

城市文化
研究丛书

文化产业的 集聚发展

从创意集群到
文化空间

花建◎等著

A very important subject >>

Reshaping the Pattern of Cultural Production >>

A World Increasingly Filled with Images, Sound, Texts and Symbols >>



AUTHOR: HUA JIAN

CREATIVE CLUSTER
AND CONGLOMERATION
DEVELOPMENT OF
CULTURAL INDUSTRY

上海人民出版社

城市文化
研究丛书

文化产业的 多项发展

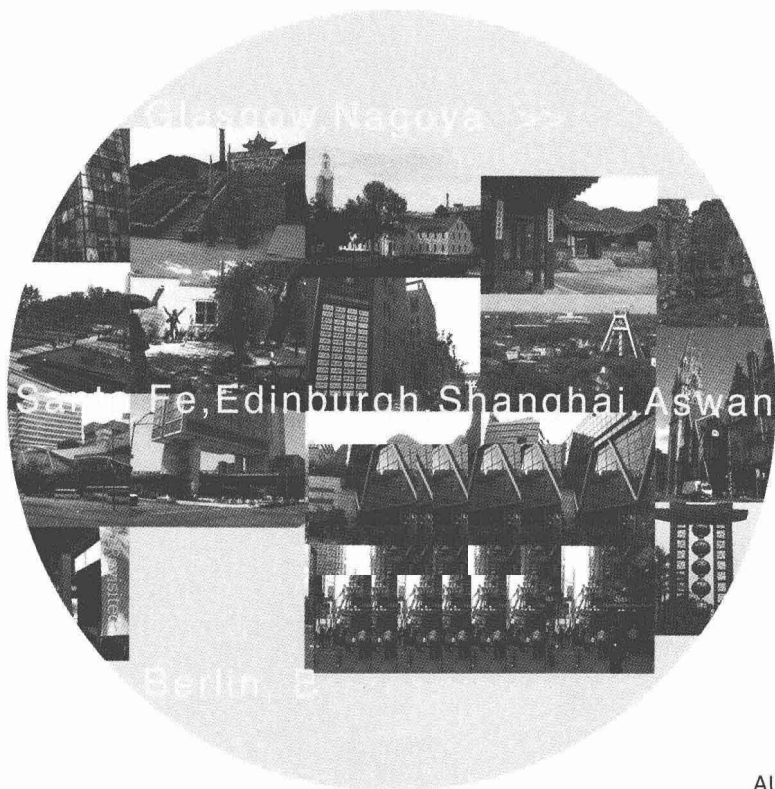
A very important subject >>

Reshaping the Pattern of Cultural Production >>

文化空间

A World Increasingly Filled with Images, Sound, Texts and Symbols >>

花建◎等著



AUTHOR: HUA JIAN

CREATIVE CLUSTER
AND CONCLUSTER TION
DEVELOPINDUS OF
CULTURAL INDUSTRY

上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

文化产业的集聚发展/花建等著. —上海: 上海
人民出版社, 2011

(城市文化研究丛书)

ISBN 978 - 7 - 208 - 10459 - 4

I. ①文… II. ①花… III. ①文化产业—研究
IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 254692 号

组稿编辑 齐书深

责任编辑 孙 莺

封面设计 范昊如

· 城市文化研究丛书 ·

文化产业的集聚发展

花 建 等著

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

上海商务联西印刷有限公司印刷

开本 720 × 1000 1/16 印张 15 插页 2 字数 264,000

2011 年 12 月第 1 版 2011 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 208 - 10459 - 4/G · 1484

定价 29.00 元

序 言

埃德娜·多斯桑托斯

(联合国贸易发展会议创意经济项目总监)

21 世纪第二个十年间,“文化产业的集聚发展与创意集群”是一个在全球范围内具有广泛意义和实践指导作用的重要课题。

全球一体化给全世界的人带来了巨大的变化。在一个日益被图像、声音、文本和符号充斥的世界,文化产品制造、消费和交易的整体模式正在被重塑。

从 21 世纪初以来,数字化技术大大压缩了人类之间的空间距离,服务和应用方面的创新扩大了信息交流网络,同时影响了信息接收模式和用户行为。这也为创意产品提供了巨大的潜力,吸引创意阶层把理念、知识和技能转变成为在国内和全球市场上流通的商品和服务。

在这样的背景下,创意、文化、经济与技术之间的交互作用,表现为创造和运用智力资本的能力,具有创造收入、扩大就业、传承遗产和增加收入的潜力,同时,能够促进社会凝聚力、文化多样性和人类的发展。

正因如此,创意产业的集聚发展,可以促进企业、社会和文化的互动。从全球看,这个理念被应用到了具有不同文化传统和发展水平的城市中——从作为老工业地区的英国格拉斯哥和德国鲁尔,到具有悠久民间文化传统的哥伦比亚波帕扬和中国的上海与成都。文化产业的集聚发展与创意集群正在促进信息流动和创新潜力,许多城市正在显示出越来越多元化的经济活力。虽然面对许多挑战,但是归根结底,它有利于全球各个城市和城镇的人们,开发包括音乐、电影、文学、民俗和美食在内的丰富文化遗产,利用数字化技术和全球市场的便利,创造各种经济发展的模式,为人类文明发展提供可持续发展的动力。

我很高兴多年来与花建教授的交往,多次与他就创意经济的发展有过深入交流。花建教授作为国际文化产业和创意经济的著名学者,在中国和世界多个城市

从事过文化和创意产业的研究和实践,而且卓有成就。他曾经领导团队,完成了中国成都和上海申报联合国教科文组织创意城市的申请报告,并且获得成功。这次,他领导团队完成了研究专著《文化产业的集聚发展——从创意集群到文化空间》,分析了大量案例,指出在全球化、数字化技术和人类文化多样化的背景下,创新是文化产业的集聚与创意集群发展的根本动力。我很高兴看到这一成果,并且希望他将来为创意产业的发展作出更多的贡献。

Preface

Edna dos Santos-Duisenberg

Chief, Creative Economy Programme

UNCTAD-United Nations Conference on Trade and Development

Creative Cluster and Conglomeration Development of Cultural Industry is a very important subject. Research in this area covers a broad topic with a practical application, since it can provide guidance for policy-makers around the world during the second decade of the 21st century.

Globalization and connectivity are new realities that have brought profound changes in lifestyles worldwide. This is reshaping the pattern of cultural production, consumption and trade in a world increasingly filled with images, sound, texts and symbols.

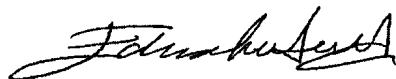
From the beginning of 21st century, digital technology greatly reduced physical distance between human beings. Expansion in the reach of communications networks has been accompanied by innovations in services and applications, influencing adoption patterns and user behavior. This also provides a huge potential for creative production to become more attractive for the creative class to transform ideas, knowledge and skills into creative goods and services for national and global markets.

In this context, the interaction between creativity, culture, economics and technology, expressed in the capability to create and apply intellectual capital, has the potential to generate income, jobs and export earning while at the same time promoting social cohesion, cultural diversity and human development.

For this reason, creative cluster and conglomeration development of cultural industry can facilitate interaction between the business, society and culture. From a global perspective, this concept has been used by cities with different levels of development and cultural traditions, from old industrial cities such as Glas-

gow in England and Ruhr and Essen in Germany to cities with a rich folk art tradition such as Popayan in Colombia and Shanghai and Chengdu in China, creative cluster and conglomeration development of cultural industry promotes flow of information and creativity. These cities are showing more diversified economic activity. Although faced with many challenges, creative cluster and conglomeration development of cultural industry are of great benefit to cities and towns engaged in developing rich cultural heritage in areas like music, film, literature, folklore and even gastronomy. By taking advantage of digital technology and global markets, these creative clusters can facilitate different modes of economic activities and promote a more inclusive and sustainable development for our civilization.

I had the pleasure of meeting Prof. Hua Jian some years ago and in several occasions we have thoughtful in-depth discussions around the development dimension of the creative economy. As a well-known scholar of international cultural industries and creative economy, Prof. Hua Jian engaged in fruitful research and practice of cultural and creative industries in a number of cities in China and around the world. He successfully led a team to write the application report and helped the Chinese cities of Chengdu and Shanghai entering the UNESCO Creative Cities Network. Now he and his team completed the research monograph: *Creative Cluster and Conglomeration Development of Cultural Industry*. This book includes a large number of cases and emphasizes that in the era of globalization, digital technologies, cultural diversity and innovation are the driving force of creative cluster and conglomeration development of cultural industry. I am delighted to see this great achievement and hope that Prof. Hua Jian will continue making valuable contributions to move ahead the research agenda around the creative industries in the future.



Edna dos Santos-Duisenberg
Chief, Creative Economy & Industries Programme
UNCTAD / CNUCED - Palais des Nations
CH 1211 Geneva 10 - Switzerland
Tel: (4122) 917 5779 / 5735
Fax: (4122) 917 0044

文化产业的集聚发展,是当代文化产业发展的一个前沿研究领域。它不但涉及文化产业的基础范畴和理论,而且涉及充满变化而丰富多样的实践领域,向研究者、投资者和经营者提出把握事实、提炼规律、指导实践的重大课题。

文化产业的集聚发展指的是在一个特定的区域内,以一个主导产业为核心,吸引大量彼此产业联系密切的企业群和相关服务机构在空间上集聚,从而形成可持续的竞争优势的现象。各种形态的文化产业和创意经济集聚区是它们的物质载体,规范化的文化产业和创意经济园区是它们的管理形态,而文化产业的集群则是它们发展的高级形态。文化产业的集聚发展,不是一个固定的模式和僵化的目标,而是一个集聚动力、整合要素、创新业态、联动辐射的动态过程,会经历一个从初级到高级、不断递进的过程。

文化产业集聚发展是产业集聚普遍规律的一种表现,是在 100 多年来产业集聚发展的基础上衍生出来的。从 19 世纪 60 年代开始,产业集聚就随着工业革命而逐步出现,直到知识经济时代,它还在不断更新发展。产业集聚形成的根本原因在于集聚效益可以给区域内的企业带来较高的投资回报,资源禀赋是产业集聚区形成的最初诱因,利用各地区的资源优势,强化创新优势,已经成为产业集聚区的基本动力。而产业集聚规律体现在文化产业领域中,又由于文化产业的商业运作、人文内涵、知识网络三元合一的特点而更加丰富多彩,变化多端。

只要文化产业在不断发展,产业集群发展及其多种形态就始终在发挥作用,就永远有存在的必要,关键是它们怎样才能在文化产业的成长规律、价值规律、组织规律这三个方面和不同的发展阶段上,起好引领和示范的作用,真正达到“产业之川常流,集聚之势常生,集群之花常开”的境界。而文化产业集聚发展,不会局限于某一种业态模式,而是应该根据国际市场、技术支持、地区资源、管理能力等多方面的条件,特别是数字化、网络化、全球化的发展潮流,不断探索新的生态、业态和形态,在创新中开辟集群发展之路。

本专著从 21 世纪全球文化产业和创意经济的广阔视野中,结合中国文化产业
发展所提出的重大课题,研究国内外大量的产业实例和实证分析,提炼了文化产业
和创意经济集聚发展的八大规律,旨在为当代文化产业和创意经济的集聚发展,提
供一个前瞻性的研究大视角,同时贡献一组可操作的方法和智慧。

序言:埃德娜·多斯桑托斯	1
导言	1
一、国家软实力的集中代表——文化产业集群的崛起	1
(一) 基本概念的辨析	1
(二) 产业集聚的演进	5
(三) 产业集聚的动力	7
(四) 文化产业的属性	9
(五) 文化产业集群的崛起	12
(六) 文化产业集聚发展的当代潮流	18
(七) 中国文化产业集聚发展的使命	22
二、实体园区与虚拟网络结合——数字化时代的集聚规律	27
(一) 知识经济时代的创新要求	27
(二) 生生不息的内部动力结构	30
(三) 虚实结合的产业集聚形态	35
(四) 创意的集聚和全球的网络	39
(五) 非园区型的产业振兴基地	45

三、依托产业链的组合与延伸——板块组合的规律	53
(一) 产业链与产业集聚的联系	53
(二) 以设计研发为起点的产业集聚	58
(三) 以生产和流通为起点的产业集聚	62
(四) 以会展服务为起点的产业集聚	67
(五) 产业链与价值链相适应的产业集聚	70
四、地缘条件与环境优化——区位选择的规律	75
(一) 产业集聚的区位优势	75
(二) 产业集聚依托科技基地的优势	80
(三) 产业集群依托中心城市的优势	85
(四) 产业集聚利用中小城市的资源	89
(五) 产业集聚结合乡镇的特色	93
五、推动新型的城市化——产业集群与社区新生的规律	99
(一) 新城市化、创意阶层与社区再造	99
(二) 高端融合的城市活力区	104
(三) 园区建设与“心件”	106
(四) 艺术园区与社区重建	108
六、嵌入世界的产业链——参与国际产业分工的规律	119
(一) 国际文化产业的分工趋势	119
(二) 建立良好的动力机制	123
(三) 建立国际产业网络的节点	126
(四) 知识溢出与能量扩散	133
七、小球撞大球——产业集聚与联动的规律	139
(一) 产业集聚与产业联动	139
(二) 旅游演艺与园区开发相结合	141
(三) 影视节庆与观光体验相结合	149
(四) 美食文化与创意经济相结合	154

八、文化组合与活化空间——空间再造的规律	161
(一) 再造新的空间	161
(二) 时尚创意与变现流通	167
(三) 以院校为园区的智核集聚	171
(四) “知识溢出”的要素集聚	174
九、产业提升与文化引导——产业升级的规律	179
(一) 越界拉动与体验经济	179
(二) 从全产业链条到品牌整合开发	186
(三) 从低碳环保开发到嫁接创意产业	190
(四) 从低端观光向中高端休闲的提升	193
十、迎接挑战与后来居上——中国文化产业集聚发展的战略对策	199
(一) 面向未来的前瞻视野	199
(二) 集聚发展的总体态势	201
(三) 存在的弱点和面对的挑战	203
(四) 前瞻战略和对策设计	208
参考文献	218
后记	222

图表目录

- 表 1.1 国际文化产业集聚发展的若干标志性事件 13
- 表 1.2 研究创意产业集群的四个关键视角 18
- 图 1.1 文化产业的三元合一属性 10
- 图 1.2 文化产业发展的三大规律 11
- 图 1.3 文化产业集群在三个发展阶段的不同作用 12
- 图 1.4 全球主要文化产业集群 16
- 图 1.5 洛杉矶的影视娱乐产业集群 17
- 图 1.6 全球文化市场规模及其复合增速 19
- 图 1.7 经合组织国家文化产业对 GDP 的贡献率(1998—2004) 20
- 图 1.8 全球文化产业所占份额 20
- 图 1.9 英国创意产业各部门增加值的逐年增长情况(2001—2004) 21
- 图 1.10 伦敦泰晤士河边的一个创意产业集聚区 22
- 图 1.11 中国文化产业增加值和占 GDP 的比重(2000—2009) 23
- 图 1.12 主要国家文化产品出口与 GDP 相关性 25
-
- 表 2.1 文化和创意产业集聚发展所需要的资源环境 29
- 表 2.2 蒙大拿州按行业类别划分的创意企业集群机构、雇员与劳动力
(2001 年) 32
- 表 2.3 迪斯尼公司组织结构 43
- 图 2.1 文化产业集聚发展需要的产业环境 30
- 图 2.2 文化产业集群的内部结构 31
- 图 2.3 美国蒙大拿州创意产业集聚于西南部城市 32
- 图 2.4 美国蒙大拿州创意产业集群的发展机制 34
- 图 2.5 灵活组合的好莱坞电影娱乐产业集群 37
- 图 2.6 好莱坞的影视娱乐产业集群 37
- 图 2.7 迪斯尼总部管理架构与四大核心产业板块 41

- 图 2.8 非园区型的文化产业振兴基地 46
- 图 2.9 中国国际动漫游戏博览会单日游客接待量增长示意图 47
- 图 2.10 中国国际动漫游戏博览会的目标层次 48
- 图 2.11 动漫游戏产业振兴基地的四重网络系统 49
- 图 2.12 中国国际动漫游戏博览会的服务平台 51
- 表 3.1 彼得·德鲁克提出的七种创新来源 62
- 图 3.1 文化产业与创意经济的同心圆模型 54
- 图 3.2 设计时尚创意的价值量与产业链 55
- 图 3.3 在价值链的不同区段集聚的文化产业集群 56
- 图 3.4 香港数码港:发展数码娱乐服务业 60
- 图 3.5 香港数码港的数码媒体中心 61
- 图 3.6 平洲玉器城产业升级示意图 64
- 图 3.7 南海平洲玉器街:从玉器加工业走向玉文化产业 66
- 图 3.8 2009 年和 2010 年的香港动漫电玩节海报 73
- 表 4.1 2009 年上海创意产业园区的发展概况 88
- 图 4.1 5C:创意成果和四种资本 77
- 图 4.2 智慧地球的趋势和智慧城市的功能 79
- 图 4.3 各经济集团在创意产品全球市场中的份额 81
- 图 4.4 张江公共文化服务中心 82
- 图 4.5 张江文化产业园区 15+15 孵化服务 83
- 图 4.6 张江文化产业园的上海版权交易中心 84
- 图 4.7 上海创意产业增加值和增幅的变化 86
- 图 4.8 上海创意产业从业人员和人均效益的增长 86
- 图 4.9 圣达菲居民在住宅中开设的艺术品商店 91
- 图 4.10 圣达菲的民俗艺术博物馆 92
- 图 4.11 1993 至 2006 年 14 年间入驻宋庄艺术家增长趋势图 95
- 图 4.12 陈村花卉世界中经过创意加工的精品罗汉松 97
- 图 5.1 知识经济背景下专业人士集群的联系 101
- 图 5.2 名古屋“设计之都”的发展道路 103
- 图 5.3 日本六本木新城的中庭 104

图 5.4	六本木新城的榉木大道	105
图 5.5	欧洲文化之都的分布	111
图 5.6	柏林艺术家人数的增长情况	113
图 5.7	“埃森矿业同盟”被联合国教科文组织列入世界文化遗产名录	116
表 6.1	英国扶持创意产业的政策框架	123
表 6.2	布拉德福德建设“电影之都”的动力机制	125
表 6.3	布拉德福德面向未来的三年行动计划	129
图 6.1	布拉德福德从纺织工业城市成功地转型为世界电影之都	121
图 6.2	布拉德福德培育本土电影产业的路径	122
图 6.3	获得奥斯卡多项大奖的电影《贫民窟里的百万富翁》	127
图 6.4	布拉德福德举办的国际电影节	131
图 6.5	上海多媒体产业园的大厅	135
图 6.6	上海多媒体产业园的公共服务平台	136
表 7.1	五大社会群体对“印象·刘三姐”的满意度指数	145
表 7.2	“印象·刘三姐”对阳朔县旅游产业的拉动	145
表 7.3	韩国文化产业园区的主要特点	150
图 7.1	“印象·刘三姐”——全球第一个大型常年山水实景演出项目	142
图 7.2	张艺谋漓江艺术学校的师生正在排练新剧目	144
图 7.3	“中华泰山·封禅大典”演出场景	147
图 7.4	韩流:影视拍摄与旅游观光相结合的韩国民俗村	153
图 7.5	成都美食的特产资源分布	156
图 7.6	成都美食体系的四大要素	157
图 7.7	成都未来城市规划	158
图 7.8	成都市可持续发展的产业结构	160
表 8.1	深圳、深圳华侨城、深圳华侨城东部工业区的改变及其相互影响	164
表 8.2	深圳华侨城东部工业区与 OCT-LOFT 华侨城创意文化园的比较	166
图 8.1	英国创意产业各部门出口总值的增长情况(2001—2004)	167
图 8.2	佛山陶瓷创意产业园中具有千年历史的南风古灶	169
图 8.3	文化创意产业园以时尚、趣味、变现来吸引要素集聚	170
图 8.4	佛山陶瓷创意产业园主要板块	171

图 8.5 纽约曼哈顿 38—40 街区域(时装设计师园区和“55 蜂巢”就在它附近) 176

图 8.6 环同济建筑设计产业带 177

图 9.1 现代设计不断上升的层次空间 181

图 9.2 罗得岛州帕邱克特市艺术娱乐区 182

图 9.3 帕邱克特市艺术娱乐区:艺术机构和文化活动的集聚区 183

图 9.4 西埃德蒙顿商厦:娱乐商业活力组团 185

图 9.5 广东顺德民营企业开发的“大自然”牌动漫地板和家庭装饰材料 187

图 9.6 上海花园坊节能环保产业园(上海首批示范性创意产业集聚区) 190

图 9.7 花园坊三级产业集聚模式 192

图 9.8 旅游产品的金字塔结构 193

图 9.9 由纽约的废弃铁路桥改造而成的空中花园 195

图 9.10 空中花园凌空穿越曼哈顿西区的旧工业大厦群 196

表 10.1 中国与其他国家的城市化水平比较 200

表 10.2 2005 年发展中经济体中十大创意产业和服务的出口国家和地区 202

表 10.3 文化产业集聚发展问卷调查的分布地区 204

表 10.4 各地对文化产业集聚发展提出的问题 204

表 10.5 中国文化产业集聚发展问卷调查中的建议关键词统计 207

图 10.1 各地对文化产业集聚发展提出的问题 204

图 10.2 上海创意产业集聚区开发“五变三不变”政策 209

图 10.3 文化产业集聚发展的服务平台 210

图 10.4 上海国际文化服务贸易平台——东方国际文化贸易中心 211

图 10.5 良渚玉文化产业园形成研发、交易和展示的综合集聚区 213

图 10.6 世界文化遗产——柬埔寨吴哥窟中著名的四面雕像 215



一、国家软实力的集中代表

——文化产业集群的崛起

(一) 基本概念的辨析

文化产业的集聚发展,是当代文化产业发展的一个前沿研究领域。它不但涉及文化产业的基础范畴和理论,而且涉及充满变化而丰富多样的实践领域,向研究者、投资者和经营者提出把握潮流、提炼规律、指导实践的重大课题。我们在研究文化产业集聚发展的时候,需要对基本概念作一个总体的梳理。

1. 文化产业的集聚发展

联合国教科文组织认为:“文化产业就是按照工业标准,生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动”,即从文化产品的工业标准化生产、流通、分配、消费的角度进行界定。文化产业“连接了无形的文化内容创作、制造与商品化过程。这些内容通常受著作权法保护并可以采用产品或者服务的方式”^①。文化产业的集聚发展指的是在一个特定的区域内,以一个主导产业为核心,吸引大量彼此产业联系密切的企业群和相关服务机构在空间上集聚,从而形成可持续的竞争优势的现象。各种形态的文化产业集群区是它们的物质载体,规范化的文化产业园区是它们的管理形态,而文化产业的集群则是它们发展的高级形态。文化产业的集聚发展,不是一个固定的模式和僵化的目标,而是一个动态的过程,会经历一个从初级到高级、不断递进和发展的阶段。

^① 联合国贸易和发展会议等五大机构联合编写:《创意经济报告 2008》,三辰影库出版社 2008 年版(它的新版本:UNDP & UNCTAD, *Creative Economy Report 2010*)。