

主编 降凡民 严力强 初小玲

创意无限

CHUANGYI WUYIN

■ 文化创意产业是对文化产业部

分外延的扩展，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。通常包括广告、

建筑艺术、艺术和古董市场、手工艺品、时尚设计、电影与录像、交互

式互动软件、音乐、表演艺术、出版业、软件及计算机服务、电视和广播等。

首都文化创意产业大家谈

同心出版社

创意无限

首都文化创意产业大家谈

主编：降巩民 严力强 初小玲

◎ 同心出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

创意无垠：首都文化创意产业大家谈 / 降巩民，
严力强，初小玲主编. —北京：同心出版社，2007
ISBN 978 - 7 - 80716 - 285 - 8

I. 创... II. ①降... ②严... ③初...
III. 文化—产业—北京市—文集 IV. G127.1 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 156189 号

创意无垠：首都文化创意产业大家谈

出版发行：同心出版社

出版人：刘霆昭

地 址：北京市建国门内大街 20 号

邮 编：100734

电 话：发行部：(010) 85204603 (外埠)、85204612 (本市)

总编室：(010) 85204653

E - mail : txcbzbs@bjd.com.cn

印 刷：北京市耀华印刷有限公司

经 销：各地新华书店

版 次：2007 年 1 月第 1 版

2007 年 1 月第 1 次印刷

开 本：787 × 1092 1/16

印 张：18.25 印张

字 数：32 6 千字

定 价：25.00 元

同心版图书，版权所有，侵权必究，未经许可，不得转载

目 录

名家前瞻

- 北京文化产业现状与发展对策 孙安民 (2)
- 利用优势激发人脑创造财富 朱相远 (9)
- 为北京文化创意产业支招三条 飞利浦·多德 (11)
- 实现首都文化创意产业强势化 沈望舒 (13)
- 卖理念卖精神卖心理享受 金元浦 (17)
- 创造力是文化创意产业核心 胡正荣 (19)
- 北京也应开辟演艺场所 杨立新 (22)
- 把脉京味儿文化创意 姜伯军 (24)
- 文化创意产业也应建立孵化器 邢树森 (27)
- 对热门话题要进行冷思考 连玉明 (29)
- 还没找到起跑线不要盲目去竞争 李龙吟 (32)
- 建立完善的文化营销策略 鲁 岐 (34)
- 借助纪念历史文化名人丰富文化创意产业内容 潘 璠 (37)
- 科技与艺术在山顶重逢 马 林 (39)
- 建立服务体系必不可少 北京现代服务业科技促进中心 (42)
- 北京距动漫网游制作交易中心有多远 联合课题组 (44)
- 科技使创意到现实更便捷 强 薇 (48)
- 广告业要有热度更要有深度 贾 薇 (50)
- 时装之都呼唤设计产业化 郭 燕 (52)
- 演艺产业是切入点和突破口 张 宇 (54)
- 以新科技促演出业跨越式发展 胡月明 (57)
- 将北京建成有世界影响力的出版版权中心 联合课题组 (59)
- 版权保护贯穿文化创意产业链始终 王野霏 (62)
- 发展中国家面临哪些挑战 周一平 (64)
- 创造力和想像力是原材料 约翰·霍金斯 (66)
- 人·产业链·文化氛围缺一不可 刘世辉 (68)

北京应成为影视输出主港口	尹 鸿 (70)
不要盲目建设外景基地	尤小刚 (74)
产业化运营实现高收益	厉无畏 (76)
产业聚集与产业链	王永红 (78)
创新体系：使命机制文化人才	李开复 (80)
立足 1+1=11 模式 发掘民族文化元素	冯 军 (82)
北京，你如何成为文化之都？	李 静 (84)
抓住奥运契机推动九大发展	金元浦 (91)
借体育盛会展城市形象	格雷汉姆·布朗 (94)
支招奥运创意产业	约翰·霍金斯 (96)
场馆之困是北京会展业硬伤	刘宏伟 (98)
原创智慧是产业化流程稀缺品	牛维麟 (101)
碗里的锅里的田里的全不能丢	朱相远 (103)
古玩艺术品交易的绊脚石	牟建平 (106)
交易拍卖鉴定：三驾车齐驱	李红艳 (108)
健全中介体系	宫钰鉴 (110)
构建五大支持平台 促进动漫网游发展	王春生 (112)
重点发展创意产业链条高端	于 军 (115)
区县应形成产业链切忌各自为政	刘金华 (117)
发展要分领域讲层次有政策倾向	宋慰祖 (119)
数字平台延伸创意大舞台	杨芙清 (121)
设计产业塑造活力北京	曾 辉 (123)
非遗资源创造城市消费新空间	赵 书 (124)
影视制作产业需要规模经营	袁晓波 (126)
数字媒体产业缺乏自主创新	怀进鹏 (129)
产业步伐加快年均增长 15%	崔述强 (130)

一线走笔

价值观认同是网游安身立命之本	李 洋 (134)
创意需要无微不至的呵护	李 洋 (135)
国产动漫不能照搬迪斯尼模式	李 洋 (136)
长安大戏院创新经营闯市场	贾 薇 (137)
舞台喜剧《托儿》按照市场规律运作观众需求为先	贺雪梅 (139)
周末相声俱乐部低票价高质量赢得潜在市场	丁 琳 (142)

波切利 2004 年北京演唱会	
高端演出评估风险不足	赵海涛 (145)
打开音乐之门系列暑期音乐会	
低价位高水准普及演出抓住小观众	丁 琳 (147)
保利: 把握市场重在做强	徐雪梅 (150)
520 数码天地改变人的生活方式	路艳霞 (153)
一本《狼图腾》产生 5 亿美元规模效应	安波舜 (155)
彼得与狼·动物狂欢节让孩子快乐走进音乐堂	丁 琳 (157)
不只追求多触角寻求内容核裂变	赵文侠 (160)
大型原生态歌舞集《云南映象》	
成熟运作换来高上座率	白 莲 (163)
《为中国喝彩》系列赢得喝彩也赢得品牌	沐 格 (165)
天创练就“功夫”国际尽显传奇	牧 羊 (167)
麦乐迪坚持直营把娱乐做成产业	李 洋 (169)
女子十二乐坊: 传统融入现代打造视觉民乐	郭 涛 (171)

区域聚焦

实现影视时尚会展休闲互动	李洋整理 (174)
影视产业正飞腾 打造东方好莱坞	怀柔区委区政府 (176)
天上飞地上驰绿色餐饮不夜谷	怀柔区委区政府 (178)
水岸边建起京北时尚之都	怀柔区委区政府 (179)
创意产业朝阳何以占先机	赵文侠整理 (180)
11 个聚集区初见端倪	朝阳区委区政府 (183)
大兴: 新媒体产业渐成优势	李永晖 (185)
一区三园三中心构成国家新媒体产业基地	田宝印 (188)
20 余个影视演播厅星光灿烂	李红艳 (190)
海淀打造文化创意产业高端	王世松 (192)
一街一区一基地六大产业带	王世松 魏 颖 (194)
目标: 建成北京和全国创意中心	魏 颖 (196)
数字娱乐产业集聚石景山	徐雪梅 (198)
科技资源集成平台优化创新环境	石景山区科委 (201)
密云民营书业有大动作	王希华 (202)
全力打造京东印刷产业基地	骆腾麒 (203)
宣武: 新创意融入老文化	曾汀燕 (205)

树天桥民俗特色演艺区品牌	孙 红	(208)
典藏传统文化是琉璃厂大文化圈发展基础	沈念乐	(210)
新国展与会展经济	顺义区委宣传部、研究室	(212)
工业设计产业方兴未艾	顺义区委宣传部、研究室	(215)
打造京城印刷服务港	顺义区委宣传部、研究室	(217)
“一园两街”花开东城	路艳霞	(218)
南新仓：多元文化和商务共融的窗口	赵文侠	(220)
南锣鼓巷：最佳胡同居住旅游区	赵文侠	(221)
“歌华”领跑雍和科技园	沈望舒	(222)
420家创意企业聚集德胜科技园	李红艳 石 峰	(224)
和声创景：当电影遇上声音	赖家宾	(226)
丰富文化资源培育创意沃土	李红艳 石 峰	(227)
京版集团成为精神食粮的丰产基地	刘加强	(228)
DRC基地：设计家的摇篮	陈冬亮	(229)

他山之石

英国文化创意产业发展概况		(232)
香港大力发展创意工业		(233)
动漫产业成为日本经济新亮点		(234)
文化娱乐业已成美国最大出口产品	欧 焜	(235)
政策推进韩国电影产业	马 蕾	(236)
国外动漫游戏产业发展历程	曼 联	(237)
新加坡建立环球艺术之都		(238)
欧洲展览巨头持久较量		(239)

群言堂

文化创意产业的三种界定		(242)
-------------------	--	-------

名家前 瞻

名家前 瞻

日前，清华大学出版社《名家前 瞻》一书出版，这是清华大学出版社继《名家前 瞻》之后，又一部由清华大学出版社出版的名家前 瞻系列丛书。该丛书由清华大学出版社出版，是清华大学出版社继《名家前 瞻》之后，又一部由清华大学出版社出版的名家前 瞻系列丛书。

名家前 瞻

CHUANGYI WUYIN

名家前 瞻系列丛书出版，是清华大学出版社继《名家前 瞻》之后，又一部由清华大学出版社出版的名家前 瞻系列丛书。该丛书由清华大学出版社出版，是清华大学出版社继《名家前 瞻》之后，又一部由清华大学出版社出版的名家前 瞻系列丛书。

北京文化产业现状与发展对策

孙安民

当前,世界经济正面临一场极其深刻的变革。文化产业悄然兴起,日益引起人们的重视和青睐。有专家称,21世纪人类社会的竞争形态,将由“武力竞争”转为“经济竞争”,再转为“文化竞争”,“各国的胜负决定于文化领域,其胜负的重点就在文化产业”。联合国教科文组织指出,“发展可以最终以文化概念来定义,文化的繁荣是发展的最高目标”。党的十六大审时度势,与时俱进,提出积极发展文化产业的战略任务,强调要“完善文化产业政策,支持文化产业发展,增强我国文化产业的整体实力和竞争力”。在中央精神的指引下,全国不少地区和城市纷纷提出要加快文化产业发展。在全国各地蓄势待发的形势下,北京只有深化改革,整合资源,加快发展,才能真正将资源优势转化为产业优势,占领文化产业发展的制高点。

北京文化产业发展的基础和优势

近年来,北京市委、市政府一直非常重视文化产业的发展。在大力推动文化事业繁荣进步的同时,不断深化文化体制改革,完善文化产业政策,使文化产业保持了良好的发展势头。2003年,文化产业实现增加值246.1亿元,占全市GDP比重达到6.7%,成为首都经济重要的支柱产业之一。2004年,文化产业增加值328.7亿元,比2003年增加82.6亿元,产业规模进一步扩大,综合实力不断提高。综观北京文化产业发展,可以用“三长、两短”来概括。“三长”就是资源、市场、环境三大优势比较明显;“两短”就是产业发展还存在两大方面的不足。对此,我们要重新审视,深入分析,以便廓清思想,理清思路,谋划对策。我们的三大优势是——

第一：资源优势

经济学研究表明，决定比较优势的首要因素是资源禀赋。北京具有异常丰富的文化资源，种类繁多，与经济的可渗透性强，可开发程度高，为北京发展文化产业奠定了突出的比较优势。首先，历史文化资源丰富。北京有着 3000 多年建城史、850 多年建都史。在悠久漫长的历史进程中，积淀了丰富璀璨的文化遗产，各个历史朝代的文物古迹达 3500 多处。走在北京的大街小巷，浏览到的一个门脸、一座院落都可能流传着一段故事；触摸到的一砖一瓦都可能有着三四百年的历史，都蕴含着文化，都是我们保护利用的宝贵资源。其次，文化人才荟萃。文化产业是创意的产业、内容的产业。文化人才是文化产业的主体，创意是文化产业的灵魂，假如说文化资源是基料，那么文化人才是酵母，是最具活力的因子，是发展的生力军。文化名城与首都的优势地位使北京汇集了大批文化人才，不仅包括享誉全国的文化名人、文学家、艺术家和学者，而且还有众多的领导人才、管理人才、创作人才和表演人才，成为首都文化建设和产业发展的重要资源。

第二：市场优势

主要表现在有条件、有需求、有基础。首先，首都的唯一性，决定了北京作为政治中心、文化中心的地位不可动摇，决定了北京对全国具有强大的文化辐射力和影响力。北京有着 1500 多万常住人口、300 多万流动人口，每年大约有 1 亿国内外旅游者来京参观游览，如此庞大的人口规模，既是文化的消费者，又是文化的传播者，由此也使北京对各地文化建设和文化消费具有很强的示范带动作用。这是北京文化产业做大做强的重要条件。其次，巨大的文化需求。多样化、多层次的文化需求，构成庞大的文化消费市场。发展经济学研究表明，当人均 GDP 达到 1000 美元左右，居民的文化消费会出现较大的增长，占到人均消费支出的 18%。目前，北京人均 GDP 已突破 5000 美元，居民的文化需求不断增强，文化消费扩大已是必然趋势，表明文化产业发展具有十分广阔的市场前景。再次，通过近几年的发展，北京文化产业已经形成了以文艺演出、新闻出版、广播影视、文化会展、古玩艺术品交易等优势行业为主体的产业结构，培育了一批龙头企业，打造了一些著名文化品牌，诸如，相约北京、北京国际音乐节、北京图书节等，这些都是北京文化产业发展壮大的坚实基础。

第三：环境优势

一是领导重视。目前，北京市文化产业发展已形成自上而下的努力推动与自下而上的积极开发相结合的格局。按照首都经济发展战略，未来几年北京仍将坚持以知识经济为方向，第三产业为主导，大力发展文化产业，这既是北京市的重大决策和重要战略部署，也成为各级领导和各界人士的共识。二是教育资源充沛。文化产业作为高科技支持与文化结合的产业，特别需要大批高素质、复合型新型人才。北京是我国最大的专门人才和高层次人才培养基地，也是世界上为数不多的高等教育密集区之一，有77所高等院校，各种职业教育以及留学生教育等也非常发达。这些教育机构培养和造就了大批专业人才和复合型人才，本身也成为拥有大量高素质人力资源的人才库，为文化产业发展提供了重要的智力资源。三是科技支持。文化产业的发展必须借助科技的翅膀。随着科技的发明与应用以前所未有的规模侵入文化领域，文化产品得以用工业生产的方式被生产出来，“文化产业”才轰然问世，并迅猛发展起来。北京地区集中了353家科研院所（不包括转制的），科技人员达30.1万人，技术产出非常丰富，科研成果不断涌现，特别是与文化产业紧密相关的计算机网络等高新技术和产品，为文化产业发展提供了有力的技术支撑。

北京文化产业发展面临的不足和障碍

当然，北京文化产业发展也存在一些矛盾和问题，突出表现为两短，即“胶着”与“脱节”。

文化产业与文化事业胶着

文化产业与文化事业是相互关联的两个范畴，都以文化为内容，然而性质、目标、方式、策略都各不相同，胶着与混淆的结果是严重影响了文化产业的市场化、产业化、企业化进程。在市场经济条件下，文化中可以通过产业方式运作的那一部分，必然是经营性文化。这是由文化产业的性质和特点所决定的。与此形成鲜明对照的是，公益性文化具有公共物品的性质，偏重于满足社会的公共需要，不以盈利为目标，不能被纳入产业的轨道，应由非产业化的公益性的文化事业单位提供。但实际发展中，文化产业与文化事业常常胶着在一起，既制约了文化产业的发展壮大，也使文化事业发展跟不上社会和公众日益增长的公共文化需要。

文化、经济、教育、科技脱节

世界经济发展经验表明，比较优势在发展中并不是决定性因素或者首

要因素，发展的决定性因素是整合、统筹、兼顾而形成的规模优势。脱节、割裂、单一的发展将消耗比较优势，使资源禀赋成为包袱。要尽量避免陷入“比较优势的陷阱”。具体到北京，尽管北京在全国文化资源中心的地位是稳固的，但文化资源中心并不等于文化产业中心。由于资源缺乏整合，目前北京市文化产业发展的规模和水平，与其拥有的文化、教育、科技资源以及经济总量相比还远远不够。

北京文化产业发展中的“两短”只是表象，从深层分析论证，其根源在于“三大障碍”，即观念障碍、体制机制障碍和政策障碍。

观念障碍

中国有五千年的文明史，既创造了璀璨的民族文化，也有守旧落后的一面。文化产业发展问题是一个产业问题，是市场问题，不再是传统的事业问题。因而，一些传统的文化观念与现代产业发展理念抵牾和冲突，成为产业发展的障碍。首先，“伦理至上”观念与功利观的冲突。中国文化传统从道德标准上把人分成两类：“君子”和“小人”，“君子喻于义，小人喻于利”，导致禁欲主义。文化产业追求的就是收益最大化，讲求的是效率、效益、利润。纯粹的文化人难以接受物化的精神和精神的物化的现实，在他们看来，文化产业的崛起，标志着文化的沉沦、文化的堕落。其次，“人治”观念与“法治”观念的冲突。中国是一个有着悠久的人治传统的国家，延续了4000多年的宗法家长制，没有受到强有力的挑战和批判。“法治”则是市场经济的基本特征，文化产业的发展不能没有法治的环境。市场经济提倡和鼓励竞争，提倡树立忧患意识、进取意识、竞争意识。文化产业发展需要创造，需要通过竞争激发出人们无穷的创新能力，“删繁就简三秋树，领异标新二月花”，为广大文化消费者提供更多更好的文化作品。

体制机制障碍

文化管理体制不顺，是造成文化事业与文化产业难以真正分离的重要原因。当前，北京市文化管理体制滞后主要表现在三个方面：一是各部门文化产业促进职能不明确，兼有文化行业管理、发展文化事业和促进文化产业的三重职能，是典型的政资、政事、政企不分。例如，市文化局既负责农村电影“2131工程”、基层图书馆建设等文化事业范畴的活动，也负责局属艺术院团管理等文化产业范畴的工作，还负责文化市场行业管理和文化执法等政府工作。二是市区两级文化管理体制衔接不畅。市一级，文化管理部门分得过细。区县一级，由文化局、文物局、新闻出版局、广播电视局等合并建立了文化委员会，开始试行文化综合执法。上下工作机构不能对接，影响了工作效率。三是社会文化市场主体还没有完全纳入政府文化管理的视野。目前，仍只局限于北京市属文化部门，特别是市属的国

有文化单位，与中央部委及部队所属文化企业资源缺乏整合，对民营文化企业更是底数不清。

政策障碍

一个产业的发展，需要相应的政策扶持和引导。在文化产业发展方面，国务院出台了《关于非公有资本进入文化产业的若干决定》，国家财政部会同相关部门出台了《财政部海关总署国家税务总局关于文化体制改革试点中支持文化产业发展若干税收政策的通知》，市里出台了《北京市人民政府办公厅关于印发文化体制改革试点中支持文化产业发展和经营性文化事业单位转制为企业的两个实施办法的通知》等政策，从市场准入、财政支持、税收优惠、工商管理等方面为文化产业发展提供了政策支持。但总体上看，文化产业政策体系还不够完善，特别是在投融资、高端人才引进和培养等方面明显不足；有些政策过于原则，缺乏实施细则，相关配套政策和措施保障也没有及时出台。

促进北京文化产业发展的思路和对策

综合考虑北京市文化产业的发展现状和发展中存在的突出问题，未来几年，北京应紧紧抓住奥运机遇，深化体制改革，打破瓶颈制约，以求文化产业有更大的发展。

深化改革，加快创新，着力解决体制机制问题

尽快理顺文化管理体制，对文化产业和文化事业采取不同的管理方式，是促进文化产业快速发展的当务之急。一是实行全行业统一管理，探索建立党管方针政策、人大立法规范、政府依法行政、社会自治自律的新型文化管理体制。二是建立推进文化产业发展领导小组，对全市文化产业促进工作统一规划、统一协调，避免由于条块分割造成的政出多门、多头管理。三是紧紧围绕重塑市场主体、完善市场体系、改善宏观管理、转企改制、转变政府职能四个环节，推进政企政事和管办分开、国有文化资产监管、转企改制、文化市场综合执法等工作。四是加快推进行业协会建设，将目前政府部门承担的诸如制定和推广产品技术、质量标准，实行行检行评，职业技术培训等工作转移给行业协会，增强企业自我经营、自我管理、自我发展的活力，促进政府职能转变和行政管理方式转变。

完善政策，落实政策，营造有利于文化产业发展的社会环境

北京文化产业虽然具备了一定规模，但尚处于初始阶段，在国际竞争中处于弱势，要努力建立起既符合国际规则，又适合我国国情、北京特点和社会主义文化发展需要的文化产业政策。一是加快落实国家相关政策法规，加强政策整合力度，制定出台支持北京市文化产业发展的地方法规和

优惠政策。二是发布实施《文化创意产业投资指导目录》，设立发展引导资金，支持企业重组，加快文化产业园区建设，不断优化发展环境。三是加强知识产权保护，制定保护知识产权的地方法规，完善知识产权保护环境，把北京建设成为全国知识产权保护的示范区。四是高度重视思想发动工作，在部门、企业和群众中广泛宣传和培训已出台的各项促进政策，为文化产业的改革和发展打牢思想基础。

整合力量，扩大开放，走出文化抓文化，走出文化圈、北京圈，寻求与国内外企业更广泛的合作

树立首都大文化的发展观念，站在大局看文化，将首都功能和文化产业发展统一起来，通过促进文化产业发展，进一步拓展首都文化中心的内涵，提升其功能和地位，建设国际性文化之都。另一方面，文化企业是文化产业的主体，也是创新发展的主体，更是全球化竞争的主体。要按照市场经济规律，通过联合、兼并、重组等，加快在全国范围内组建若干家跨地区、跨部门、跨行业和跨所有制的，一业为主、兼营相关产业的综合性文化集团，参与国际竞争，在开放式的文化市场空间中获得一席之地，提升北京文化产业的综合竞争力。

拓展融资渠道，吸引外资及社会资本进入，调整优化所有制结构

资金不足是北京文化产业发展的一个瓶颈。2004年底，北青传媒在香港上市成功，融资额达到10.4亿港元，为我市文化企业利用国际资本市场融通资金积累了重要经验。加快推进市属文化行业的改革，在政策允许的范围内打破行业垄断，积极吸收境外资金和社会资本投入文化产业。可采取通过支持国有非文化企业兴办文化项目，吸引社会力量参与文化企业的经营管理等形式，形成文化产业的多元投资、多种经济成分并存的格局，为文化产业的迅速扩张提供更加有力的资金支持。在文化产业的资本结构上，形成国有资本、社会民间资本、境外资本共同投入并促进文化事业和文化产业的所有制格局。

培养人才，壮大队伍，造就专业化、国际化、现代化文化产业企业家队伍

北京文化产业能否快速发展壮大，成为重要的支柱产业，归根结底靠人才。一是要坚持以人力资源开发为重点，培养具有领先的策划能力、文化产品创新能力、市场营销能力和开放的国际视野的优秀文化创意人才和市场营销管理人才，造就一支政治强、素质高、业务强的文化产业企业家人才队伍。二是“海纳百川，有容乃大”，积极主动地吸引优秀的国内外文化人才到京发展，为他们提供发展空间，形成北京市独特的优秀文化人才流入的洼地，构建北京市文化产业活力竞相迸发的高端舞台。

整合资源，打造品牌，努力建设“六大中心”

打破行业、部门等所属界限，整合首都文化资源，将民营文化企业、中央及部队所属文化企业资源纳入文化服务和管理体系，不求所有，但求所在，培育有竞争力的品牌企业和企业集团。抓紧时机继续组建一批文化产业大型集团，使北京的新闻、出版、广播、电视、电影、演艺、娱乐、展览等产业都有支柱型的大集团，把北京建设成全国文艺演出、出版发行和版权贸易、影视节目制作和交易、动漫和网络游戏制作、文化会展和古玩艺术品交易等六大中心。力争到2008年，文化产业创造增加值在北京市生产总值中所占比重达到9%，成为首都经济重要的支柱产业。

利用优势激发人脑创造财富

朱相远

新知识产权创造财富

文化创意产业指创意同文化商品生产经营的结合。比如：书店、电影院及歌厅等，虽属文化产业，但不属于文化创意产业。只有图书出版、电影制作、卡拉 OK 光盘制作等才属文化创意产业。

可以说创意只有在获得知识产权后，才可能形成产业。这类知识产权主要包括版权、商标权、设计权、软件专利权等。在文化领域中人们通过自己的创意，首先取得新的知识产权，并将此开发运用营销而创造出财富，这就是文化创意产业的本质。

文化创意产业与高科技产业一样，生产要素不再以人力、能源、原材料为主；形成的财富不体现在物权的有形资产上，而体现在知识产权的无形资产上；其产品占有不具有排他性。因此，他们同属于知识经济的两翼。

文化产业如果不以文化创意产业为核心，文化产业的产值再高，主要利润也将流到海外，影院播放外国大片就是一个例子。况且文化还涉及国家主权，唯有积极发展文化创意产业，才能主导文化市场，捍卫国家文化主权。

物质有限创意无限

创意的源泉是人的大脑。我国人口太多是劣势，但人脑多就是优势。工农业生产的物质财富数量有限，分配时具有排他性，有人占有了，有人就得放弃，但精神财富是无限的，人人可以占有。我国的物质资源，相对于 13 亿人口，显得十分紧缺。故科学家提出，未来要少消费原子（物质单位），多消费比特（信息单位）。发展知识经济及文化创意产业就是增加比特。这些比特，不仅提高物质生产率，还可直接供人消费、享受。人一生中的物质享受总是有限的，而精神文化享受则是无限的。文化创意产业中，脑力创意的无限性，就正好适应文化消费的无限性。

13亿人市场是空间

发展文化创意产业需要三大生产要素，而我国在这些方面都具备优势。智力资源自不必说了，我国不仅人脑众多，而且世界公认中国人的智商很高。其次是文化资源，我国拥有世界上唯一未被中断的五千年传统文化，拥有大量非物质文化遗产。发展文化创意产业还要有科技资源，我国在这方面与发达国家的差距已不太大。除此之外，我国市场潜力巨大。不仅拥有13亿人的国内文化需求市场，还有巨大的世界华文市场。由于中国文化代表着东方文化，国际市场也十分可观。

给创意阳光空气和水

发展北京文化创意产业，虽已列入“十一五”规划纲要，但真正运作，还须优化产业的外部环境。文化创意好比树苗，它的成长需要阳光、空气和水。

强化知识产权保护。强化维护知识产权的法律保障，这是文化创意产业的命根子与立业基础。这个产业的核心与灵魂，就是生产知识产权。文化创意产业要提高一尺，知识产权法律保护力度就必须提高一丈。

提供宽松有序体制。我国文化事业长期受旧体制的束缚，清规戒律尤多。从中剥离出来的文化产业，仍难摆脱旧体制的影响，对于生产精神产品的文化创意产业，尚缺少宽松有序的体制环境。若不在体制上有所革新，改善审批程序，多支持，少干预，高水平的文化创意是难以出现与发展的。

鼓励百家争鸣允许张扬个性。对于保护自然，要优化生态环境；对于发展社会文化，则必须优化文态环境。切实鼓励百花齐放，百家争鸣，允许探索，允许张扬个性。因为文化创意的主体是个人的智慧与灵感，缺少宽松、自由、多元化的文态环境，是迸发不出创意火花来的。

提供资金支持。从事文化创意产业的大多是分散的自由职业个体户或中小型民营企业，缺少资金是他们发展的瓶颈。由于知识产权等无形资产尚难作抵押，取得银行贷款自然较难。政府应优化金融环境，设立专项风险基金，使产业获得必需的资金支持。

优化产业发展环境。文化创意产业随高科技的发展与应用，也必须不断提高产业的发展形态和社会运作模式，这就要不断优化产业发展环境，促进文化工业革命。使个人的文化小生产逐步让位于社会化的文化大生产；使小作坊让位于工厂化的流水线。