

第一章

文化創意產業理論概述

文化創意產業集群發展理論與實踐

文化創意產業的基本概念

創意與創新

- 何謂創意？
 - 創立一個新主義
 - 屬性
 - 新穎性
 - 原創性
 - 凡是創立的東西都是新穎的，都是突破前人的
 - 創意創立的不是一個新行動，更不是一個新結果，而只是一個新主意
 - 這個新主意帶有明顯的原創性，有了它才有後來的新行動和新結果
 - 創意是一種特殊思維活動，特殊就特殊在具有新穎性與原創性這兩種屬性

- 何謂創新？

- 利用已存在的自然資源創造新東西的一種手段

- 創新的概念起源於**1912**年美國經濟學者熊彼得

- 創新是指把一種新的生產要素和生產條件的“新結合”引入生產體系

- 包括四種情況

- 引入一種新產品

- 引入一種新的生產方法

- 開闢一個新的市場

- 獲得原材料或半成品的一種新的供應來源

- 創意強調的是一種思維、想法，而不是行動和結果；創新則是實實在在的實踐活動
- 創意是創新的開始，創新始於創意
- 工具、機器、產品、作品、體制、機制等一切創新都始於創意，有了創意才有以後的行動
- 創新 = 創意 + 行動
- 富有創意就富有創新，缺乏創意就缺乏創新
- 創意是價值的源泉
- 勞動
 - 創造性勞動
 - 實施性勞動
 - 重複性勞動
- 創意是創造性勞動，創新是創造性勞動與實施性勞動之和，模仿是重複性勞動

文化創意產業的定義

- 1998年“英國創意產業路徑文件”
 - 那些從眾人的創造力、技能和天份中獲取發展動力的企業，以及那些通過智識產權的開發，可以創造潛在財富和就業機會的活動
 - 起源於個體創意、技巧及才能的產業，通過知識產權的生成與利用，而有潛力創造財富和就業機會
- 臺灣的定義
 - 源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業
- 北京的定義
 - 創意產業又叫創造性產業、創意經濟，是源自個人創意、技巧及才華，通過運用知識產權，創造財富和就業潛力的行業
- 上海的定義
 - 以創新思想、技巧和先進技術等知識智力密集型要素為核心，通過一系列創造活動，引起生產和消費環節的價值增值，為社會創造財富和提供廣泛就業機會的產業

文化創意產業的基本概念

文化創意產業本質是為消費者提供 差異化的體驗

- 創意產業的本質特徵就是為消費者提供差異化體驗，此種體驗包括
 - 物質體驗
 - 關注一件產品的使用價值
 - 一臺電視機的清晰度、耐用度、節電性能、安全性能
 - 一道菜餚的色、香、味、營養等
 - 精神體驗
 - 關注一件產品蘊藏的文化價值，以及給人帶來的無形的精神感受
 - 身分、地位、品味、成功、優越感、引領潮流等
- 差異化的體驗能夠提高產品的附加價值，提高產品的競爭力，開拓出新的市場空間
- 創意產業不是以產業型態為判斷依據，不能以動漫、網路、電影就是創意產業；農業、製造業、餐飲業就不是創意產業

文化創意產業的本質是創造更高層次的、差異化的精神體驗

- 文化創意產業以創意為核心，向大眾提供文化、藝術、精神、心理、娛樂感受，賦予一般產品以差異化的精神體驗，從而獲得超出物質型態的體驗、審美、知識等文化附加價值
- 當前消費形式的變化
 - 有形消費轉變到無形消費
 - 更加關注物質產品中的非物質因素
 - 品牌、形象、設計、包裝等
 - 從實實在在的生理滿足到幸福感、自信心、優越感、力量和勇氣等精神滿足
- 一般的科技創意類產品只能是以滿足人們的物質和生理需求為目標，以差異化的精神體驗為本質特徵的文化創意產業因應而生

文化產業、體驗產業、創意產業和文化創意產業之比較

名稱	本質特徵
文化產業	文化產品和服務的規模化複製或生產
體驗產業	關注消費者的體驗需求，根據消費者需求提供產品，產品未必就是差異化的，可能面臨激烈的市場競爭
創意產業	挖掘消費者的潛在需求，創造差異化的新體驗，包括物質體驗和精神體驗，通過差異化儘量避免市場競爭
文化創意產業	與創意產業不同之處在於其非物質性，通過挖掘用戶潛在需求，創造具有高附加價值的“差異化的精神體驗”

文化創意也是生產力

- 經濟大蕭條、金融海嘯
- 工業革命、資訊革命

文化創意產業的兩種存在方式

產業的創意化：創意產業的截層理論

- 創意產業一個重要來源就是“產業的創意化”，即在傳統產業內融入創意元素，並提高創意在傳統產業中的貢獻率，把傳統產業升級為創意產業
- 大多數國家和地區歸為創意產業的主體類別廣告、出版、展演、廣電、設計、音樂、電影等在消費社會和知識經濟形成風氣之前就已成形，只是以前缺乏顯現其創意共性的條件，它們只能分布於各個傳統產業內，無法顯露聯繫
 - 消費社會和知識經濟的歷史背景下，這些產業所共同擁有的創意特性得到了凸顯，創意產業成為經濟發展的重要資源，迎合了面臨經濟轉型與重組的國家和地區的需要

- 若各傳統產業一直在縱向產生和發展的話，創意產業則是一個橫向產生和發展的產業
 - 藉由自身強大的滲透性，打破了傳統產業格局，在傳統產業中通過越界重組，促成不同行業、不同領域合作，對原本縱向發展的各個傳統產業做出一個橫向的切面界定，形成一個獨立截層
 - 該截層由各傳統產業的創意因素組成，並仍鑲嵌在各個傳統產業中
 - 雖然目前的整個社會分工程度還沒有使得創意產業這個截層獨立出來，並與其他產業在統計意義上完分離，但創意產業的構件確實已經客觀地存在於其他產業領域內，升級改良著傳統產業
 - 類比電視到數位電視、膠片電影到數位電影、紙質出版到數位出版
 - 文化產業只是創意產業來源的途徑之一，工業、農業及第三產業都可能成爲創意產業的來源

創意的產業化

- 創意產業的引信理論
 - 由創意衍生為產業後，釋放出大量的能量（創意引爆產業），最初的創意猶如零星閃耀的火花（資本、科技等要素）

文化創意產業的產業性分析

創意產業作為產業的合理性

- 創意產業俱備生產性
 - 人類社會進入後工業化知識經濟時代，創意產業方興未艾，透過知識產權的運用，將知識轉變成財富
 - 創意經濟的產值與比重逐年提升
- 創意產業俱備商品性
 - 創意成為生產要素之一
- 創意產業俱備求利性
- 創意產業俱備組織性

創意產業是產業升級的方向

- 三大產業之間的產業升級
- 農業內部各產業的結構變化趨勢
- 工業內部各產業的結構變化趨勢