

创意书系
中国创意产业研究中心

创意引领中国新经济

中国

创意产业

Chinese Creative Industries Report

发展报告 (2011)上册

张京成/主编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

中国创意产业发展报告

(上册)

(2011)

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. 2011/张京成主编

北京: 中国经济出版社, 2011. 3

ISBN 978-7-5136-0743-8

I. ①中… II. ①张… III. ①文化产业—研究报告—中国—2011 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 089689 号

责任编辑 严 莉

责任审读 霍宏涛

责任印制 石星岳

封面设计 任燕飞设计室

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京市昌平区新兴胶印厂

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 50.5

字 数 820 千字

版 次 2011 年 3 月第 1 版

印 次 2011 年 3 月第 1 次

书 号 ISBN 978-7-5136-0743-8/F·8859

定 价 95.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010-68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话: 010-68359418 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010-68344225 88386794

编 委 会

主 编：张京成

编 委：（以姓氏笔画为序）

丁 辉	马 达	马鸿斌	尹 宏	王庆馨
王苏舰	王国华	王晓云	王琼文	付景涛
包仁艳	厉无畏	白红波	刘光宇	刘利永
刘 彤	安 烨	朱 虹	余致海	张 刚
张华锋	张彦军	张 星	张 革	李永进
李志男	李岱松	李建玲	李 炎	李 莹
李 梅	沈晓平	肖永亮	时艳琴	陆政品
金元浦	金迈克	贺 军	赵自芳	钟廷勇
徐云霞	常泽鲲	康 军	黄 琳	曾凡颖
蒋金洁	蒋 星	蒋莉莉	蔡安安	魏鹏举

前言

冬去春来，我们完成了记录中国创意产业发展轨迹的第六本年度报告——《中国创意产业发展报告 2011》。作为专注于中国创意产业发展的一个研究团队，六年以来，我们时刻关注着中国创意产业发展的进程，如实记录着创意产业每一年的发展轨迹，潜心思考着中国创意产业面临问题与发展方向，力图为社会各届及时全面地提供创意产业研究成果。

过去的一年是创意产业在我国快速发展的一年，2010 年 10 月，国务院出台《关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》，提出“大力发展数字虚拟等技术，促进文化创意产业发展”，标志着我国政府将创意产业等新兴产业提到了战略高度予以支持，为我国创意产业描绘了更加清晰的前景。在国家政策的引导带动下，各级地方政府纷纷将文化创意产业纳入地方战略性新兴产业范畴予以扶持，创意产业进入快速发展期。

2010 年是中国各地创意产业快速发展机遇期，第二次全国经济普查数据也公布了。因此，我们在关注我国主要城市创意产业最新情况的同时，又根据国家二经普数据对全国 60 个主要城市的创意产业作了详尽的对比分析与综合评价。因此，《中国创意产业发展报告 2011》分为上、下两册出版。本年度报告的主题为：创意城市发展与评价。

上册延续《中国创意产业发展报告 2008—2010》的内容框架体系，由总报告领衔，从全国范围内选取 14 个城市，详细阐述这些城市创意产业发展现状，总结经验，分析面临的问题，探索解决之道。这 14 个城市既有北京、上海等创意产业先导城市，又有杭州、成都、长沙等区域性创意产业中心城市，还包括济宁、大理等以历史文化和民族文化为特色的创意型中小城市。上册的目的是通过典型城市的介绍，为读者展示过去一年我国创意产业发展的成绩与问题，如能引起读者的思考与共鸣，则已达到此书策划编纂之目的。

《中国创意产业发展报告 2011》（上册）基本框架大致分为三部分。第一部分为总报告：中国创意产业步入快速发展期，分析了 2010 年中国创意产业发展的宏观环境，指出 2010 年中国创意产业呈现的新特点，并对中国创意产

业发展的趋势予以展望。第二部分系统梳理北京、天津、秦皇岛、长春、上海、无锡、杭州、厦门、济宁、长沙、成都、大理、西安、澳门等 14 个城市创意产业的发展情况,并给予比较评析,包括第二章至第十六章。第三部分即第十七章对过去一年国内外创意产业研究的一些新观点、新思考予以发布。其中,金元浦教授指出“威客模式”有望成为未来创意产业发展的崭新模式;魏鹏举教授指出创意产业在我国的纵深挺进必须要理清资本支持模式,解决资金瓶颈;肖永亮教授则从科技支撑角度,提出科技是文化创意产业发展的动力和内核;而金迈克教授则从国际视野观察中国创意产业的发展轨迹,对于我们看清形势具有一定的指导作用。

下册利用 2008 年第二次全国经济普查资料,沿用《中国创意产业发展报告 2007》的分类界定和算法,用数据图表展示了中国创意产业的发展情况,并与 2004 年第一次全国经济普查数据进行了对比分析。数据分析表明,2004 年以来,我国各主要城市创意产业发展经历了从小到大、由弱渐强的发展历程。报告下册还选取了 60 个城市,对其创意相关数据进行分析排名,涵盖了全国所有的直辖市、省会城市、副省级城市和其他不同规模和级别的城市,与《中国创意产业发展报告 2007》相比扩大了城市覆盖的范围。

《中国创意产业发展报告 2011》(下册)共分八章,第十八章交代了创意产业行业界定的办法和数据来源,第十九章和第二十章是从全国层面对创意产业的分析,第二十一章至第二十四章是从城市层面对创意产业的分析,第二十五章是对我国创意城市的综合分析 with 对比,按照不同能级提出了我国创意城市的四个集团,第一集团为北京、上海两大城市,第二集团包括广州、深圳、杭州等 11 个城市,第三集团包括大连、福州、沈阳等 17 个城市,第四集团包括石家庄、乌鲁木齐、绍兴等 30 个城市。并由此得出结论,我国创意产业已经形成以龙头城市为先锋、大中城市为主力、带动中小城市快速崛起的新局面。

最后,希望这本描绘我国创意产业全面风貌的《中国创意产业发展报告 2011》能够使读者开卷有益,为各级相关政府部门提供决策参考,也欢迎相关研究人员和我们切磋交流,共同推动中国创意产业不断向前发展!

Foreword

Following with steps of the spring, we completed the 6th blue book recording the development of Chinese creative industries – *Chinese Creative Industries Report (2011)*. As a professional research team focused on Chinese creative industries, we paid close attention to the process of them all the time and faithfully recorded the development of them. By seriously thinking over issues and directions of Chinese creative industries, we try our best to devote to various sections of society with our research achievements in time.

In the past year, creative industries developed rapidly in China. In October of 2010, the State Council issued *The Decision on Speeding up the Cultivation and Development of Strategic Emerging Industries* which pointed out “to step up efforts to develop technologies as digital stimulation and promote the development of cultural & creative industries”. That means that Chinese government put emerging industries including creative industries onto the strategic level to support, which also highlighted the future of Chinese creative industries. Guiding by the state policy, local government at various levels brought cultural & creative industries into local strategic emerging industries to support and creative industries entered into the rapid development stage.

The year of 2010 opened a window of opportunity for the rapid development of Chinese creative industries and the 2nd national economic census data was announced as well. Therefore, at the same time of paying attention to the latest development of 60 major cities, we made specific comparative analysis and comprehensive evaluation according to data of the 2nd national economic census. And then, *Chinese Creative Industries Report (2011)* is separated into 2 volumes (Volume A and Volume B) with the theme of Evaluation on Creative Cities Development.

The Volume A continues the outline of *Chinese Creative Industries Report 2008 - 2010*. Guiding by General Report, Volume A specifically illustrates the present situation of 14 cities chosen from all over the country, and then summed up experience, analyzed issues and probed the solutions. In the 14 cities, there are leading cities in creative industries such as Beijing and Shanghai, also regional central cities such as Hangzhou, Chengdu, Changsha and so on, as well as small-medium cities such as Jining and Dali featured with historic culture and ethnic groups. The purpose of Volume A is to show achievements and issues of creative industries in the past year by introducing typical cities.

The outline of *Chinese Creative Industries Report 2011 (Volume A)* is basically separated into 3 parts: the 1st part is General Report-Chinese Creative Industries Stepped into a Rapid Developing Stage which analyzes the macro environment of Chinese creative industries in 2010 and points out new features and outlooks developing trends. The 2nd part systematically introduces the development of creative industries in 14 cities including Beijing, Tianjin, Qinhuangdao, Changchun, Shanghai, Wuxi, Hangzhou, Xiamen, Jining, Changsha, Chengdu, Dali, Xi'an and Macao and makes evaluation on them. The 3rd part issues some new views and ideas of creative industries in the past year, in which, Professor Jin Yuanpu points out that "Witkey Mode" is expected to be a new model of developing creative industries; Professor Wei Pengju thinks that it is necessary to find out new capital support model and breakthrough the fund bottleneck to develop creative industries in China in a further step; Professor Leon Xiao thinks that science & technology are the engine and central core of cultural & creative industries; Professor Michael Keane illustrates Chinese creative industries in the international view.

The Volume B continues the classification and algorithm of *Chinese Creative Industries Report 2007* on basic of data of the 2nd national economic census in 2008 and illustrates the development of Chinese creative industries and makes comparison with data in the 1st national economic census in 2004. By analyzing data, the development of creative industries in those major cities has experienced a process from small scale to big and weak to strong since 2004. Volume B also chooses 60 cities data to make analysis and ranking, which covers all municipalities directly under the Central

Government, provincial capitals, sub-provincial cities and other cities with various scales and ranks. Compared with *Chinese Creative Industries Report 2007*, Volume B expands its coverage of cities.

Chinese Creative Industries Report 2011 (Volume B) is separated into 8 chapters; the 18th chapter introduces the classification method for creative industries and the resource of data; the 19th and 20th chapters make an analysis on the creative industries on the level of whole country; the 21th-24th chapters make analysis on the level of cities; the 25th chapter makes a comprehensive analysis and comparison and divides Chinese creative cities into 4 groups according to different levels as: the 1st group includes 2 cities as Beijing and Shanghai; the 2nd group includes 11 cities as Guangzhou, Shenzhen and Hangzhou, etc.; the 3rd group includes 17 cities as Dalian, Fuzhou and Shenyang, etc.; the 4th group includes 30 cities as Shijiazhuang, Urumqi and Shaoxing, etc.. In conclusion, Chinese creative industries have formed a new situation as leading cities as the pioneer and large and medium cities as the main force to drive the emergence of small and medium cities.

Finally, we hope *Chinese Creative Industries Report 2011*, by describing the overlook of Chinese creative industries, do help to its readers and make references to relevant governments decision-making. We faithfully welcome your advice to promote the development of Chinese creative industries mutually!

目 录

上 册

第一章 总报告：中国创意产业步入快速发展期 (1)

2010年是“十一五”规划的收官之年，中国的创意产业发展已经进入快速发展阶段，细分行业亮点与热点频现，地域发展特色分明，相关政策密集出台渐成体系。创意产业发展需要抓住经济转型创造更多的机会，迎接通货膨胀可能的挑战，通过扩大内需进一步巩固发展成果，持续带动国家和各地区经济结构调整与经济发展方式转变。

第二章 北京：优势行业带动文化创意产业再结硕果 (23)

北京创意产业已进入平稳快速发展阶段。2004—2010年，文化创意产业以年均18.4%的速度增长，超过同期地区生产总值平均增速3.6个百分点，已成为仅次于金融业的第二大支柱产业。从产业内部看，软件网络及计算机服务行业是北京文化创意产业第一支柱产业，而广播影视行业则是文化创意产业中劳动生产率最高的行业。2010年北京文化创意产业集聚区建设继续推进，形成了涵盖八大行业门类、覆盖全市16个区县的集聚网络。

第三章 天津：创意产业“双核”并进 (59)

2010年，天津的创意产业发展较快，尤其体现为市区和滨海新区两个城市核心部分同时发展、齐头并进的特点。9个市级授牌的创意产业园区进一步拓展业态和提高经济总量，一批龙头企业开始崭露头角，各园区高度重视引导大学生来园区创业，市级创意产业管理体制进一步得到加强，有关创意产业发展的政策制定开始加快步伐，社会对发展创意产业的认识不断提高，一批新的创意产业集聚区开始形成。

第四章 秦皇岛：用文化创意产业打造京津后花园 (83)

秦皇岛发展文化创意产业，坚持“全产业融合旅游、全方位体现文化、全市域优化生态”的理念，构筑“旅游+文化+生态”发展新格局。实施“数字化引领、结构化升级”工程，推动文化产品生产、文化传播和服务手段创新。着力发展广播影视、演艺娱乐、婚庆会展、新闻出版等重点产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫软件等新兴产业，提高产业层次和产品附加值。

第五章 长春：借势长吉图战略打造文化创意城市 (101)

五年的进程，长春市创意产业实现了又好又快的发展。长春市政府出台了若干扶持创意产业发展的政策，并对长春市创意产业未来的发展从宏观上做了科学的规划，在建设上给予了极大的投入，长春市初步形成了一批重点产业园区，创意产业集聚效应初步显现，强势的发展势头再度向世人证明，创意产业将成为长春经济发展的一个新的增长点。

第六章 上海：“世博之城”和“设计之都” (129)

以“和谐和创意”为基调的2010年世博会的成功举办，是上海城市整体能量升级的一大契机，使上海成为一座“世博之城”。联合国教科文组织正式授牌上海为“设计之都”，使上海获得了又一张城市文化名片。2010年，在这两张城市文化名片的召唤下，上海创意产业的各行各业取得了长足进展。

第七章 无锡：以创意产业打造城市转型发展引擎 (155)

无锡作为中国民族工商业的摇篮和中国乡镇工业的发祥地，历经改革开放30余年的建设和发展，已位列中国15个经济中心城市之一。近年来，以动漫网游、创意设计、影视传媒等为主要内容的新兴文化业态快速发展，多元化的产业格局初步形成，无锡正逐步成为长三角乃至全国一个非常活跃的创意型城市。

第八章 杭州：以创意产业打造“文化人天堂” (177)

2010年，杭州紧紧围绕打造全国文化创意中心的目标，解放思想、改革

创新、突出重点、统筹推进，全市文化创意产业实力进一步增强，发展活力进一步迸发，为全市经济转型升级、经济发展方式转变作出了应有贡献。

第九章 厦门：建设海峡西岸创意产业中心城市 (195)

2010年，厦门文化创意产业摆脱近几年低速徘徊的困境，工作系统性、计划性增强，呈现整体推进、重点突破的局面，已经成为厦门经济发展的新增长点。厦门注重创新政策，鼓励产业集聚，通过提升工业、服务业的文化含量与经济价值，提升区域综合竞争力；将文化创意产业作为现代服务业的重点产业加以培植，形成与先进制造业发展互为促进、相互推动的协调发展格局，厦门作为海峡西岸文化创意中心城市的雏形已初步形成。

第十章 济宁：文化资源优势向产业优势华丽转身 (215)

济宁位于山东西南部，是山东省鲁西南城市带中心城市，坐拥两座国家级历史文化名城，素有“孔孟之乡，运河之都”的美誉。自古以来济宁就以文化著称，这里多山、多水、多圣人，文化资源富集、底蕴深厚，是中华文明的重要发祥地和儒家文化发源地。近年来，面对品类丰富、独具一格的文化资源，济宁探索出了一条将文化资源优势转化为产业优势和竞争优势的新路，实现了文化资源优势向产业优势的华丽转身。

第十一章 长沙：中部文化创意产业发展的高地 (227)

长沙的文化创意产业已发展成为长沙国民经济的重要支柱产业，初步形成了以新闻出版、广播电视、文艺表演等行业为主导的比较完善的文化创意产业体系。新闻出版业保持兴旺，广播电视业屡创佳绩，娱乐演艺业影响广泛，新媒体产业蒸蒸日上，动漫产业持续发展。

第十二章 成都：历史文化名城谱写创意新篇章 (249)

2010年，成都围绕建设“世界现代田园城市”的总体定位，以建设“西部第一、国内领先”的文化创意产业标杆城市为目标，通过规划建设文化创意产业功能区，深入贯彻实施文化创意产业发展规划，获得世界“美食之都”称号并加入全球创意城市网络，成都文化创意产业进入跨越发展的新阶段，翻开了历史文化名城的创意新篇章。

第十三章 大理：资源与空间整合的创意产业发展模式 (269)

通过充分发挥创意的渗透、联动效应，大理形成了具备一定规模的以旅游为主导、休闲娱乐、时尚消费为主要内容的文化创意产业市场，构建了以古城为中心、联结辐射周边景区景点和特色村寨的“资源共享、空间开放”的新颖格局，直接促进了大理文化创意产业的快速发展，摆脱了单一发展旅游业可能面对的市场竞争和困境，实现了产业的转型升级。

第十四章 西安：文化创意产业助推国际化大都市建设 (293)

2010年，西安文化创意产业以建设国际化大都市为目标的要求谋篇布局，以深化文化体制改革为动力，转变文化发展方式，进一步解放和发展文化生产力，充分发挥文化创意产业优结构、扩消费、增就业、促跨越、可持续的独特优势和突出特点，文化创意产业持续提速，提前完成“十一五”规划目标，成为西安应对全球金融危机、全面提升城市综合竞争力的一大亮点，是西安建设国际化大都市的重要途径和抓手。

第十五章 澳门：创意产业主导城市发展 (317)

澳门特别行政区是以创意产业发展起来的城市，而且必须靠创意产业才能继续发展。澳门的传统产业虽然在不断地萎缩，但经济发展十分迅速，人均GDP已是亚洲之冠，其中创意经济贡献力量巨大。然而澳门创意产业发展形式单一，博彩业“一枝独秀”，财富过于集中，又使其发展存在隐忧。只有认真解决现存的瓶颈问题，才能多元化地发展文化创意产业，才能使澳门更好地持续发展。

第十六章 评析：国家战略带动下的创意城市发展 (329)

2010年，得益于国家明确扶持创意产业发展的战略，全国各地创意产业迎来了发展的机遇期。北京、上海等城市依然走在全国的前列，长春、杭州、天津、厦门、长沙、成都、西安充分发挥区位优势，成为各自区域创意产业领域的增长极，无锡、济宁、大理等中小城市挖掘资源优势，形成了各具城市特色的创意产业发展格局。

第十七章 新视点：创意产业研究新进展 (347)

中国创意产业的实践在不断推进，理论研究也在创新发展：我国创意城市应以特色资源集聚拓展创意空间；“威客模式”有望成为未来创意产业发展的崭新模式；创意产业在我国的纵深挺进必须要理清资本支持模式，解决资金瓶颈；而当今科技无疑是创意产业品牌推广的重要工具，因而成为文化创意产业发展的动力和内核；站在国际视野观察中国创意产业的发展轨迹，对于我们认清形势、发力前行具有一定的指导意义。

附录 (375)

附录一 部分城市创意产业数据列表 (375)

附录二 创意产业相关政策法规列表 (376)

附录三 文化部命名的国家级文化产业试验园区、示范园区和
示范基地列表 (387)

参考文献 (396)

下 册

第十八章 我国创意产业界定办法及数据说明 (401)

目前，我国只有北京、上海、杭州、南京等城市制定了地方性的创意产业行业分类标准，全国层面还没有统一的统计指标体系，难以测度创意产业发展的相对水平。为了能使各地统计数据具有可比性，沿用《中国创意产业发展报告 2007》制定的分类标准，将创意产业划分为 8 个大类、21 个中类、80 个国民经济行业小类，并对分类办法和数据来源进行了简要说明。

第十九章 我国创意产业整体发展概况 (415)

从我国创意产业的整体发展情况来看，在产业总体规模方面，创意型企业数量在全部企业中占比较高，能够大量吸纳就业人员；在产业结构方面，内资企业，特别是民营企业是我国创意企业的绝对主力，并且以中小企业为主，从业人员的高智力特征明显；在行业分布方面，咨询策划、电信软件和设计服务三类行业无论是企业数量和就业人数，还是营业收入，都比较突出。

第二十章 我国创意产业发展年度比较..... (435)

对比两次经济普查的统计数据可以发现,我国创意产业企业数量和就业人数的增速明显快于国民经济的全部行业。经过4年的发展,内资企业和中小企业继续成为引领我国创意经济增长的主要力量,表现了国家政策导向下这些企业对创意产业的极大热情;同时,创意产业对高学历和高职称从业人员的汇聚作用进一步增强,显示出对高智力、高技能人才的强烈需求。

第二十一章 直辖市创意产业发展情况..... (443)

在北京、上海、重庆、天津等4个直辖市中,北京创意产业的企业数量、就业人数、资产总额和营业收入均位列第一,上海紧随其后。从8个行业大类数据的比较可知,北京在多个行业中仍高居榜首,而上海的工艺时尚和设计服务两大行业表现突出,虽然重庆和天津在各个行业的排名中交错上下,但是从总体数据来看,除资产总额外,其他指标重庆均略高于天津。

第二十二章 副省级城市创意产业发展情况..... (469)

在广州、深圳、杭州、武汉、成都、南京、青岛、济南、大连、沈阳、西安、宁波、哈尔滨、长春、厦门等15个副省级城市中,广州、深圳和杭州位居前三,其创意产业企业数量、就业人数、资产总额和营业收入的总体数据明显高于其他几个副省级城市,而西安的影视文化、青岛的工艺时尚、成都的科研教育,以及武汉的设计服务和展演出版在所属行业内表现不俗。

第二十三章 省会城市创意产业发展情况..... (539)

在福州、合肥、昆明、长沙、郑州、太原、南宁、石家庄、乌鲁木齐、贵阳、南昌、呼和浩特、海口、兰州、西宁、银川、拉萨等17个普通省会城市中,福州、合肥和昆明的创意产业企业数量、就业人数、资产总额和营业收入的总体数据较高于其他省会城市,位居前三,而长沙的影视文化、电信软件和展演出版,郑州的设计服务和展演出版,以及石家庄的工艺时尚在所属行业内排名靠前。

第二十四章 其他城市创意产业发展情况 (615)

在苏州、无锡、佛山、泉州、绍兴、珠海、洛阳、唐山、包头、桂林、济宁、芜湖、大庆、宜昌、秦皇岛、咸阳、大同、湘潭、景德镇、通化、宝鸡、三亚、张家界、丽江等 24 个其他类城市中，苏州、无锡、佛山的创意产业总体数据较高，位列前三，特别是苏州遥遥领先于其他城市，而泉州的工艺时尚和影视文化，桂林的展演出版和休闲娱乐在所属行业中处于领先地位。

第二十五章 创意城市综合分析与比较 (719)

通过对 60 个城市创意产业总体数据的比较和分析发现，我国主要城市的创意产业发展大致呈金字塔结构，可以明显划分为四个不同的发展集团。其中，北京和上海以绝对领先的优势占据第一集团，继续领跑我国创意产业的发展，而广州、大连和石家庄则分处第二、三、四集团的首位，第二集团是我国创意产业发展的中坚力量，第三集团发展潜力较大，第四集团基础较为薄弱，一些城市虽然总体数据排名靠后，但创意产业的行业特色比较明显。

CONTENTS

Volume A

Chapter I General Report: Chinese Creative Industries Stepped into a Rapid Developing Stage (1)

The year of 2010 was the end of “the 11th Five-year Plan” and Chinese creative industries stepped into a rapid development stage as more and more highlights appeared, regional features became outstanding and relevant policies were issued systematically. If creative industries could grasp more opportunities brought by economic transformation, they can continually drive the economic restructuring and the transformation of the mode of economic development by meeting challenges of inflation and solidly develop through expanding domestic demand.

Chapter II Beijing: Great Achievements Driven by Superior Industries (23)

Creative industries in Beijing have stepped into the stable and rapid development stage. In 2004 – 2010, the average annual rate of growth of cultural & creative industries was 18.4% which was 3.6% more than the regional average growth in GDP and have become the 2nd mainstay industry following the financial industry. Viewing from the inside of creative industries, software and computer service business were the 1st mainstay ones, while radio, film and TV had the highest productivity. In 2010, cultural & creative clusters were built continually and have formed a cluster network covering 8 classifications and 16 districts in the whole region.