

【引文格式】王琳,常久,张晓哲,等.中医药图书馆开展文化创意开发的模式与机制探讨[J].中国中医药图书情报杂志,2021,45(5):1-5.

• 专题论坛 •

# 中医药图书馆开展文化创意开发的模式与机制探讨

王琳<sup>1</sup>, 常久<sup>1</sup>, 张晓哲<sup>1</sup>, 孙宏<sup>1</sup>, 张晶<sup>1</sup>, 吴长青<sup>2</sup>, 潘艳丽<sup>1</sup>, 李海燕<sup>1\*</sup>

1. 中国中医科学院中医药信息研究所, 北京 100700; 2. 国家药品监督管理局药品审评中心, 北京 100022

**摘要:** 文章阐述了中医药图书馆从事文化创意开发工作的必要性, 全面分析了目前中医药文化创意开发模式、账务处理模式、人才激励模式及知识产权保护等方面面临的困境及原因, 提出应多部门联合出台中医药领域文化创意开发指导意见, 建立中医药行业文化创意联盟, 利用知识产权授权与社会力量深度合作, 加强知识产权保护等解决策略, 以期为中医药文化创意的行业发展及主管部门顶层设计提供参考, 助力中医药文化创意事业步入加速发展期。

**关键词:** 文化创意开发; 中医药; 图书馆; 体制机制

中图分类号: R2-03; G124 文献标识码: A 文章编号: 2095-5707(2021)05-0001-05

DOI: 10.3969/j.issn.2095-5707.2021.05.001

开放科学(资源服务)标识码(OSID):



## Discussion on the Mode and Mechanism of Development of Cultural and Creative Products in TCM Libraries

WANG Lin<sup>1</sup>, CHANG Jiu<sup>1</sup>, ZHANG Xiao-xi<sup>1</sup>, SUN Hong<sup>1</sup>, ZHANG Jing<sup>1</sup>, WU Chang-qing<sup>2</sup>, PAN Yan-li<sup>1</sup>, LI Hai-yan<sup>1\*</sup>

(1. Institute of Information on Traditional Chinese Medicine, China Academy of Chinese Medical Sciences, Beijing 100700, China; 2. Center for Drug Evaluation, National Medical Products Administration, Beijing 100022, China)

**Abstract:** This article expounded the necessity of TCM libraries to engage in the development of cultural creativity, comprehensively analyzed the difficulties and causes in the development mode, accounting management mode, talent incentive mode and intellectual property (IP) protection of TCM cultural and creative development, and put forward some solutions, such as multi-sector joint introduction of cultural and creative development guidance in the field of TCM, the establishment of cultural and creative alliance in TCM industry, the use of IP authorization and deep cooperation with social forces, and the strengthening of intellectual property protection, in order to provide ideas for the development of TCM cultural and creative industry and the top-level design of the competent department, and help TCM cultural and creative industry enter an accelerating development period.

**Key words:** development of cultural and creative products; TCM; libraries; system and mechanism

文化创意是以文化为元素, 整理相关学科, 利用不同载体构建的再造与创新的文化现象。随

着中华传统文化创意产业日渐蓬勃, 中医药作为中华传统文化之一, 具备完整的理论体系, 开展中医药文化创意既可以深度挖掘中医药内涵, 又可以传播弘扬中华优秀传统文化, 增强民族自信和文化自信, 中医药文化创意走入了更多文创产业人的视野。然而, 我国中医药文化创意事业发展仍处于初级阶段, 存在发展规模小、文化内涵挖掘层次浅、

基金项目: 中国中医科学院基本科研业务费自主选题 (ZZ140303)

第一作者: 王琳, E-mail: hyukie\_lin@126.com

\*通讯作者: 李海燕, E-mail: li\_haiyan@126.com

专业人才缺乏的问题<sup>[1]</sup>。面对同质化现象严重的文化创意市场,中医药文化创意产品市场竞争力明显不足。

## 1 中医药图书馆开展文化创意开发的必要性

### 1.1 中医药文化创意是中医药传承创新发展和文化传播的有效形式

中医药经过几千年的发展,已经具有浓厚的中华民族传统文化底蕴和内涵,是传统文化的一部分。近年来国家层面出台的多项文件均明确指出,中医药文化是中华优秀传统文化、中华文明的有益组成部分,应予以大力弘扬。中医药文化创意产品作为中医药文化的载体之一,有助于通过有形实体让广大人民群众认识并认可中医药理念和文化,传承中华文明,进一步增强文化自信、民族自豪感。为进一步贯彻落实《中共中央 国务院关于促进中医药传承创新发展的意见》<sup>[2]</sup>,2021年7月7日,国家中医药管理局、中央宣传部、教育部、国家卫生健康委员会、国家广电总局联合印发《中医药文化传播行动实施方案(2021—2025年)》<sup>[3]</sup>,明确“加强中医药文化时代阐释。运用群众喜闻乐见、易于接受的现代化表达形式,创作一批面向不同受众的中医药文化作品,对中医药文化内涵理念进行时代化、大众化、创新性的阐释”这一重点任务,为该项工作的开展再注一针“强心剂”。

### 1.2 中医药文化创意产品是中医药图书馆馆藏资源与中医药文化的有机融合

中医药图书馆作为汇聚中华文化内涵元素、记录中医药文化流传的具体机构,珍藏宝贵的、数量巨大的中医药古籍资源,当仁不让地成为让“书写在古籍里的文字都活起来”<sup>[4]</sup>、深度挖掘中华优秀传统文化内涵的主体机构,在中医药文化创意开发工作中扮演重要角色。将深藏古籍中的中医药文化利用好、继承好、发扬好、创新好,考验着图书馆工作者的中医药文化底蕴与前瞻视野。

## 2 中医药图书馆开展文化创意开发的困境

目前,中医药图书馆开展文化创意开发尚处于起步阶段,除自身中医药文化资源梳理不足、受众对象定位不明确、市场需求把握不准确、跨领域复合型人才不足、开发运营模式不熟悉等问题以外,由于政策层面缺乏针对中医药文化创意开发的具体指导意见,开展单位受困于自身事业单位体制机制,在摸索践行中医药文化创意开发工作中多有受阻,在很大程度上影响了其文创工作的顺利开展。

### 2.1 体制属性限制开发模式的多途径探索

目前事业单位属性的中医药图书馆进行文化创意产品开发的模式主要有3种,分别是行业内合作开发、知识产权授权(以下简称“IP授权”)开发及独立开发。

2.1.1 行业内合作开发 指联合行业内机构共享营销渠道、设计理念及专业人才等优质资源,通过高效协同,有效避免行业内文创产品同质化、无序化开发。国家图书馆牵头成立“全国图书馆文化创意产品开发联盟”,便是通过行业内协作,全面提升了116家加盟公共图书馆的品牌影响力和市场影响力<sup>[5]</sup>。

2.1.2 知识产权授权开发 指以“知识产权”作为授权交易对象,由知识产权所有者授权他人使用的权利,以换取对方履行某种形式的承诺或支付某种费用<sup>[6]</sup>。《我在故宫修文物》《国家宝藏》等大批文化创新类电视节目便是故宫博物院等单位通过IP授权电视媒体的产物,借助电视媒体受众广、传播快的优势,掀起了观看热潮,民众文化自信得到了有效提升。中医药图书馆凭借其馆藏的大量珍贵古籍资源、事业单位背景的社会公信力等,应纳入IP范畴。IP授权模式随着目前政策的提倡,呈现良好的发展态势。

2.1.3 独立开发 指图书馆自主研发,自负盈亏,包括组建文化创意产品研发组织、资金投入、人员构成、技术、产品设计、生产、流通、销售等过程<sup>[7]</sup>。此种开发模式可由开展单位完全掌握主导权,保证古籍等资源的合理利用而不被过度开发。为坚持“事企分开”,主要由开发单位下属的二级企业开展,如国家图书馆成立的北京国图文化发展有限公司、国家博物馆成立的国博(北京)文化产业发展中心等,全权负责文化创意产品的设计开发、推广销售等市场化运作工作。但依据《关于事业单位分类的意见》<sup>[8]</sup>规定,从事公益服务的公益一类事业单位明确不得从事经营活动,公益二类事业单位在确保公益目标的前提下,可依据相关法律法规提供与主业相关的服务,但开展单位也多因文化创意开发工作与其公益性质相违背而存在政策风险或超范围提供服务风险,迟迟无法实质性地迈出以企业形式开展文化创意工作的步伐,导致自主开发模式无法真正实现。

### 2.2 账务处理模式亟待明确

中医药图书馆开展文化创意工作的资金收入主要有以下2种模式:一是出版社、文化公司申请IP

授权,图书馆获得版权费;二是独立或合作形式开发、销售中医药文化创意产品所得销售收入。

根据《事业单位财务规则》<sup>[9]</sup>规定,事业单位收入包括财政补助收入、事业收入、上级补助收入、附属单位上缴收入、经营收入及其他收入六类。而公益一类事业单位由于不得从事生产经营活动,将中医药文化创意产品所得纳入经营收入显然与现行规定相违背。如若作为上缴财政收入,虽然上缴资金可能会返还部分,但在现行的预算方式下,为控制预算支出总额,实际上财政可能会用返还的收入抵扣下年的预算,导致下年财政拨款收入减少<sup>[10]</sup>。对于公益二类事业单位来说,虽然按照收入分类,可将文化创意收入归入经营收入处理,但也存在当不能提供明确文件规定如何处理文创收入时,被财政、审计等相关部门认定为不符合规定的潜在风险。以上情况均在一定程度上影响了事业单位开展文创探索的积极性与主动性。

### 2.3 人才激励模式有待突破

中医药图书馆的文化创意开发工作无论是前期的馆藏资源梳理、创意构思,中期合作开发,还是后期宣传推广,都需要图书馆在职人员投入大量的时间与精力,特别是对于取得明显成效的中医药文化创意产品开发,应通过相应人员激励机制予以鼓励。如何合法合规地对文化创意开发人员进行合理激励,是中医药图书馆需要在文化创意开发机制中解决的问题。

### 2.4 知识产权保护策略有待完善

中医药文化创意开发的知识产权保护主要包括对馆藏古籍资源再利用的完整性保护、对已开发完成文化创意产品的知识产权保护2个方面。在数据时代下,如何减弱或消除创意的易获性、可复制性,从而对文化知识创意进行保护,也是在中医药文化创意开发过程中不可回避的问题。

## 3 《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》对中医药文化创意开发的启示

2016年5月,国务院办公厅转发原文化部等部门《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》<sup>[11]</sup>(下文简称《意见》),通过推行一系列支持政策和保障措施,“盘活”了大量文博单位的文化资源,掀起了“新国潮”,同时也带动了周边旅游、餐饮、纪念品等大批产业,其在体制机制方面的探索获得了一定经验。

中医药图书馆馆藏大量具有深厚学术价值的中

医药古籍善本,依据2001年原文化部发布的《文物藏品定级标准》<sup>[12]</sup>可判定为可移动文物,部分珍贵善本甚至可依标准定级为国家一级文物。因此笔者认为,中医药图书馆虽不能明确归类为文化文物单位享受《意见》支持政策,但其与文化文物单位具有相同文物性质的藏品及公益类事业单位的属性,因而可充分汲取、借鉴《意见》在体制机制方面的实施经验,结合中医药行业特点,探索中医药文化创意开发之路。

### 3.1 开发模式

《意见》提出“要依托馆藏资源,结合自身情况,采取合作、授权、独立开发等方式开展文化创意产品开发。文化文物事业单位要严格按照分类推进事业单位改革的政策规定,坚持事企分开的原则,将文化创意产品开发与公益服务分开,原则上以企业为主体参与市场竞争。允许试点单位通过知识产权作价入股等方式投资设立企业,从事文化创意产品开发经营”。但调研情况表明,由于缺乏多部门联动机制等诸多问题,该项政策的实际执行情况不尽如人意。研究显示,截至2019年年底,31家省级公益一类试点单位中,在《意见》出台后成立公司2家,注销公司1家,《意见》出台前成立并保留下来的公司9家,一直没有成立公司的试点单位19家(占61%)<sup>[13]</sup>。部分试点单位尝试到当地工商部门咨询兴办企业事宜,工商部门均以“机关事业单位不得兴办企业”政策为由拒绝了相关请求<sup>[14]</sup>。

### 3.2 账务处理模式

《意见》指出“文化创意产品开发取得的事业收入、经营收入和其他收入等按规定纳入本单位预算统一管理,可用于加强公益文化服务、藏品征集、继续投入文化创意产品开发、对符合规定的人员予以绩效奖励等”。但文化文物事业单位在实际执行中遇到诸多问题,需要中医药领域相关部门在制定政策时予以进一步细化考虑。如明确文化创意收入的入账归类,目前的入账归类有事业收入、经营收入、上缴财政资金等,入账形式混乱<sup>[10]</sup>。

### 3.3 人员激励模式

《意见》指出“文化创意产品开发取得明显成效的单位可适当增加绩效工资总量,并可在绩效工资总量中对在开发设计、经营管理等方面作出重要贡献的人员按规定予以奖励”。该政策是针对事业单位人员激励机制很好的探索,但该政策与事业单位现行的“不得突破核定的绩效工资总量发放津贴补

贴或奖金”的政策规定相矛盾, 财政及审计部门在年度审计过程中认为奖励资金原则上属于违规发放补贴<sup>[10]</sup>。且人力资源和社会保障部等相关部门对于《意见》中增加单位绩效工资总量的做法并不认可<sup>[13]</sup>, 因此《意见》针对人员的激励政策无法真正落地兑现。

#### 4 解决策略

##### 4.1 汲取经验, 出台中医药文化创意开发指导意见

4.1.1 多部门联合发力, 打造中医药文化创意开发“全链条”扶持政策 中医药文化创意开发工作的顺利开展, 需要在中医药主管部门牵头下, 联合相关多部门, 在充分考虑开展单位属性、体制机制特点、人员管理模式等前提下, 制定中医药文化创意开发指导意见。要充分征求、吸纳财政部、发展和改革委员会、人力资源和社会保障部、文化主管部门、工商主管部门等意见, 统一口径, 通过顶层设计, 打通链条“最后一公里”, 使扶持政策真正落地。通过多部门配合制定的中医药文化创意发展配套政策, 推动中医药文化创意事业早日步入加速发展期。

4.1.2 明确资金管理分配模式 目前, 对开发文化创意产品与事业单位的公益性质是否相违背, 业界持有诸多不同意见。笔者认为, 国家博物馆的做法值得学习, 即要树立正确的文化产业“非盈利”经济观, 强调非营利机构不等于没有盈利, 非营利经营的关键在于如何保证优惠条件所得“盈余”转化为再发展的新资源<sup>[15]</sup>。

大多数中医药图书馆事业单位目前主要执行的是政府会计制度, 实行收支两条线管理制度。同时按照《政府非税收入管理办法》<sup>[16]</sup>之规定, 对非税收入也实行收支两条线管理。非税收入指除税收以外, 由各级国家机关、事业单位、代行政府职能的社会团体及其他组织依法利用国家权力、政府信誉、国有资源(资产)所有者权益等取得的各项收入<sup>[16]</sup>。中医药图书馆利用古籍资源进行中医药文化创意开发, 属于对国有资产的有偿使用范畴, 因而其收入应按照收支两条线管理。

中医药图书馆开展文化创意产品开发, 首要目标并非通过销售产品获利, 而是将中医药文创产品作为媒介, 持续助推作为中华文明宝库“钥匙”的中医药的传导功能。因此, 可将中医药文创产品归类为非税收入统一上缴财政收入, 在不扣除上缴单位下年资金预算的前提下, 按比例返拨经费至上缴

单位。同时放宽对财政返还资金的使用限制, 规定可直接用于本单位中医药文化创意开发的再投入。在与事业单位属性不相冲突的前提下, 为中医药图书馆文化创意事业的顺利开展持续注入动力。

##### 4.2 主管部门牵头, 建立中医药行业文化创意联盟

由主管部门牵头在行业内建立文化创意开发联盟, 凝聚文化、创意、宣传等方面人才, 系统梳理各联盟成员单位的优势中医药文化资源, 共享研发理念, 降低生产、宣传成本, 激活行业发展动力, 形成中医药文创产品开发合力, 重点突破当前中医药文化创意开发规模小、机构分散、文化内涵挖掘层次浅的现状。

##### 4.3 利用知识产权授权与社会力量深度合作

近年来, IP 授权凭借其跨界合作带来的低成本、低风险、高流量的优势, 已成为当今国内推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展的重要方向<sup>[17]</sup>。以国家图书馆为例, IP 授权是其开展文创开发工作的重要渠道<sup>[15]</sup>。通过签署正式合同将部分馆藏资源授权给出版社、文化公司设计制作经营, 产出书籍或产品由出版社或文化公司经销, 图书馆获得版权费, 该方式同时也降低了图书馆自主开发带来的产品滞销风险。

中医药图书馆也应打开思路, 在注重自身知识产权保护、保证资源合理利用的前提下, 充分利用自身馆藏古籍、文物资源进行 IP 授权, 与社会力量深度合作, 进行中医药文化创意产品的开发, 打造中医药文化优质产品。远期通过 IP 授权跨界合作, 突破中医药与不同社群间的文化壁垒, 通过裂变传播的强大扩散力, 引发巨大的社群共振<sup>[18]</sup>, 打开中医药文化传播新局面。

##### 4.4 加强知识产权保护

笔者认为, 加强知识产权保护应从 2 个方面入手。一方面是进一步建立健全政策法规。虽然近年来我国文化创意产业知识产权治理从一元化逐渐走向多元化, 多部门配合下协同治理的趋势逐渐形成, 政策主题逐渐丰富, 但仍存在政策聚合度低、政策体系不完善等问题<sup>[19]</sup>。美国作为当今文化创意产业发达的国家之一, 其管理方式可给予我国借鉴。美国政府部门为保护文化产业版权专利, 在国会图书馆下特别设立了版权管理办公室, 专门负责版权纠纷、专利申请、版权核对等工作。此外, 还成立了专门的版权监督和保护管理工作小组, 以适应版权产业的发展<sup>[20]</sup>。另一方面, 积极运用“区块

链”等新兴技术,利用其高度可追溯性、时间戳、去中心化、灵活性等特点,在中医药文化创意知识产权保护抄袭行为防范、知识产权界限厘清、知识产权交易平台建设、智能知识产权授权合约签署等方面发挥重要作用。

## 5 小结

中医药图书馆开展中医药文化创意工作具有得天独厚的资源优势,但由于体制机制等相关问题,在探索发展过程中受到一些影响。中医药文化创意领域亟待多部门联合出台具体指导意见,明确相关政策及扶持措施,破解体制机制困局,更好地为中医药“传承精华、守正创新”保驾护航。同时,以中医药图书馆为代表的中医药相关从业机构也应当在文化创意工作中深入挖掘,大胆创新,积极探索适合中医药文化创意事业的特色发展之路。

## 参考文献

- [1] 王玮娇,张洪雷.中医药文化产业特点、现状与发展路径辨析[J].中国医药导报,2020,17(6):140-143,148.
- [2] 新华社.中共中央 国务院关于促进中医药传承创新发展的意见[EB/OL].(2019-10-26)[2021-06-26].[http://www.gov.cn/zhengce/2019-10/26/content\\_5445336.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2019-10/26/content_5445336.htm).
- [3] 国家中医药管理局,中央宣传部,教育部,等.国家中医药管理局 中央宣传部 教育部 国家卫生健康委 国家广电总局关于印发《中医药文化传播行动实施方案(2021—2025年)》的通知[EB/OL].(2021-06-29)[2021-07-07].[http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-07/07/content\\_5623103.htm](http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-07/07/content_5623103.htm).
- [4] 新华社.习近平在联合国教科文组织总部的演讲(全文)[EB/OL].(2014-03-28)[2021-06-06].[http://www.xinhuanet.com/politics/2014-03/28/c\\_119982831\\_3.htm](http://www.xinhuanet.com/politics/2014-03/28/c_119982831_3.htm).
- [5] 毕滕予.“IP”视角下图书馆文创产品宣传推广策略研究——以国家图书馆为例[J].河南图书馆学刊,2021,41(1):82-85.
- [6] 赛丹杰,格里高利·巴特斯比.品牌授权原理(授权商版)[M].朱晓梅,吴尘,译.北京:清华大学出版社,2017:3.
- [7] 田利.图书馆文化创意来源及产品开发模式研究[J].图书馆研究,2018,48(6):95-99.
- [8] 中华人民共和国中央人民政府.中共中央 国务院关于分类推进事业单位改革的指导意见[EB/OL].(2011-03-23)[2021-07-24].[http://www.gov.cn/gongbao/content/2012/content\\_2121699.htm](http://www.gov.cn/gongbao/content/2012/content_2121699.htm).
- [9] 中华人民共和国中央人民政府.中华人民共和国财政部令(第68号)[EB/OL].(2012-02-07)[2021-07-22].[http://www.gov.cn/flfg/2012-02/22/content\\_2073876.htm](http://www.gov.cn/flfg/2012-02/22/content_2073876.htm).
- [10] 吴红梅.公益一类博物馆文创产品收入的账务处理与分配使用问题探讨[J].行政事业资产与财务,2020(8):94-95.
- [11] 中华人民共和国中央人民政府.国务院办公厅转发文化部等部门关于推动文化文物单位文化创意产品开发若干意见的通知[EB/OL].(2016-05-11)[2021-05-16].[http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-05/16/content\\_5073722.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-05/16/content_5073722.htm).
- [12] 文化部.文物藏品定级标准[EB/OL].(2001-04-09)[2021-05-16].[http://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/zcfg/bmgz/202012/t20201204\\_905269.html](http://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/zcfg/bmgz/202012/t20201204_905269.html).
- [13] 刘栋.博物馆文创产品开发经营体制机制问题研究[J].中国博物馆,2020(3):57-62.
- [14] 田利.关于图书馆开展文创工作的理性思考[J].图书馆工作与研究,2017(2):9-13.
- [15] 赵大堂,曹菁菁,朱默迪,等.我国古籍文创产品开发现状调研报告——以古籍元素研发的实体文创为中心[J].古籍保护研究,2019(1):141-180.
- [16] 财政部.财政部关于印发《政府非税收入管理办法》的通知[EB/OL].(2016-03-09)[2021-05-09].[http://www.gov.cn/gongbao/content/2016/content\\_5086359.htm](http://www.gov.cn/gongbao/content/2016/content_5086359.htm).
- [17] 张立朝.公共图书馆文化创意产品开发中的优质IP培育研究——以国家图书馆为例[J].图书馆,2021(2):96-100,113.
- [18] 安妮塔·埃尔伯斯.爆款:如何打造超级IP[M].杨雨,译.北京:中信出版集团,2016:5-47.
- [19] 黄国群,庞媛.我国文化创意产业知识产权政策文本量化分析[J].科技创业月刊,2021,34(3):81-86.
- [20] 易华,玉胜贤.文化创意产业商业模式创新动力分析[J].现代管理科学,2016(2):90-92.

(收稿日期:2021-07-25)

(修回日期:2021-08-08;编辑:魏民)