

DOI: 10.12361/2661-3263-06-03-131307

中国文创产业的发展对策探讨

赵露迪

上海对外经贸大学, 中国·上海 200000

【摘要】在新的经济形势下, 我国的文化创意产业蓬勃发展, 已经成为市场经济的重要组成部分, 与国家文化建设的部署目标一致, 是国家文化软实力提升的关键所在。我国文化创意产业起步较晚, 但通过有效的引导、积极的探索, 发展前景光明。在文化创意产业发展过程中, 存在着诸如专业人才缺失、创新不足、法律保护不完善、模式单一等症结, 因此, 需要真正明确文化创意产业的本质, 结合国情, 找到实现其良性发展的有效路径, 打造出更多极具中国特色的文化创意产业。本文在分析当前我国文化创意产业发展的现状的基础上, 指出不足之处, 对其未来发展对策进行探讨。

【关键词】文化创意产业; 发展; 对策

Discussion on the Development Strategies of China's Cultural and Creative Industry

Ludi Zhao

Shanghai University of International Business and Economics Shanghai 200000

[Abstract] In the new economic situation, China's cultural and creative industries are thriving and have become an important component of the market economy. Consistent with the national cultural construction deployment goals, they are the key to enhancing the country's cultural soft power. Although China's cultural and creative industries started relatively late, through effective guidance and active exploration, their development prospects are bright. In the development process of cultural and creative industries, there are problems such as a lack of professional talents, insufficient innovation, imperfect legal protection, and a single model. Therefore, it is necessary to truly clarify the essence of cultural and creative industries, combine national conditions, find effective paths to achieve their healthy development, and create more cultural and creative industries with Chinese characteristics. On the basis of analyzing the current situation of China's cultural and creative industry development, this article points out its shortcomings and explores its future development strategies.

[Keywords] Cultural and creative industry; development; strategy

1 文化创意产业发展概述

1.1 文化创意产业的含义

在经济全球化背景下, 文化创意产业这一作为以创造力为核心的新兴产业产生并日益兴旺。文化创意产业在开发过程中融合运用技术、创意等多种要素, 开发、营销知识产权, 包括动漫、传媒、表演、软件等多样化的形式。文创产业具有知识集聚性、深度融合性、高附加值的特征。

1.2 文化创意产业发展的重要性

随着我国居民消费结构逐步升级, 人们的消费结构从以

物质为主转向以精神文化为主, 这种转变极大地推动了我国文化创意产业的快速发展。

近年来, 我国文化创意产业已在经济社会各领域各行业贯穿, 呈现出多向交互融合态势。从产业发展的角度看, 为了提高产业附加值、提升国家文化软实力, 重要手段之一便是推进文化创意和设计服务等新型高端服务业发展, 促进文化与实体经济深度融合。

2 中国文化创意产业发展的现状及存在问题

2.1 现状

2.1.1 文化产业前景广阔

文化产业如今已提升为国家战略,发展机遇突出,受到了全国各地的政府、相关部门、各大企业的关注,未来文化创意产业有望成为社会经济发展的新动力,成为我国经济增长转型的强大引擎。国家统计局数据显示,近年来我国的文化创意产业行业整体恢复情况良好、新业态发展动力强劲、区域集聚效应日益凸显,在此基础上,未来我国现代文化产业体系不断健全,文化产品供给质量稳步提升,文化消费市场总体趋向活跃,文化市场主体发展活力将不断释放,文化产业规模有望持续发展壮大。

2.1.2 文化创意资源丰富

我国历史悠久,文化底蕴深厚,受益于得天独厚的自然资源与丰富多彩的人文资源,为文化艺术创意产业的发展 and 推广做出重要贡献。重要渠道之一就是不断地挖掘和开发利用这些资源,将相关物质载体、民俗文化可与文化创意产业进行整合。

2.1.3 文创产业具有较高的产业联动性

在信息化高速发展的时代,文创产业与社会各个行业相融合,文化创意产业与文化、科技、经济等各个领域相互影响影响,能带动相关行业的发展。以文旅产业为例,近年来,文化创意产业与旅游业之间的联系愈发密切,爆发出新的经济增长极。文化创意产业的发展能促进旅游业的转型升级,推动旅游的品质和附加值提升,两者相互依存、互相促进,为国民经济的发展提供了重要的支撑。一方面,文化创意产业的发展需要依托区域旅游经济,在旅游资源中寻找并突出特色内容,并通过创意整合,形成具有区域特色、IP化的旅游新业态,加速区域产业转型升级。另一方面,旅游业也需要借助文化创意产业来提高旅游产品的吸引力和竞争力,通过创造特色文化产品和服务,展示当地独特的文化和历史。

2.2 存在的问题

2.2.1 专业人才缺失

具备文化和艺术创新能力的高级专业人才是文化创意产业的重要支撑,人才的作用在于整合文化资源,发现其价值并进行创意研发生产。然而,目前我国教育体系不够完善,高校的文化创意人才培养与实际社会需求存在偏差,原因之一是人才的培养发展时间短,导致文化创意产业人才供给结构性失衡,制约我国文化创意产业发展。

2.2.2 原创意识缺失,创新能力不足

作为典型的“创意密集型产业”。文创产品的生命力由创意决定,核心竞争力由创新决定。

目前,我国文化创意产业存在较为严重的“跟风”现象,文化企业自身发掘热点和营造创意的能力不足,文化

IP创造能力占劣势,存在不少仿造国外IP、复制生产模式的不良风气;许多文创产品也因盲目模仿而与本土需求脱节,难以形成市场共鸣。近年来,随着国潮IP的崛起,中国优秀传统文化元素在文创产业中的热度持续走高,成为创新创造的重要素材。然而,有些文创企业仅仅将带有流量和热度的传统文化元素在产品中简单堆砌使用,便打上原创产品的旗号。这类企业的行为偏离了创造的初衷,只是将显要的元素标签生硬地搬进文化产品,而未能对传统文化真正的核心内容、内在价值进行当代诠释,造成文化价值灵魂的缺失。

另外,在尚未完善的市场评估体系下,很多企业为了减少经营风险,都会选择将已有的产品而非原创作品投入市场。这种做法能在一定程度上保证市场效果和企业收益,但从长远看,会堵塞企业长足发展的源泉。

2.2.3 知识产权保护不足

目前我国已出台了包括《著作权法》在内的多部知识产权保护法,版权、商标、专利权等属于文化创意产业中的知识产权,是保护文化创意产业中各种创意作品和商业模式的武器。但由于文化创意产业包含的内容之丰富、类型之广泛,且侵权成本低,易被侵权和抄袭;加之面临着产业迅速发展、与其他产业交叉复杂的情况,其所涉及的知识产权侵权类型多样化,我国知识产权保护法覆盖面有限,未能全面充分地不断创新和发展的文化创意产业提供法律保护依据。

2.2.4 生产模式单一

当前我国文化创意产业模式中,大多数企业将文化与旅游或科技相结合,没有与其他形式结合,致使文化创意产品同质化竞争严重,消费者难免审美疲劳。我国文创产业链缺乏完整性,部分企业只注重某一个环节的生产,而缺乏对整个产业链的全面认识和把握。这样单一的发展模式没有结合当地文化特色的灵魂,更多的是形式上的模仿。文化创意商品产业的发展追求表面速度和销量却忽视质量,商家只顾经济收益,力求在最短的生产周期内获得最大的收益,却忽视文化层面的深度,形成文化创意产业市场风气浮躁的局面。

3 我国文化创意产业发展的实际对策

3.1 继承传统,推陈出新

我国历史文化源远流长,博大精深,传统文化底蕴厚重,为文化创意产业发展提供了广泛的原始素材支持。因此,我国要持续深耕传统文化沃土,将传统文化资源转化为现代文化形态,打造具有中国文化特色的文化创意品牌和产品,推动跨界融合,拓展文化创意产业的发展空间。

一方面, 深入挖掘中国文化符号和内涵, 让文化复苏、重生, 坚持古为今用、推陈出新, 进行系统的梳理、提炼、挖掘、创新, 提升创意转化力, 推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。借助现代技术和创新模式, 深化科技赋能, 将传统文化资源转化为现代文化形态。例如, 可以借助虚拟现实、人工智能等技术手段, 将传统文化形态转化为现代艺术品呈现出来; 推动文化创意产业的跨界融合, 拓展发展空间。例如, 将传统文化元素融入时尚设计、电影、游戏等领域, 打造具有中国文化特色的品牌和产品。

另一方面, 通过多样化的媒体渠道, 向世界宣传推广中国文化形象。通过各种媒体渠道, 展示、宣传、推广中国文化形象, 让国际界进一步加强对中国本土文化的理解认知, 助力中国优质文化创意产品火热“走出去”。

3.2 创新驱动, 人才培养

文创产业产品的内容方面创新, 本质上依靠的是人的创造力的释放和解放。由于文创产业涉及的领域复杂多样, 需要具备文化的综合性、能力复合性和思维创新性等多方面素质, 包括艺术、设计策划、技术、经营管理等, 因此, 人才的培养成为了文创产业发展的重要环节。为解决人才培育不全面的问题, 需要推动高校和企业共同优化复合型人才的培养体系, 除了基础学科外, 适当增加进行人文学科、科学技术等综合课程及项目的开发, 从根本上提高从业人员的综合知识素养、思维创新能力以及信息技术运用能力。此外, 鼓励高校教师加入文化创意公司挂职学习, 加强产教融合, 积极培养教师队伍的产业化思维, 以培育具有实践思维和能力的高素质创意人才。

相关部门也应大力支持文化创意产业人才培养力度, 适当给予财政、税收、用地等方面的政策性引导, 吸引文创产业更多优质人才, 让文化创意产业从业者获得更多文化创意实践中的自主性, 鼓励创作者充分发挥自身想象力、创造力, 呈现出更好的文化创意产品。

3.3 完善法律, 保护产权

保护知识产权是文化创意产业可持续发展的根本前提。而各类盗版和侵权行为不仅会严重打击和伤害文化创意企业的创新热情和研发信心, 还会对整个文化创意产业的健康发展产生负面影响。针对盗版和侵权行为, 政府和相关部门应及时修订和完善现行的《知识产权保护法》, 加强对知识产权侵权行为的打击力度; 加强市场监管, 规范文化市场行为, 加强对文化产品的监管和管理, 杜绝不合法、盗版、侵权等行为的发生; 出台多项政策措施, 鼓励文化创意企业进行自主创新, 提高其技术和品牌的竞争力, 从而减少盗版和侵权行为的发生; 加强宣传和普法教育, 提高全民知识产权

保护意识。

3.4 因地制宜, 百花齐放

我国应建立和健全文化创意产业发展的地方支持政策, 来应对针对生产模式单一, 产业链缺失的现状。地方政府也应根据本地区的文化特色资源和文化产业发展路径, 及时出台配套的产业扶植政策鼓励和引导文化创意产业与其他产业的融合发展。未来文创产业必然的趋势是文化创意产业与高科技产业的融合发展, 因此, 要利用高科技带来的体验感和产品的生动表现力, 为文化创意产品赋能。除此之外, 在积极推动文化创意产业与旅游产业发展的过程中, 挖掘各地的文化特点, 建立多种类型的创意主题公园、文化旅游VR体验馆等, 不局限于简单雷同的文创雪糕、考古盲盒、联名彩妆等。在推动产业结构的优化调整方面, 结合我国人口老龄化的国情, 开辟新的蓝海市场, 鼓励引导文化创意产业与康养产业融合发展, 发掘老年群体的文化需求, 开发建设特色文化养老社区等。

4 总结

我国文化创意产业具有蓬勃的发展机遇与光明的发展前景, 为国内经济贡献了主要增长点, 在满足人们对物质生活的需要的同时, 也满足了人们的精神需求, 有利于助力我国经济增长和国际竞争力的增强。但是目前还处于起步阶段, 存在着创新不足、人才缺失、未充分利用资源、法律保护不力等方面的问题, 需要通过政府和企业共同努力, 加大投入和支持力度, 提高创新能力和核心技术建设水平, 完善产业链, 拓展营销渠道, 建立健全的法律法规保障机制, 从而推动中国文创产业的可持续发展。

参考文献:

- [1] 袁幹. 中国文化创意产业贸易及高质量发展的策略分析[J]. 文化创新比较研究, 2022, 6(16): 97-100.
- [2] 张亚敏. 文化创意产业发展与创意人才培养研究[J]. 产业创新研究, 2022 (24): 60-62.
- [3] 闫莹. 中国文化创意产业良性发展路径探究[J]. 文化产业, 2021, No. 217 (36): 37-39.
- [4] 肖昕, 韩永锐. 从制造到创造——中国文化产业发展的必由之路[J]. 民族艺术研究, 2022, 35(02): 149-154.
- [5] 王君瑶. 新媒体时代下文化创意产业面临的挑战及发展策略探索[J]. 文化产业, 2022, No. 235(18): 141-143.
- [6] 荆怀芳. 文化创意产业对区域旅游经济的驱动研究[J]. 营销界, 2022(12): 5-7.
- [7] 张晓瑾, 谢熠. 中国文化创意产业发展研究——评《文化创意产业发展研究: 基于文化根植的视角》[J]. 广东财经大学学报, 2022, 37(03): 116-117.