

国际旅游岛视野下海南文化创意企业 的发展现状与对策

吴永松, 黄靖

(海南大学, 海口 571737)

摘要:海南省凭借着国家政策的大力支持和国际旅游岛建设的发展契机,积极稳妥的推动海南文化创意产业的发展,取得了较大的成就。但是由于内部经济基础薄弱、教育事业发展滞后等多重原因,使得海南省文化创意产业的发展过程中出现很很多问题,严重制约了海南省文化创意产业的进一步发展。研究就此展开,在国际旅游岛视野下对海南省文化创意产业的发展现状和对策进行研讨

关键词:海南;文化创意产业;朝阳产业;现状;举措

中图分类号:F592.7;G124 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2014)09-0034-05

20世纪末期,在世界知识经济异军突起的背景下,文化创意产业迅速崛起,成为万众瞩目的新兴产业。作为一种新兴产业,其恰到好处的将文化、技术、创意和经济融合为一体,创造出了巨大的生产力。到目前为止,文化创意企业作为世界经济发展的重要趋势之一,已经成为衡量一个国家或者地区综合发展水平的重要指标。

海南省在20世纪末期被设置为经济特区,赶上了文化创意产业的发展契机,逐步建立起了文化创意产业发展的初步基础。在进入21世纪后,特别是在2009年,国务院颁布《国务院关于推进海南国际旅游岛建设发展的若干意见》以后,海南省积极抓住国际旅游岛建设的政策优势,先后于2010年、2012年制定了《关于加快推进文化改革发展的决定》和《关于支持文化产业加快发展的若干政策》,将文化创意产业定位为促进海南省今后发展的核心产业之一。到目前为止,海南省文化创意产业发展格局已经初步建立,发展态势良好,取得显著成果。但是,由于内部经济基础薄弱、教育事业落后,科学技术发展滞后、意识不强等原因,使得海南文化创意产业的发展出现了很多问题。针对这些问题,如果不及时采取有效的措施加以解决,将成为制约海南文化创意产业进一步发展的瓶颈。本文由此展开,在阐明海南省文化创意产业发展现状的基础上,针对性的探讨解决海南省文化创

意产业发展问题的对策,希望能够为推动海南文化创意产业的进一步发展建言献策。

1 文化创意产业概念的界定

文化创意产业的词源可以追溯到20世纪30年代,瓦尔特·本雅明在其著作《机械复制时代的艺术品》中首次提出。而文化创意产业被赋予明确定义并予以实践,要追溯到在20世纪90年代的英国,它首先明确提出文化创意产业的概念是“那些以个人的创意能力、天赋和技巧作为发展动力的新型企业,和那些通过对智能财产权的开发,创造获取财富,增加就业机会的活动”。到21世纪,文化创意产业在我国升温,逐步得到了广泛的关注。特别是在“十一五”规划和十六届七中全会把建立“创新型国家”作为战略目标,并确定文化创意产业在我国经济发展中的支柱地位后,我国文化创意产业在学术研究与实践方面都取得了突破性的发展。

而对于其概念的界定,学术界并不统一,中国社会科学院张晓明认为,文化创意产业是文化产业发展到新阶段的产物,是文化与经济融合的产物,而文化创意产业是文化与经济融合的一个崭新阶段。我国国家统计局,将文化创意产业分为三个层次:新闻出版等为依托的核心层;网络、休闲旅游为中心的外围层;文化产品、文化设备及销售等的文化产业层。而在我国实践工作中,产业界把文化产业定位为,“为社

收稿日期:2015-05-15

作者简介:吴永松(1993—),男,重庆人,海南大学,本科生,研究方向:区域产业经济;黄靖(1991—),男(土家族),湖北恩施人,海南大学,硕士生,研究方向:公共管理与公共政策,区域产业。

会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动,以及与这些活动有关联的活动的集合”。

本文笔者将文化创意产业定位为知识经济的产物,是资本密集型、劳动密集型、科技密集型和智力密集型相互结合的产业;是以创意为手段,以现代高新技术为支撑,以文化为内涵,以产业产品为载体的新兴产业。作为新兴产业,它不仅仅把文化内涵植入到产品消费中,而且更加重要的是通过发挥主观能动性,把文化与产品的结合物通过创意的形式展现出来,实现新的消费点和高附加值。按照文化创意的形态来看,主要包括:生态创意、交互创意、衍生创意。^[1]从目前产业界实践活动来看,可以文化创意产业定位为第三产业与第三产业的延伸产业,主要包括:新闻出版,广播、电影、电视,文化艺术,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(文化用品、设备、产品的生产和销售)等九大行业。

2 海南省文化创意产业的发展现状

自文化创意产业产生,其强劲的发展后劲和巨大的辐射拉动能力就一再被凸显。首先,文化产业发展空间巨大,市场潜在需求旺盛。据相关数据表明,我国到2020年,文化需求将进一步扩大,文化需求缺口将达到12 940亿。其次,文化创意产业发展伴有巨大的正外部效益。其用创意巧妙的将文化与高新技术融合起来,形成在一起的新兴产业,不仅仅能够带动我国高新技术产业的发展,经济文化的繁荣,实现资源利用的高附加值,而且能够很好的实现经济绿色增长,开辟一条新的可持续发展之路。再次,文化创意产业属于朝阳产业与黄金产业,目前正处于成长的战略期。据《中国文化产业年度发展报告》与《2013—2017年中国文化产业投资分析及前景预测报告》的数据表明,2012年我国文化产业在2011年基础上进一步提高,突破了4万亿^[2]。而且据相关数据预测,在今后一段时间内,文化产业将会继续以较快的比例增长,成为世界经济的助推器^[3]。海南在近年来,凭借国家政策的支持和国际旅游岛建设的巨大机遇,把文化创意产业作为海南省长期坚持发展的重点战略产业,积极推动创意产业进一步发展,取得了骄人的成绩。

2.1 海南文化创意产业取得的巨大成果

据相关资料表明,自2006至2010年以来,海南文化创意产业的发展态势良好,连续4年保持年产值平均增长率超过22.8%,产业总值增长了123.3%,从19.03亿元增加到了43.26亿元。另据海南省文

体厅在2013年发布数据显示,在2012年海南省文化创意产业发展势头良好,报送到省发展改革委员会审批的大型文化产业工程达到了21个,总投资额超过了2 000亿元^[4]。并且在2012年海南省文化创意产业实现了同比增长超过60%,产业产值突破100亿大关战绩,位居全国前列。目前,海南省政府继续在一系列富有含金量的文化产业扶持政策的相继推动下,大量的重点文化工程和产业项目相继动工,大批重点文化骨干企业已经相继投产运营并显现出效益。

从海南文化创意产业的发展情况来看,我们可以概括出海南文化创意产业的发展具有以下几大特点,一是文化创意产业的发展逐步与国际旅游岛建设相融合。这使得海南文化创意产业的发展不仅仅具有国家政策的大力支持,而且凭借旅游发展,也为文化创意创业提供了充足的消费群体。二是海南文化创意产业的发展引入了海南本土文化元素。海南居民除了汉族,还有黎、白、苗、回、彝、壮、侗、瑶、鄂伦春、畲、京、哈萨克、朝鲜、哈尼、高山、门巴、仡佬、蒙古、傣等民族,独特的民族风俗为海南文化创意产业的发展注入了新元素。三是逐步落实海南一体化的发展战略,倾力打造了以海口、儋州、三亚三市为核心的文化产业圈,充分挖掘和打造海南中西部的少数民族区域的特色文化产业带。四是在发挥政府在文化创意产业发展中的主导作用时,政府也逐步放权市场,通过政策引导,调动市场活力,引入民间资本,鼓励建设一大批具有海南本土特色的文化创意骨干企业。在2010年,海南省政府制定了“一区三带九重点”的文化产业发展战略,建立促进文化创意产业发展的企业园区。同时,也通过财政政策,鼓励创意企业发展。比如说,在2013年,设立扶持海南文化创意产业发展的专项资金4 000万元,奖励文化创意企业的发展。五是逐步实现以文化创意产业为核心,带动外围产业和相关产业的发展,实现联动发展。六是不断的推动文化创意产业的创业,以创业来带动文化创意产业的发展。七是坚持独立自主,立足内部发展的基础上,不断的学习和借鉴外部发展经验,积极促进多方合作共赢。比如说近年来,海南省在学习台湾等地的发展经验和模式的基础上,逐步与台湾、香港和广东等地建立合作关系。这些因素让海南省文化创意产业的发展逐步走向辉煌。

近年来,海南文化创意产业的发展不仅仅速度上在全国名列前茅,而且在海南省委省政府的主导下,文化创意产业的投资热情迅速高涨,融资环境迅速改善,逐步建立了一套具有海南本土特色、适应国际旅

游岛战略的文化创意产业园区与基地,打造出了一大批海南文化创意产业的自主品牌,实现海南文化创意产业的跨越式发展。

2.2 海南省文化创意产业的不足

据相关统计数据显示,海南省文化创意产业虽然在近几年来取得了巨大成就,但是由于海南省内部经济基础薄弱、教育事业落后,科学技术发展滞后、意识不强等因素,使得快速发展中的文化创意产业存在诸多问题:

第一、创意产业人才内部培养机制和外部引进机制缺乏,使得创意产业发展的技术人才,管理人才和经营人才的供应严重不足。第二、文化创意产业发展的内在和外环境有待改善。主要表现在体制障碍、基础设施建设滞后、人文环境的培育不足和融资环境质量差等方面;第三、政府占据绝对的支配和主导地位,缺乏适当的放权民间,使得社会和市场力量参与度过低,产业发展缺乏活力。如:就融资渠道上,目前海南主要靠政府的财政支出来补充文化创意产业发展的资金问题,而未有对社会资金进行恰到好处的调动和整合。第四,缺乏对资源的系统整合,发展呈现出分散式的经营模式,未实现集群效应。第五、文化创意产业的开发和研究力度不够,不仅使得技术相对滞后,产品的附加值不高,而且使海南文化创意产业的自主品牌打造陷入困境。第六、文化创意产业的消费群体主要以旅游拉动为主,本土有效消费市场和外部市场消费开拓滞后。第七、政府投资资金分散,而且存在重复性建设,使得开发力度不够,开发资源浪费现象严重。第八、政府缺乏有效的管制,极易造成恶性竞争的局面出现。第九,对海南文化创意产业发展的资源缺乏深度挖掘、有效利用,使得海南文化创意产业的发展与海南本土文化接轨的环节上存在断层现象,没有打造出具有海南本土特色的文化创意品牌。第十、在文化创意发展中,缺乏有效的与国际旅游岛建设相融合的机制,不仅仅使得产品和品牌缺乏国际元素,也没有打造一批有竞争力的外向型文化创意产业。第十一,文化创意产业缺乏与城市圈的构建相互结合,文化创意产业的发展呈现碎片化与随意性。

3 促进海南文化创意产业进一步发展的举措

3.1 加快海南省文化教育事业发展,建立文化创意人才的内部培养机制和外部引进机制

文化创意产业是以文化与高新技术的紧密融合为基础,以人的创意来实现文化和技术的紧密结合,最大限度挖掘人类创造力的“创意经济”。这显然表

明优秀人才在文化创意产业发展中的具有重要作用和地位。加上海南本身文化创意产业方面的管理人才、专业人员和经营人才等缺少,使得海南培养文化创意产业人才缺乏的问题进一步凸显。

为了解决人才问题,保证海南省文化创意产业发展有足够的人力,海南省一方面需要加强内部文化教育事业的发展,逐步建立文化创意产业专业人才培养的开发、考评和激励机制,保证及时有效的培养出一大批具有文化创造力和产业经营能力的专业人才。具体上要求海南省以本土的小学、中学、职高和高校为依托,建立创意产业专业人才的培养链条,逐步在海南省内打造一批把产、学、研高度融为一体的人才培训基地。同时,对于职高和高校可以设立与文化创意产业相关专业,开设包括文化创意产品开发、文化创意生产的管理、文化创意产品的市场营销、文化创意产品的品牌打造、文化创意产流程的管理、文化创意的市场分析和调研等相关专业课程,形成一种系统开发、层次鲜明、重点突出的人才培养机制。

另一方面,要求建立人才的外部引入机制,将外部优秀人才吸纳到海南文化创意产业的发展中来。这要求海南省建立一种外部人才引入的保障机制和激励机制。对于政府,要不断制定和完善外部人才引进的优待政策,比如说在户籍签证办理、儿童的异地入学等方面开设绿色通道,适当的对外部人才进行补贴等等。对于企业,要制定好外部人才引入的管理制度。比如说,建立健全人才的薪酬福利管理制度和绩效管理制度,保证薪酬福利管理制度和绩效管理制度对人的激励性。对于社会,要逐步解放思想,培育一种尊重人才,尊重科学的社会氛围。

3.2 将海南本土文化元素融入到海南文化创意产业的发展,打造具有海南特色的文化创意品牌

目前,各个国家或者地区都在积极的发展文化创意产业,企图在新一轮的经济竞争中处于优势。这必然促使文化创意产业的市场竞争激烈化。在激烈化的竞争中,原本处于劣势的海南省如果想要脱颖而出,就必须充分的利用海南国际旅游岛的区位和政策优势,将海南特有的风土民情、文化传统等本土元素融入到创意产业的发展中去,保障海南文化创意产业能够推陈出新,与众不同,形成海南文化创意的自主品牌。

为此,海南首先要对本区内部的特色文化和民俗进行系统的实证研究,并进行系统的归档,并建立专业的研发机构,对文化的内涵进行挖掘,认真的做好文化内涵与产品的结合。

3.3 基于多中心治理理论下,打造文化创意产业发展的优良环境

到目前为止,社区、社团、媒体、企业、公民等参与社会治理孱弱的状况有所改善。对于海南,要实现文化产业的快速发展,挖掘文化创意产业的生产力,必须基于多中心治理理论,强调在多元主体的参与下,逐步营造有利于文化创意产业发展的体制、政策、基础设施、行业标准和社会舆论等内外环境条件。首先要求政府逐步改变自我定位,加快政府体制改革,转变政府职能,建立健全政府服务体系,来消除海南省文化创意产业发展的体制障碍;以经济手段调节为主要手段,发挥财政政策与货币政策等的引导激励作用;逐步放权市场,降低市场准入,加大民间融资水平,鼓励大中小型企业积极发展文化创意产业。同时,要把适合社会主义市场经济发展,适合文化创意产业特色的现代化的企业管理制度引入到国有文化企业改革中去,实现政企分开。其次要求海南省文化创意企业在政府的统筹下,要逐步组建和发挥行会作用,不断建立和完善内部行业运行标准,保证通过非政府的内部渠道实现文化创意产业的内协调。再次要求海南省最广大的民众通过自身的行动,积极支持和监督文化创意产业的发展,为其发展营造良好的社会舆论。最后还要加大社区建设,以社区为基本单位,发挥社会问题治理的职能的同时,挖掘社区文化创意,形成独特的社区文化与社区产业。

3.4 加大财政投入,实现优势富集,防止其碎片化与随意性发展

目前,海南文化创意产业发展的一大瓶颈就是政府财政资金的投入不足,如表 1,我国创意产业政府财政投入的前 13 名中没有海南省。而通过表 1 与表 2 比较财政投入与创意产业的创新力有很大的联系。因而海南省在争取中央财政的投入时,也应该加大地方财政和私人资本的投入。

表 1 全国重点省市文化创意产业财政支出指标及排名

地区	财政支出指标 X19	排名
浙江	0.277 651 585	1
北京	0.270 539 982	2
广东	0.258 491 826	3
福建	0.252 175 016	4
山东	0.248 086 625	5
江苏	0.246 347 287	6
河南	0.229 182 353	7
河北	0.221 923 217	8
上海	0.218 327 443	9

地区	财政支出指标 X19	排名
湖北	0.197 319 688	10
湖南	0.194 012 289	11
辽宁	0.179 695 975	12
四川	0.165 339 739	13

注释:引自高秀艳,邵晨曦的区域文化创意产业竞争力评价与对策分析——以辽宁省为例

表 2 全国重点省市文化创意产业创新实力及排名一览

地区	创新实力 X9	排名
江苏	131 172	1
浙江	108 233	2
广东	105 652	3
山东	47 384	4
上海	41 348	5
四川	30 008	6
北京	22 302	7
福建	16 839	8
湖北	15 337	9
河南	15 041	10
辽宁	14 736	11
湖南	11 953	12
河北	9 107	13

另外,海南文化创意产业的资源缺乏充分整合、深度挖掘和有效利用,没有形成完整的产业链,没有实现发展的规模效应,大部分文化创意产业的发展和分布呈现碎片化和随意性。因而需要充分整合、深度挖掘和有效利用海南发展文化创意产业的资源,这要求海南必须进一步对省内文化创意产业的资源和发展情况进行系统的摸底调查,深入了解海南内部文化创意产业的资源结构,产业结构、产品结构等。在此基础上,由政府主导,采取强有力的措施,促进资源全面整合,促进市场力量的有效发挥,打造一批具有创造力和生命力的文化骨干企业和文化创意企业园区,进而逐步优化内部文化创意产业的产品结构与产业布局,形成完整的产业链条。这样不仅仅能够逐步形成一批文化产业创意集群,实现优势富集效应。^[5]而且,能够倾力打造一批具有海南特色的骨干文化创意企业,能够倾力培养一大批具有创意思维和高超管理技能水平的企业家,促进海南文化创意产业的腾飞。

3.5 加快区域合作,不断扩大消费市场,建立三大消费群体

海南文化创意产业的发展仅仅靠旅游市场的拉动来保证充足的客源,具有很大的局限性。一方面使得海南文化创意产业无法形成稳定的消费群,无法增

强应对市场的风险的能力。另一方面,海南省文化创意产业的发展规模和发展水平会因旅游市场客源的有限性和开发程度而受到极大限制。因此,海南要在继续保持海南省旅游对文化创意产业巨大拉动力的基础上,有层次、有步骤的加快区域合作,引进外来先进的现代高新技术和创意思维,加快打造具有本土文化特色的创意品牌,并以海岛为核心,把自己的特色产品向四周辐射到台湾、香港、澳门和东南亚等地,逐步实现引进来和走出去战略。同时也借此不断扩大内部市场,提高岛内居民对文化创意产品的有效消费。由此在加快区域合作中不仅实现海南文化创意产业的进一步发展,也将海岛文化创意产业的消费群体由仅靠旅游拉动消费群体转向旅游消费群体、本土居民消费群体和外部市场消费群体相结合,保证消费群体的广泛性和稳定性。

3.6 不断引入国际新元素,培育一批具有竞争力的外向型文化创意骨干企业

国际旅游岛建设是我国对海南发展的战略定位,是海南今后若干年的发展基本立足点和风向标。海南文化创意产业的发展不能脱离这一战略,而要逐步与国际旅游岛建设相融合。这不仅仅为海南文化创意产业的发展开拓了更为广阔的国际市场,也使得海南成为中国与外国发展文化创意产业交流的重要窗口,逐步实现我国文化创意产业与国际文化创意产业的接轨。这要求海南发展文化创意产业要立足于内部,发展具有海南特色的文化创意品牌时,不断的引入国际化元素,打造一大批具有国际标准和国际竞争

力的外向型文化创意企业,实现海南文化创意产业发展的国际化之路。

3.7 培植“三亚—儋州—海口”城市群国际化都市品味,培养创意阶层

都市品味与创意阶层是文化创意企业发展的重要组成部分。创意阶层是打造创意产业的人力资源。国际旅游岛视野下,只有培育创意阶层,才能够培育出一大批能够创意的主体,成为海南创意产业发展的生力军。而只有建立国际化都市品味,才能够形成特有的消费热点、消费文化与消费理念,才能够吸引八方游客,保证高质量的客源。其中创意阶层主要是科研工作者、产品开发设计者、科技园工作者、政策咨询公司及高校等组织、政府部门等等。

参考文献

[1] 孙晓春,雷鸣,蔡晶. 黑龙江省文化创意产业发展研究[J]. 兰州学刊,2013(3):182—186.

[2] 陈涛. 国内文化产业总产值去年破 4 万亿[N]. 北京时代, 2013—01—06(02).

[3] 蔡灵,薛胜文,沈哲彦. 2013—2017 年海南省文化产业投资分析及前景预测报告[R]. 中国投资,2013.

[4] 陈文剑. 重点文化项目投资超 2000 亿[N]. 国际旅游岛商报,2012—06—12.

[5] 李建明. 江西文化创意产业发展现状及对策[J]. 商业时代, 2013(7):137.

[6] 华正伟. 我国创意产业集群与区域经济发展研究[D]. 长春:东北师范大学,2012.

Present Situation and Countermeasures of the Development of Hainan Cultural and Creative Enterprises

WU Yong-song, HUANG jing

(Hainan University, Haikou 571737, China)

Abstract: Hainan Province, with the support of national policy and the construction of the international tourism destination, actively and steadily promote the development of Hainan cultural and creative industry that has made great achievements. But due to the weak economic foundation, the undeveloped education and other reasons, many problems appeared during the development of cultural and creative industries in Hainan Province, which seriously restrain the further development of cultural and creative industries in Hainan province. This article which is in the perspective of international tourism destination discusses about the development situation and measures of culture and creative industries in Hainan province.

Key words: Hainan province; sunrise industry; current situation; measures