



Cultural Creative
Industry

北京文化创意产业 集群效应研究

李朝鲜 方燕 等著



经济科学出版社
Economic Science Press

北京市属高等学校人才强教深化计划项目（PHR2009050

北京市教委重点项目：北京文化创意产业集群效应研究（S

北京市属高等学校创新团队建设与教师职业发展计划项目—

价格波动研究（IDHT20130505）

北京市哲学社会科学首都流通业研究基地

科研基地建设—科技创新平台—大数据背景下农产品流通中食品安全

政策研究PXM2015_014213_000039

北京文化创意产业 集群效应研究

Cultural Creative
Industry

李朝鲜 方燕 等著



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

北京文化创意产业集群效应研究/李朝鲜等著. —北京:
经济科学出版社, 2015. 5

ISBN 978 - 7 - 5141 - 5701 - 7

I. ①北… II. ①李… III. ①文化产业 - 产业发展 -
研究 - 北京市 IV. ①G127. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 085475 号

责任编辑: 刘怡斐

责任校对: 杨 海

责任印制: 邱 天

北京文化创意产业集群效应研究

李朝鲜 方 燕 等著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京万友印刷有限公司印装

880 × 1230 - 32 开 8.5 印张 260000 字

2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 5701 - 7 定价: 40.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

前 言

文化创意产业是区域经济与产业融合发展的新载体，是现代服务业的高端组成部分。在现今世界，文化创意已经不再仅仅存在于理念之中，而是逐渐转变为有着巨大经济效益的现实产业。文化创意产业在全球的兴起和鼎盛发展已经成为一个基本的事实和发展趋势。目前，文化创意产业已经成为许多国家和地区新的经济增长点和支柱产业。特别是在党的十七届六中全会中提出的“文化大发展大繁荣”的时代背景下，我国的文化创意产业进入了快速发展时期。“十二五”规划中指出了“转方式、调结构”的经济发展方针，给知识密集型、资金密集型的绿色产业——文化创意产业带来了勃勃生机。党的十八届三中全会也指出，要建设社会主义文化强国，增强国家文化软实力，应进一步深化文化体制改革；要完善文化管理体制，建立健全现代文化市场体系，构建现代公共文化服务体系，提高文化开放水平。这也是继党的十七届六中全会将文化发展提升到战略高度后，国家对文化战略的具体要求。

按照国际经验，当国家的人均 GDP 达到 5000 美元时，居民的消费对精神文化的需求呈旺盛的趋势。目前北京市人均 GDP 已经超过 15000 美元，所以北京的文化消费已经进入了快速增长期，这成为北京文化创意产业发展的基础。

2015 年 1 月，北京市第十四届人民代表大会第三次会议上，市长王安顺指出，要加快疏解非首都核心功能，严格控制增量，有序疏解存量，并积极推进京津冀一体化发展。2014 年初，习近平总书记在北京考察时指出：一是要明确城市战略定位，坚持和强化首

都全国政治中心、文化中心、国际交往中心、科技创新中心的核心功能，深入实施人文北京、科技北京、绿色北京战略，努力把北京市建设成为国际一流的和谐宜居之都；二是要调整疏解非首都核心功能，优化三次产业结构，优化产业特别是工业项目选择，突出高端化、服务化、集聚化、融合化、低碳化，有效控制人口规模，增强区域人口均衡分布，促进区域均衡发展。未来北京市将打造成为全国乃至世界的文化中心，它将充满着北京传统文化符号、蕴涵着科技创新气息、体现着时代精神特征的北京文化创意产业的大力发展。

近年来，北京市在文化创意产业方面取得了丰硕的成果。首先，文化创意产业实现了持续增长。文化创意产业作为首都经济新的增长点，展现了良好的发展基础和巨大的发展潜力，已经成为首都经济增长的支柱产业。全市文化创意产业 2013 年增加值达到 2406.7 亿元，同比增长 9.1%，2004 年以来年均增速达到 17.3%，占北京市 GDP 比重达到 12.3%，比 2004 年提高 2.8 个百分点；其次政策配套日趋完备。北京市明确提出重点发展文化创意产业以来，相继出台了一系列促进产业发展的政策措施，对文化创意产业进行重点扶持和发展。目前，北京市已经在文化创意产业的政策执行、资金扶持、融资服务、交易平台和人才保障等方面，搭建起综合性的支撑保障体系。再者，集聚效应初步显现。2006 年以来，北京市分四批共认定 30 家文化创意产业集聚区，初步形成产业地理空间上的聚集，覆盖 16 个区（县）及文化创意产业九大领域。各集聚区产业辐射带动效应日益显现，形成了一批有影响力的文化创意产业集群，有力地推动了全市文化创意产业的发展；另外，开放合作成效显著。北京市文化产品出口规模日益扩大，文化服务贸易发展迅速。2013 年，北京市文化贸易进出口总额达到 35.3 亿美元，同比增长 15.7%。在扩大服务贸易规模的同时，北京市加快实施文化企业走出去战略，通过出口自主知识产权产品、成立海外分支机

构、合资合作等方式积极拓展国际业务，形成了一批具有国际影响力的大型文化企业集团。文化创意产业已成为北京市吸引利用外商投资的重要领域。

在北京文化创意产业实现了长足发展的同时，也面临着严峻的挑战。据统计，北京市创意产业 70.96% 以上的增加值来源于传统文化产业，人均增加值与国际同类大都市相比，仅相当于其 1/3 的水平，国有资本仍是市场主体，创意能力相对较弱，文化休闲娱乐水平不高。同时，由于世界上主要国家及城市逐渐在将创意产业作为区域性发展的支柱产业，并确定对其重点发展的战略，而国内又有 2/3 的省（市）提出文化强省强市，北京市发展创意产业将面临激烈的国际国内竞争。

近年来，北京市也对文化创意产业以及各区（县）、各集聚区的文化创意产业加强了统计监测，但是对于北京文化创意产业集聚程度的测定，集聚效应的衡量方面仍然有所欠缺。所以在新的时代背景和历史机遇下，以现有北京文化创意产业统计指标为基础，通过具体统计方法，量化分析北京文化创意产业的集聚水平，以及集聚效应，并进行比较和评价，对于明确文化创意产业在北京总体发展中的位置、各区（县）、各集聚区文化产业发展特色和优势，更好地把握产业发展规划，促进区域协调、融合发展等都有十分重要的意义，也是掀开北京文化创意产业繁荣发展新篇章的现实需要。

本书共分为八章，内容安排如下：

第一章：导论。本章主要从整体上对北京文化创意产业发展背景及相关产业理论进行了描述。

第二章：北京文化创意产业发展现状。主要对北京文化创意产业整体发展概况、重点行业、重点区域发展概况进行了描述分析。

第三章：北京文化创意产业集群发展实践研究。主要对北京文化创意产业当前的集群状况进行总结，并结合目前北京文化创意产业集群分布的概况对北京市文化创意产业集群的空间布局特点和行

政区划特点进行了分析。

第四章：北京文化创意产业集群发展动力机制和规划。主要从内部和外部两个层次对北京文化创意产业集群的动力机制进行了论述，并从地理空间布局、产业布局、文化空间布局三个维度详细论述了北京文化创意产业集群发展的未来规划。

第五章：北京文化创意产业集群水平测定研究。主要从定量的角度对北京文化创意产业的集群水平进行定量测度，以更加直观和准确的方式，综合运用市场集中度、空间基尼系数、空间集聚指数、区位熵等定量测度方法对北京市文化创意产业的整体集群水平以及各行政区划的集群水平进行了测度分析。

第六章：北京文化创意产业集群效应研究。主要对北京文化创意产业集群发展对北京市整体经济以及对文化创意产业自身的效应进行了定量分析。并根据实证分析的结果，对提升北京文化创意产业的集聚效应的发挥提出的对策建议。

第七章：北京文化创意产业竞争力评价研究。主要基于评价模型对北京文化创意产业的竞争力进行测度评价。并参考国内外已有的研究，构建起北京文化创意指数，从纵向上对北京近年来文化创意产业发展的情况和趋势进行分析。

第八章：北京文化创意产业集群效应比较研究。本章主要研究北京文化创意产业集群发展与国内城市（上海市、杭州市、广州市）以及国际城市（伦敦市、纽约市）文化创意产业集群发展的比较。根据比较结果，给出国内外城市文化创意产业发展对北京市文化创意产业发展的借鉴与启示。

本书主要针对北京文化创意产业的集群发展效应，进行深入的分析和研究。参与本书编写的有北京工商大学教师李朝鲜、方燕、王擎、许亚萍；北京市统计局服务业处王军处长；北京工商大学研究生付京亚、尹珊珊、马跃、左琳、韩晓、付文峰、马艳、马丽荣、赵田丹、刘倚铭、李婷婷、顾军晓等。特别感谢王军处长提供

了丰富的数据，尤其是第三次经济普查数据，使得本书的研究更具有现实意义。但由于时间精力有限，研究不足之处在所难免，恳请各位专家提出宝贵意见。

作者

2015年2月

目 录

第一章 导论	1
一、北京文化创意产业发展概述	1
二、本研究的理论基础	5
三、本研究的主要内容、方法及创新与不足	23
第二章 北京文化创意产业发展现状	30
一、产业整体发展概况	30
二、重点行业发展概况	37
三、重点区域发展概况	43
第三章 北京文化创意产业集群发展实践研究	55
一、北京文化创意产业集群概况	55
二、北京文化创意产业集群的形成因素	69
三、北京文化创意产业集群空间布局	74
第四章 北京文化创意产业集群发展动力机制和规划	84
一、北京文化创意产业集群发展动力机制	84
二、北京文化创意产业集群的形成机制与模式	94
三、北京文化创意产业集群发展规划	98

第五章 北京文化创意产业集群水平测定研究	115
一、产业集群水平的测定方法	115
二、北京文化创意产业市场空间集群度分析	121
三、北京文化创意产业地理空间集群度分析	129
第六章 北京文化创意产业集群效应研究	139
一、产业集群效应模型及评价方法概述	139
二、北京文化创意产业集群效应实证分析	144
三、提升北京文化创意产业集群效应的对策建议	162
第七章 北京文化创意产业竞争力评价研究	166
一、产业竞争力评价理论与方法	167
二、北京文化创意产业区域竞争力评价	172
三、北京文化创意指数评价	190
四、提升北京文化创意产业竞争力的对策建议	208
第八章 北京文化创意产业集群效应比较研究	210
一、我国文化创意产业发展的总现状	210
二、北京市与国内其他城市发展的比较分析	217
三、北京市与国外城市（伦敦市、纽约市）的比较分析	241
主要参考文献	249

第一章

导 论

作为文化、科技和经济深度融合的产物，文化创意产业凭借其独特的产业价值取向、快速的成长方式，以及广泛的产业渗透力、影响力和辐射力，成为全球经济和现代产业发展的新亮点，被公认为是 21 世纪全球最有前途的产业之一，其发展规模与影响程度已经成为衡量一个国家和地区综合竞争力的重要标志。

作为全国的文化中心，北京市拥有深厚的文化积淀、密集的创意人才资源、强劲的科技创新能力、旺盛的文化消费需求和强大的市场辐射力，文化创意产业正逐渐发展成为北京市的支柱产业。北京市作为全国文化中心的示范作用日益显著，焕发出首都文化发展的独特魅力。当前北京市文化创意产业发展已进入科技与文化、传统与现代交相辉映的新时期。同时，北京市对这一朝阳产业给予了足够的重视：规定在“十二五”期间要着眼于建设中国特色世界城市，立足促进首都产业升级和文化繁荣，着力推进文化创新，优化文化创意发展环境，推动文化创意产业发展水平和竞争力的进一步提升，把北京建设成为具有国际影响力的文化创新、运营、交易和体验中心。

一、北京文化创意产业发展概述

（一）北京发展文化创意产业的意义

北京发展文化创意产业是发展模式的调整和增长方式的重要转

变,是向内生性的经济增长方式的转变。改革开放以来,北京市的发展经历了以粗放型、资源型、投资型为主的阶段。随着北京市经济的高速发展,人民收入的不断增加,社会文化需求不断升级。这些新的需求要求发展方式的变革和供给结构的调整。北京市发展文化创意产业是经济增长方式的转变,发展观念的转变,是发展模式的创新,有利于全面提高北京市的发展质量,把经济社会发展切实转入全面协调可持续发展的轨道。

北京发展文化创意产业有利于推动北京市文化产业结构的升级,推进北京市高端产业发展。改革开放以来,我国的环境与人口承载压力越来越大,粗放型经济增长方式已经难以为继。未来经济发展的根本动力,来自于创意,来自于创新。文化产业定位为北京市国民经济支柱产业,使文化创意产业对社会发展的推进器作用和最大焦点效应成为可能。北京市将文化产业定位为未来国民经济发展的支柱产业,从战略上明确了北京市文化产业发展时期的到来,也就为文化创意产业的发展创造了条件。大力发展文化创意产业能迅速提高第三产业在 GDP 中的比重,并且可以优化产业结构,推动北京市文化中心的建设。

北京发展文化创意产业是适应北京市城市新的定位的重要举措。作为全国政治、文化中心,如何构筑其强大的经济基础,作为历史文化名城,如何发扬和建设中国传统文化和现代文明,作为宜居城市,如何发展可持续生态平衡的美好环境,选择一条发展的新路径就成为北京面临的重要问题。北京市发展文化创意产业,就是选择了一条经济文化化、文化经济化,科技文化化与文化科技化的高端发展路线,以保证其在未来建设政治文化中心和现代化国际城市中,始终具有强大的经济支持、深厚的文化活力和可持续发展的长久动力。

北京发展文化创意产业是提高北京市城市竞争力的必由之路。21 世纪,国际化大都市的竞争是各个国家和地区竞争的重要方式。北京发展文化创意产业,就是自觉选择了一条参与全球国际化大都

市高端竞争的发展方式,是在全球城市的国际竞争中建立新的基点,重建文化中国、文化北京、实现中华民族文化伟大复兴,进一步打造“文化北京”国际化大都市的高端品牌形象的重要战略,是将北京建设成中国和世界文化之都的重要战略设计,也是适应国家“中国文化走出去”战略,推进中国国际文化贸易发展的重要举措。^①

(二) 北京发展文化创意产业的背景

1. 文化创意产业发展的国际背景

创意产业的先驱是著名奥地利经济史及经济思想家 J. A. 熊彼特 (Joseph Alois Schumpeten), 早在 1912 年, 他就明确指出, 现代经济发展的根本动力不是资本和劳动力, 而是创新, 而创新的关键就是知识和信息的生产、传播、使用。1986 年, 著名经济学家 P. M. 罗默 (Paul M. Romer) 也曾撰文指出, 新创意会衍生出无穷的新产品、新市场和财富创造的新机会, 所以新创意才是推动一国经济成长的原动力。文化创意产业真正引起世界的关注源于英国“创意产业”的提出。1997 年 T. 布莱尔 (Tony Blair) 当选英国首相后, 为了适应后工业时代的经济形势, 继续保持英国经济的增长, 正式提出了创意产业的概念, 即“那些源于个人创造力的技能和才华, 而通过知识产权的开发和运用, 可以发挥创造财富和就业机会的潜力的活动。”创意产业是由文化产业发展而来的高级模式, 国外学者所提倡的创意产业与文化创意产业内涵基本一致。^②

目前, 文化创意产业的迅速成长已经成为发达国家和地区经济发展的重要特征, 以创新、创造、创意为核心的文化创意产业的发展规模和水平, 正在逐渐成为一个国家或地区综合竞争能力强弱的重要标志之一。英国、日本以及我国香港、台湾等国家和地区都把

① 金元浦:《文化创意产业:建设创新型北京的重大战略决策》,载《产业导航》2008 年第 4 期。

② 刘牧雨:《北京文化创意产业发展理论与实践探索》,中国经济出版社 2008 年版。

文化创意产业确立为自身发展的支柱产业，并通过采取大量的政策措施和手段积极推动产业规模不断扩大、产业发展速度不断提升。这些国家和地区在发展文化创意产业的过程中，大都将产业集群发展作为其主要模式，不仅是因为从已有其他产业的发展历程可以看到，集群能够实现要素资源的优化配置、利用效率的显著提高和竞争实力的不断增强，而且从文化创意产业自身的特点来看，文化创意产业具有高度知识溢出效应从而带动其他关联产业协调发展的能力是非常强的。

2. 文化创意产业发展的国内背景

在党的十七届六中全会提出的“文化大发展大繁荣”的时代背景下，我国的文化创意产业进入了快速发展时期。另外，“十二五”规划中也指出“转方式、调结构”的经济发展方针，也给知识密集型、资金密集型的绿色产业——文化创意产业带来了勃勃生机。

2014年初，习近平在北京市考察时指出：要明确城市战略定位，坚持和强化首都全国政治中心、文化中心、国际交往中心、科技创新中心的核心功能。所以北京市未来的城市功能定位，重点突出了文化因素、科技因素和国际因素，这些都与北京市的文化发展密切相关。北京市作为全国文化中心，按照国家建设新型社会的战略部署和城市功能定位，不断深化文化体制改革，大力推进文化产业发展。近年来，北京市在文化创意产业方面取得了令人满意的业绩。2013年，北京市文化创意产业实现增加值2406.7亿元，比2012年增长9.93%，占地区生产总值的比重为12.3%。文化创意产业已成为北京市仅次于金融业的支柱产业之一。北京市深厚的历史文化底蕴、丰富的创意人才资源、发达的金融产业的支持，这些都成为北京市发展文化创意产业的优势条件。目前国内多数有关文化产业的研究认为，北京市的文化创意产业在全国范围内处于领先地位。由中国人民大学每年发布的“中国省市文化产业发展指数”表明，截至2013年，北京文化产业综合指数在全国省域范围内连续四年保持第一，显示出强劲的竞争实力。日前，北京市编制完成

全国首个省级文化创意产业空间布局规划《北京市文化创意产业功能区建设规划（2014~2020年）》以及《北京市文化创意产业提升规划（2014~2020年）》，对于北京优化文化创意产业空间布局，明确发展优势特色、功能定位及产业主攻方向，引导优势文化资源整合，提升文化创意产业发展质量，增强全市文化产业综合实力大有裨益。

二、本研究的理论基础

（一）文化创意产业相关概念辨析

1. 创意产业

创意产业是一种全新的产业形态，目前有关于创意产业的定义不尽相同，较为认可的有以下说法：

（1）英国创意产业工作组对创意产业的定义

英国是最早对创意产业进行研究的国家。英国政府于1998年和2001年两次发布了《英国创意产业路径文件》，其中对创意产业的定义，出现在1998年发布的《创意产业专题报告》中，其中认为：创意产业是源于个人创造性、技能与才干，通过开发和运用知识产权，具有创造财富和增加就业潜力的产业。^①

英国提出的创意产业的概念，最初是以全球市场为目标进行发展，在操作上需要有大量的企业资金、跨国行销与财金融资，因此也被定位为以出口为导向的创意产业。经过几年的运作，英国政府考虑除以出口为导向的全球化产业发展方向，还应该发展成为以本地资产进行创意开发的产业，才是使自己国家人民感觉美满的“幸福产业”。所以英国的文化创意产业的发展开始思考本地策略，推动核心也从中央政府延伸到以地方政府为主导核心，强调培育英国各区域特色的创意产业。

^① 虞雪峰：《上海创意产业集聚效应分析》，华东师范大学硕士论文，2007年。

(2) 美国文化经济理论家理查德·凯夫斯 (Richard Caves) 的观点

美国文化经济理论家理查德·凯夫斯对创意产业给出了以下定义:提供我们宽泛地与文化的、艺术的或仅仅是娱乐的价值相联系的产品和服务。它们包括书刊出版、视觉艺术(绘画与雕刻)、表演艺术(戏剧、歌剧、音乐会、舞蹈)、录音制品、电影电视,甚至时尚、玩具和游戏(金元浦,2005)。

(3) “创意经济之父”约翰·霍金斯 (John Haw Kins) 观点

经济学家约翰·霍金斯在《创意经济》(*The Creative Economy*)一书中,对文化创意产业做出了更为宽泛定义:“版权、专利、商标和设计,四个产业的总和,构成了创意产业和创意经济。”

“从广义的角度看,创意产业是当代以创意理念为核心的总体经济活动。”“从狭义的角度来看,作为一种创意(创造性)产业,其既包括艺术家创作艺术作品的独特的灵感、妙语、深思、意念,也包括将独特的创意与人分享——出售、营销、供人消费,实现其价值的流通方式。因此,作为创意产业的艺术活动中就理所当然地包含着艺术投资、艺术经营、艺术商品贸易,甚至艺术保护等一系列的经济活动(John Howkins, 2002)。”

2. 文化产业

联合国教科文组织对文化产业的定义是:“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。”^①至少包括以下行业:摄影、摄像、影视、音像、广告、信息、咨询、电子计算机、出版、旅游、大众传播媒介、流行音乐等。

我国在2002年以前是沿用联合国教科文组织对文化产业的定义,在《国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》首次正式使用“文化产业”概念。但2003年开始,我国文化部对文化产业有

^① 牛维麟、彭翔等:《北京市文化创意产业集群区发展研究报告》,中国人民大学出版社2009年版。

了新的定义。2003年9月,文化部制定的《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》,将文化产业界定为“从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业”,并将演出、影视、音像、文化娱乐、文化旅游、网络文化、图书报刊、文物和艺术品以及艺术培训等九大行业纳入文化产业的管理范围。

2004年国家统计局对文化产业的定义有所修改,2004年3月,国家统计局制定的《文化及相关产业分类》,将文化产业界定为“为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动,以及与这些活动有关联的活动的集合”,包括文化产业核心层、文化产业外围层和相关文化产业层。2006年,进一步明确影视制作业、出版业、发行业、印刷复制业、广告业、演艺业、娱乐业、文化会展业、数字内容和动漫产业为重点发展的文化产业。

3. 文化创意产业

创意产业不等同于单纯的文化产业,文化产业可定义为通过市场机制和运作,将文化制品及文化服务,转换为商品与服务,实现货币化的产业。而通过梳理有关创意产业的主要定义会发现,创意产业的界定通常包含有:以创意产品为内容、以创造价值为目的、有关创意的知识产权受到保护这三种元素。也就是说,只有构成了知识产权的文化产业,或者说形成知识产权的那部分文化产业,才能称之为创意产业(见图1-1),加之其创意内容主要以文化为主,则由“文化+创意+内容”可以共同构成“文化创意产业”。

2006年北京市统计局对北京文化创意产业就行了定义:“即以创作、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。”所以可以对文化创意产业进行定义:文化创意产业是文化、创意与内容要素,加之有效的知识产权保护,并在各要素交替上升和交叉发展的过程中,通过不断融合,最