

创意产业研究述评及展望

曹如中¹, 曹桂红²

(1. 东华大学 管理学院, 上海 200051; 2. 东华大学 人文学院, 上海 201620)

摘要:通过综述理论界对创意产业内涵与特点的研究、创意产业发展实践的研究、创意产业与城市经济发展关系的研究、以及国内对创意产业存在的问题与发展措施的研究,指出了理论界对创意产业研究的现状,并提出创意产业理论研究中尚有待深入研究的问题。

关键词:创意产业;综述;展望

DOI:10.3969/j.issn.1001-7348.2011.24.045

中图分类号:G124

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2011)24-0190-05

0 引言

在全球化趋势不断加强的知识经济时代,国家和地区之间的竞争日趋激烈,任何一种技术、工艺等都可能在短时间内为竞争对手所模仿,脱胎于文化产业、以知识为核心资源的创意产业在世界各地勃兴,一些国家甚至将创意产业列为国民经济的支柱产业。事实证明,创意本身所形成的产业是国家及地区经济发展到高阶段的产物,创意产业的发展规模与发展程度已成为衡量国家和地区综合竞争力高低的重要标志^[1]。然而与创意产业蓬勃发展现实不相适应的是,我国创意产业现有研究注解性的多,实证研究实用性不强,结论的可靠性尚有待进一步验证;特别是关于促进创意产业发展过程中制度的缺失问题,以及政府的角色定位等研究较为缺乏,创意产业与外部环境协作演化机理也未得到很好的论证。本文对有关创意产业的理论研究状况进行综述与梳理,拟为后续研究者提供参考。

1 关于创意产业内涵与特点的研究综述

对创意产业的研究首先是围绕创意产业的概念与内涵而进行的。创意的思想最早可以追溯到熊彼特的长波理论中。1912年,美籍奥地利经济学家熊彼特在其《经济发展理论》一书中就明确指出现代经济发展的根本动力不再是资本和劳动力,而是创新。1986年,著名经济学家罗默^[2]撰文指出,创新会衍生出无穷的新产品、新市场和财富创造的新机会,所以创新才是推动一国经济成长的原动力。尽管熊彼特没有明确提出创

意这一词,罗默也不明确创新的关键就是创意的涌现,但创新理论中已蕴含了创意的内涵。

最早的创意概念源自20世纪90年代初的澳大利亚,1994年澳大利亚公布了一份文化政策报告,明确提出建立“创意国家”的目标,并引起了英国政府的关注。此后,英国在1997年组织成立创意产业特别工作小组,旨在提倡、鼓励和提升在英国经济中的原创力。而创意产业作为一个专有名词正式出现在文献中则是在1998年英国文化媒体体育部发布的《创意产业图录报告》,报告认为:“创意产业是源于个人创造力、技能和才华的活动,通过知识产权的生成和利用,使这些活动发挥创造经济效益和就业的成效”^[3]。并认为创意产业包括广告、建筑、艺术和文物交易、工艺品、工业设计、时装设计、电影互动体闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件、电视、广播13个行业,发展创意产业必须具备4个基本条件:一是创意人才;二是创意管理者;三是生产适销对路的创意产品;四是创意价值存在于知识产权之中^[4]。此后,围绕创意产业的内涵,研究者从不同的角度展开了深入的研究。哈佛大学教授理查德·凯夫斯^[5]在《创意产业经济学》一书中从文化经济学视角提出:“创意产业是那些提供与文化的、艺术的、娱乐的附加价值相联系的商品与服务的产业”,包括:书籍与杂志的出版发行、视觉艺术、表演艺术、音响艺术产品、电影与电视艺术、服装、玩具和游戏等。2001年约翰·霍金斯^[6]在《创意经济:人们如何从思想中创造金钱》一书中从知识产权视角提出:创意产业就是“知识财产”,而这种由智力资本构成的知识产业,又具有“无形产业”的性质,往往面对的是文化、精神等无形的价值。

收稿日期:2011-03-09

基金项目:国家自然科学基金项目(70873018)

作者简介:曹如中(1972-),男,湖南娄底人,东华大学博士后,讲师,研究方向为创意产业;曹桂红(1978-),女,湖南娄底人,东华大学人文学院硕士研究生,研究方向为文化创意产业。

作者认为创意产业主要包括版权、专利、商标及设计行业等。霍金斯的这个定义与后来美国所提倡的版权产业有异曲同工之处^[7]。美国将创意产业界定为“以艺术为中心的创意产业和以创意为中心的版权产业”,包括文化艺术业、音乐唱片业、出版业、影视业、传媒业、网络服务业六大行业。2002年 Richard Florida 在《创意阶级的兴起》一书中从新经济视角展开研究,认为美国除了劳动者阶级、服务业阶级外,又出现了一个新的创意阶级。属于创意阶级的人从事各种不同的行业,但共同点是他们经常会有创新的想法,发明新技术,从事创造性的工作。

国内对创意产业的研究时间不长,理论界关于创意产业的内涵仍存在争议。金元浦^[8]认为,创意产业的产生是全球一体化时代经济增长和人们消费需求由物质向精神文化需求转变的一种现实需求,具有 3 个典型的特点:一是以高科技技术作为支撑手段;二是以网络等新媒体为传播方式;三是文化艺术与新经济的全面结合。浙江省发改委课题组^[9]认为,创意产业是在全球化消费社会的背景中发展起来的,强调文化艺术对经济的支持,推崇个人创造力与创新理念、创新思潮和实践的产物。徐清泉^[10]认为:创意产业是知识经济时代和信息朝代的产物。狭义的创意产业大体上等同于文化产业或内容产业的高端;而广义的创意产业则包含任何具有高科技含量、高文化附加值和丰富创新度的思想产业、观念产业、核心产业、关键产业、高端产业。2007年北京国际文化创意产业博览会发布了九大类文化创意产业分类标准:文化艺术;新闻出版;广播、电视、电影;软件、网络及计算机服务;广告会展;艺术品交易;设计服务;旅游、休闲娱乐;其它辅助服务等^[8]。郭立伟等^[11]认为创意产业从字面上理解就是人们平常所说的“点子”、“主意”或“想法”产业化形成价值,并带来就业的产业。我国台湾“经济部工业局”^[12]将文化创意产业定义为:“源自于创意或文化积累,透过智慧财产的形式与运用,具有创造财富与就业机会潜力,并促进整体生活提升之行业”。

清晰的要素界定是推动创意产业发展、构建创意产业发展体系的逻辑起点。尽管当前国内外学术界对于文化创意产业的界定仍存在一定差异,但核心含义必然包括:创意产业最核心的驱动力就是创意,创意决定了产业的内容、性质和运动方式;创意产业是一个具有创造财富和就业潜力的行业,创意产业居于价值链顶端;良好的知识产权保护机制是创意产业发展的基本保障。目前世界公认把广告、建筑、艺术和文物交易、工艺品、设计、时装设计,电影、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件、电视广播等行业确认为创意产业。此外,尽管创意产业在各个国家和地区的发展现状各不同,但理论界都认为,创意产业概念的提出既是在新的发展背景和语境中产生的新的思路,也是对旧行业的理论范式、现有机制、政策趋向和实际运作的

调整或反思,更是对新兴产业的机制、政策和运作的总结。从创意产业产生的机理来看,创意产业是伴随着工业社会后期高新技术产业的发展和知识经济时代来临而产生的一种特定的经济形态。随着工业经济的快速发展,带来了物质的极大丰富,人们的生活方式随之发生改变,消费需求也从单纯的物质享受转向更高层次的精神追求,创意对经济的支撑开始显现。传统高科技可以改变产品或服务的功能结构,降低生产成本,提高生产效率,但无法提升产品或服务的内在价值。而创意则可以为产品注入观念、感情和品位等新的价值元素,从而提升了原有产品与服务的内在价值。正是在这种背景下,使得创意由一般的概念向产业化方向发展,创意产业成为了促进世界经济增长的主要动力。一些国家和地区更是把下一轮经济的繁荣寄托于创意产业的发展。

2 关于国家创意产业发展实践的研究综述

20 世纪 90 年代后期以来,随着全球经济一体化趋势的加快和竞争环境日益呈现出动态变化的特点,发达国家纷纷通过促进产业结构优化升级来抵御市场风险。与传统产业相比,创意产业在提升传统产业和促进产业结构升级方面的优势明显,因而成为了世界各国提升产业竞争力的重要手段。各发达国家纷纷制订创意产业发展战略并成立专门指导机构,推动创意产业发展。政府高度重视并制订战略发展规划,也成为创意产业发展的直接推动力。数据表明,以发达国家为主的世界创意经济每天创造 220 亿美元的产值^[13],创意能力已成为国际企业竞争力的核心。早在 1994 年澳大利亚政府制订了国家文化发展战略,将创意产业视为国家支柱产业加以推广和实施,并且成立了国家级创意产业振兴机构,由澳大利亚联邦政府直接指导和出资资助创意产业发展。1997 年英国成立创意产业特别工作小组,首相布莱尔亲任组长,明确提出将创意产业作为一种国家产业政策和战略,对创意产业发展提供专业服务^[13]。创意产业特别工作小组于 1998 年、2001 年和 2004 年分别发布《英国创意产业路径文件》研究报告,为英国产业结构的调整和产业结构的制订提供决策参考。目前创意产业的发展对英国经济增长产生了重大贡献,英国已经成为世界第二大创意产品生产国,英国已经完成了从制造型经济向创意型经济的转变的历史任务。创意产业对美国国内生产总值、就业和贸易所作的贡献很大,美国在影视、出版印刷和动画方面的收益无人能比。国外在发展创意产业发展方面有 5 个方面的经验非常值得学习和借鉴:①政府从战略上高度重视创意产业发展,从战术上制定推动创意产业发展的配套政策和服务体系;②大力培育潜在的创意消费市场,从多方面支持和鼓励创意产业发展;③重视创意人才的培养,强调创意必须成为教

育服务体系的重要组成部分;④成立创意产业发展基金,切实加大对创意产业的扶持力度;⑤建立创意产业园区,发挥创意产业规模经济效应。

亚洲国家自上世纪末也开始积极推动创意产业。早在1995年日本在《新文化立国:关于振兴文化的几个重要策略》报告中,确立了日本在未来21世纪的文化立国方略。2001年,日本又提出知识产权立国战略,明确提出10年内把日本建成世界第一知识产权强国。日本在2000年的电影与音乐创收分别列世界第一位,电子游戏软件居世界第一。韩国政府在1997年对文化创意产业进行扶助性介入,1998年提出“文化立国”的口号,1999—2001年间先后制定《文化产业发展5年计划》、《文化产业前景21》和《文化产业发展推进计划》,尤其注重向电子游戏、音乐、手机及电子网络等新兴产业发展,明确创意产业发展战略和中长期发展计划,有力地推动了创意产业的发展。早在1998年新加坡就将创意产业定性为21世纪的战略产业,2002年又全面规划了创意产业的发展战略,出台了“创意新加坡计划”。目的是为了新加坡成为“一个文艺复兴的城市”、“新亚洲创意中心”、“一个全球文化和设计业的中心”和“一个全球媒体业的中心”。我国台湾地区早在1995年就提出发展文化产业的构想。2002年明确提出发展“创意产业”计划,把创意产业作为继高科技产业后另一项全力扶持的核心产业^[14],并列入经济发展长期计划^[15]。目前,我国创意产业发展势头迅猛,据来自联合国的官员称,我国已成为第三大创意产业出口国^[16];但我国创意产业缺乏明显的规划,在实践层面的指导与理论研究脱节,拥有自主知识产权的创意产品并不多见,“世界制造中心”的地位仍然没有得到根本改变。如何解决我国创意产业发展过程中的制度缺失问题,明确政府在推动创意产业发展过程中的作用,从技术发展、产业结构调整和产业发展3方面建立创意产业协作有序发展的产业生态环境,以及合理规划创意产业差异化发展战略,将成为有待深入研究的课题。

3 关于创意产业与城市经济发展关系的研究综述

创意产业与城市发展的关系目前已成为国内研究者关注的焦点。研究表明,创意产业是城市经济发展的产物,城市与创意产业发展有着千丝万缕的联系,创意产业在促进城市功能转型、增强城市综合竞争力,促进产业升级和转变经济增长方式中表现出来的巨大作用已得到广泛认可。一方面,城市化推动了科技、经济与文化的发展与有机融合,为创意产业提供了发展空间;另一方面创意产业通过促进城市产业结构升级,优化了旧城市空间秩序,赋予城市旧式建筑以新的生命力,能够有效地促进城市文脉的延续和经济社会的可

持续发展。

早在1998年伦敦就将创意产业作为核心产业,认为创意产业将成为今后经济增长的主要动力。Landry^[12]于2000年在《创意城市:都市创新的工具书》中指出,当代都市面临的诸如经济衰退、生活品质恶化等问题都可以通过创意的方法来解决。如目前许多创意产业园区建设载体大都是由废弃厂房或老式建筑改造而成。城市创意产业园区模式主要包括博物馆型、公共游憩空间型、商旅文联合开发型等。国内冯之浚^[17]认为,创意产业可以促进城市经济增长,提升产业结构,促进对外贸易,有效扩大就业,实现城市经济可持续发展。褚劲风等^[18]认为,创意产业是城市经济新的增长点和创新型城市的突出点,是生产性服务业与消费性服务业的有力组合,文化的思想性与知识的技术性的有机融合,产业组织区域集群化与企业组织小型化的有效结合,是缓解一系列城市问题的有效途径之一。在积极推进创新型城市建设中,大力发展创意产业是城市发展必然的战略选择。

香港是我国创意产业发展最为成熟的城市,创意产业已成为香港经济的重要增长点。早在2001年香港创意产业产出高达460亿港元,占GDP总量的3.8%。2002年香港创意企业达3万多家,从业人员17万余人。1996—2002年亚洲金融危机期间,香港创意产业年均增长率仍达到6.1%。2003年香港特别行政区政府提出:“创意产业是知识经济体系中的重要环节”。2004年香港特别行政区政府启动2.5亿港元推出“设计智优计划”,并成立“创意及设计中心”。作为国内经济最发达的城市,上海在发展创意产业方面拥有得天独厚的条件,创意产业也成为促进上海经济增长和提升上海城市竞争力的主要支柱产业之一。2004年上海创意产业增加值为493.1亿元,占当年全市GDP的6.6%,同比增长15%^[19]。国内其它城市在推动创意产业发展方面也取得了一些建设性的成果,许多城市形成了一些区域性的创意产业链。比如北京的大山子艺术区,上海的泰康路艺术街、多伦路文化名人街、福州路文化街,深圳的大芬油画村等,已受到世人关注。但总体来说,由于认识不明晰等多方面的原因,尽管我国一些城市已将创意产业列为未来促进经济增长的重要产业部门,但目前政府对如何为创意产业发展提供可操作性的指导,以及合理制订出切实可行的产业发展政策方面,仍然存在很大的不足;导致了大部分城市的创意产业园区建设仍然停留在简单模仿和低水平重复建设阶段,对于如何结合城市实际以及本土历史文化传统来发展创意产业缺乏明确的认识。如何准确定位创意产业在城市发展中的功能与地位,明确提出符合自身实际的创意产业发展的具体策略,通过创意产业的发展来促进产业结构升级和转变经济增长方式,提升城市知识竞争力将成为下一个有待深入研究的课题。

4 关于我国创意产业存在的问题与发展措施的研究综述

随着创意经济浪潮在我国的席卷,国内学者对创意产业发展过程中存在的问题、存在的优势与面临的机遇以及该采取何种措施,展开了深入的研究。关于当前发展创意产业过程中存在的问题,研究者认为主要有以下几个:一是思想认识不到位、规划不合理、定位不明确。如我国大部分城市将创意产业局限化,投入巨资构建的创意产业园区几乎都是文化创意产业园的翻版或是对某一特定创意产业园区的模仿,甚至有人将音乐、美术、影视、设计、动漫、出版等行业等同于“创意产业”^[20]。二是未能形成长远的产业发展规划。如王如忠^[21]研究发现,上海在发展创意产业中存在以下问题:理论研究落后于实践、产业价值链延伸不够、园区规划整体协调不够、创意人才不足、急于求成。三是政府政策支持不力。目前政府已出台相关产业政策,但对于如何建立创意产业协调机构和扩展政府服务方面的认识不足,特别是在税费优惠、土地规划、资金投入、知识产权保护等方面的工作明显不够。四是我国经济增长呈现出阶段性和地区差异对创意产业发展造成极大的制约。五是创意人才的缺乏。目前我国许多创意从业人员大部分都是半路出家^[22]。

对于如何发展创意产业,研究者也提出了不同的建议。荣跃明^[23]认为,发展创意产业需要一定的条件,包括:经济增长达到一定的水平;产业结构有内在的升级需求;市场向纵深化发展;创新资源的存量基础;产业组织结构具有协作演进的可能性;经济社会消费需求升级等。王如忠^[24]提出不同城市必须从自身的实际条件出发寻求发展创意产业的模式。在产业选择上,走适合本土的特色产业之路;在产业运作上,注重与高新技术的结合;在园区建设上,走多方整合协调发展之路;在产品开发上,注重原创性;市场开发上,积极开拓海外市场;在人才培养上,注重多层次复合型人才的培育;在具体措施上,加强组织领导,加强规划指导,加强政策扶持,重视人才培养,拓宽融资渠道。厉无畏^[25]认为,发展创意产业关键在于创意的产业化实现过程,即构建以价值创新为核心,把文化创意、技术、产品和市场有机结合起来的、完善的价值系统。潘瑾等^[26]认为,创意属于智力成果,具有无形性、公共性、不易控制性、易逝性等特点,必须加强知识产权保护。北京文化创意产业发展研究课题组认为,全球经济一体化所带来的巨大市场空间已经成为推动创意产业发展的强大动力。创意产业应适应适应全球化趋势,大力实施国际化发展战略,积极参与国际分工,逐步提升创意产业的国际竞争力。在具体策略上必须从发展战略、产业平台、相关制度、知识产权以及人才培养等方面来加强国际化发展。

由于目前我国北京、上海、杭州、深圳等少数经济发达城市已经进入具备了发展创意产业的良好条件,在城市发展创意产业的优势分析上,研究者也提出了自己的看法。上海在发展创意产业方面的优势在于具有多元文化优势、产业基础优势、环境资源优势、人才优势^[27-28],发展特征在于依托大学、改造旧厂房及仓库等方式创立创意产业基地^[29],发展趋势是呈现出集群化发展^[30]。上海市发展创意产业必须加强认识,把创意产业作为战略性支柱产业。必须借鉴发达国家经验,建立健康的制度性、政策性的支持体系和框架;必须探索建立上海创意产业发展园区,发挥示范与辐射作用;必须加强知识产权保护,营造有利的法律与市场环境;必须加快人才培养步伐,加强基础性研究^[31]。北京具有创意氛围浓郁、社会文化条件优越、城市形象良好、人居环境和谐、产业集聚规模初步形成的优势。北京要建设成为创意产业品牌城市,必须结合品牌城市理论和创意产业集群理论,需要解决营造创意产业集群的基础条件、创意产业环境的基本建设和创意产品品牌建设3方面的问题^[32]。也有研究者提出杭州不仅具有发展创意产业的天然条件,而且还具有人才优势、科技优势、文化优势、产业集群优势等,杭州在发展创意产业方面应加强组织和制度建设,加大对中小型创意企业的扶持力度,构建创意产业发展的公共服务平台,加强创意产业园区建设,促进创意产业集聚发展,加快创意人才队伍建设,扩大投融资渠道^[11]。

如何将创意与城市基本建设以及城市经济发展结合起来,明确所在城市在发展创意产业方面的制约因素,找出促进创意产业发展与建设创新型城市所依赖的一些共同的生态因子,并采取切实可行的措施来构建促进创意产业发展所需要的生态环境,以培育或激发创意产业的创新能力是下一个重要的研究目标。

参考文献:

- [1] 厉无畏. 创意产业导论[M]. 上海:学林出版社,2006.
- [2] 金元浦. 创意产业的全球勃兴[J]. 社会观察,2005(2):22-24.
- [3] 理查德·E·凯夫斯. 创意产业经济学[M]. 北京:新华出版社,2004:3-11.
- [4] 盛垒. 北京发展创意产业的战略意义、比较优势及其应对策略[J]. 北京社会科学,2005(3):72-80.
- [5] 奚建华. 从文化产业到文化创意产业:现实走向与逻辑路径[J]. 浙江学刊,2007(6):192-194.
- [6] HOWKINS J. The Creative Economy. How people make money from ideas [M]. Allen Lane, the Penguin Press,2001.
- [7] 罗兵,温思美. 文化产业与创意产业概念外延与内涵比较研究[J]. 甘肃社会科学,2006(5):117-120.
- [8] 金元浦. 当代世界创意产业的概念及其特征[J]. 电影艺术,2007(3):5-10.
- [9] 浙江省发改委课题组. 推动文化产业更好更快发展——浙

- 江文化产业发展思路研究[J]. 浙江经济, 2007(7):12-13.
- [10] 吴俐萍. 创意产业发展的政策支撑体系研究[J]. 科技进步与对策, 2006(11):21-24.
- [11] 郭立伟, 何树贵, 饶宝红. 杭州创意产业发展问题研究——基于对五大创意产业园区的调查[J]. 经济问题探索, 2007(12):179-183.
- [12] 钱竞, 胡波. 创意产业发展模式借鉴与探索[J]. 经济论坛, 2006(4):47-48.
- [13] 吕方. 世界文化发展与英国创意产业[J]. 世界经济与政治论坛, 2007(6):106-109.
- [14] 吴昌南. 世界创意产业的发展及其启示[J]. 经济纵横, 2006(9):48-50.
- [15] 吴俐萍. 创意产业发展的政策支撑体系研究[J]. 科技进步与对策, 2006(11):21-24.
- [16] 李立新. 我国创意产业发展的国际借鉴[J]. 商场现代化, 2007(7):359-360.
- [17] 冯之浚. 变“头脑创新”为“现实财富”——创意产业与城市发展[J]. 科学学与科学技术管理, 2006(9):5-13.
- [18] 褚劲风, 高峰, 马吴斌. 上海城市与创意产业园区协调发展研究[J]. 中国人口·资源与环境, 2007, 17(6):139-142.
- [19] 周莉华. 试论新的经济增长点——创意产业[J]. 南方经济, 2005(1):63.
- [20] 盛国荣. 论创意产业与东北老工业基地的振兴[J]. 生产力研究, 2007(2):107-109.
- [21] 周福铭. 积极营造推动上海创意产业发展的新环境[J]. 上海企业, 2006(11):45.
- [22] 盛垒. 北京发展创意产业的战略意义、比较优势及其应对策略[J]. 北京社会科学, 2005(3):72-80.
- [23] 荣跃明. 中国发展创意产业的战略思考[J]. 电影艺术, 2007(3):11-14.
- [24] 王如忠. 上海文化创意产业发展的战略思路与对策研究[J]. 上海经济研究, 2007(10):76-83.
- [25] 潘瑾, 陈晓春. 上海创意产业知识产权保护问题及对策研究[J]. 上海企业, 2006(5):28-29.
- [26] 北京社会科学院课题组. 北京文化创意产业国际化发展战略研究[J]. 北京社会科学, 2006(6):18-22.
- [27] 荣跃明. 上海创意产业发展的现状和前景[J]. 毛泽东邓小平理论研究, 2005(1):70-76, 54.
- [28] 吴绍中. 加快上海创意产业的发展[J]. 湘潭大学学报:哲学社会科学版, 2006, 30(2):45-47.
- [29] 厉无畏, 于雪梅. 关于上海文化创意产业基地发展的思考[J]. 上海经济研究, 2005(8):48-53.
- [30] 周福铭. 上海都市型产业发展的新亮点[J]. 上海企业, 2006(7):23.
- [31] 厉无畏, 王如忠, 缪勇. 积极培育和扶持创意产业发展提高上海城市综合竞争力[J]. 社会科学, 2005(1):5-14.
- [32] 刘丽, 何有缘. 创意产业品牌城市的建设——以北京为例[J]. 科学对社会的影响, 2007(4):38-41.

(责任编辑:陈晓峰)

Research Commentary and Theory Envision on creative industries

Cao Ruzhong¹, Cao Guihong²

(1. Management School, Donghua University, Shanghai 200051, China;

2. Humanity College, Donghua University, Shanghai 201620, China)

Abstract: Research Commentary and Theory Envision on Creative Industries After commenting the study of the content and the characteristics of the creative industries, and the study of practice development of creative industries, the research of the relationship between creative industries and the economic development of urban, as well as the research of the problems and development measures of creative industries, the paper points out the current situation of theoretical research on the creative industries, and puts forward the problems yet to be studied in depth in the creative industries.

Key Words: Creative Industries; Research Commentary; Theory Envision