



文化创意与传播丛书

# 创意格局与创新策略

PATTERNS AND STRATEGIES OF  
CREATIVE INDUSTRY

◎ 刘建民 徐静 聂晶磊 著



浙江大学出版社  
ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

文 化 创 意 与 传 播 丛 书

# 创意格局与创新策略

PATTERNS AND STRATEGIES OF  
CREATIVE INDUSTRY

◎ 刘建民 徐 静 聂晶磊 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS  
浙江大学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

创意格局与创新策略 / 刘建民等著. — 杭州: 浙江大学出版社, 2009. 9

(文化创意与传播丛书)

ISBN 978-7-308-07044-7

I. 创… II. 刘… III. 文化—产业—研究—中国 IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 165020 号

## 创意格局与创新策略

刘建民 徐静 聂晶磊 著

---

丛书策划 朱 玲

责任编辑 朱 玲

封面设计 吴慧丽

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310028)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 德清县第二印刷厂

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 20.25

字 数 340 千

版 印 次 2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-07044-7

定 价 40.00 元

---

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

# 序

许为民\*

经过 30 年的改革开放,中国的经济建设取得了举世瞩目的辉煌成就,但是,以高投入、高消耗、高排放、低效率为特点的经济增长方式,也带来了资源浪费严重、生态环境恶化等一系列问题。宁波地处东南沿海,在改革开放的进程中一直走在前沿,社会经济发展很快,城市综合竞争力连续三年跻身全国十强。然而,宁波的进一步发展,同样面临着资源与环境的制约。在新的形势下,党的十七大明确提出要“转变经济发展方式”,并把它作为“关系国民经济全局紧迫而重大的战略任务”。在这样的背景下,发展文化创意产业,具有十分重要的现实意义。

20 世纪末,随着西方发达国家经济发展模式从重型产业向轻型产业的转型,“文化创意产业”越来越受到重视。1998 年出台的《英国创意产业路径文件》中明确提出了“创意产业”的概念,并将其界定为“源自个人的创造力、技能和天分,通过知识产权的开发和运用,具有创造财富和就业潜力的行业”。这是世界上第一个把发展创意产业确定为国家政策的政府。此后,在世界范围内兴起了发展文化创意产业的热潮。

创意产业是一个新型的产业群,按照英国的划分,创意产业至少包括广告、建筑艺术、手工艺品、时尚设计、电影与音像、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版业、软件、计算机服务、电视和广播等 13 个领域。不过,在美国则把版权作为核心内容。尽管文化创意产业在不同的国家有不同的理解,但其基本特征是明确的,即强调个人创造性、注重文化内涵、重视知识产权、强调创造财富、为社会提供就业机会。

作为一个新型的产业群,创意产业已经引起我国高度重视,尤其是北京、上

---

\* 许为民 教授,博士生导师,浙江大学宁波理工学院院长。

海等一些国际化程度较高的大都市,正依托城市文化的底蕴、人才的优势、现代高新技术和金融业的发展,推进创意产业的成长。以创意产业为支柱建设创新型城市,已经成为城市管理者、决策者、学界、业界广泛讨论的议题。

浙江大学宁波理工学院是由宁波市人民政府投资、浙江大学负责办学与管理的一所本科高校,创办于2001年。学校虽名为“理工学院”,但无论从专业设置、师资力量,还是从在校学生数量来说,人文社科类都占了一半。学院自创立之日起,就坚持立足宁波、服务宁波的方针,通过各种方式为宁波经济社会的发展做出自己的贡献。2006年,宁波市社会科学联合会批准设立“宁波市传媒及文化产业研究基地浙大宁波理工学院点”,希望通过跨学科的综合研究,推进传统文化产业(包括新闻出版业和广播电视业)的现代化,培育新兴的创意文化产业,探索文化体制改革的“宁波模式”,最终使宁波成为长三角南翼传媒及文化产业研究的学术高地。

根据我院的学科专业特点,我们研究基地的主要研究领域涉及新闻出版业研究、广播电视研究、创意产业研究、文化体制改革研究、知识产权保护研究等。除浙江大学宁波理工学院的教师外,宁波大学、浙江万里学院、宁波广播电视大学等高校的教师也积极参加相关学术活动,并且承担了有关研究课题。这样,以这个研究基地为平台,我们整合了宁波市若干高校的研究力量,形成了一支比较稳定的研究队伍。他们从不同的角度对宁波市的传媒及文化产业进行了研究,除了发表学术论文外,最终成果则汇集在这套“文化创意与传播丛书”中。

文化创意产业虽然出现的时间不长,但发展速度很快,而学术界对它的研究则显得不足,本丛书尽管是我们这个研究基地近年研究成果的展示,但肯定也会存在诸多的不足和问题。我们热诚欢迎各种批评意见,一起推进这项新兴的研究。

本丛书在出版过程中,得到了宁波市社会科学联合会谢永康主席、许勤彪副主席的精心指导和大力支持,得到了各位作者和研究人员的积极配合,得到了浙江大学出版社朱玲编辑的热心帮助,在此一并表示衷心的感谢。

# 目 录

引言：没有创意就没有未来 / 1

## 卷一 创意世界

创意全球 诸国争霸

——世界创意产业发展格局与创新策略扼要

### 第 1 章 不知近水花先发

——巨无霸：美国创意产业透视 / 7

1.1 先行国：美国创意产业近览 / 7

1.2 好莱坞、CNN 与米老鼠：产业格局与核心产业 / 11

1.3 安身立命之本：政府法规政策与发展策略 / 26

### 第 2 章 占尽春光第一枝

——英伦：创意帝国“日不落” / 34

2.1 摆脱枷锁向自由：英国的创意产业回眸 / 35

2.2 经典定义：创意产业范畴及影响 / 38

2.3 发展现状：创意经济领跑 / 45

2.4 创意产业的先驱国：“英国特征”与趋势 / 48

### 第3章 争艳何求一点红

——欧盟：创意产业繁花似锦 / 53

- 3.1 德国：创意激发新生 / 53
- 3.2 意大利：文化服务创意 / 62
- 3.3 法国：艺术设计引领潮头 / 64
- 3.4 瑞士：特殊产业独领风骚 / 66
- 3.5 奥地利：浪漫之国的音乐创意之旅 / 70
- 3.6 芬兰：信息平台上的强大创意动力 / 72
- 3.7 荷兰：郁金香之国的唯美创意产业 / 77
- 3.8 瑞典：举全国之力促创意产业 / 82
- 3.9 丹麦：全民演绎创意经典 / 86

### 第4章 春色满园关不住

——日韩：创意产业发展研究 / 92

- 4.1 日本：小动漫撬动大产业 / 92
- 4.2 韩国：创意产业兴国典范 / 99

### 第5章 倾城独立世所稀

——新加坡：创意产业倾城倾国 / 110

- 5.1 创意产业发展概况：“新亚洲创意中心” / 110
- 5.2 政策支撑：三箭齐发，全面推进 / 111
- 5.3 方法与策略：三线出击，对症下药 / 113

### 第6章 万紫千红总是春

——澳大利亚：“南方大陆”激情创意 / 117

- 6.1 现状：版权产业蒸蒸日上 / 117
- 6.2 方法：政府推动，“举国战略” / 118
- 6.3 创意经典：QUT 创意产业园区 / 122

**卷二 创意中国**

逐鹿华夏 风起云涌

——中国创意产业发展格局与创新策略综述

**第7章 忽如一夜春风来**

——中国创意产业发展识读 / 127

7.1 从文化到创意:文化创意产业的中国路径 / 127

7.2 “创新型国家”:在目标背景下 / 129

7.3 基本判断:中国创意产业现状 / 133

7.4 产业的未来:机遇与陷阱 / 135

7.5 从“文化人”到“创意人”:中国创意阶层 / 139

**第8章 春江水暖鸭先知**

——排行榜:中国创意城市集团军 / 143

8.1 都市发展引擎:创意引领未来 / 144

8.2 中国15个创意城市排名 / 148

8.3 北京:创意龙头的激情与梦想 / 152

**第9章 谁家新燕啄春泥**

——沿海创意城市枚举 / 160

9.1 天津:滨海龙头呼啸而至 / 160

9.2 大连:北国创意名城 / 164

9.3 青岛:“两个城市” / 165

9.4 深圳:“设计之都” / 167

9.5 广州:南国春来早 / 172

**第10章 春在城南芳草路**

——中西部创意城市探寻 / 177

10.1 重庆:长江上游创意产业中心 / 177

- 10.2 西安:西部创意高地/ 178
- 10.3 长沙:中部区域创意产业中心/ 180
- 10.4 昆明:春城无处不飞花/ 181
- 10.5 武汉:中部“创意之都”/ 182

## 第 11 章 山红涧碧纷烂漫

——港台创意风 / 185

- 11.1 香港:亚洲创意中心/ 185
- 11.2 台湾:创意与生活息息相关/ 190

## 第 12 章 唯有葵花向日倾

——中国创意产业宏观政策透视 / 194

- 12.1 国家现行创意产业政策/ 194
- 12.2 传统体制下政府角色错位/ 197
- 12.3 政府作用:推动和扶持/ 199
- 12.4 知识产权:九路出击/ 203

## 第 13 章 乱花渐欲迷人眼

——中国创意产业区域政策扫描 / 205

- 13.1 区域政策:你方唱罢我登场/ 205
- 13.2 现行创意产业政策简析/ 224

## 卷三 创意长三角

群雄争霸 狼烟四起

——长三角创意产业现状及发展策略解读

## 第 14 章 日出江花红胜火

——长三角:创意产业风起云涌 / 231

- 14.1 背景:长三角的创意勃兴/ 231

- 14.2 打破界限：“2.5”产业 / 236
- 14.3 科技文化化，文化科技化 / 238
- 14.4 创意产业化，产业创意化 / 244
- 14.5 文化创意，科技创新 / 244

## 第 15 章 近水楼台先得月

——上海：创意产业路线图 / 246

- 15.1 先发之地：产生与发展 / 246
- 15.2 集聚区：特性与意义 / 258
- 15.3 面临的问题 / 263
- 15.4 发展对策 / 265

## 第 16 章 淡妆浓抹总相宜

——杭州：创意产业发展策略 / 268

- 16.1 西子湖畔的十大创意产业园区 / 268
- 16.2 “天堂”创意产业集群化现状 / 271
- 16.3 “生活品质之城”的对策 / 275

## 第 17 章 映日荷花别样红

——南京：创意产业发展研究 / 279

- 17.1 意义与内涵：“文化南京” / 279
- 17.2 长三角北翼：基础与优势 / 285
- 17.3 “头脑经济”下的问题 / 286
- 17.4 创意产业园区巡礼 / 287

## 第 18 章 小荷才露尖尖角

——宁波：创意产业发展探析 / 292

- 18.1 “中国品牌之都”的创意产业现状 / 292
- 18.2 优势：跨越杭州湾…… / 296

18.3 基本问题：观念、体制、政策、人才/ 301

18.4 “创意名片”后的宁波出路/ 303

**参考文献/ 309**

**后 记/ 312**

## 引言：没有创意就没有未来

当代文化创意产业的兴起源于创意产业这一创新理念的发现和发明。创意产业、创意经济或“创造性产业”，是一种在全球化的消费社会的背景中发展起来的，推崇创新、个人创造力，强调文化对经济的支持与推动的新兴的理念、思潮和经济实践。

我们也可以把文化创意产业理解为文化艺术创意和商品生产的结合。

文化创意产业的根本观念是通过“越界”促成不同行业、不同领域的重组与合作。通过“越界”，对第二产业进行三产化、创意化、高端化、增值服务化。从另一个角度来看，制造业卖产品、卖机器，文化创意产业卖设计、卖理念、卖心理享受、卖增值服务。

当今世界，创意产业已不仅仅是一个理念，而是有着巨大经济效益的直接现实。约翰·霍金斯在《创意经济》一书中明确指出，全世界创意经济每天创造220亿美元，并以5%的速度递增。综观全球，发达国家的众多创意产品、营销、服务，吸引了全世界的眼球，形成了一股巨大的创意经济浪潮，席卷全球。各发达国家的创意产业以各自独擅的取向、领域和方式迅速发展，展现了一幅创意产业全球峰起的热烈图景。

文化创意产业发展浪潮在全球范围方兴未艾，它正成长为一个国家或城市的支柱产业和综合竞争力因素之一，是世界创新型发展大趋势之一。而没有创意，就没有新经济。近年异军突起的文化创意产业在转变经济增长方式的变革中扮演着重要的角色。10年来，英国整体经济增长70%，而创意产业增长93%，显示了英国经济从制造型向创意服务型的转变。美国人更是发出了“资本的时代已经过去，创意的时代已经来临”的宣言。

在未来，文化创意产业对中国经济的全面协调发展和产业结构的进一步调整将具有越来越重要的作用。对于第二产业在国民经济中占据重要地位的中国，适时地调整产业比重，进一步推动第三产业特别是高科技支持的文化创意

产业类高端产业群的发展,是十分必要的。

胡锦涛同志明确提出:“我们必须更加坚定地把科技进步和创新作为经济社会发展的首要力量,把提高自主创新能力作为调整经济结构、转变增长方式、提高国家竞争力的中心环节,把建设创新型国家作为面向未来的重大战略。”<sup>①</sup>

这一讲话为我国未来15年从“中国制造”到“中国创造”的历史性飞跃和战略转变提供了重要的理论依据,更为我国创意产业的开拓与发展,作出了重要的战略决策。

目前,我国主要中心城市人均GDP已经超过3000美元,北京、上海、深圳等大城市人均GDP均超过5000美元。从国外发展经验看,城市人均GDP达到这一水平后,国民经济开始进入持续稳定增长、经济结构快速升级、城市化水平迅速提升的新阶段。社会消费结构将向发展型、享受型转变,相当一部分居民的消费重心开始向教育、科技、文化、旅游等领域转移,为文化创意产业的发展提供了更广泛的市场需求。

“神州无处不飞花”。目前,北京、西安等文化古都以及上海、杭州、深圳等沿海经济发达城市,创意产业都方兴未艾。在上海,由政府认定的创意产业园区已经接近100家,不仅创造了可观的税源,而且直接改变了文化生产方式和消费市场格局。

全国政协副主席厉无畏认为,创意产业的核心特征是鼓励个人创造力的无穷释放,这种释放创造了新的产品和新的市场,冲破了传统资源的硬约束。而个人创造力的无穷释放,将大大缩短整个创新的过程,大幅提高知识流动和专业化分工的效率。他的《创意改变中国》一书让我们相信:文化创意将与科技创新一样,成为未来改进中国经济增长方式和提升社会就业结构的两大引擎之一。

我国文化创意产业在蓬勃发展的同时,仍处于摸着石头过河的阶段。业内人士和专家认为,我国文化创意产业还是市场不成熟、需求不稳定、产业链尚不完整的风险产业,又是有效需求高速增长、市场前景十分广阔、经济效益非常诱人的朝阳产业。因此,文化创意产业才需要一个良好的创业环境,高效的政策支持机制,高技术的基础设施,相互接驳的产业链条,打破原有行业界限的重组场

---

<sup>①</sup> 胡锦涛.坚持走中国特色自主创新道路 为建设创新型国家而努力奋斗——在全国科学技术大会上的讲话.2006-01-09.

域,迅速顺畅交换传播的数字网络和一个高度市场化的交易平台。

对于如何有效培育文化创意产业,一位法国专家曾有一个形象的说法,即“传统产业就像种树,创意产业就像种蘑菇”。种树只要针对一棵树,但种蘑菇需要注重蘑菇房的环境,保持适当的温度、湿度等。因此,发展文化创意产业,堪称在经济体制、管理体制上的一场革命性举动,国家相关政策的作用日益突出。

针对国内外风起云涌的创意产业浪潮和趋势,我国各级政府已作出积极应对的政策和策略。

从创意产业的蓬勃发展 to 创意经济的乘势崛起,直到创新社会、创新国家的建设,正在为当代中国带来新的精神面貌。我国政府创新策略的核心,就是要大力发展知识经济,扶持和培育文化创意产业,形成一批特色鲜明的新兴文化企业,培育一批拥有自主知识产权和核心技术的知名品牌,加快产业结构调整 and 升级步伐,形成新的经济增长点。

从经济学的角度看,由创意而产生的新理念、新技术、新商业模式、新产业、新文化形式等,同时也是一种资本形式。这种资本形式至今为止没有引起很多人的重视,很多人的脑海里对“财富”的理解依然停留在有形的资源、实物的资产和触手可得的资本上,而忽略了创意资本的存在。

创意经济的大潮已经席卷世界,创意资本在经济发展中的作用越来越明显,以至于使许多资本运营者感叹“有钱能使鬼推磨”的时代已经过去了!

迎接创意经济时代,没有创意就没有未来。



# 卷一 创意世界

创意全球 诸国争霸

——世界创意产业发展格局与创新策略扼要

