# 北京文化创意产业国际化发展战略思考

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-01-27

*[摘要]北京文化创意产业国际化发展战略意义深远，是我国未来发展的经济增长点，是文化创意产业发展的风向标，是北京文化创意产业发展的新思路。北京文化创意产业在国际化发展过程中，缺乏发展文化创意产业的国际化新型人才、具有国际竞争力的创意品牌和跨国...*

[摘要]北京文化创意产业国际化发展战略意义深远，是我国未来发展的经济增长点，是文化创意产业发展的风向标，是北京文化创意产业发展的新思路。北京文化创意产业在国际化发展过程中，缺乏发展文化创意产业的国际化新型人才、具有国际竞争力的创意品牌和跨国企业集团。政府应主导文化创意产业的国际化发展，充分发挥文化创意产业集聚效应，培养国际化文化创意产业人才，培育文化创意企业和文化创意品牌，从而提升北京文化创意产业的国际竞争力。

[关键词]北京;文化创意产业;国际化;发展战略。

在《十二五规划纲要》中指出要创新文化内容形式，深化文化体制改革，繁荣发展文化事业和文化产业，积极开拓国际文化市场，创新文化“走出去”模式。

一、北京文化创意产业国际化发展战略意义。

(一)我国经济发展新的增长点。

拉动我国经济增长的三驾马车包括“出口、投资和消费”，202\_ 年爆发的经济危机，我国出口重创，虽然目前有所缓和，但对外贸易发展仍急需新的突破口，打破原本出口方式，改变简单的纺织品加工产业、低价值的附加产业转向我国目前十分支持的文化创意产业。文化创意产业具有资源消耗低、环境污染小、科技含量高等特点，是典型的绿色经济和低碳经济。

文化创意产业从202\_ 年提出到202\_ 年国家十分重视，并提出中长期的发展规划，目前文化创意产业已经是我国经济发展的重要引擎，更是北京重要的支柱产业之一，不但内在需求增大，国际化程度也在快速发展。文化创意产业属于知识密集型新兴产业，具有高知识性、高附加值和强融合性特征，成为推动产业结构升级的重要力量。文化创意产业国际化是转变经济发展方式的重要手段，将我国优势文化产业品牌项目发展到国外，强调我国文化产业的特色，从而扩大出口，发展走高端、高效、高辐射之路，体现资源节约型、创新驱动型和服务主导型的科学发展理念。

(二)我国文化创意产业发展的风向标。

北京在全国率先开展文化创意产业，尤其本身存在文化优势和市场优势，因此北京一直是我国发展文化创意产业的风向标，起到引领示范的作用，带动我国文化创意经济的快速发展。在文化上的优势主要体现在北京是首都和全国政治、文化中心，是历史悠久的国际化大都市。一方面，北京拥有的世界文化遗产和全国重点文物保护单位数量均在全国居于领先地位;另一方面，北京文化资源丰富，出版机构、出版图书、电影产量等均超过全国平均水平。在市场上的优势体现在北京人均收入水平较高，发展经济速度快于国家平均水平，人们消费习惯已经从物质需求转向对文化的更大需求，文化产业消费市场日趋扩大。202\_ 年北京人均教育文化娱乐服务支出为3307元，同比增长14%，高于人均消费支出增幅的10.3%，全国文化创意产业发展亦会跟随北京的发展趋势[1]。

(三)北京文化创意产业发展的新思路。

《北京城市总体规划》(202\_- 202\_)提出，北京要以国际城市为努力目标，不断提升北京在世界城市体系中的地位，是北京文化创意产业发展的新方向。北京文化创意产业的发展必须定位为国际性的文化创意产业，必须以打造具有国际水准和国际竞争力的文化创意产业品牌为文化创意产业的发展目标[2]。《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》提出，必须抓好塑造国家文化形象的重大项目和工程建设，推出一批体现民族特色、反映时代精神、具有国际一流水准的文化艺术精品，创作和生产更多更好适应人民群众需求的优秀文化产品;并且要求大力抓好中国文化“走出去”重大工程、项目的实施，充分利用国际国内两个市场、两种资源，积极而主动地参与国际文化合作和文化竞争，加强对外文化交流，扩大对外文化贸易，拓展文化发展空间。

在文化创意产业国际化的竞争中，我国要发展中国特色、中国风格、中国形象的文化创意产业品牌。民族文化要在全球化中生存、发展，就必须弘扬本民族的文化传统，维护本民族的文化个性。就是要汇聚我国的智慧资本，发挥民族特色的文化资本以及吸纳国际国内的经济资本，全力打造中国文化特色和魅力，整体提升北京文化创意产业的国际竞争力。

二、北京文化创意产业国际化发展存在的问题。

目前，北京文化创意产业发展实力处于我国领先地位，并取得快速的发展和巨大的成绩，但是在国际化发展上还刚刚起步，与国外文化创意产业国家和地区相比，差距仍然较大，北京文化创意产业国际化发展过程中仍存在不少问题。

(一)缺乏发展文化创意产业的国际化新型人才。

文化创意产业是知识经济发展的集中体现，是以文化资源为基础，以创意等智力因素为核心，利用高科技手段实现文化与其他产业融合，创造高附加值产品和服务，提升整个社会生活水平的新型产业。作为一个依赖于文化深度、创新创意和科技手段的新兴行业，面对国际化发展的战略之路，文化创意产业需要与之相适应的高素质的专业化人才，北京仍需要在人才培养上投入更多的资本。

人才培养的规模和质量尚难满足社会需求，创意人才特别是高端原创人才、管理经营人才和复合型人才不足，缺少能够适应国际化发展的人才，这极大的制约北京文化创意产业发展。此外，我国文化创意产业发展面较广，但高校培养人才还相对较集中在影视、动漫等方面，存在产业布局和产业结构上的不匹配，在整个文化创意产业链条中还存在人才缺失，没有相对应的人才培养模式[3]。国际化创意产业人才需要具备基础专业知识和语言优势，这样更专业的复合型人才。目前，在北京高校的培养模式中还未具备这样的培养能力，普遍存在学生专业不精的现象，必须加大力度实现校企结合的模式，以市场为培养人才的方向，满足社会未来的巨大需求。

(二)缺少具有国际竞争力的创意品牌。

202\_- 202\_ 年北京市文化创意产业年均增长率达到19.5%,超过同期地区生产总值增速(15.2%)4.3 个百分点，保持强劲的增长潜力。

北京文化创意产业快速发展，综合发展较快，增长势头强劲，在这样的大发展时期，也必须认识到我国在文化创意产业发展中还存在缺乏具有国际竞争力的大品牌。对比分析，比如美国以《哈利波特》为品牌扩大影响力的图书出版业，韩国以培养娱乐明星为品牌的文化输出产业，日本主打动漫产业风靡全世界二十余载，甚至像印度的宝莱坞在全球也具有一定的影响力。

虽然目前北京取得了可喜的成绩，但是也必须清楚品牌在任何市场战略中的重要地位。北京发展国际化道路必须以先导品牌为突破口，依托北京悠久的文化历史，或在艺术品交易上或在北京非物质保护遗产上打开北京走向世界的国际化发展之路，打造北京乃至中国的文化创意品牌。

(三)缺乏具有竞争实力的跨国企业集团。

目前北京市有一批在全国较有名的文化创意企业，其中部分企业拥有自主知识产权，但从规模水平、经济效益等各方面看，都与发达国家或地区的文化创意企业之间存在着很大的差距。202\_ 年，北京市规模以上文化创意和企业法人单位中，收入在亿元以上法人单位有900余家，收入在50 亿元以上的法人单位仅10 余家。而像时代华纳和迪斯尼公司这样的全球性传媒巨头年销售额早已突破200 亿美元，与之相比，北京市收入超过百亿元的跨行业、跨区域、具有国际影响力的知名文化企业则凤毛麟角[4]。

三、北京文化创意产业国际化发展战略思考。

(一)政府主导文化创意产业国际化发展。

文化创意产业仍属于我国新兴产业，发展水平相对落后，需要政府给予一定的保护与扶持。为巩固提升首都全国文化中心地位，推动首都文化产业大繁荣，北京市政府发布了《关于进一步鼓励和引导民间资本投资文化创意产业的若干政策》(京政办发[202\_]52 号)，鼓励民营文化创意企业“走出去”。在设计未来国际化发展方向上，《政策》指出：“加大国际市场拓展资金扶持和文化产品出口奖励，支持民营资本收购国际战略性投资项目，购置海外文化资产、经营资质和品牌资源”。文化创意产业的国际化一方面需要地区给予一定的资助，尤其是幼小且具有巨大发展空间的企业，加大在民营企业上的投资;另一方面还要给予相应税收的减免优惠，扩宽资金的来源渠道，既开源也节流，真正做到鼓励文化创意产业发展。

同时，《政策》还鼓励民营文化创意机构在国内外开展文化交流，尤其是能在国外开展多层次、多渠道的大型展会及文化推广活动。

(二)充分发挥文化创意产业集聚效应。

聚集区是文化创意产业发展的重要空间载体，积极建设产业聚集区，逐步形成以骨干企业为主体、集聚区为依托的集聚扩散型发展格局，促进文化创意产业集群发展。政府在规划建设聚集区时，应以市场机制为导向，充分考虑企业的意愿和需求;要采用市场化模式，积极引进有园区开发经验的企业和产业龙头企业，规划园区产业发展，制定园区发展战略;充分发挥龙头企业的示范作用，带动中小企业进入园区，形成产业发展生态链;加强聚集区公共服务平台建设，构筑市场化的资源共享模式，为园区企业和机构提供技术支持、咨询服务、决策辅助等各种服务，形成结构合理、分工明确、功能互补的专业服务网络。[5].

(三)培养国际化文化创意产业人才。

1.注重人才培养的质量。发展国际化文化创意产业，人才培养决不是简单的通过高校扩大招生规模，而是重视学生的综合素质和学习质量。事实上，就北京电影学院而言，每年招生人数相对稳定，人才竞争十分激烈，但是在就业中仍存在大量毕业学生转行现象，可见在文化领域就业机会较有限，对人才要求亦比较高。又如动漫产业，虽然各高校开设此类专业，并进行规范全面的人才培养，但动漫行业不仅需要扎实的专业技能，更需要有开拓的创新思维，更好的综合素质。北京走向国际化发展道路必须拥有优秀的文化产业人才，这是基础亦是重中之重，因此注重人才培养的质量而非仅是数量。

2. 引进具有国际化背景的高素质人才和培养可以“走出去”的复合型人才。要引进国外具有先进技术的人才，从而引领并带动北京地区文化创意产业发展，对于文化创意产业来说，高素质人才是第一生产力。高素质人才不仅包括专业技术过硬的人才还包括文化产业企业的管理人才，掌握文化企业管理的特殊性，实现技术引进和人才培养。同时，也要将有能力的复合型人才，尤其是懂得营销文化产业产品的人才分派到海外，开发、拓展我国文化产业走向国际化的道路。

3.高校培养人才要注意以市场为导向，培养市场需求的高素质人才，并注重学生的实践能力，可以积极开展校企结合的方式，将学生所学的理论知识，在企业之中进行实践，通过实践再进行更深一步的学习，真正做到符合文化产业发展的人才。

(四)培育文化创意企业和文化创意品牌。

1.我国目前文化创意企业不多，尤其是实力雄厚的更是少之又少，培育文化创意企业需要从发展几家大型龙头企业开始，只有这样才能在国际化市场中占有一席之地。政府扶持，社会融资，企业自身注重管理、培养人才以及抓住市场机遇，这样我国文化创意产业企业才能够在国际市场中找到自己的地位，以及确定在文化产业发展中的国际角色，真正参与到国际产业文化分工之中。

2.扶持中小企业发展。中小企业一直是我国解决就业问题的关键所在，在大力发展龙头企业时亦要注意中小企业发展，扶持一批具有自主知识产权企业，实现文化产业多元化发展，从简单的产品输出，到注重资本的扩张、品牌的推广和管理模式的创新等多元输出方式。

3.强调文化创意品牌意识。文化创意产品的输出实质是一种文化和精神的输出，弘扬民族文化，在世界舞台上展现民族的博大精神，用民族品牌开阔国际化道路。将我国优秀的文化创意产品带到国际，推动国际文化贸易的繁荣发展。通过我国文化创意产品“走出去”，利用国际市场，提升城市形象，培养国际文化创意品牌，成为创造和传播文化创意产品的国际强都。

[参考文献]

[1]林子毅，蒋莹。浅谈北京文化创意的发展[J].产业经济，202\_(4)。

[2]刘牧雨，李建盛。北京文化创意产业的发展定位[J].北京社会科学，202\_(4)。

[3]黄侃。完善高校人才培养模式推动北京文化创意创业发展[J].北京教育，202\_(6)。

[4]中国创意产业研究中心。202\_，北京文化创意产业稳步发展[J].科技智囊，202\_(3)。

[5]宫玉选。文化创意产业国际化的思考[J].文化月刊，202\_(11).

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！