

创意引领中国新经济

中国

创意产业

Development of Creative Industries in China

发展报告

(2007)

张京成/主编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

中国创意产业发展报告

(2007)

主编 张京成

北京市科学技术研究院
中国创意产业研究中心 组编
北京科学学研究中心



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

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,2007.3
ISBN 978-7-5017-8016-7

I. 中… II. 张… III. 文化—产业—发展—研究报告—中国 IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 037201 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:任燕飞封面设计

经 销:各地新华书店

承 印:北京金华印刷有限公司

开 本:787mm×960mm 1/16

印张:27.25 字数:408千字

版 次:2007年3月第1版

印次:2007年3月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5017-8016-7/F·7016

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：（以姓氏笔画为序）

丁 辉	马 斌	王 立	王 军	王战果
刘光宇	刘利永	李 莹	李永进	李兴伟
李军英	李念之	李岱松	李建玲	张 星
张士运	张京成	张修身	苏 彤	罗 欣
周学政	徐云霞	倪 莉	黄 刚	黄 琳
彭树堂	颜振军	穆素婷		

执行编著：

张京成	罗 欣	周学政	苏 彤	黄 琳
刘利永	刘光宇	李兴伟	李 莹	徐云霞

前言

创意产业是社会经济发展到一定阶段的必然选择,是一种新的产业发展方向,对于产业结构的升级和发展模式的创新具有重要意义。在1998年英国布莱尔政府首次正式提出“创意产业”的概念之后,美国、欧盟、澳大利亚、日本、韩国、新加坡等都致力于加快发展创意产业。目前,全球已形成创意产业蓬勃发展的总体态势。

改革开放以来,随着国内一部分中心城市的高速发展,人民收入不断增加,社会文化需求不断升级,我国正在面临从资源消耗、投资拉动、粗放发展向资源节约、创新驱动、集约发展的模式转变。在这种形势下,大力发展以创新为核心、以知识产权为依托、以科技文化有机结合为特征的创意产业,已经成为我国转变经济增长方式、寻求可持续发展和建设创新型国家的重要选择。

2006年,对于中国的创意产业来说,是非常重要的一年。众多省市都提出要大力发展创意产业,建立并认定了一大批创意产业集聚区,出台了一系列政策规划。创意产业这颗新星在中国这个古老国度的天空上闪现出独特而耀眼的光芒。为了深入了解创意产业在中国的发展状况,总结中国创意产业的发展经验,推动创意产业的理论与实践研究,我们在继承《中国创意产业发展报告(2006)》研究成果的基础上,继续跟踪全国创意产业的发展,潜心研究中国创意产业发展理论,盘点国家和各区域创意产业的发展规模,并依托2006年正式发布的第一次全国经济普查数据,从多个方面对中国创意产业的发展进行了研究,最终形成《中国创意产业发展报告(2007)》。本报告由总报告、理论篇、数据篇、行业篇、政策篇和观察篇等六部分组成。

在总报告中,我们对2006年我国创意产业的整体发展环境、发展理

论、发展规模、发展政策进行了综合描述,并在此基础上,对未来我国创意产业的发展趋势作出了六个基本判断:一是发展环境进一步优化,创意产业发展进入提速期;二是创意产业已具备较大规模,但产业结构有待调整;三是理论滞后问题继续存在,理论研究有待进一步深入;四是国家政策有望出台,地方政策的制定趋于理性;五是区域创意产业发展特色鲜明,亮点纷呈;六是动漫、网游和软件行业将成为发展热点。

在理论篇中,我们首先梳理了版权产业、文化产业、文化创意产业、内容产业、体验经济、现代服务业等目前与创意产业相关的各种概念;同时结合创意产业兴起的知识经济背景、消费社会背景和创新理论背景,对创意产业进行了产业经济学意义上的分析,全面归纳了创意产业的生产性、商品性、求利性、组织性等特点;提出了“创意贡献率”这一全新概念,以此来表示创意产业向传统产业渗透的程度;从创意产业的总体特点、产品和服务特点、从业者特点、生产过程特点入手,提出了关于创意产业产生和发展的全新理论——“截层理论”和“引信理论”,丰富了关于创意产业的理论研究成果。

在数据篇中,我们借鉴了世界各国以及我国各地关于创意产业范围的界定经验,从我国对产业发展的现实需求出发,提出以提升自主创新能力、促进经济增长方式转变和产业结构调整为创意产业界定的原则,进而制定了相关界定依据。然后结合我国国情和现行《国民经济行业分类标准》,对上一年度报告中界定的创意产业八大类作了适当调整,从国家层面确立了创意产业的范围界定体系,该体系分为8个大类、21个中类,共包含80个国民经济行业小类。由此出发,根据第一次全国经济普查数据,选取了创意型企业的法人单位数、就业人数、资产总额及全年营业收入等四项指标,分析了我国创意产业的规模、结构及行业发展情况,并给出了我国创意产业发展的基本定位。我们还考察了部分城市创意产业发展的特点及规模,并尝试就这些城市创意产业的发展状况进行总体评价。

在行业篇中,我们根据有关部门发布的权威数据对旅游业、广播影视业、出版业和动漫业等4个行业在2006年的发展进行了分析比较。通过

这些比较和分析也印证了我们对中国创意产业未来发展趋势的基本判断。

在政策篇中,我们广泛搜集了2006年发布的创意产业政策与规划,首先,从政府在创意产业发展中的角色定位出发,明确了其在推动创意产业发展中应发挥的功能作用;进而提出要建立由产业结构政策、产业组织政策、产业技术政策、产业布局政策“四足鼎立”的创意产业政策体系;然后从国家层面和区域层面盘点了我国当前与创意产业相关的政策和规划,以创意产业政策体系构建为基础,分析了现有政策体系的特点,并从政府功能定位的角度对健全和完善政策体系给出了建议。

最后是观察篇,我们分别就创意产业的管理体系、发展动力、经济目标,乃至目前刚刚兴起的长尾理论展开了精辟而又不失丰富的阐释。在本篇中,我们邀得了创意产业的先行者苏彤先生,他对中国的创意经济——“龙经济”,有着独到而深刻的见解,能够帮助我们从文化层面更为深入地理解中国的创意产业。

另外,我们收集整理了2006年全国若干创意产业发展论坛和主要城市创意产业集聚区建设情况的资料,作为附录,供读者参考。

希望这本《中国创意产业发展报告(2007)》能够描绘出我国创意产业发展的全面风貌,并给读者以中国创意产业发展的新启示。

目 录

前 言	(1)
-----------	-----

总报告

一、发展环境	(3)
二、发展理论	(5)
三、发展规模	(7)
四、发展政策	(13)
五、发展趋势	(15)

理论篇

第一章 创意产业定义概览	(21)
第一节 以创意产业为名称的提法	(23)
第二节 以版权产业为名称的提法	(32)
第三节 以文化产业为名称的提法	(35)
第四节 以文化创意产业为名称的若干提法	(47)
第五节 创意产业的其他相关概念	(51)
第二章 创意产业兴起的背景	(55)
第一节 创意产业兴起的知识经济背景	(56)
第二节 创意产业兴起的消费社会背景	(58)
第三节 创意产业兴起的创新理论背景	(59)

第三章 创意产业的产业性分析	(62)
第一节 创意产业作为产业的合理性	(63)
第二节 创意、创意产业与创意经济	(68)
第三节 创意产业在产业结构中的位置	(73)
第四节 创意产业是产业升级的方向	(80)
第四章 创意产业新探	(83)
第一节 创意产业的特点	(84)
第二节 创意产业的截层理论	(90)
第三节 创意产业的引信理论	(91)
第四节 结 语	(92)

数据篇

第五章 各地创意产业范围界定情况概述	(97)
第一节 国外对创意产业的范围界定情况	(98)
第二节 国内对创意产业的范围界定情况	(105)
第三节 结 论	(113)
第六章 我国创意产业范围界定的依据	(115)
第一节 创意产业界定的范围要能够体现自主创新	(116)
第二节 创意产业范围的界定要能够突出产业结构调整	(118)
第三节 创意产业界定的各行业的发展要能够促进经济 增长方式的转变	(119)
第四节 充分结合我国国情,制定我国创意产业范围界定 的依据	(119)
第七章 我国创意产业范围界定的方法	(121)
第一节 大类的划分	(122)
第二节 中类的划分	(123)

第三节 小类的划分	(124)
第四节 相关说明	(125)
第八章 中国创意产业整体发展概况	(135)
第一节 概 论	(136)
第二节 产业规模情况	(138)
第三节 产业结构情况	(145)
第四节 行业对比分析	(156)
第五节 中国创意产业发展的基本定位	(160)
第九章 中国部分城市创意产业发展评价	(164)
第一节 创意产业——中国城市发展的引擎	(165)
第二节 中国创意城市的发展概况	(167)
第三节 中国创意城市综合分析与比较	(222)

行业篇

第十章 旅游业发展状况	(240)
第一节 发展概况	(241)
第二节 入境游分析	(243)
第三节 国内游分析	(248)
第四节 部分地区旅游收入与当地年度 GDP 分析	(250)
第十一章 广播影视业发展状况	(254)
第一节 电影业	(255)
第二节 广播电视业	(259)
第三节 付费数字电视	(262)
第十二章 出版业发展状况	(267)
第一节 版权合同和作品登记	(268)

第二节 版权进出口贸易	(273)
第十三章 动漫业发展状况	(276)
第一节 动漫产业发展概况	(277)
第二节 几个城市 2006 年动漫产业发展盘点	(279)
第三节 我国动漫产业 2007 年的发展分析	(287)

政策篇

第十四章 创意产业的政策体系构建	(292)
第一节 政府在创意产业发展中的作用	(293)
第二节 创意产业发展的政策体系	(298)
第十五章 现行创意产业政策分析	(302)
第一节 国家政策	(303)
第二节 区域政策	(306)
第三节 现行创意产业政策简析	(326)
第十六章 创意产业的政策选择	(329)
第一节 基于政府产业引导功能的政策选择	(330)
第二节 基于政府公共服务功能的政策选择	(332)
第三节 基于政府市场监管功能的政策选择	(336)

观察篇

第十七章 关于创意产业发展动力机制的探讨	(341)
第一节 创意产业发展推动力量的分析	(342)
第二节 影响六方力量协同互动的因素分析	(349)
第三节 构建适于六方协作的创意活动发展格局	(354)

第十八章 龙经济:建立中国文化创意产业管理体系的思考	
.....	(361)
第一节 龙经济,中国文化创意产业发展的经济目标	(362)
第二节 文化管理是发展创意产业的基础学科.....	(365)
第三节 实施中国化管理从重塑中国形象开始.....	(367)
第四节 中国文化创意产业管理体系的九个命题.....	(373)
第五节 创建品牌是检验创意产业的第一标准.....	(376)
第十九章 长尾理论与创意产业	(379)
第一节 从蓝海战略到长尾理论.....	(380)
第二节 长尾理论.....	(385)
第三节 长尾理论对创意产业的影响及作用.....	(392)
附录	(397)
参考文献	(413)
后记	(417)

Content

Preface	(1)
---------------	-----

General Report

I. Development environment	(3)
II. Development theory	(5)
III. Development scale	(7)
IV. Development policy	(13)
V. Development trend	(15)

Theory Exploration

Chapter 1	Review of definitions on creative industry	(21)
Chapter 2	Background of creative industry's rising	(55)
Chapter 3	Industrial economy analysis on creative industry	(62)
Chapter 4	Theoretical exploration on creative industry	(83)

Data Analysis

Chapter 5	Summarization of scope defining on creative industry in different regions	(97)
-----------	--	------

Chapter 6	Basis of scope defining on creative industry in China	(115)
Chapter 7	Methods of scope defining on creative industry in China	(121)
Chapter 8	General situation of creative industry development in China	(135)
Chapter 9	Evaluation of creative industry development in some cities of China	(164)

Industry Study

Chapter 10	Development status of tourism in China	(240)
Chapter 11	Development status of radio and television industry	(254)
Chapter 12	Development status of publishing industry	(267)
Chapter 13	Development status of animated cartoon industry	(276)

Policy Research

Chapter 14	Policy system construction of creative industry	(292)
Chapter 15	Analysis on the existing creative industry policy	(302)
Chapter 16	Creative industry policy options	(329)

Original View

Chapter 17	Discussion on dynamic mechanism of creative industry development	(341)
Chapter 18	“Long” economy: some thoughts for establishing cultural and creative industry management system of China	(361)
Chapter 19	Long tail theory and creative industry	(379)
Appendix		(397)
References		(413)
Epilogue		(417)

总报告

● 发展环境
● 发展理论
● 发展规模

● 发展政策
● 发展趋势

