

[DOI]10.12315/j.issn.1673-8160.2020.26.017

从产业经济视域看文创产业的发展方向及路径

王文清

(大连电机集团有限公司,辽宁 大连 116044)

摘要:我国当前的产业经济格局是以国内大循环作为主体,然后通过国内国际双循环的模式实现互相促进。在这种背景下,文创产业就成为我国经济发展战略中一股非常重要的支撑力量。文创产业作为一种产业类型,在原创性、附加值和外溢性等几方面均具有较高的优势,故将结合这些优势探析文创产业的发展方向以及优化路径,为文创产业的长远发展提供有力的帮助。

关键词:产业融合;产业经济;文创产业

我国近些年的经济增长加快,百姓的家庭收入和生活水平得到了提升,在生活需求满足的前提下,民众对于娱乐消遣的需求也日益提高。由此,国内的文创产品开始成为产业转型升级中最关键也最重要的推动力之一。在“十四五”进入起步阶段的当前,我国建立了国内国际双循环的经济发展模式,实体经济和数字经济逐渐交融,文创产业展现出市场化和规模化的特征,如何在产业新业态下实现自身的持续发展,成为文创产业转型路上的重要议题。

一、文创产业的主要特点

文创产业有三大特点,分别是突出的原创性、较高的附加值和强烈的外溢性。首先是原创性,文创产业相比其他产业对创意的原创程度更高,有时产品创意会直接决定产品所能拥有的核心竞争力。这其中的原因在于文创产品的产业性质比较特殊,文创产品是用于休闲和娱乐的产品,它通过创造各种抽象化的符号或者图案,并在此基础上将这些符号及图案进行物化,或者进行服务活动衍生,进而得到对应的利润^①。文创产品并非生活的必需品,民众对文创产品的消费并非是来自衣食住行上的生理需求,而是出于精神娱乐需要对知识产权的直接消费。如果制作产品一味地模仿,产品的结构永远只是几种同类符号或者图案的反复组合,这种生产创作会令民众快速失去对文创产品的兴趣,导致产业市场萎靡,产业资本的完整性受创,从业者没法将生产规模扩大,文创市场的生命力由此消减。

由此,文创产品的制作方向就要配合民众的娱乐需要加以调整,产品的制作必须配合民众喜好推陈出新,不断加入新的创意和特色,赋予产品更多艺术风格和文化色彩,让民众能从产品消费中获得新鲜感,这样文创产业才能持续发展。所以完善的法律法规是维持文创市场长期发展的关键,它的作用不仅仅是对知识产权的保护和巩固,而且也是为行业注入更多的原创性,让行业中拥有更多原创的文化产品,使行业具备快速发展的根本动力。

其次是附加值。文化创业产品的灵活性很强,能和大部分产业形成高度融合,也能赋予这些产业产品很高的经济附加值。当文化产品中最核心的创意体系构建完成后,生产者便可以将创意体系和其他生产工艺成熟、规模化生产程度较高的产品做配套化的研发,这样制造出的产品除了维持本身的功用作用外,还具有文化符号这一层艺术价值,在市场销售

上可以取得更多的利润回报。比如台北博物院就曾将北宋汝窑莲花温碗进行艺术提炼,抽取出来宋代文物的配色特点、造型风格、物质感等元素,然后将之融入各种餐具、茶具等生活用品的制造和生产中,这样制作出的产品在提供生活保障之外,还为人们的现代生活注入了古风气息,因此受到了市场消费者的广泛欢迎。从该例子可以发现,文创产品的经济效益不单是局限在自身的研发工作上,从文化元素中提炼出的创意体系也可以形成高辨识度的IP,将IP和其余产业融合,就能提升其余产品的产品价值,还能提高文化IP的影响力和普及度,起到文化宣传和软实力提升的作用。

最后是外溢性。文创产品作为以文化元素为创意,研发和生产出的产品,自带有明显的文化属性,这种文化属性会随着文创产品的售出而融入民众的日常生活中,在使民众的精神文化追求得到满足之外,对大众社会审美水平也能起到升华作用。在我国大力强调要提升国家软实力,实现文化输出的当前,以文创产品为经济发展支撑产业,可以增强国内的文化凝聚力,并让我国的文化影响力随文创产品的全球化发展有效在全球铺开。

二、产业经济视域下的文化产品现状

(一)知识产权保护力度不足

文创产品极度依赖创意,创新能力决定了市场活力,也决定了创业人员选择文创产业作为从业行业的可能性^②。但是我国对于文创行业的市场机制一直没有建立起完善的管理方式。首先,我国专利保护机制无法保护文化产品知识产权,尤其是文献化的文化知识无法与法律上硬性规定的新颖化、创造化等相契合,因此导致其申请专利保护非常的困难。

其次,侵权认定困难。文化产品知识产权专利主要是用于认定他人没有利用文化产品知识产权进行谋利行为,但是没有办法将他人文化产品与申请专利的文化产品特征等进行技术性对比,这便会出现无法确定对方是否有侵犯文化产权专利的行为,自然也就影响到了多数人对于文化产品知识产权专利申请的热情。

(二)文化资源整合力度弱

我国疆土辽阔,不同地区的文化差异较大,催生出的文创产品形态也比较多样,但在整合资源和形成合力上,我国各地区还存在极大的不足,这是因为我国城市与城市、省与省建设中并没有建立统筹协调机制,缺乏跨部门、跨界别的统筹,文

创产业的发展基本保持了地区独立性,没有跨界别文化企业的整合包装,在大众印象中不同地区的文化割裂程度还比较明显,不同城市、不同省区的文化交流多以公共服务为主,精英文化、学术研究领域并没有太过深入的交流与合作^[3]。

(三)文创产业传统性过重

从产业经济视域看,我国推行的是国内国际双循环模式,文创产业不仅要在国内蓬勃发展,最终还要走向世界。但目前而言,我国不少地区的文创产业建设太过注重传统性,很多文化设施和文创产品都表现出极强的历史传承性,新鲜元素过少^[4]。以美国的文创产业为例,美国既有百老汇大道这类用于传统戏剧、歌剧演出的文化舞台,也有好莱坞这样注重潮流文化宣传的工业化文创产品制造基地,且二者之间能实现良好的交融,百老汇培育的演员能够输送到好莱坞,补充工业电影的人才储备,好莱坞的技术也能反哺到百老汇,增强舞台剧的近景表演效果。相较之下,我国各地区的文创产业则太过局限,产品的艺术特色几乎只注重对本地文化元素符号的挖掘和利用,并没有兼顾各种潮流文化符号的理解,这无疑对文创产业的消费对象扩充造成了很大制约,如粤剧、川剧、京剧等戏剧产品,几乎只能面向中老年的消费者,而无法向年轻群体推广,这也造成文创产品的发展活力不断减弱。

三、产业经济学视角下文化产品的发展路径

(一)提高文化产品知识产权保障的有效措施

信息时代下,侵权形式越来越复杂。基于此,我国应积极转变单一规则立法模式,采用规则主义、因素主义相结合的立法模式。这一做法不仅秉承了传统模式的有事,而且还使得法律适用更具效率与操作性,在形式多样的知识产权纠纷案件审理中,法官可灵活行使审判权,可有效化解各种纠纷。《知识产权法(修订草案(送审稿))》第43条情形规定已经在向着因素主义立法模式靠近,可有效指导将来立法,详细列举各种合理使用制度的合理情形。

另外,平台运营商拥有优质的资源,应对其规定主动性义务,例如协助调查责任。具体来讲,一旦在网络平台发现知识产权侵权行为时,权利人、机关应广泛收集侵权证据,平台运营商有义务为其提供协助,积极主动配合调查。这一规定,不仅能够对知识产权人与平台运营商的权利与义务关系进行协调,而且还能够有效预防举证难问题的出现。

(二)建立统一的文创产业发展方向

澳门和广州都是地域文化的继承者和实践者,彼此的文创产业有相同之处,所以在文创产业的开发与建设上,不同地域也需要尽量将科技、企业品牌与地域文化相融合。文创产业的特点在于其中的大部分产业都是知识、技术密集型产业,如果没有一个统一的着眼点,那么在建设过程中难免会产生偏差。因此,在发展文创产业、促进文化交流中,不同地区要将文创产业的基础建立到以推广中国文化为根本的文化基石上,以契合党的十八大纲领性要求,以发展支柱型国民经济文创产业为建设方向,共同构建具有民族特色的地域文化品牌,加强文创产业的全球辐射力,让我国各地区丰富的文化积淀通过文创产业建设而被来自其他国家的外来者接触,从而加强地域文化的国际渗透力和影响力。充分利用文化资源,不断拓展文化市场,开发具有国际市场的地域文化特色产品,提

升文创产业竞争力,实现“中国制造”,把优秀的民族文化产品推向世界,最终将提升国家文化形象。我国的文创产业资源非常丰富,且产业基础良好,文化需求量大,但因为合理的规划不同城市的文化发展,各地区的产业结构并不平衡,如我国沿海地区的经济产业主打轻工业,而内陆的支柱产业依然是以农业、电子行业为主的第一产业和第二产业。所以,我国各地区要将自身丰富的文化资源积极输送到本地以外的地区,比如帮助其他地区建造地域文化博物馆,在外城、外省乃至外国建设具有本土特色的公共服务设施,并结合本地的地域特色,以各种文娱项目为文化宣传路径,定期在外地区域举行两地文化活动和文化会展,将本地文化输送到其他地区,使两地快速实现文化协同,进而共同投入到地域文化的发展之中。

(三)尊重彼此的文化特色

近些年由于都市圈的发展以及国际化战略的推进,西式文化或者日式文化开始逐渐向国内渗透,这种渗透也割裂了不同年龄层文化受众的文化审美差异,年长群体和年轻群体甚至分化出不同个亚文化圈,文创产业的从业者要秉承相互尊重、求同存异的原则尽量包容并吸收不同文化受众的审美需求,弥合群体差异,固实协同发展基础。

从业者在向不同年龄段受众输送文化符号的过程中必须要尊重对方的文化喜好,壮大产业规模时也要认识到双循环背景下的产业经济特征,建立在阵地服务、流动服务、数字服务为基础的“三个服务”模式,并以此为载体在不同受众的文化圈内设置对应的产业服务平台,形成网状的信息传递模式,一方面严密的网点模式形成了较严密的层级结构,另一方面以文化圈进行消费对象的分类可以保障信息传递的迅捷性。在文创产业交融的过程中,从业者需要坚持与时俱进,打造个性化的文化、艺术服务。以受众对文化、艺术的根本需求为立足点,坚持以人为本的理念,重视多元化、层次性的文化服务打造,实现文化服务协调发展,实现文化服务于广大民众需求同步发展,不断丰富大众的文化生活,促使人文化繁荣。

四、结语

文创产业的发展能够推动经济的增长,同时加强国家的文化输出,实现国家软实力的提升。但是,从产业经济角度来看,我国的文创产业还存在产权保护力度不足、文化资源整合差、产业整体守旧性重等问题,这些问题对文创产业的发展造成了制约。所以文创产业应当结合国内国际双循环的产业经济特点,为文化市场灌入更多的创意和新鲜血液,赋予市场强大的生命力和发展活力,为产业的持续增强提供有力支持。

参考文献

- [1]曹锦阳.粤港澳大湾区文化创意产业集群发展量化分析研究[J].深圳社会科学,2019,03(01):28-37+158-159.
- [2]徐媛,李伟琴.民俗文化视阈下的创意产业发展路径研究[J].明日风尚,2020(03):170-171.
- [3]张梦莹.日常生活审美化视域下文化创意产业的发展路径探析——以桐花祭美学经济为例[J].四川省干部函授学院学报,2020,84(02):32-36.
- [4]戴晓丹,智春阳.休闲产业:城市经济发展的文化路径[J].环渤海经济瞭望,2020,306(03):36-37.