

〔文章编号〕 1002-2031(2013)06-0038-04

北京与伦敦文化创意产业发展比较研究

洪 涓 刘 甦 孙黛琳 付建文

〔摘 要〕 近年来,北京文化创意产业发展迅猛,但与作为全球创意中心的伦敦相比还存在一定的差距。为了使北京的文化创意产业得到更好的发展,采用对比方法对北京与伦敦的文化创意产业发展情况进行了研究,明确了北京同伦敦相比存在的优势与不足,并给出了相关建议。

〔关键词〕 北京;伦敦;文化创意产业;比较

〔中图分类号〕 G124 〔文献标识码〕 A

一 引言

文化创意产业是文化、科技和经济深度融合的产物,其凭借独特的产业价值取向、广泛的覆盖领域和快速的成长方式,正在成为全球经济和现代产业发展的新亮点。伦敦的创意产业是最具竞争力的支柱产业,是伦敦新经济发展的生力军。相比之下,北京在近几年才大力发展文化创意产业,与伦敦这样的先驱城市相比难免存在一定的差距。因此,有必要将北京与伦敦文化创意产业的发展情况进行比较研究,找出目前北京文化创意产业发展过程中存在的问题,并加以解决,从而达到使之更好更快发展的目的。

二 北京与伦敦文化创意产业发展概况

1. 北京文化创意产业分类及发展现状

北京对文化创意产业是这样定义的:文化创意产业是指以创作、创造、创新为根本手段,以文化内容和创意成果为核心价值,以知识产权实现或消费为交易特征,为社会公众提供文化体验的具有内在联系的行业。根据《北京市文化创意产业分类标准》,文化创意产业主要包括九大行业: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;其他辅助服务。

〔作者简介〕 洪 涓(1963—),女,汉族,北京市人,北京工业大学经济与管理学院副教授,硕士研究生导师,研究方向为国际贸易理论与政策、国际服务贸易。

〔基金项目〕 北京工业大学人文社会科学基金重点项目(011000514311005)。

〔收稿日期〕 2012-07-05

〔修回日期〕 2012-09-11

自2005年至2010年,北京市文化创意产业增加值从700.4亿元增加到1697.7亿元,占地区生产总值的比重从10.05%提高到了12.03%,领跑北京经济发展。2010年,北京文化创意产业的人均产值约为8653元。2011年,北京文化创意产业总收入已超过9000亿元,增长20%以上。目前全市有30个市级文化创意产业集聚区,实现了9大行业、16区县“双覆盖”,且北京全口径文化创意产业从业人员已增加到120多万人,从业规模居全国之首。2012年,北京市文化创意产业增加值预计将突破2000亿元,收入可望突破万亿元大关。北京还力争在“十二五”末期实现文化创意产业占GDP的比重提升到15%,2020年达到18%。

2. 伦敦文化创意产业分类及发展现状

根据英国文化体育部对创意产业的定义,创意产业是指源于个人创造力、技能与才华的活动,这些活动通过知识产权的生成和利用,可以创造财富与就业机会。创意产业包括:广告;建筑;艺术品古玩;工艺品;设计;时装设计;电影与录像;互动休闲软件;音乐、表演艺术;软件与计算机服务;电视与广播^[1]。

1997年至今,英国整体经济增长了70%,创意产业增长了90%多,其发展速度远高于总体经济。伦敦的创意产业总值占英国创意产业总值的比重非常大,在2000年就达到了24.68%。2001年伦敦的创意产业人均产值约为2500英镑,几乎相当于英国的两倍。伦敦创意产业凭借着每年210亿英镑的产出值,目前已经成为仅次于金融服务业的第二大支柱产业。

2010年伦敦创意产业从业人数为65.8万人。当前英国全部约1100个独立电视制作公司中,近700个(包括几乎所有的大公司)都位于伦敦。伦敦还拥有全国85%以上的时尚设计师,40%以上的出版业从业人员。更为重要的是,伦敦已经成为全球的创意中心,被认为是全球三大广告中心城市之一,三分之二的国际广告公司的欧洲总部都设在伦敦。

三 北京与伦敦文化创意产业发展比较

1. 北京与伦敦文化创意产业发展上的相同点

首先,北京与伦敦这两座国际化大都市都有着丰富的历史与文化。两市政府都很重视文化创意产业的发展,为产业发展提供相应的政策、资金等方面

的支持。

其次,在文化创意产业的定义上,两市都强调创造性、价值性以及知识产权的运用。在文化创意产业行业类别上都包含广播电视电影、软件与计算机服务、广告、艺术品交易和设计这几大类别。同时广告、设计、出版、电视广播这些产业的从业人员数量都相对较多,发展速度相对较快。

再次,从2005年到2007年,北京文化创意产业增加值占地区生产总值的比重在10%左右,伦敦文化创意产业增加值占伦敦各产业生产总值的比重在7%左右。通过对比可以发现,两市文化创意产业增加值占全市生产总值的比重都达到了较高水平。

最后,北京和伦敦都注重文化创意产业集聚区的建设,拥有富于特色的文化创意产业园区。文化创意产业集聚区的产业集聚和辐射带动效果也十分明显。

2. 北京与伦敦文化创意产业发展的差异比较

(1) 民族文化对文化创意产业影响的差异

北京和伦敦都有着悠久的历史,但中西方文化上的差异对两市文化创意产业的发展有着不同的影响。中国人历来尊崇集体主义,思维倾向于追求正统,保持一致。中国的这种民族传统文化在一定程度上制约了人们的创意思维,人们往往不积极创新,生怕偏离群体,被别人视作“另类”。因此,北京受中国传统文化氛围的影响,发展文化创意产业时往往受到约束,缺乏创造力,不易形成具有突破性的创意成果。而英国人崇尚自由,又具有较强的个体主义倾向,从文化上强调自我,追求个性的解放,强调个性化发展。因此,伦敦在发展文化创意产业时,文化传统为创意灵感的形成营造了良好的氛围,容易激发人们的创新意识,从而更有利于文化创意产业的发展。

此外,由于文化认识和偏好上的差异,北京和伦敦文化创意产业的分类也存在差异。如伦敦没有将旅游、休闲娱乐单独划分出一类,这与两者的风俗文化和生活习惯有着密不可分的关系。同时,伦敦将时装设计单独分为一类,因为早在1852年英国政府就设立了应用艺术部,而中国大学开设艺术设计专业则是近30年的事。

(2) 政府支持文化创意产业上的差异

北京市发展文化创意产业虽然起步晚,但是政府高度重视文化创意产业的发展,在2005年确立了“发展文化创意产业、打造创意之都”的发展战略,并制定了相关管理办法,同时还致力于提供扶植政

策、优化文化创意产业环境以及设立各项文化创意资金等。随着地方税收减免政策的逐步实行,文化创意产业的辐射和带动作用不断增强^[2],但其仍然存在一定的问题:一方面政府和金融机构对民营中小文化企业提供融资支持的政策还比较少;另一方面,现行的税收优惠政策涉及到的创意产业行业也只有出版、电影、音像制品、软件开发等,覆盖面还比较窄;更为重要的是,现行对文化创意产业的税收优惠政策持续时间过短,这种临时性的政策对产业持续发展的鼓励作用是很有限的。

相比北京而言,伦敦政府对创意产业的政策架构更为完整,主要体现在融资和税收政策上。自 20 世纪 90 年代末以来,伦敦政府利用其文化、人才以及金融服务方面的优势,先后颁布了《创意产业融资地图》、《融资一点通》等政策,对伦敦创意产业直接进行投融资支持;此外,政府还用公共基金来弥补私人投资的不足,每年来自政府部门的资金支持可以达到 77%。在税收方面,伦敦从未对图书、期刊、报纸征收过任何增值税;同时,为了刺激电影业的繁荣,从 2006 年开始凡制作成本在 2000 万英镑以下和以上的电影公司可分别获得成本 20% 和 16% 的税收优惠。

(3) 文化创意产业集聚程度上的差异

产业集聚区可以促进文化创意产业的发展。集聚区内企业之间信息传播迅速,人才交流便捷,产业链条间互动互补性强,正外部性明显,能够降低企业成本,增强企业竞争力。

北京文化创意产业在政府规划和政策扶持下,集聚区建设取得了明显成效,形成了一批产业特色鲜明的文化创意产业集聚区,如中关村创意产业先导基地、北京数字娱乐产业示范基地、北京 798 艺术区等,空间分布逐渐合理,产业功能配置逐步优化,产业集聚效应逐渐凸显。伦敦拥有伦敦西区文化艺术集聚区、伦敦 SOHO 传媒产业集聚区、伦敦东部霍克斯顿区等多个创业产业集聚区,发展特色鲜明,产业链条完整。

尽管北京和伦敦的文化创意产业都体现出较强的集聚特征,但在集聚程度上还存在一定的差异。作为一种较为普遍的产业集聚群识别方法,区位商能够较好地衡量某一产业在特定区域的相对集中程度。根据哈盖特的区位分析理论,区位商值越大,专业化水平越高。当区位商大于 1 时,意味着某一产业在该地区拥有扩张能力,具有优势地位;当区位商大于 1.5 时,则该产业在当地具有明显的比较优

势^[3]。通过对 2010 年的数据整理分析及公式计算可得:

北京的区位商 $LQ =$

$$\frac{\text{北京文化创意产业就业人口} / \text{北京总就业人口}}{\text{中国文化创意产业就业人口} / \text{中国总就业人口}} = 7.3$$

伦敦的区位商 $LQ =$

$$\frac{\text{伦敦文化创意产业就业人口} / \text{伦敦总就业人口}}{\text{英国文化创意产业就业人口} / \text{英国总就业人口}} = 2.68$$

可见,北京和伦敦创意产业的发展水平均高于其国家的整体水平,专业化程度较高。与伦敦相比,北京的区位商数值较大。主要原因是中国文化创意产业的发展水平存在严重的区域不均衡现象,除了北京等一些重点城市外,其他城市的文化创意产业发展程度较低,不像英国注重整体发展。同时也说明北京作为文化创意产业发展的领头羊,发展水平名列前茅,专业化程度高,扩张能力强,优势地位明显,产业集中度高。

另据伦敦政府 2010 年统计,在伦敦提供工作总量仅占该国 15% 的情况下,其创意产业容纳的就业人口就占到英国创意产业总就业人口的 43.92% 以上。伦敦的创意产业是典型的生产性服务业,其发展依赖于私人企业的兴衰,并且产业融合化、规模小型化的趋势明显。总体而言,伦敦创意产业内部各行业呈现出较强的集聚特征,但是创意产业空间的集聚性并不显著。

(4) 文化创意产业国际化程度的差异

北京是国际化大都市,尽管 2010 年北京文化创意产业增加值占北京进出口总值的比重约为 8%,但在文化创意产业的国际化程度上,北京远不及伦敦。

伦敦创意产业国际化发展程度高于北京,企业国际竞争力强。这主要由于伦敦创意企业创意能力强,注重知识产权的维护和文化创意人才的培养与吸纳。伦敦是世界上最重要的经济中心之一,也是欧洲最大的经济中心和全球规模最大的金融中心。伦敦的金融保险业具有鲜明的国际化特征,拥有 70 多个国家的 500 多家银行的分支机构,在国际经济中心城市中位居第一。金融业的带动使伦敦经济发展水平优于北京,2010 年伦敦人均 GDP 为 514518 元人民币,而北京仅为 75943 元人民币^①。

(5) 市场规模与发展潜力的差异

在城市面积、人口数量以及文化创意产业从业人数方面,伦敦均不及北京,但是北京文化创意产业

的增加价值却不及伦敦(如表1所示)。北京作为文化创意产业后发城市,虽然起步较晚,但发展速度逐步提高。相比而言,伦敦创意产业的市场需求及发展潜力均不如北京。

表1 2007年北京与伦敦创意市场规模比较

	北京	伦敦
文化创意产业增加值(亿元人民币)	996.2	1813.5
文化创意产业从业人数(万人)	90	29
人均GDP(万元人民币)	5.8	51.5
面积(平方公里)	16410.5	1577.3
人口(万人)	2018.6	755.7

资料来源:《北京统计年鉴(2011)》;伦敦政府网站 <http://www.london.gov.uk>。

(6) 知识产权保护的差异

目前我国关于知识产权保护的法律法规体系尚不完善。尽管我国已出台包括《商标法》、《专利法》、《著作权法》、《音像制品管理条例》、《知识产权海关保护条例》在内的知识产权保护法律、法规,但与文化创意产业发展的现状仍然存在不适应、不协调的情况:大量民族品牌被国外抢注,自主知识产权精品少,对衍生的外围知识产权开发不够,盗版侵权行为屡禁不止;企业内部则普遍重视有形资产的保护,忽略无形资产被模仿的可能性,缺少知识产权保护的战略规划,等等。目前北京文化创意产业的广告、建筑、时尚设计等行业由于设计作品同质性强,相关法律、法规在商标权、专利权、版权保护的内容与范围以及如何界定侵权等方面还留有空白。

相反,伦敦是世界上知识产权保护体系最完善的地区之一。英国早在1996年就颁布了新的《广播电视法》,此后又陆续颁布了《电影法》、《著作权法》和《英国艺术组织的戏剧政策》等。健全的文化法规体系为伦敦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氛围。近年来,英国在知识产权保护中还出现了一些新趋势,如实现专利商标事务所与一般法律事务所的跨领域合作,鼓励降低知识价格水平、加快信息流动、加强技术和应用的结合、实现知识的总收入最大化等。

四 伦敦文化创意产业发展对北京的启示

1. 营造有利的社会文化环境,重视人才培养

伦敦是多元文化的汇聚和共生地,囊括了来自

世界各地的时尚、艺术等元素,伦敦街头艺人、摄影工作室等艺术形式众多,使整个城市充满了浓郁的文化创意气息。此外,伦敦拥有高密度的博物馆、画廊和剧院,给前沿艺术、建筑、夜生活和节日庆典提供了良好的物质基础。这为北京发展文化创意产业提供了以下启示。

首先,北京应该注重丰富街区文化,为市民提供学习、交流创意文化的场所,比如开放更多的博物馆,激发市民的创意灵感。其次,我国和创意及艺术设计相关的高等教育应该学习英国高等教育的经验,结合我国创意产业发展的实际情况,为学生在高校中搭建知识创意和市场运作的平台,培育具有创意思维和市场意识的优秀人才。再次,北京的文化创意企业应积极引进各类复合型人才,同时可以通过与伦敦等世界顶级文化创意产业城市的机构进行人才交流与合作,有针对性地培养自己所需的人才。

2. 加强政策支持,全面营造文化创意产业发展的经济环境

伦敦政府的文化产业政策注重为企业建立优质健康的环境,可供借鉴的举措主要集中在三个方面^[4]:首先,政府就组织管理、人才培养、资金支持、生产经营等方面加强机制建设,对创意文化产品从研发、制作、销售到出口,实施全方位的系统性扶持,特别是在融资方面对文化创意产业的发展起到了不可或缺的作用。其次,规划创意产业蓝图,倡导创意产业概念,为公民培养创意生活与创意环境,发掘大众文化对经济的影响力。再次,建议各地政府与民间广泛合作,以伙伴关系解决创意产业面临的问题,为创意产业提供补救对策,如保护知识产权、促进文化产品输出、提供从业者教育培训等。

3. 加强文化创意产业集聚区建设

产业结构转型是伦敦创意空间集聚的根本动力,同时在集聚过程中也受到了以政府为主的各方力量的推进,这些力量交互作用促成了伦敦创意产业空间网络组织的形成。相比伦敦的文化创意产业园区,北京文化创意产业园区的特色不够鲜明,除了少数几个具有代表性的园区以外,其他园区的集聚效应还不明显。因此,北京应加强文化创意产业园区的集聚能力建设,将分散的企业集中起来,完善产业链条,从而促进彼此间的交流与协作。

4. 完善文化创意产业发展的法制环境——保护知识产权

文化创意产业作为一种“智力密集型产业”,其产品和服务的开发需要投入大量的(下转第61页)

- ists and promoters [J]. *Annals of Tourism Research*, 1986(1): 79-100
- [2] Dennis R Judd. Promoting tourism in US cities [J]. *Tourism Management*, 1995(3): 175-187
- [3] Ritchie, J. R. B., Crouh, G. Theom Petite destination: Asustain ability Perspective [J]. *Tourism Management*, 2000(1)
- [4] Tanja. Mihalic. Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness [J]. *Tourism Management*, 2000(1)
- [5] David B. ,Weaver and Laura J. Lawton. Resident Perceptions in the Urban - Rural Fringe [J]. *Annals of Tourism Research*, 2001(2): 439-458
- [6] Noam Shoval and Adi Raveh. Categorization of tourist attractions and the modeling of tourist cities: based on the co - piot method of multi vari - ate analysis [J]. *Tourism Management*, 2003(7)
- [7] Yong Kun Suh and William C. Gartner . Preferences and trip expenditures - a conjoint analysis of visitors to Seoul, Korea [J]. *Tourism Management*, 2004(1): 127-137
- [8] 曹宁,郭舒. 城市旅游竞争力研究的理论与方法 [J]. *社会科学家*, 2004(3): 83-85
- [9] 屈海林,邱汉琴. 香港都市旅游的形象及竞争优势 [J]. *旅游学刊*, 1996(01): 55-57
- [10] 杨英宝. 城市旅游竞争力的系统分析与评价研究 [D]. 东北师范大学, 2002
- [11] 郭舒,曹宁. 城市旅游发展的竞争力分析与政策建议 [J]. *商业研究*, 2004(9): 138-140
- [12] 张争胜,周永章. 城市旅游竞争力的实证研究——以广东省为例 [J]. *资源开发与市场*, 2005(1): 13-16
- [13] 李丰生,杨莎莎. 中国各省(市、区)城市旅游竞争力评估指标体系的构建及其实证评估 [J]. *生产力研究*, 2006(6): 38
- [14] 丁蕾,吴小根,丁洁. 城市旅游竞争力评价指标体系的构建及应用 [J]. *经济地理*, 2006(3): 511-515
- [15] 张梦. 区域旅游业竞争力评价: 指标构建与方法选择 [J]. *旅游学刊*, 2007(2): 37-39
- [16] 周跃云. 试论湖南旅游资源的择优开发 [J]. *湖南师范大学学报(社会科学版)*, 1987(6): 74-75
- [17] 庞隆国. 多渠道筹集湖南旅游建设资金问题管见 [J]. *消费经济*, 1998(1): 97-99
- [18] 郭志球,邓荣幸. 湖南旅游价格现状评价与改革思考——改革成效、存在问题与原因探析 [J]. *价格理论与实践*, 2004(12): 93-98

(编辑:张 寅;责任编辑:刘媛君)

(上接第41页)智力、人力及财力,然而由于被模仿的可能性大,创意产业比一般的产业对知识产权保护的要求与依赖程度更高。因此,北京乃至全国都应该向伦敦学习,重点关注知识产权的法制建设,形成尊重知识产权的良好法制环境。有关部门应督促企业自觉树立知识产权保护意识,用法律武器维护自己和其他企业的切身利益。

五 结语

与伦敦相比,北京的文化创意产业发展还不够完善,表现在社会文化环境、人才培养、政策资金支持力度、各类文化创意产业集聚区建设以及法制环境等方面。未来北京还需要在营造社会文化环境,建设一批特色鲜明、优势突出的文化创意产业基地和园区,实现文化创意产业集群发展和扩大产业规模效应等方面做出不懈的努力。同时,还可以通过与伦敦在文化创意产业领域开展广泛的合作,实现共同发展,引领世界文化创意产业的潮流。

【Abstract】 In recent years, Beijing cultural creative industry has a significant development, but it has a big gap compared with London which is the global creative center. In order

to make Beijing cultural creative industry get better development, this essay adopts comparison analysis method to study the development situation of cultural creative industry in Beijing and London, and finds out Beijing's advantages and disadvantages compared with London. In the end it gives suggestions to Beijing cultural creative industry for the future development.

【Key words】 Beijing; London; cultural creative industry; comparison

注释

- ① 资料来源于世界银行、《北京统计年鉴(2011)》。

参考文献

- [1] 姚永玲. 关于创意产业的几个问题 [J]. *城市问题*, 2012(5): 34-38
- [2] 王晖. 北京市与纽约市文化创意产业集聚区比较研究 [J]. *北京社会科学*, 2010(6): 32-37
- [3] 冯筱,刘虹,包晓雯. 伦敦创意产业空间集聚研究 [J]. *上海城市规划*, 2011(5): 109-113
- [4] John Knell, Kate Oakley. London's Creative Economy: An Accidental Success [J]. *The Work Foundation*, 2007(6): 1-28

(编辑:丛 琳;责任编辑:李小敏)