
江西省文化创意产业发展现状与策略分析^{*1}

杨雪¹ 刘小玲²

(1. 南昌大学宣传部, 江西南昌 330031;

2. 江西省文化厅, 江西南昌 330036)

【摘要】:江西省文化创意产业发展中存在着发展定位不明确, 区域差距明显, 文化创意产业人才短缺, 文化资源利用不够充分等问题。要推进文化创意产业大发展, 必须找准定位, 构建文化创意产业发展的投融资体系, 抓紧人才培养, 加强传统文化的转型与融合, 努力与省外国外平台对接。

【关键词】:江西省文化创意产业; 地域特色; 地域性发展; 应对策略

【中图分类号】:G124 **【文献标识码】**:A **【文章编号】**:1000-579(2017)03-0076-07

“文化创意产业可界定为以创作、创造、创新为根本手段, 以文化内容的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企业集合。”^[1]文化创意产业是一个个人创造力、科学技术、市场经济三者密切联系的产业。在文化创意产业中, 创造力可以通过市场化运作创造财富。根据国务院总理李克强在2014年1月22日主持召开的国务院常务会议中部署推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的内容可以得出, 在全国性的推进文化创意产业发展的大背景下, 江西省应当认清自身的发展现状和发展条件, 充分利用自身的文化资源, 找准本省文化创意产业定位, 积极发展江西省的文化创意产业事业。

一、江西省文化创意产业发展环境及现状

文化创意产业, 首先需要了解现有的发展环境以及发展现状。

1. 江西地域文化创意产业发展环境

就政策方面而言, 继2011年国家出台了“十二五”规划, 提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业的目标之后, 江西省也出台了一系列与文化产业发展相关的文件。自2009年开始, 江西省对于本省文化产业的发展, 从文化体制改革到人才队伍建设方面, 都进行了相对应的规划设计。尤其是2014年, 江西省发布了《关于加快发展文化创意产业的若干政策措施》, 让本省的文化创意产业发展有了政策上的指导。不仅鼓励非公有制企业发展, 更出台了一系列的政策, 以保证文化创意产业能够得到相对稳定的资金支持, 加强了政府参与文化创意产业建设的参与度。

¹ 收稿日期:2016-12-10

作者简介:杨雪(1989-), 女, 湖南浏阳人, 文学硕士, 南昌大学宣传部工作人员。研究方向为文化政策与产业发展。刘小玲(1971-), 女, 湖南衡阳人, 江西省文化厅干部。研究方向为文化政策与产业发展。

“根据中国人民大学发布的‘中国文化消费指数’，可以看出，江西省的城乡文化消费能力指数位居全国第九，文化消费综合指数位居全国第十。”^{[2] (p27)}在这样的文化产业发展背景下，文化创意产业发展的经济条件有了一定的基础。

根据《关于深入推进江西文化金融合作的意见》等文件的相关内容，江西省对于文化企业的一系列减税政策和资金投入措施，也大大地提升了本省文化创意产业企业的生存条件。

就目前文化产业发展环境来说，文化创意产业的发展离不开文化产业本身的发展。早在上个世纪90年代，英国就出台了《英国创意产业路径文件》。其中对创意产业进行了界定，认为：“人的创造力、技能和天分中获取发展动力的企业以及那些通过知识产权的开发可创造潜在财富和就业机会的活动。”本文以为，文化内容的创意成果可以分为依据传统文化内容转型的创意成果和社会文化发展进程中诞生出的创意成果。文化创意产业可以分为：文化；艺术、设计；电影、电视、动漫；软件、网络以及计算机；旅游、休闲娱乐；广告、新闻出版；其他辅助性服务。每个类别中又有一些分支，比如设计中包含城市建设、商品设计等。

根据2013—2014年江西省统计局统计出来的资料(表1)可以看出，文化创意产业所涉及的比重有一部分增加，正在逐渐均衡各类产业的比重，打破了以传统文化产业为主的局面。这表示，江西省文化创意产业的发展，处于一个上升的阶段。

表1 2013—2014年文化产业行业大类主营业务收入情况

分 类	2014 年主营业务收入		2013 年主营业务收入	
	实际数(亿元)	所占比重(%)	实际数(亿元)	所占比重(%)
新闻出版发行服务	93.9	4.6	86.0	4.8
广播电视电影服务	18.4	0.9	7.8	0.4
文化艺术服务	28.3	1.4	18.3	1.0
文化信息传播服务	35	1.7	25.0	1.4
文化创意和设计服务	118.8	5.8	102.3	5.7
文化休闲娱乐服务	81.5	4.0	71.8	4.0
工艺美术生产服务	411.2	20.0	350.6	19.7
文化产品生产辅助生产	387.0	18.8	317.2	17.8
文化用品生产	822.4	39.9	719.2	40.3
文化专用设备生产	64.8	3.1	85.4	4.8

资料来源：江西省统计局编《江西统计资料》第23期

2. 江西省文化创意产业区域性发展现状

近几年来，江西省对文化创意产业发展越来越重视，在国家扶持文化创意产业发展的大背景下，江西省文化创意产业目前初具规模。

(1)文化创意产业园区、基地在各地的涌现与兴起。以江西省南昌市为例，近几年，出现了一批以文化创意产业为主体的创意产业园区和基地。诸如江西泰豪动漫产业园、新华安699文化创意园、樟树林文化生活公园、江西慧谷·红谷创意产业园、791艺术街区、八大山人梅湖景区等等。除此之外，还有景德镇市的建国陶瓷创意园；九江市的九江美孚1910文化创意园等。这些园区，给创意者提供了展示的平台和交流的空间，让创意成果能够通过这样一个广阔的平台展示出来，更给江西省文化创意产业的发展带来了生命力。

(2)大力开展文化活动。近几年来，江西省大力发展各种文化活动。以南昌市为例，举办了几届动漫 cosplay 比赛和展览，在逐渐丰富文化活动种类的同时，还大力推动话剧等相关文化活动。举办了首届“全国精品话剧展演季”活动，除此之外，还协助举办了多场明星演唱会，丰富了江西人民的文化生活。新修建的万达文化旅游城，更是成为了举办文化活动的重要场所。同时，依据各地区特色，江西省其他地区也都相继推动了文化活动的开展。

(3)进一步推动传统文化产业转型。近几年来，江西省努力打造一批新形式的传统文化产业，帮助传统文化产业转型，让传统文化产业在新媒体时代能够有新的发展。例如革命根据地井冈山和八一起义地南昌，在推广红色革命精神的同时，对各地博物馆进行了改造，通过模拟、3D 影像，还原现场，带给参观人员更加真切的感受，而且推出了相关精美的纪念品；位于南昌市的八大山人纪念馆，也从单一的场馆发展成为集产业园与景区相结合的场所，带动了相关创意产业的发展，形成了一个初具形态的文化产业园区；陶瓷作为我省的一大特色，景德镇市不仅将陶瓷文化与创意良好结合，并且开展了一系列与陶瓷相关的文化创意活动。除此之外，茶文化和傩文化也作为本省的传统文​​化资源，正在逐渐地与创意文化相融合发展。

(4)推动城市建设与创意文化结合。城市建设作为文化创意产业中的一部分，是地域性文化的最直接的体现。江西省拥有最美的油菜花之乡婺源，除此之外，其拥有的徽派建筑也是当地一个文化特色。为了发展文化创意产业，婺源的房屋几乎都延续了徽派建筑的风格，营造了良好的文化氛围，也让建筑本身成为了文化创意的载体，打造了文化创意产业一条街。我国其他地方例如丽江、大理、凤凰、乌镇、西塘等当地文化特色浓厚的地区均有这样的城市建设形态。除此之外，江西景德镇因瓷都闻名，其城市建设规划则利用了瓷的文化特色，让整个城市成为一种文化符号，从而更有利于发展江西省文化创意产业。并且，江西省文化创意产业集群在其地域性发展的过程中也逐渐形成了一些属于自己的模式。

1. 政府推动型模式

此类文化创意产业集群由政府推动并实行统一筹划和管理。江西较为接近政府推动型模式的是政府新规划建设创意产业园。如位于南昌市大学城中心区域的高新技术创意产业园。依托南昌大学，采用校区依赖型，建设集科研、教育、居住、娱乐于一体的国际化科技创意园区，其产业项目主要涉及动漫制作、软件开发、设计和信息中介服务等新兴产业。

2. 市场推动型模式

此类集群由企业自主形成，政府给予引导和监督。如位于南昌八大山人梅湖景区的八大山人墨香街古玩市场，由南昌市大山实业公司投资 5000 万改造而成，使墨香街依八大山人朱耷纪念馆，适应古玩交易和文化发展的需要，形成了一片近 1 万平方米的包括展示交易中心、会展中心、露天淘宝集市的古玩市场。目前该区域开设了 120 多家店铺，吸引了 120 多家文化产品经营者承租，同时还辟出免费的地摊区。浓厚的文化底蕴和湖光美景，加上良好的商业氛围，构成墨香街古玩市场独有的魅力。

3. 政府推动和市场引导相结合的模式

政府通过分析创意产业发展所需的环境以及创意人群的区位需求、空间要求和特征，综合评估区域经济、社会、文化等发展状况和环境条件，统一规划，进行基础设施建设，完善配套服务，给予政策扶持，进而吸引众多艺术家和中小型创意企业自发入驻，然后由艺术家根据自身的喜好和需要，自行对其所租用的空间进行独立的改造和利用。^[3]例如，南昌 791 艺术街区，融艺术研究、创作、竞赛、艺术作品展示、销售、拍卖、信息发布为一体，并汇聚陶瓷艺术、书画艺术、雕塑艺术等艺术形态，形成了一个城市中央的立体型现代艺术街区。

4. 政产学研结合型模式

政产学研相结合模式是指政府、企业和大学科研院所相结合型的模式。如景德镇的陶瓷艺术创意产业集群就是政府依托景

景德镇陶瓷产业、景德镇陶瓷学院以及省市陶瓷研究所重点打造的，将陶瓷研发设计集聚区、陶瓷旅游集聚区、陶瓷文化交流集聚区、会展集聚区和景德镇陶瓷工业园连成一片的陶瓷文化创意产业基地。

5. 强调地方特色精神文化模式

根植特定的历史文化精神，在历史文化中融入新创意。例如江西南昌、井冈山、瑞金等地的红色旅游路线文化产业。其一，着力构建英雄城南昌——中国革命摇篮井冈山——共和国摇篮瑞金为主轴的红色旅游，着重建设井冈山博物馆和八一南昌起义纪念馆；其二，构建英雄城南昌——中国工人运动策源地安源——秋收起义策源地萍乡为主轴的红色旅游。另外，江西婺源致力于打造“最美乡村”，以徽派建筑结合小桥流水、遍野油菜花等乡村景致以及踏春、采茶、晒秋等乡村风俗形成了独具特色旅游产业。

二、江西省地域文化资源及文化创意产业发展中存在的问题

江西省地域文化资源特别丰富，但相比较周边省份而言，其对文化资源的开发略显不够，或者说，有资源而难成气候。江西省有着优秀的文化资源，然而这些资源，并没有成为让江西省文化创意产业崭露头角的助力。为此，应当站在科技创新、文化创新的角度上，分析江西省文化创意产业发展中存在的不足，找出相应的对策。

1. 江西地域文化资源

江西省作为我国中部地区赣文化的发源地，有着丰富的文化资源，拥有着独特的地域文化。就传统文化而言，江西文化博大精深、源远流长、人才辈出。在文学方面，江西九江有田园诗人陶渊明；修水有诗派代表人物黄庭坚、国学大师陈寅恪；抚州临川有晏殊、汤显祖、王安石；吉安有文天祥、欧阳修、解缙等等众多文学名流。在戏曲方面，汤显祖被誉为“东方莎士比亚”。早在唐代吉安永新就有著名女戏曲表演艺术家许和子；江西弋阳腔被列入“南戏系统四大声腔”；江西赣南有极富江西地方特色的采茶戏。“江西先民还创造了独特而又影响深远的雩文化、水文化、药文化、茶文化、酒文化、宗教文化、理学文化、隐逸文化、民居文化、客家文化等等。”^{[2] (p23)}其中，赣雩文化是中国雩文化的重要组成部分，江西享有资源十分丰富的雩舞、雩戏、雩俗、雩面、雩庙等雩文化群。在哲学方面，江西有程朱理学、陆王心学、南禅佛学与老庄道学等。就宗教方面而言，九江庐山东林寺和西林寺、九江永修的云居山道场、鄱阳湖南端的三合寺等均为佛家圣地，鹰潭龙虎山是道家的发祥地，等等。

就现今文化资源集群而言，江西享有独特的优势。首先，江西是红色革命的摇篮，拥有着得天独厚的红色文化资源。英雄城南昌，是中国人民解放军军旗升起的地方。革命旧址、故居以及纪念建筑物等分布在江西省多个地区，数量众多。著名的井冈山革命根据地，更是红色精神发扬传承最好的摇篮。其次，景德镇陶瓷文化艺术博大而多彩，世界瓷都除了瓷器静美外，还有弥足珍贵的陶瓷遗迹(古代制瓷的遗址、古窑以及与制瓷相关的古代建筑)以及精湛奇妙的陶瓷技艺和风格独特的陶瓷习俗；再次，江西富有独特的旅游文化资源，文物古迹、风景名胜众多，庐山、滕王阁、三清山、婺源、龙虎山、井冈山等闻名海内外。

江西还享有其他众多的文化资源，有专家曾经将江西省的文化景观概括为10种，即：“稻作文化、陶瓷文化、青铜文化、纺织文化、宗教文化、茶文化、戏曲文化、候鸟文化、水文化。”^[4]此外，江西省自古便是人杰地灵的地方，拥有“国家级历史文化名镇名村33个，国家历史文化名城3座，省级历史文化名城4座……还拥有国家文化保护单位24处……国家级非物质文化遗产名录70项(含扩展项目)”^[2]等等。赣方言更是我国7大方言之一。

2. 江西省文化创意产业发展中存在的问题

(1)省内文化创意产业发展定位不明确。江西省作为文化资源丰富的一个省份，在文化创意产业发展的道路上，始终没有走出一条拥有江西省个性的发展道路。很大一部分原因，跟对于本省文化创意产业定位不明确有关。江西省虽然拥有丰富的文化资源，但是省内文化资源分布较为分散，以井冈山为主的吉安地区，以红色资源为主发展文化产业，景德镇地区则注重于发展陶瓷文化，婺源则是借助着自身的风景，开展旅游文化。相比之下，江西省省会城市南昌，其发展的文化产业雨露均沾，却又很难开展出一条独具特色的文化道路。与一些同样走综合发展道路的城市或省会相比，没能很好地整合省内的文化资源。出现了一种提到江西第一反应就是革命老区、陶瓷产地这种单一的形象，继而忽视了许多其他的文化资源，也给人一种单一、单薄的形象。

(2)文化产业区域差距明显。从江西省本省内部来讲，虽然南昌、抚州、萍乡等城市的文化产业收入占了全省中的一大部分，但是依旧有许多城市低于全省的平均水平(见表 2)。这也充分说明了江西省省内的文化产业发展的差距，更不用说依托文化产业发展的文化创意产业了。

表 2 2014 年各设区市文化产业主营业务收入、增加值情况

地 区	主营业务收入		增加值		
	实际数(亿元)	增长(%)	实际数(亿元)	增长(%)	占 GDP 比重(%)
南昌市	488.0	15.6	144.1	12.0	3.9
景德镇市	127.1	13.8	38.0	9.5	5.2
萍乡市	268.9	12.7	79.6	11.2	9.2
九江市	231.1	20.2	60.5	20.5	3.4
新余市	79.4	11.7	22.3	15.8	2.5
鹰潭市	73.5	15.6	19.4	16.6	3.2
赣州市	172.9	16.5	46.7	19.7	2.5
吉安市	177.6	11.3	45.7	16.1	3.7
宜春市	226.8	14.1	62.9	15.7	4.1
抚州市	96.0	20.9	27.8	22.2	2.7
上饶市	120.1	5.2	33.1	15.5	2.1

资料来源：江西省统计局编《江西统计资料》第 23 期。

(3)文化创意产业人才短缺。“据 2013 年江西省政协对江西文化产业的调查数据表明，全省文化产业的法人代表或企业负责人中，具有本科以上学历的企业家只占调查样本的 9.64%，具有高中、中专或专科学历的企业家只占 18.72%，高达 71.64%的企业家是初中以下学历。”^{[2] (p33)}由此可以看出，江西省现有的文化创意产业人才相当稀缺。而文化创意产业发展离不开相应人才资源的支撑。

(4)文化资源利用还不够充分，文化创意产业发展进程相对缓慢。虽然江西省目前已经建成了一些文化创意产业园区，但是这些园区给本省文化创意产业带来的影响却远远不够。江西省内的文化创意产业园区，比如位于南昌的“699”文化创意园、791 艺术街区等，举办的文化活动面窄、影响力度小，并不能够支撑起省内新型文化创意产业的发展。同时尝试的传统文化转型的八大山人梅湖景区，由于地理位置较偏、交通不够便利，传统文化与创意文化的结合也不够理想。除此之外，由于全省发展文化创意产业的方向相对分散，导致整体的文化创意产业发展难以找到突出的特点，整体发展进程相对缓慢。

三、江西文化创意产业发展战略定位及对策分析

在我国大力支持与推动文化创意产业发展的环境下，江西省想要发展出带有本省特色的文化创意产业，还应当了解国家文

文化创意产业发展的情况，根据自身的实际情况研究对策。

由于中国各地区发展速度的不均衡，根据不同地区文化产业发展速度的快慢，可以将我国文化产业发展分成四个梯队，如表 3:

表 3 2013 年全国文化产业发展方阵一览表

单位:亿元

方阵类别	增加值最低标准	集团名称	地 区
第一梯队	1200	优势集团	广东、江苏、上海、北京、山东、浙江、湖南
第二梯队	600	领先集团	福建、天津、河北、安徽、河南、云南、湖北、辽宁、陕西
第三梯队	100	追赶集团	江西、山西、重庆、四川、黑龙江、吉林、广西、贵州、甘肃
第四梯队	30	起步集团	海南、宁夏、青海、内蒙古、新疆、西藏

资料来源:江西文化蓝皮书《江西文化产业发展报告》(2015)。

可以看出,江西省在文化产业发展中,处于第三梯队。寻找适合本省的发展思路,开辟途径,是江西省目前所需要面对的。

有学者做过分析,也将我国目前文化创意产业发展划分出了三个阶梯。其中,第一阶梯是广为人知的东部发达地区。尤其是以三大城市圈为主,也就是珠三角、长三角、环渤海地区,北京、上海、深圳、广州这几个城市,是该阶梯的代表。

第二阶梯是中部的发展中地区。以武汉、郑州、长沙、太原、沈阳、合肥、长春构成了中部的文化创意产业发展地区。

第三阶梯是西部欠发达地区。以西部的昆明、西宁、乌鲁木齐、呼和浩特、南宁、贵阳、兰州等城市为主,构成了我国文化创意产业发展的第三梯队。

从这个分析可以看出,江西省在中部地区的文化创意产业发展中,并不占有优势。而跟东西部相比,中部地区由于地理环境、文化背景、经济发展等条件的限定,注定了要走跟东西部不同的发展道路,就如同他人提到的“东部第一梯队无疑采取与世界发达城市的发展历程相似的产业发展的渐进式模式,西部第三梯队将采取跨越式发展的模式,而中部第二梯队则要根据具体情况选择综合式发展的路径”。^[5]因此,江西省文化创意产业发展需要找准自己的定位,根据本省的具体情况,发挥本省文化、地理等特色,努力走综合式的发展道路。对此,本文针对本省文化创意产业存在的问题,提出几点建议:

1. 加强政府宏观调控,提升市场竞争力。想要发展本省文化创意产业,必需寻求一个更适合文化创意产业发展的投融资体制。一方面加大政府的资助资金总数,发展创意金融,开设更多的创意资金融资方式。一方面积极鼓励各企业开办创意资金补助,帮助文化创意产业建立信息交流平台,使企业方与创意者能够通过平台进行联系,更加全面地推动本省文化创意产业的开展。应推动和构建多层次的融资体系,“根据文化企业生命周期和规模大小,可以将文化产业全方位融资模式进行细分定位、提供专门的融资渠道,为处于不同成长阶段的文化企业提供不同的融资方式”。^[6]推动省内创意产业与省外甚至是国外市场的对接,让本省的创意产业能够有更多信息沟通的渠道以及获得融资的途径,帮助江西省文化创意产业营造一个扎实的经济基础。

除此之外,在我国一些城市有许多企业自发性地支持其本土的文化创意产业,所以,江西省还应当鼓励省内一些优秀的中小型企业,发动民间的资本,使其投入到本省的文化创意产业。

2. 紧抓人才培养,发展创意文化。在人才培养方面,培养创意产业专业人才,是发展文化创意产业一个重要部分。有学者做过一个北京与伦敦两个城市文化创意产业专业化程度的比较:“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。”^[7]虽然我国单看北京地区，能够达到超越伦敦的数值，但是由于我国各地区文化创意产业发展的严重不均衡，我国整体创意产业就业人口比例并未占有优势。

因此，建立健全江西省的创意产业人才培养体制，是本省也更是全国文化创意产业目前需要解决的一个问题。因此，应该立足本省发展，加强对文化创意产业专业人才的培养，开设多个文化创意产业相关专业，为本省文化创意产业提供创意人才以及相关产业的经营人才，积极鼓励本省各高校开展创新创意基地，支持以及培养学生的创新创意意识，激发学生们的创意构想并尽力帮其实现。

3. 守护知识产权，保护文化创意。在知识产权方面，英国伦敦作为世界上知识产权保护体系最完善的地区之一，其创意者的文化创意能够获得法律的全面保护。我国对于文化创意的知识产权保障，缺乏完整的法律条例明确保护，导致许多文化创意在发展的过程遭到剽窃和盗用，这使得文化创意产业在核心内容上遭遇了障碍，也打击了创意者的积极性。并且由于我国文化创意产业呈现出地域性发展的特点，使得我国现有的法规不能很好地保护各地区的文化创意产业发展，呈现出不适应不协调的现象。

4. 加强传统文化的转型与融合。在文化创意产业发展的背景下，如何将本省拥有的传统文化资源与创意新型文化融合，是江西省在发展本省文化创意产业中必须面临的挑战。通过目前已有的一些创意产业园区和一些文化活动可以看出，江西省在传统文化转型这块已经进行了许多尝试。加强传统文化与的转型与融合，使传统文化能够通过新形式的表现方式，更加灵活生动富有创意地出现在市场中，是帮助本省文化创意产业发展的一个重要内容。

5. 找准本省定位，确立文化创意产业发展方向，同时放眼国际，向国际水平看齐。相较于发达国家产业发展的完整产业链，我国由于地域之间的差异，导致我国文化创意产业呈现出各地区依据自身优势各自发展，没有一个明确的整体的发展思路，并且由于创意产业分散全国各地，导致创意产业发展规模都普遍偏小，就连北京、上海这样的文化创意产业发展快速的地区，也仅仅是在自身范围内，很难带动整个片区大规模发展。

江西省应当立足于本省的地域文化特色，通过与科技的结合，发展具有自身特色的文化创意产业。同时，在国家政策的支持下，在全国发展文化创意产业的大环境下，努力形成“产、学、研”协调发展的模式，培养出一批创意产业人才，争取让本省独特的文化资源得到最大程度的发展。此外，通过对本省各区域的调查分析，找准本省文化创意产业发展的总体方向，设定相应发展方案，寻找出适合本省文化创意产业的发展路径。努力与国外大平台对接，利用“走出去，引进来”的精神，力求实现本省文化创意产业新的突破。

参考文献:

[1] 高秀艳, 邵晨曦. 区域文化创意产业竞争力评价与对策分析——以辽宁省为例 [J]. 企业经济, 2013, (1).

[2] 江西省文化厅. 江西文化蓝皮书·江西文化产业发展报告(2015) [Z]. 内部资料.

[3] 张振鹏, 马力. 文化创意产业集群形成机理探讨 [J]. 经济体制改革, 2011, (2).

[4] 傅修延. 生态文明与鄱阳湖地域文化建设研究 [J]. 江西社会科学, 2008, (8).

[5] 金元浦. 我国文化创意产业发展的三个阶梯与三种模式 [J]. 边疆文学·文艺评论, 2009, (11).

[6] 侯英. 文化产业金融支持体系创新研究 [J]. 经济问题, 2016, (3).

[7] 洪涓, 刘甦, 孙黛琳, 付建文. 北京与伦敦文化创意产业发展比较研究 [J]. 城市问题, 2013, (6).