

京台文化创意产业合作机制

李红梅

(中央民族大学经济学院, 北京 100081)

摘要: 北京与台湾的文化创意产业均有自身发展的独特优势, 也有合作的基础和条件。目前, 京台两地文化创意产业的交流与合作, 通常采取论坛、城市互访、展会、园区合作等多种形式。京台两地已经形成了“政府搭台、行业对接、长期交流”的合作模式, 北京将“京台科技论坛”、“京台文化创意产业合作发展论坛”等打造成京台交流活动的品牌。然而, 目前京台两地在文化创意产业合作方面还存在合作规模小、尚未建立起良性互动的合作机制等问题。为推动京台文化创意产业的发展, 需要建立几个相互联系的合作机制, 即: 创意人才培养机制、创意园区合作机制、政策配合衔接机制、协商交流机制等。

关键词: 文化创意产业; 京台合作机制; 文化交流

中图分类号: G124(21); G124(258) **文献标识码:** A **DOI:** 10.3772/j.issn.1009-8623.2014.05.010

文化是具有战略价值的资源, 是一国或地区的软实力。当今世界, 真正占主导地位的资源以及具有决定意义的生产要素已经不仅仅是传统意义上的资本、土地和劳动力, 而是文化。渗透文化内涵、具有高附加价值的文化创意产业已成为许多发达经济体产业结构调整升级中的新亮点。北京和台湾都是文化创意产业比较发达的地区, 有发展文化创意产业的优势和条件。在两岸 ECFA 框架以及服务贸易协定签署的战略背景下, 围绕京台两地战略文化创意产业的发展现状及特点, 深入分析台湾文化创意产业的竞争优势, 认知两地文化产业发展的特质与共同属性, 从理论上揭示推动两地文化创意产业可持续发展的内在规律和作用机理, 探讨破解文化产业发展平台形式化, 产业符号化、边缘化格局, 促进新战略期北京文化产业发展的制度条件与促进机制, 深入探讨两地文化创意产业发展的长效合作机制等是本文关注的重点。

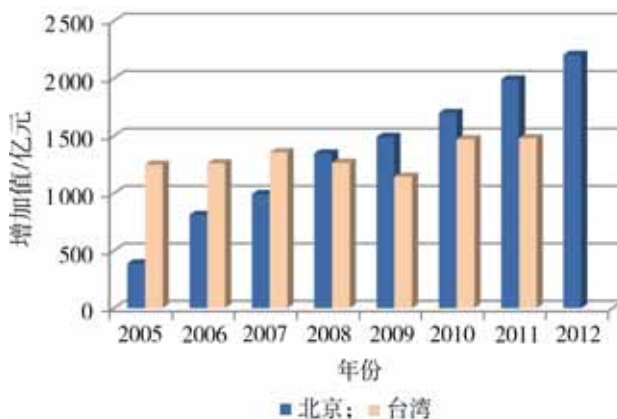
1 京台两地文化创意产业的发展状况与特点

北京和台湾是我国文化创意产业发展最迅速的

地区, 两地文化创意产业的发展有其独特优势, 并已逐渐成为两地的支柱产业。

1.1 整体规模较大, 呈明显的扩张态势

自 2005 年以来, 北京市文化创意产业的整体规模迅速扩大, 台湾文化创意产业的规模也呈现出较为稳定的增长态势, 其 2005—2012 年两地文化创意产业的增加值见图 1 所示。



数据来源: 北京市统计信息网、台湾“文化部”文化统计资料库网站。

图 1 2005—2012 年京台两地文化创意产业的增加值

作者简介: 李红梅 (1956—), 女, 教授, 主要研究方向为国际经济关系及产业结构。
收稿日期: 2013-12-20

(1) 北京

2005—2012 年,北京市文化创意产业的年增加值连续 7 年出现上升趋势。2005 年,北京市文化创意产业的增加值仅为 388.4 亿元,2012 年,则达到了 2 205.2 亿元,是 2002 年的 5.7 倍,扩张态势显著。

(2) 台湾

2011 年,台湾文化创意产业的年增加值达到了 1 478.84 亿元,较 2010 年增加了 8 亿多。不过,台湾的文化创意产业明显受到了金融危机的影响,2008 年与 2009 年的年增加值均大幅下降,特别是 2009 年仅为 1 144.51 亿元,较 2007 年减少了 200 亿元。

1.2 增长速度波动明显

自 2006 年以来,北京和台湾文化创意产业增长速度呈明显波动的态势,其 2006—2011 年两地文化创意产业的增长率见图 2 所示。

(1) 北京

北京市文化创意产业的起步较晚、基数较小,2006 年,其文化创意产业增加值的增长率达到了 109.09%。而后,由于金融危机的冲击,北京文化创意产业增加值的增长率发生了明显的波动,由 2008 年的 35.64% 骤降到 2009 年的 10.66%。直到 2010 年,北京市文化创意产业的增长速度才逐渐转变为稳定上升的态势。

(2) 台湾

台湾文化创意产业的增长速度也呈现出剧烈波

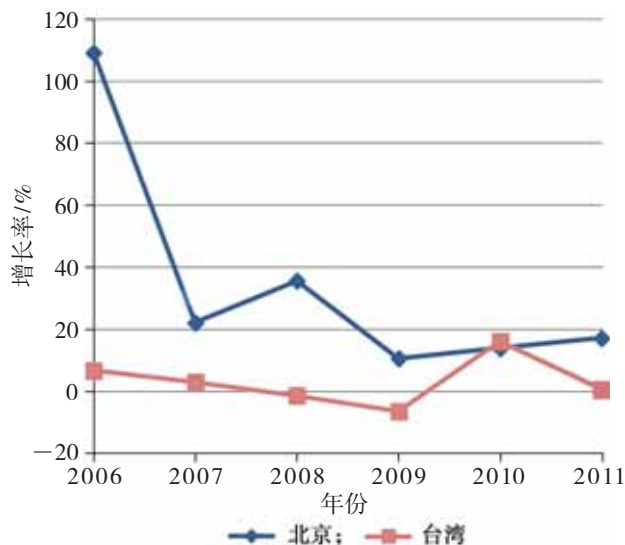


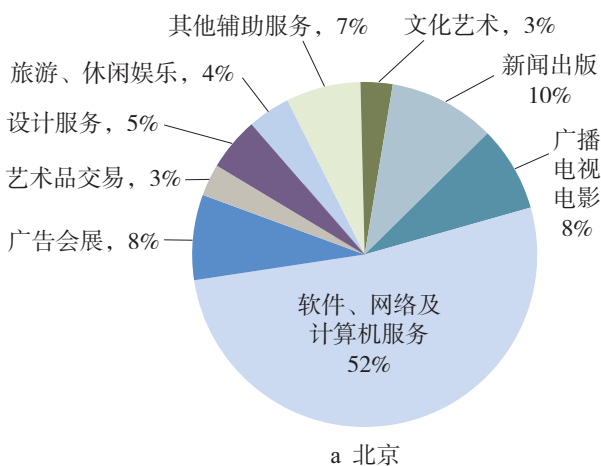
图2 2006—2011年京台两地文化创意产业增长率

数据来源:根据北京统计信息网和台湾文化创意产业发展年报整理而得。

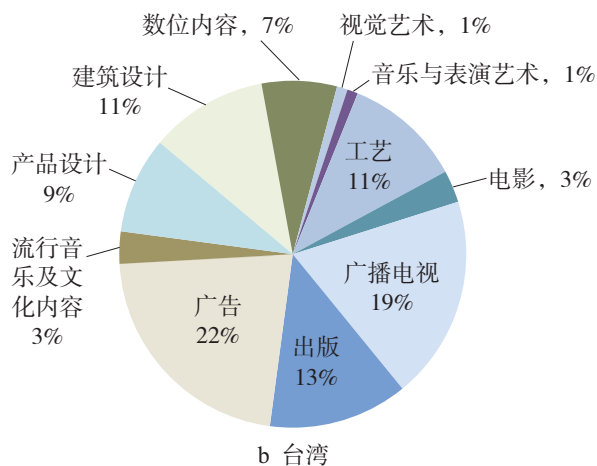
动的特征。从 2007 年开始,台湾文化创意产业地方增长开始放缓,2007 年,年增长率仅为 2.94%。2008 和 2009 年,受金融危机的影响,增长率呈负增长,年增长率则分别为 -1.34% 和 -6.45%;2010 年,增长率开始回升,达到了 16.10%。2011 年,台湾文化创意产业增加值的年增长率仍然保持低迷,仅为 0.59%。

1.3 行业布局存在失衡状态

北京和台湾文化创意产业均呈现出结构失衡的特征。2011 年,北京和台湾文化创意产业各行业所占比重见图 3 所示。



a 北京



b 台湾

图3 2011年京台两地文化创意产业各行业所占比重

数据来源:根据北京市统计局和台湾“文化部”文化统计资料库网站提供的数据整理而得。
注:由于文化资产及展演设施、设计品牌和视觉传达设计行业所占比重较小,故未在图中标示。

(1) 北京

2011年北京文化创意产业活动的基本情况见表1所示。2011年,北京市文化创意产业增加值总额的70%来源于软件、网络及计算机服务,新闻出版服务,广告会展等行业,合计达到1393.1亿元。设计服务,旅游、休闲娱乐,艺术品交易和文化艺术行业则明显处于弱势地位,其增加值总额占当年全市文化创意产业增加值的比重不足15%。

(2) 台湾

台湾文化创意产业不同行业的发展存在较大的差距,如:媒体类行业发展最好,2011年的营业额占总体的59.91%;其次是设计类行业,占19.86%;而文艺类行业的比重仅为12.88%。具体的,所占比重较大、优势明显的行业包括:广告、广播电视、出版、建筑设计、工艺、产品设计等。而处于弱势地位的行业则包括:设计品牌、文化资产及展演设施、视觉传达设计和视觉艺术等。

1.4 从业人员较多,素质较高

(1) 北京

自2007年开始,北京市从事文化创意产业的人数增加迅速(见表2所示),由2007年的102.5万人,增加到2012年的152.9万人。从从业人员的分布情况来看,不同行业间仍存在差距。2012年,软件、网络及计算机服务和新闻出版服务以及其他辅助服务等行业,从业人员集中,共有101.4万人,

表1 2011年北京文化创意产业活动的基本情况

项 目	增加值/ 亿元	资产总计/ 亿元
文化艺术	68.0	470.8
新闻出版	191.9	1 260.4
广播、电视、电影	154.0	1 326.0
软件、网络及计算机服务	1 042.2	5 436.5
广告会展	159.0	1 002.2
艺术品交易	56.4	464.4
设计服务	90.6	920.0
旅游、休闲娱乐	78.6	713.9
其他辅助服务	149.2	1 348.4
合 计	1 989.9	12 942.6

数据来源:北京市统计信息网(<http://www.bjstats.gov.cn/sjfb/bssj/ndsj/>)。

占全市文化创意产业从业人员总数的66.31%;而文化艺术,广播、电视、电影,艺术品交易等行业,从业人员较少,仅有16万人,占总数的10.46%。

(2) 台湾

台湾文化创意产业的从业人数基本稳定,保持在14万人的水平上。从事运动、娱乐及休闲服务、出版和广告以及市场研究的人员较多,而从事

表2 2007—2012年北京市文化创意产业各行业从业人数

年 度	2007	2008	2009	2010	2011	2012
文化艺术	4.8	4.8	5.2	5.3	7.4	7.2
新闻出版	16.7	16.0	15.6	14.9	15.1	15.6
广播、电视、电影	4.6	4.6	4.8	4.4	5.5	6.0
软件、网络及计算机服务	34.8	39.8	45.1	51.6	61.3	69.8
广告会展	10.0	9.3	9.4	10.1	11.5	12.5
艺术品交易	1.4	1.7	1.9	2.2	2.5	2.8
设计服务	8.5	7.8	10.0	10.9	10.1	11.9
旅游、休闲娱乐	10.3	10.0	10.3	9.9	10.6	11.1
其他辅助服务	11.4	13.0	12.6	13.6	16.9	16.0
总 计	102.5	107.0	114.9	122.9	140.9	152.9

数据来源:根据北京统计信息网提供的数据整理而得。

创作及艺术表演的人员则较少。

特别值得关注的是,台湾在创意产业人才培养上有一套切实可行的配套机制,提出了4项相关配套措施。第一,将文化创意产业教育理念导入基础教育系统,提高学生创造性思考能力和人格特质;第二,把文化创意教育纳入大学教育体系,开设文化创意通识课程,让文化创意理念渗透到通识教育体系中;第三,让文化创意产业学科走向建制化的轨道,即高校以文化创意产业学科为核心,成立系、所、研究中心,进而为社会提供更为专业化的创意阶层;第四,发挥管理部门和民间机构在文化创意产业人才培养中的作用。这一系列措施取得了很多的成效,如,成功大学建立“创意设计研究院”,政治大学建立“创新与创造力研究中心”,南华大学建立“文化艺术与创意产业研究中心”,中国文化大学建立“观光事业学系”等,为台湾地区培养了很多专业的创意人才。

1.5 产业园区特色突出

(1) 北京

北京市先后认定了30个市级文化创意产业聚集区,基本涵盖了北京文化创意产业的九大行业,其中,有5个文化艺术类的聚集区,2个新闻出版类的聚集区,3个广播、电视、电影类的聚集区,6个软件、网络及计算机服务类的聚集区,1个广告会展类的聚集区,2个艺术品交易类的聚集区,3个设计服务类的聚集区以及8个旅游、休闲娱乐类的聚集区^[1]。这些文化创意产业聚集区获得了良好的发展,产业集聚质量和水平逐渐提高,产生的辐射连带效应日渐明显。但从发展现状看,产业聚集区的发展也存在着一些不利因素。聚集区的建立时间尚短,缺少发展经验,并且部分聚集区由政府进行规划建设,如,中国(北京怀柔区)影视基地,北京DRC工业设计创意产业基地等,过多地强调了政府的主导作用,在一定程度上限制了文化创意产业聚集区的发展。

(2) 台湾

台湾已形成五大特点鲜明的文化创意产业园区,分别是:华山园区、花莲园区、台中园区、嘉义园区和台南园区。华山园区的定位为“文化创意产业、跨界艺术展现与生活美学风格塑造”^[2],是艺术交流、产业合作的平台,也是文化创意产业人

才的育成中心;花莲园区的定位是“文化艺术产业与观光结合之实验场域”,利用该地区的人文和自然景观的条件,着力打造文化观光产业和创意生活产业;台中园区的定位是“台湾建筑·设计与艺术展演中心”,是一个设计类的园区,以建筑、设计与艺术为主体;嘉义园区以“酒文化产业”为基础,结合传统工艺、当代艺术、艺术家等资源^[2],发展酒文化,并对传统艺术进行创新;台南园区通过多媒体方式呈现创意生活的手段,打造台湾的创意生活媒体中心。

除定位明确、特点鲜明外,台湾园区发展迅速的另一个原因就是自下而上的管理模式,这极大地发挥了园区从业人员的积极性。经过长期的发展,台湾的文化创意产业园区已形成了良好的产业聚集效应。

2 京台文化创意产业的合作现状及存在的问题

2.1 交流与合作的现状

自台湾开放台胞来大陆探亲之后,台湾与大陆的文化交流不断深入,两岸进行广泛交流的行业包括演艺、影视、旅游、出版、广告会展等多个行业。在这样的背景下,北京与台湾也展开了多种形式的交流与合作。

(1) 交流与合作的形式

北京和台湾两地文化创意产业进行的交流与合作,通常采取论坛、城市互访、展会、园区合作等多种形式。

两地进行交流的论坛主要包括科技论坛、客家高峰论坛、北京台研论坛、青年科学家论坛等,这些论坛的举行,从多个方面推动了京台文化创意产业合作的长期发展;城市互访的项目主要有京台文化节、北京高层领导赴台参访、京味文化之旅、京台青少年交流周和中华文化快车等,这些项目促进了两地文化的交流,特别是加强了两地青少年的沟通与交流;在展会方面,北京文博会上设置的“台北主题馆”,以及举办的京台文化创意产业展,为京台两地的项目合作搭建了良好的平台,极好地促进了北京和台湾两地文化创意产业的交流与合作;在园区合作方面,京台两地也开展了一些合作,如,北京市石景山区政府于2009年启动建设“台

湾文化创意产业聚集区”一期工程，即北京台湾街项目^[3]，为京台文化创意产业的交流与合作搭建了新的平台。

（2）交流与合作的成果

京台两地通过多样化的形式，积极进行交流与合作，取得了一系列的成果。在举办论坛方面，京台两地已经形成了“政府搭台、行业对接、长期交流”的合作模式。在该模式的推动下，北京将“京台科技论坛”、“京台文化创意产业合作发展论坛”等打造成京台交流活动的品牌。城市互访是扩大文化交流的重要途径。北京与台湾共同举办的城市文化节，自2005年起，每年举办一次。通过文化节，京台两地的艺术家和民众们加深了了解，文化艺术的发展也得到了促进。在展会方面，两岸每年举行的各类产品展销会不仅在数量上有所增加，在会展质量和成果上也有很大提高。2012年，在北京国际文化创意产业博览会上，京台两地的签约项目共有155个，是2006年的1.4倍，签约金额达到了359.71亿元，是2006年的6.1倍^[4]。第五届京台文化创意产业展于2013年在台北举行，前往参观及洽谈的约2万人，签订了涉及动漫网游及衍生品、旅游创意礼品、出版发行、工艺美术、项目投资等方面的协议和订单，签约金额达到了8.1亿元^[5]。“京台文化创意产业展”自2009年起已在台湾地区举办四届，共有240余家北京文化创意企业参加，交易金额近4.8亿元^[6]。在园区合作方面，北京台湾街于2010年正式运营，仅半年的运营时间，客流量就达到了80万人次，特别是由台南民众经营的宝岛夜市，日均营业额达到15万元，为京台两地民众的交流与合作提供了新的途径。

2.2 交流与合作存在的问题

（1）规模较小，力度不够

京台两地文化创意产业的合作正逐渐步入正轨，每年固定地通过论坛、城市互访、展会等形式进行交流与合作，但是，京台两地文化创意产业的合作规模还很小，力度也不够大。目前，京台合作论坛覆盖的层面较少，主要以科技类的论坛为主，其他关于文化创意产业的论坛尚未建立，相关的专家、学家的交流较少。

在城市互访方面，除“京台文化节”外，其他

的城市互访项目主要以宣传北京文化为目的，虽然可以让台湾的民众更加了解北京文化，促进北京优秀文化的传播，但是却缺少了对台湾文化的宣传。另外，城市互访项目多以官员和青少年为主体，参与的人较少，在一定程度上也限制了两地交流与合作的效果。

京台两地通过展会形式进行的交流与合作，目前成形的就只有北京文博会的“台北主题馆”和“京台文化创意产业展”这两个平台，只有参加展会的企业或机构才有机会进行合作。并且，参加展会的企业或机构还要受到展会地点和时间的限制，这无疑限制了京台两地文化创意产业大规模的交流与合作。

在文化创意产业的产业园区层面，京台两地也有合作，但目前已成功建成的园区很少，只是个别案例。并且产业园的合作需要耗费大量的时间、财力与物力，短期内很难实现大规模的合作。

（2）政策措施不匹配，未实现有效对接

北京市自2006年起出台了一系列促进文化创意产业发展的政策。这些政策涉及总体规划、产业促进、行业发展、分类认定、投融资支持和知识产权保护等6个方面^[5]，在规范文化创意产业发展的同时，也为文化创意产业的发展提供了政策支持。在此基础上，各区县根据自身的情况，纷纷制定各自的文化创意产业政策。同时，北京市还成立专门的组织机构进行协调，设立专项资金进行保障和鼓励。

反观台湾，自《挑战2008》^[7]发布以来，文化创意产业成为促进台湾经济社会发展的重要产业，《创意台湾——文化创意产业发展方案》的出台，为文化创意产业的发展奠定了基础，《文化创意产业发展法》的颁布，为文化创意产业的发展提供了法制基础。《挑战2008》从5个方面规范了文化创意产业的发展：第一，成立文化创意产业推动组织；第二，培育艺术、设计及创意人才；第三，整备创意产业发展的环境；第四，促进创意设计重点产业发展；第五，促进文化创意产业发展。在总结发展经验的基础上，《创意台湾——文化创意产业发展方案》确定台湾文化创意产业的发展目标为：“拓展华文市场，进军国际，打造台湾成为亚太文化创意产业汇流中心”^[8]。《文化创意产业法》

从制度、措施等角度对文化创意产业的发展进行了细化的规定。台湾的相关政策对文化创意产业的发展进行了全面、系统的规定，推动了文化创意产业的蓬勃发展。

京台两地的法律法规都是注重自身文化创意产业的发展，或是针对本地区的情况，解决面临的问题，或是宽泛地强调文化创意产业的合作，并未出台以促进京台两地文化创意产业合作为目的的配套政策。也就是说，京台两地的政策尚未实现有效对接。

（3）尚未建立起良性互动的合作机制

京台两地文化创意产业的合作是零散的、分散的，只有依托特定的合作平台才可以展开。一旦脱离政府提供的合作平台，两地的文化创意产业则无法自发地进行交流与合作。这是因为两地虽然注重本地区文化创意产业的发展，但尚未建立能够推动两地良性发展的合作机制。

目前，京台两地的文化创意产业的合作平台就是京台科技论坛、海峡两岸客家高峰论坛、京台研论坛和京台青年科学家论坛等论坛，城市互访的项目以及北京文博会的“台北主题馆”和“京台文化创意产业展”，主要是由政府组织进行。政府搭建了合作的平台，有意参与的组织或机构可利用该平台进行交流与合作，但是这种方式缺少企业的自发性，没能调动企业的积极性，合作只是在小规模的水平上进行。因此，京台两地文化创意产业合作的成效并不明显。

3 推动京台文化创意产业合作机制的建立与完善

为推动京台文化创意产业的良性持续发展，应建立以民间交流为主导的合作机制，使两地文化创意产业的合作活动自发地、有序地进行。探讨京台文化创意产业合作机制的问题，可以从人才培养、园区合作、政策配合以及文化交流等方面进行。

3.1 文化创意人才培养机制

文化创意人才培养机制的建立主要包括以下2个方面。

（1）借鉴台湾在文化创意人才培养方面的成功经验

从基础教育开始，注重培养学生的文化创意理

念；在大学教育体系中，开设文化创意通识课程，成立专门的系、所、科研中心等，作为文化创意产业发展的组织保障；在教育体系外，管理部门和民间机构定期举办文化创意人才的培训课程。这一过程既可以培养文化创意产品的生产者，又能够培养文化创意产品的消费者。因此，在文化创意产品市场上，既有源源不断的供给，又有稳定的需求，消费者需要的产品可以被制造出来，生产者生产的产品能够被消费，形成了一种自发的良性循环。

（2）京台两地可以以民间文化为基础，进行文化创意人才的合作培养

京台两地的文化既有相通性，又有差异性，而文化创意产业既有互补性，又有竞争性，合作培养可以促使两地的人才培养更具有针对性，为文化创意产业的合作奠定坚实的基础。两地可以通过多种多样的文化交流活动，加强艺术创作者之间的联系，例如，鼓励两地的文化艺术团体进行联合创作、合作演出等；支持北京的博物馆、美术馆等的文化创意人才，与台湾的博物馆、美术馆、乐团等进行双向交流等，并将这种活动定期化、长期化。

文化创意人才培养机制的建立，是促进京台两地文化创意产业长期合作的基础和保障，可以促使两地文化创意产业实现有效对接。

3.2 产业园区的合作机制

京台文化创意产业在园区层面的合作亦可从两方面来进行。

（1）北京在发展产业聚集区时，可以借鉴台湾“自下而上”的管理方式

台湾的产业园区在形成、发展的过程中，始终是以民间力量为主导，民间的文化创意人才、文化创意企业自发地聚集，自发地进行创造、生产，台湾当局只扮演辅助的角色，即规范、引导产业园区的发展，这极大地调动了园区从业人员的积极性，为园区企业提供了足够的成长空间，为产业园区的发展注入了活力。发展北京市的文化创意产业聚集区，应尽可能避免行政手段推动的文化创意产业聚集区，注重民间力量的发挥，让文化创意人才和文化创意企业自发地、自主地进行创造和生产，促进文化创意产业聚集区的健康发展。

（2）京台文化创意产业园区可以发挥自身的优势，实现园区间的互补

台湾在现有的基础上，发展出多元的文化创意园区或街区，如华山等五个文化创意产业园区、青少年创意文化街区等。北京市也形成了包括文化艺术，新闻出版，广播、电视、电影，软件、网络及计算机服务，广告会展等多种类型的产业聚集区，这为两地产业园区的对接提供了基础。台湾的台中园区和台南园区拥有设计方面的优势，可以与北京设计服务类的聚集区（如，北京 DRC 工业设计创意产业基地）进行合作。这样的合作能够让京台两地的产业园区在发挥自身优势的基础上，实现了互补，可以促使合作的自发性、长期性和稳定性。

3.3 配合两地发展的政策协调机制

尽管京台两地的社会、经济发展条件存在差异，但由于双方具有中华文化的传统底蕴，两地在文化创意产业的合作上拥有良好的文化基础。为促进京台两地文化创意产业合作的进一步加深，两地可以讨论并实施针对京台文化创意产业合作的政策措施。

（1）在行业层面

北京市在软件、网络及计算机服务行业具有明显的优势，台湾则是在设计行业，特别是建筑设计和产品设计行业更具实力，因此，在保持两地行业优势的同时，可以通过政策配合，促进两地行业的互补，比如，对在台的台湾设计类企业实行税收优惠政策等。对于出版服务、广告会展等，京台两地都具有一定优势行业，必须要重视两地政策的协调，避免由于恶性竞争导致的不良后果，促使行业健康、稳定的发展。

（2）在园区层面

北京可以与台湾共同规划建立文化产业园区，在重视借鉴台湾文化创意园区经验的同时，合理规划、精心培育可以代表两地深厚文化底蕴的产业园区。

（3）在文化活动层面

两地可以通过政策鼓励和资金支持的方式，促使两地文化创意产业的协调发展，如，支持两地人员合拍电视、电影，鼓励两地艺术家共同进行演出活动，促进两地文化创意企业开展交流活动等。

在京台文化创意产业合作逐步深化之后，两地可以协商出台配套的产业政策，发挥各自的产业优势，促进文化创意产业的协调发展。

3.4 文化交流的协商机制

为保障京台两地文化创意产业的交流与合作，可以从两方面来进行。

（1）京台两地可以继续搭建交流平台，开展形式多样、内容丰富的文化交流活动，不断深化两地文化交流与合作的层次。比如，开展经常性、系列性的艺术节、艺术展演、论坛等文化交流活动，推动两地相关企业和机构的长期合作等，让文化交流活动形成品牌，并发挥其品牌影响力。

（2）要建立并完善文化交流的协商机制，保证两地文化交流的规范性与可持续性，具体可实施以下措施：签订合作协议，科学地规划合作项目；制定相关的奖励和保护政策，尤其要对知识产权和专利进行保护；成立相关协调机构，特别是民间办事处，负责监督、处理文化创意产业合作的相关事务，协商解决两地在文化交流时出现的问题。政府在此过程中，应主要发挥指导作用，发动和鼓励民间的、私人的文化创意企业或机构举办灵活多样的活动，并根据需要在政策上、资金上为参与者提供支持。■

参考文献：

- [1] 张京成，王国华. 北京文化创意产业发展报告（2011）[M]. 北京：社会科学文献出版社，2012.
- [2] 李仁芳. 台湾文化创意产业发展年报（2011）[R]. 台北：台湾“行政院”文化建设委员会，2011-12.
- [3] 人民网. 沈建国委员：两岸文化交流要更务实走向产业合作阶段[EB/OL]. (2011-03-07)[2013-11-17]. <http://lianghui.people.com.cn/GB/214383/14082115.html>.
- [4] 马跃华，高建进. 两岸文化产业的饕餮盛宴——写在第五届海峡两岸（厦门）文博会开幕之际[N]. 光明日报，2012-10-23(005).
- [5] 新华网. 第五届京台文化创意产业展签约额达 8.1 亿元人民币[EB/OL]. (2013-05-03)[2013-11-17]. http://www.bj.xinhuanet.com/bjyw/2013-05/03/c_115620814.htm.
- [6] 新京报网. 骨雕艺术首次现身京台文创展[EB/OL]. (2013-04-25)[2013-11-20]. <http://www.bjnews.com.cn/news/2013/04/25/260549.html>.
- [7] 挑战 2008[R]. 台北：台湾“行政院”，2003-01-06.
- [8] 林秀琴. 台湾文化创意产业政策的发展[R]. 东岳论丛，2011，32(11): 140-146.

Cooperation on Cultural and Creative Industries Between Beijing and Taiwan

LI Hong-mei

(College of Economy, Minzu University of China, Beijing 100081)

Abstract: The cultural and creative industries of Beijing's and Taiwan's have developed their own unique advantages, which can provide the basis and conditions for their cooperation. Currently, various modes including forum, city visits, and exhibitions have been adopted to drive their communication and cooperation on the cultural and creative industries. The cooperation mode of "governments set up the stage, industries docking, long-term communication" has been formed, and the brand of the *Beijing-Taiwan Science and Technology Forum and the Beijing-Taiwan cultural and creative industries cooperation forum* has been created for communication between Beijing and Taiwan. However, the main problem of the cooperation in cultural and creative industries exists, such as, the cooperation scale is relatively small, a positive interactive mechanism has yet to be established. This paper argues that to promote the development of cultural and creative industries, it needs to establish several interrelated mechanisms, namely: mechanism of creative talents training, cooperation mechanism of the creative park, policy-coordination mechanism and negotiated exchange mechanism.

Key words: cultural and creative industries; cooperation between Beijing and Taiwan; cultural communication

Strategy and Method of Indian Developing Emerging Industries in the Post-Crisis Era

BI Liang-liang

(Chinese Academy of Science and Technology for Development, Beijing 100038)

(上接第 55 页) international competitiveness. It has made an "inclusive, sustainable growth" strategy and has taken some measures such as strengthening information and bio-pharmaceutical industries, focusing on manufacturing and new energy industries, multi-channel training for IT personnel, etc. India is currently the third largest pharmaceutical country, and biotechnology is one of its pillar industries. India aims to enter the rank of global top five science and technology powers before 2020 by the Science and Technology Input Multiplication Plan.

Key words: India; post-crisis era; emerging industry; new energy; flexible employment