

ANHUI SHENG CHUANGYI CHANGYE FAZHAN YANJIUBAOGAO

安徽省创意产业发展 研究报告

朱先发 主编

全国百佳图书出版单位

时代出版传媒股份有限公司
安徽人民出版社

时代出版传媒股份有限公司
安徽人民出版社

安徽省创意产业发展 研究报告

朱先发 主编

全国百佳图书出版单位
 时代出版传媒股份有限公司
时代出版 安徽人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

安徽省创意产业发展研究报告 / 朱先发主编.

—合肥:安徽人民出版社,2014.4

ISBN 978-7-212-07137-0

I. ①安… II. ①朱… III. ①文化产业—产业发展—研究报告—安徽省
IV. ①G127.54

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 009835 号

安徽省创意产业发展研究报告

朱先发 主编

出 版 人:胡正义

责任编辑:蒋越林

装帧设计:陈 爽

出版发行:时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

安徽人民出版社 <http://www.ahpeople.com>

合肥市政务文化新区翡翠路 1118 号出版传媒广场八楼

邮编:230071

营销部电话:0551-63533258 0551-63533292(传真)

制 版:合肥市中旭制版有限责任公司

印 制:合肥现代印务有限公司

开本:710×1010 1/16 印张:15 字数:28 万

版次:2014 年 4 月第 1 版 2014 年 4 月第 1 次印刷

标准书号:ISBN 978-7-212-07137-0 定价:46.00 元

版权所有,侵权必究

编辑委员会

编委会主任：朱先发

编委会副主任：叶文成 张韶春 徐根应 钱晓康 余 群

编委会成员：李 星 盛志刚 胡再生 宋 宏 裴 植

高 敏 黄 闽 张成美 丁怀超 白 明

康福升 赵代根 戚苏宁 潘来顺 阮华彪

李劲松 汪 志 刘爱华 黄 伟

执 笔：朱先发 胡再生 宋 宏 裴 植 黄 闽

赵代根 阮华彪 李劲松 汪 志 刘爱华

黄 伟

前 言

本世纪以来,创意产业发展引起了广泛的关注。创意产业,从一般意义上说,是人的创造力、知识和技能,通过知识产权的开发和运用,形成新的产业,或延长产业链,或增加产品附加值,是实现财富增长和就业增加的新兴现代产业。

创意产业的一个重要特点,就是文化、科技和经济的广泛、深度融合。大力发展创意产业是实施创新驱动战略,促进核心竞争力形成的重要途径和抓手。在信息化和知识经济时代,知识和创意日益成为经济发展的重要资源。创意产业以其科技含量较高,具有高知识性、高增值性和低消耗、低污染,对自然环境依赖较小,以及集约利用空间环境等特点,有力地推动产业结构优化升级,提高产业和区域的核心竞争力。

改革开放以来,安徽省经济社会发展取得令人瞩目的成绩。其中重要经验之一就是越来越注重创新驱动的实践。党的十六大以后,为落实党中央全面建设小康社会的战略部署,省委、省政府制定了《安徽省全面建设小康社会的战略目标、战略步骤和近期重点建设任务》的重要文件,并以此为政策基础,制定、组织实施了“861 行动计划”。在这个行动计划中,明确重点发展八大产业,其中包括“高新技术产业”和“文化产业”。这个行动计划,历经十多年,一直至今都是安徽省经济社会发展的重要抓手。十多年间,“861 行动计划”不断丰富、发展、提升,但其中“高新技

术产业”、“文化产业”和“战略性新兴产业”始终是重点,并得到不断加强,这是安徽能以超越全国平均增长速度持续发展,并且不断提高发展水平、质量和效益的一个重要因素。

当前,安徽发展又进入了一个关键时期。落实党的十八大提出在2020年全面建成小康社会的战略部署,安徽面临很多重大的历史机遇,也面临资源、环境、市场约束和发展不平衡、不协调、不全面等严峻挑战。抓住机遇,应对挑战,继续保持良好的发展势头,争取与全国同步建成小康社会,关键一条就是要实施创新驱动战略,努力加速文化、科技和经济融合,形成创新产品、创意产业,促进调整经济结构和发展方式转变,打造安徽经济升级版。从这个意义上讲,研究和促进创意产业发展具有重要的现实意义。

基于上述考虑,我们编写了安徽省创意产业发展研究报告。由于创意产业的理论研究还在探索中,创意产业的实践也在丰富发展中,因此,有必要对本书中所采取的创意产业概念及有关问题作如下说明:

一是本书在出版付印前,适逢第十二届全国人民代表大会第二次会议通过的《政府工作报告》和国发〔2014〕10号《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》先后公布。这两个非常重要的文件,都强调了大力发展文化创意和设计服务业。《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》,明确指出文化创意和设计服务已贯穿在经济社会各领域各行业,呈现出多向交互融合态势。对文化创意与设计服务与相关产业融合发展作出了全面的部署。本书最初的研究是从国内外创意产业的理论及国内外的实践出发,总结出创意产业源于文化,又溢出文化,并日益与经济生活、与生产类工业、建筑、旅游等产业广泛、深度融合,涵盖和贯穿范围不断扩大,基于此开展了对安徽省创意产业发展的实证研究。本书在最终修改中,力求把党中央、国务院最新文件的基本精神贯穿其中。

二是目前在国内外,“文化产业”、“文化创意产业”、“创意产业”三个

概念都被使用,但三个概念之间也存在界限模糊和交叉混用的状况。本书中采用的“创意产业”概念和行业划分,与现行的“文化产业”、“文化创意和设计服务业”有互相涵盖之处,也有不尽相同之点。按照国家统计局2012年7月颁布的“文化产业”统计目录分类,其中包括了“文化创意和设计服务”一类,也就是说,“文化创意和设计服务”是“文化产业”中的一类,其下又分为“广告服务(广告业)、文化软件服务(软件开发、多媒体动漫游戏软件开发、数字内容服务、数字动漫游戏设计制作)、建筑设计服务(工程勘察设计、房屋建筑工程设计服务、室内装饰设计服务、风景园林工程专项设计服务)、专业设计服务(专业化设计服务)”。从我们的初步研究并结合国内外一些成功的实践出发,本书采用了比较宽泛的“创意产业”概念。一方面,在现行的“文化产业”多数大类中,凡具有创意创新内容,并与现代科技、特别是最新信息技术深度融合,又通过知识产权开发运用而形成的新的文化业态,都视作文化创意产业范畴,比如一些广电影视、电子出版、文化休闲娱乐等等。另一方面,在传统工业、建筑业、农业、旅游业等领域,凡研发(创意)设计,引发和产生的新产品、新品牌,或对产业链的延长,或对产品附加值的提升部分,也属于“创意产业”范畴。至于创意产业最终界定到各类产业链的哪一端口,还需在进一步调研中来论证区分。出于上述考虑,本书分析和研究的是“文化创意”和“研发设计创意”两大类。正因为如此,本书中的“创意产业”包括:“研发设计服务业、新闻出版业、广播电影电视业、动漫设计业、文化休闲旅游业、咨询策划业、广告会展业、文化艺术业、信息网络服务业及其他辅助性服务业”等10类。由于现实统计分类中切割的困难,因此,在本书中对“文化创意产业”的定量分析多数只能以现行统计口径中的“文化产业”数据替代;在“研发设计创意”中,因工业设计、建筑设计及其他专业设计服务资料收集困难,我们采取和利用研发设计支出、专利状况及相关数据分析。

三是本书的资料来源,尽可能注明出处。其中的数据除统计局正式

公布的以外,有的是城市、地区提供的,有的是从有关研究分析报告中摘取的,有的是网上公布的,因此有些地方存在不够精准之处。书中引用的数据基本上截止到2012年年底,少数地方有之前和之后的数据,也作了说明。

四是按本书中的分类,创意产业的实际主管部门涉及多家,意见也不尽一致。因此,本书以安徽为例,带有一定程度的研究意义,以期抛砖引玉,推动对创意产业的研究,推进创意产业发展。

本书共分五个部分。在“理论经验篇”中,力求把国内外主要理论观点和实践情况逐个介绍和分析并提出一些看法。在“战略研究篇”中,着重把安徽省创意产业发展条件、总体概况及今后发展的建议作阐述反映。在“重点行业篇”中,依据统计口径参考国内发达地区做法和安徽实际,根据现有资料,仅对研发设计服务业、新闻出版业、广播电影电视业等七大行业进行分析,力图反映安徽省主要创意产业的发展情况。在“城市实践篇”中,鉴于各地市对文化、科技、经济融合发展的创意产业的内涵及外延理解尚不统一,目前仅依据各地市报送的材料为基础,力争反映全省十六个地市的基本概况。在“园区基地篇”中,依据各地市园区报送的材料,重点介绍省或国家重点扶持的文化产业园区和文化产业示范基地发展情况。

本书编写过程中,得到省委宣传部、省发改委、省科技厅、省统计局、省出版集团和各有关部门及各市、各有关园区的关心、帮助和支持,得到省内有关专家、学者的帮助,在此一并表示感谢。

编 者

目 录

前 言	001
-----------	-----

理论经验篇

第一章 创意产业概念与运营机理	003
一、创意产业相关概念介绍及几点思考	004
二、创意产业行业范畴划分	012
三、创意产业的运营机理	014
第二章 国内外创意产业发展态势	020
一、国外创意产业发展态势	020
二、国内创意产业发展态势	024
三、经验启示	028

战略研究篇

第三章 安徽省创意产业发展的有利条件	033
一、文化科技资源丰富	033

二、区位条件相对优越	034
三、经济实力显著增强	034
四、创意市场需求扩大	034
五、政策支持力度加大	035
第四章 安徽省创意产业发展现状	037
一、安徽省创意产业发展总体概况	037
二、安徽省创意产业发展特点	046
三、安徽省创意产业发展面临的问题	053
第五章 加快安徽省创意产业发展的建议	057
一、科学制定发展规划,引导产业发展方向	057
二、实施差异化区域发展战略,培育特色品牌	057
三、加快发展重点行业,着力提升研发创意水平	058
四、优化发展环境,激发市场主体活力	059
五、加大财税金融支持力度,引导集约发展	059
六、强化人才培养,加快创意人才培育步伐	060
七、实施知识产权战略,提高知识产权创造和利用能力	060

重点行业篇

第六章 研发设计服务业	063
一、行业概况	063
二、行业发展存在的问题	067
三、加快研发设计业发展的建议	067
第七章 新闻出版业	070
一、行业概况	070
二、行业发展存在的问题	072
三、加快新闻出版业发展的建议	072

第八章 广播、电影、电视业	074
一、行业概况	074
二、行业发展存在的问题	075
三、加快广播、电影、电视业发展的建议	075
第九章 动漫产业	077
一、行业概况	077
二、行业发展存在的问题	078
三、加快动漫产业发展的建议	078
第十章 文化旅游业	081
一、行业概况	081
二、行业发展存在的问题	083
三、加快文化旅游业发展的建议	083
第十一章 文化艺术业	085
一、行业概况	085
二、行业发展存在的问题	086
三、加快文化艺术业发展的建议	086
第十二章 广告会展业	089
一、行业概况	089
二、行业发展存在的问题	091
三、加快广告会展业发展的建议	091

城市实践篇

第十三章 安徽省各城市文化及相关产业发展情况	095
一、合肥市：大力发展文化产业，努力推进研发创意	095
二、淮北市：建设创意产业园，打造城市文化新名片	100

三、亳州市:传承本土文化,添加“亳州滋味”	103
四、宿州市:整合资源激活传统文化,助推文化产业发展	106
五、蚌埠市:加快文化和文化创意产业发展,推动文化强市 建设再上新台阶	108
六、阜阳市:实施文化强市战略,促进文化大发展大繁荣	112
七、淮南市:大力实施创新引领,构建现代文化产业体系	117
八、滁州市:深化文化体制改革,力推美好新滁城建设	120
九、六安市:发展文化产业,建设幸福六安	124
十、马鞍山市:积极培育新兴文化产业,着力打造文化 繁荣新亮点	127
十一、芜湖市:大力发展动漫创意产业,打造特色产业新天地	134
十二、宣城市:打响“文化”牌,唱活发展戏	140
十三、铜陵市:建设精致大气铜陵,打造世界铜艺之都	143
十四、池州市:加快发展文化产业,促进池州全面崛起	147
十五、安庆市:发展繁荣文化,积极融入皖南国际文化旅游示范区 ...	151
十六、黄山市:发挥地域资源优势,打造皖南文化创意旅游新城	154

园区基地篇

第十四章 安徽省文化和创意产业重点园区基地介绍	161
一、芜湖·中国非物质文化遗产博览园	161
二、九华山大愿文化园	162
三、黄山徽州文化艺术长廊文化产业园	164
四、中国宣纸文化产业园	168
五、亳州老子文化生态园	171
六、安徽出版集团数字印刷文化产业园	172
七、蚌埠星宇文化创意产业园	174
八、中国文具产业示范园	176

九、合肥国家级文化和科技融合示范基地	178
十、芜湖国家级动漫产业基地	183
十一、安庆帝雅艺术品有限公司基地	184
十二、安徽演艺集团基地	187
十三、马鞍山市软件园	190
参考文献	194
附 录	196
附录一:发展创意经济 促进安徽崛起	196
附录二:加快发展安徽创意产业的思考	200
附录三:发展安徽文化创意产业的若干思考	204
附录四:安徽省首届大学生创意设计大赛获奖作品一览表	207
附录五:安徽省第二届大学生创意设计大赛获奖作品一览表	214
附录六:长三角文化创意产业“金鼎奖”获奖名单	224
后 记	227

理论经验篇

LILUNJINGYAN PIAN

第一章 创意产业概念与运营机理

创意产业是知识经济时代催生出来的一个新兴产业,现已被公认为 21 世纪的朝阳产业。环顾世界,许多国家和地区已把创意产业作为战略产业加以扶持,制定了促进创意产业发展的战略规划和行动计划。创意产业作为传统产业向现代产业跨越的推进器,对我国经济进入中等收入水平阶段后的转型升级具有重要现实意义。国家“十二五”规划明确提出大力发展文化创意等文化产业以来,国内不少城市纷纷着力发展创意产业,尤其是北京、上海等成为中国发展创意产业的先锋城市。地处中国内地的安徽,创意产业也方兴未艾,呈现出蓬勃发展的态势。

研究和探讨创意产业,首先需要对创意产业的概念及内涵进行梳理和厘清。事实上,当前国外有关创意产业这一名词的表述,更多的是文化产业、版权产业、内容产业等提法,只是在内涵与外延上各国所指代有一定相似之处。目前对创意产业的内涵与外延还没有一个被广泛接受和认可的定义。这种现象并不奇怪,因为创意产业毕竟是一个新兴产业,有关创意产业的学术探索虽然已有不少,但是从学术研究的成熟度考量,国内的相关研究时间不长,仍有很大的探索空间。基于此,本章从创意产业的缘起追溯创意产业内涵、行业范畴,通过对创意产业国内外政府、专家学者的定义、分类的探讨,描绘创意产业的大致轮廓;在总结实践经验的基础上,探究创意产业运营的基本机理,并提出我们的解释和思考。

一、创意产业相关概念介绍及几点思考

(一)国外对创意产业的定义

1. 国家层面上对创意产业的定义

创意产业作为一种新颖的学术、政策和产业范畴,最早于 1994 年由澳大利亚政府在《创意国家》报告中被提出。作为较完整的创意产业概念,最早由英国提出。1997 年英国将创意产业作为国家重点产业加以政策支持,成立了“英国创意产业特别工作小组”,提出把创意产业作为振兴经济的聚焦点。1998 年英国政府出台《英国创意产业路径文件》,首次提出了“创意产业(工)业”(Creative Industries)的概念。同年,英国创意产业特别工作小组在《创意产业专题报告》中首次对创意产业的概念做出界定,即“那些源于个人的创造力、技能和天分,通过开发和运用知识产权,具有创造财富和增加就业潜力的产业”。这一定义后来被许多国家和地区沿用。

法国政府也非常重视文化事业和文化产业的发展,制定了一系列的优惠政策与帮扶措施,出版业已跃居成为法国第一大文化产业,成为世界图书生产、销售和出口大国。此外,文化设施的管理、电影、旅游业等,也是法国的重点文化产业,社会对这些产业生产的图书、影片、音像制品、报纸杂志、旅游等文化产品有着浓厚的兴趣和巨大的需求空间。法国政府对文化创意产业的定义主要包括图书、报纸杂志等出版业,产品设计、服装设计、时尚设计、企业形象设计、视觉传达设计、环境设计、包装设计、设计研究等设计业,影片、音像制品、旅游业等文化产品,以及博物馆、展览馆等文化基础设施在内的产业。

瑞典文化创意产业相对发达。据有关统计报告,瑞典大约有 9% 的就业人口从事文化创意产业。从 1994—1999 年瑞典就业人口的统计数据观察,瑞典文化创意产业中成长最快的是设计业(124%)和多媒体产业(112%),其次是成长 71% 的精致艺术(包括表演艺术、平面艺术、文学)等。

在美国,创意产业常被称作“版权产业”,并且将其纳入到已经制定的北