

中韩文化创意产业比较研究

何磊

(合肥师范学院 艺术传媒学院 安徽 合肥 230601)

摘要:近年来,关于“文创产业”话题讨论不断,但基本上都是围绕产业概念。文创产业在中国属于新兴朝阳产业,且起步较晚。中韩两国在发展文创产业时的社会背景、规划建设、发展策略等方面都具有较大差别。文章通过比较性分析韩国在发展文创产业上的实践经验与成功做法,为我国文创产业的未来发展和整体规划提供参考。

关键词:文化创意;产业比较;未来发展

当下随处可见的国外文化商品充斥着我国的文化市场,这些文创的“舶来品”在抢占文化消费市场的同时,也在挑战着我国优秀传统文化的底线。中国改革开放 40 年,在文化自信与文化输出的背景下,如何利用世界语言与多元化方式传播中华文化已成为众多学者所研究的重要问题。随着世界经济一体化发展,一个国家的经济增长和发展命运紧密联系,文化资源的创新与创造力对于一个国家的未来发展至关重要。中韩两国在发展文创产业时的社会环境和战略规划等方面都存在着较大的差异性,分析比较中韩两国在发展文创产业上的战略规划、政策支持、资金投入以及发展空间上的异同,总结与梳理其符合我国国情的未来发展方向。

一、文化创意产业的产生与特征

文创产业作为一种朝阳产业,产生于经济全球化发展背景之下,其发展内在核心是创新思想与创造力,产业发展的重点是文化资源借助个人或企业运用现代科学技术以产业化形式创造、设计、开发并销售的高知识型行业。文创所涵盖的专业领域较多,其中包括电影、电视、传媒、动画、表演、雕塑、民俗工艺、工业产品、艺术设计、服装服饰、环境景观等众多具有创新思想的专业领域。文创产业也是现代经济、文化、科技结合下的产物,它属于技术创新产业链中的高端环节,并呈现出智能化和附加值高等特点。文创产业下的文创商品是以独特的文化特征和创新创意为竞争力的核心,它是文化与灵感在特定形式下的外物表现,那么,文创商品中的高科技和文化内涵也明显高于普通大众商品。另外,文创产业在辐射周边其他产业和推动地方经济社会发展的同时,更有效提高社会大众的审美水平和文化素养。

“文创产业”的全面繁荣离不开各方的协同与合作,当然,它更是国家综合实力的一种表现。“文创产业”近年来已成为潮流话题,更将其称之为二十一世纪的朝阳产业,多数领域专家也都针对文创设计进行了相关研究。文化创意产业与其他产业的最大区别在于它的知识性和附加值更高,大众化的商品通常从制造生产到销售结束基本就完成了它的使命,而文化创意产品则体现出不一样的文化和商业价值,其在一个领域中流通消费后,还能继续流通,从而创造不一样的产品价值,实现了产品收益的最大化,这是一种典型的知识型经济产业。文创商品的研发、生产和制作对资源消耗较少,也基本上对环境没有造成任何破坏,发展文创产业能够在很大程度上减少落后制造业的污染和能耗,可以有效实现产业的经济化转型。

二、中韩文化创意产业现状比较

(一) 韩国文化创意产业

一直以传统制造与生产为主要经济支柱的韩国,因受到亚洲金融风暴的严重影响,经济效益极具下滑,为快速摆脱其在经济上所得来的危机,迫切需要寻求新的经济增长点,从而提出“文化立国”战略,并确定了以少污染、低消耗的“文创产业”作为加速提升经济增长的重点产业。为促进和保证国家战略的顺利实施相继出台多项法规,如《文化产业振兴基本法》、《电影振兴法》、《演出法》、《著作权法》、《广播法》等,同时,还给予大量的资金投入和政策上的大力支持,从而将韩国文化创意产业引领到快速发展轨道。在经济快速复苏的同时,韩国漫画产业又在国民精神建设需要的基础上开始逐步形成,并带动了动画及相关游戏产业的良性发展,进而成为

韩国未来发展动画产业的基础,并且,随着发展逐渐占据了主导地位。目前,韩国的国产动画产业在全球位居世界第三,此外,韩国游戏产业也逐渐发掘出其巨大潜力,据统计,2000 年韩国游戏产业收入占比企业总收入的 34%,并逐渐超越其他重要经济支柱产业。

韩国在发展文化创意产业上获得了巨大成功,尤其是韩国的电影、电视剧和综艺节目,在很多国家形成了“韩流”的韩国文化热。韩国政府对于影视产业也尤为重视,影视产业占韩国文化创意产业比重较大,并实施两项措施来保证国产电影发展,一是强制国产电影上映时段,二是为国产电影的发行及上映提供减少税收,这为韩国国产电影上映的时间和长度得到了有效保证。韩国政府支持影视产业发展,仅在国内市场国产电影票房一度达到历史新高。1993 年至 2006 年,韩国国产电影在市场的比例高达 48%。在韩国十大最受欢迎电影排名中有 6 部为本土国产电影,除在国内市场上达到了如此大的成就外,在海外市场也增长迅猛,影片出口率呈直线增长,而众所周知的是韩剧作为韩国影视的代表,被世界各国广大青少年所喜爱和追捧。韩国影视产业的快速发展,逐渐超越了传统文化产业,成为韩国经济发展最迅速的文创产业。

(二) 我国文化创意产业

我国“文创产业”受经济发展因素制约明显。在发展早期我国政界与学界都曾围绕文创产业化和与经济社会发展关系等突出问题进行深入研究和讨论,并对主要发达国家的文创产业进行详细研讨,在总结我国文创产业现状的基础上逐步形成共识,要进一步大力发展我国的文创产业,同时,积极推动文创产业高速发展也是满足人们追求更高精神文化和向往美好生活的迫切需求。这是我国在文化建设方面的一项重大突破,也是在这一时期电影、影视、出版、演艺等行业领域逐渐走向市场化探索道路。为进一步促进我国“文创产业”持续健康发展,2005 年国家出台《关于深化文化体制改革的若干意见》等重要通知,为我国影视等相关行业在制作、发行、出版与传输等国有性单位改制和政企分离改革提供了政策上的支持和工作转变,并有效促进了我国文创产业规范化和商业化发展步伐。

“文创产业”在我国属于新兴朝阳产业,由于起步晚市场竞争力弱。2018-2019 年中国文化创意产业现状及发展趋势分析报告统计,其产值仅占 GDP 的 4.2%,而发达国家高达 20% 以上。相比世界上其他国家,中国的文化创意产业在国际市场上影响力不大,但未来的发展空间和市场潜力巨大。近年来,为高速推动我国“文创产业”全面发展,国家加大了扶持力度,也颁布了一系列相关政策法规,如《国家“十三五”文化改革发展规划纲要》、《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》等,其中明确提出要重点发展文创产业和文化旅游业。文化创意产业迅速发展,文化振兴战略逐步实施,文创设计也逐渐走进大众生活的各个角落。文化创意产业的快速发展可以有效推动经济平稳上升,也在一定程度上能够解决部分劳动力等社会问题。虽然,我国文创产业距离发达国家水平较远,但也已经表现出巨大的发展潜力。

三、中韩文化创意产业发展比较

文化创意产业需要综合发展合理配置,中韩两国在发展初期的相同点都是政府参与。“文化立国”战略为韩国发展文化创意产业

指明了方向,我国虽然积极推动文化产业产业发展,努力健全产业体系和市场管理体系。但文化创意产业整体上还存在很多短板。如创新意识不强,文化创意产品“同质化”、“地摊化”现象严重,产业发展依赖资源现象普遍存在,特别是文化旅游的运行、管理和服务等方面与制造业相比有一定差距。

文创产业需要文化资源、经济资本、现代科技、创意构思和人才储备。中国虽然文化资源充足,可整体研发力度不强,严重缺乏专业人才。同样是在产业发展初期,韩国政府除了直接提供资金支持外,还借助市场竞争机制筛选出优质企业和个人一起共同开发生产。韩国文化创意产业一直采取的是以“政府为引导,企业为主体,互利双赢”的合作模式。从理论和实践上看,国家和政府对文创产业有积极的推动作用,但不能过度依赖。上世纪末韩国就建立了电影分级制度,但由于该制度以政府为主导,严重影响了电影产业自主发展,而在中国国家广电总局仍然扮演着决策者的角色。另外,韩国在产业发展全面娱乐的同时也积极传承传统文化,同时,为了保护传统文化,韩国政府对文化创意产业进行了有效干预抑制其过度娱乐化发展。

文创产业的出现给韩国经济创造了巨大效益。文创在获得良好经济收益的同时,也有利于增强国家软实力和形象。我国的文创产业一直以“公益性”、“宣传性”为主,政府干涉发展,在法律上也尚未完善的法律条文,而韩国早期在意识到产业潜在价值时就迅速成立了“韩国文化产业振兴委员会”,出台《文化产业振兴基本法》等多项规定,以促进文创快速规范化发展。从产业支出上看,韩国“文化战略”实施初期飞速发展,并迅速进入“1兆韩元时代”,而我国2012年产业支出明显下降,财政支出占比0.75%左右。在分配上我国主要投入在公益性文化建设与文物保护上,而忽略了对人才的重视和培养,缺少人才是导致资源配置不合理的主要原因之一。综合看我国文化创意产业虽然整体发展良好,但还远落后于发达国家,产业的“公益性”与“盈利性”未能充分结合,在技术、创新、营销、出口仍需国家大量资金扶持。另外,我国文化贸易市场准入限制性较高,开放力度也不足,没有建立完善的法律规范,

对于文化产品知识产权保护有待提高。从中韩两国文创产业发展整体看我国应尽快提高认识,要从国家文化发展、国际影响力和竞争力等方向对文创产业进行全面衡量与把握。

结语

中韩文创产业发展虽然时间不长,但形成了风格各异的发展方向。韩国的文创产业规模较小,可一直以国家意志为先导,技术创新为引导,产业应用为目的,企业为主体的合作发展模式。我国“文创产业”虽然起步晚,市场限制性高,但其发展空间和商业潜力巨大,中韩两国在文创产业发展上应加强相互沟通与合作,提升各自市场的竞争力和渗透力,这对促进经济快速平稳增长和提高人民生活水平具有重要的现实意义。

参考文献:

- [1] 郑文文. 中韩创意产业发展比较研究[J]. 东北亚论坛, 2007, (6): 96-100
 - [2] 郑钰潇, 丹青. 韩国: 在传统与现代之间[J]. 中华手工, 2018, (10): 30-33
 - [3] 周荣国. 韩国、日本、澳大利亚发展文化产业的战略举措[J]. 当代世界, 2009, (5): 10-12
 - [4] 张焱. 韩国文化产业概念界定及历史渊源[J]. 今传媒, 2013, (1): 68-69
 - [5] 崔丽娜. 韩国文化产业的发展现状[J]. 纺织经济, 2011, (3): 86-87
- 基金项目: 2019年安徽省高校优秀青年骨干人才国外访问研修项目(gxgwfx2019049)
- 2018年安徽省高校人文社科重点研究项目(SK2018A0936、SK2018A0549)
- 作者简介: 何磊(1983-), 男, 安徽六安人, 合肥师范学院艺术传媒学院副教授, 博士, 研究方向: 文化创意设计、传统文化与文创产业融合、品牌形象设计等。

(上接第102页)

上可设置基础层、技术层与融合层三个板块。基础层专业课程应该包括财务会计、管理会计、税务、审计等基础性管理类课程, 技术层专业课程包括智能化相关的信息化、智能化与大数据方面的课程, 比如数据结构与算法、数据库基础和机器学习等, 融合层专业课程就是将财会专业课程、管理课程以及智能化课程相互融合的课程, 比如大数据财务决策等。

4、加强智能财务师资队伍建设

高校教师是财会专业教育中的核心资源, 也是学生在校期间的领路人, 高校财会专业教师的业务素养高低与财会专业功底深厚与否, 对高校大学生的财会能力的培养可以起到非常关键的作用。高校要尽可能的针对性的组织教师进行相关培训与学习, 尤其是大数据与智能化方面的专业知识的学习与应用, 以适应智能化社会发展对人才发展的需要。在财会教师队伍建设方面, 应该引进计算机信息化技术, 软件体系方面的老师加入到传统财务老师的队伍当中, 综合的向财务专业学生进行教导, 栽培综合的专业能力。高校要加大力度引入实操能力丰富的企事业单位实战型的专业人才担任专任教师, 让高校大学生有机会与社会实践无缝对接, 真切体会感受财会实践应用。高校在人才招聘时要更多的引入中青年教师, 尤其是掌握最新财会发展动向, 熟悉大数据与云计算专业知识, 以改善教师团队知识结构, 适应财务智能化时代发展需要。

参考文献:

- [1] 连超. 用友·新道携手上海财经大学成立会计智能化教学改革研究中心. 2020-7-1
- [2] 王霞, 吴岚. 基于财务共享的高校管理会计人才培养研究

[J]. 商业会计, 2019(9)

- [3] 周守亮, 唐大鹏. 智能化时代会计教育的转型与发展[J]. 会计研究, 2019(1)
 - [4] 余应敏, 张楠. “新同事”来了, 财会人依然是主宰[J]. 财务与会计, 2018(5)
 - [5] 谢芳. 财务智能化趋势与高职财会人才培养改革[J]. 广东农工商职业技术学院院报, 2018(4)
 - [6] 刘国城, 董必荣. “互联网+”时代我国高校本科会计教育的困境与变革[J]. 南京审计大学学报, 2017(1): 102-109.
 - [7] 卢德湖. 云时代创新型会计人才培养模式构建[J]. 商业经济研究, 2014(8): 113-115.
 - [8] 刘艳. 会计数据与财务数据转换探讨[J]. 企业研究, 2011(22): 89, 113.
 - [9] 佟昕, 李学森. 我国财务软件发展现状与展望[J]. 中国电子商务, 2013(21), 60-61
 - [10] 刘海娟. 强化财政单位会计电算化下的企业内部控制思考[J]. 现代企业文化, 2013(29), 121-122
 - [11] 王明顺. 谈会计电算化系统安全性[J]. 活力, 2013(12), 76
 - [12] 郑凯. 当财务遇上科技, 谁能代表财务智能化的未来[EB/OL]. http://www.sohu.com/a/150781752_116326, 2017.
- 课题项目: 基于AGIL的“互联网+会计”财务智能化人才应用能力培养, 课题编号: WYWM—QN2005