

中国创意产业发展报告 (2010)

张京成 主编

中国创意产业研究中心

中国经济出版社

总报告——中国创意产业迈向国家战略

2009年，中国创意产业在经济异常困难的情况下逆势而上，科技对创意产业的支撑作用加强，融资难问题也得到部分缓解，国家和地方对创意产业的关注度持续升温；随着我国经济的回升向好，创意产业发展的经济基础和社会环境进一步转好。而《文化产业振兴规划》的出台，是中国创意产业发展的重大利好，创意产业从此迈向国家战略。

2009年是新世纪以来我国经济发展最为困难的一年，国际金融危机扩散蔓延，世界经济深度衰退，我国经济受到严重冲击。在异常困难的情况下，全国各族人民在中国共产党的坚强领导下，坚定信心，迎难而上，顽强拼搏，从容应对国际金融危机冲击，在世界率先实现经济回升向好，改革开放和社会主义现代化建设取得新的重大成就，各项社会事业取得新的进展。在这种形势下，中国的创意产业也实现了在危机中的逆势上扬，全国范围内掀起了新一轮的创意热潮；而《文化产业振兴规划》的颁布实施，又把创意产业推向了国家层面的战略高度，创意产业正面临新的机遇。

按照世界经济规律，周期性的经济危机并非世界经济的末日，危机当中往往孕育着新一轮的产业革命。1857年和1929年的世界经济危机分别引发了以电气革命和电子革命为标志的第二、三次产业革命，科技创新成为世界经济走出泥淖的唯一途径。而这次全球性金融危机，也只有靠创意和创新才能够拯救实体经济。创意产业作为一种新兴的产业形态，以文化为内容、科技为支撑、创意为动力、产业为载体，成为突破资源和能源瓶颈的制约，在危机中逆势而上、一枝独秀，成为扭转经济局势的重要力量，展现出在经济萧条中的顽强生命力，明确揭示了产业变革的方向。种种迹象表明，世界正在进入创意时代。

回顾2009年，中国经济在世界经济深度衰退的形势下快速复苏，创意产业成为引领性力量；展望2010年，在世界创意经济浪潮中，中国如何争当创意革命的领导者，我们拭目以待。

一、基本判断与定位

2009年，我国创意产业上升为国家战略，呈现逆势上扬的发展态势，科技对创意产业的支撑作用加强，融资难问题也得到部分缓解，国家和地方对创意产业的关注度仍在不断升温。从总体上看，随着我国经济回升向好的势头在逐步增强，国民经济实现保持平稳较快发展，创意产业发展的经济基础和社会环境进一步转好。

（一）我国成功应对国际金融危机和世界经济衰退带来的巨大冲击，经济增速达到8.7%，呈现回升向好的势头，支撑创意产业发展的宏观大环境进一步转好

国民经济保持了平稳较快增长，我国在全面建设小康社会道路上又迈出坚实的一步，为创意产业发展提供了良好的经济、社会基础。全年国内生产总值33.5万亿元，比上年增

长 8.7%；财政收入 6.85 万亿元，增长 11.7%；粮食产量 53082 万吨，再创历史新高，实现连续 6 年增产；城镇新增就业 1102 万人；城镇居民人均可支配收入 17175 元，农村居民人均纯收入 5153 元，实际增长 9.8% 和 8.5%。

一系列刺激消费政策，促使消费对经济的带动作用显著增强，支撑创意产业发展的消费市场进一步转好。中央财政投入资金 450 亿元，补贴家电汽车摩托车下乡、汽车家电以旧换新和农机具购置。减半征收小排量汽车购置税，减免住房交易相关税收，支持自住性住房消费。全年汽车销售 1364 万辆，增长 46.2%；商品房销售 9.37 亿平方米，增长 42.1%；社会消费品零售总额实际增长 16.9%，消费对经济增长的拉动作用明显增强。

产业结构调整力度加大，制定并实施了十大重点产业调整振兴规划，国家对创意产业的需求升级。在产业结构方面，第一产业增加值 35477 亿元，增长 4.2%；第二产业增加值 156958 亿元，增长 9.5%；第三产业增加值 142918 亿元，增长 8.9%。第一产业增加值占国内生产总值的比重为 10.6%，比上年下降 0.1 个百分点；第二产业增加值比重为 46.8%，下降 0.7 个百分点；第三产业增加值比重为 42.6%，上升 0.8 个百分点。而《文化产业振兴规划》的颁布实施，更加明确了创意产业在未来文化发展中的战略地位。

在应对国际金融危机的困难情况下，政府更加注重保障和改善民生，切实解决人民群众最关心、最直接、最现实的利益问题，为创意产业发展奠定坚实的社会基础。中央财政安排就业专项资金 426 亿元，比上年增长 59%，实施困难企业缓缴社会保险费或降低部分费率、再就业税收减免及提供相关补贴等政策，鼓励企业稳定和增加就业；普遍建立养老保险省级统筹制度，出台包括农民工在内的城镇企业职工养老保险关系转移接续办法，在 320 个县开展新型农村社会养老保险试点，推动我国社会保障制度建设迈出历史性步伐；进一步促进教育公平，大幅度增加全国教育支出，其中中央财政支出 1981 亿元，比上年增长 23.6%；稳步推进医药卫生事业改革发展，组织实施医药卫生体制改革，中央财政医疗卫生支出 1277 亿元，比上年增长 49.5%，城镇职工和城镇居民基本医疗保险参保 4.01 亿人，新型农村合作医疗制度覆盖 8.3 亿人¹。

（二）创意产业不仅经受住了世界性金融危机的考验，而且呈现逆势上扬态势，成为各地抗危机、保稳定、促发展的重要力量和新的经济增长点

在国际金融危机影响难言见底，世界经济出现初步企稳回暖的迹象下，2009 年我国创意产业成为推动经济创新的重要力量。我国创意产业经受住了金融危机的考验，并且带动工业领域积极创新，推动第一、第二、第三产业加速融合，成为经济转型、结构调整、消费增长的积极推手，在带动各个产业创新、转型、积极融合的同时，自身也得到了大力的发展，呈现逆势上扬的态势，成为各地抗危机、保稳定、促发展的重要力量和新的经济增长点。

任何一场经济危机发生之后，都需要由创新带来突破，依靠发现新市场、增加新动力、寻找新的经济增长点来战胜困难，在本次金融危机中我国的创意产业无疑扮演了这样的角色。20 世纪 30 年代美国的经济危机，造就了好莱坞电影的辉煌，1997 年的亚洲金融危机使韩国做出了发展网游的选择并获得了成功，当前的全球金融危机着实让实体经济遭遇沉重打击，却为创意产业的发展开启了新的时代。

¹ 政府工作报告. 新华网. 2010 年 3 月 5 日

创意产业通过科技、文化和智慧相结合，取得知识产权的生成，降低了对资金、土地、能源等有形资源要素的要求，对金融危机有着积极的抵御能力。金融危机对加工制造业影响较大，我国浙江、广东和江苏等外向型加工出口基地因为国际市场的需求下降受到很大冲击，而像北京、大连等以软件、设计和文化创意为主的城市，受到的影响则要小很多，创意产业显示出抵御危机的能力。创意产业中多数产业和人们的生活紧密相关，创意产品可以满足不同经济承受能力人们的个性需求，并带来了新颖的技术感受和庞大的信息内容，人们在享受游戏、动漫画、数字影视、出版、演出等创意产业提供的产品和服务中获得极大的满足和乐趣，大大减轻金融危机带来的种种压力，帮助人们获得更多的慰藉。以电影产业为例，2009年电影产业保持了强劲的上升势头，全年全国城市的电影票房收入达到62.06亿元，同比增幅达到42.96%。动漫网游行业经历了高速高质大发展的一年，全年国产动画产品时长达到14.27万分钟，是5年前的30倍²。

金融危机下，全国各地纷纷采取措施寻找新的突破口，加大了创意产业发展力度。2009年北京创意产业实现产业增加值1497.7亿元，占GDP比重为12.6%，连续第6年稳步增长³；上海创意产业规模持续增长，增加值预计达到1200亿元，增幅继续保持两位数，创意产业集聚区总数已达81家，覆盖14个区，入驻企业超过4000家，吸引就业8万余人⁴；重庆预计2009年全市创意产业实现营业收入610亿元，同比增长约30%，实现增加值280亿元，同比增长25%，2009年，全市创意产业项目总数达到114项以上，总投资313.46亿元⁵，创意产业发展呈现良好态势，发展格局初步形成。天津、武汉、太原、郑州等地创意产业也都初具规模，成为地方经济发展的新引擎。

（三）《文化产业振兴规划》出台，创意产业进入国家宏观视野，各地纷纷将创意产业提升到战略性新兴产业的高度加快发展

2009年7月22日，国务院常务会议通过了《文化产业振兴规划》，首次明确了“文化创意”是文化产业中的一个属类，和影视、出版、动漫相并列。多年来，对文化产业和创意产业之间的辨析人们一直争论不休，这次规划的出台明晰了二者之间的界限，创意产业进入国家宏观视野。《规划》从国家战略的层面提出重点推进包括文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等文化产业形态，创意产业纳入到和2008年提出振兴规划的10大产业同样的高度。

在《文化产业振兴规划》的带动下，各地纷纷将创意产业提升到战略性新兴产业的高度加快发展。在创意产业发展得比较早也比较好的北京、上海、深圳、青岛等地，主要从高度贯彻、落实创意产业的纵深拓展入手，对创意企业的政策性资金引导、市场化融资、集聚发展和产业链整合出台了一系列措施；即使是创意产业相对落后的贵州、甘肃、广西等省区，也将大力发展创意产业纳入发展的视野，纷纷写进政府的有关政策、文件，并根据自身的资源条件加快创意产业的发展。

以青岛市为例，2009年青岛市创意产业全年完成及在建的创意产业项目总投资额达

² 2009 中国电影全面丰收 票房总收入 62.06 亿. 中广网. 2010 年 1 月 8 日. <http://www.cnr.cn/>

³ 北京文化创意网. <http://www.bjci.gov.cn/>

⁴ 上海市政府官网. <http://www.shanghai.gov.cn/>

⁵ 罗芸. 我市去年创意产业营业收入 610 亿元. 重庆日报. 2010 年 1 月 27 日

236.2 亿元，比 2008 年增长约 22%，创历史最高水平，创意产业成为吸纳社会资本的热点领域。到 2009 年底，青岛市共建成创意产业园区 21 个，总投资额 148.2 亿元，总建筑面积 280 万平方米，建成特色文化街区 18 条，总长度达到 15 公里，年营业额超过 90 亿元，重点建设了中联创意广场、1919 创意园、青岛国际工艺品城、青岛动漫游戏产业园等一批创意产业园区，涵盖创意设计、文化产品生产销售、影视动漫、休闲娱乐等重点文化领域，初步形成了文化产业投资的集聚效应，同时也构建起创意产业战略发展的增长模式⁶。

（四）创意产业投融资渠道和模式逐渐丰富，金融机构开始介入整个创意产业链条中，创意产业的融资瓶颈正逐步破解

2007 年是创意产业投融资元年，经过一个阶段的发展，创意产业的投融资渠道和模式更加丰富，从国家到地方都出台了一系列金融机构介入整个创意产业链条的政策或者措施，创意产业的融资瓶颈正在逐步破解。

从国家层面来说，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，讨论并原则通过《文化产业振兴规划》，至此，文化产业“跃升”到国家战略发展层面。规划明确提出，设立中国文化产业投资基金。按照有关管理办法，由中央财政注资引导，吸收国有骨干文化企业、大型国有企业和金融机构认购。基金由专门机构进行管理，实行市场化运作，通过股权投资等方式，推动资源重组和结构调整，促进国家文化发展战略目标的实现。因此，该规划的出台，是国家对创意产业投融资的一次大力支持，对我国创意产业的发展有着积极的推进作用。

各地的金融机构也纷纷看好创意产业，金融资本开始全方位介入创意产业。其中最具代表性的是北京，2010 年 1 月 12 日，工商银行北京市分行与北京市创意产业促进中心举行了战略合作签约仪式，工商银行北京市分行将每年为文化创意企业贷款提供 100 亿元的授信额度，优先支持中心推荐的优质文化创意企业、创意产业集聚区和重点文化创意项目集群建设，同时，北京银行未来三年将为以动漫网游、文艺演出、古玩与艺术品交易为代表的文化创意企业提供 100 亿元人民币专项授信额度，并优先对市文化局推荐的优秀文化创意企业和重点项目提供融资支持和绿色通道⁷。此外，上海，天津等地都在着力解决投融资瓶颈，积极推挤当地的创意产业，上海形成了全方位的投融资渠道，包括国家与政府投融资、民营投资、国有和民营联合投资、风险投融资、基金会投资等；天津创意产业投融资的渠道主要有政府通过专项资金加大支持力度和通过担保开拓企业融资的“绿色通道”。

（五）科技对于创意产业的支撑作用越来越显著，一批具有代表性的优秀创意作品在科技、文化与创意的碰撞融合中诞生

国际经验表明，科技对创意产业的支撑作用越来越显著。一部优秀的创意作品往往离不开科技手段的支撑，比如动漫设计及网络游戏需要仿真技术、计算机图形技术、数据传输技术等等，没有这些技术的支撑，再新奇的创意也不可能实现。演绎出了 21 世纪电影市场票房神话的《阿凡达》就是一个科技对创意产业支撑作用越来越显著的典型案例，卡梅隆 15 年前就有了电影剧本，但是由于当时技术不成熟所以一直没有拍摄，之后他用 15 年一直

⁶ 李魏.文化创意产业成吸金热点[J].青岛日报.2010 年 1 月 24 日

⁷ 李文蕊. 破解融资难 北京文化创意产业获专项授信[N]. 科技日报,2010-02-01(012).

在研发全新的 3D 技术，直到技术成熟以后才推出了具有震撼效果的阿凡达，给观众带来了一场身临其境的视觉盛宴，这是继从无声电影到有声电影，从黑白电影到彩色电影的又一革命，因此，《阿凡达》的成功表明，没有科技的支撑，就没有如此震撼人心的优秀创意作品。

鉴于科技对创意产业的支撑作用越来越显著，中国也越来越重视科技在创意产业中的重要作用。2009 年上海电影节期间，冯小刚就与美国制作公司签署了关于 3D 技术合作协议，其执导的影片《唐山大地震》在拍摄期间就为 3D 技术留下了空间，从目前制作成功的样片看，技术水准和艺术水准都达到了世界先进水平；几年来，中国的 3D 甚至 4D 短片也取得了突出进步，已经为市场培育了一批观众；中国电影人在“走出去”合作制片的同时，也依托中国电影集团公司基地先进的设备将世界高端技术人才请进来，在他们的指导和监制下，实现软件升级和技术革命。据了解，目前在国家广电总局立项的 3D、4D 电影项目就有 20 多个：《大闹天宫》、《天女散花》、《飞天》、《牛郎织女》等影片都将在高科技制造的梦幻空间中呈现中国传统神话。

（六）传统文化的开发越来越离不开创意元素的加入，创意产业呈现出向传统文化加速渗透的态势

我国是具有悠久历史文化的国家，几千年的中华文明为我们留下了宝贵的传统文化资源。一方面，这些传统文化的开发越来越离不开创意元素的加入，比如一些传统文化通过动漫和网游开发取得了很大的成功。动画片《孔子》，以青少年喜闻乐见的动漫形式，讲述了孔子从一个贫寒少年成长为万世师表的励志故事，将一个活泼、幽默、博学、严谨而亲切的孔子形象呈现在观众面前。改编于中国经典文学名著的网络游戏《西游记》，由蓝港在线采用高性能引擎自主研发，游戏原汁原味地将《西游记》的精彩故事、人物、场景、法宝等悉数融合，结合写实、华丽的美术风格，为玩家呈现一个充满奇幻的神话世界。另一方面，几千年的传统文化为我们发展创意产业提供了素材，创意产业呈现出向传统文化加速渗透的态势。例如，《红楼梦》是我国四大名著之一，社会影响广泛，今天的《红楼梦》已经远远超越了一般的学术研究的范畴，而发展成为一种带有产业性质的状况，围绕着《红楼梦》，出版、研究、影视、旅游乃至餐饮文化等各种行业应运而生。据有人估计，各个出版社出版的不下于几百种版本的《红楼梦》至今在全球已经发行上亿册之多，其中的产值至少有几十亿元。

众所周知，我国的民间拥有戏曲、民乐、剪纸、木偶、皮影等丰富的文化艺术品种，完全可以将其作为创意产业发掘内容的文化资源，与影视、动漫、游戏等创意产业渠道嫁接，利用现代传媒手段加以改造提升，加大市场开拓，形成源水充沛、渠道畅通的创意产业链条。例如，江苏省演艺集团正在南京江宁打造一个由演艺衍生出的创意产业基地——中华戏曲文化博览园，集展演、参与、体验于一体，以中华戏曲展演嫁接迪斯尼模式。它不再把眼光仅盯票房，而是将演艺的创作、生产、演出及演艺的衍生品与旅游、会展融合在一起。形式上类似于迪斯尼主题公园，但内涵依托于中华传统戏曲文化。在这个园子里，集中了中国近 200 个主要剧种，不光是展览和演出，而是以中华戏曲为载体，集展演、体验、参与为一体，吃喝玩娱乐一条龙，颠覆传统演艺模式，有望做成全国第一个 CPD（演艺产业区）⁸。

⁸ 汪秋萍.创意产业，从传统文化中寻找灵感. 新华日报. 2009 年 05 月 13 日

（七）创意产业交易、交流活动依然频繁，“北京国际创意产业博览会”、“上海创意产业活动周”、“中国（深圳）国际文化产业博览交易会”三大龙头热度依旧

2009年11月25日至29日，第四届中国北京国际创意产业博览会举行。本届文博会是《文化产业振兴规划》颁布后我国主办的第一个国家级大型创意产业国际交流与合作盛会，该会全面贯彻国家《文化产业振兴规划》确定的战略导向和战略重点，以“激发文化创新活力，促进经济持续增长”为主题，紧密围绕“扩内需、保增长、促发展”的中心任务，为国内外文化企业搭建了一个集产品展示推广、生产要素交易、产业信息交流、前瞻思想传播于一体的文化经贸服务平台；该会还推进了更多社会资本和外资进入文化产业，同时促进了中国文化创意企业、产品和服务开拓国内外市场。

2009年10月15日至21日，第五届上海国际创意产业活动周举行。本次活动由博览会、论坛、创意盛典三大板块组成，以“创意·遇见世博，设计·品味生活”为主题，全面体现世博会主题中的创意结晶及世博场馆的设计理念。博览会板块推出“创意世博家园”，有澳大利亚、荷兰、丹麦、德国、英国、意大利、法国等国家和台湾、香港地区参与，提前演绎精彩世博，展示各国各地区优秀创意产业成果。创意产业论坛板块以“创意与城市未来”为主题，众多国内外知名专家学者齐聚申城论剑传道，进一步为世博取经探路。创意盛典板块首次联合上海高校与人才服务机构，推出“明日设计之星——上海大学生设计新秀奖”大型评选活动，旨在挖掘一批即将走出大学校门的设计新星，为设计企业输送优秀人才。

2009年5月15日至18日，第五届中国（深圳）国际文化产业博览交易会举行。本次交易会参观人数达351.75万人次，比上届增加83万人次；海外专业观众1.5万人，比上届增长了两成；总成交额877.62亿元，比上届增加了175.3亿元；文化产品出口交易额为87.66亿元，约占总成交金额的1/10⁹。虽然受国际金融危机的影响，但本届文博会却逆势而上，人气指数、成交指数进一步提升，文化产业的核心内容更加突出，文化创意的特色更加鲜明，展会的权威性、影响力进一步提高，真正办出了人气、办出了效益、办出了水平。

此外，各地创意产业交易、交流活动进行得如火如荼。2009年10月16日至19日，第三届中国杭州创意产业博览会举办，本届文博会在规模、内容、专业化及国际化程度上较前两届有较大提升，主会场展览面积达20000平方米，展位超过1000个，参观人数达20万人次¹⁰。2009年7月17日至20日，“首届大连国际教育及创意产业博览会”圆满落幕，展出面积2万余平方米，分动漫展区和教育展区两大版块，本届展会主题鲜明，富有特色，平台广阔，为全国各省市搭建了一个文化产品、文化服务、文化贸易交流交易的有效渠道和服务平台。2009年10月26日至10月30日，天津市首届创意产业活动周举行，该活动周以“创意未来，引领发展”为主题，宣传具有创意的项目、园区和人物，展示天津市的创意成就，整合创意产业的资金、技术、产品、作品等资源，使市民体验到了创意产业产品的魅力，并在大学、企业、各区县掀起了“创意风暴”。

二、存在问题与思考

⁹ 第五届中国（深圳）国际文化产业博览交易会官网，http://www.sznews.com/zhuanti/node_48940.htm

¹⁰ 第三届中国杭州创意产业博览会官网，<http://ccie.xh-expo.com/>

2009 年中国创意产业取得了令人瞩目的成就，保持着良好的发展态势，但仍存在一些制约产业发展的关键问题亟待解决。具体表现在：国家层面的创意产业规划、政策和标准缺失，集聚区建设热度不减但问题重重，融资、版权保护和人才仍然无法满足产业快速发展需求，产业链也急需加强整合等。这些问题解决的好坏，将直接关系到我国创意产业能否实现快速可持续发展。

（一）创意产业已经进入国家宏观视野，但是基于国家层面的产业规划和产业政策仍然缺失，创意产业国家战略亟待明确

2009 年 7 月通过的《文化产业振兴规划》使得创意产业进入了国家宏观视野，标志着创意产业作为产业形态已经上升到国家战略高度。但是，创意产业属于新兴产业，国家的战略目标、投资力度、政策倾斜等需要做出进一步细化，基于国家层面的产业规划和产业政策仍然缺失，创意产业国家战略亟待明确。

我国在 2006 年 9 月出台了《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》，从经济社会发展的全局出发，对未来五年文化发展的指导思想、方针原则、目标任务作出了全面阐述，成为我国第一个专门部署文化建设的中长期规划。但是，《纲要》主要以推动和落实社会主义文化建设为目标，对于文化产业的规划仅涉及其中的第五部分，提出了发展重点文化产业、优化文化产业布局 and 结构、转变文化产业增长方式、培育文化市场主体、健全各类文化市场等战略要求。

《文化产业振兴规划》的指导思想要求“紧紧围绕《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》确定的文化产业发展的各项目标任务和当前文化体制改革的重点，大力培育市场主体，加快转变文化产业发展方式，进一步解放和发展文化生产力，切实维护我国文化安全，推动文化产业又好又快发展，将文化产业培育成国民经济新的增长点”。这样，在文化发展规划纲要和文化产业振兴规划之间，缺乏一个专门的文化产业规划来专门阐述文化产业的发展路径和实施计划。

同时，国家层面的“文化产业”没有特别明确“创意”作为文化驱动力的地位，对于依靠互联网、3G 技术、移动传媒等新型科技发展新兴（创意）产业没有充分体现，没有强调创新、创造在创意产业中的核心地位，事实上造成“文化产业”和“创意产业”各自为阵的两个概念，未来需要强化创意对于文化产业的核心驱动作用，避免文化产业继续走产业形态老化、增长缓慢、体制混乱、效益低下的老路。另外，我国在新闻、出版等领域存在一定的管制，文化创意的产业化、市场化还需要加大开放力度，以吸引更多的资本、人才和技术融入创意产业中来。

在加大投入力度方面，文化创意的产业边界十分广泛，市场主体以中小企业、民营企业为主，无法取得像钢铁、石油、通信等领域的财政资金支持，我国四万亿经济刺激计划也难以像惠及铁路、高速公路、基础设施一样惠及创意产业领域，较难改变目前文化创意企业融资难、做强做大难的困境。因此，尽管国家从宏观层面确立了创意产业的战略地位，但是还需要根据产业的自身特点、发展态势和发展阶段出台更多、更细化的引导措施、优惠政策来全面推动创意产业的快速发展和健康成长。

（二）全国各地大规模建设创意产业集聚区的热度不减，但有园区缺企业、有集聚缺

效益、有管理缺服务等现象普遍存在，创意产业集聚区急需规范化发展

随着《文化产业振兴规划》的发布实施，全国各地文化产业发展明显提速，创意产业集聚区建设向二三线城市延伸，掀起了新一轮园区建设的热潮。上海在 2009 年新认定一批集聚区后，目前全市已授牌的创意产业集聚区已达到 81 家，覆盖了 14 个区¹¹；北京 2009 年没有认定新的创意产业集聚区，但到 2010 年底，北京创意产业集聚区将由目前的 21 个增加到 30 个；广东、浙江、江苏、山东、湖南、河南等省也在大力兴建创意产业园区，集聚区建设热度已经蔓延到二三线城市。然而，在全国创意产业集聚区蜂起时，一些城市和地区有园区缺企业、有集聚缺效益、有管理缺服务等现象却普遍存在，导致集聚区有名无实，或是空壳，或是鱼龙混杂，或是配套服务严重短缺，发展举步维艰。

那么，创意产业集聚区该如何建设和发展，怎样才能走得好，走得长远呢？首先，创意产业集聚区绝不能一哄而上搞“克隆”，而必须实事求是培育产业。在第三届创意产业集聚区发展论坛上，澳大利亚昆士兰科技大学创意产业与创新国家重点研究中心首席研究员金麦克教授就指出，“创意产业集聚区是创意企业的集中地，但如果只是简单复制或者克隆，就会让集聚效应的整体价值大打折扣。”集聚区顾名思义是创意产业的聚集之地，需要有不同类型的创意机构聚集在一起，通过创意思想的碰撞和扩散进而促进相互的成长，集聚区的认定和建设必须建立在创意企业、中介、金融机构、人才等初步实现自发集聚的基础之上，围绕产业进行环境优化，而不是想当然地克隆其他创意园区的概念。其次，对于创意产业集聚区来说，首先属于经济范畴，其次才属于文化范畴，因此，集聚区建设必须时刻关注其对于区域创新、产业升级、经济增长的带动作用，以实现经营效益为目标，将创意产业经营状况作为园区建设的考评标准，坚决杜绝将创意产业集聚区作为“走马圈地”的幌子，将创意产业项目作为圈钱的工具等现象。最后，虽然创意产业集聚区目前不缺乏管理机构，但是管理者的服务能力还远远不够，提升对集聚区内产业链各环节的服务水平，是集聚区长效发展的必然要求。创意产业集聚区需要创意空间，这对设计者和规划者来说都是挑战，它意味着管理者不仅要有跨越商业界限进行竞争或合作的意愿，而且要具备快速学习和运用创意的能力，而这一点恰恰是当前管理者所缺乏的；此外，集聚区发展还必须依托良好的公共服务平台，从而帮助创意企业规避技术风险、降低成本、缩短研发周期，改善产业发展环境、提升创意产业资源品质，所以建设创意产业的公共技术平台、服务平台和融资平台也是当前集聚区建设的重要任务。

（三）金融在支持创意产业发展方面发挥了积极的作用，但与当前创意产业快速发展的金融需求相比，仍存在不小差距，融资渠道和模式须进一步拓宽

尽管在过去的一年里，创意产业融资难问题已经得到了政府和金融界的关注，并采取了积极的措施，发挥了积极作用，效果也逐步显现，但与当前创意产业快速发展的金融需求相比，多数创意企业仍长期处于融资逆境，寻求强大、优质、持续的资本合作，一直是这个产业面临的现实需求。而从创意产业的特征来看，融资难问题是与生俱来的。首先，创意产业形成过程的不确定性、创意产品生产的不确定性、以及创意产业市场需求的不确定性，决定了创意产业本身就是一个典型的高风险投资行业，在当前国际金融危机余波未尽的形势

¹¹ 孙财元. 徐璐. 明年底上海创意产业集聚区将达 100 个. 新闻晚报. 2009 年 10 月 23 日

下，较大的投资风险将更加加大创意产业融资困难；其次，创意企业规模一般较小、信用等级比较低、缺少可以做抵押担保的资产，一定程度上影响了金融支持创意产业发展的积极性；第三，创意产业的智力和知识等无形资产的价值标准难以确定，核心产品的价值难以评估，未来的运营收益也很难预期，进一步加大了创意产业融资难度。创意产业融资的渠道和模式仍须进一步拓宽。

要促进我国创意产业的持续发展，就需要资源整合，拓展和完善我国的投融资渠道和模式，实现创意产业资金来源的多元化，从根本上改变过去单纯依靠政府财政支持、投资渠道单一，基本上靠创意企业自身滚动发展，民间投资渠道不畅、对外资控制过严的局面。因此，在创意产业的融资渠道建设和模式创新方面，首先应以政府投入为引导，树立其杠杆作用，撬动企业自身投资。无论是我国自身的发展还是发达国家的经验，都证明了创意产业发展初期离不开政府的支持。以北京市为例，从 2006 年起北京市建立了创意产业专项资金，市政府每年安排 5 亿元向社会支持文化产业的发展，几年来北京市创意产业专项资金已经投放 20 亿元，支持重点产业项目 358 个，带动社会资本近 200 亿元¹²，有效地发挥了专项资金的带动作用。其次，金融资本的进入是创意产业发展壮大的一个重要条件和基础，可以通过政府的介入，与商业银行展开战略合作的形式，提供专项贷款，同时可以采取对贷款业务进行补贴的方式，实现风险分担，鼓励担保机构为创意企业担保提供融资服务。第三，利用外国直接投资，推进创意产业资源配置的国际化。目前我国利用外资的程度还相当低，吸收外资进入我国创意产业的方式很多，而引入外资，不仅仅是需要借助其资金，更重要的是引入其先进的管理模式，完善内地文化企业的公司治理结构，增强我国创意企业的核心竞争力。此外，在当前金融危机背景下，通过产权评估、资信担保和市场化运作，进行创意产业的知识产权融资，也成为创意企业的一种重要融资模式。

（四）人才匮乏仍是我国创意产业发展的瓶颈，传统教育无法提供创意土壤，创意人才产出率低，建立创意人才培养的有效体制和机制，是引领产业发展的关键

一方面是为数众多的企业苦苦寻觅高端创意人才，一方面却是大量低端人才找不到就业机会，这正是当前中国创意人才培养面临的尴尬局面。在创意经济时代，经济发展最重要的生产要素已经是那些拥有创意与创业能力的人才。当前我国创意产业发展的“瓶颈”依然创意人才的极端匮乏，而现行教育模式又无法为创意人才培养提供土壤和养分，导致创意人才尤其是高端创意人才短缺问题极难解决，创意人才的培养和储备已成为未来中国创意产业能否实现大发展的关键。

我国对于创意人才的需求，主要体现在以下几个方面。第一，从特点上来讲，两类创意人才中国严重缺乏，一是既通晓创意内容又擅长经营管理的管理者，二是灵感迸发、创意迭现的创作者，二者同时缺失直接导致中国无法形成具有国际影响力的创意品牌；第二创意产业前景广阔，但人才培养急功近利，从事各创意行业的人才教育与培养无法满足实际需求，以动画为例，目前我国开设了动画专业的高校，专科本科一共是 282 所，再加上遍布各地的民营动漫教育培训机构，每年毕业的学生就将达到 10 万余人，而真正有创意创作能力的寥

¹² 陈东. 北京第四届文博会动漫产业发展国际论坛发言. 2009 年 11 月 27 日

寥无几，如何能使动画教育在普及的基础之上提升针对性成了教育界共同关注的焦点¹³。第三，创意产业理论研究队伍中复合型人才极少，大多数成员知识结构不合理、学科规范缺乏、视野狭窄，对创意产业规律的探讨不深入，做表面文章多，在知识储备上难摆脱偏见成见。第四，可以预测的创意人才的储备基数很大，但是真正能从其中脱颖而出的人很少，能够达到高端要求的有效人才就更少，说明中国缺乏创意产业人才的发掘机制。

面对以上诸多问题，从源头上来说，创意人才需要教育体制、教育思想的保障。着眼社会现代化进程，发展创意产业应该采用新的体制教育：一是创新教育，创意需要有创新意识和创新本领。二是个性教育，创意是个性的、求异求新的。三是复合式人才教育，创意产业人才知识思维结构要跨越艺术、文学、经济学、哲学等多个学科。四是实务性教育。创意产业教育一定要强调实务教学，突出教学内容的可操作性和现实针对性，切忌理论空谈。要深入剖析创意产业的各个层面，致力于向学生传授创意产品生产的特殊规律、运作过程、生产技艺，讲解创意产品经营、管理及文化组织的具体操作方式与规则等。还要大量采用案例教学、活动模拟教学以及加大课外实践。总之，发展创意产业需要建立“人才第一”的理念，构建一种新的人才培养吸纳和使用机制，从而在根本上保障创意产业大发展。

（五）创意产业发展在创意保护、企业认定、项目扶持、园区建设等方面仍然显得比较盲目，指导产业发展的标准化体系缺失，建立相关管理标准十分迫切

尽管当前创意产业发展受到全国各大城市的普遍重视，并在政策、资金、项目、人才等方面给予了大力支持，在全国范围内形成了一大批创意产业集聚区。但是，目前我国创意产业发展在创意保护、企业认定、项目扶持、园区建设等方面仍然显得比较盲目，缺少科学的理论依据，导致产业支持对象不明确、发展路径不清晰、集聚效应难以充分体现等系列问题，归根结底是由于创意产业仍然缺少一套科学、系统的标准，包括创意产品认定标准、创意人才认定标准、创意企业认定标准、以及创意园区认定标准等在内的整个标准化体系。

因此，通过调研创意产业对各种标准的实际需求，建立文化创意产品、人才、企业和集聚区的认定制度，形成创意产业标准化体系，是规范产业发展的基础性工作。通过“创意产品”标准化，满足产业发展中对“创意”保护、“创意”融资的需求；通过创意人才标准化，促进文化创意人才的培育和集聚；通过文化创意企业标准化，明确和规范政策的实施对象，划定资金、项目等的支持范围，提升政策效果；通过建立创意产业集聚区评价标准，构建评价信息系统，监测和揭示创意产业集聚区发展过程中的社会经济问题和环境问题，指导集聚区产业发展规划。在明确各项标准化指标的基础上，才能明晰我国创意产业的建设方向和目标，引导政府、园区、企业、个人等更好地贯彻创意产业发展战略。

当然，创意产业的标准化工作并不是将“创意”标准化，创意本身是无法标准化的，但是作为产业来讲，要规范发展，其中就涉及到产业规范和技术标准问题。目前，在创意产业标准化问题方面，北京市已经做了一些探索，北京市第一个涵盖创意产业的标准化基地“中关村科技园区国家高新技术产业标准化示范区”已经落户中关村，它的建设目标是国内一流的参与制定有自主知识产权的国际、国家、行业、地方标准的技术联盟服务平台。而由北京市质量技术监督局批复，由北京市质量技术监督标准化研究所负责筹建的“北京市创意产业

¹³ 王可. 中国每年盲目催生 10 万余名动漫毕业生. 北京商报. 2009 年 11 月 09 日

标准化技术委员会”，已经开始了创意产业相关标准的研究，迈出了创意产业的规范化发展的第一步。

（六）我国创意产业发展中，内容发掘跟不上渠道开拓，产业链效应与发达国家差距明显，创意作品急需赋予真正的创新内涵

近几年，通过与国际市场交流和接轨，我国创意产业已逐渐形成了共同开发、联合运营、合作共享、融合发展、创新营销的崭新业态关系，产业链延伸和市场营销都更加成熟，产业链形态日渐清晰，主要分为上游的价值形成和下游的价值实现两大阶段。前者包括创意资源的发掘和创意产品的制作等环节；后者包括媒介、流通、发行、包装、演出、会展、文化场馆等传播渠道，与现代文化传播体系大致吻合。二者前呼后应，形成产业链效应。

其中，创意资源的优良与否在根本上决定着创意产品价值的大小，而创意资源是否优良具体表现为文化内容是否丰富。因此，创意产业价值形成的核心也就聚焦在了内容之上。缺乏内容这个根基，创意产业也就失去了可持续性，变为无源之水、无本之木。虽然渠道能够影响创意产业价值实现的效率和质量，但在内容与渠道的关系上，内容为王，渠道为臣。然而，我们却观察到，国内创意产业的发展在产业链状态上正在失去平衡，即科技的进步正在推动产业渠道迅速成熟，而产业内容的发掘却后劲乏力。一方面，网络科技的出现，使传播手段发生了革命性变化，加速了创意产业的产品和服务的传播，使发达国家和发展中国家的在创意产业传播渠道领域站在了共同平台。同时，随着我国文化传播体系建设的迅速推进，国内的影视播映、出版传媒等渠道已经具备了世界一流水平，影视剧数目、电台播出时间成规模巨幅增量，网站、杂志层出不穷、日新月异。另一方面，在产业渠道传播的内容上却呈现出千篇一律、题材单调、炒冷饭等普遍现象，反映了国内创意产业在源头资源上的文化浮躁心态，在产业成长过程中的急功近利心态，导致许多企业生长期过短，创意产品和服务快餐化。创意产业链在内容与渠道之间呈现出明显的“僧多粥少”局面，上游肠思枯竭，下游“等米下锅”。中国创意产业在内容上的创意发掘已经跟不上渠道开拓的步伐，暴露出文化开发与科技进步的脱节。

与此同时，外国电影、动漫、游戏等创意产品大面积抢滩中国市场，且不说取得巨大产业利益的《阿凡达》、《哈利波特》等国外原创文化题材，仅就美国人利用中国文化题材开发的《花木兰》、《功夫熊猫》等商业影片，日本人利用《西游记》、《三国演义》创造的动漫和游戏产业价值，哪一个都令中国的创意企业望尘莫及。同样拥有现代化的传播渠道，中外的产业价值差异却如此巨大，这向我们释放了一个明确的信号，在渠道手段难分伯仲的今天，“内容”已经成为创意产业盈利的关键。

因此，创意不仅是作为手段和工具的渠道创新，更重要的是对人的意义和价值的文化响应。在创意产业的发展上，中国不能再搞一百多年前工业发展初期的“洋务运动”，片面渴求产业的外在形式，而忽略产业的本质内容。在战略思路，需要把我国的内容性资源优势与先进的手段性资源优势有机结合，推进创意产业发展。

（七）创意产业发展缺少特色和重点，各地同质化严重，具有国际竞争优势的创意产业龙头企业和龙头行业还没有形成，产业发展迫切需要龙头行业带动

但凡创意产业发展成熟的国家，不仅有自己的龙头企业，还有自己的龙头行业。美国

的好莱坞电影，在全世界所向披靡；日本的原创漫画，让他们的国民进入了读图时代，其衍生品带来的巨大利润不用细说；韩国的电视剧，让我国的剧迷在午夜还为它里边的故事泪如泉涌。中国的创意产业，谁做龙头？

近年来，由于各地争相发展导致创意产业盲目跟风现象十分严重，始终未能形成国家个性和城市个性，产业发展始终处于低级阶段，真正有影响力的创意龙头行业几乎没有。以动漫产业为例，在诸多利好政策的刺激下，中国动漫业近两年迅速升温。据不完全统计，目前全国有二十几个省市将动漫作为新兴产业大力扶持，北京、上海、苏州、杭州、广州、深圳、大连、长春等地相继出台优惠政策，建立动漫产业基地；200多所大专院校开办了动画专业；各种动画节、动漫展、动漫论坛、动漫培训班纷纷举办……似乎，中国动漫在经历了漫长的“严冬”之后，终于迎来了春天。而事实上，目前我国动漫产业与日本等国家相比，在市场环境、人才培养、优秀作品、产业链等方面存在全方位的巨大差距，在国际上的影响力也微乎其微。中国创意产业在定位龙头行业方面，还有待继续探索。

中国创意产业目前仍处于初级阶段，中国的文化、创意和产业想要欣欣向荣走向世界，迫切需要龙头行业来带动，不能全国一窝蜂齐头并进地发展，要因地制宜找重点，寻找和培育牵一发动全身的龙头行业。而对于中国的创意产业，具有五千年灿烂光辉历史的民族文化是其获得永恒竞争力的源泉，因而在行业龙头的发掘上，仍然必须以特色传统文化为依托，应着力打造中国特有的文化符号，才能寻求差异化的国际竞争优势。

三、发展趋势与展望

2010年，是我国继续应对国际金融危机、保持经济平稳较快发展、加快转变经济发展方式的关键一年，也是全面实现“十一五”规划目标、为“十二五”发展打好基础的重要一年。对于创意产业来讲，2010年的宏观经济环境将会明显好转，创意产业发展将迎来黄金期，但是面临的形势仍极为复杂。特别是在产业结构调整、经济发展方式转变、寻求新经济增长点等方面，创意产业将肩负更多任务，也面临着重要的历史机遇。

（一）我国经济虽然率先复苏，但经济结构优化调整的任务依然艰巨，创意产业作为战略性新兴产业，将成为推进产业结构升级和经济发展方式转变的必然选择

2009年3月5日，温家宝总理在十一届全国人大二次会议上作政府工作报告，提出“要加快发展现代服务业。促进金融、现代物流、信息资讯、软件和创意产业发展，拓展新兴服务领域。”创意产业第一次被提到了国家政策层面。在全年经济增长保八任务的实践中，创意产业在“保增长、扩内需、促就业”方面的重要作用非常明显，为经济形势企稳向好做出了重要贡献。对于中国经济的发展而言，创意产业与实体经济直接关联，能够产生巨大经济效益，它既是在2008、2009年带领经济走出危机的先导产业，又能够在2010年通过构建创意产业完善的价值系统和发展模式，形成包括核心产业、支持产业和衍生产业的产业群，通过向其他产业注入各种创意元素优化产业结构，从而带动一批产业的兴起和一批产业的升级。同时推动传统产业创新，甚至更广泛领域的系统性创新，推动经济发展方式转变。相信围绕2010年“调结构”的经济主题，创意产业必将继续发挥更大的作用。

第一，在产业特点上，创意产业始终具备成为全新经济增长点和经济结构调整着力点

的先天优势。创意产业充分体现了科技、智力与文化的结合，能够充分利用文化资源、科技人才资源进行创新发展，具有科技含量高、资源消耗低、环境污染少、发展潜力大的优势。它的高渗透性、高增值性及其高融合性使其能够有效地促进经济发展方式的转变。创意产业近几年的发展实践已经充分说明，它的确能够把文化作为产业源头、把科技作为实现手段，以创意为“引信”、以产业为“弹体”，从而在拉动市场扩张、促进产业聚集方面产生“爆炸”效应。因而能够在推进产业结构升级的过程中，善于突破传统生产要素的瓶颈制约。同时，虽然国际金融危机虽然有所缓解，但其对实体经济的冲击仍记忆犹新，这使得企业层面和政府层面对调整升级产业结构、转变经济发展方式的愿望更加迫切。创意产业优良的产业特性使其成为国外发达国家和地区普遍采取的重要战略举措。它们大都通过创意产业转化了产业资源、提升了产业价值、优化了产业结构、扩张了消费市场，成功转变了经济发展方式。

第二，在拉动消费上，发展创意产业符合促进文化建设与经济建设相协调的客观需要，能够继续发挥作用。我国社会已经从解决基本温饱问题到全面实现小康方向发展，在此阶段，除了生存型需求之外，发展型需求和享受型需求有巨大潜力。最新统计数字显示，北京、上海、广州等大城市居民的消费结构正在向以发展性和享受性消费为主的阶段转变，对文化、艺术、精神、娱乐产品的消费需求与日俱增。其中蕴含的发展型需求和享乐型需求，都跟创意产业有关。因为创意产业面对的是文化产品和精神产品的需求，侧重扩大文化产品市场、刺激文化产品消费，这正是人民群众日益增长的物质文化需求的重要组成部分。所以发展创意产业能为消费者提供丰富的文化创意产品和服务，有效刺激内需，直接推动经济发展。此外，创意产业还具有无尽的开发潜力，几乎每一个价值链环节都可以开辟新的消费领域，推动消费方式转变，培育消费群体，提高消费需求，拉动经济健康增长。

第三，在城市发展理念上，创意产业已经成为众多“创新城市”的最新潮流，是我国大城市转变经济发展方式的正确选择。一方面，按人均消费水平超过 1000 美元将使“恩格尔系数”偏向文化消费的理论，我国已有不少城市具备发展创意产业的要求和条件，并成为日后经济增长的重要支柱。创意产业以文化为核心创造力，提升城市的综合竞争力，提高和巩固城市在地区中的地位，从而在众多城市的转型中迅速崛起，在促进产业升级和转变经济发展方式方面发挥了巨大作用，成为实现“创新城市”的一条捷径。另一方面，创意产业的发展模式有利于城市经济实现由外延式的、单纯靠投资驱动的经济发展模式，转变为靠科技创新和消费增长为主的内涵式经济发展模式，从而在国家经济发展方式的转变中抢得先机。

此外，创意产业大部分是中小企业，而中小企业能容纳 70% 的就业，因此在促进就业方面，创意产业也将继续发挥重要作用。总之，在 2010 年，创意产业的蓬勃发展对经济发展的观念、路径和价值创造模式，以及城市发展方式、社会生活方式都将继续带来革命性改变。发展创意产业仍将成为我国社会经济发展和产业优化升级的一个必然选择。

（二）随着《文化产业振兴规划》的落实，全国将会掀起新一轮创意产业热潮，创意产业有望成为中小城市发展的特色和亮点

《文化产业振兴规划》是新中国成立 60 年来文化产业的第一个专项规划，为加大文化产业政策扶持力度、完善产业政策体系、推动产业跨越式发展提供了政策支持。随后，文化部发布《文化部文化产业投资指导目录》进行细则性补充，对文化产业投资进行了全面梳理

和引导，将文化产业划分为鼓励类、允许类、限制类和禁止类四类，揭示了文化产业具有示范和拉动效益的重大项目。《规划》以及相关配套性文件的出台，彰显出全国创意产业新的发展契机和巨大市场商机，随着各地对《规划》的细化和落实，将掀起全国范围内新一轮的创意产业发展热潮，带动相关产业的发展，催生新的产业业态，加快经济发展方式的转变，使创意产业成为推动经济社会发展的强大引擎。

值得注意的是，《文化产业振兴规划》特别强调要“加快发展具有鲜明地域和民族特色的文化产业群”，这将极大地调动国内中小城市发展创意产业的热情。与大城市无法比拟的人才、资本等优势相比，许多中小城市往往具有发展创意产业得天独厚的鲜明特色，这些中小城市要么具备浓厚的地域特征和民族风俗，要么拥有深厚的历史文脉和文化内涵，要么坐拥怡人的自然环境和城市空间。只要抓准定位，充分发掘并利用中小城市的特色，就能成为发展创意产业的重要动力和源泉。一些中小城市已经在利用特色资源发展创意产业方面迈出了成功的步伐，例如，云南丽江依托丰富的民族文化资源，通过创意与文化旅游、民族民间工艺、演出演艺业等产业形态的结合，在政府、企业和个人的合力作用下，提升体验式文化旅游，打造丽江文化创意品牌，构建了以“丽江”为标识的国际性创意平台，极大的促进了当地经济的发展。

在国家宏观政策的导向下，中小城市对于创意产业的关注将持续加强，中小城市间的竞争也将从以往单纯的经济指标比拼，转向在梳理城市文脉、创意城市文化等较高层次的竞争上。随着中小城市特色资源与城市文化、经济以及科技的整合，创意产业不仅将在中小城市得到巨大的发展机遇和空间，而且将大大增强城市的竞争力和辐射功能，助推城市的转型和发展，成为中小城市发展的特色和亮点。中小城市创意产业的发展，将加速创意在更广的地域范围内向其他行业的渗透，形成创意产业在不同城市间多元并存、梯度分布、齐头并进的良好态势。

（三）经过几年实践，北京、上海等创意产业先锋城市的集聚区建设思路将由企业集聚向产业集聚、功能集聚和服务集聚转变，集聚区规模效应和示范效应将逐步凸显

就在各地创意产业基地、园区等项目纷纷上马，创意产业集聚区如雨后春笋般涌现时，上海市经济委员会却突然宣布对4家迟迟不开工、管理混乱、产业导向偏离原规划的创意产业集聚区实行摘牌，并表示2010年前上海不再授牌新的创意园区，原定的百家创意园区目标也“暂缓考虑”；北京市创意产业集聚区的认定也出现了谨慎和放缓的趋势。这些曾经的创意产业先锋城市的举措表明，经过几年实践，政府对集聚区的建设已经趋于理性，不再单纯追求数量增长，开始向求质量、要效益转变，也就是说政府意识到通过认定集聚区，简单的使企业扎堆，并不能带来真正意义上的产业集聚。

当前，北京、上海等大城市，甚至是中小城市的创意产业集聚区已经不少了，今后的建设方向不是认定更多的集聚区，而是将现有集聚区向产业集聚、功能集聚和服务集聚转变。在产业集聚方面，将完善准入条件，杜绝鱼龙混杂的现象，促成真正属于创意产业范畴的、产业链上下游的企业和机构集聚，提高产业集中度；在功能集聚方面，将明确集聚区功能定位和功能目标，形成清晰的盈利模式和管理理念，向创意要效益，着眼于带动行业的发展；在服务集聚方面，将切实提升政府、中介、金融机构的服务能力，推动建立无形资产、知识

产权及其价值评估体系，健全、完善创意项目风险评估、交易、担保的法律规范，提供公共技术、投融资等全方位的服务。

集聚区建设思路的转变，要求进一步整合产业资源，通过向集聚要效益，集聚区的规模效应和示范效应将逐步显现。在整合产业资源的过程中，将更加注重企业分布的集群化、资源配置的专业化、产业运作的法制化、表现形式的多样化、企业规模的错层化以及产业链的完整化。每个园区的发展都将保持自己在某一领域形成完整的产业链系统，发挥自身的优势，不断强化规模，整体形成若干个产业链，最终使整个城市所有创意产业集聚区形成一个全产业链。通过产业链之间的协同和互补，将更好的发挥集聚效益，展现集聚区的规模效应和示范效应。

（四）各种版权交易平台的建立，将使文化产权交易成为撬动创意产业的杠杆，破解创意型中小企业的融资难题

国内创意产业以中小企业为主，处于产业发展的成长阶段，对资金需求非常高。据调查，67%的创意企业依靠自有资金发展，还有 24.71%的企业靠自有资金和银行贷款共同发展，采取其他融资方式的企业则非常少；90%以上的企业已把融资列为一项必要的战略规划，51%的企业资金需求量为 1000 万至 5000 万元，20%的企业需要 5000 万元以上资金¹⁴。与旺盛的资金需求相对的是，创意企业在做新的产品项目开发时，没有不动产及其他可以做抵押的资产，尽管它们拥有很多版权，然而，这些无形资产的评估很困难，并且行业内缺乏有实力的担保人，这使得融资难成了制约创意企业特别是中小型创意企业发展的最大困扰。

2008 年 6 月，国务院颁布《国家知识产权战略纲要》，为提升我国知识产权创造、运用、保护和管理能力做出了战略性规划。2009 年 5 月 8 日，首个国家级版权交易系统正式开通，北京版权产业融资平台也同步启动，对版权保护和有序流动起到了积极的促进作用，开通首日即有总额超过 1 亿元的 30 个项目挂牌交易，覆盖影视、音乐、动漫等版权项目。2009 年 6 月 15 日，国内首家文化产权交易所在上海成立，所有符合国家相关规定、产权清晰、能成为文化产权标的物的各类文化产权，如影视剧的版权、动漫的版权、舞台剧衍生产品开发的版权以及著作权以及各类文化专利等，都可以进入上海文化产权交易所进行交易，寻求合适的融资渠道。继上海文化产权交易所之后，深圳也于 2009 年底成立了深圳文化产权交易所，中国文化产权交易所则将于 2010 年年内落户北京，国家级产权交易平台的建立将对创意产业的投融资发挥重要作用。

今后，将有更多的各级各类版权交易平台诞生，与此同时，随着包括方法、模型、标准样本、服务体系在内的评估标准的完善和推出，权威的版权价值评估体系也将相继建立。在版权价值能够被合理、公允地评估的基础上，通过各种版权交易系统更多的权利人和使用者能够高效的展示作品、实现交易，这将极大的激发创意工作者的创作热情，掀起全民创意的浪潮，使创意作品空前繁荣，从而将开启创意产业新的发展阶段。借助各种版权交易平台，大量的版权作品将不断积聚，吸引足够的投资人和项目人，形成一定的市场规模，有效破解创意型中小企业融资难的困境，为创意产业的发展提供充裕的资金保障。

（五）文化体制改革进入深入攻坚阶段，转企改制的成功推进大大增强了行业的生机

¹⁴ 中国工业设计协会创意产业测评中心，《2009 中国创意产业高成长企业发展报告》，2009 年 11 月

和活力，创意产业将在更加激烈的市场竞争环境中蓬勃发展

在改革基础相对薄弱、改革进度相对滞后的条件下，2009年，文化体制改革进入了由试点先行、稳步推进到攻坚克难、全面推进的新阶段。在地方出版、发行、电影等行业经营性单位转制工作中取得了一系列显著成果：268家地方出版社体制改革工作基本完成，全国35家需要转制的国有电影制片单位已有33家完成转制，全国29家需转制的省级电影公司已有26家完成转制，全国共有118家文化系统国有院团已经实现转企改制，全国29个省份65家需转企改制的电视剧制作机构已完成转制38家¹⁵。

随着经营性文化事业单位和国有文化企业向企业制、公司制改造，在中央和地方都涌现出一大批成功转企改制的新文化市场实体，涉及演艺、动漫、游戏、新闻出版、网络文化、影视传媒等众多领域。在院团改革方面，河南整合演艺资源转制组建河南歌舞演艺集团有限责任公司，并进一步整合了转制后的河南省演出公司、河南中州影剧院、河南文化艺术音像出版社，延伸产业链条；在新闻媒体改革方面，上海成立广播电视台，组建上海东方传媒集团有限责任公司，探索建立了事业产业统筹协调、分开运行、分类管理、整体发展的新模式；在文化资源整合方面，江苏省演艺集团探索建立“苏演院线”，以控股、参股、加盟等方式整合了市县剧场资源。这些成功的探索大大增强了行业的生机和活力，在面向市场的转换过程中，逐渐摸索出了一条出精品、出人才、出效益的新路。

文化体制改革进一步突破了资本形式和融资渠道的单一性，广州、深圳等地已经基本形成了创意产业多元化投资主体结构，呈现出国家、集体、股份制、民营、个体及中外合作、深港合资、外商独资等多种所有制形式并存的发展格局。随着改革的深入，还将产生更多的创意产业市场主体，这些新增市场主体大多具有雄厚的实力，在体制变革后，其市场竞争能力将显著增强。一方面，新的市场主体的加入将改变原本以中小企业为主的创意产业市场生存环境，使创意产业各类市场主体间的竞争更加充分，激发中小型创意企业的发展潜质，在优胜劣汰中涌现出一批更有实力的创意企业；另一方面，通过激烈的竞争，创意产业的市场体系将趋于完善，行业分布和竞争格局将更加清晰，创意产业作为未来战略性新兴产业的支柱地位将得以巩固。

（六）在文化产业跨地区、跨行业的兼并重组过程中，创意的强渗透力逐步体现，越来越多的传统行业正在向创意产业升级

文化体制改革旨在打破按部门、按行政区划和行政级次分配文化资源和产品的传统体制，打破条块分割、地区封锁、城乡分离的市场格局，加快建立健全统一开放、竞争有序的现代文化市场体系。随着国家政策与财政扶持力度的加大，在演艺、音像、娱乐、艺术品等产业还将出现新一轮并购重组的高潮，出现更多跨地区、跨行业兼并重组形成的大型国有文化企业、集团。这些与创意息息相关的巨无霸们将成为我国文化产业的主导力量和文化产业的战略投资者，在增强国有文化资本的控制力和影响力的同时，还将强化与创意产业的关联度及竞合关系。

以改革力度最大的新闻出版业为例，在改革过程中，创意不断向出版业渗透，出现了创意产业与传统出版行业的大规模融合，为传统出版业的发展带来了新的机遇。作为“中国出

¹⁵ 中国经济体制改革研究会，《文化体制改革取得新的重大实质性进展》，2010年2月

版传媒第一股”的辽宁出版集团和北方联合出版传媒，就是改革过程中形成的传统出版领域的“航空母舰”，两者联手强势进入动漫业，联合收购蓝猫动漫 55% 的绝对控股权，以资本运作的方式集聚“中国出版传媒第一股”与“中国动漫第一品牌”资源，联合打造“中国动漫第一股”。《蓝猫龙骑团》就是三方借助资本实力，跨地区、跨媒体、跨行业、跨所有制联合打造的第一部精品力作，甫一面世便展露出强劲的势头：国家广电总局推荐它为 2009 年度第四批优秀国产动画片，全国上百家地方电视台争相购买了播映权，玩具推向市场后授权收入已超过 1000 万元，动画抓帧版图书将由北方联合出版传媒出版发行，同名全三维特效电影正在加紧制作，产业链条多向延展。这一经典案例就是兼并重组、融合发展，产业创意化、创意产业化的完美演绎，充分体现了创意的强渗透力。

“创意”元素作为产业发展舞台上的主角，不仅作用于传统文化产业，还将作用于制造业、旅游业、服务业甚至是农业，推动中国制造走向中国创造。创意渗透到工业、农业乃至传统产业的任何领域，将催生全新的产业形态，使越来越多的传统行业向创意产业升级。创意驱动下的产业升级、变革，将有助于产业结构的改善、经济发展方式的转变、经济增长质量的提高，使创意产业及创意驱动下的其他产业在未来发展中获得更大的成长空间。

（七）继深圳成功申请联合国教科文组织“设计之都”之后，上海和成都 2009 年又分别成功申请“设计之都”和“美食之都”，创意产业全球网络化趋势更加明显

“设计之都”和“美食之都”是联合国教科文组织对加入联合国全球创意城市网络的城市授予的称号。联合国全球创意城市网络是联合国教科文组织于 2004 年创立的项目，该项目对应的是联合国《保护和促进文化表现形式多样性公约》，旨在把以创意和文化作为经济发展最主要元素的各个城市联结起来形成一个网络。加入该网络的城市被分别授予 7 种称号：“文学之都”、“电影之都”、“音乐之都”、“设计之都”、“媒体艺术之都”、“民间艺术之都”和“美食之都”。鉴于该网络的权威性，加入这个网络获得其中一个称号，就等于迈上了该领域国际合作与交流最权威和便捷的平台。深圳、上海成功申请“设计之都”，成都成功申请“美食之都”是这些城市的创意产业地位在国际上被认可的最好的证明，无疑这将大大提升我国创意产业在国际上的影响力。

在全球创意城市网络的这个平台上，成员城市相互交流经验、互相支持，帮助网络内各城市的政府和企业扩大国内和国际市场上多元文化产品的推广，这在一定程度上会加快创意全球化的步伐。同时，日益密切的国际合作将推动创意全球化。目前，各国贸易和投资自由化持续推进，国际交流和分工更加密切，不同文化背景的思想交流使世界范围内的文化多元化成为一种不可逆转的潮流，并支撑创意产业蓬勃发展，已经兴起很多新的合作方式主要有合作开发、外包、专利引进、品牌代理等。因此，创意产品的国际化分工将全世界从事同一行业的人们都卷入这一“创意”过程，创意全球化的趋势在国际合作和分工这一时代背景下将变得更加明显。