

创意产业导论

厉无畏主编

INTRODUCTION
TO CREATIVE
INDUSTRIES

学林出版社



创 意 产 业 导 论

厉无畏 主编



学林出版社

图书在版编目(CIP)数据

创意产业导论/厉无畏主编. —上海:学林出版社,
2006. 6

ISBN 7 - 80730 - 164 - 3

I. 创... II. 厉... III. 文化—产业—研究

IV. G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 048560 号

创意产业导论



作 者	—— 厉无畏
责任编辑	—— 钱丽明
装帧设计	—— 袁银昌
出 版	—— 上海世纪出版股份有限公司 学林出版社 (上海钦州南路81号3楼) 电话: 64515005 传真: 64515005
发 行	—— 新华书店上海发行所 学林图书发行部 (钦州南路81号1楼) 电话: 64515012 传真: 64844088
印 刷	—— 上海译文印刷厂印刷
开 本	—— 787 × 1092 1/16
印 张	—— 23
字 数	—— 26 万
版 次	—— 2006 年 6 月第 1 版 2006 年 6 月第 1 次印刷
印 数	—— 4000 册
书 号	—— ISBN 7 - 80730 - 164 - 3/G · 41
定 价	—— 38.00 元

(如发生印刷、装订质量问题,读者可向工厂调换。)

前 言

创意产业是在世界经济进入知识经济时代这一背景下发展起来的一种推崇创新、推崇个人创造力、强调文化艺术对经济的支持与推动的新兴产业。进入 20 世纪 80 年代以后,世界各发达国家的发展模式相继发生了以“知识”为核心的变革,即所谓的“知识价值革命”。人们不再追求对资源、能源和农产品的更大消费,而追求时间和智慧的价值,即“知识价值”的大量消费。同时,对时间和智慧价值的追求,很明显地产生了两种不同的消费指向——未来与过去——既追求高附加值的高科技时代,也追求高附加值的手工艺时代。而创意产业则恰如其分地满足了怀旧与创新在现实中的连接和融合。在全球化趋势不断加强、国际间竞争日趋激烈的今天,以文化和知识为核心的创意产业在世界各地勃兴,事实证明,创意产业的发展规模和程度已经成为衡量一个国家或城市综合竞争力水平高低的重要标志。正因为如此,近年来不少国家和地区开始把创意产业作为战略产业和支柱产业,并采取相应的政策措施和手段来积极推动和扶持其发展。

随着创意产业实践的推进,20 世纪 90 年代末,相关的学术研究也从不同

的领域展开。综观国内外的研究,对创意产业的研究大致有三个不同的视角:文化、经济和区域。而无论是研究成果还是研究人员,大都集中在文化艺术类的学科中;在经济学方面,国外比较有代表性的是约翰·霍斯金(Howkins, John)的《创意经济:人们如何从思想中创造金钱》(The Creative Economy: How People Make Money from Ideas)和理查德·E·凯夫斯(Richard E. Caves)的《创意产业经济学:艺术的商业之道》(Creative Industries: contracts between art and commerce)两本专著,国内比较系统和全面的相关研究则较少。呈现在读者面前的《创意产业导论》,从产业经济学的角度来审视创意产业,试图建立以创意产业为研究对象的产业经济学理论分析体系。

《创意产业导论》共分八个章节,着重讨论创意产业的内涵、基本特征、产业组织、产业的市场化、产业投融资、产业赢利模式、产业发展的外部环境以及各地发展创意产业的经验和实践等问题。就内容和体例而言,全书有以下几个特点:1. 资料新颖。全书引用了大量国内外的最新资料,包括专著、论文、研究报告以及互联网上的相关资料,且皆注明出处,以便读者进一步学习。2. 案



例丰富。全书列举了大量中外案例说明理论观点,力求理论联系实际。同时还制作了多幅图表,避免过多枯燥的纯学术描述。3. 体例完整。为方便读者阅览,本书打破了一般学术专著的体例,每章都附有相关的案例、思考题和参考文献。每个章节相互间既有联系,又可独立成文。

创意产业是一个新兴产业,我们深知,有关创意产业的学术探索才刚刚起步,本书尚有诸多不完善之处,我们欢迎关心和热爱创意产业的读者与我们加强交流,共同探讨,同时我们也恳请读者能够对本书的不足之处多提宝贵意见(联系方式见后记)。

厉无畏

2006年3月于上海社会科学院

目 录

前言	1
----	---

第一章 绪论

第一节 创意产业的内涵与分类	3
----------------	---

一、创意产业的内涵	3
1. 创意产业的概念	3
2. 创意的两种类型	4
3. 创意的产业化路径	5
二、创意产业的界定与分类	6
1. 创意产业、文化产业与内容产业概念辨析	6
2. 创意产业的分类	10

第二节 创意产业的勃兴及其市场基础	13
-------------------	----

一、创意产业勃兴的背景	13
1. 创意存在于一切文化和经济活动中	13
2. 创意独立为产业	14
二、创意产业勃兴的市场基础	15
1. 需求升级	15
2. 科技进步	18
3. 城市经济转型	20
4. 全球化趋势	21

第三节 创意产业的特点及发展意义	23
------------------	----

一、创意产业的特点	23
1. 创新性	24
2. 渗透性	25
3. 高增值性	28
4. 强辐射性	29

5. 高科技含量·····	30
6. 高风险性·····	31
二、创意产业的经济学意义·····	32
1. 通过转变增长方式,促进经济全面发展·····	32
2. 通过提高社会效益,促进经济协调发展·····	34
3. 通过改善生态环境,促进经济可持续发展·····	36
4. 通过塑造品牌形象,增强城市综合竞争力·····	37
本章案例 国家统计局《文化及相关产业分类》·····	39
本章思考题·····	52
本章参考文献·····	53

第二章 创意产业的生产组织

第一节 创意产业的生产组织形式及特点····· 57

一、创意产业的生产组织形式·····	57
1. 分散的个别劳动·····	57
2. 简单协作的集体劳动·····	58
3. 集中的社会结合劳动·····	59
二、创意产业生产组织的特点·····	61
1. 需求的不确定性·····	62
2. 产品的原创性·····	62
3. 技能的多样性·····	63
4. 质量的差异性·····	64
5. 价值的永恒性·····	65

第二节 创意的产生及创意产品的生产流通····· 66

一、艺术创意的产生·····	66
二、经济创意的产生·····	68
1. 来自顾客·····	68
2. 来自企业内部·····	69
3. 来自供应商·····	70
三、艺术产品的生产流通·····	71
1. 文学艺术·····	71

2. 视觉艺术·····	71
3. 媒体艺术·····	72
4. 表演艺术·····	72
四、蕴含创意的传统产品的生产流通·····	73
五、技术进步的影响力·····	75
1. 拓展了创意产业的领域·····	75
2. 促进了创意产业的分工·····	75
3. 改变了创意产业的生产方式·····	76
4. 降低了创意产业的生产成本·····	76
第三节 创意产业园区的形成和发展·····	76
一、集群化是产业发展的新特征及趋势·····	76
二、创意产业园区的形成·····	77
1. 依托大学,发展创意产业园区·····	77
2. 改造旧厂房和仓库,培育创意产业园区·····	78
3. 开辟新区,创立创意产业园区·····	80
4. 依靠传统布局,建立创意产业园区·····	80
三、创意产业园区发展的集群优势·····	81
1. 集聚区内产业业态完整,竞争力提高·····	81
2. 促进信息和人员的交流及创意商品化·····	82
3. 集聚和辐射功能强大·····	83
四、创意产业集聚区的服务功能·····	83
1. 吸引创意产业从业人员·····	83
2. 建设公共服务平台·····	84
3. 培育中小企业·····	85
4. 呵护艺术·····	85
本章案例 在传统与时尚的交融中打造创意产业园区·····	87
本章思考题·····	93
本章参考文献·····	93

第三章 创意产业的市场交易

第一节 创意产业的市场交易特点..... 99

- 一、市场交易主体的无形性..... 99
 - 1. 交易主体的演进..... 100
 - 2. 两种创意产品的差异与融合..... 101
 - 3. 内容与品牌的聚焦..... 101
- 二、市场交易价值的不确定性..... 103
 - 1. 定价的困难..... 103
 - 2. 缺少量化标准..... 103
- 三、市场交易信息的不对称性..... 104
 - 1. 购买方处于信息劣势..... 104
 - 2. 创意商品的理论定价..... 105
- 四、产品交易的长期性与反复性..... 105
- 五、产品所有权的非转让性..... 107

第二节 创意产业的市场交易形式..... 107

- 一、消费性的交易..... 107
 - 1. “绝版”一次性交易形式..... 108
 - 2. 产业化多次交易形式..... 108
 - 3. 消费性交易的渠道与结算..... 110
- 二、投资性的交易..... 111
 - 1. 合同约定方式..... 111
 - 2. 周期性孵化方式..... 112
- 三、文化创意成果的转化交易..... 112
 - 1. 文化作品与相关衍生品的转化..... 113
 - 2. 电影电视与文化创作的双向互动..... 113
 - 3. 纸质传媒与高科技的互动..... 114
- 四、创意产品的知识产权交易..... 115
 - 1. 创意符号交易..... 115
 - 2. 创意要素交易..... 117
 - 3. 商标的交易..... 118
 - 4. 专利和著作权的交易..... 119

第三节 创意产业的市场交易成本与中介····· 121

一、创意产业的市场交易成本····· 121

1. 交易成本的基本概念····· 121

2. 创意产品交易成本的特点····· 122

二、创意产业借市场交易中介减缩成本····· 125

1. 市场交易需要中介分解成本····· 125

2. 现行的旨在降低成本的中介平台····· 126

第四节 创意产业的市场交易风险····· 128

一、信息不对称带来的风险····· 129

二、国际惯例与法律法规限制带来的风险····· 131

三、行情判断失误带来的风险····· 132

四、产品升级换代带来的风险····· 133

本章案例 资本联动运作使文化创意的产业化交易化成为可能····· 135

本章思考题····· 140

本章参考文献····· 141

第四章 创意产业的投资与融资

第一节 创意产业的投融资特征····· 145

一、资本的概念与特征····· 145

1. 资本的概念····· 145

2. 资本的种类与形式····· 146

3. 资本的共性····· 147

二、创意产业投资的一般特征····· 149

1. 高风险····· 149

2. 高回报····· 151

3. 高时效····· 154

第二节 创意产业的投资模式····· 155

一、国家与政府投资模式····· 155

1. 财政拨款····· 155

2. 设立基金····· 157
3. 参与投资中介机构····· 158
- 二、民营投资模式····· 159
- 三、外资投资模式····· 162
- 四、基金会投资模式····· 165
 1. 美国基金会的投资特点····· 165
 2. 英国国家彩票基金的投资模式····· 166

第三节 创意产业的融资策划····· 170

- 一、创意产业融资的渠道····· 170
- 二、创意产业的初创融资····· 171
 1. 天使投资者····· 172
 2. 风险投资基金与风险投资公司····· 173
 3. 风险投资商的考评指标····· 174
- 三、创意产业的融资流程····· 175
 1. 寻找风险投资机构····· 175
 2. 项目评审····· 175
 3. 价值评估····· 176
 4. 交易谈判与签订协议····· 176
- 四、创意企业融资计划书的撰写····· 176
 1. 商业计划书的概念····· 176
 2. 商业计划书的作用····· 177
 3. 商业计划书编写的着眼点····· 178
 4. 商业计划书的主要内容····· 179
- 本章案例 迪斯尼公司的融资行为····· 182
- 本章思考题····· 185
- 本章参考文献····· 185

第五章 创意产业的赢利模式

第一节 创意产业价值链的基本特征····· 191

- 一、价值链理论····· 191
 1. 价值链的概念和构成····· 191

2. 产业价值链的特点·····	193
二、创意产业价值链·····	194
1. 创意产业价值链的构成·····	194
2. 创意产业价值链的特点·····	197
第二节 创意产业的赢利模式·····	199

一、价值链定位模式·····	199
1. 内容为王·····	200
2. 渠道制胜·····	201
3. 媒体推动·····	202
4. 需求挖掘·····	203
二、价值链延伸模式·····	204
1. 品牌乘数模式·····	204
2. 掌控终端模式·····	205
三、价值链分解模式·····	206
1. 业务外包模式·····	207
2. 集聚协作模式·····	208
四、价值链整合模式·····	209
1. 兼并收购·····	209
2. 虚拟价值链·····	211
本章案例 用创意创造生意,以渠道辉煌业绩·····	212
本章思考题·····	216
本章参考文献·····	216

第六章 创意产业的人才资源

第一节 创意人才的特征、分类及素质要求·····	221
一、创意人才的特征·····	221
1. 富于想象·····	221
2. 敢于创新·····	222
3. 年轻·····	222
4. 流动性强·····	222
二、创意人才的分类·····	223

1. 艺术人才·····	223
2. 设计策划人才·····	223
3. 技术人才·····	224
4. 经营管理人才·····	224
三、创意人才的素质要求·····	226
1. 创新能力·····	226
2. 人文素质·····	227
3. 技术素质·····	228
4. 综合素质·····	229
第二节 创意人才的重要性·····	230
一、创意人才是创意产业最核心的产业要素和产业资源·····	230
1. 构成创意生产力的基本要素·····	231
2. 从事创意经营活动的重要资源·····	231
3. 创意产业核心竞争力的载体·····	232
4. 创意企业最宝贵的财富·····	232
二、我国创意人才严重匮乏的现状、原因及后果·····	234
1. 创意人才现状·····	234
2. 创意人才严重匮乏的原因·····	235
3. 创意人才严重匮乏造成的后果·····	236
第三节 创意人才的开发·····	237
一、发掘创意人才·····	238
1. 竞赛·····	238
2. 设办事处·····	238
3. 猎头公司·····	239
二、吸引创意人才·····	239
1. 政策法规·····	240
2. 城市的人文精神·····	241
3. 宽松的社会氛围·····	242
4. 城市生活质量·····	243
5. 品牌效应·····	244
三、培养创意人才·····	244

1. 学历教育····· 245
2. 培训····· 246
3. 资格认证····· 248

第四节 创意人才的经营和管理····· 249

- 一、创意人才的经营····· 249
 1. 劳动合同制····· 249
 2. 劳务合同制····· 250
 3. 娱乐业的人才经营····· 250
- 二、创意人才的管理····· 252
 1. 创意人才的法律管理····· 252
 2. 创意人才的道德管理····· 252
 3. 创意人才的行政管理····· 253
 4. 创意人才的行业管理····· 255
 5. 创意人才的企业管理····· 255
- 本章案例 中国的出版经纪人····· 257
- 本章思考题····· 262
- 本章参考文献····· 262

第七章 促进创意产业发展的政策

第一节 知识产权保护····· 267

- 一、关于知识产权保护法····· 267
- 二、我国知识产权保护的推进····· 269
 1. 专利保护····· 270
 2. 商标保护····· 271
 3. 版权保护····· 272
 4. 音像制品的知识产权保护····· 274
 5. 植物新品种保护····· 274
 6. 知识产权海关保护····· 275
 7. 公安机关打击侵犯知识产权犯罪····· 276
 8. 知识产权司法保护····· 276
- 三、创造、模仿与仿制····· 277

第二节 创造宽松、宽容的社会文化氛围····· 281

- 一、文化政策的交易成本····· 281
- 二、国际化、兼容性与市场容量····· 286
- 三、鼓励出口和面向国际市场····· 288

第三节 公共服务体系与市场培育····· 291

- 一、公共服务平台的构筑——信息服务与电子商务····· 291
- 二、风险资金的组织····· 293
- 三、信贷和税收政策····· 297
- 本章案例 仿制品乱了服装品牌市场····· 302
- 本章思考题····· 306
- 本章参考文献····· 306

第八章 国内外创意产业的发展

第一节 国内外创意产业发展的不同基点····· 311

- 一、内容密集型产业····· 311
- 二、版权产业····· 312
- 三、知识产权产业····· 313
- 四、由创意推动的泛化产业群····· 314

第二节 发达国家、地区扶持和培育创意产业发展的经验与做法····· 315

- 一、把扶持和培育创意产业作为一项重要的国家竞争战略····· 315
 - 1. 借助创意活动,塑造国际形象····· 315
 - 2. 刺激市场需求,拓展发展空间····· 317
 - 3. 提升到战略高度,积极寻求立法保护····· 318
 - 4. 调整劳动力结构,广泛吸纳就业····· 319
- 二、依靠价值链高端的创意产业,优化产业结构····· 320
 - 1. 解读创新体系····· 320
 - 2. 优化产业结构····· 321
- 三、借助于创意产业,为旧区改造注入活力····· 323

第三节 创意产业在中国的发展	324
一、北京：“自发集聚”与“规划引导”	324
1. 六大创意产业集聚区“初见端倪”	324
2. 六大文化中心“崭露头角”	325
二、上海：政府搭建平台与社会资源参与	327
1. 把推动创意产业作为实施科教兴市主战略的重要内容	327
2. 把创意产业发展同产业升级和结构调整紧密结合起来	327
3. 将创意产业发展融入到城市文化与城市建设中去	328
4. 把政府引导与市场配置结合起来推进创意产业发展	328
5. 把发展创意产业同举办 2010 年上海世博会联系起来	329
三、深圳：多元化的投资与特色文化产业集群	330
1. 部分行业已经取得了比较优势	330
2. 八大优势文化产业发展思路明确	331
四、香港：系统的产业现状描述与梳理	333
五、台湾：文化创意产业将成为未来几年重点发展的核心产业	335
本章思考题	336
本章参考文献	336
 附录：专业研究机构和组织、会议名录	 339
 后记	 343