

创意产业发展及其对景德镇陶瓷产业发展的启示

刘小丽

(景德镇陶瓷学院, 江西 景德镇 333403)

摘要:创意产业作为一种新的拥有高附加值的产业,具有传统产业不可比拟的崭新特征,对社会、经济、文化等各个方面产生深刻而又重要影响,受到人们普遍的关注。然而,创意产业的本质内涵、相关特征及其发展对其他产业的发展究竟有什么重要作用与启示,人们却很少涉及。基于这样一种思想,以景德镇陶瓷产业如何创意发展研究为背景,对上述问题进行了系统研究与探讨,以期对景德镇陶瓷产业创意发展有所启示。

关键词:创意产业;本质内涵;景德镇陶瓷产业;发展启示

中图分类号: TQ174.74 **文献标志码:** A **文章编号:** 1000-2278(2014)03-0325-05

Development of Creative Industry and Its Inspiration for Jingdezhen Ceramic Industry

LIU Xiaoli

(Jingdezhen Ceramic Institute, Jingdezhen, 333403, Jiangxi, China)

Abstract: As an emerging industry with high added value, creative industry has attracted widespread attention because of its brand new features in which traditional industries cannot rival and its immense influence that is felt on the society, economy, culture and other aspects. However, little research has been done on its essence, connotation, characteristics, development and inspiration for other industries. To fill in this research gap, this paper systematically addresses the above issues by observing the possible development of Jingdezhen ceramic industry in the creative sector to provide inspirations for Jingdezhen ceramic creative industry.

Key words: creative industry; nature and connotation; Jingdezhen ceramic industry; development and inspiration

创意古已有之,并非新鲜事物:艺术家的灵感、工匠的新点子、建筑师的奇思妙想、科学家的发明创造、甚至是商人独特的经营理念,都是一种创意。从广义角度看,创意活动存在于一切人类的创造活动中^[1]。从现代社会经济发展角度看,创意是一种“头脑风暴”,是对知识产品、智能产品的全新创造,它通过创生产品、财富和就业机会而成为产业。各地蓬勃兴起的创意产业,成为现代经济发展的新亮点和新源泉,创意产业的发展已成为现代产业发展的重要内容,对它的研究具有十分重要的现实意义和长远意义。

一、创意产业的本质及其内涵

创意产业又称为创意工业、创意经济或创造性

产业,是以创新为主的新知识经济时代的产物。1997年,英国工党赢得政权后,新政府为了振兴英国经济,决定发展以知识经济为依托的文化传媒体育部,于当年7月成立挂牌。经过一年多的工作运转,文化传媒体育部成立创意产业特别工作组,并首次提出创意产业概念,将创意产业定义为“那些从个人的创造力、技能和天分中获取发展动力的企业,以及那些通过对知识产权的开发可创造潜在财富和就业机会的活动”。创意产业特别工作组的主要任务就是分析英国创意产业的现状并提出发展战略,将创意产业当作经济发展的新的增长点。

创意产业的概念一经提出便被一些发达国家及地区采用,并受到专家学者的广泛研究和关注。各国对创意产业的研究也风起云涌,出现了各种对创意产业内涵的表述,有的侧重于人文,有的偏重于

收稿日期:2013-11-18。

修订日期:2014-02-10。

通信联系人:刘小丽(1963-),女,博士,教授。

Received date: 2013-11-18.

Revised date: 2014-02-10.

Correspondent author: LIU Xiaoli (1963-), female, Ph.D. Professor.

E-mail: lxl7502@163.com

技术。联合国教科文卫组织认为受著作权保护、具有文化附加值或文化内涵的物质生产或非物质生产(如服务),均可视为创意产业。加拿大学者认为文化与艺术相结合的活动就是创意产业,包括文化产品的设计、文化服务的提供和著作权的应用。新西兰将创意产业定义为增长与创新,并且将创意产业作为新西兰经济转型的关键因素之一,认为以个人的创造力、技艺与才能为基础,通过智能型财产权(即知识产权)的建立与开发,创造财富与就业机会的行业就是创意产业^[2]。芬兰学者认为将传统与现代文化艺术结合、具有成功商业机制与文化意义、富有文化创意精神的文化与经济相结合的产品生产就是创意产业生产,这样的产业就是创意产业。韩国学者认为文化产业的基础是知识、信息以及与文化有关的活动,包括文化产品的创作、生产、制造和流通等,都属于创意产业。我国香港学者认为源自个人创意、技巧及才华,通过知识产权的开发与运用,形成具有创造财富与就业潜力的行业就是创意产业。我国台湾学者认为源自文化或创意的积累,通过智能财产的形成与运用,提升整个社会财富与就业的行业就是创意产业。英国创意经济之父、创意集团和创意商学院的主席约翰·霍金斯在《创意经济》一书中将创意产业定义为其产品在知识产权法保护范围内的经济部门,即专利、版权、商标和设计4个部门共同构成了创意产业和创意经济。上述定义扩充了创意产业的概念内涵,把科学活动中的发明创新和专利与文化艺术有效地结合起来,进一步扩充了创意产业概念内涵的深度与广度。

综上所述,创意产业的本质是一种创造性的劳动,是以智力资源为基础,以文化底蕴为背景,依托个人或团体队伍的创意、技巧和才华,通过知识产权的开发和运用,创造财富和就业潜力的产业,是社会生产、社会生活发展到一定阶段的,创新思想、创新技术和创新文化相结合的一种创新经济活动。创新把人类无形的思想理念转化成现实的商品财富,将丰富多彩的人类文化与科学技术有机结合,发展成具有现实生产力和高附加值的创意产业和创意产品。因而,创意产业的核心是创新,创新体现了一个国家或地区的竞争软实力,具有极高的附加值;创新使创意产业拥有持久而强大的生命力。

二、创意产业的基本特征

(一)高附加值

创意产业立足于人们的创造活动,以创意者的聪明才智为依托,不受实物资源的约束限制,是新思想、新技术、新内容的物化形式,处于价值链的高端,其产品大多具有较高附加值和衍生附加价值。越来越多的国家开始把创意产业作为支柱产业并采取相应的政策措施和手段来推动其快速发展。

(二)高渗透性

创意产业作为知识经济产业的一种典型代表,属于知识密集型产业,带有强烈的知识经济特征。随着人们生活水平的提高、需求倾向的改变,对于创意产业产品的需求将大幅增长。在一些发达国家,对于创意产品的需求已经成为社会的主要需求趋向,这一需求渗透到社会生产生活中,造就了创意产业的高渗透性特征。

(三)需求的不确定性

创意产业的产品主要是以满足消费者精神层次的需求和感受为旨归,对创意产品的创作也提出了更高的要求。消费者的不同文化素养和文化需求,其所属地域的不同文化背景以及消费水平、消费能力等方面的差异,使得消费者产生了多样化的创意产品需求,大大增加了对于创意产品需求的不确定性。创意产业市场需求的不确定性,增加了创意产业发展的复杂性和艰巨性^[3]。

(四)组织机构的灵活多样性

从目前已有的情况看,创意产业的组织机构具有灵活多样性。从事创意产业的企业,可以是大到拥有研发部门的实力雄厚的大公司(它们既具有持续系列设计研发产品能力,又具有生产制作和销售产品能力),也可以是底子薄、人员少的中小型企业甚至是个人作坊(也称个人工作室)。组织机构的灵活多样性使得创意产品具有丰富多样性和自由灵活性的特点,它可以是传统与现代、国内与国外、本土与异域文化的相互融合创造。每个国家、每个地区、每个企业甚至每个人(指创作者)都可以根据自己的情况,融入符合自身特点的创意组织机构,创作创新产品,满足社会发展需求。

(五)鲜明的知识产权性

创意产业作为知识经济的升华,带有强烈的知识经济特征,其正常开展离不开社会健全的知识产权法律保障体系。正如英国创意经济之父、创意集团和创意商学院的主席约翰·霍金斯把创意经济划分为版权、专利、商标和设计四个部分那样,这四个部分实际上都是在知识产权框架下开展工作的。

换句话说,知识产权为创意产业的正常开展提供了坚实的法律基础和保障。从世界各国情况看,知识产权保护体系相对完善的国家,也是创意产业、创意经济发展迅速并取得显著成效的国家。创意产业的发展离不开知识产权的保护,知识产权的完善又推动了创意产业的发展。法律在创意经济发展中起着无法替代和逾越的重要作用。

三、国内外创意产业发展概况

创意产业是社会经济发展到一定阶段的产物,世界上主要经济发达国家和地区都十分重视创意产业的发展。以创意产业为核心推动力的新经济已占据美国GDP的70%、加拿大GDP的60%^[4]。从国外的经验看,当一个国家人均GDP超过1000美元时,人们的衣食住行均发生了一定程度的改变,人们不再停留在只满足温饱生活的层次,社会经济开始进入到一个新的发展阶段,社会消费结构也由低层次的温饱型向发展型和享受型转变。满足人们更高层次需求的创意经济便应运而生,进一步催化了创意产业的发展。创意产业的发展程度已经成为许多国家或城市竞争力高低的重要尺度,许多国家或城市都把创意产业的发展纳入国家或城市的发展战略,创意产业正以前所未有的速度在发展。创意产业已不再停留于理念层面,它已经成为一个具有强大生命力和产生巨大经济效益的新兴产业,得到世界各国的关注和追捧,各国纷纷出台相应政策办法刺激创意产业的发展。约翰·霍金斯在《创意经济》一书中明确指出“全世界创意经济每天创造220亿美元,并以5%的速度在递增。发达国家增长的速度更快。美国达14%,英国达12%。”

英国自提出创意产业概念至今的十多年来,其整体经济增长了70%,而创意产业增长却达到了93%^[5];英国创意产业提供的出口额占货物和服务出口额的4.2%,高出建筑和保险等经济部门,是化工部门的两倍,成为英国增长最快的部门之一,为社会创造了190万人的就业岗位^[6]。2006年2月7日,英国又任命了7名专家去引导创意产业发展,更好地为创意产业营造一流的创意竞争环境、一流的创意产业创新人才、一流的创意产业发展技术、一流的创意产业知识产权保障体系服务,使英国率先成为引领创意经济的世界创意俱乐部。

美国是全球文化创意产业最为发达的国家,作为知识经济大国,其文化创意产业的核心是知识版权业。仅1977年至1997年的二十年间,美国版权

产业的国内生产总值年均增长率为6.3%,而同期美国国民生产总值年均增长仅为2.7%。1997年,美国版权产业从国外销售和出口中创造的利润为668.5亿美元,超过了包括农业、汽车配件和飞机制造业在内的所有主要产业^[7]。美国知识版权业的发展带来了巨大的商机和财富。以迪斯尼为例,迪斯尼的最初发展源于沃尔特创造的米老鼠和唐老鸭两个卡通形象,在影视中一炮走红之后,这两个卡通形象进入娱乐、服装等行业,从而造就了一个庞大的跨国集团,其产业规模、品牌价值和盈利稳居世界500强的前列,迪斯尼主题公园成为集团的摇钱树。

韩国从一个落后的农业国发展成为人均GDP超过1万美元的中等发达国家,一条重要的经验就是重视了创意产业的发展,重视创新基地的建立和科学技术的发展,并为此下大力气,出台相应政策进行扶持引导、推动其良性发展。从有关资料看,经历了1997年来的亚洲金融危机后,韩国政府决定加大自主研发与创新的力度,依靠自身的不断创新,大力发展电子游戏、音乐和电子网络等新兴产业,2005年仅游戏产业市场规模就达到43亿美元^[8],使自己的经济得到了长足发展。韩国每万人口中就有研发人员40人,研发队伍的建立保证了创新研发的源源不断。从已有政策看,韩国政府制定了包括税收、资金投入、人才培养等系列政策措施,推动创意产业发展,并特别注重向电子游戏、音乐和电子网络等产业倾斜,推出文化产业发展的中长期发展战略与策略,推动创意产业发展,使韩国经济得到了迅速恢复与发展,一举成为亚洲创意产业发展最快的国家之一。

我国创意产业始于本世纪的中国香港,并迅速向上海、深圳等地辐射,各地创意产业的发展十分迅猛,已经成为世界第三大创意产业出口国(仅次于美国、英国)。2002年,我国创意产品出口的金额已达52亿美元,2004年就达106亿美元,增长态势显著。在一些发达城市,如北京、上海、成都、广州等地,创意产业取得了较好的成绩。一批具有开创意义的创意园区或创意产业基地正在建立,创意产业作为独立的产业形态得到政策上的扶持引导。北京在发展的基础上还提出了建立“创意之都”的奋斗目标,上海的各类创意园区2005年就已经达到了36个,一批具有创造力的优秀创意人才聚集上海,产生了创意产业集群效应,形成了鲜明的园区特色。如上海地区的泰康路艺术街、苏州河南岸莫干山老厂房仓库、北外滩的大名仓库等都是

在逐步发展过程中形成了自己的特色,进而形成了自己的产业园。^[9]但从整体上看,我国创意产业发展还处于初级发展阶段,还需要一个大力发展的时期。我国有5000年的文明历史,传统文化资源十分丰富,长期以来因为缺乏好的创意和改进,致使许多资源处于闲置浪费状态。为加快创意产业的发展,2006年《国家“十一五”时期文化发展纲要》发布,将创意产业写入其中。此后,各地创意产业如雨后春笋纷纷而起。目前,北京已经形成以软件、网络及计算机服务、新闻出版、设计服务、广播影视生产为重点领域的著名创意产业园区。上海创意产业近年也取得了显著进步,在文化产品、工业与建筑设计上彰显了独特的文化、风土人情和艺术特色,已经形成以产品设计、建筑设计、新闻出版为特色的重点领域,拥有田子坊、海上海等近百家创意产业园区,探索了一条旧城改造与新的发展相结合的新路子。成都经过多年的发展,已在软件开发、动漫游戏和休闲娱乐上形成特色,拥有较强的自主研发创新能力,呈现规模化创新发展态势等等。

四、国内外创意产业发展对景德镇陶瓷产业发展的启示

启示之一:创意产业的发展是现代社会发展的必然选择,有创意才会有更大的发展,有创意才会有持久生命力和竞争力。作为凝聚了人类历史文明的千年瓷都景德镇,其陶瓷产业的发展更应顺应历史潮流,重视和倡导陶瓷创意产业的发展,使千年陶瓷文明赋予新的内涵和创意,爆发出新的生命力和市场竞争力,实现新的历史时期的可持续发展。国内外创意产业的发展已经证明:“现代经济发展的根本动力不是资本和劳动,而是创新,而创新的关键就是知识和信息的生产、传播与使用”(熊彼得,1912)。“新创意会衍生出无穷的新产品、新市场和财富创造的新机会,所以新创意才是推动一国经济成长的原动力”(罗默,1986)。创意产业的发展成为推动人类社会进一步深化发展的强大动力和源泉,对一个国家或地区在激烈的市场竞争中保持经济快速发展、获得市场竞争优势具有十分重要的作用。加快创意产业发展,进行创意产品优化设计,创造出不断满足人们日益增长的物质文化需求的创意成果,增强企业乃至整个国家软竞争力已经成为人们普遍的共识。

启示之二:创意产业的发展需要全社会的重视

与参与,需要政府的大力引导和支持。景德镇作为世界陶瓷的发源地,其陶瓷产业在新的历史发展时期如何创新创意和可持续发展是一个亟待研究的重要课题,也引起世界人民特别是世界陶瓷研究者、实践者、爱好者的广泛关注和探讨。毫无疑问,景德镇陶瓷创意产业的发展离不开全社会的大力支持与参与,离不开上至中央政府、下至地方政府、企业和个人的大力支持与参与,需要包括中央政府、地方政府、相关企业和高等院校的政策支持、资金投入、人才培养,只有这样,陶瓷创意产业才可能实现长久可持续发展。

从国内外创意产业发展的已有情况看,创意产业发展得好的国家或地区,都得到了全社会的积极参与与重视,得到了政府的大力支持与引导,包括政策的制定、资金的投入、人才的培养和激励机制的引导。全社会的重视是创意产业发展的基础,政府、企业是不可或缺的重要推动力量。创意产业作为一个新兴产业,其产业发展理念、产业发展路径、产业发展战略与策略都与传统产业发展大不相同,所采取的政策策略、资金投入、激励引导等等都必须符合当地经济和社会发展、产业发展的情况,必须得到人们的理解、认同和响应,政府政策的引导与支持必须围绕如何有效开展陶瓷创意产业的发展来进行。

启示之三:创意产业的发展为景德镇陶瓷产业的发展指明了努力奋斗的方向,提供了好的经验与借鉴。

具有千年陶瓷历史的景德镇因瓷而生、因瓷而兴、因瓷而荣,千年的陶瓷文化凝聚了人类千年的历史与文明。如何将这历史悠久的人类文明与现代的科学技术与理念结合起来,赋予景德镇陶瓷文化以新的内涵与活力,是摆在我们面前的重要而又紧迫的问题。创意产业具有传统产业所不具备的崭新的产业特征,它是一种创新性的、拥有高附加价值的产业;创意产业产品则是文化与技术相互交融、集成创新的产物。创意产业及其产品,不仅仅拉动区域经济的发展,而且渗透到生产与生活各个领域,对社会、经济、文化等各方面产生深刻影响。创意产业的发展对陶瓷产业的发展产生深刻的影响与挑战,大大缩短景德镇陶瓷产业发展的探索时间和历程,为景德镇陶瓷产业发展指明了努力与奋斗的方向,也为景德镇陶瓷产业的创新发展带来了可供借鉴参考的正反经验与教训,值得我们去研究探讨与借鉴!

参考文献：

- [1] 管宁. 创意产业及其组织形式[J]. 东南学术, 2008, 6: 100.
- [2] 王俊, 汤茂林, 黄飞飞. 创意产业的兴起及其理论研究探析[J]. 地理与地理信息科学, 2007, 9: 67—70.
- [3] 张京成, 刘光宇. 创意产业特点及两种存在方式[J]. 北京社会科学, 2007, 4: 3—8.
- [4] 张红曼, 韩尊炳, 苏玲. 国外创意产业发展对我国的启示[J]. 长春理工大学学报, 2007, 5: 47-49.
- [5] 任天峰. 创意产业的若干思考[J]. 商场现代化, 2006, 5: 193-194.
- [6] 杨海霞, 郑晓红. 国外创意产业发展情况及其启示[J]. 经济师, 2006, 10: 53-54.
- [7] 翁东辉. 用创新推动创意产业发展[J]. 经济日报, 2009-5-26.
- [8] 张红曼, 韩尊炳, 苏玲. 国外创意产业发展对我国的启示[J]. 长春理工大学学报, 2007, 5: 47-49.
- [9] 任天峰. 创意产业的若干思考[J]. 商场现代化, 2006 5: 193-194.