

智力引擎助补文化产业短板

专访山东大学威海文化创意研究中心执行主任刘明

本报记者 王天宇

“发展文化产业最为重要的决定性因素是创意,而这正是我们目前文化产业发展中最为薄弱的环节。纵观当今世界,文化创意产业的发展已经形成巨大的经济浪潮,成为21世纪全球经济发展的未来趋势和关注焦点。文化创意产业正作为世界经济成长的巨大动力引领着全球未来经济的发展。大力发展文化创意产业,已经成为我们国家的战略决策。”山东大学(威海)宣传部长、山东大学威海文化创意研究中心执行主任刘明表示,正是在这种国际国内以及威海的文化产业发展现实下,山东大学(威海)与威海市联合共建山东大学威海文化创意研究中心,以期威海的文化产业短板注入强大的智力引擎。



▲图为山东大学(威海)宣传部长、山东大学威海文化创意研究中心执行主任刘明教授。

相关链接

美国是全球文化创意产业最为发达的国家,华尔街是最早发出“资本与技术的时代已经过去,创意的时代已经来临”的宣言的地方。比尔·盖茨宣称“创意具有裂变效应,一盎司创意能够带来无以数计的商业利益和商业奇迹”。美国主要使用“版权产业”的概念,其产业范畴基本上包含了一般意义上的文化产业或创意产业。早在1977年,美国就率先开始进行系统、定期的文化创意产业调查。1990年国际知识产权联

盟委托有关机构首次发表《美国经济中的版权产业》报告;1992年发表《美国经济中的版权产业:1977—1990年》;此后每两年发表一次美国版权产业系列报告。依据2007年的报告,美国文化创意产业的发展概况大致如下:
总量:2007年核心版权产业的附加价值达到8890亿美元,占美国GDP的6.44%;全部版权产业占美国GDP的11.05%,是同期美国经济增长率的两倍多。
就业:2007年核心版权产业

雇用557万人,占美国就业总人数的4.05%;全部版权产业雇用1171万人,占美国就业总人数的8.51%。增长率:2003年至2007年,美国核心版权产业就业增长率平均为1.14%,比美国的GDP增长快两倍。
出口:当美国继续扩大贸易赤字时,美国版权产业的国际贸易持续繁荣。2007年,美国核心版权产业贸易额增长了8.4%。其中,核心版权产业中出版产业、电影产业、电脑软件、影音制品四个

部分总的国际贸易额达到了1256.4亿美元。占有非常突出的地位。但是,美国发展文化创意产业的理念是“无为而治”,他们信奉的是自由主义的市场经济,美国政府没有专门负责文化管理的部门,政府在文化创意产业方面的作为,一方面是制定出台相关法律法规,另一方面就是做好公共服务。
澳大利亚的经济主要依靠其优厚的自然资源发展农牧业和采矿业,为了保持并进一步开发澳

大利亚的经济增长活力与竞争力,澳大利亚政府于1994年提出“创意国家”的文化经济发展战略,政府投入大笔经费,产学研联合开发创意产业。
澳大利亚在文化创意产业方面的传统优势行业是文化观光旅游以及新闻出版业。根据官方公布的《澳大利亚创意产业报告》,2004年营利性文化创意产业有107000家企业;有317000名从业人员,到2006年增加了10%;经济贡献优于其他领域平均值。

☞ 文化产业的核心是“创意”

谈及文化创意产业的概念,刘明主任表示,由于文化创意产业的发展具有其特殊性和规律性,因此,它与我们通常所说的第一产业(农业)、第二产业(工业)和第三产业(服务业)完全不同,与后来人们提出的第四产业(数字信息业)也不相同,它是一种新型业态,最为突出的特点是其精神性,它的核心产品是理念和思想,它作为一种精神融合于第一、二、三、四产业之中,使其附加值大幅度提高,因此,有人把它叫做是第五产业,有人说它是无边界产业。
“文化创意产业”的基本内涵是,文化(文化资源)、创意(创新思维,与别人不同的想法)、产业

(产-财产,业-家业,即财富)。同时我们可以直观的看到在这个概念中,“创意”二字所处的核心位置,这和它在这个行业中所处的地位是一致的。没有“创意”,文化资源仅仅是资源,而不会成为产业,离开了“创意”,文化产业就无从谈起。因此,“创意”是核心,是发展文化产业最为重要的决定性因素,是区别于其他行业的根本特点。
对于文化创意产业的特征,刘明主任将其概括为“三高两低”。三高指的是高知识性、高附加值、高融合性,而两低指的是低消耗、低污染。文化创意产品一般是以文化、创意理念为核心,是人的知识、智慧和灵感在特定行业

的物化表现。文化创意产业在与各个行业发生关系的过程中,专业知识、文化积淀、智慧灵感具有决定性的作用,因此,文化创意产业的从业人员往往都是高学历、高职称的专业人才。
在文化创意产品价值中,科技和文化的附加值比例明显高于普通的产品和服务。这一点在科技领域表现非常突出,比如影视动漫、网络游戏、移动娱乐等已成为创意产业中最具代表性的高附加值产业。因此,世界创意产业之父英国著名经济学家约翰·霍金斯在《创意经济》一书的副标题叫“如何点石成金”。日本的经济学家说:文化创意产业是21世纪最后一块暴利蛋糕。

☞ 8年3万亿 文化创意产业发展迅猛

刘明主任介绍,2006年5月,约翰·霍金斯在第九届中国北京国际科技产业博览会(科博会)的主题报告中指出:全世界的核心创意产业规模合计达到2.9万亿美元。其年增长幅度约7%,增长率是传统服务业的2倍,是传统制造业的4倍。如果按照7%的增长率推算,预计到2015年,将达到5.775万亿美元,而到2020年则会高达8.1万亿美元。其发展趋势可以用迅猛异常来形容。
欧洲的英国、法国、德国、美洲的美国、加拿大、大洋洲的澳大利亚、新西兰、亚洲的日本、韩国、新加坡等国家都是发展文化创意产业的典范国家,它们都有自己的发展特色,并产生了巨大的经济效益。以英国为例,英国是最先提出“创意产业”的国家。它是老牌的工业国家,经济增长潜力越

来越小,必须寻找新的经济增长点。因此,1997年布莱尔当选英国首相后所做的第一件事,就是成立“创意产业特别工作组”。这个特别工作组于1998年正式提出了“创意产业”的概念,并且确立了把创意产业作为核心的发展战略,推行了一系列扶持政策,促进创意产业的发展。2001年英国政府发表的《创意产业专题报告》,以详尽的数据表明创意产业已经成为伦敦的核心产业;2003年7月英国《金融时报》报道,创意产业对伦敦经济的重要程度已经超过金融业。
而我们国家的近邻韩国,同样也尝到了文化创意的甜头,1997年金融危机之后,韩国致力于发掘新的经济增长点,当年即成立了“文化产业基金会”,为新成立的文化企业提供资金支持。

1998年,韩国政府制定了“文化强国”方针,提出自2001年起5年内把韩国文化产业产值在世界市场上的份额由1%提高到5%,成为世界五大文化产业强国之一。配合这一国家战略,1999—2005年韩国先后制定《文化产业促进基本法》、《文化产业发展五年计划》、《电子游戏产业振兴法》和《电影相关产业振兴法》等,明确文化产业发展战略和中长期发展计划。1999年还成立“韩国文化产业委员会”,2001年,设立“韩国文化内容振兴院”,作为事业性的半官方机构,致力于文化创意产业的发展与推广。据韩国《2007文化产业统计》公布,2007年韩国的出版、电影、动画、游戏等十项文化创意产业产值为586147亿韩元(按当年汇率,折合638亿美元),排在了全世界的前列。

☞ 威海基础良好、前景广阔

刘明主任介绍,在国家政府的大力倡导下,威海十分重视文化产业的发展,市委市政府结合威海的地域特点,十五期间2006年就提出了以创建文化旅游品牌为目标,精心打造具有浓郁地方特色的文化精品,做大做强威海文化产业的发展战略。制定和实施了一系列政策和措施,推动文化创意产业的快速发展。
2006年全市文化产业拉动全市GDP增长0.43个百分点,对经济增长的拉动力还比较弱。2007年威海市文化产业增加值超过40亿元,占GDP的2.5%。在(2007—2015)《威海市文化产业发展专项规划》中有一段话非常令人鼓舞:争取到2012年,全市文化产业增加值占生产总值比重达到3%以上。到2015年,文化产业

增加值占生产总值的比重力争超过5%,把文化产业发展成为我市支柱产业。文化创意产业是威海未来的发展趋向。
采访的最后,刘明主任表示,“创意”是核心,是发展文化产业最为重要的决定性因素。而这却是目前文化产业发展中最为薄弱的环节,人才匮乏,机构稀少,水平普遍较低。对于国家来说是这样,对于威海来讲更是如此。正是如此,威海市和山东联合共建了“山东大学威海文化创意研究中心”,目的就是充分利用高校的人才资源,解决威海文化创意产业的瓶颈问题。这个中心任务就是汇集山东大学的专业人才和国内外著名专家,建立省内一流,国内外有影响的学术团队,打造一个高起点、高水平、高效运行的产学研

研一体化的文化创意平台,为威海文化产业发展提供高端层面的创意支撑。
目前,该中心由山东大学(威海)全书记和威海市委王亮部长亲自挂帅,汇集国内外专家50—60人,其中著名专家20—30人,下设十个不同方向的研究室,对接威海各种类型文化创意项目。可以说,威海文化创意产业中遇到的智力需求都能通过这个平台得到解决。目前,在威海市委和山东领导的全力支持下,中心的工作正在全面展开,现在已有不少单位和企业来联系项目策划问题。
刘明主任说,“资本与技术主宰一切的时代已经过去,创意的时代已经来临,威海的文化创意产业基础良好,资源雄厚,前景广阔。”