

荔园文创书系



SICI | 深圳大学文化产业研究院出品



Trade Development Report of
Cultural Industries in Shenzhen

深圳文化产业 行业报告



黄永健 / 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

深圳文化产业行业报告/黄永健主编. —北京:北京大学出版社,2012.11

(荔园文创书系)

ISBN 978-7-301-21538-8

I. ①深… II. ①黄… III. ①文化产业—研究报告—深圳市 IV. ①G127.653

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 262941 号

书 名: 深圳文化产业行业报告

著作责任者: 黄永健 主编

策 划 编 辑: 陈 薇

责 任 编 辑: 邱 懿

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-21538-8/G · 3531

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电 子 信 箱: zyjy@pup.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62754934 出版部 62754962

印 刷 者: 北京大学印刷厂

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 10.75 印张 270 千字

2012 年 11 月第 1 版 2012 年 11 月第 1 次印刷

定 价: 28.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

致 谢

非常感谢国家社会科学基金重大项目“文化与科技融合创新的内在机理与战略路径研究”(批准号:11&ZD023)、财政部“中央财政支持地方高校发展专项资金”以及广东省高等学校人文社会科学重点研究基地建设经费的资助。

感谢嘉兰图、中兴、桑菲通信公司、创维、洛可可、中国(深圳)国际品牌服装服饰交易会、(平面、室内、服装、工业设计)协会、F518 创意园、田面“设计之都”、环球数码、文博会、华强、华为、雅昌集团、A8 音乐、华侨城 LOFT 创意文化园、怡景国家动漫画产业基地、大芬油画村、观澜版画原创产业基地、深圳市文体旅游局、深圳市影视家协会、深圳广电集团、深圳文化创意产业协会以及深圳市特区文化研究中心等深圳市文化企业领导接受课题组采访,并提供相关资料。

《深圳文化产业行业报告》课题组成员

- | | |
|-----|-----------------------|
| 黄永健 | 深圳大学文化产业研究院院长助理、教授、博士 |
| 崔世娟 | 深圳大学文化产业研究院研究员、教授、博士 |
| 马春辉 | 深圳大学传播学院副教授、博士 |
| 李 杨 | 深圳大学文化产业研究院研究员、博士 |
| 周礼红 | 深圳大学艺术设计学院讲师、博士 |
| 胡刘斌 | 深圳大学传播学院讲师、硕士 |
| 张海宁 | 深圳大学艺术设计学院硕士 |
| 刘国勇 | 深圳大学艺术设计学院硕士 |
| 王 庆 | 深圳大学管理学院硕士 |
| 刘 珺 | 深圳大学管理学院硕士 |
| 王 芳 | 深圳大学传播学院硕士 |
| 王居超 | 深圳大学传播学院硕士 |
| 程 醉 | 深圳大学传播学院本科 |

前言

2011年10月18日中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议通过的《中共中央关于深化文化体制改革,推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》(以下简称《决定》),是自1943年《在延安文艺座谈会上的讲话》发表之后,中国共产党关于“文化”决策的第二个纲领性文件,《决定》指出:“当今世界正处在大发展大变革大调整时期,世界多极化、经济全球化深入发展,科学技术日新月异,各种思想文化交流交融交锋更加频繁,文化在综合国力竞争中的地位和作用更加凸显,维护国家文化安全任务更加艰巨,增强国家文化软实力、中华文化国际影响力要求更加紧迫。当代中国进入了全面建设小康社会的关键时期和深化改革开放、加快转变经济发展方式的攻坚时期,文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉、越来越成为综合国力竞争的重要因素、越来越成为经济社会发展的重要支撑,丰富精神文化生活越来越成为我国人民的热切愿望。按照实现全面建设小康社会奋斗目标新要求,到2020年,文化改革发展奋斗目标是:社会主义核心价值体系建设深入推进,良好思想道德风尚进一步弘扬,公民素质明显提高;适应人民需要的文化产品更加丰富,精品力作不断涌现;文化事业全面繁荣,覆盖全社会的公共文化服务体系基本建立,努力实现基本公共文化服务均等化;文化产业成为国民经济支柱性产业,整体实力和国际竞争力显著增强,公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局全面形成。”

上引短短的两段文字中,“文化”出现十三次,“文化产业”出现两次,《决定》以四个“越来越”强调文化软实力在我国未来发展中的战略性地位,而文化大发展大繁荣的标志之一是文化产业成为国民经济支柱性产业,即到2020年文化(创意)产业增加值占GDP的比重达到或超过5%。著名文化学者刘梦溪先生20世纪90年代中期作客深圳,在接受深圳文化学者侯军采访时指出:“当市场经济发育到一定阶段之后,必然会呼唤文化建设的跟进”,《决定》的出台以及它快速得到举国上下的宣传呼应,说明了文化自身的发展走向,尤其说明了中国文化自身的发展走向,当文化产业不仅发挥经济转型杠杆作用并且也成为文化意识形态竞争(斗争)的重要手段之时,大力发展文化产业成为全球各国家的必然选择。我国文化产业发展相对滞后,但是作为我国改革开放示范城市的深圳,自20世纪90年代以来文化产业发展态势迅猛。《深圳文化创意产业振兴发展规划(2011—2015)》的有关统计数据显示,自2003年深圳在全国率先确立“文化立市”战略以来,文化创意产业以年均接近25%的速度快速发展,2010年文化创意产业增加值达726亿元,位居全国大中城市前列。2004—2010年,深圳文化创意产业增加值占全市GDP的比重由4.6%提高到7.6%,也就是说,在我国大部分地区文化产业还处于刚刚起步的初级阶段,深圳的文化创意产业已经快速成长为本地国民经济支柱性产业。未来五年深圳文化创意产业的发展目标是:文化创意产业年均增长25%左右,2015年文化创意产业增加值达到2200亿元,文化创意产业总产出超过5800亿元,使文化创意产业成为深圳重要的战略性新兴产业和国民经济支柱性产业。到2015年,

深圳文化创意产业增加值占全市 GDP 的比重将达到 14.5% 以上,成为推动全市产业结构优化升级和经济发展方式转变的主导产业之一。要达到这个目标,深圳文化创意产业界依然需要奉献出杰出的创意、创造和创新。

深圳大学文化产业研究院立足深圳,紧密结合深圳市“文化立市”、“文化强市”大力发展文化创意产业的战略规划,坚持“深化文化产业研究,服务地方经济发展,构建学术交流平台”的宗旨,凝聚整合校内外研究力量,组建精锐科研团队,积极承担各类纵横向课题。特别是 2010 年获得“中央财政支持地方高校发展专项资金”、2011 年成为“广东省普通高校人文社会科学重点研究基地”以及获批“国家社会科学基金重大项目”之后,研究院特意设立了多个相关研究课题。本课题即是我们申报获得的“中央财政支持地方高校发展专项资金”项目的子课题之一,主要对深圳的文化创意产业主导行业进行年度跟踪研究。深圳号称“设计之都”、“创意之都”,文化创意产业在规模、效益、品牌影响等几个方面走在全国的前列,在举国上下大力推进文化产业大发展大繁荣的环境之下,本课题对深圳文化产业进行深度跟踪研究,全面总结深圳文化创意产业的经验教训,探索文化创意产业的发展规律,不仅可以对深圳未来文化创意产业的发展发挥“前车之鉴”的作用,同时也可以为国内其他地域的文化创意产业发展提供有益的启示和启发。深圳曾经以“敢为天下先”的改革精神震撼中国,今天,“设计之都”、“创意之都”的深圳在文化产业创意方面,同样积累了一些可供学习拿来的成功经验,嘉兰图、中兴、桑菲通信公司、创维、洛可可、F518 创意园、田面“设计之都”、环球数码、文博会、华强、华为、雅昌集团、A8 音乐、华侨城 LOFT 创意文化园、怡景国家动漫画产业基地、大芬油画村、观澜版画原创产业基地等深圳原创文化创意产业品牌享誉海内外,它们的成功尝试和“领头羊”精神,可以拿来为我所用。

根据《深圳文化创意产业振兴发展规划(2011—2015)》的界定,文化创意产业是指以创作、创造、创新为根本手段,以文化内容、创意成果和知识产权为核心价值,以高新技术为重要支撑,为社会公众提供文化产品和服务,引领文化产业发展和文化消费潮流的新兴产业,主要包括新闻出版、广播影视、创意设计、文化软件、动漫游戏、新媒体、文化信息服务、文化会展、演艺娱乐、文化旅游、非物质文化遗产开发、广告业、印刷复制、工艺美术等行业(十四个行业)。深圳未来五年重点发展的十大文化产业是创意设计业、文化软件业、动漫游戏业、新媒体及文化信息服务业、数字出版业、影视演艺业、文化旅游业、非物质文化遗产开发、高端印刷业、高端工艺美术业。本项目研究选择了创意设计行业、动漫行业、数字媒体行业、出版印刷业、影视行业、广告行业、会议展览行业、艺术品交易行业等八大行业作为年度跟踪调研对象,其中广告行业、会议展览行业不在深圳文化创意产业振兴发展规划的十大文化产业之列,但因这两个行业是近年来深圳文化产业界的重要力量,我们将这两个行业纳入研究范围,自在情理之中。

从《深圳文化创意产业振兴发展规划(2011—2015)》的十大文化产业行业类型和先后排序可以看出,深圳未来文化创意产业发展方向,已经发生了微妙的变化,在业已形成的“文化+科技”、“文化+金融”、“文化+旅游”产业发展新模式体系之内,深圳瞄准的是高端起步、跨越发展的“文化+科技”模式,深圳构建以“高、新、软、优”为特征的现代产业体系,加快转变经济发展方式,从“深圳速度”转向“深圳质量”,推动创新发展、转型发展、低碳发展、和谐发展,加快建设国家创新型城市、全国经济中心城市和国际化现代化先进城市,作为未来深圳战略性支柱产业的文化创意产业,必须借助高科技快车,让文化开发、文化创新、文化传播进入全球化时代的快车道。

“服务地方经济发展”为本课题研究的主导思想,因此我们在研究的过程中,怀着“问题意识”强调对深圳的各文化产业行业进行对比研究和危机研究,对比研究包括行业内部企业间的对比研究、跨行业对比研究、城市之间的行业对比研究、国内外对比研究等,危机研究包括行业竞争研究、宏观环境制约研究、理念缺失研究等。在对比研究和危机研究的基础上,针对各行业的未来发展走向,提出战略性的对策、措施和实操方法,我们深知缺乏企业经营甘苦得失深度磨炼的各行业篇的写作者(研究者当中也有从文化产业企业如影视部门转行高校任教的青年学者),分析问题、解决问题的思路未必深契各个行业的“行道”,所提出的观点和理念仅供参考。

感谢“设计之都”、“创意之都”深圳给了我们精神的感召力和研究的兴奋点,感谢深圳大学文化产业研究院为本课题研究提供的学术平台,感谢课题组其他 12 位成员的通力合作,在短短的几个月时间大家分头深入深圳文化企业、相关协会、行会、政府机关甚至深圳关外调研、讨论、反复斟酌,撰写报告,教学调研,在深圳这个以忙为荣的城市,大家忙得不亦乐乎!文化产业研究需要更多的人文学者参与进来,文化产业开发需要更多的人文智慧的投入激发,希望本书能为深圳本地的文化创意产业发展有所助益,投石激浪,也希望本书能吸引更多的学者关注文化产业、研究文化产业、反思文化产业,投身文化产业,促进我国高校产学研一体化的改革和创新。

黄永健 教授 博士

深圳大学文化产业研究院

项目发展部主任

2012 年 10 月 31 日于深圳紫藤山斋

目 录

第一章 “文化脉动,创意引领”——创意设计行业篇	(1)
一、创意设计行业成为深圳文化产业支柱行业	(1)
二、设计之都:主要设计行业业态	(2)
三、创意设计行业中的文化艺术原创	(14)
四、行业产业链结构分析	(20)
五、深圳创意设计行业面临的挑战	(24)
第二章 “路漫漫”寻找新力量——动漫行业篇	(36)
一、深圳动漫产业 2010 年度发展概况	(36)
二、深圳动漫产业 2010 年度发展详述	(40)
三、深圳动漫产业发展现状的反思	(49)
第三章 “文化为体,科技为酶”——数字媒体行业篇	(52)
一、深圳数字媒体行业的发展概况	(52)
二、数字电视	(52)
三、数字出版产业	(58)
四、网络游戏	(61)
第四章 “文明之母”抱团寻找新机遇——出版印刷行业篇	(68)
一、深圳印刷行业发展历程	(68)
二、深圳印刷行业发展现状	(68)
三、深圳印刷行业盈利模式分析	(70)
四、行业发展前景分析	(70)
五、行业发展思路及政策建议	(73)
第五章 热闹之中多精彩——影视行业篇	(75)
一、深圳广播电影电视产业 2010 年度发展总览	(75)
二、深圳广播电影电视集团 2010 年度发展状况	(76)
三、深圳影视制作产业 2010 年度发展状况	(82)
四、深圳电影发行放映产业 2010 年度发展状况	(91)
五、深圳广播电影电视产业发展环境分析与反思	(97)
第六章 “不当总统,就做广告人”——广告行业篇	(103)
一、2010 年深圳广告业发展状况	(103)
二、深圳广告业存在的问题	(108)
三、深圳发展广告业的政策建议	(111)

第七章 升温中的综合经济形态——会议展览行业篇	(116)
一、深圳会议展览行业发展历程和行业现状	(116)
二、深圳会议展览行业发展现状	(116)
三、深圳会议展览行业发展前景分析	(119)
四、发展思路及政策建议	(122)
第八章 “艺术+金融”的新力量——艺术品交易行业篇	(126)
一、深圳艺术品交易总体概况	(126)
二、深圳艺术品交易行业发展现状	(127)
三、深圳艺术品市场对比分析	(134)
四、国外画廊业的运作方式	(141)
五、深圳艺术品交易行业盈利模式	(142)
六、深圳艺术品行业发展前景分析	(143)
七、深圳艺术品行业面临的问题	(146)
八、深圳艺术品行业发展思路及政策建议	(148)
九、发展思路及重点抓手	(153)
十、针对深圳艺术品市场发展的几点建议	(157)

第一章

“文化脉动，创意引领”——创意设计行业篇 |

周礼红 张海宁

一、创意设计行业成为深圳文化产业支柱行业

自 1980 年 8 月 26 日深圳特区正式设立,31 年的历程,小渔村成长为了繁华的“设计之都”,它的蜕变离不开众多设计精英的辛勤耕耘。他们是见证特区改革开放的人,他们是影响深圳创意设计行业成长的人,他们在深圳播种下梦想,开拓出一片天地,打造了一个传奇的都市(如图 1-1 所示)。



图 1-1 深圳夜景

1. 深圳创意设计行业概况

目前,创意产业已成为世界经济发展的重要推动力量,每天为全世界创造 220 亿美元的巨大产值空间。在中国,创意产业已经作为一种崭新的经济理念落地生根,北京、上海、广

州、杭州等国内十七个城市相继将文化创意产业确立为支柱产业,形成了激烈的区域竞争格局。深圳集聚了国内设计界的先锋力量,已成为中国创意领域的核心城市。2004年和2005年深圳创意文化产业实现增加值163.39亿元,占全市GDP的4.77%。据不完全统计,全市创意文化产业经营单位已超过8187家,文化产业从业人员达到22.11万人,占全市从业人员总数的4.85%。2004年,增加值排名前四位的印刷和记录媒介复制、新闻出版、文化产品制造和社会文化娱乐服务对全市文化产业增加值的贡献率达到70.57%。

在这些数字增长的背后,蕴涵的是深圳设计业厚积薄发的力量。2003年,深圳市在全国率先提出“文化立市”的发展战略,并提出打造“设计之都”的目标。在深圳对创意设计产业的高度重视下,平面设计开始走出国门,在世界舞台上发出深圳的声音;工业设计则充分运用深圳发达的制造业,引领全国设计潮流;十多个设计领域组成的创意设计网络立足深圳,覆盖全国,并开始向全球蔓延。

2. 时下创意设计行业成为深圳文化产业支柱行业

创意引领未来,设计改变生活。在创意经济时代,创意设计所创造的价值不可估量。从2003年的85.06亿元到2008年的245亿元,深圳设计产业总产值年均增速达16.7%,高于全市GDP增速4.6个百分点,在全国保持领先优势,创意设计业成为深圳城市突破发展瓶颈的重要途径之一。

深圳设计产业在短短的三十多年间,从无到有,逐渐发展壮大,并逐步走向世界舞台,让“设计之都”称号名副其实,并担负起中国设计走向世界的责任与使命。时下创意设计行业已成为深圳文化产业支柱行业。

二、设计之都：主要设计行业业态

1. 深圳创意设计行业发展现状

(1) 宏观环境分析

① 政策环境

2009年,是中华人民共和国成立六十周年大庆之年。由于全球性的金融危机严重影响我国,保增长、保稳定、保民生成为政府应对危机的头等大事。2008年年底,国务院批复同意的《珠江三角洲地区改革发展规划纲要(2008—2020)》正式颁布,赋予珠江三角洲地区先行先试、为科学发展模式探索经验的历史重任。2009年5月,以该规划纲要为依据,深圳制定的《深圳市综合配套改革总体方案》获得国家批准,标志着深圳进入改革和发展新时期。上述背景使深圳创意设计行业的发展既充满新的机遇,也充满新的挑战。

随着时代的发展,深圳的特区优势已经越来越不明显,创意作为深圳保持竞争力的重要力量之一,设计的品牌力量越发彰显。为了更好地发展创意设计产业,深圳除了将2009年12月7日通过立法的形式定为“创意设计日”外,还出台针对创意设计产业发展的《关于促进创意设计业发展的若干意见》。该意见提出,以建设国际创意文化中心为总体目标,将创意设计业打造成深圳文化产业的支柱行业、增长速度高于全市GDP增速和文化产业平均增速的具体目标;提出通过进一步完善配套政策、做强做大批业内领先的创意设计企业和创意设计品牌,引进和培育一批具有国际影响力的创意设计大师,形成创意领先、配套齐全、特色鲜明、人才集聚、体系健全、政策完善的产业发展格局,全面引领中国创意设计业潮流和风尚,抢占创意设计业的高地,打造出更具核心竞争力、更具国际影响力的世界“设计之都”。

具体内容包括:(1)深化思想认识,明确目标任务;(2)尊重设计价值,营造创意环境;(3)加快平台建设,健全服务体系;(4)加强基地建设,促进产业集聚;(5)强化人才建设,增强创意动力;(6)加大资金支持,拓宽融资渠道;(7)保护知识产权,营造公平环境;(8)加强组织保障,促进统筹发展。

② 文化环境

1999年,深圳提出建设有中国特色的社会主义示范市时,将文化战略定位核心战略之一。2004年,在全市文化立市工作会议上,深圳提出建设“两城一都”(即图书馆之城、钢琴之城、现代设计之都)的设想。2004年,大芬油画村和华侨城集团被文化部命名为文化产业示范基地。同年,深圳举办首届文博会,在文化、广播电影电视、新闻出版等领域初步打造了集文化产品博览、文化产业要素交易和文化产业信息交流于一体的综合平台,奠定了我国唯一国家级、国际化、综合性文化展会的基础。

到2005年年底,深圳市已建成公共图书馆、影剧院、音乐厅、博物馆等三百多个单体基础设施,占地面积1900万平方米,建筑面积139万平方米。现已建成投入使用的音乐厅、中心图书馆、电视中心等大型设施均具备国际先进水平。

《深圳市综合配套改革总体方案》在落实珠江三角洲地区规划对文化发展的目标要求基础上,进一步明确了深圳文化发展的方向,提出“以增强文化发展活力为重点,完善扶持公益性文化事业、鼓励文化创新的政策措施,全面提升文化软实力”。

此外,深圳公共文化的形式和内容丰富多样:深圳市创新推出“走进博物馆”活动;整合全市文艺资源,创设“流动大舞台”演出品牌;进一步完善公益性的高雅艺术系列活动,音乐厅在“美丽星期天”的基础上推出“音乐下午茶”;深圳大剧院创设“戏剧星期六”;深圳图书馆和深圳交响乐团联合举办“深图艺苑”公益大讲堂活动;等等。

(2) 创意设计行业发展现状

近年来,深圳文化产业一直保持快速增长的态势。作为第四大支柱产业,2007年,深圳文化产业增加值达到460.05亿元,占全市GDP的6.8%。2008年,深圳又提出在未来5—10年内,文化产业比重达到10%,与创意产业大国英国相当。根据《深圳市文化产业发展规划纲要(2007—2020)》,2010年,深圳文化产业增加值占本地GDP的比重达到8%左右;到2020年,这一数字将增加到11%。要实现这一发展目标,创意设计产业必将扮演举足轻重的作用,下面就主要从以下四个方面对深圳创意设计产业现状逐一梳理。

① 深圳市政府大力支持创意设计产业,各区纷纷出台文化创意产业规划

以文化产业发展来探寻现有经济结构转型方向,是深圳市一项长期的城市发展目标。2003年,深圳市正式确立“文化立市”战略,并提出“设计是产业核心竞争力”的理念。2004年,深圳市推出《深圳市实施文化立市战略规划纲要》中,明确提出了建设“创意设计之都”的目标,还规划建设了文化创意产业园区。2006年年初,深圳市政府又发布了《关于加快文化产业发展若干经济政策》、《深圳市文化产业发展专项资金管理暂行办法》、《关于建设文化产业基地的实施意见》、《关于扶持动漫游戏产业发展的若干意见》等文件,为创意设计产业的发展提供了政策保障。这些都为深圳的创意设计产业发展提供了独一无二的竞争力,同时也提升了深圳作为创意城市在世界范围内的知名度和美誉度。

② 中小企业开始重视自主品牌设计,力求从“深圳制造”向“深圳品牌”的转变

深圳地区的华为、中兴、比亚迪、创维、三诺等都是享誉全球的知名品牌,这些企业都建立了自己的产品研发中心和设计机构。从2008年金融危机的到来,我们看到,由于拥有自

主品牌,这些企业在金融危机的冲击下继续保持逆市增长。然而,主要依靠 OEM (Original Equipment Manufacturer, 简称贴牌生产) 的企业却遭遇到了寒冬,很多企业倒闭关门。经过金融危机的冲击后,大多数通过 OEM 方式进入国际市场的深圳民企,随着竞争加剧,走低成本竞争之路已显得举步维艰。一些中小企业开始重视自主品牌设计,力求从 OEM 向 OBM (Ownbranding & Manufacturing, 简称自主品牌) 转型。据 2009 年深圳市总商会与深圳职业技术学院课题组发布的《深圳民营经济——比较与借鉴》报告结果显示,越来越多的深圳民营企业正在实现由“深圳制造”向“深圳品牌”的转变,经受全球金融危机考验的深圳民营经济,正体现出前所未有的创新性与自主性。

③ 深圳设计企业形成行业规模,民间设计交流活动频繁

深圳拥有较有实力的设计企业六千多家,专业设计师六万余人,涵盖平面设计、工业设计、建筑设计、动漫设计、软件设计等十多个领域。设计师的作品服务了遍及全国的大型企业集团和文化机构,造就了许多国内知名企业品牌形象。2006 年全市广告增加值为 9.83 亿,比 2004 年增长 39.57%,年产值 15 亿元人民币,创意设计产业占 GDP 的 5%。

④ 建立众多深圳创意设计产业园基地,打造园区集聚效应,推动创意设计产业快速发展

深圳目前拥有众多的创意设计基地,此类创意园区主要包括“田面”设计之都产业园、OCT LOFT、罗湖区创意文化广场、怡景动漫基地、南山区数字文化产业基地、宝安区 F518 创意产业园、深圳中康路 8 号等。

(3) 创意设计行业对比分析

① 地区对比(北京、上海)

a. 北京:“金融创新+科技创新”发展模式

2006 年年底,北京市发布了中国内地第一个关于文化创意产业的分类标准——《北京市文化创意产业分类标准》。该标准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,将文化创意产业分为文化艺术,新闻出版,广播、电视、电影,软件、网络及计算机服务,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 9 个大类。

一直以来,中小企业融资难早已普遍被认为是一个世界性难题,再加上文化创意产业属于智力密集型、创意型的产业,贷款风险很难被控制,因此企业价值和知识产权价值都很难评估和量化,资金短缺成为制约文化创意产业发展的最大难题。面对这一问题,北京采取了金融创新的模式,为文化创意产业提供专门的融资渠道,支持文化创意产业发展。最典型的是,2009 年北京银行和宣武区政府计划于 2010 年 1 月合作推出的“北京文化创意产业金融服务中心”。“北京文化创意产业金融服务中心”将作为专门服务于北京文化创意企业的金融专营机构,为这些企业提供快速的审批渠道和优质的金融产品服务方案,促进北京市文化创意产业持续快速发展,这标志着北京的金融创新迈上了一个新的台阶。

科技是产业发展的基础,创新是产业发展的灵魂,科技创新是北京文化创意产业发展的另一个推动力。创意产业作为缘于个人创造力、技能和才华的活动,是国际大都市真正拥有的比较优势,也是一个城市综合竞争力的精髓所在。北京汇集了包括北大、清华、人大等国内最著名高等学府在内的 68 所高等院校和 213 个科研院所,专业技术人员达到 37.8 万人,海淀园汇聚了一大批国内一流的高新技术企业和研发机构,为文化创意产业的发展提供了有力的技术保障。北京将发展创意产业的重点瞄准了信息传输服务、动漫游戏、软件设计等

高端产业。这些处于产业链高端的行业,已经形成了较为完备的产业链,对其他文化创意产业起着促进和带动作用。

b. 上海:“工厂改型+园区聚集”发展模式(见表 1-1)

表 1-1 上海创意产业发展的五大重点行业

重点行业	中类行业	小类行业
研发设计创意	工业设计、工艺美术品设计、软件设计、服装设计、产品设计、包装设计、电脑动画设计、广告设计、研究与试验发展	基础软件服务等 21 个小类行业
建筑设计创意	工程勘察、规划、管理、城市绿化管理和建筑装饰	工程管理服务 5 个小类行业
文化艺术创意	文艺创作表演、广播、电视、电影制作、音像制作等	新闻业和出版业等 9 个小类行业
咨询策划创意	市场调研、证券咨询、会展服务、市场调查等	市场调查等 12 个小类行业
时尚消费创意	休闲体育、休闲娱乐、美发及美容设计、婚庆策划、摄影创作、娱乐游戏、旅行等	理发及美容保健服务等 8 个小类行业

资料来源:赛迪顾问,2010-02。

上海是中国创意产业的首发地,拥有大量的老厂房、老仓库等优秀历史建筑资源。从 20 世纪 90 年代中期自发地形成了四行仓库、田子坊等一批上海最早的创意产业集聚区,到 20 世纪 90 年代后期八号桥、张江高科技园等一批新型都市产业园兴起,上海创意产业发展步伐不断加快。从 2004 年起,上海在全国率先提出并推动创意产业发展。上海市委、市政府明确要求加快形成以服务经济为主的产业结构,并把文化和创意产业作为重要的发展内容。近年来,上海创意产业在市委、市政府的领导下,发展取得了令人瞩目的成绩:创意产业增加值从 2004 年的 493 亿元增至 2009 年的 1 148 亿元,占全市 GDP 比重从 5.8% 提高到 7.7% 以上;2009 年上海创意产业总产出 3 900 亿,增加值比 2008 年增长 17.6%,从业人员 95 万人,其中研发设计创意增加值增长 23.6%,建筑设计增长 18.9%。目前,本市创意产业形成了研发设计、建筑设计、文化传媒、咨询策划和时尚消费等五大创意产业门类;形成了总建筑面积达 250 万平方米左右的 82 家创意产业集聚区,入驻企业超过 5000 家,吸引了来自世界三十多个国家和地区的从业人员 8 万人,累计吸引了近百亿元社会资本参与建设。

从大飞机机头的设计,到遍及世界各港口城市振华港机集装箱桥吊、到已经生产了 13 万辆的荣威自主品牌汽车,从 TD-SCDMA3G 国际标准的自主创新,到展讯 4G 芯片的创新,从创造了世界造桥史上的多项第一的“桥梁大师”林元培,到由中国国家工艺美术大师张心一、张京羊、李博生、陈凯等领衔的上海“老凤祥”名师设计中心,创新和创意已经越来越成为上海这座城市发展的重要动力源泉。

2008 年度上海文化产业实现总产出 3 304.8 亿元,分别比上一年增长了 11%。上海市文化产业占地区生产总值的比重达 5.7%,对全市增长的贡献率为 6.5%。到 2010 年,上海创意产业增加值达到全市 GDP 的 10% 以上。

② 同行对比

深圳设计服务公司和大中型企业中的设计部门作为创意设计产业的核心力量,成为推动深圳创意设计产业发展的主体。在工业设计领域,涌现了浪尖、嘉兰图等工业设计企业,频频斩获国际最顶尖的红点设计大奖。在平面设计领域,涌现了众多的中国优秀平面设计

师如王粤飞、陈绍华等典型代表人物。深圳的现代印刷和平面设计水平在全国处于领先水平,这支设计队伍与深圳的印刷业相互依托,形成了完整的产业链。在环境艺术设计行业,目前深圳现有室内设计从业人员 3 万人;装饰设计企业两千五百余家;甲级设计企业六十多家;在全国装饰百强企业中,深圳占 10%,名列第一。深圳也涌现了中国室内设计界的一批顶尖设计师如刘波、朱宣、黄庭等。除此之外,深圳民间设计交流活动非常频繁。1992 年,深圳的设计师自发举办了第一次平面设计专业展——《平面设计在中国》。1995 年又成立了深圳市平面设计协会,鼓励提高平面设计的创作和学术精神。在随后的 10 年间,深圳的设计师几乎获得过世界上所有顶级设计赛事和国际展览的奖项以及入选国际设计界所有权威设计刊物。

③ 跨行业对比(广告业、出版印刷行业)

a. 深圳广告业概况

目前,深圳广告业整体发展水平处于全国第四位,位居北京、上海、广州之后,已形成了从市场调研、营销策划、创意、设计、制作、媒体代理发布等各方面比较完整的产业链条。在深圳地区注册的广告企业有四千多家,目前存活一千家左右,真正活跃的有一百多家。深圳的广告企业以中小规模为主,企业性质也从原来的以国营为主向国有、民营兼有的多元化方向发展,广告从业人员普遍年轻且流动较频繁,“小而新”构成深圳广告业的主体特征。

b. 深圳出版印刷行业概况

1979 年深圳市设立时,全市只有龙岗印刷厂和宝安县印刷厂两家印刷企业,全部资产 18 万元,员工 100 人,年销售额 70 万元。2005 年,深圳市印刷业生产总值已经达到 275 亿元,从业人员十六万余人。2005 年的全国印刷企业百强中,深圳市有 19 家入选,其中劲嘉、鸿兴和中华商务包揽前三强。截至 2006 年 4 月,全市印刷企业已发展到 2 064 家,深圳成为与北京、上海并列的我国三大印刷基地之一。

④ 中外城市对比

a. 蒙特利尔(如图 1-2 所示)

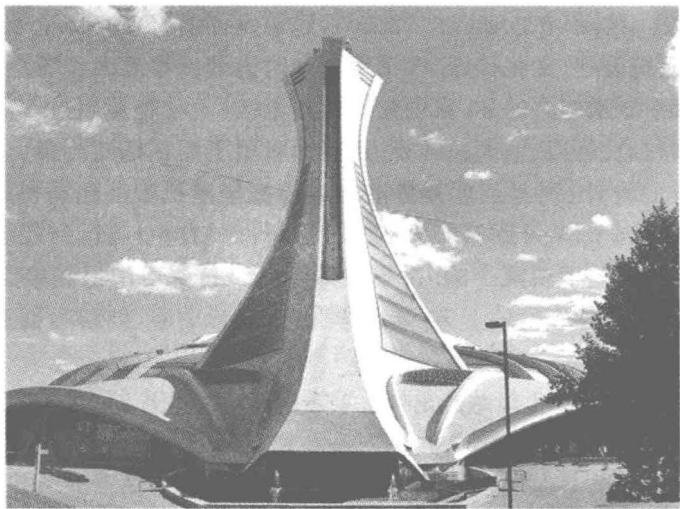


图 1-2 蒙特利尔

2006 年 5 月 17 日,联合国教科文组织(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization,简称 UNESCO)授予蒙特利尔“设计之都”称号。

蒙特利尔有两万多名设计师,聚集了加拿大魁北克省 65.3% 的设计师。设计业每年为蒙特利尔带来超过 7.5 亿美元的经济收益。设计业每年为整个魁北克省带来的经济收益约为 11.8 亿美元,是全省文化产业中最大的一部分。市政府将设计作为战略核心,推出包括“商业设计蒙特利尔”在内的一系列市政计划。自 2001 年政府已投入 710 万美元在使设计融入商业和使魁北克设计延伸到国际国内其他领域,并成立了 3 个与设计相关的省级行政机构和一个联邦政府级机构。

自 2003 年起,该市资产在 2 500 万美元以下的中小企业能将收益的 30% 用于设计,而资产在 5 000 万美元以上的大企业,用于设计的比例则是 15%。蒙特利尔有 20 所学院、4 所大学,其中与设计相关的系或专业有 6 个。蒙特利尔大学还有 3 个与设计相关的研究席位,蒙特利尔魁北克大学也有 2 个相关席位。

蒙特利尔有 11 项与艺术相关的重要活动,其中包括沙龙、国际电影艺术节和各种展览,如蒙特利尔艺术博物馆的艺术展、蒙特利尔国际国内艺术展、蒙特利尔时装周、设计月和商业设计蒙特利尔等。另外,蒙特利尔还有 9 个组织机构,包括艺术与技术协会(SAT)和蒙特利尔遗产局等。蒙特利尔有 6 大设计研究机构,11 个专业协会,包括国际平面设计协会联合会(ICOGRADA)、蒙特利尔魁北克大学艺术中心、加拿大建筑中心(CCA)、蒙特利尔艺术博物馆和蒙特利尔设计研究所(IDM)等。

b. 柏林(如图 1-3 所示)



图 1-3 柏林

2006 年 1 月,联合国教科文组织对德国柏林的认定,让柏林成为欧洲第一座加入“联合国全球创意城市联盟”的城市。柏林自此可以将“设计城市”的桂冠骄傲地戴在自己的头上。

“柏林以它的实力证明了自己设计领域的成就。”联合国教科文组织文化产业处处长

米拉格罗·德·高拉尔在评价这次任命时说,“站在不同背景和历史的十字路口,柏林的设计传统和当代创意影响到了整个国家和国际相关领域的运作”。

得知这个认定之后,柏林市长哈罗德·沃尔夫非常高兴:“这给我们的城市带来了重要的国际声誉,也让所有居住在这里的创意工人、老师们感到光荣。近年来我们看到了创意科技长足发展,成为不可低估的经济要素。”

柏林在许多不同的设计领域都呈现出了它的重要性。整座城市大约有11万人在时尚、产品及家具设计、建筑、摄影以及视觉艺术等领域工作,大约六千七百家设计公司创造了15亿欧元的年产值。环境、空间和卓越的基础设施为创意产业和创新产品的发展提供了基础。设计师、服装设计师、摄影师和建筑师找到了他们的艺术自由、办公空间和居住成本、网络以及在设计方面的公共兴趣。

这座城市有那么多不同的文化事件,每天都有超过1500件在发生,“设计5月”、“柏林摄影节”、“时尚漫步”、“柏林AGI大会”、“内部动机设计研讨会”等都是该城市每年都会举行的主要创意活动,包豪斯博物馆、维特拉设计博物馆也让人们仰慕,这些极具竞争力的条件吸引了各个领域的创意人群和公司。此外,几乎没有任何一个其他主要欧洲城市为学生提供那么多设计方面的学习选择,约有五千名学生在学习相关专业。

2. 深圳主要设计行业业态

(1) 平面设计行业

① 发展历程

改革开放不仅给中国带来了可口可乐、好莱坞和摩托罗拉,也使艺术学院的师生们认识了毕加索、马蒂斯、达利和康丁斯基。在当时高等教育仍以精英思想为指导的模式下,现代设计的输入远不如所谓纯艺术那么迅猛;20世纪80年代中期,部分工艺美术院校(系科)开始研究以“三大构成”为核心的现代设计语言(《92平面设计在中国》参展的国内的设计师,大多是这一批人)。但情况并未就此改观,我们的研究机构有一大批专家学者在研究美术史论、工艺史论,但极少有人研究设计史论,即使谈到包豪斯,也仅是将其作为西方现代艺术的一部分予以介绍。当然这种划分本身并没有错,在西方艺术史中,不管是古典设计还是现代设计,都是艺术史不可忽视的组成部分。设计的风格史与绘画、雕塑和建筑的风格史是相吻合的,都反映了一个时代的文化特征。但由于平面设计的门槛较低,一台电脑、一个设计师就可以撑起一个设计公司,故相对于其他设计门类而言,平面设计更具个性化,更易探索艺术式的实验性。因此,平面设计得以率先取得突破性发展。

平面设计行业的兴起,有两个必备的条件:第一是市场性的,即广告业的兴盛开拓了平面设计更广阔的商业市场;第二是技术性的,即平面设计需要先进的制作工艺。在计算机成为主要设计工具之前(约1994年、1995年),制版印刷技术是与平面设计最亲密的行业,平面设计的很多创意必须依赖制版电分技术实现。深圳在这两方面都具备较强的优势,改革开放之初,国内大批优秀设计师云集深圳,正是因为深圳有先行一步的市场经济,充满竞争活力。一方面,深圳毗邻香港的信息优势,使设计能迅速获得国际专业资讯,从而形成较高的发展起点。尤其是制版印刷业,优势更加明显,当时深圳承接了全国绝大部分高档次的制版印刷业务。平面设计一方面依赖于印刷技术;另一方面,作为印刷产业链的源头,平面设计是高档印刷不可缺少的重要环节。当时展览执行委员会的几位深圳委员大多与印刷业有关系,其中王粤飞时任嘉美设计有限公司总经理,该公司为92展的主办机构之一,也是活动的出资方。92展之后,他们纷纷成立了自己的设计公司。平面设计从此脱离了对广告与印刷