

# 发展文化创意产业 提高文化创造力

——广东发展文化创意产业的启示

顾作义 严永树

---

**[提 要]** 本文分析了文化创意产业的主要特征,提炼和总结了广东文化创意产业发展情况,提出了在发展社会主义文化创意产业过程中,树立“文化兴国”战略,用社会主义核心价值引领;尊重客观规律,推动文化创意产业良性发展;依托现有产业基础,促进文化创意产业梯度开发和重点发展等对策建议。

**[关键词]** 文化 创意产业 广东启示 创造力

**[中图分类号]** G114 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1000-114X (2010) 01-0013-08

---

从上世纪 90 年代开始,许多国家为了提升本国文化软实力,都重新思考并制定新世纪的文化产业发展战略和政策,文化创意产业成了各国政府和地区提升产业结构,培育新的经济增长点、强化国家文化认同感、提高国家文化核心竞争力的有力载体。当前,国际金融危机对我国的影响仍未消除,大力发展文化创意产业,对拉动内需、提高自主创新能力、推动“中国制造”向“中国创造”转变以及满足人们精神文化需要都有着十分重要的现实意义。

## 一、文化创意产业的主要特征

文化产业是在全球化的消费社会背景中发展起来的一门新兴产业,被公认为 21 世纪全球经济一体化时代的“朝阳产业”或“黄金产业”。

在当今世界产业链条中,创意、研发、生产、流通诸环节的附加值曲线呈现两端高而中间低的形态,即研发和流通环节附加值高,制造加工环节附加值低,高端环节获得的利润占整个产品利润的 90% - 95%,而低端环节只占 5% - 10%。大体呈“V”字型,俗称“微笑曲线”。可见,创意在整个产业链中占有十分重要的地位。

从本质上来看,创意产业也叫“创造性思维产业”,是在全球化消费社会背景中逐步发展起来的一种新兴理念。创意产业是以消费时代的设计创意需求为基础,以高科技手段为支撑,以技

术与网络传播等方式为主导，以最新科技与经济全面结合为特征的跨行业、跨部门、跨领域的新型产业集群。从业态目的来说，传统文化产业以满足人民精神生活的需要为目的，文化创意产业则是在整个社会进入富裕型小康经济以后，人们更加重视新的娱乐方式而产生的，更多地表现对精神生活的一种体验，如文化主题公园等，因此，又称为体验式产业。文化创意产业与传统文化产业的区别，在于其内涵与外延。文化创意产业更加深入地揭示了“文化产业”的本质：创意是文化的灵魂和核心。它更依赖人脑的创造性，所以又称为头脑产业和智慧产业。从业态重心来说，传统文化产业重心在精神产品的生产与消费，文化创意产业虽然有很大一部分也是精神产品的生产与消费，除此之外，还包括服务于、附加于物质产品的附加文化价值部分，如工业设计、服装设计等，它不仅拉长了“文化产业”的产业链条，而且处于最高端位置。

文化创意产业包括创意、技术、产品和市场四个要素，共同形成一个有机系统。其中，文化创意是核心，它创造观念价值，并主导着价值链的分配和决策；技术是手段，支持了文化创意的传播、发展和价值的传递；产品是载体，是文化意义的承载者；市场是平台，是价值交换、实现价值的场所，也是了解需求、检验创意的场所。

文化创意产业有如下特征：

1. 文化性。文化创意产业中的创意必须来源于文化元素或包含文化要素。这里所指的文化元素可以是中国的，也可以是外国的。任何一种文化创意活动，都必须在一定的文化背景下进行，离开文化的基础，创意就会成为无源之水，无本之木。

2. 高附加值。文化创意产业具有大规模市场化的潜力，它可以通过产业链的形成和延伸创造巨大的市场价值，还具有价值链条长等特征。通过高科技手段或者高艺术形式的加工赋予其增值的潜力，成为高附加值的产品。

3. 创新性。文化创意产业要以创新为追求目标。创新包括原创和再生性创作。原创，比如荣获2004年奥斯卡最佳动画片《海底总动员》，就是一部“大胆而新颖的独创之作”，它以拟人的手法，表现了两条热带鱼马林和尼莫的父子亲情，折射出当代人类社会的强烈不安全感：战争、暴力、贪欲、污染和过度捕捞野生动物等。再生性创作，比如美国迪斯尼动画片《花木兰》就是根据我国民间传说《木兰从军》改编，它在刻画一个勇敢善良、热爱祖国的中国少女形象，同时大胆加入了适应电影观众特别是青少年喜爱的现代元素：军营恋爱、宠物相伴、征战传奇、周游列国等。

4. 高融合。文化创意产业是文化、经济、科技融合的产物。据不完全统计，文化创意可以与近四十个子行业相结合，有的形成了新的业态，如动漫；有的形成交叉行业，如文化特色旅游；有的则对原产业进行升级，如工业设计。

5. 集约化。文化创意产业要有空间的集聚。创意是借助个人灵感和才华，而只有这种灵感和才华在一个空间有效化集聚，才可能创造出效益最大化，在竞争中推动创新。

## 二、广东文化创意产业发展的启示

广东并不是全国高校集中排名靠前的省份，科技和文化底蕴和北京、上海比有一定的差距，而广东的文化产业却能迅速发展，文化与科技有效结合，经济文化和文化经济化程度非常高，“广东经验”给我们的启示是：

1. 政府“有形的手”和市场“无形的手”相结合。

广东文化创意产业的发展，离不开政府这只有形的“手”。文化创意产业具有散、小、弱的特点，市场化程度不高，投资高风险、高成本和产品回报率不确定导致盈利模式不成熟，市场承受能力差。在此背景下，政府的“手”按照市场规律办事，在企业的培育、市场体系的完善等方面发挥引导和服务功能。然而，产业的快速发展更多地是市场“无形的手”。即通过市场机制配置生产要素、产生市场主体和形成消费市场。两只“手”在结合过程中，政府“手”是导向，市场“手”是主体，这是广东文化创意产业发展实践的最大特点。在两支“手”的推动下，社会资本、特别是民营资本踊跃投资。全省 67 个文化创意产业园区，70% 左右由社会资本投资建设，其中又有近 80% 由民营资本投资建设。

## 2. 文化创意与科技相结合。

文化与科技相结合是广东文化创意产业规模化快速发展的重要途径。它不仅创造了新的经济增长点，同时也催生了新的产业形态。

## 3. 文化创意与现代制造业相结合。

文化创意产业是直接建立在高科技与先进制造业基础上的，它引领着制造业的发展方向，提升制造业的附加值。这是广东文化创意产业发展实践的亮点。

## 4. 文化创意与旅游业相结合。

经济发展进入一定阶段（人均 GDP 超过 1000 美元）后，社会消费结构将会发生新的变化，人们的消费方式由满足吃穿需要向发展型、享受型转变，那些经济条件优越的居民的消费重心开始向教育、科技、文化、旅游等领域转移。文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体，文化创意产业将文化和旅游相结合，将传统旅游业升级，提供了体验式的消费模式，这是广东文化创意产业发展实践的创新。

## 5. 文化创意与历史文化资源相结合。

传统文化包括物质文化遗产和非物质文化遗产。广东是岭南文化中心地、近现代中国革命策源地、中西文化交汇地和改革开放前沿地，有着丰富的物质文化遗产和非物质文化遗产。如粤剧、醒狮、陶瓷、飘色、岭南园林、岭南饮食、广东音乐、客家山歌、广彩、广绣、陶塑、广东木偶戏、潮剧、剪纸、年画等。一方面传统文化为文化创意产业提供了丰富的资源；另一方面，文化创意产业的发展也为传统文化的保护与传承提供了新的途径。

深圳中国观澜版画原创产业基地的成功运作说明，发展文化创意产业能很好地处理传统文化保护、传承和利用几者之间的关系：

创意将古建筑保护和非物质文化遗产保护完美结合。非物质文化遗产进驻古建筑避免了对古建筑破坏性的使用，古建筑又为非物质文化遗产提供载体和营造了文化、历史氛围。观澜版画基地成立正是出于将代表中国岭南文化特色的客家古民居与版画制作工艺结合的考量。

提倡原创，保护原创。观澜的版画从一开始就打出了原创牌，从原创切入，打造文化产业链条，把上游成果汇聚于此，将宝贵的艺术原创资源作为产业发展的核心力量。观澜版画基地从全球邀请一流的版画艺术家加盟，如今，已有百余位中外版画名家与版画基地签订协议，成为版画基地的签约画家，并且每位画家每件作品只允许复制 30 件，其中 5 件为基地永久收藏。

重视社会效应，兼顾经济效益。从基地举办两届版画交易会效果来看，出现了观展与交易的两旺局面，展品受到了国内外版画艺术界、收藏界、艺术品市场及消费者的高度青睐，参观人数更是络绎不绝，收到了很好的社会效果。2007 年首届总成交额达 500 万元，2008 年第二届共售

出 230 多位中外知名艺术家的 2000 多幅原创版画精品，总成交额达 630 多万元。

### 三、当前加快我国文化创意产业发展的对策措施

如果说发展文化创意产业的目的是为了提升国家文化竞争力，“文化兴国”总体发展战略的实施就是实现这一目的的有效途径，那么，贯彻社会主义核心价值观则是为这一目的保驾护航，指明了发展的方向。

#### 1. 树立“文化兴国”战略，推动文化创意产业发展。

树立“文化兴国”战略，把发展文化创意产业摆在首要位置。当前在金融危机背景下，国际经济环境短期内难以有根本性好转，作为拉动我国经济增长的“三驾马车”（指：消费、投资、净出口）之一的净出口在 2009 年乃至更长的时间内对中国经济的正面影响有限，因此，今后几年内，在宏观政策取向上还应当以中国国内需求为主，即坚持扩大内需。要实现这一目标，必需对我国现有的产业结构进行调整，通俗地讲就是要提高第三产业在国民经济中的占比。2007 年，我国第三产业占 GDP 比例是 40.10%。在发达国家 GDP 构成中，第三产业所占比重一般为 65% 以上。与之相比，我国第三产业占比仍偏小。文化创意产业是第三产业的重要组成部分，提高了它的 GDP 占比，就是提高第三产业的占比。所以说，树立“文化兴国”战略是实现我国国民经济结构调整的重要手段。

树立“文化兴国”战略，建设环境友好型和资源节约型社会。进入 21 世纪后，我国工业化发展遭遇“瓶颈”，即“四个难以为继”：土地、空间难以为继；能源、水资源难以为继；劳动力难以为继；环境承载力难以为继，很难再维持高速增长。以广东为例，广东现有陆地面积为 17.98 万平方公里，按目前的模式，要实现 GDP 到 2020 年翻两番，至少要消耗近 6000 平方公里的土地，相当于全省近 1/3 的面积。2008 年广东单位 GDP 能耗是美国的 2.3 倍、日本的 6.2 倍、英国的 3.2 倍。土地吃紧、能源吃紧、环境承受过大，已成为我国经济发展中不争的事实。而文化创意产业所涉及到的动漫、网游、工业设计、电影电视、软件研发等产业，资源能耗少，污染小，占地少，效益高，这对于缓解我国资源紧张和环境压力有着十分重要的意义。

树立“文化兴国”战略，建设创新型国家。中国是一个生产资料和销售市场“两头在外”的制造业国家。“中国制造”即将受到来自上游资源国原材料上涨和下游消费国市场萎缩的双重风险。据“中国制造蓝皮书”披露，2007 年中国制造业在能源、化工、建材、纺织、家电、电子和食品饮料等十多个行业的百余种产品的产量都居世界第一。但是，据业内人士称，“中国制造”实际是大而不强。中国缺乏大规模的制造企业，进入世界 500 强的只有 3 家；企业品牌竞争力不强，贴牌生产的“纽扣现象”突出；高附加值产品少；缺乏核心技术等。概况起来就是一句话：缺少自主创新。“中国制造”能否成功突围？创新是关键！要实现可持续发展，就必须对制造业进行升级。文化创意产业之工业设计有助于制造业的升级，提高产品附加值，提升产品的核心竞争力。从这个层面看，树立“文化兴国”战略有助于“中国制造”向“中国创造”转变。

2. 贯彻社会主义核心价值观，注重体现中国文化元素，引领文化创意产业方向。如果说发展文化创意产业的目的是为了提升国家文化竞争力，那么，贯彻社会主义核心价值观则是为这一目的保驾护航，指明了发展的方向。文化建设需要有正确的价值导向和舆论引导，这是由于文化产业的意识形态这一特殊属性决定的。我国的社会主义国家性质决定我们在发展文化创意产业的

过程中，应该重视社会主义核心价值观对文化创意产业发展的引领作用。

坚持社会效益和经济效益相统一。文化创意产业既有一般产业的共性——商品性，决定其需要经济效益来维持和推动其发展，又有其自身的特殊性——文化性，决定其必须体现一定的社会效益，文化产品要为社会稳定提供文化认同，确认合理的价值坐标，为社会稳定建构良好心态创造条件。在发展文化创意产业过程中，应该坚持二者有机结合，良性互动，实现产业总体效益最大化。

坚持社会主义文化道德底线管理。党的文化发展方针是“百花齐放，百家争鸣”，倡导艺术发展的多样化，在市场经济的条件下，文化创意产业的发展必然会受到市场经济的冲击，有些企业为了过度追求经济效益，文化产品只关注娱乐性，重视吸引眼球，忽视社会责任。在发展文化创意产业过程中，应该在尊重市场规律的同时，坚持文化道德底线管理原则，保障健康发展。

重视文化安全和文化主权。在文化创意产品的制造、销售环节，“走出去”或者“引进来”过程中，要特别注意文化安全，强化文化主权，避免我国的文化价值体系遭受来自内部或外部文化因素的侵蚀、破坏和颠覆。要有正确的文化态度观，正确对待西方文化，避免过度自卑崇洋或是盲目自大排斥。

### 3. 尊重市场规律，推动文化创意产业自身良性发展。

①强化企业自主创新。文化创意产业在当今高科技发达的社会背景下，优势在于创新资源能力、创新技术实现能力、创新价值实现能力、创新企业营运能力。自主开发文化新产品、新项目、新业态，增强文化创意产品的感染力，赋予其更丰富的表现形式。结合创新型国家建设的大环境，强化自主创新，促进创意文化产业与高新技术的深度融合，运用新的科技发展成果，推进创意文化产业升级，大力培育高端文化创意产业，提高文化创意企业的深度开发能力、价值增值能力和市场营销能力，将创意文化资源数字化、管理网络化、业务信息化，以科技化推动市场化。

②推动产业园区集聚。文化创意产业园是文化创意产业集聚的载体，当园区内形成产业链上的有效组合和创意要素的丛集，必然形成有力的品牌号召力，吸引更多的创意资源，真正实现产业园集聚效应所带来的增值价值。一是要鼓励利用旧工业区、旧村和旧城区改造，建设特色文化创意产业园区；二是要推动创意与产业向产业链的上下游延伸，打造符合市场规律的完整文化创意产业链。着力将一批文化创意产业园区和基地建设成文化创意产业的孵化器，最大程度地发挥其集聚效应、窗口效应、辐射效应以及社会效应，实现集约化发展。

③重视优势项目拉动。对于优势文化创意产业项目，在纵向上要形成前端研发、中端拓展、后端衍生、资源有效开发的产业链结构，在横向上要形成与一、二、三产业中的相关领域有效联动，逐步实现产业效益的最大化。

④发挥文化品牌效应。整合历史文化资源，发挥名人、名山、名景、名园等历史文化资源集聚的优势，打造有影响的地方特色文化品牌，使之转化为文化产品的新亮点、文化旅游的新热点；加强核心版权产业的发展，注重自主研发，提升产品附加值；立足现有产业优势，突出鲜明特色，壮大发展规模，并带动其他产业门类的加快发展；充分利用品牌在核心竞争力方面的优势，促进文化创意与制造业、服务业等领域的链接，培育一批具有研发能力和自主知识产权的知名企业及产品和服务品牌，以品牌示范激发整个行业的生机。

⑤鼓励企业外向发展。构筑文化产业发展大平台，增强文化创意产业参与国际合作与竞争的

能力。支持和鼓励文化产品和服务出口，提高我国文化创意产业在国际市场的占有率和影响力。

#### 4. 依托现有产业基础，促进文化创意产业梯度开发和重点发展。

①梯度开发。我国国土辽阔，国内发展不平衡现象十分突出，按照区域和发展程度大致分为东部沿海经济发达地区、中部地区和西部欠发达地区，文化创意产业的发展水平也基本符合这一态势。我们可以规划一个合理的“创意产业链”，形成创意文化产业的梯次发展。北京、上海、深圳创意产业有基础，可以它们为中心形成“东部三极”，在全国产生第一级效应，主要参与文化创意产业市场化运作和承担“走出去”的重任。武汉、长沙、成都、西安等城市综合实力强，人居环境好，文化气氛浓厚，文化资源富矿，高校密集，国际知名度高，可以作为文化创意产业发展的第二梯队，参与文化创意产业研发与制造。西部地区则作为第三梯队，主要是发展适合本地区人民群众需要的创意文化产品，也可以结合当地的民族文化特色，结合旅游业，发展民族文化创意经济。

②重点发展，即重点产业重点发展。在国际竞争环境和市场细分原则下，我们所应追求的，也许不再是所谓的门类齐全，而是与自然禀赋结合，选择适合我们的产业基础、与我们的能力及资本相匹配的产业门类，有所为、有所不为，重点产业重点发展，以便真正形成具有国际竞争力的强势产业和区域经济体。

第一、依托高校集聚的优势，发展以动漫网游、软件等高科技知识密集型为内容的文化创意产业。北京、上海、武汉、西安等城市都是高校比较集中的地区，高校区的聚集所形成的“硅谷效应”，提升了产业的科技含量和市场竞争能力，不仅为发展文化创意产业提供了条件，也开辟了高校服务地方经济的新领域。

第二、依托大江大河两岸，以文化艺术为内容，结合沿岸环境整治，发展一批具有高文化品位的、以视觉、表演艺术为主的文化创意产业园区。我国历史文化名城大都依河而建，文化和风景两宜，如南京的秦淮河、广州的珠江、上海的黄浦江、杭州的西湖、武汉的东湖等，沿江、沿河和沿湖，岸边风光优美，景色宜人，是激发灵感和创作热情的理想场所，沿河城市应结合两岸环境整治，将一批污染空气和水源的企业转移出去，利用一些废弃的老厂房、旧仓库、古民居，按艺术门类，发展一批具有高文化品位的视觉、表演艺术类文化创意产业园区。如书法、绘画、雕塑、音乐等。

第三、依托良好的体育基础设施，围绕丰富生活内容、提高生活质量和品位，重点发展时尚消费类的文化创意产业。我国体育产业发展繁荣，足球、篮球、排球等具有良好的群众基础，有些已经成为城市发展的名片，如大连的足球，广州梅州排球之乡，青岛的帆船训练基地、昆明海埂足球训练基地等。北京奥运会的举办和广州亚运会的申办成功也为体育产业带来了前所未有的发展机遇。各城市应抓住机遇，依托自身的体育优势，发展一批包括旅游休闲业、娱乐休闲业、参观休闲业和健身休闲业在内的文化创意产业。

第四、依托大型展会，建设一批以现代服务业为主的文化创意产业。目前，我国基本形成了北京、上海、广州、深圳、大连、成都等展览中心，比较著名的会展有广州每年春秋两届的广交会、杭州的西博会、深圳的高交会、北京的科博会、宁波的服装节、北京国际家电展览会，以及中国国际工业博览会、上海全国（消费）商品交易会、全国旅游交易会等。据有关资料统计，目前国内具有主办展览资格的公司已达 230 多家，每年举办的各种类型展会超过 2000 个我国会展业统筹规划。2010 年即将举办的上海世博会，将成为我国会展业新的里程碑。各地区应以这

些会展业为中心，以产业链为纽带，以市场化为导向，大力发展证券咨询、保险咨询、市场信息咨询、市场调研、法律咨询、资产评估、工程咨询、形象包装和设计、公关礼仪咨询、会展策划、市场调查、广告、保险咨询、物流等为主的现代服务业文化创意产业。

第五、依托我国制造业，以工业设计为主要内容，大力发展设计类的文化创意产业。围绕提升我国工业制造水平和服务传统工业化发展水平，坚持绿色和循环利用原则，鼓励汽车设计、模具设计、家具设计、玩具设计、服装设计、皮具设计、陶瓷设计、布艺设计、建筑设计、鞋业设计等创意活动，以卓越的设计提升工业产品品牌的附加值和核心竞争力。

第六、依托以互联网为代表的信息产业，大力发展以数字内容为主的新兴文化创意产业。我国信息产业发展迅速。中国跻身世界十大信息产业国之列，信息产业规模位居世界第三。近10年来，中国信息产业以年均高于全国GDP三倍的速度增长，经过10多年的快速发展，中国电子信息产品制造业产业规模已跻身世界前列，并成为世界电子产品的主要生产国。2007年中国互联网规模达到1140.2亿，其中互联网应用服务市场规模达565.2亿，占互联网市场总体规模的49.6%。大力发展动漫、网络游戏产业。加强现有的动漫、网络游戏产业基地建设，加大招商引资力度，吸引国内外知名动漫、网络游戏企业落户，扶持创新能力强的企业，积极实施民族动漫、游戏精品工程，鼓励开发以我国名人、名山、名水、名产、民俗风情、民间故事为题材的、具有民族文化内涵、凝聚民族精神和民族情感的原创精品。促进动漫、网络游戏产业发展的区域合作，实现产业资源共享。加快动漫、网络游戏产业在漫画制作、计算机技术、材料学、仿生学等多门新兴学科方面的研究，培养一批本土创意人才。

第七、坚持社会主义文化的正确方向，以中国文化为依托，大力发展广播影视产业和表演艺术类专业。电视是广播影视的龙头产业，依靠电视带动广播影视产业发展是必由之路。鼓励创作出大量的具有浓厚中华文化特色和文化底蕴的电视剧。在政策、人才组织、创作引导、资源协调、出口打通等方面给予产业发展大力支持。强调产品多元化发展。鼓励发展影视高新产品，要从传统的有线、无线、卫星电视经营模式中走出来，鼓励开发手机电视、IP电视、卫星移动电视、网络电视等新的领域。实施电影“精品工程”，强调市场化，加强创作人才队伍建设，创新生产、创作体制，形成良性循环的投入产出机制，打造一批集电影创作、生产、科研、观摩、放映、展览于一体的影视基地。理顺精品生产管理体制，加强绩效评价，强化激励机制，特别要注重演出市场营销机制的建设，进行市场调查和预测，做好剧（节）目创作演出的策划评议工作。努力进行舞台艺术延伸产品的开发和经营，如影视作品、音像作品、书籍报刊、旅游文化产品等，使艺术作品的效益最大化。要借助媒体的力量，加强宣传，营造氛围，加强对艺术作品的包装，适当地给予“炒作”，突出剧情、演员、舞美等方面的亮点，使更多的人关注作品，提高上座率和票房收入。

第八、以我国丰富的自然资源和人文资源为依托，大力发展时尚消费创意产业。坚持旅游资源开发和保护并重，重点支持商务旅游、休闲旅游、旅游咨询、旅游线路创新、旅游策划、旅游产品开发等活动。围绕开拓引领时代潮流、促进生活多样性发展，大力支持创意餐饮、婚庆摄影、艺术摄影、发型设计、服饰DIY、美容美体等行业或新业态发展，鼓励时尚产品和服务的创新。

文化创意产业作为我国产业结构的重要内容，在国民经济建设和社会发展方面有非常重要的意义，其在广东的发展是我国文化创意产业发展现状的一个缩影，既有共性，也有广东自身的特

色。发展文化创意产业，影响深远，关系重大。只要我们认真研究文化创意产业的发展规律，坚持先进文化的前进方向，立足我国丰富的文化资源，广泛吸收和借鉴人类创造的一切先进文化、先进理念和科技成果，注重国际视野与中国特色的统一，传统继承和时代创新的统一，历史文化和现代科技的统一，加大改革力度，加快体制、机制创新，就能走出一条有中国特色、充满生机与活力的文化创意产业发展之路，为我国经济和社会发展注入新的文化推动力，为提升我国文化竞争力创造更加有利的条件。

---

#### 参考文献：

- [1] 蔡尚伟、温洪泉等著：《文化产业导论》，上海：复旦大学出版社，2006年7月。
- [2] 林拓、李惠斌、薛晓源主编：《世界文化产业发展前沿报告（2003-2004）》，北京：社会科学文献出版社，2004年4月。
- [3] 叶取源等主编：《中国文化产业评论》第2卷，上海：上海人民出版社，2004年7月。
- [4] 张晓明、胡惠林、章建刚主编：《2005年：中国文化产业发展报告》，北京：社会科学文献出版社，2005年。
- [5] 胡惠林主编：《文化产业概论》，昆明：云南大学出版社，2005年9月。
- [6] 李怀亮：《当代国际文化贸易与文化竞争》，广州：广东人民出版社，2005年4月。
- [7] 李向民、王晨等著：《文化产业：变革中的文化》，北京：经济科学出版社，2005年6月。
- [8] 金元浦：《当代文化创意产业的勃兴》，见厉无畏、王如忠主编《创意产业——城市发展的新引擎》，上海：上海社会科学院出版社，2005年11月。
- [9] 《创意产业经济发展中国家面临哪些挑战》，http://cci.cuc.edu.cn/Html/Cydz/A5/2006-6/3/20060603000538604.html。
- [10] 《新经济导刊：创意产业不能庸俗化》，http://www.2ndvisual.com/2ndvisual/creative/corp/1164.html。
- [11] 《京沪创意产业园生存状况堪忧》，http://finance.cjn.cn/syfb/200607/t127043.htm。
- [12] 《中国创意经济分布失衡》，http://yhyx.blogchina.com/4862920.html。
- [13] 《文化创意产业》，北京：《人大复印资料》，2009年，第1、2、3期。
- [14] 范玉刚：《把握文化产业发展规律》，北京，《瞭望》，2008年11期。

作者简介：顾作义，中共广东省委宣传部副部长。广州 510635 严永树，广东省作家协会馆员。广州 510082

[责任编辑 成 卉]