

文化创意产业 运作与案例·

以山东为例

臧丽娜 著

山东教育出版社

臧丽娜 著

文化创意产业 运作与案例：

以山东为例

山东教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化创意产业运作与案例:以山东为例/臧丽娜著
—济南:山东教育出版社,2013
ISBN 978—7—5328—7722—5

I. ①文… II. ①臧… III. ①文化产业—研究—
山东省 IV. ①G127.52

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 017336 号

文化创意产业运作与案例:以山东为例

臧丽娜 著

主 管: 山东出版传媒股份有限公司

出版者: 山东教育出版社

(济南市纬一路 321 号 邮编:250001)

电 话: (0531)82092664 传 真: (0531)82092625

网 址: <http://www.sjs.com.cn>

发行者: 山东教育出版社

印 刷: 山东德州新华印务有限责任公司

版 次: 2013 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

规 格: 787mm×1092mm 16 开本

印 张: 15 印张

字 数: 237 千字

书 号: ISBN 978—7—5328—7722—5

定 价: 28.00 元

(如印装质量有问题,请与印刷厂联系调换)

印厂电话: 0534—2671218

序 言

您听说过一个伟大的预言吗？写过名著《第三次浪潮》的美国未来学家阿尔文·托夫勒，对信息化浪潮之后的未来，又作了一个惊人的预言：“主宰 21 世纪商业命脉的将是创意！创意！创意！除了创意还是创意！还是创意！”

您知道吗？人们特别崇拜的电脑天才、世界首富比尔·盖茨是怎样评价“创意”的吗？他说：“创意具有裂变效应，一盎司创意能够带来无以计数的商业利益、商业奇迹。”

如此神通广大的“创意”究竟是什么呢？我们都知道“创新”，比如科技创新早已被列为国家战略。如果要把“创意”与“创新”做一比较，我的理解是，创意与创新是两个概念，两者既有联系又有区别。任何有意义的变化都可成为创新，但是，创新并非都有创意。创意的智慧含量远远大于创新，创意的灵感闪光远远超过创新。从思维意义上说，创新是创意的起点，创意是创新的核心。创新以科技为工具，创意则要以文化为平台。创意比创新更难操控，创意比创新更有价值。因此，“文化创意”与“科技创新”至少可以并驾齐驱，比翼双飞。

我有一个猜想：我们与发达国家的创新差距难以缩小的“密码”，很有可能是“创意”没有被我们突破！要把“中国制造”变成“中国创造”，就必须既要坚持“创新”，更要突破“创意”！阿尔文·托夫勒之所以提出“主宰 21 世纪商业命脉的将是创意！创意！创意！”，是因为他破解了这一“密码”！比尔·盖茨之所以成为世界首富，同样是因为他破解了这一“密码”！这就是“创意为王”！

我们理解了“创意为王”的密码，就很容易明白发展文化创意产业的重大意义了。

联合国对文化产业有一个世界公认的定义：按照工业标准生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。众所周知，所谓产业必须具备经济属性，生产产品服务，管理业务流程，追求企业利润，创造社会财富。当然，文化创意产业的产品或服务必须具有文化属性。如果说制造业是卖“硬”产品、卖实物、卖机器，那么创意产业是卖“软”产品、卖设计、卖理念、卖精神追求、卖心理享受、卖增值服务。毫无疑问，创意是其核心生产要素和高附加值的来源。已经走向市场的文化创意产业的产品或服务，我们熟悉的有电脑软件、广告、影视、电视广播、互联网、音乐艺术、表演艺术、网络游戏、动漫、DV、FLASH、短信、手机视频、建筑设计、时装设计、工艺品设计、文物收藏等等。其实，有创意属性的产品具有极其强大的渗透性，可以进入任何产业，能够辐射社会所有领域。

文化创意产业最受重视的另一原因是大量增加高端就业机会。我国每年有 800 多万高等学校毕业生寻找就业机会。最有吸引力的就业机会在哪里呢？就在文化创意产业！大学生最羡慕的是高级白领，最理想的就业的地点是大城市，最渴望的待遇是高薪酬高福利，最喜欢的工作环境是高级写字楼，最希望的岗位劳动是运用头脑加使用电脑，最向往的前途是有充满阳光的职业生涯，最满足这些理想条件的地方，就在文化创意产业！

文化创意产业的市场具有规模巨大和高速成长的特点。最有力的证据是，随着经济发展和社会进步，人们的休闲时间是大量存在的，并且有不断增加的趋势。休闲时间的增加，精神需求和文化消费必然越来越多。例如，欧洲的发达国家法定休假时间每年长达 150 多天，每周工作时间也不断缩短。

由此可知，为什么发达国家极其重视发展文化创意产业了吧！

文化创意产业是全球经济发展的重要动力，正在以年均 5% 的速度递增。其中美国的年增长率高达 14%，英国为 12%。这样的高速经济增长率，对发达国家来说，简直是梦想与奇迹！以英国为例，英国是最早提出创意工业（即文化创意产业）的国家。目前，文化创意产业是雇佣就业劳动力最多的第一大产业，是 GDP 仅次于金融服务业的第二大产业，也是经济增长最快的支柱产业，并且还是振兴英国经济

的“聚集点”。英国政府对创意工业实行超强的政府干预,其创意工业政策是目前世界各国最完整最有含金量的文化创意产业政策。对文化创意产品的研发、制作、营销、出口等实施全程扶持,对企业遇到的金融信贷、投资问题,英国文化、媒体和体育部制定了 *Banking on a hit* 指导手册,帮助相关企业或个人从金融机构或政府部门获得投资援助,建立了完善的金融支持系统,以奖励投资、提供贷款、创立风险基金和区域金融论坛等措施提供金融支持,并且政府提供技能培训、财政扶持、知识产权保护、文化创意产品出口等方面的大力支持。这是非常超出市场经济规则的政府干预行为,对于那些仅仅高调宣传“政府引导”,过度强调“市场机制”,实则主张“政府不作为”的人们,无疑是一面镜子,值得反思反省了。

当前,有一个突出问题是,我们虽然知道文化创意产业的重要性,但是不等于我们真正学会了文化创意产业的创业过程和务实运作。

最近,我有幸阅读了臧丽娜博士的新作《文化创意产业运作与案例:以山东为例》,惊喜地发现,本书提供了所有关注文化创意产业的人们难以学到的知识,回答了急需解决的疑问,更为难能可贵的是,作者与读者慷慨分享了很多被创意产业同行视为“商业机密”的解决方案。

这本书的最大看点是“解读”、“解密”、“解难”!

所谓“解读”,就是作者发挥了自己的美国“海归”学者的优势,博学深识,视野开阔,搜索了来自发达国家大量英文信息资料,为读者解读文化创意创意的发展过程、背景资料、大师级人物的贡献、发达国家的最新政策和发展态势,提供了一本文化创意产业发展指南读物。

所谓“解密”,就是作者发挥了从事新闻传播、广告专业研究与教学的学术理论优势,特别是积累了亲自带领专家团队承担文化创意企业相关项目的实战经验,及其案例调查、案例分析、案例教学的经验,因而能对文化创意产业进行大量“解密”。

所谓“解难”,就是作者对我国发展文化创意产业怀有强烈的社会责任感,调查研究文化创意产业的现状,非常敏锐地发现当前文化创意产业面临的许多问题,涉及政府扶持政策、金融支持、市场环境、创意特色、创业启动、企业运作、网络平台、营销管理、人才培养等等,本

书进行分门别类的解析，既有理论探讨，又有案例分析，不仅提出新问题，而且注重解决问题。例如，本书对文化创意产业的在线传播理论、动漫产业的国际比较研究等内容，令人耳目一新，不仅具有重要的理论创新意义，而且解决现实问题。

本书最吸引眼球的也许是大量的案例分析，一定会让读者拍手叫绝，非常解渴！我在阅读时，对这些精彩的案例分析，非常有兴趣，不知不觉写下十几页笔记。根据我的统计，全书近 30 个案例分析，其中包括 9 个专题研究。对这些文化创意产业的案例分析，实质上就是给人们提供了近 30 个问题解决方案，若能举一反三，那就是近 100 个解决方案。按照哈佛商学院 MBA 案例学习法，通过案例分析学习文化创意产业理论和实务是最成功、最有效的捷径。

“好雨知时节，当春乃发生”。我相信，这本书的出版，对我国文化创意产业的加速发展，必将产生不可估量的影响，必将激发一大批创意精英走向创业之路，必将激活一大批创意企业做大做强，必将促进政府有关主管部门制定更加完善、更加先进、更加有效的政策。

山东省科学院发展战略研究所研究员、著名文化产业策划专家

吕兆毅

目 录

第一章 产业聚焦——文化创意产业的兴起与发展 / 1

第一节 文化创意产业的兴起、定义与分类 / 1

第二节 文化创意产业在中国 / 5

第三节 各国文化创意产业的发展启示 / 9

第二章 在线传播——文化创意产业发展的网络平台 / 16

第一节 在线传播与当代传媒环境 / 16

第二节 在线传播为文化创意产业带来了新的机会 / 19

第三节 在线传播是文化创意产业的网络发展平台 / 22

第三章 现状研究——山东文化创意产业的若干思考 / 24

第一节 山东文化创意产业发展基础 / 25

第二节 山东文化创意产业发展现状 / 27

第三节 山东文化创意产业发展面临的问题 / 29

第四章 前沿讨论——文化创意产业运作专题研究 / 37

第一节 中日动漫产业比较研究 / 37

第二节 从植入式广告看广告业的文化创意研究 / 47

第三节 “用户产生内容”对广告业的价值 / 56

第四节 网络文化创意研究：中国本土 SNS / 63

第五节 以人为本的“豆瓣”产业 / 75

第六节 对单向街书店的文化产业思考 / 78

第七节 在线广告的娱乐互动传播 / 82

第八节 ACR 模式与新媒体文化创意研究 / 89

第九节 网购产业的文化创意案例 / 96

第五章 产业实践——山东文化创意产业案例研究 / 105

第一节 旅游业文化创意产业案例：“好客山东” / 105

第二节 网络时代山东民俗旅游文化产业发展对策 / 111

第三节 CHINA 公社：体验经济时代下的中国文化传播 / 117

第四节 山东网络广播电视台的诞生 / 134

第五节 台儿庄古城走出文化发展新路 / 149

第六节 探索频道《衍圣公》纪录片的文化创意 / 159

第七节 “齐韵传播”对文化传播业的产业尝试 / 171

第八节 山东家具设计产业的国际化探索——以 U+家具的“形态”哲学为例 / 178

第九节 “手艺农村”对农村文化产业的探索 / 190

第十节 牛传定制——山东创意产业的新手工运动 / 195

第十一节 泰山方特欢乐世界与香港迪士尼的传播比较 / 200

第六章 受众研究——“我”眼中的文化创意产业 / 209

第一节 世博会：时尚艺术产业的本性与回归 / 209

第二节 对中国旅游产业发展的一些思考 / 212

第三节 “新东方”引发教育创意产业蝴蝶效应 / 214

第四节 5 岁喜羊羊 PK 41 岁哆啦 A 梦 / 218

第五节 刘老根大舞台中的演艺文化看点 / 220

第六节 美特斯邦威 MTEE 广告文化 / 222

第七节 设计业中传统文化创意的苏醒 / 224

后 记 / 228

第一章

产业聚焦——文化创意产业的兴起与发展

2000年后,“文化创意产业”受到中国社会各界的关注,从业界到学界,从政府工作报告到学术论文,很多人都对这个新兴的词汇产生了兴趣。那么,文化创意产业是什么?我们如何给这个新生事物下定义?文化创意产业的兴起与发展给当今我国的文化创意产业发展带来怎样深刻的启示?

第一节 文化创意产业的兴起、定义与分类

一、文化创意产业的兴起

“文化创意产业”是继“创意产业”一词的提出而诞生的。1997年,英国首相布莱尔宣布成立了一个名为“创意产业特别工作组”的组织,其目的是为了适应后工业时代的经济形势,继续保持英国经济的稳定持续增长。这个组织的任务就是专门研究世界及英国后工业时代的经济发展形势,为英国制订在知识经济、信息时代的发展战略提供方向。

1998年,“创意产业特别工作组”出台了《英国创意产业路径文件》研究报告,第一次提出了“创意产业”的概念。“所谓创意产业,就是指那些从个人的创造力、技能和天分中获取发展动力的企业,以及那些通过对知识产权的开发可创造潜在财富和就业机会的活动。”在此定义之下,英国的创意产业包含十三个

项目:广告、建筑、艺术及古董市场、工艺、设计、流行设计与时尚、电影与录像带、休闲软件游戏、音乐、表演艺术、出版、软件与计算机服务业、电视与广播。根据该研究报告的陈述,创意产业具有三大特色:第一,文化创意产业活动会在生产过程中运用某种形式的“创意”;第二,文化创意产业活动被视为与象征意义的产生和沟通有关;第三,文化创意产业的产品至少有可能是某种形式的“智能财产权”。2001年,“创意产业特别工作组”发布了另一份研究报告,进一步明确了创意产业的概念。

二、概念比较

在研究中,有几个相似的名词——文化产业、创意产业、文化创意产业。这几个名词的概念既相近又有区别。“文化工业/文化产业”(Culture Industry)的概念是1944年霍克海默和阿多尔诺在《文化产业:欺骗公众的启蒙精神》一文中首次提出的,其准确定义为“通过市场机制和运作,将文化制品及文化服务,转换为商品与服务,实现货币化的产业”。

在文化产业领域的研究中,最常提及的名词是英国提出的“创意产业”一词。从创意产业的十三项内容可见,创意产业一词的内涵与外延都很丰富,创意产业体现了文化与知识要素的高度密集,体现了以创意为特征的原创性。

文化创意产业(Cultural and Creative Industries)一词与创意产业(Creative Industries)一词的定义非常接近,从内涵来分析,文化创意产业更趋向于对文化价值的创意转换,即:将文化的抽象价值转换为高附加值的经济与社会价值,通过附加价值来提升文化价值的内涵,转化为具有高度经济价值的产业平台。

三、文化创意产业的分类与范畴

各国文化创意产业的分类与范畴受到英国的影响,英国的分类模式成为最初的参照模本。

按照英国政府和专家的意见,“创意经济”的范畴包括13个行业,即:广告、建筑、艺术和文物交易、工艺品、设计、时尚设计、电影、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件、电视广播等。具体来说,英国创意产业的分类与范畴明确了该产业旗下的产品和服务类别。

(一) 广告类

包括:广告消费者研究、客户市场营销计划管理、消费者品味与反应识别、

广告创作、促销、公关策划、媒体规划、购买与评估、广告资料生产。

（二）建筑类

包括：建筑设计、计划审批、信息制作。

（三）艺术和文物交易行业类

包括：绘画、雕塑、纸制作品、其他艺术（如编织）、家具、其他大量生产产品（如大量生产的陶制、玻璃制品、玩偶、玩具屋、广告、包装材料等）、女装设计（含珠宝）、纺织原料、古玩、武器及防弹车、金属制品、书籍、装订、签名、地图等零售，包括通过拍卖会、画廊、专家现场会、专门店、仓储店、百货商店、因特网的零售。

（四）工艺品行业类

包括：纺织品、陶器、珠宝、银器、金属、玻璃等的创作、生产及展示。

（五）设计类

包括：设计咨询（服务包括：品牌识别、企业形象、信息设计、新产品开发等）、工业零部件设计、室内设计与环境设计。

（六）时尚设计类

包括：服装设计、展览用服装的制作、咨询与分销途径。

（七）电影类

包括：电影剧本创作、制作、分销、展演。

（八）互动休闲软件类

包括：游戏开发、出版、分销、零售。

（九）音乐类

包括：录音产品的制造、分销与零售，录音产品与作曲的著作权管理，现场表演（非古典）、管理、翻录及促销，作词与作曲。

（十）表演艺术类

包括：内容原创，表演制作，芭蕾、当代舞蹈、戏剧、音乐剧及歌剧的现场表演，旅游，服装设计与制造，灯光。

（十一）出版类

包括：书籍出版、报纸出版、杂志出版、数字内容出版等。

(十二) 软件类

包括:软件设计与软件开发。

(十三) 电视广播类

包括:电视广播的节目制作与配套(资料库、销售、频道)、广播(节目单与媒体销售)、传送。

文化创意产业在中国的分类与英国模式略有不同。2004年,国家统计局为规范文化及相关产业范围,出台了《文化及相关产业分类》标准,文化产业包括:提供实物型文化产品和娱乐产品的活动,如书报出版、制作、发行等;文化服务和休闲娱乐服务,如广播电视、电影、文艺表演等;文化管理和研究,如文物和文化遗产保护、图书馆、文化社会团体活动等;提供文化娱乐产品和服务所必需的设备、材料的生产经营,如文具、印刷设备、广播电视设备、电影设备的生产经营等;与文化、娱乐相关的其他活动,如工艺美术、设计等。根据《文化及相关产业指标体系框架》的界定,以新闻出版、广播影视、文化艺术为主的行业为文化产业核心层,以网络、旅游、休闲娱乐、经纪代理、广告会展等为主的新兴文化服务业为文化产业外围层,以文化用品、设备及相关文化产品生产和销售为主的行业为文化产业相关层。^①

以《文化及相关产业分类》标准为蓝本,各省市针对自身建设情况,又相继提出了符合本省市发展的文化创意产业分类标准。

以北京为例,2006年出台的《北京市文化创意产业分类标准》指出,文化创意产业是以创作、创造、创新为根本手段,以文化内容和创意成果为核心价值,以知识产权实现或消费为交易特征,为社会公众提供文化体验的具有内在联系的行业集群。国家统计局发布的文化产业标准反映的主要是文化和经济的融合,而北京市文化创意产业进一步关注科技发展对文化、经济活动的深刻影响,更加强调文化、技术和经济三者的深度融合,其范围既包括文化产业的全部内容,同时也包括文化产业以外的科技创新活动内容。北京市将《国民经济行业分类》中的82个行业小类和6个行业中类纳入北京市文化创意产业范围,并建立了由三个层次组成的分类体系。根据文化创意活动的特点,北京市文化创意产业主要包括9个大类:文化艺术;新闻出版;广播、电视、电影;软件、网络及计

^① 文化及相关产业分类.国家统计局,2004,4.

算机服务;广告会展;艺术品交易;设计服务;旅游、休闲娱乐;其他辅助服务。^①

值得关注的是,动漫产业作为一个新兴产业并未被单列,而是在此次分类标准中被划分在新闻出版,广播、电视、电影,软件、网络及计算机服务等大类中。

第二节 文化创意产业在中国

近几年来,文化创意产业正在悄然兴起,中国国内多个城市相继提出了“文化创意产业”的发展规划。

一、北京的文化创意产业发展

中共北京市委九届十一次全会提出,2008年大力发展优势产业,积极培育北京经济新的增长点。要着力抓好文化创意产业的发展,使之成为首都经济未来发展的重要支柱之一。北京市委、市政府决定建立推进文化创意产业发展领导小组,具体研究对策措施。北京市“十二五”规划纲要提出,将努力提升文化创意产业竞争力,整合提升30个市级文化创意产业集聚区。北京市社会科学院研究员梅松认为,“文化创意产业从某种角度来讲是年轻人的产业。首先它的创业主体,很多是年轻人。它的就业主体也是年轻人。还有它的市场主体,很多也是年轻人。年轻人关注这个产业,这个产业必将兴旺。文化创意产业就是朝阳产业”。^②

二、上海的文化创意产业发展

早在“十一五”规划中,上海就将创意产业作为上海新一轮经济增长的支柱产业,也是上海科教兴市主战略的重要组成部分。未来五年,上海将继续以建设创意产业园区为切入口,突出为产业发展服务的特点,加大创意产业的推进力度,进一步推进产业结构调整 and 升级,提高自主创新能力。而根据《上海文化

^① 北京市文化创意产业分类标准.北京市统计局、国家统计局北京调查总队.2006-12-13.

^② 解读北京“十二五”:文化创意产业是年轻人的产业.中国经济网.[2011-2-25].http://www.ce.cn/culture/whcyk/gundong/201102/25/t20110225_22247103.shtml.

创意产业发展“十二五”规划》的发展目标,到2015年,上海文化创意产业增加值占全市生产总值的比重将力争达到12%左右,其2010年的占比为9.6%。这意味着,这个名副其实的“支柱产业”在提升传统产业、培育新兴产业、促进其他相关产业发展方面的带动作用将进一步增强,使上海成为联合国创意城市网络的重要节点。^①

三、深圳的文化创意产业发展

深圳计划用3~5年的时间打造“设计之都”。在此基础上,更远的目标是将“创意产业”打造成深圳的优势产业。《深圳市文化产业发展规划纲要(2007—2020)》中指出,深圳市将大力发展高端文化产业,到2020年,深圳文化产业总体实力和核心竞争力大大增强,文化产业增加值占本地GDP的11%左右,成为深圳举足轻重的支柱产业。在公布的《深圳市国民经济和社会发展的第十二个五年规划纲要》里,对文化创意产业提出以“文化+科技”、“文化+时尚”为特色,重点发展创意设计、动漫游戏、数字视听、数字出版、新媒体、文化旅游、影视演艺、高端印刷、高端工艺美术等行业。加快建设华侨城创意文化产业等集聚区,打造特色优势文化创意产业集群。到2015年,文化创意产业规模超过2500亿元。^②

四、浙江的文化创意产业发展

在《杭州市文化创意产业发展规划(2009—2015年)》中,提出要把创意产业打造成杭州的“第四产业”“品质产业”,跻身全国文化创意经济发展的第一方阵,并成为全国文化创意产业中心,到2015年的总体目标是文化创意产业增加值占全市GDP的比重力争达到17%左右。^③

① 张军,孙小林.创意产业跻身上海“十二五”支柱产业 制造业淡出[EB/OL].[2012-9-30].http://finance.qq.com/a/20101001/000373_1.htm.

② 蔡佩琼.深圳“十二五”规划勾画文化发展蓝图 2015年文化创意产业规模将超2500亿元[EB/OL].[2011-01-18].http://sztqb.sznews.com/html/2011-01/18/content_1411960.htm#.

③ 杭州市文化创意产业发展规划(2009—2015年).中共杭州市委宣传部、杭州市文化创意产业办公室,2009(5).

五、江苏的文化创意产业发展

江苏的文化创意产业发展以苏州、常州几个城市为代表。例如苏州,以创意产业园区建设为主导。2010年10月17日,一个名为“中国光华文化创意产业园”的产业基地奠基,这是一座位于长三角经济核心区的创意产业集群园区。文化园规划用地面积约1200亩,规划总建筑面积约85万平方米,预计投资总额约38.8亿元人民币。将建成以集聚行业组织、行业高端领先者,同时包括中低端各层级文化创意企业,集创意、外包、展示、交易、人才培养、创业孵化等功能,覆盖整个文化创意产业链的年产值过百亿的超大型文化创意产业集群园区。文化创意产业园目前已与保利集团、中石油、中石化、中铁等十多家央企、大型企业集团或其下属企业达成入驻意向。此外也与中国服装设计协会、中国建筑装饰协会、中国工艺美术协会等专业文化创意协会建立合作关系,帮助园区内企业成长。^①

再如常州,以动漫产业为主要发展方向。常州的动漫产业发展以强大的创作能力取胜,2005年至今已先后创作完成31部动画片、5部动画电影。其中,14部动画片在中央电视台播出,2部动画电影在全国公映,16部打入欧美、中东、东南亚市场。尤其是在常州创意产业基地内,目前已有400多家相关企业入驻,形成了从动画剧本、电视动画、动画电影、原创漫画、动画配音,到图书音像出版、新媒体动漫、动漫衍生产品生产与销售的完整产业链。这些年,活跃在电视荧屏和网络上的常州本土卡通人物也越来越多,炮炮兵、小卓玛、龅牙仔等,都是诞生于常州的动画明星。^②同时,常州市已在2009年出台了《关于鼓励和扶持创意产业发展的若干意见》。据此意见,自2009年起5年内,该市将每年拿出5000万元用于重点扶持软件、动漫、网络游戏、国际服务外包、设计服务等文化创意产业。

六、湖南的文化创意产业发展

近年来,湖南文化创意产业发展迅速,出版业、电影电视产业、数字动漫业、旅游文化产业等都取得了骄人的业绩。“十一五”期间,湖南文化产业保持了每

① 江苏新闻网, <http://www.js.chinanews.com.cn/news/2010/1017/21613.html>.

② 中国动画网, http://www.chinanim.com/index.php?N=consultation_info&id=8149.

年约 20% 的增速,总产出跨入千亿产业行列。在“十二五”规划中,湖南出台的《湖南战略性新兴产业规划》将文化创意产业纳入战略性新兴产业来培育和发展。到 2015 年,湖南文化创意产业以年均 22% 的速度递增,增加值达 900 亿元以上,占 GDP 的比重达 3.6%。目前,湖南已拥有广电、出版、动漫、演艺四大产业品牌,文化创意产业增加值占 GDP 比重高于全国水平,已成为中部地区增长速度最快、发展前景最优、创新能力最强的产业之一。^①

七、山东的文化创意产业发展

2010 年 7 月 26 日,山东省委、省政府召开全省文化体制改革和文化产业振兴大会,学习贯彻中央关于深化文化体制改革、加快文化产业发展的重大决策部署,明确当前和今后一个时期山东文化体制改革和文化产业振兴的目标任务。山东近日确定的《关于促进文化产业振兴的意见》的目标之一就是“力争用 5 年左右时间,文化产业增加值翻两番,占全省国民生产总值比重进一步提高,逐步成为我省的支柱产业”,“要从经济社会全局来认识和把握文化改革发展问题,像重视经济体制改革一样重视文化体制改革,像重视工业农业一样重视文化产业发展”。为加快推进经济文化强省建设,山东将重点发展文化创意、影视制作、数字内容、动漫和网络游戏等十大产业,重点扶持发展 100 个市场前景好、发展潜力大、比较优势明显的文化产业项目,3~5 年内建设年产值过百亿元的文化产业园区(基地)10 个、过 20 亿元的园区(基地)100 个。在资金扶持方面,设立总规模为 10 亿元的文化产业投资基金,省文化产业发展专项资金由去年的 5 000 万元增加到今年的 7 000 万元。另外在税收方面、土地使用方面、金融支持方面都有诸多优惠扶持政策。^②

^① 张慧敏. 湖南发展文化创意产业 “十二五”文化总产出将达 4 800 亿[EB/OL]. [2011-03-01]. http://www.ce.cn/culture/whcyk/136795/liebiao/hun/201103/01/t20110301_22257683.shtml.

^② 徐锦庚. 山东全力振兴文化产业[EB/OL]. [2010-08-03]. http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2010-08/03/nw.D110000renmrb_20100803_1-01.htm.