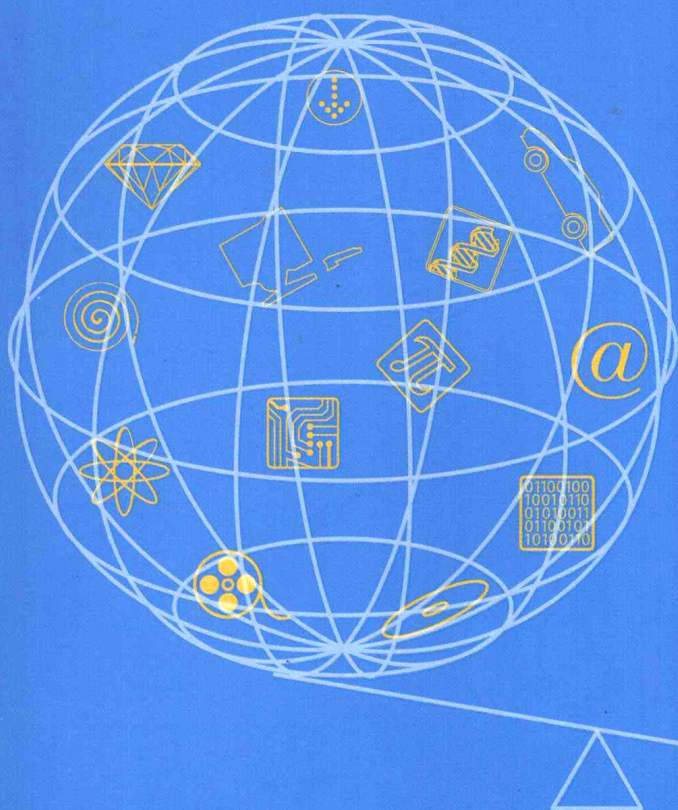


中国

创意产业

发展报告

张京成/主编



中國經濟出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

中国创意产业发展报告

(2008)

主编 张京成

 **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. 2008/张京成主编. —北京: 中国经济出版社, 2008. 3

ISBN 978—7—5017—8507—0

I. 中… II. 张… III. 文化—产业—发展—研究报告—中国—2008 IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 027657 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: 任燕飞设计室

经 销: 各地新华书店

承 印: 潮河印业有限公司

开 本: 787mm×960mm 1/16

印张: 39 字数: 595 千字

版 次: 2008 年 3 月第 1 版

印次: 2008 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978—7—5017—8507—0/F · 7499

定价: 60.00 元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

国家版权局反盗版举报电话: 12390

服务热线: 68344225 68341878

编委会

主编:张京成

编委:(按姓氏笔画排序)

| | | | |
|-----|-----|-----|-----|
| 丁 辉 | 丁蕊彬 | 马 达 | 马 斌 |
| 尹 宏 | 王 帅 | 王 立 | 王 军 |
| 王战果 | 王琼文 | 兰建平 | 厉无畏 |
| 任 珺 | 刘光宇 | 刘利永 | 江 霏 |
| 吴扬文 | 张卫红 | 张士运 | 张京成 |
| 张 星 | 李永进 | 李兴伟 | 李军英 |
| 李岱松 | 李建玲 | 李念之 | 李 莹 |
| 沈晓平 | 苏 彤 | 邱琪瑄 | 陆政品 |
| 罗 欣 | 周学政 | 郑 祎 | 倪 莉 |
| 徐云霞 | 常 艳 | 康 军 | 盛从锋 |
| 黄 琳 | 傅 正 | 曾凡颖 | 蒋莉莉 |
| 樊小林 | | | |

前 言

《中国创意产业发展报告 2008》如期付梓出版,这是连续记录创意产业在中国发展情况的第三本蓝皮书。正如众多国内外人士所见,在创意产业渐趋流行中国的三年中,创意产业由最初舶来的新名词、新概念,在神州大地上步步为营,落实成一片片集聚区,一项项政策,一笔笔产值和一个个就业岗位……

作为一个新兴的产业门类,如此发展速度是空前的,令数千年历史的农业、上百年历史的工业和几十年历史的服务业望尘莫及。“问渠那得清如许,为有源头活水来。”创意产业之所以能具备如此旺盛的生命力和强大的发展潜力,一方面,与其先天的优良产业特质密不可分;另一方面,也与政府的后天推动密切相关。

那么,创意产业先天具备的这些优良产业特质究竟是什么,政府的后天推动又具体有哪些措施,创意产业在我国各地的阶段性成果是如何表现的……这一系列的问题,都需要有一部专门的书籍予以忠实地记录、客观地分析和系统地总结,这正是《中国创意产业发展报告》的历史使命。

我们的目标是为中国创意产业推出一部可以记录其发展轨迹的“年鉴”,为广大创意产业研究者和爱好者提供一部查阅资料的“工具书”,为政策制定者提供一部“决策参考书”,并成为创意企业和风险投资者的“投资指南”。

自 2006 年出版首部《中国创意产业发展报告》以来,我们都力争在每年的第一季度完成对上一年度中国创意产业发展情况的记录和研究。为的就是能够保证报告内容的“新鲜”,使之能以最快的速度报告创意产业上一年的表现,为当年的创意产业发展提供及时的参照和指导,最大限度地发挥报告的作用,体现报告的价值。

《中国创意产业发展报告 2008》作为统观全国创意产业发展的年度

报告,具有宏观性。全书在内容上形成了一个庞大的体系:

一方面,创意产业涵盖八个大类的分领域,虽然众多分领域之间存在“创意是价值形成的核心”这一共性,但更多的是各自的分领域特性,不同领域的发展程度、发展所需条件不尽相同,这是撰写本报告的第一个难题。

另一方面,我国各地发展水平参差不齐,有的地方完全具备了发展创意产业的条件,且已经开始大力扶植和推进创意产业的个性化发展;有些地方尽管具备条件,但在政策层面还未给予独立的产业认定,而是挂靠在文化产业等既有政策下,鼓励发展创意产业的某些分领域;另有些地方则暂时不具备发展创意产业的经济和社会条件,但也想效仿发达地区发展创意产业。这是撰写本报告的第二个难题。

对于上述困难,我们在研究方法上做了相应的处理。在资料、数据的收集上采取了大量问卷、实地观察和二次数据分析等方法;在资料与稿件来源上,一是优先考虑各地方政府主管部门提供的材料,如南京市文化局政策法规处的支持,二是向领域专家学者请教、约稿,例如上海厉无畏教授的赐稿。在资料的研究上则突出发挥团队的优势,适时邀请专家座谈、点评,最终形成观点。通过连续三年的报告撰写历程,得益于对创意产业的专注,我们取得了一些经验与读者分享。

一是在时间上,全程见证中国创意产业的成长过程。从2005年创意思潮在中国涌现以来,我们至今已连续编写出版了三年。总体而言,2005年可谓创意产业在中国的起步之年,我们将其比喻为“星星之火”;2006年则是中国创意产业的发展元年,我们的评语是取得了初步发展;刚刚过去的2007年,则是创意产业在中国的大兴之年,我们将其比喻为“燎原之火”。

二是在地域上,基本涵盖了我国创意产业获得发展的所有地区,分析了各地区发展创意产业的经验和模式,总结了经验和教训。形成的基本结论是:四个直辖市基本都开始在决策层面重视发展创意产业,部分省会城市也把创意产业融合于原有文化产业的发展规划,一些经济发达、文化开放的城市开始结合本地特点发展创意产业。

三是在范围上,广泛涉及了创意产业的各个领域,既有植根于传统文

化的旅游、古董和艺术品拍卖,又有偏重科技创意的软件、数字娱乐。总体感觉是设计服务、休闲娱乐、电信软件等创意产业普遍受到重视;而咨询策划、科研教育等创意产业门类则相对滞后。

四是在编撰方式上,由最初“06版”单纯的客观记录,到“07版”的主动理论探索和统计数据建模,再到现在“08版”运用“07版”形成的独特理论视角为指导。

我们为能够连续记录创意产业在中国的发展情况而深感自豪和责任重大。今后,除了继续打造《中国创意产业发展报告》这本蓝皮书外,我们还将结合不断积累的经验和资源,展开《世界创意产业发展报告》的编撰工作。

本书末尾附有读者联系卡,我们希望借此与对创意产业感兴趣的政府部门、研究机构、企业和个人,建立广泛和开放性的合作。欢迎对创意产业感兴趣的政府部门、研究机构、学者以及读者与我们联系,共推创意产业在中国的发展。

Foreword

Since 2005, the creative industry has been introduced into China for 3 years. As clusters were formed and policies were issued, the creative industry has created a large number of wealthy and work positions in China and is moving forward along the Chinese-featured road.

Professor Jingcheng Zhang, director of China Research Center for Creative Industry and a visiting scholar in Australia, has been devoted to the research for the creative industry since 2005. He is also Chief Editor of the blue book Development Report on the Creative Industry in China for 3 years and has accomplished distinctive achievements in the development of the creative industry in China. In March 2008, Development Report on the Creative Industry in China 2008 is going to be published and has been the 3rd blue book continuously recording the development of the creative industry in China.

In Development Report on the Creative Industry in China 2006 (Report 2006), it introduced some basic definitions to the creative industry and gathered some important achievements and views of Chinese scholars. In Report 2007, it focused on the definitions to the creative industry, compared various definitions domestic and abroad, tried to put forward some theory models, made researches on statistical classifications and indicators. In accordance with authoritative data in the report of the first national economic census, Report 2007 put forward the classification standards for Chinese creative industry in national aspect and made scale calculations and comparisons to the creative industry of 15 cities, and then sequenced them into 3 echelons which was proved by facts to be

accordant with the actual development.

Report 2008, with more mature style and more complete materials, is focused on regions with the creative industry developing well and gathered some famous scholars and persons in charge of the creative industry in local governments with first hand materials to participate the writing. As a report systematically viewing the creative industry in the whole country, Report 2008 has a macroscopic nature and formed its own system;

Firstly, to the time, it witnessed the whole course of the growing-up of Chinese creative industry. Starting from 2006, the first year of Chinese creative industry, Report 2008 has been the 3rd blue book succeeded Report 2006 and Report 2007. In 2005, the creative industry is like a match in a large prairie and it got a bit progress in 2006. In the past 2007, the creative industry is like a prairie fire for its prosperity.

Secondly, to the region, it covers all representative regions with the creative industry developing well, the east from Shanghai to the west of Chongqing, the north to Dalian and the south to Taiwan province. It analyzed experience and modes of every region and made a conclusion as: by combining with local advantages, the creative industry has been developing differently in many regions with different levels and characteristics.

Thirdly, to the range, it covered every field of the creative industry including not only trades based on traditional culture as tourism and antique and art works auction, but also trades based on scientific and technological creativity as software and digital entertainment. Generally, creative industries as design service, amusement and recreation and telecom and software were paid more attention; while consulting and planning and scientific research and education were comparatively lagged behind.

Fourthly, to the ideas, it turned to systematically expound and comment on Chinese creative industry combined with facts guided by the

unique theory of Report 2007, as the simple record in Report 2006 to the initiative theory study and data statistics in Report 2007.

The development of the creative industry in China is the encouragement to us to make records for it continuously and we are proud of it. In the future, except to continue the blue book Development Report on the Creative Industry in China, we'll make fully use of our experience and resources to write Development Report on the Creative Industry in World. At the same time, we sincerely hope to cooperate with foreign press to publish Development Report on the Creative Industry in China 2008 in foreign countries. Up to now, the English version of General Report of Report 2007 and Report 2008 have been completed, anyone interested in them can contact with us for a free copy, either in paper or electronic. And don't forget to fill a Reader's Receipt for us. Our Address is as the following:

China Research Center for Creative Industry
Room 410, Beike Building, No. 27, Xisanhuan Beilu, Beijing, China
Postcode: 100089
Tel: 86-10-68715276
Fax: 86-10-68716076
E-mail: ChinaCreative@126.com/ChinaCreative@sohu.com

目 录

| | |
|-----|-----|
| 前 言 | (1) |
|-----|-----|

| | |
|------------------|-----|
| 第一章 总报告:中国挺向创意经济 | (1) |
|------------------|-----|

在创意产业的视野内,不仅要有“创意”,更要有“产业”,这种呼唤在2007年得到了实质性的落实。在2006年,以北京、上海为代表进行的创意产业的实践探索,以及创意产业集聚区建设,以席卷全国之势成为各大城市争相学习的典范。2007年,在产业走向集聚的大背景下,中国的创意产业持续升温,产业发展获得新环境、呈现新特点、期待新思路,并在党的“十七大”指导下,呈现出新的发展方向和发展态势。

| | |
|-----------------------|------|
| 第二章 北京:产业集聚,政策推动,创新发展 | (31) |
|-----------------------|------|

2007年,北京市文化创意产业继承了2006年的良好发展势头,文化创意产业整体上得到了较快的推进,形成了从政府、科研院所到企业都普遍重视文化创意产业的氛围。集聚区建设得到有力推动,政策出台力度大,创意产业政策体系不断完善,投融资获得突破性进展,发展环境不断优化。

| | |
|-------------------|------|
| 第三章 天津:创意产业发展全面提速 | (73) |
|-------------------|------|

2007年可谓天津创意产业的“元年”。在这一年里,创意产业开始真正作为一个独立的产业门类被天津各界所重视,各种推动产业发展的实质性举措开始出台,整体城市创意氛围开始形成。天津是我国北方重要的工业城市,并有着深厚的近现代历史文化积淀,无论在科技创意产业还是文化创意产业方面都具有雄厚基础。在滨海新区开发开放纳入国家发展战略

的大背景下,天津创意产业也必将迎来一个更加光辉的未来。

第四章 大连:着力打造北方文化创意名城 (103)

在创意产业勃兴之前,大连在制造业和现代服务业方面就已经具备了良好的积累,发展创意产业,对于大连,既与时俱进,又因地制宜,符合大连的历史文化背景和功能定位。在此基础上顺势发展创意产业,可谓厚积薄发。

第五章 上海:走向科学发展的创意产业 (135)

上海发展创意产业拥有良好的产业基础和环境和独特的促进机制,上海创意产业发展服务于科教兴市主战略的实施,服务于建设资源节约型、环境友好型城市,成为推动先进制造业和现代服务业融合发展的新动力,将为上海带动长三角城市群整体竞争力提升,服务长江流域、服务全国、全面参与国际竞争和办好世博会创造有利条件。

第六章 南京:创意产业彰显古城魅力 (171)

南京的创意产业业态发展形势良好,载体建设发展较快,服务支撑条件得到优化,产业招商红红火火,产业实力不断壮大,以“保护南京历史文化名城的独特风貌,传承六朝古都的历史文脉”的发展模式基本形成,创意产业的发展领域和空间更加宽广,正在日益彰显着古城南京的魅力。

第七章 杭州:文化创意产业全新起航 (201)

杭州市第十届党代会上正式提出将杭州打造成“全国文化创意产业中心”的口号,标志着2007年成为杭州市文化创意产业全新起步的一年。政府大力扶持,社会高度关注,环境不断优化成为2007年杭州文化创意产业发展的显著特点。动漫游戏、信息服务、设计服务、工艺美术等行业逐渐成为了杭州市文化创意产业的特色行业。西湖创意谷、运河天地文化创意园等规划中的“十大文化创意产业园区”将成为杭州市文化创意产

业崭新的亮点。

第八章 厦门:优化产业结构,提升城市品位…………… (231)

在推进海峡西岸科学发展先行区和两岸人民合作交流先行区的建设中,厦门充分利用自身的对台区位优势和软件开发与工业制造等产业优势,通过鼓励创建创意产业基地和园区,推进大型国际展会、城市建设和改造与文化创意相结合,推动文化创意产业集群化,着力建设区域性文艺演出、动漫和网游研制、广告会展和古玩艺术品交易中心,努力使厦门成为海峡西岸经济区具有重要影响的文化创意之都。

第九章 青岛:整合自身特点,扎实推进创意产业…………… (245)

青岛创意产业利用青岛市的区位优势,立足于齐鲁文明,基于传统文化产业,发展出以民营企业为主导,政府政策扶持,各行业协会协同推进的新型创意产业发展模式。在创意产业发展的过程中,注重吸收国内外先进经验,注重创意产业与其他产业形式的互动,特别强调利用“孵化”机制,努力培育当地中小型文化创意产业的发展,为今后青岛经济发展提供智力资源。

第十章 武汉:工业设计领跑创意产业…………… (275)

作为中部的区域性中心城市,近年来,武汉的文化创意产业得到了快速发展。工业设计全国领先,设计机构众多,人才集中,设计质量稳步提升,演艺业、电影放映和网吧服务业等传统文化创意产业处于全国前列,但动漫游戏、无线增值服务、现代传媒、数字内容产业等新兴文化创意业态发展明显滞后和不足。

第十一章 长沙:倾力打造中西部区域创意产业中心…………… (303)

“电视湘军”、“动漫湘军”、“出版湘军”和“演艺湘军”四大产业板块的发展和成熟使得长沙在中国形成了独特的创意产业发展地位。2007年

长沙创意园区的建设如火如荼,创意产业进入了快速扩张和多样化发展时期。初步判断,目前长沙市文化创意产业集聚格局已经形成,金鹰影视文化城媒体传播、高新区麓谷园区卡通动漫、岳麓山大学城文化艺术和雨花创意产业园出版发行产业集聚区成为创意产业四大集聚区。

第十二章 广州:全面掘金文化创意产业 (333)

在世界创意产业蓬勃发展的大潮中,广州凭借强大的经济实力、深厚的文化底蕴、优越的营商环境、成熟的产业配套和丰富的人才资源,着力发展创意产业。近年来,广州市政府在政策、资金等方面加大了对创意产业的扶持,形成了以网游动漫产业为优势,多园区及中心城区聚集发展为布局特点,知名创意企业为推动力的创意产业发展态势。

第十三章 深圳:创意产业引领知识城市发展 (359)

文化产业已成为深圳第四大支柱产业,在高科技优势强大后盾支持下,深圳文化产业正逐步向文化创意产业转型,更注重文化内容与创新科技在文化产品生产中的运用。同时,政府为发展创意产业创造了良好的政策环境,以优势文化产业为基础的创意产业集聚区在深圳产业转型中快速成长,已形成“三旧”改造为建设主要形式,企业开发建设为主导,不同区域定位有所差别等创意产业发展特点。

第十四章 重庆:十年直辖和谐之路,创意发展未来之城 (397)

重庆直辖十年以来,经济社会获得了巨大的发展,正在成为“长江上游的经济中心”。重庆发展创意产业具有较好的基础,发展环境良好,政策措施得力,并已经形成了具有重庆特色的产业集聚区,广告、动漫、艺术等相关产业获得较大发展。政府已经将创意产业列为未来发展的重点,有理由相信未来重庆创意产业将获得更大的发展。

第十五章 成都:意气风发,领航西部创意产业…………… (429)

2007年是成都文化创意产业迈向蓬勃发展的开端,也是其由市场主导转向市场与政府共同推进的始元之年。特殊的城市基础使得成都创意产业的发展条件日趋成熟,以优势行业为特色的创意产业集聚区发展迅猛。作为现代服务业发展的新引擎,创意产业有效地深化了城市经济转型,成都因此成为我国西部地区最为繁荣的创意城市之一。

第十六章 台湾:植根宝岛文化,繁荣创意经济…………… (473)

2007年台湾省统计了创意产业的文化资源,创意产业的各分类行业发展参差不齐:出版业发展堪忧,广电行业出现转机,电影产业略显繁荣。创意产业园区继续发展,华山创意文化园区、花莲创意文化园区、嘉义创意文化园区、台湾建筑设计与艺术展演中心、台南创意文化园区等五大创意文化园区取得可喜成果。产业交流活动活跃,政策法规体系日臻完善。

第十七章 香港:背靠内地,放眼世界…………… (513)

在回归的十年里,香港特别行政区在与祖国大陆日益广泛深入的合作中,文化方向、经济运作模式、市场定位都在发生变化。作为一个多元化的城市,如何融合本土文化和内地文化,在内地创意产业蓬勃发展的竞争压力下正确定位本土市场,是香港创意产业发展的思考重点。

第十八章 小结:重点城市创意产业发展比较…………… (543)

2007年,创意产业受到了国内城市的较普遍重视。各个城市依据自身的发展环境与产业基础,在发展创意产业的重点上各有侧重。为促进创意产业的发展,各城市纷纷出台相关政策法规,但城市之间的政策力度有差别。与此同时,各城市普遍重视创意产业集聚区的建设,总体上看,这些城市的集聚区在形成模式和建设方式上又存在一些共性。

| | |
|---------------------|-------|
| 附录 | (558) |
| 附录 1 各地创意产业集聚区列表 | |
| 附录 2 各地创意产业相关政策列表 | |
| 附录 3 各地创意产业相关交流活动列表 | |
| 参考文献 | (591) |
| 读者回执卡 | (598) |

Contents

| | |
|-----------------------|-----|
| Foreword | (1) |
|-----------------------|-----|

| | |
|--|-----|
| Chapter I General Report: China is driving on to the creative economy | (1) |
|--|-----|

Within the vision of the creative industry, it needs not only creativity, but also industries, which has come into implementation in 2007. In 2006, Beijing and Shanghai are representatives pioneering to the creative industry and the construction of creative clusters has been the model for other cities of China. In 2007, the whole creative industry is inclined to the development in clusters, and new environment, new characteristics and new thinking are expected. Under the guidance of 17th CPC National Congress, the creative industry will be developed in new directions and status.

| | |
|--|------|
| Chapter II Beijing: promoted by an integrated policy system, develop creative clusters in an innovative way | (31) |
|--|------|

In 2007, the cultural and creative industries of Beijing have been developing in a fast speed succeeded in 2006 and were paid more attention by the government, scientific institutes and enterprises. The construction of clusters has been strongly pushed on, more policies have been issued, the policy system was completed and both investment and financing have gotten breakout as the improvement of the whole environment.