

对文化创意产业标准化战略的思考^{*}

谭玲, 华鹰

(重庆工商大学法学院, 重庆 400067)

摘要:标准具有技术与制度双重属性。文化创意产业要做到“文化和科技融合, 发展新业态、实现创意产业的规模化、集约化、专业化”, 政府和企业必须重视文化创意产业的标准化战略, 构建我国文化创意产业分类和统计标准、文化创意企业和聚集区分类标准、文化产品和服务的技术标准等三大类标准。文化创意产业的标准化作为一种超越产品、专利、品牌竞争的高层次竞争手段, 在其产业发展中的作用越来越重要。专利和品牌是对一种产品的垄断, 标准是对一个行业的垄断, 得标准者得天下。

关键词:文化创意产业; 标准化; 标准化战略

中图分类号:G124 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-0598(2014)01-0112-07

一、标准的构建与规模报酬递增之间的关系

(一) 标准是各种生产要素中最核心的生产要素

在知识经济时代, 经济全球化是一个必然的趋势, 中国企业必须学会“与狼共舞”。跨国企业之间的竞争, 已从传统的“拼规模、拼成本、拼质量、拼营销”演进到“拼标准”的至高境界, 而标准正是企业技术能力和成果的凝结, 是全社会共同遵守的法定的或事实的技术准则, 标准作为全球通用的技术语言, 在推动科技进步、保证可持续发展、规范市场经济秩序、促进贸易发展等方面具有不可替代的作用, 已成为经济全球化背景下提升国家竞争力的重要手段。谁掌握了标准的制定

权, 谁的专利技术成为标准, 谁就掌握了产业竞争的制高点和市场的主动权。目前业界广为流传的一句俗语:“三流企业卖苦力, 二流企业卖产品, 一流企业卖专利, 超一流企业卖标准”。该话简单通俗地阐释了产业分工的金字塔结构, 研发和掌握标准的企业处在金字塔的顶端, 是获取最丰厚的利润、控制产业命脉、主导产业发展的大赢家。

无数实践告诉我们, 技术标准正日益成为抢占高技术产业制高点的有力手段, 成为专利技术追求的最高体现形式, 更成为国家和企业核心竞争力的生产要素。标准既是技术主导的产物, 更是利益的载体, 基于谁的技术制定的标准, 谁就自然成为先行者。“得标准者得天下”, 已被高技术

* [收稿日期]2013-10-09

[基金项目]2012年中国国际人才交流基金会项目“中国文化产业立法研究”

[作者简介]谭玲(1990—), 女, 重庆市人; 重庆工商大学法学院2012级研究生, 主要从事法律社会学研究。

华鹰(1954—), 男, 江苏无锡人; 重庆工商大学法学院教授, 硕士研究生导师, 主要从事知识产权法研究。

产业界无数活生生的事实演绎得淋漓尽致, DVD产业如此, 中美围绕 WAPI(无线局域网鉴别与保密基本结构)的纠纷如此, 3G 三大标准之争同样如此。“技术专利化—专利标准化—标准垄断化”, 已成为国际上高技术公司不战而胜的经营秘诀。同时, 在发达国家用知识产权构筑的技术壁垒中, 标准也往往充当了最锐利的武器, 无论作为合理的贸易技术措施, 还是作为抬高门槛的贸易保护壁垒, 技术标准是维护国家利益和安全的基本手段。可以说, 标准已经成为各种生产要素中更高级、最核心的生产要素, 是企业在国内和国际竞争中绕不过去的一道“坎儿”。

(二) 标准等生产要素的投入与规模报酬递增

所谓规模报酬递增是指产量增加的比例大于各种生产要素增加的比例, 这一规律是美国经济学家罗伯特·索罗教授提出的“新经济增长理论”。在工业经济时代生产要素的核心是资本, 随着生产要素投入的不断增多, 生产的边际产量会下降, 导致规模报酬下降, 这就是经济学中的“规模报酬递减”规律。然而在知识经济时代, 生产的核心要素已经是知识和知识产权, 其中知识产权中的技术标准又是核心要素中的内核, 作为实践中科技成果的积累, 技术标准本身就是知识的集合, 知识所产生的外部性和溢出效应, 使得技术标准成为“活”的更高级生产要素。技术标准等知识产权要素的投入不再遵循规模报酬递减的规律, 而是遵循规模报酬递增的规律。如果当一种产品的市场规模足够大, 该产品含有的专利技术足够多, 而其中又主要是必要专利(核心专利)的情况下, 该产品的生产技术就越能成为新的法定标准和事实标准, 在本行业推广。企业就可以制定新的行业竞争规则, 从而获得更大报酬, 进而实现规模报酬递增。

(三) 标准形成的合法垄断与规模报酬递增

产业有完全竞争与不完全竞争之分, 事实上, 完全竞争的产业即使市场高度发达的西方国家的现实生活中也不多。因为完全竞争意味着企业对产品或服务的价格控制程度为零, 这种情况只能出现在金融市场、农产品市场等少数产业中。

现实中的多数产业主要的存在形式是不完全竞争, 这是因为: 第一, 当大规模生产出现规模效益降低成本时, 一个产业中的竞争者就会减少, 在这些条件下, 大企业就会比小企业以更低的成本进行生产, 而小企业只能以低于成本的价格销售, 因而无法生存。第二, 当出现“进入壁垒”时, 即政府的一些法律限制或出现新的技术创新时, 这对于许多其他企业来说进入该产业的成本太高而自然地被拒之门外。目前, 中国众多企业一起拼规模、拼成本, 最后依据“社会达尔文主义”弱肉强食, 适者生存。其整个产业竞争演变过程是一个规模报酬递减的过程。

如果法律限制(专利)和技术创新形成的合法垄断, 其产业的演变过程是一个规模报酬递增的过程。结果是合法的垄断不仅提高了企业利润, 而且反过来又促进了创新。在法律限制形成合法垄断方面, 重要的法律限制包括专利、准入限制, 以及技术标准和技术规范。目前, 发达国家有名目繁多的技术法规和标准, 其中, 只有一部分是与国际标准一致的, 当国外产品进入本国市场时, 不仅要求符合国际标准, 还要求与本国技术标准的要求一致, 只要有其中一项指标不符合, 就可以以质量不达标为由拒之门外。

二、我国文化创意产业存在“标准不一”和“标准缺失”问题

文化部 2007 年颁布的《文化标准化中长期发展规划(2007—2020)》指出, “文化领域的标准化是促进文化艺术与现代科技紧密结合、推动文化创新的重要技术保障, 是繁荣文化事业和发展文化产业的重要基础性工作”^[1]。文化创意产业在我国是一个新兴产业, 根据欧美和日本文化创意产业强国的经验, 其发展离不开文化创意产业的分类和统计标准; 文化创意企业和聚集区分类标准; 文化产品和服务的技术标准。目前我国在以上三大类标准的制定中出现比较混乱或者缺失的状态, 存在以下诸多问题, 制约了我国文化创意产业的发展。

(一) 缺乏统一的文化创意产业分类和统计标准

分类体系是文化创意产业发展的指南和导

向,是推动文化创新的重要基础性工作。当前文化创意产业特征已逐渐清晰,作用日益重要,但全国统一的分类和统计标准滞后。

1.新“国标”分类标准的缺陷

当前由于文化创意产业占据产业价值链的高端,因而被许多省市纳入经济发展战略,并期望在促进产业优化升级和经济增长方式转变方面发挥越来越大的作用,但是分类标准建设却严重滞后于文化创意产业发展。

我国2004年出台,2012年新修订的《文化及其相关产业分类》标准,其最大变化是调整了类别结构,放弃了原有文化产业统计体系中的“核心层、相关层、外围层”三个层次的分类,代之以“文化产品的生产活动、文化产品生产的辅助生产活动、文化用品的生产活动和文化专用设备的生产活动”四层次分类,其依据是按照文化产业链条的逻辑顺序排列。同时增加了文化创意、文化新业态、软件设计服务、具有文化内涵的特色产品的生产等内容和部分行业小类,使增加的内容更能适应我国文化产业发展的新情况和新变化,尤其是适应文化产业新业态的发展。删除的内容主要有:旅行社、休闲健身娱乐活动、教学用模型及教具制造、其他文教办公用品制造、其他文化办公用品机械制造和彩票活动等。新的文化产业统计标准重新强化和规范了文化产业统计,体现了“约束性”,有利于防范、扭转文化产业统计上的“各行其是”,遏制文化创意产业“泛化”及空洞化趋势。

笔者认为,新的分类标准仍然存在一定的缺陷,由于不是专门针对文化创意产业进行的分类,其十大类别中没有清晰的划分哪些是文化创意产业,而且很多大类或小类不能体现文化与创意、科技等深度融合的文化创意产业的特征,因此《文化及相关产业分类》仅有参考价值,不能作为对文化创意产业进行分类和统计的一个准确的标准。因此从国家层面来看,我国仍需要一个统一的文化创意产业分类标准和统计指标体系。

2.文化创意产业“地标”的不统一

目前对文化创意产业的概念、内涵、外延等的界定含混不清,各地对文化创意产业的理解也不

尽相同,统计口径不一,产业包含的内容五花八门。为了统计口径,北京、上海等地将“文化产业”改称“文化创意产业”,天津等地则将文化产业和创意产业并列提出,各地纷纷建立自己的文化创意产业或创意产业分类标准。

2006年,北京市出台了《北京市文化创意产业分类标准》,2011年5月又进行了修改。该分类标准界定的文化创意产业是:“以创作、创造、创新为根本手段,以文化内容和创意成果为核心价值,以知识产权实现或消费为交易特征,为社会公众提供文化体验的具有内在联系的行业集群。”^[2]其范围包括: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、艺术品交易、设计服务、旅游休闲娱乐和其他辅助服务等大门类。《北京市文化创意产业分类标准》较以前的文化产业范围有了很大区别,在保留文化同时,更加突出强调了文化创新的特性,增加了包括软件、计算机服务、专业设计等传统文化产业以外的科技创新活动内容。

2010年,上海在整合原文化产业和创意产业统计指标基础上,也制定了《上海市文化创意产业分类目录》,下分媒体业、艺术业、工业设计、建筑设计、网络信息业、软件与计算机服务业、咨询服务业、广告及会展服务、休闲娱乐服务、文化创意相关产业等10大类。从各地已经出台的文化创意产业或创意产业的分类“地标”来看,涵盖的内容各异。

“地标”不一,产生的后果是:第一,其分类融入了地方经济发展的因素,各具地方特色,但是这些分类没有在全国范围得到统一,以至于各省市之间的统计数据无法横向比较,不能准确反映我国文化创意产业现状,影响公共政策的制定和企业决策的执行。第二,由于各地方分类标准制定者立场不够中立客观,通常都局限于政策制定的角度,大多根据政府产业扶植、发挥优势产业的政策进行分类,与学术分类、市场分类、国际分类脱节,限制文化创意产业跨区域、跨国发展。

3.发展重点不明、水平难以测度

分类和统计标准的差异与不统一,将带来产业发展重点不明确、统计口径不一、地区间发展水

平不可测度等一系列问题,甚至出现为政绩需要“搭车注水”现象,影响了创意产业的健康发展,其表现形式主要有:

第一,难以真实描绘和反映文化创意产业发展的现状。一些企业虽然从事文化创意业务,但却无法在文化产业分类下找到相对应的企业代码,统计时无法计入文化创意产业统计范围,由于出现统计漏洞,地方政府在统计文化创意产业产值及占GDP比重时,出现统计口径和标准不一。导致各个地区之间各种相距甚远的统计版本并存,缺乏比较可信且具有可比性的文化创意产业统计数据,发展水平难以测度。

第二,各地对文化创意产业的认知比较混乱,以致很多市县无法准确把握当地文化创意产业发展的速度规模、结构类型和质量效益等情况,缺少科学决策的依据,直接影响了发展规划的制定、政策措施的实施和重点项目的建设。比如,占据产业价值链高端的设计业过去分散在一、二、三产业中,发展未引起足够重视。

第三,一些地方为了政绩去钻标准混乱、口径不一的空子。由于缺乏统一分类标准和口径,给一些地方把并不属于文化创意范畴的行业都作为文化创意产业发展的统计范畴、进行数据“注水”留下诸多漏洞。

因此分类标准的好与坏、科学与否,对于文化创意产业的发展十分关键。

(二) 缺乏统一的文化创意企业和集聚区认定标准

1. 动漫企业认定标准不适用于其他创意企业

2008年12月,文化部出台了《动漫企业认定管理办法(试行)》,该办法对动漫企业进行了分类,有效界定动漫产品,地方各级认定机构实施认定工作。2009年7月,财政部发布《关于扶持动漫产业有关税收政策问题的通知》,其实施采用《动漫企业认定管理办法(试行)》的认定标准和认定程序。2009年10月,北京市政府出台《北京市动漫企业认定管理工作实施方案》,启动了北京市对动漫企业认定工作,对动漫企业认定标准、认定程序、年审制度进行细化,引导该市动漫企业规范性发展,与地方财政实际接轨,提高政府政策

实施效率,保障实现专款专用。动漫企业的认定标准为其他文化创意企业认定标准提供了参考,但不能直接适用,分类制定全国统一的文化创意企业认定标准已经迫在眉睫。

目前,由于文化创意企业的认定标准不明确,各个省市出现不少企业借助大力发展文化创意产业的政策混入文化创意产业,谋取利益。有些企业进行自我标榜和伪装后也在争取各种项目资金和优惠政策,使得政府专项拨款利用率不高,政策倾斜起不到应有的作用,文化创意企业的自身定位并不能保证得到市场和政府管理部门的认可。有了统一的认定标准后,政府管理部门可以更好地识别文化创意企业,也可以帮助真正的文化创意企业申请项目,实现专款专用,提升城市文化竞争力,促进该产业的发展。

2. 缺乏统一的文化创意产业集聚区认定标准

目前我国多数省市制定了文化创意产业园区认定和管理办法,明确了其文化创意产业园区认定标准,对其规划、空间规模、定位、拥有自主知识产权数量、基础设施、公共服务体系、发展前景提出了标准。认定程序以及扶持管理办法做出了明确规定,引导产业发展。但是,我国各地政府对文化创意产业集聚区的认定标准不一致,给产业定位、战略选择等方面都带来诸多障碍。国家要大力扶持和发展文化创意企业,没有统一的园区认定标准,就很难实现政策扶持和倾斜的预期效果。

(三) 缺乏文化创意产品和服务的技术标准

文化创意产品、服务是科技和创意的结合,技术标准是对技术活动中需要统一协调的事物制定的标准,是文化创意企业进行生产技术活动的依据。国际标准组织(ISO)对技术标准的定义是:通过协商达成一致并由权威机构认可,对有关技术活动及其结果规定了共同的和重复使用的规则指南或特性,以便能在特定范围内获得最佳秩序。^[3]技术标准对文化创意产业起着促进作用,技术标准往往以包含技术内容和技术信息的文件的形式存在,因此在某种程度上有利于技术的扩散并为创意者设计文化创意产品、服务提供良好的基础。技术标准可以减少甄别产品的成本,从而在整体上提高效率。^[4]

技术标准是在一定的时代背景下出现的,而且伴随着技术的发展而发展。在传统产业里,由于技术的更迭缓慢,经济效益主要取决于生产的规模 and 产品质量,技术标准主要是为了保证产品的互换性和通用性。如今,对于文化创意产业来讲,经济效益更多地取决于文化产品的创意和知识产权,技术标准主要集中在技术含量高和附加值高的文化创意领域。这些技术标准都由一个技术体系所支撑,而且不仅是某一个国家的标准,往往是国际化标准、区域化标准或产业联盟颁布的标准。

目前我国文化创意企业还缺乏制定并掌控创意产品、服务技术标准意识。一是没有制定创意产品的技术标准,而是采用跟随策略。二是没有把创意产品的技术标准上升为法定标准或事实标准,以便更好地推广自己的技术标准,使其他企业的产品服从自己的技术标准,从而形成对市场的垄断。三是没有认识到在国际贸易中,制定并掌控创意产品的技术标准,可以有效突破技术性贸易壁垒设置的障碍,有利于我国文化创意产品参与国际市场的竞争。

三、对我国文化创意产业标准化战略的建议

文化创意产业标准化战略是对文化创意产业标准化工作的总体谋划,它包括战略目标、实施内容、政策措施等。建立、完善文化创意产业标准化体系是个渐进过程,而文化创意产业分类标准、文化创意企业和集聚区认证标准、文化创意产品及服务技术标准的制定,是当前帮助创意企业与国际市场接轨,使其获得具有较强竞争力和技术支撑的基础性工作。

(一) 制定统一的文化创意产业分类和统计标准

随着文化创意产业的蓬勃发展,建设适应发展形势的分类和统计体系,对于准确把握产业发展速度规模、结构类型和质量效益等情况,以及制定相关政策、引导推动产业快速发展具有十分重要的作用。国家标准也应顺势而变,建立科学统一的文化创意产业概念、范畴以及分类和统计体系。

文化创意产业不是传统意义上文化产业,它更强调创意和创新。过去文化产业主要是面对消费者提供的最终消费品,而创意产业包括设计业等一部分生产性服务业,提供的是中间产品。文化创意产业不应是简单的“文化产业+创意产业”,而是更突出文化产业的“上游化”和“高端化”,是核心竞争力。随着文化创意产业新业态不断出现,设计服务作为占据产业链高端的产业,应该纳入文化创意产业范畴。英国在世界上最早提出发展创意产业,并将工业设计、服装设计、建筑设计等设计服务纳入创意产业范围。除设计服务,还应将软件设计开发等近年来蓬勃发展的新兴产业纳入文化创意产业的分类范围。纳入文化创意产业范围的行业必须具有“文化创意”元素,不能看似搭边就往里面装。

2012年国家统计局新修订的《文化及其相关产业分类》,由于不是专门针对文化创意产业进行的分类,其十大类别中没有清晰地划分那些是文化创意产业,而且很多大类不能体现文化与创意、科技等深度融合的文化创意产业的特征,笔者认为应该在《文化及其相关产业分类》中清晰地划分出文化创意产业的分类及细分;或者单独制定一个《文化创意产业分类标准》。

制定标准时应该明确区别于文化产业、创意产业,体现出文化与科技结合的创意特点。在确定文化创意产业分类的同时,应明确并留有适当的弹性调整空间,建立完整的文化创意产业分类统计评估体系,及时准确地分析研究和跟踪监测产业发展情况,制定产业发展重点和目标,完善相关政策措施提供给决策者以量化的科学依据。^[5]

在具体分类的时候,应采取开放式列举的方式,根据分类标准将我国文化创意产业进行统一分类,不能和其他产业产生边境模糊。统一的分类将使得我国文化产业发展规划和各地文化产业发展政策的制订更有针对性和有效性,统计数据更加科学、准确,使得全国各地产业发展经验和教训具有横向比较的价值。具体操作上,可以借鉴联合国教科文组织的《文化统计框架—2009》的分类方法,在定义和覆盖范围上可与其衔接。

(二) 制定文化创意企业和集聚区的认定标准,明确识别度

规范文化创意企业与集聚区的认定标准,将有助于规范创意群体,提高财政资金的使用效率,减少项目审批的工作量,提高政府对文化创意产业的管理效率。应针对不同类型的文化创意企业,制定和完善不同的认定标准。

1. 制定统一的文化创意企业认定标准

文化创意产业要跨区域、迈向国际化平台,应该制定统一的企业认定标准。制定统一的企业认定标准,可以根据文化创意产业的分类,设计不同类别企业的认定标准。关于《文化创意企业认定管理办法》的框架设计可以分为以下四章内容。第一章为总则部分,指明该规范性文件的制定目的,明确文化创意企业的定义和类型;第二章明确文化创意企业管理部门和各类型企业认定标准;第三章为文化创意企业基本认定程序和特殊程序;第四章为附则。认定标准应结合各类企业实际情况,经过充分调研论证后明确标准,同时要使得认定标准具有前瞻性,指引将来可能会出现的其他类型的文化创意企业的认定。文化创意企业认定之后,紧接着就是政策的支持,形成“产业+标准+政策”的模式。在文化创意企业认定标准理清后,还需要进一步规范完善集聚区的认定标准和评审标准。

2. 制定国家层面的集聚区认定标准

制定全国范围内统一的集聚区基础认定标准,应该分为硬件标准和软件标准两个部分。硬件标准包括:面积、基础设施、资金投入、对入驻企业的优惠政策等。软件标准包括集聚区发展方向、对历史资源的开发、集聚区文化、创意环境、人才培养等。采取统一规定,出台基础认定标准。国家层面基础认定标准的制定对于各省市制定其集聚区的具体认定标准起到一个统领的作用。同时,一些文化创意产业发展相对薄弱的地区可以援用此认定标准,以引导该地方文化创意产业的走向。

3. 制定地方集聚区的认证标准

各个城市具有不同的文化创意产业发展特色,有各自的特色产业集聚区。比如,北京“798”

艺术区、天津凌奥创意园区、福建闽台文化创意园、江苏东方一号创意园区等,以上集聚区曾荣登2012年文化创意产业总榜前十。根据国家文化创意产业集聚区的基础认定标准,制定地方层面的集聚区认定标准,明确识别度对创意产业发展至关重要。以北京市为例,在“十一五”期间,共认定了中关村创意产业先导基地等30个市级的文化创意产业聚集区。近五年来,这些聚集区发挥各自的优势,积极探索,认真实践,在各个方面取得了长足的发展。比如,清华科技园,在规模上,清华科技园入园企业总数超过1000家,其中涉及文化创意类的企业400多家,骨干企业150余家。在品质上,清华科技园被业界认为是入住企业质量上佳,增值体系完善的科技园之一。^[6]

在统一基础上制定个性化的集聚区认定标准主要体现在集聚区硬件标准上,由于各省市经济发展不均匀,其集聚区的硬件标准(面积、基础设施、资金投入、担保方式、对入驻企业优惠政策)就可能有所不同。建立在统一基础上的个性化的集聚区认定标准,并不意味着带有地方行政保护色彩,而是兼顾了各经济区域发展的差异性。

(三) 制定创意产品的技术标准,得标准者得天下

在知识信息经济迅速发展的今天,技术标准正逐渐成为经济全球化竞争的重要手段,在“技术专利化——专利标准化——标准垄断化”的全球技术许可战略中,谁掌握了标准的制定权,谁的技术成为主导标准,谁就掌握了市场的主动权。实施文化创意产业标准化战略的核心在于产品和服务的技术标准。

文化创意产品技术标准发展具有两大趋势:一方面技术标准逐渐成为产业竞争的制高点。技术标准的竞争,就是对未来产品、未来市场和国家经济利益的竞争,甚至涉及国家之间文化软实力的角逐。另一方面,技术标准与专利技术密不可分,对于文化创意产业来说,经济效益更多地取决于技术创新和知识产权,技术标准逐渐成为专利技术追求的最高体现形式。

文化创意企业应根据产品的创意或者其专利技术,制定出创意产品的技术标准,并积极向标准

化管理机构申报,经认可后上升为法定标准,从而向全国推行该技术标准。同时,该技术标准也应积极向国际化标准机构申报,经过认可后上升为国际标准,从而向全世界推行该技术标准,使该技术标准的产品在国际市场中占有一席之地。此外,那些未上升成法定标准,但被市场认可、厂家认可、制造商和消费者认可的标准在实际中也普遍存在,凡是得到市场广泛认可、用户认同的技术标准,即使不是最优标准,但仍可以成为“事实上的技术标准”而垄断该技术领域,实现规模报酬递增。因此文化创意企业制定技术标准,或者是参与标准制定,可以充分地了解标准,进而获得竞争优势。技术标准的推广不会限制创新,它们之间的关系是相互促进的。企业采用别人技术标准,需要向技术标准制定者缴纳相关专利、技术等费用。采用该技术标准的企业获得技术支持,从而节约了技术研发的成本,结合文化创意产生新的产品打入市场,成为新的有力的市场竞争者。

综上所述,文化创意企业努力提高原始创新和集成创新能力,更多地掌握具有自主知识产权的核心技术和创意产品,积极组织、参与国内外技术标准的制定,才能拓宽自身生存与发展空间,增强国际竞争力。因此,文化创意产业的标准化战略,

作为一种超越产品、专利、品牌竞争的高层次竞争手段,在其产业发展中已发挥出越来越大的作用。专利和品牌是对一种产品的垄断,标准是对一个行业的垄断,得标准者得天下。

[参考文献]

- [1] 文化部关于印发《文化标准化中长期发展规划(2007—2020)》的通知[EB/OL].http://www.ccnt.gov.cn/sjzz/jykjs/jkdt/200708/t20070806_43019.html.
- [2] 北京文化创意产业分类标准[EB/OL].<http://c.chinavisual.com/2011/05/04/c76251/>.
- [3] ISO/IEC. The consumer and standards: Guidance and principles for consumer participation in standards development [EB/OL].(2003)[2012-12-13].www.iso.org/iso/standardsandconsumer.pdf.
- [4] 毕勋磊.技术标准的影响与形成的述评[J].技术经济与管理研究,2013(1):36-40.
- [5] 华鹰.重庆市文化创意产业立法研究[J].重庆行政,2011(2):49-51.
- [6] 黄欢.北京文化创意产业集群化现状及发展[J].重庆交通大学学报(社会科学版),2008(5).

(责任编辑:杨睿)

Reflection on Standardization Strategy for Cultural Animation Industry

TAN Ling, HUA Ying

(School of Law, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, China)

Abstract: In order to “integrate science and technology”, to develop new-type industries and to realize large scale, intensification and specialization of animation industry for cultural animation industry, the governments and the enterprises must emphasize the standardization strategy of cultural animation industry. The standardization of cultural animation industry, as a high-level competitive method for the competition transcendence of products, patent and brand, plays more and more large role in its industrial development. Patent and product are the monopoly of a kind of products, standard is the monopoly of a industry, as a result, the enterprises which own the standard dominate the market.

Key words: cultural animation industry; standardization; standardization strategy