

宁波非物质文化遗产 创意产业化研究

陈万怀 ○ 著

浙江省哲学社会科学重点研究基地临港现代服务业与创意文化研究中心
浙江万里学院“中央——海洋经济创新团队建设”项目资助成果



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

浙江省哲学社会科学重点研究基地临港现代服务业与创意文化研究中心
浙江万里学院“中央—海洋经济创新团队建设”项目资助成果

宁波非物质文化遗产创意产业化研究

陈万怀 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

宁波非物质文化遗产创意产业化研究 / 陈万怀著.
—杭州:浙江大学出版社,2017.6
ISBN 978-7-308-17026-0

I. ①宁… II. ①陈… III. ①非物质文化遗产—文化
产业—研究—宁波 IV. ①G127.553

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 147171 号

宁波非物质文化遗产创意产业化研究

陈万怀 著

责任编辑 杨利军

文字编辑 王建英

责任校对 沈巧华 张培洁

封面设计 闰江文化

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址:<http://www.zjupress.com>)

排 版 浙江时代出版服务有限公司

印 刷 浙江省良渚印刷厂

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 13

字 数 226 千

版 印 次 2017 年 6 月第 1 版 2017 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-17026-0

定 价 39.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式 (0571)88925591;<http://zjdxcsb.tmall.com>

☐本书系 2013 年宁波市与中国社会科学院共建研究中心课题“宁波市非物质文化遗产的创意产业化路径探究”研究成果

☐本书系浙江省哲学人文社科重点研究基地浙江万里学院临港现代服务业与创意文化研究中心专著资助项目

☐本书系浙江万里学院“2013 年中央—海洋经济创新团队建设”资助出版

☐本书系浙江万里学院文化与传播学院“宁波市创意设计产业与城市发展研究中心”资助出版

目 录

第一章 产业经济视角的非遗创意产业	(1)
第一节 创意产业与创意经济概述	(1)
第二节 国内外文化创意产业发展概况	(12)
第二章 宁波文化创意产业市场发展背景分析	(22)
第一节 宁波文化创意产业的构成及发展	(22)
第二节 宁波非遗创意产业的建设与探索	(28)
第三章 宁波非遗创意产业的价值分析	(44)
第一节 非遗创意产业的价值与社会意义	(44)
第二节 宁波非遗创意产业的价值与内容建设	(51)
第四章 宁波非遗创意产业化路径与选择	(67)
第一节 “文化+”:宁波非遗创意产业化的选择	(67)
第二节 宁波非遗创意产业化园区与传承基地建设	(80)
第三节 宁波非遗类博物馆的产业发展	(96)
第五章 宁波非遗创意产品的开发	(103)
第一节 非遗创意产品发展概述	(103)
第二节 宁波非遗创意主导产品的开发	(107)
第三节 宁波非遗创意产品的产业经营	(131)

第六章 宁波非遗创意产业政策与人才发展研究·····	(142)
第一节 文化创意产业政策发展概述·····	(142)
第二节 宁波文化创意产业人才发展研究·····	(149)
参考文献·····	(158)
附 录 ·····	(168)
索 引·····	(202)
后 记·····	(204)

第一章 产业经济视角的非遗创意产业

在过去的几十年里,文化和创意产业已经成为一种主要的经济力量。创意产业作为 11 种经济成分的综合体,因其惊人的高增加值和增长率成为世界各国人们关注的焦点。20 世纪 90 年代以来,文化和创意产业在政治议事日程中被重视起来——反映在旨在推动欧洲经济增长的《里斯本条约》和联合国教科文组织《保护和促进文化表现形式多样性公约》中。2005 年 10 月,第 33 届联合国教科文组织大会上通过的《保护和促进文化表现形式多样性公约》中,“文化多样性”被定义为各群体和社会借以表现其文化的多种不同形式。该公约表明在世界范围内,各国承认作为非物质和物质财富来源的传统知识的重要性,特别是原住民知识体系的重要性,其对可持续发展的积极贡献,及其得到的充分保护和促进的需要。该公约不仅提出了文化多样性的概念,文化包含内容和表现形式,以及文化活动、产品和服务,而且认为“文化产业”是各国有权发展生产和销售文化产品或服务的产业,尤其是发展中国家都有能力在地方、国家和国际层面上创建和加强其文化表现手段,包括其新兴的或成熟的文化产业。因此,发展中国家所面对的文化多样性以及如何使自己国家和民族的多样性文化得以保护和传承的问题,是整个国家和民族的文化战略问题。在保护和传承上,发展中国家更需要向发达国家学习文化产业发展的经验和方法,以在与它的竞争和抗衡中获得民族文化的生存及发展。

第一节 创意产业与创意经济概述

创意产业是第二、三产业共同发展的结合点,是城市经济发展的新内容和新载体。当前,经济学家和社会研究学者普遍认为,创意产业属于新型城市服

务业,创意性和知识性的职业及服务部门将推动整体社会经济的发展。中国人民大学人文奥运研究中心执行主任金元浦教授指出,创意产业与新经济密不可分,没有创意产业,就没有新经济。同样,没有新经济也就没有创意产业。

一、创意产业与创意经济

创意就是催生某种新事物的能力,它表示一人或多人创意和发明的产生,这种创意和发明必须是个人的、原创性的,且具有深远意义的。换句话说,它就是才能和智慧。^①通俗地讲,创意经济就是将人们常说的“点子”“主意”产业化所形成的社会价值或经济价值。虽然创意并不一定就是经济行为,但是,一旦创意具有了经济意义或产生了可供交换的产品,创意就可能是经济行为。美国卡耐基梅隆大学弗罗里达教授认为,如果把经济领域分成三个部门——创意部门、制造部门和服务部门,然后再把各部门工作者的工资和收入都加起来,那么创意部门几乎占据了美国所有工资收入的一半——将近2万亿美元,差不多是生产和服务部门工资收入之和,因此,创意产业已经成为财富的最重要来源。^②

一般看来,创意经济包括时尚设计、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;此外,还包括旅游、博物馆和美术馆、遗产和体育等。创意之父、英国著名经济学家约翰·霍金斯在《创意经济:如何点石成金》一书中,把创意产业界定为其产品均在知识产权的保护范围之内的经济部门。约翰·霍金斯认为:“知识产权法的每一形式都有庞大的工业与之相应,加在一起这四种工业就组成了创造性产业和创造性经济。”

经济增长是通过一定的方式进行的,它受经济增长的内容及决定经济增长的主要因素影响。因此,在不同的历史阶段里,转变经济增长方式不仅成为全世界各个国家经济研究学者孜孜以求的理论探索,同时也是世界各国及地区行业发展的理论依托。从早期亚当·斯密、大卫·李嘉图的古典经济增长理论,到罗默、卢卡斯等为代表的新经济增长理论,都使我们正确地认识到经济增长的内容及各有关要素,经济增长的模式、规律及实现的途径与手段等。自从英国政府1998年正式提出“创意经济”的概念以来,追求经济增长在当前

① 约翰·霍金斯. 创意经济:如何点石成金[M]. 洪庆福,孙薇薇,刘茂玲,译. 上海:上海三联书店,2006:3.

② 理查德·弗罗里达. 创意经济[M]. 方海萍,魏清江,译. 北京:中国人民大学出版社,2006:29.

已经成为世界各个国家及地区共同的诉求。发达国家和地区提出了创意立国或以创意为基础的经济发展模式,发展创意产业已经被发达国家或地区提到了发展的战略层面。与此同时,西方理论界也率先掀起了一股研究创意经济的热潮。从研究“创意”(creativity)本身,逐渐延伸到以创意为核心的产业组织和生产活动,即“创意产业”(creative industry)、“创意资本”(creative capital),又拓展到以创意为基本动力的经济形态和社会组织,即“创意经济”(creative economy),逐渐聚焦在具有创意的人力资本,即“创意阶层”(creative class)。

当今世界,创意产业已不再是一个理念,而是有着巨大经济效益的社会现实。约翰·霍金斯在《创意经济:如何点石成金》一书中指出,创意产业占全球GDP的7%,每天产生的价值高达22亿美元,并以每年5%的速度快速增长。美国创意产业每年的增长速度更高达14%,英国为12%。纵观全球,发达国家的众多创意产品、营销、服务,吸引了全世界的眼球,形成了一股巨大的创意经济浪潮,席卷世界。在约翰·霍金斯看来,创意经济是创意产品之间进行的交易。每次交易或许都有两个相互补充的价值:无形的知识产权价值和有形载体或物品的价值(如果存在的话)。在某些诸如数字软件的行业中,知识产权的价值比较高,而在另一些行业中,例如艺术品行业,有形标的物的单位成本就比较高。^①虽然不是所有创意产品都有资格被称为知识产权,但是,仍有许多创意产品可以。知识产权有若干形式,其中最为常见的四种分别是版权、专利、商标和设计。这四种知识产权的常见形式共同构成了创意产业或创意经济。但这一定义所受争议颇多,大多数国家认为创意及其相关产业包括各种形式的创意性和想象力。但是,一些国家,其中包括英国和澳大利亚,将“创意产业”一词仅限于艺术和文化产业,其中并没有科学和专利产业的位置。^②

创意产业具有高附加值性、强渗透性和低能耗性,创意得到的认可度越高,它的附加值就会越高。创意能耗很少,因此是优化产业结构、转变经济增长模式、推进传统制造业向高增值产业升级的重要途径。人类是具有创意的动物,但是,我们的创造力未必能永远导出具有创造性的产品。经济学研究等式表明:创意经济(CE)等于创意产品的价值(CP)与交易次数(T)的乘积,即 $CE=CP \times T$ 。这里,创意等式只针对创意产品,而不针对创意,并且创意产

① 约翰·霍金斯. 创意经济:如何点石成金[M]. 洪庆福,孙薇薇,刘茂玲,译. 上海:上海三联书店,2006:7.

② 约翰·霍金斯. 创意经济:如何点石成金[M]. 洪庆福,孙薇薇,刘茂玲,译. 上海:上海三联书店,2006:6-7.

品和交易之间也有所不同。创意产品的数量可以量化,但创造力本身不能量化,我们可以说某某人更具创意,甚至非常有创意,但是不能说他的创意是另一个人创意的 2.5 倍。^① 可以看出,创意以及创意产品主要的作用在于它对一个产业或行业的增加值,创意是产品附加值的核心所在,创意经济的形成和发展也就在于此。

二、创意产业与地方经济发展

当前,世界经济依然处于缓慢复苏阶段,世界各国都在挖掘社会领域内新的经济增长点。从发达国家的产业经济发展经验来看,创意产业已经成为未来经济发展的新支柱,谁能把握创意产业链的高端,谁就能把握未来的经济发展方向。同样,宁波地区的社会经济正值保稳定、促增长、调结构,转变发展方式的关键时期,大力发展创新产业有利于转变宁波产业经济发展方式,优化产业结构,减轻制造业、加工业对宁波环境造成的巨大压力,同时有利于减轻经济增长放缓对宁波就业造成的影响,形成创新驱动发展的良好局面。

(一) 文化创意产业的内涵

根据联合国教科文组织的界定,“文化产业”是按照工业标准生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。文化创意产业与通常意义上的文化产业有着很大程度的重合,但是文化产业并不等同于文化创意产业。自从 1998 年 11 月英国政府首次出台《创意产业图录报告》明确提出“创意产业”的概念,将创意产业作为振兴英国经济的重要手段以来,创意产业和金融业已经成为英国的主要支柱产业,使其成功转型为世界制造业中心。英国早在 2001 年的创意产业发展计划中就将创意产业定义为:“通过知识产权的保护和开发,含有个人原始创造、技能和天赋,能够增进财富和就业的行业。通过政府的大力引导,英国的创意产业有了长足的发展。”^②文化经济理论家理查德·凯夫斯从文化经济学的角度在更狭义的意义把文化创意产业定义为:提供具有广义文化、艺术或仅仅是娱乐价值的产品和服务的产业。^③ 2002

① 约翰·霍金斯. 创意经济:如何点石成金[M]. 洪庆福,孙薇薇,刘茂玲,译. 上海:上海三联书店,2006:7.

② 仇景万. 英国创意产业发展对我国创新驱动发展战略的启示[J]. 现代管理科学,2016(5):73.

③ 理查德·E. 凯夫斯. 创意产业经济学——艺术的商业之道[M]. 孙绯,等,译. 北京:新华出版社,2004.

年,中国台湾地区也借鉴英国创意产业发展经验,提出发展文化创意产业,将其定义为“源自创意或文化累积,透过智慧财产的形式与运用,具有创造财富与就业机会潜力,并促进整体生活提升之行业”^①。关于文化创意产业概念的争论主要表现在行业与部门界定范围之间,各国(地区)学者对创意产业内涵的理解都比较接近,强调创造力对经济的贡献能力,定义着眼于整个产业链,主要由产业源泉、产业路径和产业社会效果这三个要素组成,重点在于“创意”这个核心源头。^②

纵观世界整个经济增长模式的理论演进,20世纪90年代以来文化资本理论的兴起及其与经济增长方式转变的关系备受关注,如今正在成为西方经济学界讨论的一个重要议题,也引起了自然学界、社会学界、文化学界等学者的共鸣。1989年,法国的布迪厄在其著名的论文《资本的形式》中第一次完整地提出了文化资本理论。他认为,资本可以表现为经济资本、文化资本和社会资本等三种基本的类型,在某种条件下,文化资本和社会资本可以转换成经济资本,成为推动经济增长的力量。布迪厄将“资本”的概念广泛应用于文化分析,从一种非经济学角度对“资本”做了阐述,给中国文化资本与文化产业、社会发展等研究提供了新的视角。发达国家之所以将创意产业定义为具有自主知识产权的创意性内容密集型产业,主要在于其有以下三方面含义:(1)创意产业来自创造力和智力财产,因此又称作智力财产产业;(2)创意产业来自技术、经济和文化的交融,因此创意产业又称为内容密集型产业;(3)创意产业为创意人群发展创造力提供了根本的文化环境,因此又往往与文化产业概念交互使用。

文化资本不仅是一种资本要素,而且是一种具有渗透性功能的生产要素,它可以与传统资本结合发挥综合效应。内生增长理论认为,知识是经济发展的关键,而知识的生产、消费、交换、分配必须以创新为动力,只有创新才能推动知识经济的发展。创新不仅仅是一种企业化的行为,而且是整个社会的一种意识,一个社会的整体创新能力与文化以及每个公民的创意活力紧密相关。^③文化创意产业属于知识密集型新兴产业,处于技术创新和研发等产业价值链的高端环节,是一种高附加值的产业,很大程度上能带动就业、促进地

① 蔡尚伟.城市特质与(文化)创意产业路线选择[J].中国文化产业评论,2007(2):247-265.

② 徐炯.杭州文化创意产业发展分析及创意产业园区建设策略[D].杭州:浙江工业大学,2015:2-3.

③ 顾江.文化产业经济学[M].南京:南京大学出版社,2007:301.

方经济增长。文化创意产业的良性运作有助于地区经济稳定与可持续发展,目前,我国各大城市纷纷依托自身良好的文化创意产业发展历史资源和物质基础,文化创意产业的发展已经开始极大地推动不同区域的城市经济与文化的发展建设。

随着全球市场经济的发展,产业结构发展不断变化和调整。在经济增长放缓,向高新技术产业转型升级的新常态下,集文化、科技、环保等要素于一身的文化创意产业正逐步成为刺激经济新增长的重要产业,具有融合性、区域性的特点。宁波市文化产业研究基地首席专家、浙江大学宁波理工学院黄少华教授认为:“文化产业与其他产业的融合以及文化产业内部的融合,符合当前经济发展的潮流趋势,也是一个国家、一个城市调整产业结构、转型升级的需求反映。想要走出一条成功的融合路子,最核心的因素还是离不开创新,应该用创意去带动融合。”^①对于宁波的文化产业来说,搭建了好的平台,有了产业的内容,再注入创意的元素,那么,宁波的文化产业发展必将会上一个新的台阶。

(二) 发展文化创意产业的社会意义

文化创意产业是在全球产业结构调整的大背景下发展起来的新兴产业,也是英国、美国、德国、澳大利亚等西方发达国家转变经济发展方式的一个重要产业领域。20世纪90年代以来,文化创意产业在我国逐渐跃升至国家战略发展层面,对于推动我国经济发展、繁荣文化事业、实施文化强国战略、促进城市产业结构升级等方面具有非常重要的作用。

1. 文化创意产业推动社会文化繁荣发展

自2009年国务院推出了《文化产业振兴规划》以来,发展文化创意产业在我国就被提升到了国家战略高度,这标志着我国文化创意产业进入了一个全新的发展时期。2011年10月18日,中共十七届六中全会又提出“加快发展文化产业,必须构建结构合理、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”,在这次全会中我国首次将“文化命题”作为议题,它对于深化文化体制改革,推动社会主义文化大发展、大繁荣有着深远的影响。在地方政府为发展而竞争的机制作用下,各地为获得文化创意产业发展的“先发优势”,纷纷提出“文化强省”“文化强市”的发展战略,推动着中国文化创意产业进入高速的发展态势。

^① 汤丹文,周燕波.宁波文化产业助力城市经济转型升级[N].宁波日报,2014-06-06(A1).

随着社会主义现代化进程的加快,我国许多传统文化濒临灭绝,而文化创意产业利用高科技和多媒体等创新手段将传统文化中的精髓延续下来,既有效地传承历史文化,又在内容或形式上有所创新。创意产业的核心特征就是倡导把文化要素作为推动经济增长的主导要素,对中国而言,五千年的中华文明史,有着挖掘不尽的文化宝藏,也有着取之不尽的文化资源。一切高科技的产品,归根结底都是为人服务的,它们都离不开文化,离不开文化所昭示的生存意义、生活需求和生命本质。^① 放眼当今世界,高新科学技术在文化领域的广泛应用,已造就了众多新奇的文化形态,为传统文化的继承、人类社会文明的发展开拓了更高的境界。

文化创意产业离不开“文化”两字,没有文化含量,整个文化创意产业就像无源之水、无本之木,无以为继。而以宁波象山竹根雕为代表的雕塑文化、以上林湖越窑遗址为代表的青瓷文化、以宁海十里红妆为代表的婚俗文化、以保国寺为代表的建筑文化、以天一阁为代表的藏书文化、以“宁波帮”为代表的儒商文化以及海上丝绸之路文化和丰富的民俗民间艺术资源,还有宁波红帮服饰文化、以象山中国开渔节为代表的渔文化……这些富有民族和地域特色的浙东文化给宁波非物质文化的产业化发展以深厚的精神底蕴。植根于本土独特的文化之中,宁波非物质文化遗产的创意产业也被赋予了充满文化含量的品牌性格,通过创意十足的非遗创意产品传递对文化的理解与感知,既能提升文化产业的竞争实力,又可以产生巨大的经济效益和社会效益。

2. 文化创意是文化产业经济的新增长点

发展文化创意产业之所以能够在全世界各地受到政府、企业和社会的追捧,是与其具有改变现有经济增长方式、促进社会经济全面发展的强大功能紧密相连的。文化创意产业在加强国家与国家之间、地区与地区之间文化交流的同时,又能促进社会产业发展,一方面可以进一步增进文化认同感,加深文化凝聚力;另一方面还能够繁荣旅游消费市场,产生社会效益,刺激和拉动经济消费(见图 1-1),实现社会文化与经济双赢的功效。如果说世界已经进入文化和科技融合的新时代,那么丰富的宁波传统文化元素与创意产业的融合,无疑顺应了时代的发展,在无形中改造和提升着传统的文化产业,催生出非物质文化产业化新业态、新载体,以创意文化产业的形式传承和创建着新的非物质文化遗产品牌。

^① 厉无畏,等. 创意产业:转变经济发展方式的策动力[M]. 上海:上海社会科学出版社, 2008:54-56.



图 1-1 宁波市鼓楼商业文化街区宁波油赞子的购买队伍

发展文化创意产业,看重的是它在提高自主创新能力,转变经济增长方式,引领产业向高端发展,实现产业结构升级,为二、三产业融合发展服务等方面的重要作用。党的十八大将“文化创意产业成为国民经济支柱性产业”“社会主义文化强国建设基础更加坚实”等列为 2020 年国家全面实现小康社会的重要指标。为推动中国经济的跨行业、跨业态等产业融合发展,国家各部委纷纷出台政策文件予以积极推进,为文化创意产业提供了良好的宏观政策环境。2012 年,《国家文化科技创新工程纲要》中提出要加强文化科技创新,增强文化领域自主创新能力和文化产业核心竞争力,推动文化产业成为国民经济支柱性产业。2014 年,国务院发布了《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》,首次全面提出促进文化与实体经济深度融合,提出将文化创意设计与相关产业的融合推动作为加快文化产业发展最为重要的着力点。在新的社会发展时期,加快推进文化创意产业的发展,有利于重塑创新体系、激发创新活力、培育新兴业态和创新公共服务模式,对推进大众创业、万众创新和增加文化产品消费、文化产品服务“双引擎”,主动适应和引领经济发展新常态,形成经济发展新动能,实现中国经济提质增效升级具有重要意义。

3. 文化创意产业提升城市形象和文化品位

文化是一个城市的灵魂和内在特质,能否引领文化发展潮流是一个城市进步与否的重要标准。文化创意产业属于文化产业链发展的高端,它与和文

化艺术密切相关的电影、电视、平面媒体等视觉艺术、音乐与表演、文化展览以及工艺美术等一起显著影响市民的文化生活品位。一个好的非遗文化创意产品,能够提升一个地区、一个城市的关注度,带来旅游、会展、商业、人才等连锁回馈,从而提升城市的文化竞争力。正是非遗传统文化内涵的注入,使城市品牌得以创新和传播,产生了新的意义。^① 文化创意产业自身具有独特的文化属性,不但能够拉动经济快速增长,而且对其的推动和发展更有助于城市文化软实力的增强,从而提高城市的整体竞争力和影响力。

文化创意产业占据价值链的高端,是文化、科技与创意的融合,是现代服务业中的高端形态,可以创造很高的产品附加值,直接增加国民生产总值,是提升城市核心竞争力的战略性主导产业。^② 在发达国家,随着后工业化社会的发展和进步,包括教育、科技、文化、金融等众多领域的创意人群在城市人口中所占的比重逐渐增加。这些人喜欢到什么地方去工作就成为城市和区域发展所要考虑的首要问题。从这个意义上说,城市和区域在现代化发展进程中就会把文化、创意以及环境等因素作为一种战略考虑。经济活动的区位就是人所喜爱的区位,企业的战略和城市、区域的战略也就是人的战略。弗罗里达教授在 2002 年将美国有创造力的人在区位选择方面的结果作为证据,说明过去是公司区位吸引了人,现在是有创造力的人吸引公司。公司将会搬到有创造力的人乐意居住的地方。他的研究表明,在美国有创造力的人喜欢住在技术(technology)、人的才能(talent)和宽松愉悦的环境(tolerance)三因素(即所谓“3T”)排名很高的城市。城市要从高效率城市向具有创造力的城市提升,而宜人的快乐的环境,即时尚的文化生活环境就是创意城市的必需。如此看来,文化产业就自然地 and 创意产业交融在一起。^③

文化创意产业不仅保留了具有历史文化价值的建筑,整合了各种文化资源,而且通过历史与未来、传统与现代、经典与流行的交叉融汇,为城市增添了历史与现代交融的文化景观,并提升了城市的形象与品牌,促进了旅游业的发展。^④ 文化创意产业不仅可保留城市具有历史文化价值的建筑,而且通过传统与现代、经典与流行的交叉融汇,可为城市增添历史与现代交融的文化景观

① 翁昌寿.文化竞合:华语文化创意产业特色与路径[M].北京:北京大学出版社,2013:137.

② 应晓清.大力发展文化创意产业、提升宁波城市竞争力[J].浙江工商职业技术学院学报,2013(2):2.

③ 王安正,成娟.我国发展创意产业的条件及策略[J].商业时代,2007(4):86.

④ 厉无畏,等.创意产业:转变经济发展方式的策动力[M].上海:上海社会科学出版社,2008:54.

(见图 1-2)。通过先进文化创意产业生产与发展的引领作用,可以提高城市的文化形象和文化品位。由于文化创意产品的消费一般带有一定的文化体验,这种体验增强了城市的亲切感,在无形中令城市品牌得到了更大范围和更深程度的推广,促使文化创意产品与城市形象都得到良性的互动增值。^①



图 1-2 宁波市莲桥街商业文化街区

4. 文化创意产业创造就业机会

创意产业对就业的贡献巨大,一方面创意产业包含的专业领域比较广泛,能容纳大量的劳动人口;另一方面,通过发展创意产业而形成的一些新型产业,可以为社会提供大量新的就业岗位。据统计,在欧洲的音乐之都维也纳,在创意产业领域工作的人员已达 10 万人,这几乎是维也纳就业人数的 14%,也占整个奥地利创意产业就业总人数的 40%。^② 创意产业的发展已经超越了一般的经济层面,有着更深刻的自然和社会意义,促进了人与自然、经济、社会系统的和谐发展。因此,有学者认为,创意产业发展的真正意义不在于创造了多少财富,增加了多少就业机会,而在于创意产业对整个社会的改造和更新。作为文化产业大国和创意产业主导大国,美国发展文化创意产业的目标明确,

^① 郑彦松,高长春.发展文化创意产业提升城市竞争力[J].现代商业,2014(16):66-67.

^② 厉无畏,等.创意产业:转变经济发展方式的策动力[M].上海:上海社会科学出版社,2008:54.

重点扶持电影、电视、家庭录像、商用软件、娱乐软件、图书、音乐和唱片等产业,在引导产业发展中重视建立创意市场竞争体系,强调产业链的形成和集聚效应的发挥,已经形成了一系列创意产业发展集群。如果把美国的整个经济领域分成三个部门——创意部门、制造部门和服务部门,然后再把部门工作者的工资和收入都加起来,那么创意部门(即创意产业集群)工作者人数占美国就业人数的30%,而工资收入几乎占据了美国所有工资收入的一半——将近2万亿美元,差不多是生产和服务部门工资收入之和。^①

文化创意产业的发展主要依赖于科技、人力与智力资源,有一定的硬件设施和社会资本投入即可发展之,但其需要覆盖各个层面的技术人员和从业人员。作为当前文化产业价值链的高端产业,文化创意产业间接制造出的工作机会大大超出了其产业本身,因此,发展文化创意产业对于解决当前的社会就业和提供就业岗位等问题意义重大。宁波非物质文化遗产创意产业化发展同样将会增加更多的就业机会与就业岗位,完善社会劳动力市场。同时,各个创意产业园区、传承基地及传承人等通过非遗传承人、技术人员的影响力开设相关非遗项目的职业教育,提供创意文化产业职业等级考核,可以提高相关非遗从业者的专业水准,吸收更多非遗专业人员就业。

概括所述,文化创意产业(Cultural and Creative Industry)的发展承载着文化和经济价值的双重属性,文化价值是整个产业生产过程中的核心,决定着文化产品在传播过程中的实用、审美与收藏等作用,影响着整个文化产品的市场化发展趋势。非物质文化的价值是区别于传统普通生产的根本,更是文化创意扩大再生产的重要源泉,体现着区域民族的非物质文化遗产的社会地位和作用。从产业经济和区域经济发展角度来看,经济价值是文化创意产业生产的目的,是民族国民经济发展的重要检验标准,是衡量一个地区产业结构科学性的佐证,代表着文化产业以及文化创意产业在世界范围内的综合经济实力。文化创意产业作为国家成功发展的标志,已经为今天社会所普遍接受和承认,而文化创意产业所占国民经济的比重,更是衡量一个民族国际地位的重要参考。^②

① 理查德·佛罗里达. 创意经济[M]. 方海萍,魏清江,译. 北京:中国人民大学出版社,2006:30.

② 周光毅. 中国文化创意产业的发展现状与问题研究[J]. 艺术百家,2015(3):76.