

文化和信息产业对英国经济的贡献

北京外国语大学 英国研究中心 沈毅

2008 年 7 月在社科院英国研究分会年会上的发言

关键词：英国经济；文化创意产业；信息通讯技术；知识经济

从二十世纪九十年代中期开始，英国经济表现出强劲的发展势头，其经济增长率大大高于德、法等欧盟主要国家。究其原因，英国文化和信息产业的迅速发展和壮大对其实体经济的增长起到了举足轻重和不可或缺的作用。本文从文化创意产业和信息通讯技术（简称文化和信息产业）为切入点，对英国文化和信息产业的发展现状、原因以及其对英国经济的贡献进行探讨。这一领域的研究可以使我们对布莱尔执政期间英国经济的快速发展有新的理解，为我们应对当前的世界金融危机和经济衰退提供新的思路。此外，我们也可以从中获取有益的经验 and 启示，促进中国自身在这一领域的发展。

2007 年，英国 GDP 增长达到了 3.1%，相对于德国的 2.3%和法国的 2.1%来说，处于遥遥领先的地位。从失业率来看，英国 2004 年和 2005 年的失业率分别为 4.8%和 4.9%，创下了撒切尔时代以来的最低记录。曾萎靡不振的英国经济何以在布莱尔执政的十年间展现出一派繁华景象？除了有利的政治时局，是否还得益于方兴未艾的英国文化和信息产业？为此，本文将探讨文化和信息产业对英国经济增长的推动作用。

文化和信息产业，即文化创意产业和信息通讯技术属于知识经济的范畴。知识经济是指：生产力和经济增长主要依赖于提高人力资源和生产要素的质量，知识创新和技术创新能力的提高，以及将新技术与设备、劳动力相融合的能力，而不是依赖于大量利用自然资源（David 7）。本文将探讨文化创意产业和信息通讯技术行业是如何拉动英国整体经济发展的。英国政府把文化创意产业定义为“那些发源于个人创造力、技能和天分，能够通过应用知识产权创造财富和就业机会的产业”（DCMS 12）。对于文化创意产业，英国政府强调个人的创造力，灵感、理念、技能是创造价值的核心。在文化创意产业范围的界定上，英国政府选定了十三项产业作为文化创意产业的范畴，包括软件开发、出版、广告、电影、电视、广播、设计、视觉艺术、工艺制造、博物馆、音乐、流行行业以及表演艺术等。而以信息通讯技术为主导的科技与数字化的互动促进了英国向知识经济型国家的转型，这种新的经济模式高度依赖科技和文化的创新并将其转化为生产力。

一 英国经济 1997 至 2007 年发展状况

表 1 - 1997 到 2007 英国、德国、法国宏观经济表现

	实际 GDP 增长率 (%)			通胀率 (%)			失业率 (%)		
	英国	德国	法国	英国	德国	法国	英国	德国	法国
1997	3.1	1.9	2.0	1.8	1.5	1.3	6.9	9.2	11.5
1998	3.4	1.8	3.3	1.6	0.6	0.7	6.3	8.8	11.1
1999	3.0	1.9	3.0	1.3	0.6	0.6	6.0	7.9	10.5
2000	3.8	3.5	3.9	0.8	1.4	1.8	5.4	7.2	9.1
2001	2.4	1.4	1.8	1.2	1.9	1.8	5.1	7.4	8.4
2002	2.1	0.0	1.1	1.3	1.4	1.9	5.2	8.2	8.9
2003	2.8	-0.2	1.1	1.4	1.0	2.2	5.1	9.1	9.5
2004	3.3	0.9	2.3	1.4	1.8	2.3	4.8	9.5	9.6
2005	1.8	0.5	1.8	2.0	1.9	1.9	4.9	10.6	9.3
2006	2.9	3.2	2.2	2.3	1.8	1.9	5.4	9.8	9.2
2007	3.1	2.6	2.3	2.3	2.3	1.6	5.3	8.4	8.3
平均	2.9	1.6	2.3	1.6	1.5	1.6	5.4	8.7	9.6

来源：HM Treasury, Pocket Databank, September 2nd 2008.

从表 1 的宏观经济指标数据中可以看出，在布莱尔执政的十年期间，英国经济在国民生产总值增长、通货膨胀以及失业率方面表现良好，平均经济增长率为 2.9%，而同期法国为 2.3%，德国仅 1.6%。国民生产总值的持续增长使英国在其欧洲经济强国中的地位得以稳固，同时创下了英国近 200 年来最长的持续增长纪录。2005 年，因油价上涨、贸易保护主义抬头等全球经济环境因素，英国的经济增长率仅为 1.8%，但这只是暂时的增幅回落，其 2006 年国民生产总值迅速增长到 2.9%，居世界第五位。近十年来，英国的通胀率始终保持稳定的低水平，是欧洲通货膨胀率最低的国家之一。虽然 2001 年的“9.11”事件和 05 年至 07 年的石油价格上涨等因素给西方主要工业国家经济带来很大冲击，出现了不同程度的经济衰退和失业率、通胀率上升，而英国在本次金融危机爆发之前仍处于平稳增长的态势。

同时，英国经济向知识经济的转型明显快于其它欧洲国家。根据经合组织统计，英国在知识密集型服务业中表现良好，尤其是在文化创意产业、通讯及高科技行业方面。文化创意产业和高科技行业占据了英国出口的大量市场份额。经合组织的数据表明，英国是世界上知识密集型行业占有率最大的国家之一，其知识

密集型行业占其经济总增加值的 41%。从中可以看出知识经济对英国经济增长的重要性。

布莱尔在贸工部的创新报告的前言中说道：“我们要把英国变成一个全球经济的知识俱乐部，不仅要赢得世界级科技发现的声誉，更要在将知识转化为新的有利润的产品和服务方面有所作为”（DTI 9）。

二 文化创意产业和信息通讯技术的发展

（一） 文化创意产业对英国经济的贡献

英国有欧盟国家中最大的文化创意产业部门。文化创意产业在其经济生活中占有重要地位，并逐渐成为全球文化创意经济的领跑者。文化创意产业作为英国知识经济中最有活力的一部分，其近年来的成功发展大大推动了英国经济增长。

从对国民生产总值的贡献率来看，目前英国的文化创意产业占国民生产总值的 7.9%，这一比例远远超过加拿大、美国、澳大利亚和法国。1999 年至 2007 年期间，英国文化创意产业平均年增长率达到 6%，比英国整体经济增长速度高出一倍多。同时，文化创意产业产品和服务的出口已成为英国对外贸易的重要组成部分。2005 年，英国文化创意产业出口总额达 146 亿英镑，占总出口额的 4.5%(ONS, “Trade,” 23)。相比于其他国家，英国可谓世界最大的文化产品出口国，其 2002 年文化产品出口额为 85 亿美元，超过了同期出口额为 76 亿美元的美国。从这些数字中可以看到，文化创意产业产品和服务的出口对于英国外贸有着举足轻重的作用，在不断扩张的国际创意产品和服务市场中为英国带来巨大商业利益。同时，文化创意产业成为英国最大的就业部门。随着创意企业的大量涌现，其相关从业人员从 1997 年的 160 万人增长到 2007 年的约 200 万人，平均增长率为 2%(ONS, “Labour,” 12)。

（二） 信息通讯技术对英国经济的贡献

作为知识经济的一个重要组成部分，信息通讯技术代表二十一世纪的顶尖技术，影响着各国的经济发展、人们的日常生活和工作等方方面面。信息通讯技术在英国应用广泛，提供信息和通讯技术服务的企业众多，主要包括电子产品的设计制造。在欧洲，英国的信息通讯技术部门发展最为迅速，结合其高素质的技术人员和创新科技，英国已成为全世界投资商拓展业务的理想的选择地。

信息通讯技术的发展对英国经济增长的贡献主要表现在以下三个方面：

第一，信息通讯技术生产行业，包括信息通讯产品、软件和计算机的生产销售对国民生产总值和总增加值的直接贡献。自从 1992 年以来，英国信息通讯技术部门所产生的总增加值逐年递增，以移动通讯行业为例，2003 年移动通讯行业对英国国民生产总值的贡献率达到建筑业贡献率的一半，与石油天然气开采业基本持平。移动电话销售收入只是该部门总收入的一部分，而诸如音乐下载、上网、彩铃等服务所产生的附加值在总收入中则占更大比重。该行业的生产效率是全国平均水平的三倍，所产生的巨大效益有力推动了英国整体经济的增长。

第二，对其它行业的间接影响，即企业应用信息通讯技术后所产生的额外效益。英国国家统计局 2002 年和 2003 年的数据表明，制造业中应用电子信息技术的企业生产效率明显高于未应用该技术的企业，服务业也表现出同样的趋势 (ONS 45)。多数生产效率高的企业都具有多种电子信息系统，包括发货、结算以及客户服务系统。信息通讯技术的应用使其能够更有效的了解客户需求，获取更多的商业利润。

第三，刺激电子商务的发展。英国国家统计局 2001 年对 9000 家企业的调查结果表明，有 6% 的交易是通过网络完成的，销售额达 1618 亿英镑 (Rowlatt 23)。随着信息技术的发展，电子商务因其方便快捷的特性受到越来越多消费者的推崇。同时，电子商务可以减少企业物流和人力成本，提高企业运营效率。

三 英国文化和信息产业发展的动力因素

1. 创新的传统

英国文化自身就蕴含着创意思维的因素，表现为对个性和原创性的推崇。英国的原创性和创意设计备受认同。当今世界上许多改变生活方式的重要发明均源自英国：文字短信、喷气引擎、一级方程式赛车、虹膜辨认技术及世界上首例克隆羊等等，全都出自英国发明家之手。万维网之父蒂姆·伯纳斯-李、苹果主设计师乔纳森·埃维都是在这种创意文化中成长的。他们的成功说明英国的创意产业对新思维和新技术有很强的接受能力。

回顾英国经济发展史，18 世纪上半叶，英国通过改良土壤、培育良种、采用新的耕作方式、使用新农具、开凿沟渠、灌溉排涝等，实现世界范围内的首次

农业革命。接下来，以无数新发明为代表的英国工业革命改变了经济历史前进的方向。1851 年，第一届世界博览会在英国伦敦的海德公园举办，英国参展商所陈列的几乎全部是工业品，而外国展商则基本是农产品或手工品。第一届世博会宣告英国进入工业时代，英国成为世界上第一个工业国家，也是最富强的国家。

因此，知识经济在英国的蓬勃发展其内在动力来源于其富于创新意识的传统文化。而今，随着互联网等信息技术雨后春笋般的发展，英国企业的成功更多的是由想象力和创意促成，进而推动英国经济的发展。另外，英国创意产业从业人员在争夺市场份额上有着天然的优势。他们生活在一个多元化的社会，用全球通用的语言——英语来生产和销售创意产品及服务。

2. 消费者的需求变化和草根文化的兴起

随着消费者收入和受教育水平的提高，对个性化产品和服务的需求不断增加。1997 年到 1998 年间，英国人用于文化创意产品的家庭消费的支出开始超出食品消费，此后，英国家庭收入用于电影、视频游戏、戏剧音乐、表演以及网络的消费比例不断上升。因此，市场需求特点的变化成为文化创意产业生存和发展的基础。

另外，英国文化创意产业的发展与英国草根文化的兴起有着不容忽视的内在联系。草根文化，是相对于御用文化、殿堂文化而言的，是萌芽并生长于民间，没有经过主流文化意识疏导和规范，没有经过社会精英加工改造，充满着乡土气息，蕴含着丰富的生活内涵的原生态文化(刘洋 48)。草根文化大行其道，使消费者的消费需求发生了变化。随着电脑普及程度的提高，人们用电脑更方便，上网更加便捷，可以更自由地抒发内心。在这样一个时代，除了物质需求，消费者的自己构思、自我表达，凸现自我存在的精神需求更加强烈。于是诸多公司的“草根策略”在互联网中浮出水面。YouTube 功成名就于草根娱乐，该网站成立于 2005 年的情人节，是一个以视频分享为纽带的用户关系网站。YouTube 背后掩藏的是庞大的新媒体及创意产业金矿，其中包括了网络出版、发行，甚至是电子商务。

3. 政府的扶持政策

近年来英国知识经济的发展与政府积极的推动政策密切相关。英国政府的推进措施主要集中在支持文化创意产业从业人员技能培训、加大对科技创新的投入等方面。

第一，注重对文化创意产业的整体与系统研究。英国对文化创意产业进行了大量的基础研究。英国文化传媒与体育部 1998 年出版的《出口：我们的隐性潜力》研究了文化创意产业的出口政策与做法；该部门又于 1999 年发布了《创意产业：区域规模》研究了创意产业的区域发展模式；2001 年政府绿皮书《文化及创意：未来的十年》从教育培训、扶持个人创意及提倡创意生活三个方面，研究如何帮助公民发展及享受创意；2004 年，英国文化传媒与体育部在《创意产业经济估算》中对创意产业产出、出口、就业等数据进行了统计，同时介绍了产业的发展现状。这些研究为英国政府制定创意产业政策提供了完整的信息支持，从而保证了政府产业政策的有效性、连贯性、一致性。

第二，对教育和艺术的投入。英国成为世界知识经济大国的另一个重要因素就是英国教育成功地培养了大量创新人才，以及政府对艺术的投资。自从 1997 年新工党上台后，政府一直倡导建立“学习型社会”。布莱尔的教育政策在推动知识经济发展方面起到了至关重要的作用，因为“从知识中提取价值只能通过对有知识的劳动力的使用来实现”（Rikowski 7）。英国政府大力支持创意产业职业培训，鼓励艺术学院的发展，以培养更多的专业人才。

第三，加大对科技创新的投入力度。创新是英国经济长期发展的引擎，被英国政府列为五大促进生产力发展的因素之一，贸工部认为创新是“国家未来财富创造的关键”（DTI, par. 2）。对新知识、新创意的开发利用是创造高附加值产品和服务以保证英国经济持续发展的持久动力。同时，使英国在同其他国家竞争中处于有利地位。为了支持企业创新，英国近年来对所有公司的研究开发工作提供了税收优惠。从 2000 年起，中小企业符合条件的研发费用支出部分，可享受的税收减免额最高可达 150%；新创办的公司如放弃税收优惠，则可获得占符合条件的研发费用 24% 的现金退款（Bloom and Griffith 19）。

综上所述，近年来英国知识经济发展所取得的成就是由于英国自身文化传统、变化的市场需求，以及政府扶持政策等因素共同作用的结果。良好的外部发展环境、内在的创新思维和成熟的商业运作机制使英国文化创意产业占据大量国际市场份额，使其信息通讯技术的发展和运用走在其它欧洲国家的前列。

结论：英国的文化创意产业和信息通讯技术对于英国实体经济的增长发挥了重要的作用。占国民生产总值 7.9% 的文化创意产业是英国的重要经济部门，其高速发展得益于英国文化中的创新传统、市场需求以及积极的政府政策。而高附

加值的信息通讯技术部门无疑在国际竞争中为英国赢得了有利地位，拓展了发展空间。面对经济全球化的新挑战，英国政府选择了将文化创意和科技进步与经济发展有机结合，将文化和科学研究优势转化成市场化产品的发展模式。

然而在激烈的国际竞争环境中，英国知识经济的发展仍面临许多挑战。这些挑战主要包括国内新兴中小企业的投融资困境，技术人才短缺，以及来自中国、印度等发展中国家的竞争。尽管政府方面十年来已制定各种政策对中小企业投资创意产业加以扶植，但单纯依靠政府投资无法从根本上解决问题，必须充分展现创意企业的潜在商业价值以激发投资者的投资热情。只有政府投入与私营投资共同努力，才能迎来创意企业的大发展。对于企业而言，创新意味着持续稳定的增长；对于员工而言，创新意味着更高的技术水平和薪金待遇。目前英国企业面临与发展中国家的竞争，这些国家劳动力成本相对较低，因此英国企业只能通过技术创新来保持自身的强势地位。除了政府和企业应在科技和文化创新中发挥其应有的作用外，大学也日益成为科技和文化创新的基地。目前，英国大学主要肩负推进学术前沿、教授人们创新技能、国际科研交流合作等任务。英国政府已经认识到了大学在科技和文化创新中所起的关键作用，因此将大学放在其创新政策的首要位置，支持商业界与学术机构之间的合作，并鼓励商业界学会如何利用学校开发出创意产品。

英国政府对文化创意产业的重视以及正确的产业政策，促进了经济的发展。通过对英国知识经济状况的分析和探讨，我们可以在以下两个方面获得对我国有益的启示。第一，与英国相比，中国的文化创意产业起步较晚，与发达国家和地区有较大的差距，中国的文化创意人才和创意环境都有待提高。第二，中国应当把文化创意产业提升到国家战略产业的高度，制定有针对性的产业政策，制定促进文化创意产业发展的战略规划和行动计划。

参考文献

- 胡昌宇、陈晓律,“试析布莱尔工党政府的成功之道”。《南京大学学报》,2006年,第2期。
- 胡云超,“英国经济增长动力解析”。《欧洲研究》,2006年,第4期。
- 刘洋,“浅议草根文化”。《辽宁师专学报(社会科学版)》,2008年,第3期:48-49。
- 杨明明,“英国政府振兴经济的策略”。《全球科技经济瞭望》,1999年,第5期。
- “英国政府如何激励企业创新”。
- Bloom, Nick, Rachel Griffith and John Van Reenen. “Do R&D tax credits work? Evidence from an international panel of countries 1979-97” *Journal of Public Economics*. 1999, Issue No. 85.12-19
- Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD). Defining electronic commerce: A Discussion paper. Paris: OECD, 2000.
- Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD). The Knowledge-Based Economy: A Set of Facts and Figures. Paris: OECD. 7, 1999.
- Paul, David. “Economic fundamentals of the knowledge society.” *Policy Futures in Education*. Issue No. 1, 2003.
- Rikowski, Ruth. “Creating Value from Knowledge in the Knowledge Revolution.” *Information for Social Change*. Issue No. 20, 2004.
- Rowlatt, Amanda. “Measuring e-commerce: Developments in the UK.” Economic Trends Report. London: Office for National Statistics. Issue No. 575, 2001.
- United Kingdom. Department of Culture, Media and Sports (DCMS). *Creative Industries Mapping Document*. London, 1998.
- United Kingdom. Department of Trade and Industry (DTI). “Our Competitive Future: Building the Knowledge Driven Economy. ” *The 1998 Competitiveness White Paper*. London: Department of Trade and Industry, 1999.
- United Kingdom. Department of Trade and Industry (DTI). “UK Productivity

and Competitiveness Indicators 2006.” *DTI Economics Paper No. 17*. London: Department of Trade and Industry, 2006.

United Kingdom. Department of Trade and Industry (DTI). “Our Competitive Future: Building the Knowledge Driven Economy.” *The 1998 Competitiveness White Paper*. London: Department of Trade and Industry, 1999.

United Kingdom. HM Treasury. “Investing in Britain’s potential: Building our long-term future.” Pre Budget Report Cm 6984. London: The Stationery Office, 2006.

United Kingdom. HM Treasury. Science & Innovation Investment Framework 2004 - 2014. London: HM Treasury, 2004.

United Kingdom. Office for National Statistics. “International Trade in Services.” 2006.

United Kingdom. Office for National Statistics. “Labour Force Survey.” 2007.

United Kingdom. National Endowment for Science Technology and the Arts (NESTA). “Creating Growth.”
<http://www.nesta.org.uk/creating-growth-pub/>. Accessed on September 13, 2008.

United Kingdom. Department of Trade and Industry (DTI). “Science and innovation investment framework 2004-2014.”
http://www.hm-treasury.gov.uk/spending_review/spend_sr04/associated_documents/spending_sr04_science.cfm Accessed on July 10th, 2008.
http://www.governance.cn/governance_ceshi/1226/browarticle.php?wz_id=273