

文章编号:2095-0365(2016)03-0037-04

“创时代”背景下我国文化创意产业的发展路径研究

王银灿, 邢红梅

(石家庄铁道大学 马克思主义学院, 河北 石家庄 050043)

摘 要:“中国创时代”全面开启。“创时代”在为我国的文化创意产业提供了机遇的同时也带来了一系列的挑战。为了增强我国文化创意产业的国内影响力和国际竞争力,需要新的环境下探索我国文化创意产业的发展路径,这就需要文化创意产业通过拉动创业引擎,保护创意阶层;实现触网转身,促进创意集聚,提升文化创意产业品质,促进供给侧改革;构建法律保护体系,引进第三方治理等路径来把握机遇应对挑战,从而为当前“创时代”背景下的文化创意产业发展提供借鉴。

关键词:文化创意产业;创时代;路径

中图分类号:G124 **文献标志码:**A **DOI:**10.13319/j.cnki.sjztdxxbskb.2016.03.07

“创意产业”一词最早源于英国,是指源于个体创造力的技巧和才华,通过开发和运用知识产权、创造财富并增加就业潜力的产业,通常包括广告创意、建筑设计、时尚设计、艺术品和工艺品、美术、电影、音乐表演艺术、互动休闲软件、电视、广播、出版等^[1] 13 大门类,其本质是为消费者提供多元化、差异化、高层次的精神体验^[1]。文化创意产业在经济、文化社会等方面展现了自己独特的力量,文化创意产业对国民经济增长的贡献逐渐上升。当前,文化产业占国民经济比重的3.7%,到2020年,这一数字将力争达到5%,从而成为国民经济的支柱性产业。文化创意产业还以物质的形态彰显着中国文化软实力,它通过将文化资源转为文化资本,成为变资源优势为产业优势的关键环节和重要路径。此外,文化创意产业还能够满足人民群众的精神需求,孕育和培养民族精神,增强核心价值观的影响力。在2015年3月5日的政府工作报告中,“大众创业、万众创新”被提升到中国经济转型和保增长的“双引擎”之一的高度^[2]。在“创时代”背景下,各个领域都掀起了创新和创业的高潮,文化创意产业也应紧紧抓住这

一时代脉搏,为中国“创时代”增添力量。

一、“创时代”背景下我国文化创意产业所面临的机遇

(一)创业人数攀升,文化企业增多

随着李克强总理提出“大众创业、万众创新”的口号,政府鼓励创业的激励政策不断出台,创新驱动创业,创业带动就业成为“新常态”下的新引擎。2015年7月《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》中指出要充分利用国家自主创新示范区、科技企业孵化器、大学科技园、商贸企业集聚区、小微企业创业示范基地等现有条件,通过市场化方式构建一批创新与创业相结合、线上与线下相结合、孵化与投资相结合的众创空间,为创业者提供低成本、便利化、全要素的工作空间、网络空间、社交空间和资源共享空间。实施新兴产业“双创”行动,建立一批新兴产业“双创”示范基地^[3]。受创业环境变化影响,中国每天有一万多家企业注册,平均每分钟就会有7家公司诞生。文化创意产业也不断发展壮大,创业人数不

收稿日期:2015-03-25

作者简介:王银灿(1990—),女,硕士研究生,研究方向:文化软实力、文化创意产业。

基金项目:国家社会科学基金资助项目(14BKS129)的阶段性研究成果

本文信息:王银灿,邢红梅.“创时代”背景下我国文化创意产业的发展路径研究[J].石家庄铁道大学学报:社会科学版,2016,10(3):37-40.

断攀升。据《中华人民共和国文化部 2015 年文化发展统计公报》显示,截至 2015 年末,全国文化市场经营单位 23.17 万家,比上年末增加 1.15 万家;从业人员 156.47 万人,增加 24.08 万人。全年全国文化市场经营单位营业的总收入 2 965.64 亿元,营业利润 1 002.10 亿元^[4]。

(二) 创意阶层壮大,创新氛围提升

富有创造性的创意人才是文化创意产业发展的关键力量,他们通过提供智力和创造力,决定文化创意产业的繁荣与否。在大多数发达国家,创意人才都发展很快,例如美国纽约的文化创意产业阶层已占当地人口的 12%,英国伦敦为 14%,日本东京则高达 15%。“创时代”背景下,我国迎来了第四次创业大潮,而这次创业潮比拼的是创新和创意,因此,在“创时代”的这次创业浪潮中涌现出不少拥有创意的人才,壮大了我国的创意阶层。此外,创意旨在去同质化,鼓励多样性、差异性和地方特色,这就需要促进不同创意人才的聚集,形成宽容、多元和开放的创意环境,只有在这样的人文环境中,才能促进更多创意源泉的迸发。2015 年 7 月,《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》中指出,“要以促进创业创新为重点,推动各类要素资源聚集、开放和共享,大力发展众创空间、开放式创新等,引导和推动全社会形成大众创业、万众创新的浓厚氛围,打造经济发展新引擎”^[9]。“创时代”鼓励创新等政策为创意人才营造了良好的创新氛围。

(三) “互联网+”助力,创新典范涌现

“创时代”与互联网时代的共同发力,掀起了网络精英的创业热潮,诞生了“上市神话”和“马云传奇”等一批批的创业典范。随着互联网+思维的运用,文化领域的创业创新提升到了一个新的高度,通过与互联网的互动和发展,与互联网行业相关的众多文化产业领域都释放了巨大的市场红利,新增注册的文化企业增长了 80%。例如互联网的存在,大大推动了动漫产业的发展,它不仅使动漫的载体扩展为网络视频媒介还降低了动漫创作的门槛,使小成本、短规制的动漫作品有了生存的机会,同时还能在线与粉丝互动,根据粉丝的意见对动画片进行调整优化,将粉丝的创意融入到新片创作之中。湖北原创动漫《木奇灵 2 圣天灵种》就以“网台联动+周播+全媒体”模式首发,实

现了跨形态、跨媒介、跨行业融合。

二、“创时代”背景下我国文化创意产业所面临的挑战

(一) 文化市场迎来大规模洗牌和重组

进入“创时代”以后,文化产业的主要门类增长迅速,规模扩大,越来越多的文化消费者摇身变为文化的生产者,供给短缺的局面得到大大改善,甚至出现了供过于求的局面,人们对于文化消费的多元性提出了更高的要求。文化创意产品需要具备符号性、心理性和体验性,在某种意义上说,它更是一种精神的需求品。因此,文化创意产业将会面临大规模的洗牌和重组,在激烈的竞争下,单纯追求量的增长,缺乏创意,且规模弱小的企业面临着被兼并的危险。以中国的主题公园为例,2016 年除了上海迪士尼,仅长三角地区还将有 10 多家大型主题公园正在建设或即将开园,中国主题公园市场已经进入到白热化的竞争阶段。然而,学界认为中国主题公园已超 2 500 个,其中七成亏损、两成持平、一成盈利。这都是源于在“创意竞争”的时代,主题公园未能精准定位,打造自身特色的原因。因此,在“创时代”背景下,文化企业需要着眼于对文化进行个性化的提升和转化,从依靠政策和财政的支持转变为要依靠企业竞争力的提升和产业结构的优化,以文化内容和创意成果为核心,以创作、创造、创新为根本手段,为公众提供新型的文化产品和文化体验。

(二) 创意人才的保护力度亟需提升,创意产业园区亟需规范

“创时代”背景下,创意阶层不断壮大,对创意人才的保护也面临着新的挑战。在知识产权的保护方面,我国相关的法律法规还不完善,人们的知识产权保护意识薄弱,未能有效的为创意开发提供良好的条件。在大数据时代,知识产权的保护更是面临着严峻的挑战。此外,创意产业园区的规范也亟需完善,随着进入“创时代”,开发文化资源的企业逐渐增多,但是当前资源的分布还较为零散,缺乏有机的组织,不能很好地发挥效应。在文化园区的建设方面,由于筛选准入机制不规范,协同联动机制匮乏等还造成了产业内部鱼龙混杂、合作交流少、恶性竞争、特色不明显等问题。这些问题都亟需出台文化创意产业发展的相关法

律,从宏观层面对文化创意产业进行整合、分工和界定,为文化创意产业的发展奠定法律基石^[5]。

(三) 创意层面过窄,传统文化难以进行现代性重构

文化创意产业的特征就是具备创新性、增值性和科技性。中国进入“创时代”,通过创意元素的加入对传统文化资源进行创造性的保护和继承,对其他产业进行人文价值的提升是十分必要的。然而,目前我国文化创意产业发展中创新能力较弱,例如传统文化在传播方面就存在问题:传统文化传播没有摆脱原有的框架,历史剧和武侠作品偏多,造成市场的饱和与观众的审美疲劳;缺乏知名的国际品牌,传统文化作品缺少国际竞争力。这都是因为未把创意应用于传统文化之中,不能经过创新使传统文化进行现代性的重构,从而形成具备中国特色的文化品牌。除此之外,文化创意还面临着未能与经济资源和社会资源进行有效的融合问题。实际上,文化可以潜在地赋予其他产业以人文价值,增加企业的文化内涵,从而增强企业的核心竞争力,而现在大多数企业都未认识到文化创意的重要性,从而遭遇了创意层面过窄,创新无法突破的瓶颈。

三、“创时代”背景下我国文化创意产业的发展路径

(一) 拉动创业引擎,保护创意阶层

财政部日前下达 2015 年度文化产业发展专项资金 50 亿元,共支持项目 850 个,项目数较 2014 年增长 6.25%^[6]。文化创意产业要利用好这部分资金,拉动创业引擎,培育小微文化企业扩大产业规模,实现产业的升级换代。同时,“创时代”背景下,还要把握好这次创业热潮,发挥好这些新生的创新力量,注意培养企业家的精神,鼓励创新人才的发展,提升文化创意产业的质量。在创意人才的培养方面,中共中央印发了《关于深化人才发展体制机制改革的意见》,在人才培养、流动、激励、引用、保障等方面提出了相关的措施。因此,在以后的人才培养过程中各部门要落实相关工作,例如要注意充分发挥高校、培训基地、企业各自优势,探索校企合作,产学研结合培养人才的道路^[7],遵循文化创意产业发展和产业化的规律来设计课程,并有针对性的引进一些具有国际

视野的海外留学人才,从而为文化创意产业的发展培养高端人才。同时,也要注意企业家精神的培养,例如马云就用以文治企的价值观支撑了所创企业的健康发展,在其起步之初就十分注重企业精神的塑造和企业文化建设^[8]。此外,在创意人才的保护方面,要发挥好法律法规的作用,要建立健全知识产权保护法律制度,推进建设知识产权的相关门户网站,建立知识产权信息检索、公共推介和商品交易的平台^[9],为保护创意人才形成一整套行之有效的法律体系。

(二) 实现触网转身,促进创意集聚

当前“创世代”背景下,互联网+文化产业是未来的潮流和方向,很多文化创意产业的内容都需要借助于信息技术这个平台,将创意应用到文化产业领域,打破界限,进行创意的跨界融合,以提升文化产业的生产力和创造力,形成以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。例如,被美国《时代周刊》评为全球最有文化标志性的 22 个城市艺术中心之一的“798 艺术区”,它在不破坏原有建筑遗产的前提下,对旧工业厂房进行了重新设计、改造和利用,融汇了画廊、艺术家工作室、设计、酒吧、餐饮等服务性行业,从而形成了一种艺术与商业共存,时尚与传统共存、精神与物质共存的文化生产模式。与建筑业相同,文化创意还可以与工业、旅游业、农业等进行融合,从而使我国经济在重加工的基础上,增添人文附加价值,从要素驱动、投资驱动转向创新驱动。此外,发展文化创意产业还要推进创意的重组和集聚,从而实现文化创意产业的规模化、专业化和集约化。因此,要加快文化产业园区和集群建设,以重大文化产业项目为引导,以大型文化企业为主体^[10],按照优势互补、利益共赢原则,引导和培植若干规模大、效益好、产业贡献率高、竞争能力强的文化航空母舰式的产业园区和基地,从而实现资本和人才的集聚,节约交易成本,增强其在产业内部的竞争力,为我国的经济发展贡献强大的力量。

(三) 提升文化创意产业品质,促进供给侧改革

文化消费不是通过刺激带动的,而是创意带来的。供给侧改革与文化创意产业的发展有着极大的契合点。供给侧改革是提高供给质量,推进结构调整,扩大有效供给,提高供给结构对需求变

化的适应性和灵活性,从而更好满足广大人民群众的需要,促进经济社会持续健康发展。而文化创意产业是是非刚性的、弹性的需求,是以供给创造需求,需要用创新性的产品去激发需求。草根性、原生态是文创产业中最大的特点。双创时代下,我们应该根据文化创意自身的特点去推动双创,在文化创意产业方面促进供给侧改革时,要注意提升文化创意产业的品质,找到文化的原创性、差异性和不可替代性。因此,发展文化创意产业要从铸造特色品牌,增强国内外影响力;加入创意元素,阐释价值观念;提升文化内涵,创新商业模式等方面进行提升,充分发挥创新的力量,从而用创意带动文化消费。

(四) 构建法律保护体系,引进第三方治理

发展文化创意产业,法律的约束和组织的引

导尤为必要。对此,要注重发挥法律的作用,制定统一的文化创意产业发展基本法,针对电影、动漫、游戏等子行业制定更为详细的法律法规。从而构建完善的文化创意产业发展的法律保护体系,以促进这一朝阳行业的健康发展。此外,对于文化创意产业内的规范,还可以借助于环保建设中的第三方治理的概念,通过发展非政府、非营利的第三部门,来满足社会多元化的需求,弥补市场失灵和政府失灵的问题。例如,日前,财政部在文化产业资金的使用方面,就首次引入了财政部预算评审中心参与合规性审核环节,以确保专项资金的申报质量得到进一步的提升。非政府性的创意产业组织通过帮助文化创意产业物色资金、进行人才培养、争取政府支持等来对产业内的组织进行规范。因此,要充分发挥法律的强制作用和第三方部门的调节作用,从而为文化创意产业的发展构建起坚实的保护屏障。

参考文献:

- [1]徐丹丹,孟潇,卫倩倩.文化创意产业发展的文献综述[J].云南财经大学学报,2011,48(2):105-113.
- [2]孙春艳.中国进入“创时代”[N].经济观察报,2015-03-08.
- [3]新华社.国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见[EB/OL].中国共产党新闻网,(2015-07-05).http://cpc.people.com.cn/n/2015/0705/c64387-27255409-2.html.
- [4]文化部财务司.中华人民共和国文化部2015年文化发展统计公报[N].中国文化报,2015-03-19.
- [5]冯梅.中国文化创意产业发展问题研究[M].北京:经济科学出版社,2009.
- [6]韩洁.中国财政部下达2015年文化产业发展专项资金50亿[EB/OL].(2015-10-02).http://news.xinhuanet.com/politics/2015-10/02/c_11116734177.html.
- [7]张琳琳,孟潇,高原,等.文化创意人才培养的现状与对策分析[J].石家庄铁道大学学报:社会科学版,2016,10(1):106-110.
- [8]王岳森.马云现象的科学价值和文化思考[J].石家庄铁道大学学报:社会科学版,2015,9(1):1-5.
- [9]刘泉,曾丽霞.文化创意产业发展现状与完善对策[J].人民论坛,2014,460(11):167-169.
- [10]刘可祯.发展文化创意产业是建设文化强国的战略支点[J].学术交流,2012,18(5):127-129.

Development Path of China's Cultural and Creative Industries in the "Creative Era"

Wang Yincan, Xing Hongmei

(College of Marxism, Shijiazhuang Tiedao University, Shijiazhuang, 050043, China)

Abstract: The comprehensive establishment of "creative era" in China brings opportunities as well as challenges for China's cultural and creative industries. In order to enhance the influence and competitiveness of cultural and creative industries at home and abroad, we need to explore its development path under the new circumstances, which requires the cultural and creative industries to pull the entrepreneurial engine, protect the creative class, achieve network, promote the agglomeration of creative ideas, construct legal protection system and introduce of third-party governance path to grasp the opportunities and face the challenges, so as to provide reference for cultural and creative industries in the "creative era".

Key words: cultural and creative industry; creative era; path