

● 2006厦门市

社会科学重点调研课题 成果汇编

厦门市社会科学界联合会

二〇〇七年十二月

2006 厦门市社科学会

重点调研课题成果汇编

厦门市社会科学界联合会

二〇〇七年十二月

厦门市社科学会重点调研课题成果汇编

字数:300千字 印数:500册

开本:889×1192 32开

批准:厦门市新闻出版局

印刷:厦门广播电视报社印刷厂

(厦)新出(2007)内书第165号

内部资料 免费交流

编者按：为进一步加强我市社科研究工作，鼓励和引导社科学会深入开展社会调查研究，形成一批优秀的调研成果，为市委、市政府和有关部门的决策服务，市社科联于2006年初下发了《关于报送2006年度厦门市社科学会重大社科活动和重点调研课题的通知》，在社科学会中组织调研课题的申报工作。各社科学会根据《通知》的要求，认真组织了调研课题的申报，经我们组织有关专家对申报调研课题的评审，立项了《厦门市文化创意产业发展思路研究》等十项调研课题为2006年度厦门市社科学会重点调研课题。市经济学会等各调研课题承担单位认真组织有关社科专家学者，深入实际广泛开展社会调查工作，按时完成课题调研任务，并提交了调研成果。这些调研成果调研深入，论据充分，内容翔实，对策性建议可操作性强，对进一步发展我市文化创意产业等具有一定的参考和借鉴价值。为加强调研成果的交流工作，促进调研成果的转化，现将2006年度厦门市社科学会重点调研课题成果汇编成册，供大家学习参考。

厦门市社会科学界联合会

二〇〇七年十二月

目 录

| | |
|--|-----|
| 一、厦门市文化创意产业发展初步研究 | 1 |
| 二、厦门市城区空巢老人生活状况调查系列报告 | 17 |
| 1、厦门市城区空巢老人生活状况调查报告(主报告) | 17 |
| 2、厦门市城区空巢老人服务现状及市场前景(分类报告之一) | 35 |
| 3、厦门市城区空巢老人养老意愿分析(分类报告之二) | 47 |
| 4、厦门空巢老人休闲生活状况(分类报告之三) | 59 |
| 三、厦门视听通讯产业基地建设对策研究 | 69 |
| 四、厦门民营企业现状调研及未来发展研究 | 101 |
| 五、闽台建立市场经济共同特区调研 | 149 |
| 六、人民币汇率变动及其政策走向对厦门市企业的影响及对策系列报告 | 157 |
| 1、人民币汇率变动及其政策走向对厦门市企业的影响及对策(总报告) | 157 |
| 2、人民币汇率的长期趋势分析(分报告之一) | 171 |
| 3、汇率形成机制改革对厦门市经济的影响(分报告之二) | 177 |
| 4、东亚经验与厦门市产业结构调整(分报告之三) | 189 |
| 七、推进决策民主化减少决策腐败 | 201 |

目 录

- 八、厦门全面提升人才竞争力综合研究 217
- 九、厦台文学交流史研究 249
- 十、以闽南民间信仰推动海峡两岸旅游业的双向交流与合作 299

Dear Yuan Bo

厦门市文化创意产业发展初步研究

厦门市经济学会课题组

一、文化创意产业概述

(一) 文化创意产业概念

目前被普遍接受的文化创意产业的定义来自英国。1998年出台的《英国创意产业路径文件》中明确提出“创意产业”这一概念：指那些发展动力源自个人创意、技巧及才华，通过对知识产权的开发和运用，具有创造财富和就业机会的行业。

我们认为，创意产业的出现是知识、文化在经济发展中的地位日益增强的结果，它推崇智力创新，强调文化活动对经济的支持与推动作用，在工业发达国家文化创意产业越来越受到政治界、经济界、文化界的重视。与传统产业相比，创意产业具有以下四个主要特点：(1) 知识通过创意活动转化成产品或服务，知识产权是创意企业的核心资产；(2) 创意产业无须物质资源，直接产生价值；(3) 创意产品或服务的复制成本低，甚至零成本；(4) 创意产业属于现代服务业范畴，具有附加值高、资源消耗少等优势，其潜在需求空间巨大。

“创意产业”的概念从国外引入中国只有短短的几年时间，人们对其的内涵、范围以及作用等方面的认识还比较陌生或模糊。由于文化要素是创意产业发展的最重要因素，国内有学者将“创意产业”称为“文化创意产业”。但文化创意产业并不完全等同于文化产业。文化创意产业更强调创造力和创新性，更重视文化创意对其他产业的融合渗透，它比文化产业有更广泛的内容。从这个意义上看，可以说文化创意产业是对传统文化产业的一种超越。

(二) 文化创意产业分类

由于文化创意产业本身内涵的丰富性、外延的广泛性,不同国家和地区对文化创意产业的分类至今没有统一的体系。

1、英国的分类。英国将以下 13 个行业归为创意产业:广告、建筑、艺术品与古董、手工艺、设计、时尚设计、电影与录像、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件与计算机服务、电视与广播。英国是最早提出创意产业概念的国家,因此他们所作的分类得到较广泛的应用。

2、美国的分类。美国虽然拥有强大的文化辐射力,但至今没有创意产业的说法,所使用的是版权产业的概念。

3、日本的分类。日本的创意产业分为五类:第一类是传统意义上的文化产业;第二类是大众文化娱乐产业;第三类是艺术服务产业;第四类是文化信息传播产业;第五类是大文化范畴内的文化产业。

4、欧盟的分类。在欧洲使用更多的是文化产业的概念。欧盟根据文化产业不同的消费模式将其分为三类:第一类是集体文化行为;第二类是个人文化行为;第三类是个人兼集体文化行为。

5、中国的分类。我国的创意产业总体上还处于起步阶段,与“创意产业”概念最为接近的是“文化产业”。概括地说,创意产业大致包含三个部分的内容,一是通常所指的文化及相关产业;二是与通讯和网络相关的软件、游戏、动漫等内容产业;三是与传统产业相关的各类设计、咨询策划等产业,包括工业设计、建筑设计和会展策划等内容。

厦门市“十一五”规划纲要中关于“文化创意产业”的注释采用了普遍接受的定义及分类。

(三) 发展文化创意产业的意义

近年来,伴随经济增长方式转变和产业结构调整,世界发达国家的创意产

业迅速崛起，已成为拉动经济的新增长点和提升国家综合国力竞争的重要因素，许多国家将“文化创意产业”提升到了与政治、军事、经济、外交等硬实力同等重要的高度。

我国正进入一个文化繁荣时期：发展文化创意产业被列为我国“十一五”期间城市发展面临的主要任务之一；福建省“十一五”规划中提出了建设文化强省，大力发展创意产业的战略；厦门市“十一五”规划纲要中也明确提出要“注重发展文化创意产业”。可见发展文化创意产业已在政府层面达成共识，并得到高度重视。

发展文化创意产业是厦门建设创新型城市的具体体现。创新型城市的内涵在于让创新理念、创新思维和创新活动贯穿于城市生产与生活的全过程，而以创新为核心、以知识产权为重要依托，将文化与经济密切结合的创意产业的发展，正顺应了这样的内涵和发展趋势。

发展文化创意产业对厦门产业结构调整与升级至关重要。文化创意产业是知识密集型的高附加值产业，大力发展文化创意产业，能优化我市第三产业的内部结构，迅速提高现代服务业在 GDP 中的比重。厦门市正积极进行新一轮的产业结构调整，一般性制造业逐步从岛内中心城区转移出来，如何繁荣中心城区，赋予中心城区新的发展内涵以及为聚集在中心城区的人口提供体面的工作，这是需要认真思考的问题。发展文化创意产业，无疑为城市经济转型提供了很好的选择，对落实厦门市委提出的“以工业发展带动繁荣第三产业”的战略意图，实现工业和服务业共同拉动经济增长，具有重要意义。

发展文化创意产业为提升城市功能提供了重要动力。文化创意产业是城市竞争力最主要的精髓之一，大力发展文化创意产业，通过“文化创意产业”这种“软实力”辐射出来的魅力、影响力、吸引力、亲和力、渗透力，促使大规模的信息流、消费流、资金流、人才流，向着有利于自己的方向涌来，推动着海峡西岸重要中心城市集聚与辐射功能的逐步提升。

发展文化创意产业，在厦门具有良好的产业发展环境和基本条件，能够充

分发挥厦门的比较优势。厦门是闽西南地区文化、商贸中心,区内旅游业、金融业、商贸业发达,文化资源丰富,自然环境优越,不仅具有良好的产业发展土壤,也十分适合创意人才居住生活。上世纪90年代中期,厦门曾是国内网络游戏软件业的龙头,全国80%游戏软件人才在厦门。至今厦门尚有10多家公司拥有国内游戏产品最优秀的创作队伍。因此,厦门发展文化创意产业应该说有比较好的基础和影响力。

(四) 影响文化创意产业发展的关键因素

1、市场是基础。没有需求就没有发展动力,文化消费需求愈多样、愈丰富,创意产业的发展就愈有深厚的社会基础和广阔的市场空间。

2、科技是支撑。科学技术的发展使创意产业获得强大的、多方位的技术支持,创造大量崭新的艺术形式,开拓了新型创意产业领域,延长了创意产业的产业链。

3、人才是核心。文化创意产业对人才资源有着特殊的要求。拥有创新能力、人文素质和技术素质的创意人才是文化创意产业最核心的要素和资源。能否拥有大量的各类创意人才,是夺取文化创意产业发展制高点的决胜因素。

4、集群化是趋势。国内外文化创意产业发展正呈现越来越突出的集群化特征和趋势。众多相关创意企业集聚在一个区域发展,能够形成完整的产业业态,促进信息和人员的交流及创意商品化,获得规模效应。

5、融资是关键。文化创意产业具有高风险、高回报的特征,从业者多以中小企业和个人为主,因此融资是创意成为产业的首要环节,中小创意企业起步期的融资问题关系到整个产业的形成。

6、知识产权保护是保障。文化创意产业是以“创意”、“创新”为动力和源泉的产业,具有较强的外在表现性,易被仿制和抄袭,因此尤其需要知识产权保护的政策保障来维护该行业的市场秩序。

二、厦门市文化创意产业发展现状

文化创意及相关产业正逐步成为厦门市国民经济和社会发展的新增长点和支柱力量。在产业结构上,已初步形成了以广告业、网游动漫、软件和计算机服务、艺术品、工艺品、文化旅游等为主要行业的发展格局。目前厦门市关于文化创意产业的统计体系尚未建立,我们暂且以厦门文化相关产业的统计数据和发展状况来做一说明。截止 2005 年底,全市文化产业从业人员已达到 10.6 万人,占全市从业人员的 7.6%;总资产约 330 亿元,实现增加值约 100 亿元,占全市 GDP 比重 9.5%。这样的比重已高于全国文化创意产业发展的平均水平,而统计数据中还未包括文化相关产业外的一些创意行业,可见我市的文化创意产业已初具“支柱产业”雏形。

(一) 相关行业发展情况

1、广告业

全市广告年经营收入已超过 4 亿,共有广告公司 300 多家,其中包括 3 家国家一级广告企业(厦门市路桥广告公司、厦门博美联合广告有限公司、厦门市百诚设计装饰有限公司),11 家省一级资质、8 家省二级资质和 15 家省三级资质广告企业。2005 年全球广告业巨头奥美集团与福建省最大的广告公司福建奥华在厦门共同投资设立奥华奥美(福建)广告公司,成为福建省唯一的国际 4A 广告公司,初步激活了厦门的广告市场并带来更规范的广告商业化运作模式,将引领厦门广告业格局和层次全面调整。

2、艺术品和古董

厦门商品油画业始兴于上个世纪 80 年代初,发展至今已颇具规模,形成了两个较大的集聚点——乌石埔油画村和海沧商品油画一条街,产品 80%以上出口欧美,约占全球市场的 20%,被行内称为全球三大商品油画生产基地之一。厦门商品油画业的制作水平、画师规模、生产数量都居全国前列,2005 年共创收 4.13 亿元,拥有 7000 多名画师。并带动了 3000 多人从事画布、画笔、画框、颜料等油画产业配套生产,营业额达上亿元。总体形成了较为完整的产业链。

在古董市场方面,白鹭洲古玩市场规模虽小,但据专家实地鉴赏,认为其具有真品多、档次较高的特点,且本市居民的古董收藏意识较为领先,因此古董市场也具备良好的发展潜力。

厦门市政府还充分利用资源、优化投资,把厦门工程机械厂的一个旧厂房改建为厦门艺术中心。通过旧厂房区土地置换方式,筹资4亿多元全部用于该文化艺术中心建设。其中即将落成的美术馆面积超过两万平方米,是目前大陆建成投入使用的规模最大的美术馆之一,为艺术品提供了完备的展示和交易空间。

3、手工艺

漆线雕是厦门历史最悠久的工艺品,早在几百年前,厦门漆线雕就驰名中外,畅销东南亚各国。近年来,通过不断的创新和开拓,漆线雕工艺品所表现的内容、形态、制作的工艺技巧也与时俱进,已达到了每年创造上百万元利润的行业规模。许多漆线雕作品多次荣获国内外工艺美术精品博览会金奖,被国家领导人选为“国宾礼品”,赢得众多国家元首的赞赏与收藏,被誉为“中国艺宝”。此外,厦门在玛瑙工艺品加工方面也具有绝对优势,海沧区东孚镇东埔村是全国最大的玛瑙加工基地,全村共有玛瑙加工厂81家,2005年创造工业产值7000多万元,占据全国90%的玛瑙市场。

4、互动休闲软件、一般软件和计算机服务

厦门是全国发展动漫产业最早的城市之一,有着发展动漫产业的良好基础,上世纪90年代中,以盘古、火凤凰为代表的企业,曾创造了中国单机版游戏的鼎盛时代,虽然此后厦门动漫业经历了人才流失、资金断链、管理迟滞、缺乏产业链的一段低迷时期,但近年来随着政府的政策引导和产业催动,互动休闲软件又呈现出了蓬勃之势。在网络游戏方面,盘古、掌通、三五互联等企业的产品屡获“十佳国产网络游戏”等殊荣;在原创动画片方面,青鸟数码科技的《美德花园》被中宣部和国家广电总局推荐为国产优秀动画片,还有一些动画片成为国家广电优秀国产动画片规划立项项目。

厦门还是全国互联网最集中的城市之一,互联网虚拟主机托管服务业居全

国首位,全市电脑拥有量、上网用户和网民人数按人口比例均居全国前列。全市网站总数 14 万个,占全国网站总数的 20%;域名拥有量 80 万个,约占全国 53%;2005 年实现娱乐网络业创收 7.65 元。

为了发展厦门软件业,政府先后进行了软件园一、二期建设。软件园一期现共有软件企业 170 家,业务涵盖软件开发、系统集成、信息服务、芯片设计、信息安全等领域,从业人员 5000 余人。新建的软件园二期包括了软件研发区、动漫区、信息技术服务区和服务区四个部分,是国内规模较大、配套较完善的软件产业基地,为厦门软件业未来的发展提供了良好的环境基础。

5、表演艺术

目前厦门共有 6 个专业艺术表演团体,7 个表演艺术场所,并成立了专业的演出公司。2005 年,全市艺术团体演出 837 场次,观众 76 万人次,演出收入 510 万元。这些专业艺术表演团体,每年都有一批作品在全国、全省获奖,近年来获得的奖项包括:文华奖、曹禺戏剧奖、金钟奖、中国金唱片奖(指挥类)、红梅奖金奖、中国戏剧梅花奖等全国大奖。文化活动的运作也积极探索并推进市场化运作模式,如第四届世界合唱比赛、第四届柴可夫斯基国际青少年音乐比赛、鼓浪屿钢琴艺术节、第六届全国舞蹈比赛、海峡两岸歌仔戏艺术节等,都成功采用了市场化运作模式,取得良好效果。

6、出版发行

厦门既是中国东南沿海重要的发行业城市,又是海峡两岸图书交易的重要基地和平台。全市现有 2 家图书出版社(鹭江出版社、厦门大学出版社),1 家音像出版社(厦门音像出版社),CN 刊号期刊 26 种,出版业 2005 年总资产达 7.7 亿元,从业人数 1787 人,总收入 3.38 亿元,实现增加值 1.5 亿元,共出版图书 6000 多种,不断有各类优秀图书荣获中国图书奖、“五个一工程”一本好书奖、“全国高校两课优秀教材”、“优秀畅销书”、建党 80 周年 100 献礼书等奖项。全市发行业从业人数 2095 人,资产合计 2.5 亿元,图书发行网点 462 个。

7、广播电视

2004年厦门广播电视集团成立后,广播电视业得到了较好的发展。至2005年底,全市广播电视业从业人员1511人,实现收入3.41亿元;共有5个电视频道,全年公共电视总播出时间3.99万小时,其中自制节目时间0.46万小时;广播节目5套,全年公共广播总播出时间3.78万小时,其中自制节目时间3.47万小时。全市建有电视及调频广播发射台2座,实现广播人口综合覆盖率99.1%,电视人口综合覆盖率99.6%,发展规模在全省名列前茅。

8、文化旅游

2005年厦门共接待国内外游客1712.88万人次,总收入230.93亿元,旅游创汇5.52亿美元,旅游各项指标均居全省首位,接待海外游客人次在全国主要旅游城市中排名第11位。近年来厦门先后荣获“国家园林城市”、“中国优秀旅游城市”、“国际花园城市”、“联合国人居奖”等荣誉,已成为全国重点旅游城市。作为著名的海上花园城市和滨海旅游城市,厦门不仅拥有鼓浪屿、万石山、环岛路、鳌园等大量自然景观和人文景观相结合的旅游资源,更保存了古乐南音、布袋戏、中秋搏饼等传统闽南文化习俗,对国内外游客深具吸引力。根据《厦门市旅游发展总体规划》,本市的旅游资源基本类型有58种,其中自然旅游资源18种,人文旅游资源40种;拥有旅游资源单体总数256处,其中自然资源66处,人文资源190处,是福建省旅游资源最富集的地区,可见厦门完全具备进一步深度开发文化旅游的条件和明显优势。

(二) 存在问题

厦门市文化创意产业虽已初具规模,且显现若干个有一定知名度的文化创意产业集聚区,但仍存在一些问题,主要表现在:

1、认识不足

概念混淆。作为新兴产业的文化创意产业尚处于起步阶段,不仅民间对其认识模糊,决策部门对它的概念和内涵也了解甚少,我市目前尚未制定文化创意产业的统计核算标准,缺乏准确界定和分类。由于创意产业包括多个子行业,

涉及面较广,它与文化产业、数字产业、多媒体产业、高科技产业等均有部分内容交叉,易被混为一谈。

定位不准。在缺乏对创意产业概念和内涵深入理解的情况下,其作用和定位也易被误解。有些人认为发展文化创意产业与我市“坚持以发展工业为重点”的战略方针不相符,忽视了文化创意产业本身也是工业经济的一部分或一个环节,没有认识到在中心城区或其它有条件的行政区发展文化创意产业也是落实市委“以工业发展带动繁荣第三产业”战略的具体体现。这些认识上的偏差都不利于我市文化创意产业的全面发展。

2、人才瓶颈

与北京、上海、深圳等创意产业具有一定规模的地区相比,我市创意人才匮乏现象较为突出,几乎每个创意子行业都不同程度地存在高端原创人才不足的问题。目前我市的人才培养和引进机制还基本停留在制造业方面,少有针对创意方面人才培养的举措,从而造成了创意人才专业化程度不足、与产业结合不够紧密等问题,创意产业的继续发展缺乏稳定的智力推动和支持,如不能得到及时有效解决,将会成为制约厦门文化创意产业发展的最大瓶颈。

3、缺乏政府层面引导

未出台整体规划。目前我市对文化创意产业发展定位不清,没有制定整体战略规划,大多数行业都处于自发零星发展状态,缺乏必要的引导和扶持。

未设专门机构进行管理。创意产业的各子行业分属广电总局、文化部、版权局、新闻出版总署等不同的管理部门,基本上各自为政,缺乏统一的协调和推动。

政策支撑体系不完善。现有的相关政策分散而繁琐,缺乏系统的扶持措施,特别在资金、税收等方面没有成熟的政策支持,特别不利于中小创意企业的发展,直接影响到把创新转化为商品。

知识产权保护不到位。知识产权是文化创意行业的核心资产,但由于受到法制、行业规范发展程度等多种因素的制约,相关法律文件空白,或文件不具有

执行效力,对版权、专利和设计等保护不足,使厦门一些文化创意领域,特别是艺术品、手工艺品等行业,存在着产品侵权行为且侵权难以界定的问题;其他行业也面临着打知识产权官司难、获赔少的局面。

4、产业链不完整

除了商品油画等少数行业,厦门文化创意大部分行业的发展还均为单打独斗模式,没有形成产业集群发展态势,产业链尚不完整。以动漫网游为例,一个漫画原创作品不仅可以带来本身的销售收入,更可以带动一大批衍生产品行业,如玩具、服装、电影、音乐、出版、网站资源等等,这些相关行业的相互作用,将成倍放大动漫网游的收益和知名度,而厦门正缺乏类似的围绕文化创意产业的相关产业集群的发展环境和氛围,因而削弱了该产业的经济和社会效应。

三、厦门市发展文化创意产业的基本思路

(一) 基本思路

坚持以市场为导向,以企业为主体,以政府为推动的发展模式,坚持重点突破、科学布局、突出本地特色的发展原则,充分发挥我市山海旅游资源优势,社会人文资源优势,人才智力汇聚的优势,积极发展旅游、闽南特色文化、会展节庆创意及软件动漫、设计、传媒等创意产业,以打造“创意厦门”为目标,以为先进制造业发展提供创新源泉为宗旨,将文化创意产业作为我市现代服务业的重点产业来发展,形成与先进制造业发展互为促进、互为推动的协调发展格局,从而推动我市产业结构优化升级,提升中心城市的服务与辐射功能,促进我市新一轮跨越式发展。

(二) 发展方向

根据资源优势、人文历史和现有基础,我市文化创意产业宜重点发展如下行业:

1、旅游创意产业。利用生态旅游资源优势,发展旅游创意产业。一是利用

鼓浪屿、万石山国家风景旅游区的品牌效应,设计开发山地游、农家游、登山活动等项目,方便市民和游客休闲健身。二是利用环岛路、鼓浪屿海滨等黄沙、碧海资源和沿岸的旧军事设施,设计开发海滨游泳、海滨观光、海上运动、战地凭吊等项目,丰富本市的滨海游内涵。三是利用丰富的闽南文化和悠久的历史元素,设计开发富有地方特色的旅游纪念品。

2、文化节庆创意产业。发挥闽南文化积淀优势,发展文化节庆创意产业。一是利用厦门历史悠久,地方文化积淀深厚的有利条件,发展以闽南文化为特色的旅游项目,如歌仔戏、南音表演、闽南语歌曲比赛、闽南婚俗表演和展示等,增添本地旅游项目的文化内涵。二是利用会展中心、大会堂、白鹭洲公园等市政公共设施,举办马拉松比赛、搏饼节等富有地方特色的节庆活动,增添旅游项目和活动的地方色彩。

3、软件创意产业。发挥人才智力集聚优势,发展软件创意产业。一是利用我市软件园一期、二期开发建设的机遇,大力发展软件业,扩大软件业规模,提高软件业质量,增强软件业的竞争力;二是利用软件业人才汇集的优势,大力发展以动漫为核心的软件设计行业,如动漫软件设计、游戏软件设计、嵌入式软件设计等。三是利用厦门对台关系密切,对外经济交流合作频繁的优势,大力发展软件业外包服务,促进软件业的对台对外协作与交流。

4、创意设计产业。根据居民不断增长的时尚需求,大力发展有地方特色的时尚服饰设计、广告设计、建筑设计、工艺品设计和工业设计等行业,满足人民的精神时尚需求。其次,发挥历史建筑和旧厂房丰富的优势,发展建筑创意产业。利用鼓浪屿众多空置的欧式建筑,发展形式多样的“万园建筑”游览项目;利用中山路众多闽南骑楼式建筑,改造、健全和完善具有闽南建筑风格的游人步行街;利用厦大附近的南华片区建筑群,发展具有侨乡风格和特色的休闲社区;利用岛内各地众多的搬迁企业、旧厂房,发展文化工作室、艺术创作、展览展示、艺术馆等文化创意产业。

5、传媒创意产业。发挥闽西南文化中心的作用,挖掘现有传媒渠道优势,