



# 文化创意的 人文理论和产业研究

——人文精神与商业体系：文化创意经济的发展

李宇红 赵晶媛◎著

WENHUA CHUANGYI DE  
RENWEN LILUNHE CHANYE YANJIU

Renwen Jingshen Yu Shangye Tixi, Wenhua Chuangyi Jingji De Fazhan

中国物资出版社

# 文化创意的人文理论和产业研究

——人文精神与商业体系：文化创意经济的发展

李宇红 赵晶媛 著

中国物资出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

文化创意的人文理论和产业研究：人文精神与商业体系：文化创意经济的发展/李宇红，赵晶媛著. —北京：中国物资出版社，2010. 12

ISBN 978 - 7 - 5047 - 3593 - 5

I. ①文… II. ①李…②赵… III. ①文化—产业—研究—中国 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 200746 号

策划编辑 涂 晟

责任编辑 涂 晟

责任印制 方朋远

责任校对 孙会香 梁 凡

中国物资出版社出版发行

网址：<http://www.clph.cn>

社址：北京市西城区月坛北街 25 号

电话：(010) 68589540 邮政编码：100834

全国新华书店经销

三河市西华印务有限公司印刷

开本：710mm×1000mm 1/16 印张：12.75 字数：222 千字

2010 年 12 月第 1 版 2010 年 12 月第 1 次印刷

书号：ISBN 978 - 7 - 5047 - 3593 - 5/G · 0519

**定价：30.00 元**

(图书出现印装质量问题，本社负责调换)

## 内容提要

随着知识经济时代的到来，如何在理论和实践中创新，并与世界融合，成为人类共同文明发展的有力促进者，是 21 世纪中国面临的重要课题。本书从社会和经济二元角度阐述了文化创意的理论依据、历史进程、实践探索和未来趋势，依据哲学、社会学、人类学观点论证了文化成为经济资源的可能性以及文化商业属性问题，客观描述了国内外文化创意经济发展的背景和衍进过程，对比国内外文化创意的理念和实践，从经济学、管理学角度诠释了文化创意的真正内涵。

全书分为四个部分，从文化创意的人文理念、文化创意经济的概念和背景、文化创意产业研究和中国文化创意产业发展研究等对文化创意的人文精神和商业体系进行了全面论述。

# 前 言

党的“十七大”明确提出，要积极发展公益性文化事业，大力发展文化产业，激发全民族文化创造活力，更加自觉、主动地推动文化大发展大繁荣。2009年7月22日国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议，讨论并通过《文化产业振兴规划》，提出当前和今后一个时期内重视发展公益性文化事业的同时，进一步加快推动我国文化产业发展。可见，党中央对文化产业发展的重视，并把文化产业发展作为一个战略性产业提升到了国家战略的层面。

中国的文化创意产业在近十年中飞速发展，跨越了西方建立成熟工业生产体系和商业模式的过程和阶段，在还不十分发达的国内商业市场经济环境下，就进入了21世纪全球知识经济时代，文化创意经济就在这种市场根基中崛起。人类迄今为止经历了两次全球统一，当面临第二次全球统一——知识经济时代，中国如何从理念创新到实践创新并与世界融合，成为人类共同文明发展的有力促进者，是21世纪我们面临的重要课题，也是本书著作的初衷。

本书从社会和经济二元角度阐述了文化创意的理论依据、历史进程、实践探索和未来走势。依据哲学、社会学、人类学观点论证了文化成为经济资源的可能性以及文化商业属性问题，客观描述了国内外文化创意经济发展的背景和衍进过程，对比国内外文化创意的理念和实践，从经济学、管理学角度诠释了文化创意不是简单的延续工业社会的经济模式、产业模式、商业模式和管理模式，讨论了其个人智慧与集体智慧在知识产权保护下，通过价值传递的一系列复杂的商业运作和产权交易行业。

全书分为四个部分，包括文化创意的人文理念、文化创意经济的概念和背景、文化创意产业研究和中国文化创意产业发展研究。本书基于中国现状，提出改善文化创意发展环境的策略和文化创意产业的发展战略，为世界文化创意经济发展带来新的探索视角。

作为高等教育兼文化创意理论研究工作，本著作得到人力资源和社会保障

保障部课题研究项目的大力支持，是该部课题“北京文化创意对外贸易产业新的经济增长点的途径研究”和“基于区域知识管理的北京国际创新枢纽城市的构建与成长”的部分研究成果，同时得到北京市教委等教学研究经费资助，拓展了研究领域和平台，并且能够应用于教学领域。同时感谢中国物资出版社的鼎力相助，使本书得以顺利出版。

**李宇红 赵晶媛**

**2010年7月**



# 目 录

## 第 1 部分 文化创意的人文理念

1 人类社会与现代经济进程	1
1.1 人类经济经历了两次全球化阶段	1
1.2 推动人类进入全球知识经济时代的五项发明	4
1.2.1 第一台电视机生产	4
1.2.2 第一台计算机发明	4
1.2.3 第一颗人造地球卫星问世	4
1.2.4 第一颗国际通信卫星使用	5
1.2.5 互联网诞生	5
1.3 文化成为促进现代经济的关键性资源	5
2 文化创意的人文特征	6
2.1 文化创意的文化属性	6
2.1.1 文化创意的宏观文化属性	7
2.1.2 文化创意的中观文化属性	9
2.1.3 文化创意的微观文化属性	10
2.2 文化创意的人文体系	11
2.2.1 人的价值	11
2.2.2 文化创意经济的哲学意义	12
2.2.3 文化创意的因果关系	15
2.2.4 文化创意的道德伦理	15
2.3 文化创意中人的主体性	16
2.3.1 人的文化主体性	16
2.3.2 人与自然	19
2.3.3 人与社会	20

2.4 文化创意对客观世界的再作用 .....	20
2.4.1 思维方式对客观世界的再作用 .....	21
2.4.2 行为方式对客观世界的再作用 .....	22
2.4.3 生活方式对客观世界的再作用 .....	23
2.4.4 创意化的客观世界 .....	24

## 第2部分 文化创意经济的概念和背景

3 文化创意经济的概念 .....	25
3.1 创意 .....	25
3.2 创意产业 .....	25
3.3 创意经济 .....	26
3.3.1 文化创意的经济使命 .....	27
3.3.2 文化创意经济的实质 .....	28
3.3.3 文化创意经济的形态与核心 .....	29
3.3.4 知识产权是文化创意经济发展的核心 .....	31
3.3.5 文化创意经济下的文化 .....	31
3.3.6 文化创意经济时代的世界性问题 .....	33
4 文化创意经济的推动力 .....	35
4.1 供给、需求与市场 .....	35
4.2 文化需求的多样性 .....	37
4.3 文化消费 .....	38
4.3.1 大众的文化消费心理 .....	38
4.3.2 文化消费形式 .....	39
4.4 多媒体技术与网络文化 .....	40
4.5 世界性经济贸易转型 .....	41
4.5.1 文化创意产品和服务的全球贸易 .....	41
4.5.2 新经济发展特点 .....	42
4.6 文化创意经济发展的障碍 .....	45
4.6.1 失衡的经济发展 .....	45
4.6.2 缺乏文化创意经济的全球法律和规则 .....	46
4.6.3 缺少对于文化创意经济本质的认知 .....	48



## 第3部分 文化创意产业研究

5 文化创意产业发展概述 .....	50
5.1 世界文化创意产业发展演进 .....	50
5.1.1 对文化创意产业影响重大的三大要素 .....	50
5.1.2 文化创意产业发展阶段 .....	54
5.2 中国文化创意产业发展衍进 .....	57
5.2.1 1978—1998年——规划部署阶段 .....	58
5.2.2 1999年至今——市场渗透阶段 .....	59
6 文化创意产业架构 .....	61
6.1 文化创意产业 .....	61
6.2 文化创意产业运作机制 .....	62
6.2.1 组织机制 .....	62
6.2.2 环境机制 .....	63
6.2.3 政策机制 .....	63
6.2.4 市场机制 .....	64
6.2.5 交易机制 .....	64
6.3 文化创意产业链 .....	65
6.3.1 产业链 .....	65
6.3.2 文化产业集群 .....	65
6.4 文化产业聚焦城市 .....	66
6.4.1 城市环境和条件 .....	66
6.4.2 城市历史与文化 .....	67
6.4.3 城市的发展前景 .....	67
7 文化创意产业评估 .....	67
7.1 文化创意产业的统计实践界定 .....	67
7.2 文化创意产业发展的评估指标体系理论 .....	68
7.3 文化创意产业评估指标体系的构建 .....	69
7.3.1 经济环境 .....	69
7.3.2 对要素的吸引力指标 .....	70
7.3.3 创意源泉指标 .....	72



## 第 4 部分 中国文化创意产业发展研究

8 文化创意城市 .....	73
8.1 文化创意城市发展的国际案例 .....	73
8.1.1 美国纽约 .....	73
8.1.2 英国伦敦 .....	75
8.1.3 澳大利亚昆士兰 .....	78
8.2 我国文化创意城市发展调查 .....	79
8.2.1 北京 .....	79
8.2.2 上海 .....	93
8.2.3 深圳 .....	96
8.3 文化创意城市发展战略 .....	98
8.3.1 创意城市经济和社会发展远景 .....	98
8.3.2 创意城市的品牌 .....	98
8.3.3 创意城市形象 .....	98
8.3.4 创意生活时尚 .....	99
9 文化创意队伍 .....	99
9.1 文化创意队伍的特点 .....	99
9.1.1 文化的综合性 .....	99
9.1.2 能力的复合性 .....	101
9.1.3 思维的创新性 .....	102
9.2 文化创意队伍的构成和分类 .....	102
9.2.1 协调合理的知识 .....	102
9.2.2 全面完备的信息 .....	104
9.2.3 复合多样的能力 .....	105
9.3 文化创意队伍的培养 .....	107
9.3.1 我国文化创意产业人力资源现状 .....	107
9.3.2 文化创意产业人力资源的问题所在 .....	108
9.3.3 文化创意产业人力资源的培养模式 .....	111
9.3.4 文化创意产业人才资源的开发措施 .....	113
9.4 文化创意队伍的开发管理 .....	116

9.4.1 观念创新 .....	116
9.4.2 体制创新 .....	116
9.4.3 机制创新 .....	117
10 文化创意环境与政策 .....	119
10.1 文化创意产业发展的基础环境 .....	119
10.1.1 经济环境 .....	120
10.1.2 社会文化环境和自然环境 .....	121
10.1.3 产业技术环境 .....	121
10.2 文化创意产业发展的政策环境 .....	122
10.2.1 文化创意产业的产业政策 .....	122
10.2.2 文化创意产业的经济政策 .....	124
10.2.3 政府发展文化创意产业的总体政策框架 .....	125
10.3 改善文化创意发展环境的策略 .....	128
10.3.1 法律和行政法规 .....	128
10.3.2 公共服务平台 .....	131
10.3.3 文化体制改革 .....	132
10.3.4 政府机构的设置 .....	134
11 文化创意产业发展战略与规划 .....	134
11.1 文化创意产业发展总体战略与规划 .....	134
11.1.1 国家宏观规划 .....	135
11.1.2 地方区域规划 .....	136
11.2 文化创意产业分行业规划与管理 .....	137
11.2.1 新闻传媒业 .....	137
11.2.2 广播影视业 .....	141
11.2.3 图书出版业 .....	146
11.2.4 动漫业 .....	154
11.2.5 网络业 .....	160
11.2.6 广告业 .....	167
11.2.7 表演艺术业 .....	177
12 保护传统历史文化资源 .....	183
12.1 问题的提出 .....	183



12.2	中国传统历史文化资源保护在产权保护方面存在的问题 .....	184
12.2.1	相邻民族文化的归属与利用问题 .....	184
12.2.2	传统文化历史资源的产权界定与管理问题 .....	185
12.2.3	传统历史文化资源保护和开发问题 .....	185
12.3	加快传统历史文化资源产权保护体系建设的建议 .....	186
12.3.1	确立传统历史文化资源产权保护的战略目标 .....	186
12.3.2	研究与现有国际知识产权体系对接的方法 .....	186
12.3.3	抓紧文化产业实施 .....	187
12.3.4	运用先进技术和方法加快传统历史文化资源的保护速度 .....	188
	<b>参考文献</b> .....	189



## 第 1 部分 文化创意的人文理念

### 1 人类社会与现代经济进程

#### 1.1 人类经济经历了两次全球化阶段

人类社会迄今为止经历了两次全球性统一。从 1500—1763 年，欧洲新大陆的发现预示着人类第一次全球化阶段的到来。这一时期，“地理知识不再局限于一个地区、一块大陆或半球，人类的眼界前所未有地扩大了”。<sup>①</sup> 欧洲逐渐掌控全球性贸易活动，“第一次国际分工已经大规模地完成。世界正在成为一个经济单位”。<sup>②</sup> 如果说，人类的第一次全球统一是以建立全球贸易体系为标志的话，那么从 1926 年—21 世纪，人类将进入第二次全球化阶段，其标志就是全球网络化、信息化、数字化——知识经济到来了。进入 20 世纪，人类将工业文明推向了繁荣的顶峰。其中产生的五项伟大的发明，深刻地影响了未来直至 21 世纪的社会经济进程，带来人类社会历史的巨大变革，引起社会经济生活的质的飞跃。

18 世纪，世界已经开始了全球统一化迹象。欧洲发现新大陆——美洲，为欧洲所有的商品提供了一个新的异常广阔的市场，引起了新的社会分工和艺术进步，在此之前在欧洲古老经济的狭窄范围内是永远都不可能发生的。大陆两端开始了贸易，将全球在经济人文上联系在了一起。欧洲人自愿进入新大陆，而非洲人被迫进入新大陆，民族自那时起就日渐融合。欧洲也一跃成为全球霸主。也是自那时起，中国开始游离于世界经济之外，而列强的侵

①[美] 斯塔夫里阿诺斯. 全球通史——从史前史到 21 世纪. 北京大学出版社, 2005.

②[美] 斯塔夫里阿诺斯. 全球通史——从史前史到 21 世纪. 北京大学出版社, 2005.



略也与此有关。

1500—1760年，欧洲的知识分子曾经被有关传说中的遥远的中国文明的许多详细报道强烈地吸引，他们得知中国的历史、艺术、哲学和政治后，完全入迷了。中国由于其儒家的伦理体系、为政府选拔人才的科举制度、对于学问而不是对于军事才能的尊重以及精美的手工艺品如瓷器、丝绸和漆器等，开始被推崇为模范的文明。但到18世纪末，这种对中国的钦佩开始消失。法国佩雷菲特在《停滞的帝国——两个世界的撞击》中对此作了详细的记载和解释。中国那时正是清朝乾隆年间。康乾盛世是很有名的，我们以此为骄傲。但是在外国人眼里是什么样的呢！马嘎尔尼奉大英帝国使命与中国商谈贸易。皇帝更在意外国使团是否跪拜磕头等礼仪，唯我独尊、唯我独大，对于贸易不屑一顾，号称“英国只需要我们的东西，我们没有什么需要英国的，外国异邦是下等民族，应该顶礼膜拜大中华帝国的皇帝”。在国内赶杀传教士和外国商人，国内政治腐败没落、科举制度抹杀人才，经济处于停滞状态，思想极其僵化和封闭，抑制创新思想和活跃思维，对新生事物采取排斥惩罚做法。

当时欧洲的科学已经发展到相当的程度，工业化社会正在形成，特别是社会经济和贸易已经形成促进全球经济发展的成熟模式和体制，商业发达，强调个人的作用和才能，鼓励开放和创新。马嘎尔尼看到了一个逆世界潮流而动的中国，禁止革新、闭关锁国、固步自封，阻碍创新和进步。他带给欧洲的信息是：中国这个帝国已经没落了。他的中国之行强烈的感受到了自己大英帝国的强大和开放、自由经济伸张个性的力量。他写到：

“在看到中国的停滞时，也看到了自己国家在运动。英国人在看到中国任何人除了做社会希望他们就地能做的事之外，无法从事任何其他事情时，就明白了个人积极性的重要；当他们看到中国唯一的人的实体就是整个集体时，就认识到西方人的力量；当他们了解到在中国无人能够超越规定给他的位置时，也就测定了在国内竞争所起的作用；当他们在判断商人在中国受到何种程度的蔑视时，也就量出商人对他们来说是何等的重要；当他们发现这种对于停止的崇拜时，就察觉到自己对于新鲜事物的何等崇拜。他们更为理解个人主义、竞争与革新就是他们的财富和强盛的动力。”<sup>①</sup>

<sup>①</sup>[美]斯塔夫里阿诺斯. 全球通史——从史前史到21世纪. 北京大学出版社, 2005.



于是欧洲用武力轰开了脆弱的中华帝国的大门，我们才知道强大与脆弱只是咫尺之隔。

同一个时期的日本，装作卑躬屈膝，目的是有朝一日超过西方，当欧洲远洋舰只抵达日本，很快日本就发现不是对手，这个善于学习的民族，这时被西方文化的撞击所唤醒，从孤立中走出来，派使团到西方，借鉴西方政治、经济和社会组织，英国式的议会制度、法国的民法与刑法、普鲁士的军队，英国的企业、自由贸易、港口和银行，昂首阔步地进入列强的队伍中来。昔日的附庸国竟成了胜利者，而中国却停滞了前行的脚步。中日海上战争中，日本舰队司令叫伊东，中国北洋海军提督是丁汝昌，两位曾经是同学，伊东给丁汝昌通过英国人传递了一封信，这封军人之间的信十分清楚地说明了中日两国的反差。这封罕为人知的信写到：“贵国目前的处境……源于一种制度。你们认定某人担任一项职务时只考虑他的文学知识。这是几千年来的传统，贵国与外世隔绝，这一制度是好的，现在它却过时了。在今天的世界上已经不可能与世隔绝了。您知道 30 年前日本帝国出于何种艰苦境地，您也知道我们是如何抛弃旧体制采取新制度以摆脱威胁我们的困难。贵国也应该采取这种新的生存方式。如能这样，就会一切顺利，否则它就只能灭亡。谁想忠诚地为自己的国家效力，谁就不应该让自己被面临的大潮所席卷。最好是改革这个有着光荣历史、幅员广大的世界上最古老的帝国，以使它永远立于不败之地。请来我国，等待您的祖国要您回去从事维新的时刻吧。”海战之后，收信人海军提督丁汝昌恭敬地面向北京自尽了。

大文豪伏尔泰严肃地表示：“使中国人超过世界上所有民族的东西是：无论是他们的法律，他们的风俗习惯，或是他们的文人所说的语言，四千年以来都没有变过。”在英国人的实用主义目光看来这纯属开玩笑，让他继续下去则同他们正在宣传的、并且还要大声在全世界宣传下去的对自由和进步的看法完全背道而驰。

中国错过了全球化贸易时代带给世界的繁荣，经历了近代的惨败，面临第二次全球化统一时代——知识经济时代的来临，再也不会闭关锁国、故步自封了。她敞开了大门，以宽阔的心胸坚定地投入世界的怀抱。以邓小平为首的走市场经济的决策，对于中华民族具有重大而深远的历史意义。我国选择市场经济是历史大事，是一个根本的选择。可以看做是中国历史上的大变迁，可以与另外三件事并列为中国近代最具影响的事情。这三件事是：第一，



1911年孙中山建立民国；第二，1949年毛泽东成立新中国；第三，1978年邓小平在全中国发展市场经济。我们赶上了第二次全球化时代，使中国开始走上了开放强大的道路，进入了世界大家庭，与世界分享科学、社会、经济、军事的进步，为世界作出贡献。

### 1.2 推动人类进入全球知识经济时代的五项发明

欧洲的科学革命深刻影响并推动了人类工业时代的到来。同样20世纪产生的五项伟大的发明，也深刻地影响和推动了人类进入知识经济时代。

#### 1.2.1 第一台电视机生产

1926年英国科学家贝尔德采用电视扫描盘，完成了电视画面的完整组合及播送，在伦敦公开表演，引起轰动。1928年，美国纽约31家广播电台进行了世界上第一次电视广播试验，宣告了作为社会公共事业的电视艺术的问世。1936年英国广播公司建立电视发射台，11月2日起定时播出电视节目，扫描行数已达240行以上。一般认为这是世界电视事业的正式开端。1945年电视机正式开始投入批量生产。

#### 1.2.2 第一台计算机发明

第二次世界大战期间，美国军方在战争期间面临大量军事计算问题，为了解决这些难题，美国政府决定成立由宾夕法尼亚大学莫奇利和埃克特领导的研究小组，专攻数据计算和存储技术，这是人类研制世界上第一台电子计算机的开端。经过3年紧张的工作，第一台电子计算机终于在1946年2月14日问世了。它由17468个电子管、6万个电阻器、1万个电容器和6千个开关组成，重达30吨，占地160平方米，耗电174千瓦，耗资45万美元。这台计算机每秒只能运行5千次加法运算，仅相当于一个电子数字积分计算机（ENIAC即，埃尼阿克）。人类进入了知识信息时代。

#### 1.2.3 第一颗人造地球卫星问世

20世纪50年代，美苏之间冷战不断加剧，著名航天设计师科罗廖夫提出利用强大动力的火箭发射人造地球卫星的构想。1956年1月30日，苏联政





府正式批准，1957 年 10 月 4 日，苏联的卫星发射升空了。苏联发射的这枚卫星代号为 PS-1，意为“最简卫星 1 号”，PS 是俄文“最简卫星”的缩写。这颗卫星为球型，铝合金外壳，外置 4 根天线，长度分别为 2.4 米和 2.9 米。卫星直径 58 厘米，重量 83.6 公斤。卫星设计成球型，据说这样可以更多、更好地安装科学仪器。人类进入了征服太空的时代。

#### 1.2.4 第一颗国际通信卫星使用

阿瑟·克拉克（Arthur C. Clarke, 1917—2008）是英国著名科幻作家，同时也是一位著名的科学家以及国际通信卫星的奠基人。在他预言和推测人类实现通信卫星的 18 年以后，1965 年 4 月 6 日，美国的“晨鸟”号通信卫星发射成功，后称“国际通信卫星”1 号，标志着人类使用第一颗国际通信卫星。它高 0.6 米，直径 0.72 米，质量 39 千克，可以容纳 240 条电话线路或一条彩色电视频道。

#### 1.2.5 互联网诞生

美国麻省理工学院（MIT）林肯实验室的罗伯茨教授，被调到美国国防部高级研究规划署（ARPA），主持阿帕网（ARPANet）联网项目，从而催生了互联网络。因特网起源于阿帕网，阿帕网 UCLA 第一节点与斯坦福研究院（SRI）第二节点的连通，实现了分组交换技术（又称包切换）的远程通信，这是互联网络正式诞生的标志，准确的时间是 1969 年 10 月 29 日 22 点 30 分。1969 年 11 月，第三台 IMP3 抵达阿帕网第三节点——加州大学圣巴巴拉分校（UCSB）；1969 年 12 月，最后一台供试验的 IMP4 在阿帕网第四节点——犹他大学（Utah）安装成功，基本实现了罗伯茨规划的设计蓝图。于是，具有四个节点阿帕网（ARPANet）正式启用，20 世纪 70 年代末出现了 TCP/IP 通信协议，20 世纪 80 年代出现了网络域名，1990 年出现了万维网，人类社会从此跨进了网络时代。

### 1.3 文化成为促进现代经济的关键性资源

这些激动人心的技术变革，在宏观层面上，直接影响了当今全球政治经济格局以及社会生活结构；在中观层面上，引发了文化的跨国界传播、市场