

原创性声明

本人郑重声明：所呈交的学位论文是本人在导师的指导下独立进行研究工作所取得的成果，论文中有关资料和数据是实事求是的。除文中已经注明引用的内容外，本论文不含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的研究成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。

若有不实之处，本人愿意承担相关法律责任。

学位论文作者签名：王立丽 日期：2012年12月1日

学位论文版权使用授权书

学位论文作者完全了解北京服装学院有关保留和使用学位论文的规定，即：研究生在校攻读学位期间论文工作的知识产权单位属北京服装学院。学校有权保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许学位论文被查阅、借阅和复印；学校可以将学位论文的全部或部分内容公开或编入有关数据库进行检索，可以允许采用影印、缩印或其它复制手段保存、汇编学位论文。

保密的学位论文在解密后适用本授权书。

学位论文作者签名：王立丽 日期：2012年12月1日

导师签名：牛继舜 日期：2012年12月1日



北京-伦敦文化创意产业发展模式比较研究

摘 要

全球文化、经济、科技的发展呈现出相互融合的趋势，世界文化创意产业呈现蓬勃发展的态势。北京作为全国的政治、文化中心和国际化大都市，正面临经济转型和产业升级，文化创意产业已成为推动北京产业升级新引擎。由于文化创意产业的发展受到各国、地区发展因素的影响，文化创意产业的发展模式、发展道路也各异，只有探索适合本国、本地区的发展模式，才能让文化创意产业更好地发展，因此对北京文化创意产业发展模式的研究具有重要意义。伦敦作为“创意之都”，是文化创意产业发展最成熟的城市之一；伦敦与北京都是文化历史底蕴浓厚的城市，都是国家政治、文化中心，伦敦文化创意产业的发展既对北京具有借鉴意义，两城市的相似地位、背景又使两城市具有可比性。目前，对于北京文化创意产业的发展策略，相关学者、专家做了较多研究，但是还没有对北京与伦敦文化创意产业发展模式对比的研究。

本文通过对伦敦和北京文化创意产业的发展模式进行研究，旨在为北京文化创意产业的发展进行全面分析，寻找出一条适合北京文化创意产业发展的道路。本研究分为六章，第一章是绪论部分，主要论述了本课题的研究背景、选题的意义以及研究方法；第二章是理论综述部分，对文化、文化创意产业等相关概念进行了具体的归纳；第三章伦敦文化创意产业的发展模式研究，通过对伦敦文化创意产业的发展，得出伦敦文化创意产业的发展是政府主导型模式；第四章论述了北京文化创意产业发展模式以及应用效果；第五章，是本文研究重点，通过对比研究，分析了北京和伦敦文化创意产业发展模式的异同点以及北京与伦敦的差距，进而对北京文化创意产业的发展的提出建议；第六章是本文的总结部分。

关键词：伦敦；北京；文化创意；发展模式

COMPARATIVE RESEARCHING ON DEVELOPMENT MODEL OF CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES IN BEIJING TO LONDON

Abstract

The development of global culture, economy, science and technology presents the trend of mutual integration, and led to the development of the world's cultural and creative industries. Beijing as the country's political and cultural center and international metropolis, is facing economic transformation and industrial upgrading, the cultural and creative industry has become the new engine to promote Beijing industrial upgrading. Due to the development of cultural and creative industries affected by many countries and regions development factors, so the development model of cultural and creative industry are also different. Only to explore suitable to their national, regional development pattern can make the cultural and creative industry develop better, so the Beijing culture creative industry development model has a great significance to study. London as the "creative city", is one of the most mature city of cultural and creative industry development. London and Beijing are both strong background of cultural and historical, all is the national politics and the cultural center. The development of cultural and creative industries in London is reference to Beijing. At present for the mode of development of cultural and creative industries reach for Beijing, relative scholars and experts provide recommendations on the development of cultural and creative industries through reached on the development of cultural and creative industries for foreign countries. But also has not contrast research on cultural and creative industry development mode for Beijing and London.

Through analyze the mode of development of cultural and creative industries in London and Beijing, this paper aims to conduct a comprehensive analysis of the development of cultural and creative industries and to look for a road suitable for the development of cultural and creative industries in Beijing. The study is divided into six chapters, the first chapter is the introduction, discussing the research background, significance and research methods topics; The second

chapter is a theoretical overview section, the specific induced the related concepts such as culture, the cultural and creative industries, The next chapter is about London's cultural and creative industries development model research, through the development of cultural and creative industries in London, come to the development of cultural and creative industries in London is a government-led model; The fourth chapter discussed the development modes of cultural and creative industries and application effect; Chapter V is the focus of this paper, through analysis of the differences in the development mode of cultural and creative industries between Beijing and London, and the gap between Beijing and London to put forward the feasibility recommendations of the development of cultural and creative industries in Beijing. The sixth chapter is the conclusion of this article.

Key words: London; Beijing; Cultural and creative; Development model

目 录

摘 要.....	I
ABSTRACT	II
第 1 章 绪 论.....	1
1.1 研究背景与意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 选题意义.....	2
1.2 研究内容与方法.....	3
1.2.1 研究内容.....	3
1.2.2 研究方法.....	3
1.2.3 研究难点.....	4
第 2 章 理论综述.....	5
2.1 相关概念研究.....	5
2.1.1 文化的概念.....	5
2.1.2 文化产业的概念.....	5
2.1.3 创意产业与文化创意产业的概念.....	6
2.1.4 文化创意产业发展模式的概念.....	8
2.2 文化创意产业的特征.....	9
2.3 文化创意产业发展模式分类.....	10
2.3.1 政府主导型发展模式.....	10
2.3.2 市场主导型发展模式.....	12
2.3.3 其他模式.....	13
第 3 章 伦敦文化创意产业发展模式.....	16
3.1 伦敦文化创意产业发展背景.....	16
3.2 伦敦文化创意产业模式.....	17

3.2.1 硬环境.....	17
3.2.2 软环境.....	17
3.2.3 硬环境与软环境互相作用、互相影响.....	18
3.3 伦敦文化创意产业发展模式的利弊.....	19
3.3.1 伦敦模式的优点.....	19
3.3.2 伦敦模式不足分析.....	20
3.4 伦敦文化创意产业发展模式应用效果.....	21
第4章 北京文化创意产业发展模式.....	22
4.1 北京文化创意产业发展背景.....	22
4.2 北京文化创意产业模式.....	22
4.2.1 市场主导.....	22
4.2.2 政府引导.....	23
4.2.3 龙头企业带动运作.....	24
4.2.4 高校与科研辅助.....	25
4.3 北京文化创意产业发展模式应用效果.....	25
4.3.1 经济贡献.....	25
4.3.2 动漫游戏业蓬勃发展.....	27
4.3.3 演出市场繁荣发展.....	28
4.3.4 电影票房的新突破.....	28
第5章 北京-伦敦文化创意产业发展模式对比分析.....	30
5.1 相同点分析.....	30
5.1.1 政府政策支持.....	30
5.1.2 市场作用.....	31
5.1.3 形成特色产业集聚区.....	32
5.1.4 创意人才培养.....	32
5.2 差异点分析.....	33
5.2.1 产业发展目标方面.....	33

5.2.2 政府政策方面.....	33
5.3 北京与伦敦相比的差距.....	34
5.4 伦敦文化创意发展模式对北京的启示.....	35
第 6 章 结 论.....	38
参 考 文 献.....	40
攻读硕士研究生期间公开发表的学术论文.....	42
致 谢.....	43

第1章 绪论

1.1 研究背景与意义

1.1.1 研究背景

“资本和技术主宰一切的时代已经过去，创意的时代已经来临”。这句起源于美国的流行语，已经在全球的经济界引起了极大的关注。比如：韩国打出了“资源有限，创意无限”的标语，日本提出了“创意关系国家兴亡”的口号等等。文化创意产业作为一种高附加值的知识密集型的新兴产业，正以其惊人的财富创造力和就业潜力征服全球人类的关注，成为本世纪的当红行业。

英国是首次提出“创意产业”概念的国家^[1]。1997年，布莱尔当选首相后要求政府成立“创意产业特别小组”（Creative Industries Task Force）。这个小组于1998年和2001年分别两次发布研究报告，分析英国创意产业的现状并提出发展战略^[2]；英国创意产业特别工作组于1998年首次对创意产业进行了描述。“那些通过个人对知识产权的开发和合理运用而产生的创造，并能带来财富和就业潜力的活动”统属创意产业^[3]。包括表演艺术、电影、广告、建筑、出版、设计、音乐、软件、互动休闲游戏软件、电视和广播、手工艺品和古董交易市场、艺术品以及时装设计在内的13种行业。创意产业是以创意为卖点的产业，它不是一个新创造的产业，而是在传统产业中注入了知识产权、技术创新、文化理念的元素。

近几年来，国际上越来越重视文化在社会发展中的作用，一些国家或城市的政府也愈来愈重视文化的发展前景，比如伦敦就是最典型的代表城市。伦敦被世界人民称为“创意产业之都”^[4]。伦敦是现今发达程度最高的世界城市代表之一，在其文化产业发展模式上也有世界一流的创意^[5]。

目前全球的创意中心伦敦的前任市长肯·利文斯通曾说：“众所周知，伦敦作为世界三大金融中心之一已无人不知、无人不晓，但是伦敦作为全球最重要的创意产业发展地之一这一点很多人都还不知道。伦敦是全球三分之二的广告公司的欧洲总部所在地，是世界公认的全球三大广告都成之一。伦敦还是世界第三大影片制作中心，据统计，英国三分之二

的电影制作专职岗位都在这里，平均每天有大约 27 个摄制组在伦敦街头取景拍摄。伦敦的设计业在国际上也是享有盛名不但世界级的教育机构和设计单位坐落于此，而且其中有近四分之三的单位的客户遍布全球”。

北京作为我国的经济、政治、文化中心在文化创意产业的发展上也表现出了其巨大的经济潜力。2011 年北京市文化创意产业实现产业增加值 1938.6 亿元，比上年增长约 14.5%，占地区 GDP 的 12.1%，与上年持平，比 2005 年提高 2 个百分点。自从北京市政府于 2006 年将文化创意产业确立为支柱产业后，其年均增长速度 20% 以上。占地区 GDP 的比重也很稳定，自 2008 年每年都在 12% 以上。整体发展良好，目前已成为北京仅次于金融产业的支柱产业。北京十二五规划中指出要“进一步强化文化创意产业的支柱地位”，因此，进一步发展文化创意产业对提高北京的城市经济实力和国际声望具有重要意义。

北京和伦敦作为两国的经济政治中心无论是在历史文化底蕴还是在经济发展模式上都有着很多相似之处。伦敦和北京在文化创意产业发展模式上也存在着很多相似之处，伦敦是典型的政府主导型发展模式，而北京是市场政府混合主导型发展模式。伦敦作为文化创意产业发展的成功典范，其很多经验都值得我们参考与借鉴。因此对于伦敦文化创意产业发展模式比较研究能进一步探索出一条适合北京特色的文化创意产业之路，有助于北京国际城市的建设。

1.1.2 选题意义

伦敦是世界上历史最悠久的世界城市之一，具有深厚的历史文化底蕴，文化创意产业的发展比较成熟。北京也是一座历史古城，而且在文化、时尚、以及作为中国经济发展中心等方面与伦敦有着很多相似之处。因此对伦敦文化产业的研究有助于北京文化创意产业的建设，进而推动北京的世界城市化建设。

文化创意产业是 21 世纪最有发展潜力的新经济形态，它经济附加值高、污染少，从长远来看特别适合全球人类社会的长远发展。北京是我国最早提出文化创意产业的城市，虽然目前北京的文化创意产业发展迅速，但是与伦敦等国际发达城市相比，还有一定的差距。本论文在深入探讨伦敦这个历史最悠久的文化创意产业发展模式的基础上，为北京创意文化产业发展提供参考意见。

1.2 研究内容与方法

1.2.1 研究内容

本研究首先分别对北京、伦敦文化创意产业发展模式的特点、利弊以及应用效果进行了详细分析,并通过采用归纳法对北京、伦敦的文化创意产业的发展模式进行证明和总结,最后对北京和伦敦的文化创意产业发展模式进行比较研究。论文的具体内容包括以下几个方面的内容:

- (1) 文化创意产业相关概念及理论综述。主要对文化创意产业的相关概念和发展模式的概念、分类以及相关理论进行分析。
- (2) 伦敦文化创意产业发展模式。首先对伦敦文化创意产业的发展背景从经济、区位优势 and 面临的机遇状况上进行了分析,进而对伦敦文化创意产业的发展模式及其应用效果和利弊结合案例进行研究。
- (3) 北京文化创意产业发展模式。与伦敦文化创意产业发展模式相类似,首先分析了北京的文化创意产业发展背景,然后对背景文化创意产业发展模式以及发展模式的应用效果和利弊进行研究。
- (4) 北京—伦敦文化创意产业发展模式比较分析。本章主要从政府政策、融资手段以及人才培养等方面对北京和伦敦的文化创意产业发展模式进行对比分析。

1.2.2 研究方法

本研究的主要研究方法如下:

(1) 文献研究法

本文主要通过搜索相关学者著作,以及一些期刊数据库站包括英文数据库搜集有关文献资料,为论文的研究提供理论基础。

(2) 案例分析法

通过对伦敦、北京文化创意产业发展案例的分析,提出对北京文化创意产业发展模式有积极意义的建设性意见。

(3) 比较研究法

本文通过对北京和伦敦文化创意产业发展背景、政府的作用、政策支持和资金来源等方面的比较分析，进而找出发展模式的异同。

本文研究路线如图1所示。

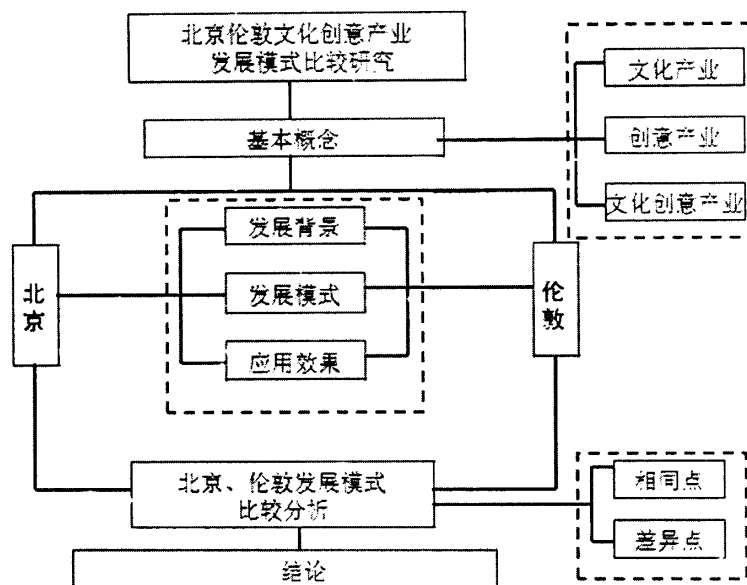


图1 研究路线

1.2.3 研究难点

本文研究的难点主要有两点：

(1)国内对文化创意产业发展模式的各种研究中，由于系统、整体上的研究较少，甚至相关专著报告中的研究也比较零散、不成体系，因此在创意产业发展模式上没有成熟的理论支撑。如何通过大量阅读外文文献快速找到合理权威的理论是本文一个难点。

(2)纵观伦敦文化创意产业的发展，有其自身特殊的因素，如何能够在北京与伦敦的发展模式比较中求同存异，使伦敦经验本土化，形成符合北京背景条件的文化创意发展模式是本研究的另一难点。

第 2 章 理论综述

2.1 相关概念研究

2.1.1 文化的概念

文化是人类社会所特有的现象，是人类在漫长的进化史中实践活动的结果，表达了人性及其在生态环境中状况的反映。文化分为广义的文化和狭义的文化。广义的文化是指全球人类所创造出来的包括物质和精神的总和。其中既包含具有意识形态性质的部分如人生观、价值观、世界观等，也包括非意识形态的部分如语言、文字、自然科学和技术等。狭义文化指意识形态所创造的精神财富，包括文学艺术、科学技术、学术思想、各种制度、道德情操、风俗习惯、宗教、信仰等。

2.1.2 文化产业的概念

文化产业的首次使用是在 20 世纪 80 年代的大伦敦会议上，最初是指那些通过借助文化生产和服务的商业形式生产和传播各种信息符号的产业组织或机构。此概念尽管没有明确的给予定义，但是却认同了文化产业中的一些经济特征如：文化生产和服务、商业活动、信息符号等。1986 年，联合国对文化产业进行了定义，是指以遗产古迹为基础、用艺术创造的表达形式引起的各种生产和服务，包括文化遗产、出版印刷业的著作文献、音乐、表演艺术、视觉艺术、音频媒体、视听媒体、社会文化活动、体育和游戏、环境和自然等 10 大类。

世界各国对文化产业并没有一个统一的定义。美国称为版权产业，日本称为内容产业、韩国称为文化内容产业，中国称为文化产业。各国具体定义如表 1 所示。

表 1 文化产业在各国的名称及定义

国家	名称	定义
美国	版权产业	主要是从文化产品具有知识产权的角度进行界定的，是指生产经营具有版权属性的作品（产品），并依靠版权法和相关法律保护而生存发展的产业。它涉及文学、艺术和科学作品的创作、复制、

		发行和传播，也涵盖采集、存储、提供信息的信息产业。
日本	内容产业	凡是与文化相关联的产业都属于文化产业。除传统的演出、展览、新闻出版外，还包括休闲娱乐、广播影视、体育、旅游等，日本称之为内容产业，更强调内容的精神属性。
韩国	文化内容产业	由与内容有关的经济活动（如创意、生产、制作、流通等）组成，这些活动的内容源自于任何类型的知识、信息及与之相关的文化资源。包括动画、卡通、漫画、电影、音乐、电子图书、移动互联网内容、游戏、娱乐内容、广播电视等。
中国	文化产业	指为社会公众“提供文化、娱乐产品和服务”、满足人们精神文化需求的产业，都是文化产业。

2.1.3 创意产业与文化创意产业的概念

英国 1998 年出台的《英国创意产业路径文件》中第一次明确提出了创意产业（Creative Industry）的概念，该文件指出“所谓的创意产业，就是指通过对知识产权的开发和运用，依靠个人的创造力获取发展动力，并创造出财富和就业潜力的产业”^[6]。1997 年，David Thirsky 指出创意产业具有三大特点： 第一，在文化创意产业的活动过程中应该会运用创意； 第二，文化创意产业活动产生于象征意义的沟通中； 第三，文化创意产业的产品是某种形式的“智能财产权”。

所谓文化创意产业（Cultural and Creative Industries），就是可以将文化转化为具有可以增加高度经济附加值的产业。也就是将具有变化性与原创性的知识融汇于文化的丰富内涵之中，并与经济相结合，从而发挥出这个产业所具有的独特功能。事实上，这是一种使知识、智慧和技能创造产值的过程。关于文化创意产业的概念，有一些国家称之为文化产业，欧美一些国家称之为创意产业，创意产业是国际上比较通行的提法，在我们国家称为文化创意产业。

1998 年，自从英国提出创意产业后，这一概念影响了全球许多有意发展创意产业的国家特别是在美洲、欧洲、亚洲等地的一些国家，并在短短几年内被全球所采用。我国的北京、上海、台湾、香港等地也接受了这一提法，上海还于 2005 年出台了“十一五”期间《上海创意产业发展重点指南》。

经济学家凯夫斯认为：创意产业是提供与文化的、艺术的或是娱乐的与价值相联系的产品和服务^[7]。

创意产业之父霍金斯，认为“创意产业是产品在知识产权法的保护范围内的经济部门，本质是用创意资本投入把所有产业联系在一起。”^[8]

台湾使用的概念是“文化创意产业”，并将其定义为：“创作财富与就业机会潜力，并促进整体生活提升之行业。”^[9]

香港大学从创意生产系统研究角度出发，把创意产业定义为“一个经济活动群组，开拓和利用创意、技术及知识产权以生产并分配具有社会及文化意义的产品与服务，更可望成为一个创造财富和就业的生产系统”。^[10]

上海市从物质生产功能角度定义“创意产业是以创新思想、技巧和先进技术等知识和智力密集型要素为核心，通过一系列创造活动，引起生产和消费环节的价值增值，为社会创造财富和提供广泛就业机会的产业”^[11]。

针对第三产业中出现的新兴行业和市场，北京市了提出文化创意产业的概念。文化创意产业是文化、经济和技术等相互融合的产物，以创意作为核心驱动力和根本标志，在价值链发展的顶端，促动和形成各种创新要素的积聚，超越了一般的产业概念、产业属性和产业分类。文化创意产业更加强调人的创造力和文化创意对经济的渗透和贡献。

联合国教科文组织定义：“结合创意生产和商品化等方式，运用无形的文化内涵，创造出内容密集型的产业活动”^[12]。

尽管对文化创意产业的定义不一，但总结起来，对文化创意产业表述具有以下几方面的共同之处：

（1）文化创意产业以文化为基础，以创意为核心生产要素。文化创意产业是依靠创意人的智慧、技能和天赋，并借助于高科技对文化资源进行创造与提升，是具有创造财富和就业潜力的产业。

（2）文化创意产业是以知识产权为核心资产的新产业门类，需要有知识产权法来保护其创新成果。只有通过合理的开发和运用知识产权，才能产生出高附加值的产品，才能够创造财富。

(3) 文化创意产业是一种将文化商业化的新经济形式。文化创意产业是利用人的智慧、技能,并借助高科技设备将文化转化成可以在市场流通的经济产品。如把唐诗、宋词以流行歌曲的形式唱出来,然后做成唱片出售。

综上,文化创意产业是一种以文化为基础,依靠创意人的技能和智慧与高科技相结合,而创造出来的与知识产权密切相关的产业形态。主要包含文化产品、文化服务与智能产权三项内容。主要包括信息服务业、动漫游戏业、设计服务业、现代传媒业、艺术品业、教育培训业、文化休闲旅游业、文化会展业等行业。

2.1.4 文化创意产业发展模式的概念

发展模式的概念源于经济学,最初的定义是指既定的外部环境和内部因素相互作用后,所反映出来的要素组合方式和资源利用方式^[13]。根据库恩的“范式”理论,在经济学和社会学领域任何理论的突破和实践的发展都会带来新的模式,如市场主导型模式、产业关联模式、全面推进型模式等。本文认为,发展模式不仅仅是单一的经济学方面的问题,还涉及了包括文化、历史、政策在内的多方面的问题,是多方面因素交互影响发展的结果,具有较强的时间规定性和空间发展性。不同国家不同地区的发展模式是不同的,并随着时间的变化而改变。

产业发展模式是指产业(某一具体产业或宏观产业)在特定的时期、特定的国家或地区产业发展所选择的道路和发展策略,可通过自身特点、约束条件或外部环境来反映。主要有以下特征:①产业发展模式反映了资源的利用方式和要素的组合方式。文化创意产业发展模式主要是反映对文化资源和智力资源的高度利用,并将二者与经济相结合。②产业发展模式在特定的产业发展环境中形成。产业发展模式随着外部条件与内部因素的变化而变化。③产业发展模式受一定的约束条件限制。所处的经济发展状态和资源条件都是文化创意产业的约束条件,这些约束条件包括劳动力约束、市场规模约束、政策条件约束、资金约束、技术约束等。

文化创意产业发展模式包含资源的配置方式、企业管理形式、目标市场定位以及产业发展状况等视角分类。具体分类在后面的章节中会详细阐述。对文化创意发展模式的研究目前主要有以下方面:产业集群理论下的建设创意园区模式,根据产业的特征和产业的商业环境,明确产业的发展方向及目标,制定适合本产业发展的模式;另一种是根据政府和

市场在文化创意产业发展中的角色定位，有政府主导型模式、市场主导型模式、政府市场混合主导型模式，然而如何对政府和市场进行准确的角色定位，成为众多研究的争论焦点^[14]。本文依据政府和市场在文化创意产业发展中的角色定位探讨伦敦、北京文化创意产业的发展模式。

2.2 文化创意产业的特征

文化创意产业的概念与创意产业的概念类似。国内外对创意产业特征的研究也基本适用于文化创意产业。

凯夫斯^[15]在其《创意产业经济学》中，从经济学角度进行研究，为创意产业归纳了七个特点：

- 创意产品具有需求的不确定性；
- 创意产业的创意者十分关注自己的产品；
- 创意产业不是单一要素的产品，其完成需要多种技能；
- 创意产品特别关注自身的独特性和差异性；
- 创意产品注重纵向区分的技巧；
- 时间因素对于一个创意产品的传播销售具有重大意义；
- 创意产品的存续具有持久性与盈利的长期性。

中国人民大学教授、北京市政府、深圳市政府等 8 省区文化创意产业发展顾问金元浦^[16] (2006)认为，创意产业的基本经济特点可以从创意需求、创意产品、创意人员三个方面来探索。包括需求的不确定性与产业的风险、创意为王与创意产业的精神特质、创意产品的多样性与差异性。

程宇宁^[17] (2007)从文化创意产业与传统产业的比较中，探究文化创意产业的特征，如下表 2 所示。

表 2 文化创意产业与传统产业比较

	生产过程	生产组织架构	消费走向	价值形成	商品形态
文化创意产业	个性化	临时、松散	满足物质、生理需求	物质形式，依赖资本投入	空间结构的形 式存在
传统产业	规模化、标准化	长期、稳定	满足精神、心理需求	精神到物质，思想投入	时间结构形式 存在

虽然对文化创意产业特征表述各不相同，总结起来文化创意产业具有以下共同特点：

（1）高知识性。文化创意产品一般是以文化、创意理念为核心，与信息技术、传播技术等高科技技术的广泛应用密切相关，具有高知识性的特征，如电影、电视等产品，其创作与计算机仿真技术、光电技术等高科技技术密切结合。

（2）高附加值。文化创意产业处于产业价值链的高端环节，具有高附加值的特点，能产生较高的经济附加值产品。在文化创意产品的价值中，文化和科技含量最高，明显高于普通产品的附加值。

（3）强融合性。文化创意产业是一种文化知识与科技高度融合的产物，具有强融合性。文化创意产业发展的同时带动了相关产业以及区域经济和文化的的发展。

2.3 文化创意产业发展模式分类

经济全球化、网络化时代，必须立足于全球产业分工，选择一种能发挥自身优势、利于合理配置产业资源、促进结构优化和效益提高的产业发展模式尤为重要。鉴于创意产业的特性并结合国内外学者对文化创意产业发展模式研究现状，本文选择资源配置方式分类对北京、伦敦文化创意产业发作模式进行研究。

根据国外学者的研究成果文化创意产业发展模式主要有以下几种发展模式。

2.3.1 政府主导型发展模式

政府主导型是以政府的宏观调控为主，通过政策、法规等一系列政府行为手段来引导

文化创意的发展，具有目的性。政府主导型文化创意产业发展模式的特点是在政府强有力的干预和主导作用下，大力发挥市场机制配置文化资源的基础性作用，而政府干预的重要手段就是比较成功地运用宏观经济计划与产业政策。英国、日本、韩国都是政府主导型的发展模式。

（一）英国

英国是世界上最早重视文化创意产业的国家，也是第一个官方明确定义创意产业的国家。1997年布莱尔首相组织成立了“创意产业特别工作组”(Creative Industries Task Force, CITF)并亲自任主席。他提出要“通过英国引以为豪的高度创造性、革命性和创意性来证明英国的实力”，全方位地提升英国的国家核心竞争力。2001年，英国政府发表了《创意产业专题报告》，其数据显示创意产业已经成为伦敦的核心产业，并在全国范围内蔓延。

英国政府广泛参与到创意产业发展的各个环节，对创意产业的发展起到积极的推动作用，具体表现在：

第一，重视宏观上的政策引导与支持。为推动文化创意产业的发展，政府为其制定了一系列的制度支持和政策导向，如加强制度建设、规划创意产业发展方向等政策。

第二，采用多种融资手段为文化创意产业提供资金支持。英国政府每年都会向公益性文化艺术领域投入大量拨款，为创意文化的快速发展提供资金保障。

第三，重视创意产业园区建设。英国政府通过建设创意文化产业园区这种文化组织与发展平台，并为文化创意企业提供一系列相关的服务和支持，帮助中小企业发展成长。例如伍尔夫汉普顿文化园区、伦敦西区、谢菲尔德文化产业园区、曼彻斯特北部园区、布里斯托尔电视与数字媒体产业园区等。

第四，积极拓展海外市场，参与国际合作与交流。英国政府重视本国创意产业在国际之间的合作与交流，积极遵守平等互利的原则拓展国际市场，英国政府认为，消除贸易壁垒，有利于创意产业者的交流从而产生互补的效果，有利于文化创意产业的发展。

（二）日本

日本是亚洲文化创意产业最发达的国家。2005年，日本文化创意产业生产总值达到13万亿日元，占当年全世界文化创意产业总值的10%。

日本文化创意产业的发展模式是政府主导型发展模式，主要表现在以下几个方面：

第一，积极的政府调控政策。日本的政府调控主要通过制定法律和出台相关产业政策。

其中最具影响力的是《振兴文化艺术基本法》和《有关振兴文化艺术的基本方针》。为日本文化创意产业指明了方向并确定了2003年-2008年的振兴文化艺术的基本方向和国家应当承担的责任。

第二，采取多种融资手段。1990年，日本设立了“振兴文化艺术基金”，基金本金达到612亿日元，以后每年都有所增长，用来支持各种形式的文化艺术活动。据统计，2002年文化厅对文化事业的投资预算达到982亿日元。

第三，重视开拓海外市场。日本政府为开拓海外市场建立了专门的机构“内容产品海外流通促进机构”，并开展海外市场的反盗版打击，以此来促进日本文化产品的出口。日本的动画产品在世界上很有影响力，如《千与千寻》、《龙珠》等等一系列动画。

第四，积极发挥行业组织作用。日本文化行业协会很多，这些协会以法人形式存在，负责制定行业规则，维护会员的合法权益，作用十分明显。

（三）韩国

为摆脱金融危机，1998年韩国政府提出“设计韩国”战略，确立了“文化立国”的国家方针。韩国政府为推动文化创意产业的发展，在政策、资金、人才多方面上给予企业扶持，并颁布了一系列法律法规。

韩国的创意产业发展模式为政府主导型发展模式，具体表现在以下几个方面：

第一，国家层面的科学规划。韩国先后制订了一系列相关政策和法律法规，从宏观上指导文化创意产业发展的方向，制定文化创意产业的中长期发展规划。

第二，创造良好的文化创意产业条件。主要通过政府投资、设立文化产业基金、在民间募集等多方筹资措施，以及制定较完善的行业规则和保护机制，为文化创意产业的发展提供良好的产业发展环境。

2.3.2 市场主导型发展模式

市场主导型，是按照市场需求对生产资源进行调配，形成相关文化产业发展的模式。美国政府重视自由和市场竞争，文化创意产业以知识产权产业为特征，又称版权产业。美国文化创意产业采用的是市场主导型发展模式。

（一）实行自由企业制度。文化企业是创意经济的主体，美国文化创意产业文化创意产业运行的一个核心就是实行自由企业制度。企业生产的产品数量、种类、以及如何生产

等完全由企业自身决定，创意产品的价格也完全由市场的供求关系决定。政府只是通过制定法律创造正常生产经营的外部条件，不直接干预企业的内部事务。

（二）保护市场竞争自由，限制垄断。美国发达的市场经济体制为文化创意产业建立了良好的市场经济环境，其商业化程度非常高。在美国市场经济发展的过程中，竞争和垄断同时存在，为了保护自由竞争维护市场经济体制，政府通过保护中小企业法和反托拉斯法等一系列措施限制文化产业的垄断。垄断虽在，但版权经济的活力源泉——竞争依然是美国文化创意市场的主流，这也是美国版权产业发达的原因之一。

（三）减少国家行政干预。美国市场主导型文化创意产业发展模式最大特点就是政府最大限度减少干预，在新自由经济理论指导下美国具有成熟的西方市场经济体制，加上美国长期的自由主义传统，政府一直奉行市场自行调节，减少国家行政干预。

2.3.3 其他模式

随着社会、经济的发展，对文化创意产业发展模式的研究的深入，依据不同的分类标准，创意产业发展模式还有以下几种类型^[18]，如表 2.3 所示。

表 3 创意产业发展模式类型

发展模式分类	主要模式
产业集中状况	非均衡发展型
	产业关联发展型
产业发展突破口	全面推进型
	重点突破型
产业发展资金来源	外资为主型
	内资为主型
企业规模结构	大企业为主型
	中小企业为主型
目标市场定位	出口为主型
	国内市场为主型

（1）按产业集中状况分为非均衡发展型和产业关联发展型发展模式。非均衡发展模式来源于法国经济学家朗索瓦·佩鲁在 1950 年提出的“增长极”理论^[19]。他认为增长并不

是同时出现在所有地方，而是首先集中于某一或某些增长极上然后通过不同的渠道向外扩散，并对整个经济产生不同的最佳影响。根据“增长极”理论，文化创意产业有选择的在某些地区、城市以及产业形成增长极。这就要求这些城市具备一定规模的经济、成熟的市场以及政府的引导，确定其在国家经济发展中的优势和中心地位，然后再经过市场的引导作用主动带动周边区域经济发展^[20]。

基于这一理论，英国、美国以及韩国等全球创意产业较为发达的国家，都采用了以重点城市或产业区域为“极化区”的非均衡发展方式。例如，伦敦把创意产业列为核心产业进行“极化式”重点发展，在创意产业范围的界定上，利用极化效应，着重把就业人数多或参与人数多、产值大或成长潜力大、原创性高或创新性高三个原则作为标准。再如，美国的好莱坞是全球电影的集散地，其所拍摄的电影票房收入占到了全球电影票房收入的85%。

产业关联发展模式是文化创意产业通过内部各行业之间、与其他产业间的融合互动、相辅相成、相互促进实现共同发展过程，关键在于深度挖掘关联点。这既需要政府进行前瞻性的引导，又需要企业等市场主体不断探索。

20世纪90年代美国经济学家赫尔曼提出了“产业关联效应”理论，该理论认为现代经济各部门间都存在向前、向后联系，并由这种联系形成一连串不均衡的连锁过程，在任何一个时期，各行业部门都存在相互作用的关系，经济发展是一个部门伴随另一个部门一系列不均衡发展的结果^[21]。

根据这一理论，文化创意产业是其核心创意产业与文化产业相互关联发展的产物。创意产业是核心驱动产业，文化产业在西方发达国家的GDP比重不断增加，催生了更多的文化关联产业的兴起，而创意产业所带来的经济增长以及占用的劳动力比例都在不断攀升，联结了文化产业及其相关产业的发展，充分体现了关联效应^[22]。据统计，在大多数发达国家，集中在创意产业的劳动力比例已经从1980年的12%上升到目前的30%-40%。

(2) 按产业发展突破口来分，可分为全面推进型和重点突破型发展模式。全面推进是指综合文化创意产业各个方面平衡发展；重点突破型是以文化创意产业某个优势产业作为重点优先发展，进而带动其他产业相续发展。日本文化创意产业的发展就是依托动漫业重点突破的发展模式。日本的动漫产业已经以年营业额230万亿日元成为日本第二大支柱

产业。2004 年，日本的动漫市场销售额达 3739 亿日元，增幅高达 75.1%以上。以动画片形象制成的相关衍生产品的授权收入则更拥有 2 万亿日元的市场。

(3) 按产业发展资金来源可分为以内资为主和以外资为主的发展模式。此两种模式的产生源于区域经济发展不平衡。在发达国家或区域，能够依靠自身的经济实力发展创意文化产业经济，而在一些经济欠发达国家或区域只能依赖外资推动自身的文化创意产业发展。

(4) 按企业规模可分为以大型企业为主和以中小企业为主的发展模式。文化创意产业本质上就是文化创意企业的发展，企业的发展是文化创意产业发展的根本动力和核心。伦敦创意产业发展按企业规模可以分为两个阶段。初期由于文化创意产业各个方面发展不成熟，主要以中小企业为主，文化创意产业所辖门类众多，产业链复杂，这个时期政府出台相关措施积极扶持中小企业以及个体经营者的发展。

经过几十年的发展，目前伦敦文化创意产业已开展多元化和国际化的运作，具有庞杂的产业网络，许多世界大规模的公司总部都设立在伦敦，成熟的商业运作使伦敦文化创意产业企业战略重心实现了由中小企业向竞争力强大的大企业的转移。

(5) 按目标市场定位可分为出口为主型和国内市场为主型。市场定位是指企业根据竞争者现有产品在市场上所处的位置，针对顾客对该类产品某些特征或属性的重视程度，使该产品在市场上确定适当的位置。

如早在20世纪80年代后期，美国强力打造好莱坞大片等文化创意产业品牌，并全力向外倾销好莱坞文化产品以及其他文化产品。现在，美国的文化产业，特别是其中的文化创意产业的年收入在其GDP中已占到25%的比重，成为仅次于军工的第二大支柱产业，充分显示了文化创意产业的渗透力。

综上，由于文化创意产业发展的复杂性，使得文化创意产业发展模式的研究出现了多样性、多角度的特点。

第3章 伦敦文化创意产业发展模式

3.1 伦敦文化创意产业发展背景

第二次世界大战以后，英国国内一方面由于受到战争和经济危机的影响，传统工业日益萎缩；另一方面，此时的英国政府缺乏有效的产业政策、以及对教育和人才培养不够重视，英国经济增长乏力，于是出现了世界经济中的“英国病”现象^[23]。面临困境，英国政府于上世纪90年代初果断选择了大力发展文化创意产业。

（1）经济环境：虽然二战和经济危机的影响使英国经济发展受到重创，然而作为老牌资本主义国家，到20世纪90年代英国人均GDP已超过10000美元。根据国际经济数据显示，国家人均GDP达到5000美元后，国家经济的增长主要靠创新产业驱动，英国居民消费水平的增高使得文化需求成为创意产业发展的动力。

（2）区位优势：伦敦是一个历史悠久的城市，既是英国的政治中心又是经济文化中心。伦敦汇聚了世界一流的时尚创意人才，具有顶尖的设计师、著名的作家、艺术家等人才资源，例如：麦克奎恩、梵高、萧伯纳、缪丽尔·斯帕克、戴维·洛奇。世界上许多改变生活方式的重要发明和创意灵感均源自伦敦，如斯蒂芬森的火箭、Pilot ACE计算机、因特网等。此外伦敦是一个非常多元化、和充满包容性的大都市，来自世界各地的居民，多元化的种族、宗教和文化在这里融合。伦敦亦是世界闻名的旅游胜地，拥有数量众多的名胜景点与博物馆等。例如：白金汉宫、泰晤士河、大英博物馆、国家美术馆、自然历史博物馆等。伦敦这些独特的区位优势给创意产业提供了广阔的发展空间，并刺激了文化创意产业的发展。

（3）机遇条件：上世纪末英国陷入经济困境，国内急需寻求改革创新，加之英国政府的强力支持，给文化创意产业在英国国内发展提供了良好的内部环境；1998年的经济危机以及创意产业在全球范围内刚刚兴起，使伦敦文化创意产业在外部也面临着较好的条件。

在上述背景下，伦敦市政府抓住机遇，勇于创新，率先发展文化创意产业，以政府主导模式成功发展了伦敦文化创意产业。

3.2 伦敦文化创意产业模式

政府主导型创意产业发展模式通常是政府作为产业发展的主体与主导推动力，通过制定相关政策措施与发展战略，实施相关的税收、公共服务等优惠措施，促进某一地区创意产业的迅速形成并高速发展，从而实现创意产业的跨越式大发展。政府主导型模式如图 2 所示^[24]。

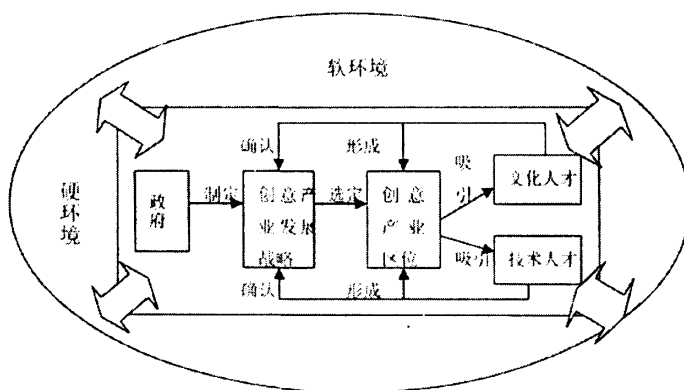


图 2 政府主导型文化创意产业发展模式

伦敦文化创意产业发展模式是以政府为主导，伦敦政府通过制定创意产业发展战略，选定适合文化创意产业发展的区位以吸引文化创意产业的文化和技术人才，并通过影响文化创意产业发展的硬环境和软环境的影响而形成创意产业区位，从而使政府确认所制定的发展战略。

3.2.1 硬环境

伦敦作为一个世界城市以及欧洲的主要金融商业服务中心，同时，作为一个全球重要的交通运输枢纽，教育、文化及娱乐中心，伦敦已成为一个使用多语种的、年轻的流动性城市。伦敦都市(London Metropolitan Area)，包括大伦敦区及外伦敦，金融业和金融区的发展对大伦敦地区和英国经济发展具有重要的牵引作用。2004 年，伦敦就业人口数量达到 350 万。伦敦在英国经济甚至欧盟经济中的地位、发达的金融服务业、城区地理特征都影响着伦敦文化创意产业的发展。

3.2.2 软环境

(1) 政府制定的文化创意产业发展战略

伦敦市政府为推动文化创意产业的发展出台了诸多相关政策。1997年布莱尔担任英国首相后成立了创意产业小组，并发布了《创意产业勘察报告》，将创意产业发展列为国家发展战略。2003年，伦敦市长提出的伦敦市文化战略目标是维护和增强伦敦作为“世界卓越的创意和文化中心”的声誉，成为世界级文化城市。为营造使创意具有经济性的环境，伦敦提出了“创意城市”理念，以吸引需要生活便宜的年轻创意人。

除此之外，为创建“创意伦敦”，伦敦发展局文化创意产业企业提供了一系列的资金支持。2005年3月，设立了“创意之都基金”，为伦敦创意产业企业提供资金支持，基金原资产净值达500万英镑，加上其他融资，其资产达到了1亿英镑。

(2) 政府确定的创意产业区位

创意产业区是一个不断自我更新和自我加强的正反馈系统，伦敦市政府根据该市文化创意产业发展的实际情况确定了创意空间及发展类型，然后按其所需提供相应的软件和硬件设施，并大力宣传吸引相关人才聚集。随着产业区规模不断扩大，更多创意人才和机构被吸引进来，旧城区的功能与面貌发生了根本转变，演变成合生产、居住和时尚消费于一体的高档区，如伦敦的泰晤士河南岸创意产业集聚区、伦敦利物浦创意产业集聚区等。

(3) 政府大力支持创意人才培养

文化创意产业需要大量的创意人才，伦敦市政府为此做出了很多努力。如：刻意为创意产业提供实习岗位，鼓励更多高等院校设立创意专业等。如为了激发下一代的创造意识，伦敦市政府提出的“发现你的才能”计划，从学前班至大学，学校为每位学生提供每周都至少5个小时的“高品位的文化体验”，政府还投入了大量资金用来支持学校相关的音乐课程，以便发掘“被埋没的莫扎特”。

3.2.3 硬环境与软环境互相作用、互相影响

由以上分析看出，政府在创意产业区的形成与发展中起到了主导作用。首先由政府根据区域经济发展的实际制定创意产业发展规划与战略目标，确定创意产业发展的类型，并选定有潜力的创意空间，然后按照创意产业区发展的需要打造适合创意萌生的创意氛围，吸引创意人才集聚产业区发展创意产业。在政府政策的推动下适合文化创意产业发展的硬环境与软环境互相作用、互相影响。

软环境对硬环境影响：文化创意产业在政策、制度、价值观念、文化等软环境的支持下，不断扩展其影响力，使周围人才、企业、高科技设备等硬环境设施聚拢，共同形成文化创意产业集聚区。软环境因素对硬环境的选择提供政策、财政导向，硬环境因素在软环境的作用下集聚发展。

硬环境对软环境影响：适合文化创意产业发展的产业园地、人才、技术、资金等硬环境因素在政府政策战略支持下不断形成创意产业氛围，吸引中小企业投资形成文化创意产业集聚区。硬环境作为外生因素，只有形成有利于文化创意产业发展的先决条件，软环境才能应运而生，因此硬环境是软环境发展的基础和保证。

3.3 伦敦文化创意产业发展模式的利弊

3.3.1 伦敦模式的优点

（1）有利于政府宏观调控创意产业的发展局面

由政府成立的“创意伦敦”工作协调小组、伦敦的创意产业工作组等机构，广泛地收集与文化创意产业有关的各种建议，向政府提出了很多具有针对性的建议和时效性很强研究，为政府制定有效政策并掌控文化创意产业的发展提供了有效的保证。

一方面是在国家内部，既采取一系列措施鼓励创意产业领域的市场竞争又制定相应的政策和投入大量的资金扶持、促进创意产业的发展。另一个方面在国际市场竞争中，伦敦政府利用国家力量积极推动创意产业的多方合作，来塑造其良好的国际形象。如 2003 年 4 月以来，英国举办的“创意英国(Think UK)”系列活动，从商业、艺术等各方面塑造了现代英国形象。

（2）更快推动伦敦文化创意产业“国际化”

伦敦政府致力于将创意产业“国际化”，本着互利共赢的原则，积极开展国际间创意产业的交流活动。为拓展国际交流合作的空间，2003 年起，“创意伦敦”工作协调小组与伦敦发展署共同发起了伦敦设计节(London Design Festival)，并在 2010 年的 9 天内举办活动超过 200 场，参与人员达到 35 万人，范围覆盖全球所有主要国家。除此之外 2002 年开始举办的创意集群(creative clusters)年会，也成为推动伦敦文化创意产业国际化的举措。

（3）解决中小企业资金问题

“创意伦敦”工作协调小组通过一系列项目对中小企业提供资金支持。为鼓励中小企业的创新活动，2005年成立伦敦科技基金促进伦敦高技术产业的发展等。并通过设立“创意之都基金”，为伦敦创意产业中有才华的企业家或商人提供财政资金支持，并对创意产业从业人员进行技能培训。这些措施促进了英国创意产业的发展。

(4) 培养了大量创意人才

创意产业蕴含以人为本精神，是一种人本化的现代知识服务业，它以人的创造性思维为最重要经济资源。随着伦敦创意产业的迅速发展，创意产业人群也在不断扩大。根据伦敦官方统计的数据，2009年伦敦创意产业产值约占英国GDP的8%，在全球则占到GDP的7%。伦敦创意产业就业人数超过50万，其中有10万人从事电影和传媒业。

3.3.2 伦敦模式不足分析

(1) 模式遭到疯狂复制。伦敦的产业优势也遭到多方面的挑战，如游戏软件行业，在加拿大、韩国的联合夹击下，伦敦在世界游戏业的实力排名已经从第三下降至第五。广告行业方面，英国IPA的最佳效率奖，但至少有8个国家和地区也效仿伦敦的做法等。因此伦敦模式仍需要加强建设自身独有的优势，依据本国文化创意产业的发展状况及时调整政策，制定科学合理的发展方向，不断完善政府主导模式。

(2) 政府对中小型企业资金支持不够。按照传统做法，英国政府不干预文化市场的具体运作，资助一般只占这些机构收入的30%左右，其余靠自创收入和社会赞助。而许多在经济危机中惨淡经营的小型工作室声称，希望资金扶持比例能大幅上调，而且政府的办事效率太低，等候时间过长。因此政府的支持文化创意产业发展的同时更应该关注支持中小企业的创意发展，为其提供及时、有力的资金支持，确保文化创意产业顺利发展。

(3) 面临政府政策转变的风险较大。伦敦政府主导型文化创意产业的发展模式，受政府行为的影响较大，一旦政府政策转变，文化创意产业的发展可能面临巨大风险。如在人们等待伦敦市政府推出更多刺激创意产业兴盛的决策时，伦敦乃至英国都把工作重心放在发展绿色经济和迎接2012奥运会上。如伦敦为重塑国家形象大打“绿色牌”，对文化创意产业的发展能否起到实质性的推动作用受到各方专家的质疑。为此，政府在制定文化创意产业发展政策时要充分预测到政府干预所给文化创意产业发展带来的不利影响，力求做到政府政策的导向最大利于文化创意产业的发展。

3.4 伦敦文化创意产业发展模式应用效果

(1) 带来了巨大的经济效益。伦敦文化创意产业的发展使得伦敦文化创意产业给英国带来了巨大的经济效应。创意产业已经成为伦敦最大的产业部门之一，年产值超过 250 亿英镑，总产出和就业仅次于金融/商业服务业，并保持年均 4.5% 的增长速度^[25]。2012 年伦敦奥运会给伦敦文化创意产业的发展注入了新的活力，伦敦奥组委官方网站在奥运前公布的消息显示，伦敦奥运会有 7000 份直接合同以及由此带来的供应链，总共可能产生 7.5 万个商业投资机会，带来 80 亿美元的商机。除此之外 BBC 首次推出 3D 直播，大大提升了收视率。

(2) 创意阶层为伦敦创意之都的地位提供了保证。所谓创意阶层，是指需要创意的职业，包括科学家和工程师、诗人、艺术家、设计师、卫生及法律从业者、高科技和知识密集型行业的从业者^[26]。随着伦敦创意产业的迅速发展，创意产业人群也在不断扩大，而且具有了相当可观的规模。根据伦敦官方统计的数据，2000 年伦敦创意产业就业人数就已经超过 50 万，其中有 10 万人从事电影和传媒业。创意阶层为伦敦提供了源源不断的新创意，保证了伦敦创意之都的地位。

(3) 伦敦成为多元化的全球创意中心。文化创意是以文化为依托的，多元文化是文化创意产业不可或缺的激励因素。全球经济的一体化加强了世界各国之间的交流与合作，使来自不同地域、拥有不同文化背景的人的交流越来越频繁。伦敦聚集了来自世界各地的时尚、理念、艺术、音乐等，涵盖五百多种语言，几乎 1/3 的伦敦人属于外来民族。各种文化的交流、互动，造就了伦敦成为全球创意中心的地位。

第4章 北京文化创意产业发展模式

4.1 北京文化创意产业发展背景

随着人们生活水平的不断提高，消费者消费观念发生转变，精神产品需求日益增多，文化创意产品有着强烈的市场需求；新时期北京面临城市经济转型，制造业迁移城外，城内经济发展多源于创意经济的带动；文化创意产业促进了文化商业化的进程，对提升北京文化影响力以及城市影响力具有巨大促进作用。

北京是我国的经济、文化和政治中心，也是一个拥有丰富的历史文化和皇城文化的古都，这里有历代丰富的历史资料和文化素材等为文化创意产业的发展提供了珍贵的资源。此外驻北京的外国大使馆和机构带来了丰富多彩的异域文化和时尚潮流，不仅丰富了北京的多元化文化氛围，同时也为创作文化创意产品提供了丰富的素材和多元的视角，为推广和传播中文化、促进文化创意产业的发展提供了新的机遇。

综上，新兴文化创意产业已成为全球经济文化一体化进程中新的增长点，成为推动经济结构调整、转变经济发展方式的重要力量，成为推动一个国家实现社会繁荣和文化繁荣，进而增进人们的理解、认同和向往，增强国家文化软实力认同的重要砝码。

4.2 北京文化创意产业发展模式

北京有着深厚的文化底蕴、悠久的历史传承以及现代的城市建设，针对北京市文化创意产业发展的特点，北京文化创意产业发展选择的是以“市场主导、政府引导、企业运作、高校与科研辅助”为主要特点的市场政府混合主导型的发展模式。即一方面充分发挥市场的资源配置作用，尊重市场自由、鼓励市场竞争；充分发挥高校与科研机构的作用，培养更多的高级文化创意人才，并为政府政策的制定提供有效的建议和依据。另一方面通过政府积极引导和扶持企业，多层次、多角度地参与其中，促进全方位的发展渠道的形成。

4.2.1 市场主导

市场主导就是指在国家不干预的前提下，企业之间实行市场竞争，国家只负责维护好市场的秩序。据统计，截止2011年底，北京常住人口突破2000万，人均年收入3万

多人民币,随着居民生活水平的不断提高,居民对于文化创意产品的需求日益增强。在北京居民对文化新创意产品消费的带动下,通过市场的自发调节作用形成了多个北京文化创意产业集聚区,如北京 798 艺术区、中关村创意产业先导基地、北京数字娱乐产业示范基地、国家新媒体产业基地、潘家园古玩艺术品交易园区、中关村科技园雍和园、中关村软件园、宋庄原创艺术与卡通产业集聚区、北京 DRC 工业设计创意产业基地、中国(怀柔)影视基地等。集聚区的形成一方面彰显了市场在文化创意产业发展过程中的主导地位,另一方面伴随着人们对文化创意产品的消费向多元化、自主选择性和多样性的趋势发展,北京的文化创意产品消费市场可以起到很强的示范和引导作用,带动着全国创意消费观念的转变和文化消费潮流的革新。

通过市场的主导作用,文化创意产业在北京市的支柱产业地位已经形成。2004 至 2008 年,文化创意产业占全市地区生产总值已经从 10.1%提高到 11%,比重逐年提高。在国际金融危机的背景下,2009 年北京市文化创意产业逆势上扬,实现增加值 965 亿元,占全市 GDP 的比重达到 11.8%,又创历史新高。

4.2.2 政府引导

政府的引导作用是推动文化创意产业快速发展的一个重要动力。北京想更好更快的发展创意文化产业,首先政府要在产业政策方面进行科学的规划和正确的引导,进一步深化文化体制改革,优化文化创意产业的发展环境,不断推动文化创意产业健康、快速地发展。建立一个宽松宽容、真正有利于创新的发展环境,是文化创意产业能够茁壮成长的键。英国的创意文化产业之所以能够迅速的发展,正是政府产业政策导向发挥作用的最好的例证。

(1) 政策支持。北京在近几年接连制订了《北京市文化创意产业投资指导目录》、《北京市促进文化创意产业发展的若干政策》、《北京市文化创意产业分类标准》、《北京市文化创意产业发展专项资金管理方法(试行)》。其中《指导目录》向社会投资者明示了市场准入条件,对文化创意产业各行业的管理机关、行政许可事项和固定资产投资管理方式逐一进行了详细说明。而《若干政策》共有 35 条,分别对产业准入、支持创新、知识产权保护、资金支持、对外贸易、资源配置、人才培养、实施细则八个部分做了相关说明。

（2）建立融资渠道

文化创意作为一种产业，资金是一种必不可少的要生产素。而且文化创意产业的企业大多数都是中小型企业，或者是个人组织，一方面他们在信息、资金、管理经验和业务渠道上存在不足，另一方面文化创意产业的风险也不确定。因此，要想使他们发展起来，政府应该在相关文化创意产业专项资金的利用上，尤其是在企业融资、人才培育等方面给予足够扶持，在人才、资金、技术等方面为中小企业提供良好的条件，促进文化创意产业走上快速发展的道路。

目前国内外文化创意产业方面的融资平台和渠道有很多种类，如成立政府金融主管部门、鼓励社会组织的公益性投资、企业的私募和民间资本投资等等。另外，政府为文化创意产业提供资金服务，还可以通过设立优惠贷款项目、专项基金和拓展各种投融资渠道等。比如说，《北京市文化创意产业发展专项资金管理方法(试行)》的颁布，就是北京市从专项资金支持方面支持文化创意产业的发展。另外，国家还有一些政策性融资，也对文化创意产业有所帮助，例如：国家开发银行中小企业贷款、科技型中小企业技术创新基金、国家高技术产业化示范工程、中小企业国际市场开拓资金等等。

（3）引导企业开拓市场

文化创意产业企业作为一个企业，获取利润是其最直接的目的所在。由于文化创意产业的不确定性和高风险性的存在，处于初创阶段的创意企业要想赢利会面临很多困难。对于一个国家，文化创意产业作为一个新兴产业，如果能顺利发展起来，将对一国的经济增长有很强的拉动作用，更重要的是文化创意产业的兴起同时也可以传播一个国家的历史文化，提升国家对世界的文化影响力，增强国家的核心竞争力。因此引导企业广泛开拓市场，大力发展文化创意产业对文化创意产业本身甚至是一个国家都很重要。

4.2.3 龙头企业带动运作

北京龙头企业的地位非常突出，从总体上看，文化创意产业是由龙头企业带动发展起来的。龙头企业带动产业发展需要满足几个特点：一是龙头企业必须实力强、知名度高；二是必须是以龙头企业为核心形成了较为完善的产业链或产业集群；三是通过政府的政策引导或者市场的自由调节机制能够在龙头企业与关联企业间形成合理的分工合作的联系机制。例如，中央电视台和北京电视台新台址的建设带动了几千家企业相关文化产业公司

纷纷迁往 CBD 或其周边地带，如电视制作、广告代理、广告、出版、印刷、动漫、网游等，从而带动节目制作、广告传媒、教育培训、大型活动策划等各类相关行业的发展，形成了以影视、传媒服务为主要特色的、庞大的文化创意产业链条。

4.2.4 高校与科研辅助

文化创意产业是文化科技与艺术相结合而形成的一种产业形态，其发展必然离不开科技的支撑。这是因为：第一，科技可以促进更多文化创意产业新业态的产生；第二，科技促进了文化创意产业发展水平和效率的提高。北京作为全国的文化、教育中心，拥有大量的几乎囊括所有种类的教育和科研机构，并且聚集了全国的名牌学府，造就了一大批各式各样的人才，另外，全国各地的众多人才院校、国家重点学科和重点实验室都在北京。北京是全国最早推出文化产业专项政策的城市之一，目前已推出各项政策近 30 种，这使北京成为全国最有吸引力的文化创意产业发展地区。相关数据显示，“十一五”期间北京文化创意产业从业人员年均增长 8%，2010 年年底达到 122.9 万人，创作、策划、管理和投资经营等方面的人才种类不断丰富，层次有所提升。

4.3 北京文化创意产业发展模式的应用效果

北京市“十一五”城市规划将首都定位为“国家首都、国际城市、文化名城、宜居城市”。文化创意产业能够很好地传承首都的历史文化，彰显城市本色。与传统产业相比，它具有低能耗、高产出的优势，对于有效地利用城市资源，推进产业结构升级，加快增长方式转变作用显著。同时，文化创意产业对于实现首都经济社会全面协调发展、加速城市的国际化进程有着重要的意义。

当前，很多国家将创意产业的发展规模作为衡量一个城市综合竞争力的重要标志。2005年12月，在北京市委九届十一次全会上，北京市明确提出要将文化创意产业作为首都经济未来发展的重要支柱。经过几年的培育，北京市文化创意产业发展已取得了瞩目的成绩^[27]。

4.3.1 经济贡献

首先，从创意指数来看，北京文化创意产业发展态势良好。文化创意指数是北京市为科学衡量文化创意产业的创造力、竞争力、增长因素以及发展潜力而研究编制的评估指数，

包括投入指数、成果指数、贡献指数、人才指数和环境指数五部分。其中，投入指数反映了企业的研发投入和政府的科教投入情况；成果指数反映了科技与文化创意成果，体现了城市的创新能力；贡献指数反映了文化创意产业的经济社会贡献及发展规模；人才指数反映了从事文化创意产业的大学及以上学历、中高级技术职称人员和科研人才拥有情况以及高等教育中文化创意人才培养情况；环境指数则反映了产业发展的文化环境和社会环境。

统计数据表明，从2005年至2007年，北京市文化创意产业各项指数逐年递增。其中，投入指数增幅最大，由2005年的95.75增长到2007年的229.21，增幅达139.38%。

可见，北京市在科技及人才投入方面，为文化创意产业提供了良好的资金支持。增幅位居第二的是文化创意成果指数，从2005年到2007年，成果指数由108.55增长为151.74，增加了39.79%。无论是资金的投入，人才的培养，还是政策环境的支持，本市文化创意产业从整体来看发展势头良好，实力和综合竞争力都有较大幅度的提高，总指数从104.54增长到144.51，平均增长比例为17.57%（见表4）。

表4 北京文化创意指数发展表

年份	文化创意 投入指数	文化创意 成果指数	文化创意 贡献指数	文化创意 人才指数	文化创意 环境指数	文化创意 总指数
2005年	97.75	108.55	104.86	108.68	103.51	104.54
2006年	215.36	131.68	106.58	109.46	108.46	132.87
2007年	229.21	151.74	114.57	117.18	116.07	144.51
2006年为2005年%	124.92	21.31	1.64	0.72	4.78	27.10
2007年为2006年%	6.43	15.23	7.50	7.05	7.02	8.76
2007年为2005年%	139.38	39.79	9.26	7.82	12.13	38.23

其次，从产业增加值来看，北京的文化创意产业正处在迅速发展时期。据北京文化创意产业领导小组和北京市统计局数据显示，北京文化创意产业在2004年到2010年期间，产业增加值逐步增加，2010年实现了年均增速达到18.4%^[28]（见表5）。

表5 北京市文化创意产业增加值

年份	产业增加值	占GDP比重
2004年	613.6亿元	10.1%

2005年	700.4亿元	10.2%
2006年	812亿元	10.3%
2007年	992.6亿元	10.6%
2008年	1346.4亿元	12.1%
2009年	1489.9亿元	12.3%
2010年	1692.2亿元	12.3%

从表5中可以看出北京的文化创意产业从2004年到2010年间，实现了全年产业增加值连续6年稳步增长，2010年的产业增加值是2004年的2.76倍，提前实现了“十一五”规划中关于产业增加值占GDP比重超过12%的目标。依据国际标准，当某一产业的增加值占GDP的比重超过6%，我们就可以将其称作一个经济体的支柱^[29]。据统计，2009年从事文化创意产业的人员达到114万余人，各类文化创意企业法人单位数2008年就已超过12万家，吸纳就业百万余人，高端人才在京聚集不断加速。经过几年的培育，北京市在动漫游戏业、电影演出市场等取得了可喜的成就。

4.3.2 动漫游戏业蓬勃发展

动漫游戏产业是新兴娱乐型行业，它所渗透的领域极其广泛，不仅工艺礼品、文具用品、服装服饰以及日常用品如电话卡都是其相关产品，而且对很多产业都有着很大影响力如生产制造、教育培训、信息网络等产业。动漫游戏产业在很多发达国家里已成为支持绿色GDP的支柱性产业，其中日本的动漫游戏业已经超过了钢铁业，美国的网络游戏业也显示出超越好莱坞电影业的趋势。

据统计，北京市14—30岁的青少年每年在漫画卡通等相关方面的消费与他们在洗发产品的消费平衡，使得前些年一直被专家定义为边缘产业的动漫业，已经逐步成为北京市重点发展的创意产业之一。北京目前已有6个动漫游戏产业集聚区：中关村创意产业先导基地、朝阳大山子艺术中心、东城区文化产业园、德胜园工业设计创意产业基地、国家新媒体产业基地和北京数字娱乐示范基地。其中北京数字娱乐产业示范基地已基本形成了数字交易区、研发孵育区、人才培育区、娱乐体验区的整体布局。2011年，北京300余家动漫网游行业产值达到130亿元，同比增长30%。其中网游企业收入120亿元，网络游戏出口

金额达到12.7694亿元，居全国第一。动漫游戏产业真正成为了动漫游戏爱好者实现创意梦想的工厂。

4.3.3 演出市场繁荣发展

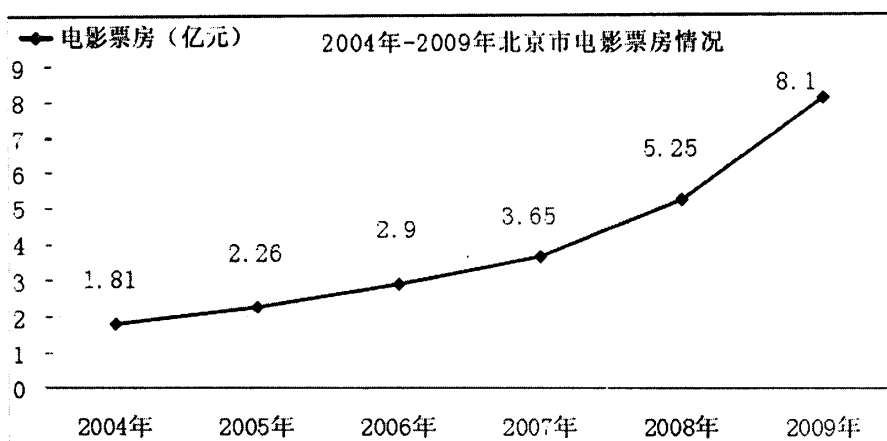
伴随着文化创意产业的迅速发展，演出市场在北京的发展也正式步入了高速运营时代。2010年，北京83家营业性演出场所共推出19000多场，演出数量比2009年增长了16.45%，总收入达10.9亿元，比2009年增长近1亿元。

自从2008年北京开办奥运会以后，像国家体育馆、五棵松体育馆等场馆都纷纷对外开放，吸引了一大批国内及国际的一线艺人，促进了北京演艺业的蓬勃发展。2010年，人民大会堂、首都体育馆、工人体育馆、工人体育场、朝阳公园、五棵松体育馆6个大型场馆演出收入达3.83亿元，占全年收入的38.4%，比2009年增加1.52亿元。随着经济的不断发展和居民消费水平的不断提高，音乐会已逐渐进入广大市民的娱乐生活，不再是少数贵族的专属艺术欣赏。目前，新年音乐会已成为北京演出市场的年底重头戏。据统计，2009年上演的70多台新年音乐会中，既有国内合唱团、交响乐团和知名歌唱家的名曲，也有国外交响乐团和古典组合的巅峰之作。曾经荣获“施特劳斯奖”的世界级音乐大师拉菲尔·弗吕贝·克·德·伯格斯，也带着德累斯顿爱乐乐团来到了人民大会堂表演。

演出市场的繁荣发展，不仅丰富了北京市民的居民生活，而且诠释了北京的城市文化，用艺术表达形式将北京文化和中华文化的精华展现在世界人民面前，让更多的人认识北京、了解中国。

4.3.4 电影票房的新突破

2009年底，北京共有电影院84家，电影院线9条，银幕373块，电影放场次60万场，观众人数2139.6万人次。数年来，北京院线的票房收入呈现井喷式的发展。电影票房从2004年的1.81亿元到2006年的2.9亿元、2007年3.65亿元、2008年5.25亿元，增长到2009年的8.1亿元（见图3），2010年北京电影票房达到11.8亿元比2009年增加3.7亿元，增幅为46%，北京电影票房占全国票房总量的12%，连续四年居国内城市的票房冠军。



资料来源：北京市统计局

图3 2004-2009年北京票房情况表

从图4.3可以看出，随着市民经济收入的不断提高市民在文化娱乐方面的消费也在不断升高。同时也说明影院的合理布局满足了本市居民的观看电影需求。北京的70家影院在选址方面突破了集中在大型商业区的常规做法，亚运村阳光影城、望京星美国国际影城、回龙观星美国国际影城等一批大型社区影院分布较为合理，满足了市民的需求，从而激发了市民电影消费的愿望。不论是动漫产业的飞速发展，还是电影演出市场的繁荣现象，都体现了北京文化创意产业的快速发展。作为经济、文化和科技深度融合的产物，文化创意产业凭借其独特的产业价值取向、广泛的覆盖领域和快速的成长方式，已成为首都经济的新引擎。

第 5 章 北京-伦敦文化创意产业发展模式对比分析

5.1 相同点分析

伦敦文化创意的发展采用是政府主导型模式,北京发展文化创意产业是市场-政府混合主导型的模式,二者存在以下共同之处。

5.1.1 政府政策支持

伦敦文化创意产业发展源于布莱尔政府上台后,政府为了摆脱经济困境,通过强有力的政策干预、财政支持大力发展文化创意产业;北京文化创意的发展也受益于政府的干预政策支持,北京、伦敦对文化创意产业发展政策支持有以下共同点:

(1) 基础条件方面:为建立文化创意产业的基础设施,繁荣经济、社会和文化的发
展,伦敦市相继出台了一系列的可行性的政策措施。在 1999 年,伦敦就设立了文化战略委员会,负责规划、协调和发展伦敦市的各类文化机构,并制定实施了伦敦文化发展的战略。2000 年,又提出从教育、扶持个人创意及接触创意等三方面来帮助市民发展并享受创意。

北京 2004 年文化创意产业开始进入《国民经济行业分类目录》,文化创意产业定位确定,并从 2006 年起,北京市政府每年安排 5 亿元文化创意产业发展专项资金,扶持发展文化创意产业;设立 5 亿元文化创意产业集聚区基础设施专项资金,分三年投入,支持集聚区环境整治、基础设施和公共服务平台建设等公共设施工程。

(2) 金融投资方面:在“创意伦敦”战略指导下,伦敦市成立“创意伦敦”工作小组,涵盖融资、人才开发、房地产和促销等各个环节在内的一系列项目。2005 年伦敦设立了“创意之都基金”,除了伦敦市政府对创意产业的高度重视外,相关机构提供的具体支持服务也起到了重要作用。除此之外,相关机构与民间的许多相关组织、学校和财务支援单位共同为创意产业在伦敦的发展提供了坚实的基础。

而北京文化创意的发展同样也离不开资金的支持,2006 年,北京市设立了文化创意产业发展专项资金,并每年拨款 5 亿元用于支持文化创意产业发展。截止 2009 年,专项资

金通过项目补贴、贷款贴息和奖励等方式共安排资金 15 亿元，支持重点产业项目 206 个，有效带动社会资金 146 亿元。

(3) 组织机制方面：为更好发展文化创意产业，继布莱尔政府成立“创意产业特别工作组”后，2004 年伦敦政府创立了“创意伦敦”工作组。该工作组是隶属于伦敦发展局并由其管理的战略团队。它以政府和民间合作的方式进行运作，广泛汇集重要创意公司行政执行官、艺术组织和政府部门官员的建议，有力地促进创意产业发展。相似地，为了发展文化创意产业，2006 年，北京市成立“北京市文化创意产业领导小组”。在工作组的指导下，整个产业政策制定过程先以整体产业协调为基调，再以具体行业 and 重点行业分部门管理为重点进行统一管理。这一举措创新了文化创意产业宏观管理的体制，提高了文化创意产业政策制定主体的规格，使文化创意产业政策的制定和实施机制更加规范和科学。

5.1.2 市场作用

伦敦政府一是紧抓文化创意，二是紧抓文化市场，既做导向的“风向标”，又当发展的“助推器”。尽管采取政府主导型的发展模式，但英国政府树立了“只要市场能管，政府就不管，但也不远离”的理念，将文化创意企业外包给文化委员会、行业协会、基金会等社会中介组织进行管理。伦敦创意产业的市场环境成熟、运作机制得宜、产业结构上中下游完整，并且所选定的产业都是伦敦发展较成熟的产业，所以各个产业部门能够相互支撑、互为供给、构成一条完整的产业链。

北京在发展文化创意产业时坚持市场主导、政府引导的原则，市场在北京文化创意产业的发展中起到关键推动作用：

(1) 需求升级。随着人们消费水平的提高。消费需求发生根本的改变。相当多的创意产品，如文艺表演服务、艺术展览服务、旅游服务、书籍、报刊、唱片、录像带，其消费需要占用大量闲暇。现代经济发展和社会进步使人们的闲暇时间越来越多，有力地支持了创意产业消费市场的发展。

(2) 科技进步。科学技术日新月异地迅猛发展，极大地影响了人们的生产、生活和消费，也为文化创意产品的开发、传播、消费提供了广阔的发展空间。以数字信息技术革命为代表的高科技进步，为激活创意产业、实现空前规模的产业整合准备了条件科学技术开拓了新型产业领域。随着信息技术的发展，以文化创意为内容的数字技术新产品层出不穷。

穷。

(3) 经济转型。随着北京今年经济的蓬勃发展,以物质产品为中心的产业结构逐步向以精神文化产品、服务产业为中心的现代产业结构转变。工业化社会向后工业化社会转变使文化创意产业获得了前所未有的巨大发展机遇。

(4) 全球化加速。全球政治经济的一体化文化的多元化成为一种不可逆转的潮流。文化创意产业的核心内容之一是创意,而创意往往是在不同文化、不同思想之间相互交流、碰撞中产生的。因此,多元文化是创意产业发展的有力支撑。

5.1.3 形成特色产业集聚区

集聚区是指产业中相互关联的、在地理位置上相对集中的若干企业和机构的集合具有很强的群体竞争优势和集聚发展的规模效益。伦敦政府在发展文化创意产业初期就注重集聚区的发展,如伦敦西区的表演艺术集聚区是世界两大戏剧中心之一,是英国戏剧界的代名词;斯佩特菲尔德市场是伦敦最著名的集市之一,而且已经成了新秀设计师、手工艺人和和艺术表演者的聚居之地;霍克斯顿区是英国著名的创意园区,这里共聚集了 500 多家创意公司,这里聚集的基本上都是利用数字科技创业的新兴企业。

北京文化创意的发展也形成了具有特色的产业集聚区如:潘家园古玩艺术品交易园区,主营旧货、工艺品、收藏品、装饰品的假日市场,占地 4.85 万平方米,建筑面积 2.6 万平方米,拥有 4000 余家经营商户,有 560 余家古玩经销商,成为北京最大的古玩艺术品交易集聚区;北京 798 艺术区的显著特征是改造利用旧厂房,最早形成的“时态空间”和最新开放的 798 创意广场周边主体建筑均为包豪斯风格即现代主义风格,在保护其基础结构的前提下,经过艺术化的简单装饰,提供设立艺术家工作室和相关文化休闲设施。

5.1.4 创意人才培养

创意人才在伦敦文化创意产业的发展中起了巨大的推动作用,伦敦政府从一开始就注重创意人才的培养和引进。如:鼓励高等院校设立创意专业,为发现人才培养人才投入资金,提出了“发现你的才能计划”;为吸引人才制定了相关的措施:规定英联邦国家高技术创意人才不需签证可以在英国工作两年;改革移民制度,为引进创意人才提供便利。

北京政府非常注重创意人才的培养与引进。目前,为培养创意人才,政府鼓励高等院校设立创意专业,提供创意人才所需的数字媒体艺术等相关教育资源。据统计,北京文化创意产业从业人员年均增长 8%,2010 年年底达到 122.9 万人,北京市整体从业人员 900 多万人,占 1/10 还多,规模以上企业从业人员 85.1 万人。北京市文化产业发展势头迅猛,人才建设紧跟其发展步伐,2012 年北京市市长郭金龙在大会上指出,今年北京将制定高端文化人才引进、培养和使用的优惠政策,完善文化人才激励机制,这将对文化人才的培养与开发产生重大影响。

5.2 差异点分析

5.2.1 产业发展目标方面

伦敦文化创意产业的兴起源于上世纪末,英国的经济衰退带来的经济危机,布莱尔政府上台后提出“通过英国引以为豪的高度革命性、创造性和创意性来证明英国的实力”,其目标主要是在后工业社会阶段促进产业升级和夺取产业价值链的高端,以确保在世界经济中的领先地位。北京发展文化创意产业是产业升级、经济增长方式转变的要求,其目标则是在创意产业在全球蓬勃发展的背景下,寻求经济新的增长点,以促进经济的进一步发展,获取创意产业在国际市场中恰当的地位。

5.2.2 政府政策方面

北京伦敦政府对各自文化创意产业发展出台的政策方面具有以下不同之处:

(1) 开拓出口市场:发展国内创意经济的战略,是面向国际市场,积极吸引外资,在创意产品国内市场的基础上,积极开发出口市场。伦敦政府在开拓文化创意产业国外市场制定了完整的营销策略。2005 年伦敦发展署《继续保持伦敦经济的成功发展——伦敦经济发展战略》将伦敦文化创意产业发展列入其中。与此同时,伦敦借助文化创意发展积极展开城市营销战略。如哈利波特,从 1997 年开始创造出当代文坛最大的神话和创富传奇。短短的十年来,已形成一个包括电影、出版、游戏、服装、玩具等领域,收益超过 60 亿美元的庞大产业链,演绎为成功的流行文化和商业品牌。

北京市政府在对文化创意产业出口市场也出台了一系列政策,但大多只是鼓励性政策,北京市文化创意产业对海外市场渗透性不强。如 2008 年,《北京市促进文化创意产

业发展的若干政策》提出,采取税收优惠、奖励等方式,鼓励和支持具有自主知识产权和自主品牌文化创意产品和服务的出口。还提出,扩大对文化创意产品和服务的政府采购范围,优先采购自主创新文化创意产品和服务。然而,由于中国的城市营销目前正处于向专业化转型的阶段,经验不足,北京市出台政策渗透性不强。如“功夫”、“熊猫”都是中国特有的文化元素,却在英国获得成功,可见北京乃至全国的文化创意目前绝大多数都是在简单地复制、模仿,政府政策的指引与约束作用还需进一步加强。

(2) 保护知识产权:知识产权是文化创意产业发展的保障,伦敦专利局制订了完善的法律体系来保障多方面的知识产权,并设立了独立的知识产权网站,提供创作者和使用关于版权、商标、专利及设计等信息促进咨询的自由流通。

北京市为了保护知识产权建立版权资源信息中心和版权国际交易中心,构建版权授权体系。然而却缺少足够的打击力度,政府的创意产业知识产权保护体系不够完善,导致各种山寨、盗版现象。

(3) 政府作用、地位不同。伦敦文化创意的发展是政府积极推动的结果,起到主导的作用。在创意产业的发展历程中,政府始终坚持“两只手”的运营模式,一方面坚持自己强有力的“看得见的手”,通过政策、法规、税收及其他手段表现自己有力的一面,使民众对自己充满信心,支持自己的决定。但是政府并不直接介入到创意产业的发展实际中,而只是通过采取各项政策、研究报告的姿态参与产业管理,这也传递着其公正型政府的形象姿态。另一方面,伦敦政府通过形式多样,各式各样的中间组织参与管理。由于创意产业的门类较大,产业差异较大,在统一的政策下难免会出现偏差,但政府的财力、物力、人力有限,精力更有限,无法面面俱到,因此政府雇佣了大量的中间组织。政府在各级领导机关设立大量的中间组织,政府向他们购买服务。

北京文化创意产业的发展,市场是发展的主体,政府引导发展。为推动文化创意产业发展,北京市相关部门制定了一系列鼓励、支持文化创意产业发展的政策,其所包含的政策内容又是根据北京市的具体情况制定的。北京政府出台一系列措施意在鼓励、支持文化创意产业的发展,政府并未参与其中,如北京文化创意产业集聚区多是依靠原有资源根据市场需求自发形成,政府只是起到了引导作用。

5.3 北京与伦敦相比的差距

(1) 缺乏专业性组织和专业性服务队伍。在推动文化创意产业发展的过程中,专业性力量的作用十分重要。但目前北京市除了政府组织的文化创意产业研究小组等几个专业性组织,相比伦敦而言,总量上甚少,不利于文化创意企业的健康成长。

(2) 缺乏专业的创意人才。北京现在面临着创意的、策划的、经营管理的复合型人才缺乏。我国教育体系中,文化创意人才基本集中在正规的专业人才,而且是以艺术院校、文化院校为主的,没有产学研很好的互动,所以缺乏文化商品化、产业化、全球化经营管理和营销这些专业职能的培养。相比伦敦,北京市文化从业人员占全市总从业人员的比例仍然较低,人才不足矛盾依然突出,严重制约了首都文化事业的持续发展。以动画及多媒体行业为例,虽然相应的动漫教育机构、动漫人才数量迅猛增长,但是动漫产业的发展仍出现人才告急的现象。据了解,业界需要的人才为 15 万-20 万人,而每年能够提供的合格人才仅为 1 万人左右,随着动漫产业的发展壮大,这个缺口还会不断加大。

(3) 知识产权保护制度不完善。知识产权是文化创意产业生存和发展的关键,对产品原创性的承认和保护,是尊重和承认个人创造力的价值。伦敦政府把保护知识产权上升到战略高度,并通过各种法律和法规加大对知识产权的保护力度。但是目前北京市对知识产权的保护机制还有很多方面有待完善^[31]。

(4) 文化发展体制相对落后。北京市的文化体制改革相对比较滞后,相当数量的国有文化经营单位并没有成为真正的市场主体。市场竞争主体处于不公平竞争状态,公有制企业和非公有企业占有的文化资源差距明显,非公有制企业在竞争中处于明显的劣势,影响了北京市文化创意产业整体的发展^[32]。

(5) 产业的国际竞争力缺乏。北京在国内还是处于比较领先的位置,但与伦敦相比,2006 年北京的文化创意产业增加值是 509 亿元,伦敦是 210 亿英镑,但是从从业人员指标来看,北京的从业人员是 71.2 万人,伦敦是 51.5 万人。所以北京 70 多万人创造的价值增加值只相当于香港不到 13 万人创造的增加值,因此,北京文化创意产业的国际竞争力欠缺。

5.4 伦敦文化创意发展模式对北京的启示

伦敦文化创意产业的快速发展使得世界各国、地区争相研究、借鉴伦敦模式,北京和伦敦都是作为首都城市、又都具有深厚的历史和文化底蕴,随着北京经济的快速发展以及文化创意产业的兴起,伦敦模式对北京文化创意产业发展提供了一系列的启示和借鉴。

(1) 文化创意产业的发展需要政府的全方位推动。伦敦模式最主要的特点就是政府的大力支持。虽然北京政府也制定了一系列相关扶持文化创意发展的政策,如2007年在《北京市“十一五”时期文化创意产业发展规划》提出了文化创意产业发展的指导思想和工作目标。2012年,北京市出台了《发挥文化中心作用加快建设中国特色社会主义先进文化之都的意见》,推出系列配套政策重点扶持民营中小文化企业发展。但由于政府职能的转变尚未完全到位,市场配置资源的基础性作用未得到充分发挥,部分行业市场化程度不高。如新闻出版、广播影视等领域,非公有制经济发展相对薄弱,渠道垄断、资源垄断等问题比较突出,在一定程度上影响了资源配置的效率和产业发展的活力^[33]。

(2) 加大文化创意产业集聚区建设。文化创意产业集聚区的建设是引领文化创意产业发展的关键。伦敦政府对东区、西区、SOHO区等集聚区都大力加强文化创意产业园区建设,形成各个鲜明特色的创业园。虽然北京通过政府的规划引导和政策扶持集聚区的建设,形成了一批产业特色鲜明的文化创意产业集聚区,但制度建设相对落后、创意产业准入门槛较高,并缺乏有效的制度促进创意产业化发展、龙头企业效应不明显、集聚区辐射能力尚待进一步发挥。因此,如何采取更有效的措施促进集聚区的健康发展,需要政府部门不断的努力。

(3) 加强知识产权保护。伦敦文化创意产业的蓬勃发展与知识产权的法律保护密不可分。20世纪90年代,英国先后颁布了新的《广播电视法》、《电影法》、《著作权法》、《英国艺术组织的戏剧政策》等一系列法律和法规。为伦敦文化创意产业的发展提供了一个良好的市场环境和公平的竞争格局,确保了文化市场的持续繁荣。而当前,北京市在推动文化创意产业发展的过程中,就必须通过扎实有效的工作来促使本地形成尊重和保护知识产权的良好法制环境。文化创意产业是以商标权、著作权、专利权等知识产权为核心资产的产业门类,它的发展是要依托知识产权法规来保护其创新成果的。因此北京政府在推动文化创意产业发展的关键是大力推行知识产权保护,防止出现文化创意产业被任意仿制、复制而损失惨重的局面。

(4) 营造良好的创意氛围。创意氛围是发展文化创意产业的外部保证。伦敦发展署通过教育培训推介支持公民的创意生活,并为公民提供很多接触创意的机会,如:免费开放博物馆和数字化的数据档案等。此外,伦敦创意工作组组织设立的伦敦电影节、时装节、设计节、游戏节四大文化节日,为文化创意产业创造了浓浓的创意氛围,是伦敦文化创意

产业发展模式的亮点之一。伦敦政府还非常重视保持伦敦文化的多元化发展。伦敦囊括了来自世界各地的时尚、艺术、音乐等，涵盖了 300 多种语言，其中包括 100 多种非洲语言，人口在 1 万人以上的少数民族社区有 50 多个，真正成为了多元文化的汇聚之地，多元文化的交流、互动为伦敦增添了创意氛围，巩固了伦敦全球文化创意中心的地位。

北京市在大力发展文化创意产业时，应当以包容的态度对待外来文化，使得具有不同文化背景和生活习惯的人们在本市能够和谐相处，共同推动本地文化创意产业的发展。此外，北京市还应当着力营造包括酒吧、咖啡店、小剧场、书店等在内的小规模的人文街区环境，进一步增强本市对文化创意人才或文化创意阶层的吸引力。

第6章 结论

本文通过对伦敦文化创意产业的发展背景、发展模式分析,采用比较研究的方法,探讨了伦敦文化创意产业的发展模式,并在此基础上针对目前北京文化创意产业的发展,分析了北京文化创意产业发展模式。通过对伦敦、北京文化创意发展的对比分析,概括出了北京发展文化创意产业的优势与差距,为北京文化创意产业的发展提出了建设性意见。本文主要所得结论如下:

(1) 对伦敦文化创意产业发展模式的形成进行了分析。伦敦模式是政府主导型模式,即政府广泛参与到文化创意发展的各个环节,对文化创意产业的发展起到积极的推动作用。主要体现在政府重视宏观导向和政策支持、运用财政手段提供资金支持、政府重视创意产业园区建设以及积极参与国际交流与合作等方面。

(2) 北京文化创意产业发展的模式是市场政府混合主导型,即市场主导、政府引导,具体表现在以市场为主体,政府宏观政策为引导;龙头企业带头运作;高效和科研辅导。

(3) 伦敦和北京在文化创意发展过程中具有相同点又有不同点。相同点:政府政策支持、市场促进作用;两城市都致力于文化创意产业集聚区形成以及创意人才培养。不同点:伦敦的文化创意产业的发展是政府主导型的发展模式,而北京文化创意产业的发展既受到了政府的政策支持与宏观调控,又受到市场的自我调节作用,北京文化创意产业发展模式是市场政府混合主导型。两城市在政府政策导向以及发展文化创意产业背景上具有很多差异。

(4) 通过对北京伦敦文化创意产业发展模式的对比分析,为北京在政府政策、创意产业集聚区建设、知识产权保护以及营造良好的创意氛围等方面发展文化创意产业提出了建议。

存在问题及展望:

在当今世界经济快速发展、经济增长异常迅速的时代,各国、地区为了抢占市场先机,在竞争中取得优胜地位,文化创意产业成为关键的竞争目标。伦敦文化创意产业的发展模式是一个复杂的问题、涉及面广,本文所做的研究也只是其中很小的一部分,由于笔者的研究水平、时间、掌握知识和资料、实践经验等方面的原因,对论文中所讨论的问题,也只是一个初步的研究和探讨,研究的过程和结论还有很多不足之处。由于伦敦文化创意产

业发展已近30多年，特别是伴随着21世纪经济的飞速发展，伦敦文化创意产业发展受到更多的因素影响，本文只是从宏观上分析了政府主导作用，影响伦敦文化创意发展的更深层次原因仍需要进一步探讨。

参 考 文 献

- [1]Allen J.ScoR. Geography and Economy[M].Clarendon Lectures in Geography and Environmental Studies. 2005 (05) : 30.
- [2]Batterham, Robin.The Chance to Change [M].A Discussion Paper from the Chief Scientist , Canberra .Ausinfo. 2000: 453-457.
- [3]Dutch Guide.Creative Industry[C].Shanghai International Creative Industry Week. 2006: 55-58.
- [4]Michael E. Porter, Location, Competition and Economic Development[C]. Local Clusters in a Global Economy. 2000: 90-94.
- [5]Wu, Weiping. Dynamic cities and creative cluster [R].World Bank Policy Research Working Paper. 2005 (3) : 123-125.
- [6]张京成.中国创意产业发展报告[M].中国经济出版社, 2006: 244.
- [7]Richard Caves(孙绯等译).创意产业—艺术的商业之路(Creative Industries: Contracts between Art and Commerce)[M].北京: 新华出版社, 2004: 15-50.
- [8]John Howkins (李璞良译).创意经济——好点子变成好主意[M].台北: 典藏艺术家庭出版社, 2003: 12-15.
- [9]联合国教科文组织: 《世界文化发展十年(1988-1997 年)实用指南》[R].北京大学出版社, 1989.
- [10]香港特别行政区政府中央政策.香港创意产业基线报告[EB/OL]. <http://sc.info.gov.hk> 2003(9).
- [11]上海市经济委员会.创意产业[M].上海:上海科学技术文献出版社, 2005: 128-135.
- [12]诸大建.易华.创意型城市的要素及其启示[EB/OL].文汇报, 人民网资料, <http://www.people.com.cn>. 2006(5).
- [13]肖玲玲.长沙市文化创意产业综述及发展模式研究[D].湖南师范大学硕士学位论文, 2010.
- [14]梁吉刚, 林如鹏.广东文化创意产业发展模式研究[D].暨南大学硕士学位论文, 2011.
- [15]金元浦.创意产业的全球勃兴[J].社会观察, 2005, (2) : 34-36.
- [16]程宇宁.创意产业的本质属性探究-从创意产业与传统产业的比较分析看创意产业的特征[J].商场现代化, 2007, (11): 247.
- [17]温燕.武汉文化创意产业发展模式研究[D].武汉理工大学硕士学位论文, 2008.
- [18]朱婧达.北京文化创意产业发展模式探讨[D].北京交通大学硕士学位论文, 2009.

- [19]Gamham,Nicholas..Concepts of Culture: Public Policy and the Cultural Industries[J] .Cultural Studies, 1997, 1 (1) : 23-37.
- [20]张泉, 沈望舒.北京文化发展报告[J].社会科学文献出版社, 2007:123-125.
- [21]田巧芳.北京市文化创意产业的发展模式研究[M].中国地质大学(北京)硕士学位论文, 2008: 91-95.
- [22]胡晓鹏.文化创意产业的地区发展模式研究[J].中国地质大学学报(社会科学版), 2010, 10(1): 25-30.
- [23]朱堃.中国和英国创意产业发展的对比[J].宿州教育学院报, 2010, 13 (4) : 150-154.
- [24]张望, 安同良.中国文化创意产业发展模式研究[D].南京大学博士学位论文, 2011.
- [25]张国.伦敦文化创意产业发展对北京的启示[J].《创新驱动与首都“十二五”发展——2011 首都论坛文集》, 2011: 62-68.
- [26]Richard Florida.The Flight of Creative Class[M].New York: Basic Books, 2002: 125.
- [27]宋萌萌.北京文化创意产业集聚发展研究[D].中国石油大学硕士学位论文, 2010.
- [28]张永顺.稳步推进的北京文化创意产业[J].北京工商大学学报, 2009 (2) : 13.
- [29][美]迈克尔·波特.李明轩, 邱如美编译.国家竞争优势[M].华夏出版社, 2002: 26.
- [30]张京成主编.中国创意产业发展报告 [M].北京:中国经济出版社, 2006: 56-59.
- [31]北京市社会科学院城市问题研究所.“十一五”期间加快北京南城发展思路研究[R].2005 (6) .

攻读硕士研究生期间公开发表的学术论文

[1]王立丽，牛继舜.基于产业竞争优势理论的伦敦文化创意产业竞争优势研究.山东纺织经济，2012（10）.

致 谢

本论文的研究工作是在我的导师牛继舜教授的悉心指导下完成的，在近两年多的论文工作中，从论文的选题、拟定提纲、论文的撰写、直到论文的定稿，都得到了牛老师的极大帮助和指导。牛老师学识渊博、经验丰富，生活中平易近人、关心体贴学生，不辞辛苦地给我指导并修改论文。牛老师严肃的科学态度和精益求精的工作作风深深地感染和激励着我，并对我今后的学习和工作必将带来很大的帮助。在此，我特向牛老师致以最诚挚的谢意！

感谢所有专家和老师们，感谢他们为评阅本文所做的牺牲，对他们辛勤的付出表示我最真诚的谢意！

同时，感谢院领导及各位商学院老师在研究生期间对我的指导和帮助，并向各位尊敬的老师表示我最衷心的感谢，感谢他们在我研究生就读期间给予我学习、生活上的热心指导和深切关怀。

最后，我要深深感谢我的家人和所有同学、朋友，感谢他们给予我的支持和鼓励，我会以我的成绩回报他们的厚望！