改革、鼓励文化产业发展的政策措施密集出台。2009年4月,新闻出版总署颁发《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》。2009年5月,商务部出台《关于金融支

持文化出口的指导意见》，要求共同搭建文化、金融合作平台，以支持文化企业和项目“走出去”为重点，全面支持文化贸易发展。2009年7月，国务院常务会议通过《文化产业振兴规划》，成为继纺织、轻工等规划之后的第十一大产业振兴规划。该《振兴规划》中明确指出，要加大政府投入和税收、金融等政策支持，大力培养文化产业人才，完善法律体系，规范市场秩序，为规划实施和文化产业发展提供强有力的保障。2009年9月，为贯彻落实《文化产业振兴规划》，文化部发布《关于加快文化产业发展的指导意见》，对发展文化产业的方针原则、主要任务、发展方向、发展重点、保障措施等，提出了明确要求。

2010年以来，中央关于推进文化产业发展的论述之多更是前所未有。2010年2月3日，在省部级主要领导干部专题研讨班上发表的讲话中，胡锦涛总书记强调要加快发展经营性文化产业，加快开拓文化市场。在当年“两会”的《政府工作报告》中，“文化建设”第一次作为单独一部分加以强调。2010年3月19日，中国人民银行会同中共中央宣传部、财政部、文化部、国家广电总局、新闻出版总署、银监会、证监会和保监会九部委联合发布《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》，该《意见》针对目前中国文化企业有形资产少、无形资产多、抵押担保品不足等问题，立足于发挥信贷、保险、证券等多层次金融市场资源，立足于推动金融产品创新和改进金融服务，多措并举、多管齐下，汇聚金融、财政资源，助推文化产业发展和文化繁荣。2010年7月22日，胡锦涛总书记在中央政治局集体学习时的讲话中提到“三个加快”，其中一个“加快”就是“加快发展文化产业”，强调要认真落实文化产业振兴规划，精心实施重大文化产业项目带动战略，推进文化产业结构调整，培育新的文化业态，提高文化产业规模化、集约化、专业化水平。自2010年9月份起，中央启动大规模的国家“十二五”时期文化体制改革和发展规划纲要编制调研工作，这标志着国家将未来五年文化产业发展的规划列入重要日程。

2011年，对于文化产业发展来说，可谓极为重要的一个节点，中共十七届六中全会召开，在这次会议上，通过了《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》。

《决定》中明确提出,要加快发展文化产业,构建结构合理、门类齐全、科技含量高、富有创意、竞争力强的现代文化产业体系。六中全会后,文化产业成为名副其实的国家战略,既是经济结构战略性调整的重要支点,又是国民经济新的增长点,更是转变发展方式的重要着力点。2011年12月15日,财政部公布了《关于继续执行宣传文化增值税和营业税优惠政策通知》,一些图书和期刊执行增值税100%先征后退的税收优惠政策。

在政策推动下,中国文化产业近些年也得到了较快发展。2003年中国文化及相关产业所创造的产值达3577亿元,占当年GDP的3.1%。2005年中国文化产业增加值增速首次超过GDP增速。据统计,2006年中国实现文化产业增加值5123亿元,比上年增长17.1%,高出同期GDP增速6.4个百分点,高出同期第三产业增速6.8个百分点。2006年文化产业增加值占GDP的比重为2.45%。^①2005年,中国有2/3以上的省市区提出建设“文化大省”和以“文化立市”,“发展文化产业已经成为各个地区加快实现增长方式的转变和产业结构的调整优化、推进城市化进程、促进区域协调发展的工作重心”^②。2011年新闻出版行业总产出超过1.5万亿元,当年新建国家级新闻出版产业基地5个,截至2011年底,已累计建成各类国家级产业基地(园区)27个,产业集聚效应充分发挥。全国58个省市级印刷园区总投资210亿元、产值217亿元,9个国家级数字出版基地建设成效显著。2011年电影票房达130亿元,连续7年保持30%以上的增长率。北京、上海、广东、湖南、湖北、云南等省市文化产业增加值占GDP的比重超过5%,^③成为当地经济发展的支柱产业。

文化创意产业是文化产业中最重要的组成部分,是文化产业与高科技、创意产业相结合的产物。随着社会经济的发展和人们收入水平的提

① 王永章:《以党的十七大精神为指导 努力促进我国文化产业快速发展》,2007年11月16日(http://www.ccnt.gov.cn/sjzz/jgdw/xyd/200711/t20071116_48150.html)。

② 张晓明等:《2006年中国文化产业报告》,社会科学文献出版社2006年版。

③ 李舫:《辉煌十一五:我国文化建设阔步迈向大发展大繁荣》,2010年10月15日(<http://politics.people.com.cn/GB/1026/12956575.html>)。

高,传统产业对于经济的贡献率在下降,按照德国经济学家恩格斯的观点,随着收入水平的提高,消费者对于食物等基本生活资料方面的需求下降,而对于教育等精神产品方面的需求是不断增加的,这就意味着经济的发展本身就是对于文化创意产业需求的一种增长。目前,文化创意产业发展前景良好,发展速度极快,已经逐步成为新的最重要的经济增长点。据相关统计,北京地区“十一五”期间文化创意产业的增加值年均增长 21.9%,2009 年全年文化创意产业增加值占北京地区国民生产总值的 12%,已经成为北京地区第二大支柱产业。^① 文化创意产业可以生产、创造出越来越丰富的文化商品和劳务,形成具有一定规模的文化市场,提供越来越多的就业机会,而且还可以利用丰沛的文化智力资源,为传统的制造业和服务业增加附加值,并在国际市场上传播自己的价值理念,争取更广泛的国际认同与合作。因此,在全球范围内,文化贸易和文化经济的长足发展正在改变着传统的经济形态,对世界市场格局、经济发展走势和可持续发展也产生了重要的影响。文化创意产业的加速发展已成为推动经济增长、培育创新能力、增强区域和国家综合竞争力的重要因素。因此,发展文化经济和文化贸易,已经成为世界各国竞相争抢的战略高地。

由于文化创意产业在经济发展中的地位越来越重要,经济发展到一定程度的国家基本上都提出了促进文化创意产业发展的政策。日本在 20 世纪 90 年代提出了“文化立国”的根本战略,足以看出日本对于文化创意产业的重视程度。韩国在 20 世纪 60 年代就提出了“文化立国”的政策,将文化创意产业作为 21 世纪发展国家经济的战略性支柱产业并予以大力推进,同时通过立法及相关政策的推行来促进文化创意产业的发展。美国也积极地把文化营销作为国际贸易打开国外市场的有效方法和手段。发展文化创意产业已经成为占领国际市场、获得国际竞争优势的重要手段。

中国作为有着悠久文化传统的文化大国,有着丰富的文化资源,

^① 佚名:《文化创意产业成为北京市第二大支柱产业》,2012 年 2 月 6 日 (<http://news.sohu.com/201110206/n279228260.shtml>)。

这些文化资源如果能够被开发和利用，将会对中国的国民经济产生巨大的带动作用。而且随着中国居民收入水平的提高，消费者对于文化产品的需求也呈现出日益增强的趋势。但是遗憾的是，在中国的各个消费领域，中国优秀的文化资源并没有得到充分的开发和利用。在食品、服装、汽车、影视、动漫等领域，西方文化和日韩文化更多地占据了消费者的心，中国文化很少被国内的企业发现并创造成产品，或者即便被创造成产品，也是由国外企业进行的。更多的消费者逐渐被日韩文化和西方文化的价值观念所影响，尤其是高端产品，中国能够开发并进入的比例少之又少，这对于中国经济的长期发展是非常不利的。文化创意产业以其产品和服务的文化性特征影响着人们的价值观。文化创意产业作为服务业的一种未来将对经济产生不可忽视的作用，如果任由外国企业将国外文化在中国进行渗透，或者将中国优秀的文化产品交给外国人进行开发，将会大大影响中国居民的价值判断，进而影响中国整体经济的安全。所以，在当前经济情况下，中国应该大力发展文化创意产业。

按照《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议》的要求，需要加快发展现代服务业，“把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点”。因此，在产业结构转型升级的关键时期，探究文化创意产业对产业结构调整促进作用，进而根据产业结构调整的目标进一步明确文化创意产业的发展方向和具体发展方式，具有十分重要的现实意义。

从全球范围来看，在大部分国家尤其是欧美发达国家，文化创意产业都是目前最具发展潜力的朝阳产业。文化创意产业对整个经济发展将产生巨大的推动作用，这一点基本得到各国的认同。就中国而言，不论是文化创意产业的理论，还是文化创意产业的具体发展，都处于初始阶段。但是，文化创意产业在整个产业体系中所占的地位日趋重要。当前，中国正处于转变经济发展方式的关键阶段，如何合理调整产业结构，促进支柱产业、新兴产业发展，以此带动相关产业进步，从而加快经济发展方式转变速度、提高整体产业结构质量，必然是社会各界关注的焦点。文化创意产业作为新兴产业、朝阳产业、先导产业，如何发挥