

[文章编号] 1009-3729(2012)06-0073-04

# 文化创意产业发展机理框架的构建及政策建议

陈要立

(郑州轻工业学院 经济与管理学院, 河南 郑州 450002)

**[摘要]**通过对国内外创意指数及理论模型的考察,发现:创意指数由创意产业的形成条件和发展结果两个方面构成,在此基础上可借助“钻石模型”构建出文化创意产业形成与发展的机理框架。依据该模型,建议我国政府在制定发展文化创意产业政策时要依据当地经济 and 市场需求,加强文化创意氛围的构建,加大对知识产权的保护力度,完善文化创意产业人才的培养和引进机制,加强科技创新,提高文化创意产业的科技含量,以促进文化创意产业的发展。

**[关键词]**创意指数;文化创意产业;知识产权保护

**[中图分类号]**F026.9 **[文献标志码]**A **[DOI]**10.3969/j.issn.1009-3729.2012.06.014

随着居民收入水平的不断提高,消费结构会发生更深层度的变化,居民在精神文化方面的消费将会进一步增加。文化创意产业在国民经济中的支柱作用会更加重要,大量的产业要素会加速进入文化创意产业领域,形成强大的供给能力。<sup>[1]</sup>

关于文化创意产业的准确界定,目前尚没有一个标准的概念。在美国称“版权产业”,在英国叫“创意产业”,而日本、德国、荷兰等国家称之为“文化产业”。不论如何称谓,其对经济发展的重要作用日益显现。从目前来看,我国各个地区政府已经或正在制定出台促进文化创意产业发展的相关政策。但相关政策缺乏针对性,效果并不十分明显,原因固然有产业发展初期缺乏实践支持,以及我国各城市经济发展不平衡等客观因素,但一个重要原因不可忽视,那就是缺乏一套能够有效评价文化创意产业发展整体绩效的指标体系,以反映产业发展实际,并进行检验和政策调整。因此,有必要针对目前中国文化创意产业的发展情况制定出相应的评价指标框架体系<sup>[2]</sup>,并依托该框架体系进行科学的政策建议研究。

## 一、国内外创意指数研究述评

文化创意指数是指近年西方一些文化创意产业

成熟的国家或地区衡量创意产业成效的指标体系,他们力图通过建立全新的、旨在衡量地区创意状况和决定创意发展因素的统计性框架,评估和督察创意城市竞争力。由此引发的如何衡量一国或地区文化创意产业发展状况问题是国内外专家学者目前研究的热点。<sup>[4]</sup>

国外对于创意指数的研究成果较为丰富,联合国和各国政府已纷纷成立了专门的研究小组,各种指标模型也应运而生。其中值得关注的有:1997年联合国社会发展研究所和教科文组织的《针对文化和发展的全球性报告:建立文化数据和指数》,2002年德国著名社会理论家乌尔里希·贝克的《地区文化发展的衡量和指数》,美国著名社会理论家理查德·佛罗里达2002年的先驱性著作《创意阶层的崛起》及他2004年与艾琳·泰内格莉合著的《创意时代的欧洲》等<sup>[5]</sup>。这些研究运用众多学科如人类学、社会学和经济学等来建立文化指数系统,多样性、创造力、全球化、参与度都是这些指数系统的重要指向。其中最为著名的就是理查德·佛罗里达的3Ts指数及其创造的美国创意指数和欧洲创意指数以及被国际认可和接受的全球创意指数。3Ts指数是指一个创意产业必须具备人才(talent)、技术(technology)和宽容度

[收稿日期] 2012-07-10

[基金项目] 国家社会科学基金(10BJY010);河南省教育厅自然科学研究计划项目(2010A630085)

[作者简介] 陈要立(1977—),男,河南省鄢陵县人,郑州轻工业学院讲师,硕士,主要研究方向:区域经济与技术创新。

(tolerance)3个关键要素。

此外,英国学者查尔斯·兰德利以人员质量、意志与领导素质、人力的多样性与各种人才的发展机会、组织文化、地方认同、都市空间与设施、网络动力关系7个因素作为基底,分析了创意城市发展规模经历从停滞、萌芽、起飞阶段到活跃、普及再到形成创意中心、创意城市等10个等级。<sup>[7]</sup>

2004年,香港特区政府委托香港大学文化政策研究中心开展并发表的《香港创意指数研究》,参考了国际上具有前沿性的创意衡量基准,创造性地吸纳了理查德·佛罗里达创立的3Ts指数模型及其应用成果欧洲创意指数的精华,结合本地状况建立了5C模型,该框架包含结构与制度资本、人力资本、社会资本、文化资本与创意成果,强调4种资本形态的互动是影响创意增长的决定因素,它包含88个指标。<sup>[8]</sup>

2006年上海市创意产业中心在借鉴美国、欧洲和香港创意指数体系的基础上,从中国国情和上海市创意产业发展情况出发,建立起来一套创意指数体系,设立了产业规模、科技研发、文化环境、人力资源、社会环境5个方面共35个分指标。<sup>[9]</sup>2007年经过重新修订的创意指数,更加关注科技发展对文化、经济活动的深刻影响,强调文化、技术和经济三者的深度融合。但上海创意指数涉及文化创意产业城市环境指标不够。此外,该指标体系主要是立足于上海市的实际情况提出的,具有较强的特殊性,不适合其他城市生搬硬套。<sup>[10]</sup>

综合国内外学者的研究,创意指数构建的理论基础主要是3Ts指数或香港的5C模型,或是二者的综合。由于5C要素的特征体系基本能够概括中国各地区在经济社会文化方面的许多特征,所以国内更多的是采用5C模型同时参考3Ts指数。在评价和影响文化创意产业发展的众多因素中,有很多重叠和相似之处,在一定程度上可以相互转化、替换,尤其是国内创意指数的研究都是依托国情和文化背景,在指标的设计上可以归结为两个部分,一部分是文化创意产业形成和发展的基础和条件,其中包括为形成和发展创意产业的创意产业人才资本、独特文化资本、社会资本、制度/结构资本、科技资本等指标;另一部分就是文化创意产业形成和发展的结果包括创意成果、产业规模以及产业效益等。

## 二、基于创意指数的文化创意产业形成与发展机理框架

在《国家竞争优势》中,美国哈佛商学院教授迈

克尔·波特提出了国家或地区取得竞争优势的“钻石模型”。<sup>[11]</sup>他认为,国家竞争优势说到底,是产业的竞争优势问题,分析问题应从产业入手。“钻石模型”认为决定一个国家或地区的某种产业竞争力的有4个因素:生产要素、需求条件、相关支持性产业以及企业战略、结构、竞争的表现。这4个要素具有双向作用,形成钻石体系。在4要素之外还存在两大变数:政府与机会。机会是无法控制的,是可遇不可求的;政府政策同样是一大变数,它不是决定性的,其作用的发挥需要以4要素(4要素的相互作用及配合)为基础。

“钻石模型”这个产业竞争优势分析模型同样也适用于当今的文化创意产业。将“钻石模型”和文化创意指数的构成要素进行合并分析,就可构建出如图1所示的文化创意产业的形成与发展机理框架。

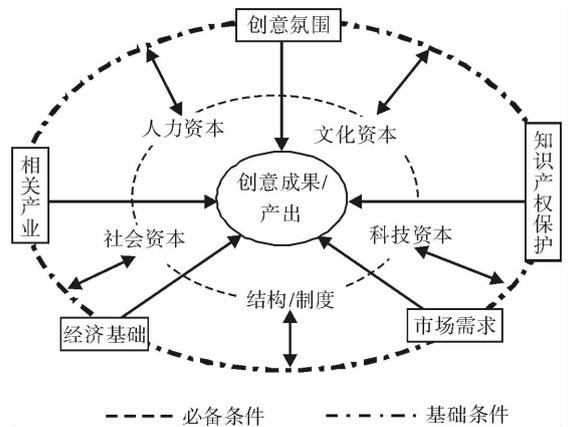


图1 文化创意产业形成与发展机理框架

要促进文化创意产业的形成与发展,最终实现竞争优势的获得,需要创意氛围、经济基础、市场需求、知识产权保护和相关产业5个方面形成的基础条件圈,还要人力资本、社会资本、文化资本、科技资本和结构/制度5个方面形成的必备条件圈,进而通过基础条件圈与必备条件圈的相互作用形成一个复杂的整体系统,这些因素彼此协同、相互促进,让文化创意产业由无序走向有序,由单一分散走向园区发展和集群发展,产生一定的创意成果进而促进创意产业发展,实现规模、效益以及当地经济结构的良好发展等目标。

基础条件圈是文化创意产业形成和发展的宏观影响因素,这5个因素通过直接和间接的手段提供创意产业形成、发展的养分。创意氛围是文化创意产业发展的温床;科技等产业的支撑是关键;经济基础和市场需求是文化创意产业形成和发展的市场环

境;而知识产权保护是基本法律制度保障。必备条件圈是核心要素资源条件,对创意产业的发展具有紧密的关系,一个地区的文化创意产业的人力资本态势和潜力、文化资本态势和潜力、科技资本态势和潜力以及产业内企业的制度结构安排设计与该地区的文化创意产业发展息息相关。人力资本和社会资本是文化创意产业发展的源泉和可持续动力;文化资本是文化创意产业的灵魂。

### 三、基于文化创意产业形成与发展机理框架的政策建议

依托众多创意指数构建的文化创意产业形成与发展机理框架,清晰地表达出文化创意产业的形成和发展内在机理及一般规律。基于此,提出如下具有针对性的务实政策建议。

#### 1. 制定政策要依托当地经济水平和市场需求状况

较高的经济发展水平是发展文化创意产业的前提。如文化创意产业发展水平较高的美国、英国、瑞典和芬兰等,都是经济十分发达的国家;而在亚洲地区文化创意发展水平较高的国家也主要是发达国家日本,以及新兴工业化国家韩国和新加坡。在我国,文化创意发展较快的城市,如北京、上海等,其经济发展水平也都相对较高。较高的经济发展水平是发展文化创意产业的前提,其主要原因在于:较高的经济发展水平为文化创意产业发展创造了市场;较高的经济发展水平为发展文化创意产业提供了物质保障。根据国际经验,人均 GDP 1 000 ~ 3 000 美元之间,是一个消费结构转型升级阶段,此阶段恩格尔系数急剧下降,家庭文化娱乐消费占总消费支出的比重会有明显上升。只有当经济发展到较高水平,人们的基本生活需要得到满足后,才开始逐渐追求更高层次的精神需求,此时,对于文化创意类产品的市场需求才开始大量增加。<sup>[12]</sup>

这就需要当地政府分析当地的消费结构特征和趋势,本着量力而行的原则,根据消费指数等合理规划和发展文化创意产业,不要盲目追求规模化、效益化,相关政策的出台要符合当地的经济发展水平和市场需求状况,避免搞重复性建设,要分阶段分步骤,通过合理的政策制度来实现文化创意产业的发展。

#### 2. 加大文化创意氛围的构建

吴予敏<sup>[13]</sup>认为,文化创意产业不是要简单地发展规模的大众消费文化,而是要培育对人类多元文

化的尊重和分享的伦理态度,把这种伦理态度与对人类的关怀、健康的审美趣味结合起来,过度的商业化绝对不是我们应有的取向。考察欧美、日本等发达国家和地区的文化创意产业会发现,他们在国际文化产业上的领先不是偶然的,越是文化创意产业非常集中、非常发达的地方,博物馆、艺术展会就越是发达,民间自发的文化活动也越发活跃。我们如果只重视知识的教育,而社会整体的文化创意环境缺失,就会失去原创的源头<sup>[13]</sup>。因此,相关部门要依据我国“十二五”规划,出台相关政策积极营造当地良好的文化氛围,依托博物馆、艺术馆,通过先进的媒体手段等弘扬本地区的优秀特色文化。

#### 3. 知识产权保护贯穿始终

文化创意产业的真正核心在于创新和创造力,而对知识产权的保护实际上就是对人的创造力和创新能力的保护,开发与运用知识产权是文化创意转换的关键。文化创意产业如果没有相关法律制度作为保护,将出现无序竞争的局面,这势必极大地打击新创意设计,形成“剽窃抄袭—恶性压价—无力创新—继续抄袭”的恶性循环,其后果是“劣币驱逐良币”,最终制约文化创意产业的健康发展。

实现产权保护需要增强社会公众和企业的知识产权保护意识。创意方要努力提高自身的知识产权保护意识,广泛采用防伪标签、数字加密等技术措施对创作成果进行保护,对新技术和新产品及时进行商业秘密保护或申请专利。政府要加大对知识产权的宣传教育力度,用简单易懂的语言和贴近群众、贴近生活、贴近实际的生动案例,针对企业和个人普及知识产权法律知识,在全社会营造崇尚创新精神、尊重知识产权的氛围。<sup>[14]</sup>

要完善文化创意产业知识产权保护制度建设。知识产权涉及保障科技创新、国际合作、执法及资讯自由流通等多个层面。例如,英国制定了完善的法律体系来保障多方面的知识产权,并设立了一个独立的知识产权网站,提供使用者和创作者关于版权、商标、专利及设计等信息,以促进资讯的自由流通。我国知识产权的重视程度低,盗版现象严重,若不加以控制将会严重削弱创新的积极性。我国应进一步完善相关法律法规,为文化创意产业的发展创造一个有利的空间<sup>[15]</sup>。

#### 4. 加强文化创意产业人才的培养和引进

人的智慧是文化创意产业的主要资源,要发展文化创意产业,就要培养有创造性的人才。人才培养不仅要重视职业技能,更要关注其思想认识的提

高。要提高民众的文化素养,使其充分认识文化创意产业,了解文化创意人群。因为文化创意阶层的形成不仅取决于创意人本身,更直接受制于社会大众的认可 and 接受程度。整个社会应形成尊重知识、尊重人才、崇尚创新的多元文化氛围。

其次,相关政府部门要推进高等院校文化创意产业人才培养体系建设,促使高校培养出更多与市场接轨的文化创意产业人才。同时,政府和行业协会还要建立健全文化创意人才资格认证系统。文化创意产业是新兴产业,会产生很多的职业门类,对于新职位的涌现,政府部门要对其进行资格认证,规范文化创意人员的素质标准和创意人才市场。

文化创意产业融合性、开放性的特点使其发展不仅需要内部资源的支持,更需要外部资源不断为其注入新鲜血液,增加新的活力。这就需要政府制定优惠政策吸引相关人才,促进文化创意产业人才的合理流动。抓好住房、子女入学、落户等人才引进优惠政策的完善与落实,以适宜文化创意产业发展的硬件环境和宏观政策环境来集聚文化创意人才,从而形成一支由国内外优秀文化创意类人才组成的创业团队。<sup>[16]</sup>

### 5. 加强科技创新,提高文化创意产业的科技含量

文化创意产业与高科技是互动共生的关系。科学技术的大量应用为文化创意产业的蓬勃发展提供了基础和动力,同时,文化创意产业的发展又反过来促使经济社会更好地将科学技术融入到生产力的发展过程中,并为科学技术的进一步发展提供经济保障和智力支持。科学技术除了直接促进部分创意产业的诞生和发展之外,还通过通讯技术、媒体展示等功能为许多创意经济提供良好的交流和传播平台,间接地促进创意经济整体发展。

我国的文化创意产业发展首先要抓住重点,以科技创新引领广电、通讯、信息等产业突进,以内容生产为纽带,推动产业格局重组,使网络文化产业走向前台。要打造网络内容产业的爆发式增长产生的产业链条,使文化创意产业真正成为信息产业的高端。其次,要开发应用文化传媒领域最尖端、最前沿的技术业务。另外,还要利用新技术,形成文化科技优势,促进文化创意产业升级。<sup>[18]</sup>

### [参 考 文 献]

- [1] 陈要立. 后金融危机时期河南省文化创意产业发展路径研究[J]. 郑州轻工业学院学报:社会科学版,2011(3):102.
- [2] 罗欣. 创意产业发展指数研究初探[C]//提高全民科学素质、建设创新型国家——2006中国科协年会论文集. 北京:中国农学通报期刊社,2006.
- [3] 于启武. 北京文化创意指数的框架和指标体系探讨[J]. 艺术与投资,2008(12):67.
- [4] 冯根尧. 城市创意指数测度指标体系设计[J]. 商业时代,2009(10):114.
- [5] Richard Florida, Irene Tinagli. Europe in the Creative Age, Pittsburgh, Carnegie Mellon Software Industry Center [M]. London: Demos, 2004.
- [6] 陈颖, 高长春, 张科静. 浙江省创意指数及指标体系研究[J]. 科技进步与对策, 2010(2):116.
- [7] 张科静, 仓平, 高长春. 基于TOPSIS与熵值法的城市创意指数评价研究[J]. 东华大学学报:自然科学版, 2010(1):81.
- [8] 香港特别行政区政府中央政策组. 香港创意产业基线报告[EB/OL]. (2003-09-16)[2012-06-15]. <http://sc.info.gov.hk>.
- [9] 上海创意产业中心. 2006上海创意产业发展报告[M]. 上海:上海科学技术文献出版社,2007.
- [10] 黄娟, 王玉帅. 北京创意指数指标体系构建探析[J]. 特区经济, 2010(9):66.
- [11] [美]迈克尔·波特. 国家竞争优势[M]. 北京:中信出版社,2007.
- [12] 蔡荣生, 王勇. 国内外发展文化创意产业的政策研究[J]. 中国软科学, 2009(8):77.
- [13] 吴予敏. 高等教育的滞后制约了文化创意产业的发展[J]. 深圳大学学报:人文社会科学版, 2009(4):65.
- [14] 王海燕. 创意产业发展的知识产权保护[J]. 特区经济, 2007(11):250.
- [15] 刘荣. 基于体验经济的我国创意产业发展路径研究[J]. 工业技术经济, 2010(4):45.
- [16] 汤华杰. 加快杭州文化创意产业发展的政策建议[J]. 杭州科技, 2010(5):42.
- [17] 冯琪. 城市创意产业发展影响因素研究[D]. 西安:西北大学, 2010.
- [18] 李一森. 我国文化创意产业发展战略中的公共政策研究[D]. 厦门:厦门大学, 2009.