
上海文化创意产业发展的战略思路与对策研究^{*1}

王如忠

(上海社会科学院创意产业研究中心 200020)

【内容摘要】：从20 世纪90 年代起，文化创意产在全球范围内迅速崛起，并逐步成为一些发达国家和地区最重要的战略性支柱产业。本文从上海文化创意产业发展的国际和国内背景分析出发，通过对国内部分省市文化创意产业发展规划的比较分析和研究，对未来几年上海文化创意产业发展的战略、思路进行深入思考，并提出了相应的对策和建议。

【关键词】：上海 文化创意产业^① 发展战略思路

【中图分类号】：F290 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：1005—1309 (2007) 10—0076—08

一、上海文化创意产业发展的国际和国内背景

1、国际背景

(1) 近几年来，不少发达国家和地区都将文化创意产业列为战略性支柱产业，并采取各种政策措施积极扶持其发展。进入20 世纪90 年代以后，在新的知识革命的浪潮冲击下，面对着工业化完成后产业升级的客观要求，不少发达西方国家不约而同将产业发展的重点从传统的制造业转向高附加值的知识产业，而文化创意产业则成为其中的重中之重。英国在1997 年工党政府重新上台后马上成立了“创意产业特别工作小组”，首相布莱尔亲任组长，将创意产业作为国家重要产业加以重点政策支持。在短短几年内，英国的文化创意产业已经成为出口增速第一、产值规模第二的支柱产业。在美国、日本、韩国等国家，近年来，各国政府对文化创意产业也都从财政、金融、出口、法律等多方面采取了相应的倾斜和扶持政策，同时，随着各国政府对文化创意产业重视程度的逐渐提高，文化创意产品已经成为各国出口产值最大、附加值最高的出口产品。文化创意产业已被公认为引领新经济发展、提升一个国家和地区国际竞争力的新兴支柱产业。

(2) 从全球范围来看，目前公认的国际大都市几乎无一例外地都将创意产业作为支柱产业，以此来提升城市的综合竞争力和影响力。国际大都市以其强大的影响力和辐射力在国际经济、文化活动中扮演着极其重要的角色。进入20 世纪90 年代以来，被人们所公认的国际大都市如伦敦、纽约、东京、巴黎等城市等都加快了产业升级的步伐，特别是创意产业的发展异军突起，逐渐成为支柱产业。以伦敦为例，据2003 年发表的《伦敦市长文化战略草案》介绍，伦敦文化创意产业每年创造的产值达到250～290 亿英镑，从业人员达到52.5 万人，文化创意产业的产值占到伦敦GDP 的15%，而且成为近10 年来伦敦增长最快的产业。伦敦的艺术品拍卖销售额仅次于纽约，居世界第二，伦敦集中了整个英国70% 的录音室，90% 的音乐商业活动，75% 的电影和电视广播产业收入，85% 左右的时装设计师等。从某种程度来讲，伦敦正是通过维护和强化“世界卓越的创意和文化中心”的声誉，从而进一步保持了它作为全球公认的国际级大都市的地位。

¹收稿日期：2007—08—24

(3) 进入知识经济时代以来, 创新已成为推动经济和社会发展的主要动力, 而创意产业则是与知识经济相适应的最重要的产业形式之一。从国际经验来看, 人均GDP 超过5000 美元以后, 经济活动的商务成本和人力成本不断提高, 经济发展将主要依靠自主创新, 包括科学技术的创新和商业模式创新。创新将大大促进产业结构的进一步优化和调整, 充分发挥人力资源优势, 提高产业经济附加值, 大幅度提升劳动生产率。目前, 上海的人均GDP 已经超过5000 多美元, 上海的现代化进程正处于由投资驱动向创新驱动阶段过渡的关键时期, 处于必须紧紧抓住并且可以大有作为的重要战略机遇期。上海市委、市政府及时推出了“科教兴市”战略, 并将其提到推进上海经济社会发展主战略的高度, 提出让创新理念、创新思维和创新活动贯穿于城市生产与生活的全过程, 为经济社会可持续发展提供不竭的动力。因此, “创新”是“科教兴市”的核心, 而所谓创新驱动阶段, 实际上就是以知识产业为经济主产业的阶段, 或者说是以知识创新为经济发展主动力的阶段。

(4) 进入21 世纪以后, 由于世界经济的复苏带动全球文化服务贸易的持续增长, 以知识产权为核心的文化创意产品的出口已经成为美国、英国、韩国、日本等国家最重要的出口之一。与此同时, 全球FDI向发展中国家的流向也出现了由制造业向服务业转移的迹象。进入20 世纪80 年代以后, 由于技术革命的推进, 发达国家相继完成了产业结构调整, 以金融、文化服务为主体的现代服务业在产业结构中占据了绝对的比重, 并同样在全球取得了领先地位。与此相适应, 近年来发达国家对发展中的直接投资也由过去的制造业为主向服务业为主转变, 据《2004 年世界投资报告》披露, FDI 的机构已经发生更本性变化, 服务业成为FDI 的主要方向。1970 年代初期服务业仅占全世界外国直接投资存量的1/4, 1990 年这一比例不到50%, 而2002 年已上升到约占60%。在同一时期, 制造业占全世界外国直接投资存量的比例由42%降至34%。这对处在我国改革开放前沿、产业基础较好的上海来说, 同样也面临着一个机遇和挑战。

2、国内背景

(1) 国内北京、广东、浙江、江苏等最近都相继出台“十一五”文化发展规划, 并将文化产业作为今后的重要支柱产业, 文化创意产业的发展越来越受到各地政府的高度重视。最近一段时期以来, 全国不少省市纷纷提出要建设“文化大省”、“文化大都市”, 并制定了详细的规划和行动方案, 将文化产业或文化创意产业作为“十一五”期间重点培育和扶持的产业, 各地都将发展文化创意产业作为加快产业结构升级、提升区域综合竞争实力特别是软实力的重要手段。目前, 北京、湖南、浙江、江苏、深圳、湖北等省市都高度重视并大力推进文化创意产业的发展, 出台了一系列比较详细的扶持政策。

(2) 上海市委市政府最近提出“两个优先”战略, 即优先发展先进制造业和优先发展现代服务业, 而创意产业不仅是现代服务业的核心组成部分, 同时它对于提高制造业的科技、文化含量, 增强制造业产品的国际竞争力具有很大的促进作用。因此, 大力发展创意产业对上海产业结构的升级具有重要意义。从上海的实际情况来看, 目前制造业对上海GDP 的贡献进入稳定状态, 服务业正成为推动上海经济增长的主要动力, 因此, 借鉴发达国家和地区的成功经验, 大力发展高增值、高就业、低耗能、少占地、无污染的文化创意产业, 不仅可以进一步优化上海的产业结构, 促进上海的二、三产业的有效融合, 推进制造业加快升级和现代服务业快速发展, 对转变上海的经济增长方式也具有十分重要的意义。

(3) 把上海建设成为国际经济、金融、贸易和航运中心已经成为一项国家战略。从国际经验来看, 文化创意产业的发达和繁荣程度是体现上海作为一个国际大都市国际竞争力高低的重要标志之一。要把上海建设成为一个充满生机和活力的国际大都市, 除了要继续推进上海的四个“中心”建设以外, 上海还必须在国际文化交流中心的建设上多下功夫。从目前人们公认的一些国际大都市如伦敦、纽约、东京、巴黎等城市来看, 它们在拥有发达、繁荣的商业、金融业等现代服务业的同时, 均十分注重文化建设, 不仅建造了一大批具有国际水平的文化娱乐设施, 同时还吸引了一批具有国际知名度和影响力的全球顶级的文化创意、艺术、设计人才和团体, 从而使文化创意产业成为国际大都市一张具有特色和个性的“名片”。相比之下, 上海在文化建设上与国际大都市应有的地位还有很大的差距, 因此, 积极推进上海文化创意产业发展也是加快上海国际大都市建设的客观要求。

(4) 未来五年上海将迎来2010 世博会这样一个难得的发展机遇, 它对于今后上海的经济、社会、文化的发展无疑将起巨

大的推动作用，同时它也对上海的文化创意产业发展提出了更高要求。对上海而言，2010 年世博会的举办不仅可以大大推动上海的旅游、会展、休闲、娱乐等相关行业的发展，同时对上海的文化创意产业的发展更是一个有力的推进，也是一个难得的机遇。在这种情况下，大力发展以科技创新和文化创新为依托的文化创意产业，不仅有利于2010 年世博会的成功举办，而且对更好地贯彻落实市委市政府提出的“科教兴市”主战略起到很重要的促进作用。

二、国内部分省市“十一五”文化产业发展战略的比较及其对上海的借鉴和思考

目前，全国各省市政府都非常重视文化建设，并把促进文化产业发展提上十分重要的地位。同时，2004 年以来，全国不少省市也相继制订并出台了省市一级的“十一五”文化产业发展规划，它们提出的一些目标、原则及具体政策措施对于我们更好科学地制订上海“十一五”文化创意产业发展规划、确定文化产业发展的目标和重点具有一定的借鉴和参考意义。

1、“十一五”期间文化产业发展的总体指标比较

A、北京北京在《2004 年～2008 年北京市文化产业发展规划》中提出，到2008 年，北京文化产业增加值将超过300 亿元。文化产业将占GDP 的9%，并成为国民经济的支柱产业。

B、江苏江苏提出在2005年～2007 年间，全省文化产业总产值年均增长速度为18%，期末全省文化产业增加值占GDP 的比重由2003 年的5%上升到7%，到2010 年，这一比重将达到9%，使文化产业成为国民经济新的增长点和支柱产业。

C、深圳深圳市在2005 年出台的《深圳市文化发展规划纲：2005 年～2010 年》中明确提出，力争到2010 年使深圳市文化产业在国内处于领先地位，在国际具有影响力，全市文化产业增加值占GDP 比重达10%以上。同时，深圳还提出要“文化立市”，把文化产业确立为深圳的第四大产业。

D、湖北湖北省在《2004 年～2010 年湖北省文化事业和文化产业发展规划》提出，到2010 年，力争全省文化产业主要经济指标在全国的位次稳定上升，全省文化产业增加值占全省国内生产总值的份额明显提升，达到6%以上，成为新的经济增长点和支柱产业之一。

2、各地文化产业发展的目标定位比较

A、北京北京提出将在现有文化产业基础上，抓住奥运会历史机遇，借助国有资本、社会资本和境外资本，培育市场主体，实施品牌战略，同时，在未来几年里，通过加大改革和创新步伐，把北京建成全国文艺演出中心、全国出版发行和版权贸易中心、全国影视节目制作和交易中心、全国动漫和互联网游戏研发制作中心、全国文化会展中心、全国古玩艺术品交易中心等六大文化中心，从而使北京成为全国最重要的文化中心。

B、江苏江苏提出到2010 年，要基本建成全国性文化中心省份，使江苏成为全国重要的文化创业中心和文化交流中心，成为具有鲜明文化特色和现代文化魅力的区域文化增长极。

C、深圳围绕2020 年基本建成国际化城市的总体目标，深圳市提出，到2010 年，文化立市的框架基本形成，高品位文化城市建设初具规模；到2020 年，基本建成高品位文化城市，使深圳成为文化特色鲜明的国际知名城市。

D、湖北湖北提出，到2010 年，把湖北建设成为与其经济地位相适应的中西部文化强省。做到文化体制基本理顺、文化机制充满活力、文化事业全面繁荣、文化产业实力较强、文化精品不断涌现、文化设施功能配套、文化人才结构优化、文化市场开放有序、文化生活丰富多彩，文化发展主要指标和文化综合实力居中西部前列。

3、未来几年各地重点扶持和培育的几大文化产业类型

省 市	重点发展的文化产业
北 京	演艺、出版印刷业、影视业、动漫和互联网游戏、文化会展业、古玩艺术品交易
江 苏	广电传媒业、出版发行业、文化旅游业、文娱演出业、文博会展业、体育休闲业、网络文化业、民间工艺品业
深 圳	传媒产业、动漫游戏产业、出版发行产业、创意设计产业、印刷产业、视听产业、歌舞娱乐产业、旅游休闲产业
浙 江	传媒业、旅游业、演艺业、美术业、会展业、体育业
湖 北	传媒业、出版业、娱乐业、文化旅游业

资料来源：根据各省市文化产业发展规划及相关资料整理而成。

从以上的列表来看，各省市在重点文化产业的选择上尽管各有差异，但也有许多相似或相同之处，如大部分省市均将传媒产业、旅游产业、娱乐业等作为未来几年文化产业发展的重点突破口来抓，这不仅说明这些产业本身的发展具有广阔的前景，同时也预示着未来各省市之间在文化产业发展上的竞争将日趋激烈。

4、各地文化产业发展规划的若干特色和品牌

围绕北京文化产业发展总体目标和定位，北京提出按功能划分建立几大文化产业园区，如在王府井步行街、西单商业街等繁华街区设立艺术家展示区，建设京城百工坊，形成国内最大的工艺美术品研发生产基地；以琉璃厂大街、南新华街为主体，建设琉璃厂文化产业园区；以地摊特色的潘家园旧货市场为核心，建设包括北京古玩城等在内的潘家园文化产业园区。

江苏则将其文化产业发展划分为五大区域板块：（1）环太湖吴文化板块；（2）沿江黄金水道文化板块；（3）两汉文化板块；（4）淮扬文化板块；（5）沿海文化板块。同时，根据各个板块的不同内涵和特点，确定其不同的发展方向和重点，具有很强的针对性。

湖北省在其文化事业和文化产业发展规划中，提出要充分发掘本省的文化资源，精心打造“五大文化品牌”，即以炎帝神农文化、楚文化为特色的历史文化；以三峡文化、武当文化、三国文化、巴土民族民俗文化、武汉环东湖特色文化等为代表的旅游资源文化；以辛亥起义文化、红（苏）区文化为代表的革命文化；以三峡工程等为代表的现代科技文化；以楚天都市报、知音期刊等为代表的现代传媒文化。实施哲学社科、文学艺术、广播影视、图书报刊等“四大文化精品工程”，带动全省文化产品的生产和文化市场的普遍繁荣。

深圳提出要构建五大文化系列，分别为高雅文化系列、商业文化系列、体育文化系列、文化遗产系列、广场文化系列。此外，除了继续办好“深圳国际文化产业博览会”、“深圳读书月”、“关爱行动”、“园博园”等品牌节庆、会展外，还将根据深圳文化资源特点和国际化城市建设要求，举办一系列新的有影响力的文化节庆活动：（1）深圳国际动漫节；（2）深圳国际

旅游节;(3)深圳文化周和深圳国际友好城市文化周;(4)深圳钢琴艺术节暨国际青少年钢琴大赛。

5、关于上海未来几年文化创意产业发展战略和思路的几点思考

(1) 文化创意产业应该成为今后上海最重要的战略性支柱产业之一。无论从国际国内经验的比较,还是从上海自身的城市功能和产业定位来看,未来几年,上海都应该从建设国际大都市和四个“中心”的战略高度出发,把文化创意产业作为现代服务业的重要组成部分加以重点扶持和培育,使之成为上海新一轮发展的战略性支柱产业,这对于提高上海的城市综合竞争力,提升上海的城市形象和完善上海的城市功能具有特别重要的意义。

(2) 上海的文化创意产业发展战略应该突出国际化、高端化和信息化。从其他省市的文化产业发展规划的比较来看,我们认为上海的文化创意产业的发展既要体现上海的人文历史和地域特色,同时更要与上海在未来全国乃至世界的经济和文化地位相适应。与其他省市相比,上海的主要特点或优势在于:一方面,经济、社会、文化开放度比较高,国际文化交流、交往密切,居民整体科技、教育和消费水平在全国居领先地位,同时也是我国各类高层次、高级人才的最主要的集聚地之一;另一方面,随着经济发展水平的不断提高,上海的商务成本高居不下,而且面临的资源、能源压力越来越大。因此,我们认为,上海作为一个国际性大都市,在文化创意产业的发展上要扬长避短,充分体现和发挥上海的核心竞争力,无论在产业结构、产业组织和产业政策等方面,还是在重点产业、重点项目的选择上,都应该更多地突出国际化、高端化和信息化等特点,特别是要在文化创意产品的进出口贸易、国际文化交流、创意设计、动漫和网络游戏的研究等方面重点下功夫,从而与其他省市的文化创意产业发展形成有序竞争和互补合作关系,更好地发挥上海作为全国中心城市的龙头作用。

(3) 应该将文化旅游业、体育休闲业纳入到上海文化创意产业发展规划的框架之中。目前国内外学术界对文化创意产业的内涵和外延的界定有着不同的看法,即使对“文化创意产业”这一概念本身也有一些类似的提法,如“创意产业”、“文化产业”、“版权产业”等。我们认为,上海在选择未来几年文化创意产业发展的重点和方向时,应该对文化旅游业和体育休闲业予以足够的重视,这不仅是因为它们都是现代服务业的重要组成部分,完全符合上海的城市功能定位和产业发展方向,同时,上海本身在某些方面所具有的资源优势已经可以给上述产业提供广阔的发展空间。例如,可以依托上海国有大工业基础雄厚、城市历史悠久和农业现代化水平比较高的优势,大力发展工业旅游、都市旅游、生态农业观光旅游等特色项目;利用上海人口密集、流动人口数量大,居民文化、消费层次相对较高、文化设施高档齐全等优势,引进和自创有特色的大型主题乐园、举办高层次的具有国内外重大影响和知名度大型体育赛事、演唱会、电影和电视节、旅游节等各类节庆和演艺活动,吸引上海周边的长三角其他发达地区以及国内外居民来上海观光、旅游、休闲娱乐。

(4) 如何着力培育和打造具有鲜明上海特色的国内外知名品牌是上海文化创意产业未来发展面临的一项重大课题。目前,上海的文化创意产业发展正迎来前所未有的历史机遇,同时也面临一些严峻的挑战,这种挑战既来自于国内其它省市文化产业快速发展所带来的巨大竞争压力,同时也来自我国加入WTO后文化产业逐步开放后外资大规模进入所造成的市场冲击。因此,在制定上海文化创意产业发展战略时必须将提高上海文化创意产业的国际竞争力作为一个重要的指导思想贯彻始终。我们认为,上海要以重要产业、重大设施、重点项目、大型国际性节庆活动等为抓手,吸引国内外一流人才加入,打造一批具有国内外影响力和竞争力的知名文化品牌,为建设国际化大都市创造良好的条件。

三、上海文化创意产业发展的战略定位和基本思路

1、战略定位。积极培育和发展上海文化创意产业,是认真贯彻“科教兴市”主战略,落实科学发展观,大力构建和谐社会的的基本要求,是建设和发展先进文化的客观需要,同时,它也是上海推进现代服务业优先发展,提升和完善上海产业结构的重要举措,同时,从国际经验来看,发达的创意产业是国际大都市产业结构优化和综合竞争力提升的基本要求之一。更重要的是,上海文化创意产业的繁荣发展对于上海抓住2010年举办世博会这一重大历史发展机遇,提高上海的城市综合竞争力,提升上海的城市能级都具有深远意义。未来几年,文化创意产业要成为上海的战略支柱产业,到十一五期末,文化创意产业占上海

GDP 的比重力争超过10%。

2、基本思路。

（1）依托科技创新，抢占新兴文化创意产业发展的新高地。充分利用上海的人才、科技、市场等多方面优势，大力推进科技创新，促进各个产业及产业内部之间的有机融合，重点推进新型传媒产业、网络出版、动漫软件、创意设计、演艺等产业的发展，扬长避短，同时与国内其它省市同类产业形成合理的错位竞争关系，继续保持上海文化创意产业发展在全国的领先地位，

（2）聚焦重点特色和优势产业，注重扶优扶强。对一些具有传统特色优势同时又具有核心竞争力的产业，要采取重点扶持和倾斜政策，在财政、金融、人才、土地等多方面给予一定的优惠政策，同时，重点扶持一批在国内外具有广泛的知名度和影响力的大型龙头企业，尽快帮助其做大做强。

（3）加强规划协调，增强产业集聚和辐射功能。针对目前实际存在的多头管理、无序竞争、趋同发展、重复建设等现象，建立统一的领导和组织机构，加强协调，制定长期发展战略和规划，对现有的一些文化创意产业集聚区进行适当整合，进一步提高其集聚和辐射功能，增强上海文化创意产业的整体竞争力。

（4）扩大对内对外开放，吸引多元投资。进一步扩大上海文化创意产业的对内对外开放，是上海现代服务业发展的客观要求，它有利于我们充分利用国际国内资本，引进先进的经营管理和市场理念，从而形成有利于上海文化创意产业健康、快速发展的良好投资环境，吸引一大批国内外知名的文化、创意人才落户上海，吸引国内外著名的文化集团、传媒集团、出版集团、演艺机构等进驻上海，按照国家的有关政策精神，扩大民营资本、外资进入文化创意产业的领域或范围，逐步扩大非公有制资本在上海文化创意产业中的比重。

（5）因地制宜，依托中心城区旧区改造和制造业结构调整，加快现代创意产业集聚区建设。作为中国近代工业的发源地，上海拥有大量的老厂房、老仓库、老大楼和老洋房等优秀历史建筑和历史文化风貌保护区，具有深厚的历史文化底蕴，这是上海发展文化创意产业的得天独厚的优势条件。因此，我们要充分利用目前中心城区旧区改造和产业结构调整的有力时机，挖掘老厂房、老仓库各自的底蕴和内涵，依托有关的高校、科研机构、行业协会、龙头企业等，大力推进具有鲜明特色和核心竞争力的文化创意产业集聚区建设。

四、加快推进上海文化创意产业发展的对策和措施

1、加强对上海创意产业发展的规划、指导和协调工作。

（1）借鉴国内外一些大城市发展文化创意产业的成功经验，建立上海文化创意产业发展领导小组，对全市的文化创意产业发展进行统一的规划、指导和协调。该小组可由市委市政府一位主要领导担任组长，成员由市经委、发改委、文广局、出版局等相关部门负责同志组成。

（2）建立上海文化创意产业发展专家咨询委员会。召集国内外相关的知名专家、学者组成专家咨询委员会，定期、不定期地对涉及上海文化创意发展的一些重大课题、项目进行深入的调查和研讨，为相关的政府部门提供科学的决策咨询建议。

（3）在目前已成立的上海创意产业协会基础上，成立影视、艺术品经营、演艺、传媒、动漫游戏等各个分行业协会，逐步健全功能机制，充分发挥其行业自律、规范和协调作用。

(4) 适时出台上海文化创意产业中长期发展规划, 颁布上海文化创意产业投资指导目录, 发布上海文化创意产业年度发展报告(蓝皮书)等。

2、尽快制定和落实促进上海文化发展的各项经济政策。

(1) 按照国家文化产业政策精神, 因地制宜落实各项优惠政策。按照中央要求并结合上海实际, 尽快出台《关于贯彻落实国务院有关文化事业和文化产业发展若干经济政策的意见》, 继续实施扶持电影事业发展的相关优惠政策, 加大对文化产业项目(包括转制文化单位)在财政、税收、土地等方面的扶持力度。

(2) 加快文化领域投融资体制改革, 鼓励社会资本投资文化创意产业。鼓励支持社会资金参与文化设施和文化项目建设。开辟多种融资渠道, 形成以企业投入、政府资金、银行贷款、文化基金、证券融资、民间捐助、境外资金等相结合的多元化的投入机制。放宽文化市场准入条件, 进一步消除民资和外资进入文化领域的体制性障碍, 除国家明文规定限制进入的文化领域外, 支持民资、外资以合资、合作、参股、兼并、收购、项目招标等形式投资兴办文化创意企业。建立风险投资机制, 畅通资本退出渠道。今后, 政府对文化的资助要逐步由“养人或养单位”为主向“兴项目”为主转变。

(3) 不断扩大上海文化发展基金规模, 进一步完善其运作和管理机制。今后五年中, 上海要继续多渠道筹集上海文化发展基金, 逐步壮大基金规模, 同时, 要通过规范、合理的资金运作, 最大程度地实现基金的保值、增值, 发挥其对上海文化创意产业的扶持和导向作用。此外, 在具体的运作过程中, 要探索在科学评估的基础上, 利用文化发展基金为一些具有重要价值的文化发展项目提供融资担保或贷款贴息。

3、推动上海文化创意产业发展的体制和机制创新。文化主管部门要转变职能, 从以往对文化建设的微观管理转到对文化事业和文化产业的宏观管理。要改变现行的政府“办文化”的模式, 逐步向“管文化”过渡, 放宽审批限制和加强监管并重, 允许并鼓励多种所有制经济实体投资文艺团体和文化企业。要推动文化社会团体发展, 形成多种所有制文艺团体和文化企业平等自由地进行竞争的局面。要鼓励各种经济形式、多种所有制参与文化中介和经纪人市场, 形成多种所有制并存、竞争的文化中介体制。当前可以重点推进以下几项工作:(1) 每年举办“上海创意产业发展论坛”; (2) 争取承办“中国创意产业博览会”, 并积极争取举办“全球创意产业博览会”; (3) 定期举办各种层次的创意设计比赛; (4) 通过资源整合, 突出优势, 重点建设一批具有特色的文化创意产业集聚区; (5) 在一些重大政策上争取国家支持率先在上海先行先试, 取得先发和示范效应。

4、培育和吸引国内高层次的一流人才进入上海文化领域。

(1) 培养、吸引、用好高层次文化创意人才。通过各种形式, 多层次、多渠道培养和引进高层次文化创意人才。加快制定文化创意人才教育培训、引进等政策, 坚持选拔优秀文化创意人才到国外进修、观摩、学习深造, 努力培养和引进一批高层次的文化创意专业人才、管理人才和经营人才, 造就一批具有一定知名度的文化名人和创意大师, 形成文化名人梯队阵容。

(2) 大力培育文化人才市场。遵循文化创意产业人才成长和发展规律, 改革旧有人才管理模式, 充分发挥市场在人才资源配置中的基础性作用, 实现文化创意人才单位所有向人才社会所有转变。充分发挥文化群团的组织、协调和桥梁、纽带作用, 建立人才中介机构。通过人才中介机构, 建立文化人才档案和信息库, 促进人才合理流动。

(3) 大胆改革创新, 完善人才激励机制。营造尊重知识、尊重人才的良好氛围, 确立以业绩为重点的人才价值观。制定《上海市优秀文化创意人才奖励实施办法》, 设立“上海市优秀文化创意人才奖励专项资金”, 对有突出贡献的文化创意人才实行重奖, 对拔尖人才予以优厚待遇, 从而吸引一批具有国内外影响力和知名度的高端精英人才加入。同时, 要按照国家有关政策, 继续深化分配制度改革, 发挥文化名人效应, 探索建立以知识产权、无形资产、技术要素等参与收益分配的新路子。

5、加强文化立法工作，为上海文化创意产业发展提供良好的法制保障。要切实落实国家有关的文化经济政策特别是文化体制试点中支持文化产业发展的规定，在文化发展规划、公共文化事业、文化产业发展、文化市场管理、促进文化创新、保护历史文物与知识产权等方面制订既符合上海实际、又有重点突破的文化经济政策和公共文化政策。营造依法行政、文明执法、守法经营的良好法制环境，逐步改变现有文化法规“重限制、轻促进；重惩罚、轻扶持；重治理、轻培育”的状况。推动依法治国，促进公平竞争与文化市场的繁荣有序发展，最大限度地保障人民群众的基本文化权利，形成与社会主义市场经济相适应的文化法律政策体系。

参考文献：

1. 厉无畏、王如忠. 创意产业——城市发展的新引擎. 上海社会科学院出版社，2005
2. [美]理查德·E·凯夫斯. 创意产业经济学：艺术的商业之道. 新华出版社，2004
3. Howkins, J. (2001). The Creative Economy. How People Make Money from Ideas. Allen Lane , the Penguin Press
4. 林拓、李惠斌、薛晓源. 世界文化产业发展前沿报告. 社会科学文献出版社，2004
5. 王如忠、缪勇. 创意产业与上海未来发展. 文汇报，2004 年9 月6 日
6. 王如忠、高勇跃. 发达国家和地区扶持创意产业发展的经验. 文汇报，2006 年1 月23 日
7. 香港大学文化政策研究中心. 香港创意产业基线研究——香港特别行政区政府中阳政策组委托顾问报告
8. 吕方. 江苏文化产业发展态势与对策. 江苏省社会科学院网站，http://www.jsass.com.cn/article_show.asp?ArticleID=202
9. 深圳市文化发展规划纲要（2005 年～2010 年）
10. 浙江省建设文化大省纲要（2001 年～2020 年）
11. 广东省建设文化大省规划纲要（2003 年～2010 年）
12. 湖北省文化事业和文化产业发展规划（2004 年～2010 年）
13. 2004 年～2008 年北京市文化产业发展规划

注释：

①“目前国内对“文化创意产业”这一概念有不同的理解，相近的提法还有“创意产业”、“文化产业”等，同时，这三种提法在目前的理论界也都被广泛使用。

②上海情报服务平台：http://www.istis.sh.cn/list/list_n.asp?id=3014&st=N