



现代城市创意经济 发展研究

尹宏 著

XIANDAI CHENGSHI CHUANGYI JINGJI FAZHAN YANJIU



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

现代城市创意经济发展研究

尹 宏 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

现代城市创意经济发展研究/尹宏著. - 北京: 中国经济出版社, 2009. 6

ISBN 978 - 7 - 5017 - 9136 - 1

I. 现… II. 尹… III. 城市—文化—产业—研究 IV. G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 032605 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 刘一玲 (电话: 010 - 68359417)

责任印制: 张江虹

封面设计: 任燕飞工作室

经 销: 各地新华书店

承 印: 潮河印业有限公司

开 本: 880mm × 1230mm

印张: 12.25 字数: 310 千字

版 次: 2009 年 6 月第 1 版

印次: 2009 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 9136 - 1/F · 8085

定价: 32.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 由我社发行部门负责调换
电话: 68330607

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

国家版权局反盗版举报中心电话: 12390

服务热线: 68344225 68341878

内容摘要

创意经济是西方发达国家进入后工业社会以来,在现代城市出现的一种新经济形态。近年来,我国创意经济蓬勃发展,成为新时期转变经济发展方式、提升文化软实力、实现城市可持续发展的有效途径。本书以国际城市的创意经济发展为研究的现实起点,以国内外创意经济理论的提出和发展为研究的理论起点,在对现代城市创意经济的基本范畴进行界定、相关理论进行述评的基础上,采取理论分析和实证研究相结合的方法,构建了“发展基础—发展重点—发展结果”的分析框架,对创意经济在现代城市发展的内在机理、发展途径和重要影响进行了探索性的研究。

首先,本书对创意经济和现代城市进行了范畴界定。在分析创意、创意人群、创意活动和创意产业内涵的基础上,界定了创意经济的基本范畴。提出创意经济的核心是创意产业。创意经济在现代城市兴起,是一种典型的区域经济现象。本书对学术界关于创意、创意产业及创意经济,现代城市以及现代城市创意经济发展的研究进行了文献述评,并对支撑本书研究的重要理论进行了梳理,认为目前从区域经济学的视角对现代城市创意经济发展的研究尚有进一步拓展的空间。本书分析了创意经济的城市特性,认为,创意经济与现代城市在发展阶段上具有耦合性,创意经济的发展基础具有城市选择性,创意经济的增长效应具有城市带动性。

其次,本书从全球创意经济发展的城市实践出发,选择纽约、伦敦、东京三个全球创意经济发达城市作为研究对象,总结其创意产业发展现状,以及各个城市发展创意经济的主要措施,分析了创意产业在这些城市产生的背景和基础条件。笔者认为,借鉴国际经验寻求现代城市创意经济发展的有效途径,是我国现代城市转型期经济发展的迫切需要。在此基础上,进一步分析了国外现代城市创意经济发展的一般规律和发展趋势,以及政府推动城市创意经济发展的经验。

第三,本书阐述了现代城市创意经济的发展基础,对我国创意经济发展的宏观背景和创意产品的供需特性进行了理论分析和实证研究。本书总结了我国现代城市创意经济的发展概况,认为,经济全球化、文化与经济的互动、文化软实力竞争的国际环境,以及国内贯彻落实科学发展观、转变经济发展方式、推进工业化和城镇化进程、产业结构和消费结构的优化升级的历史机遇,是我国创意经济发展的宏观背景。本书以我国部分城市创意经济实践为例进行了实证分析。本书指出,并不是同一时期所有的城市都适合发展创意经济,只有当城市具有创意经济发展的市场基础时,创意经济才能在城市中健康发展。本书研究了创意产品的供给和需求特性,提出只有当城市经济发展到一定阶段,才能形成对创意产品持续稳定的需求;也只有当城市发展到一定阶段后,城市才能持续稳定地供给生产创意产品所需要的各种要素。正是由于创意产品供需特性对城市的依赖,创意经济作为一种经济形态只能在城市中存在。

第四,本书运用产业关联理论,探讨了创意经济与现代城市产业结构优化升级的互动关系。转变经济发展方式,尽快实现由要素驱动的发展模式向创新驱动的发展模式转变,

是当前我国现代城市经济社会发展的重要任务。城市产业结构与城市经济发展模式的选择紧密关联,加快城市产业结构优化升级,形成以创新驱动为特征的产业体系,是促进城市经济发展方式转变的重要途径。本书认为,创意经济发展与城市产业结构优化是相互促进的互动关系。一方面,创意经济促进现代城市产业结构优化升级;另一方面,现代城市产业结构优化升级又促进创意经济的发展。在分析新时期我国现代城市产业结构调整的矛盾、任务和途径的基础上,本书从现代城市产业结构演进的影响因素入手,探讨了创意影响城市产业结构演进的内在机理和作用方式;在分析城市转型期产业结构调整新趋势的基础上,重点研究了创意产业优化城市产业结构的作用机制和路径;基于对城市产业结构调整促进创意经济发展的动因分析,探讨了现代城市产业结构调整,促进创意经济发展的具体途径。

第五,本书运用区位理论,重点研究了创意产业的区位指向性。笔者认为,创意产业的区位选择具有叠加性:一是创意产业对现代城市的选择;二是创意产业对城市内部空间的选择,创意产业的空间布局是两次区位选择叠加的结果。创意产业的城市选择是对城市发展要素的选择,不同的创意行业其城市选择的指向性不同,城市综合性要素满足创意产业发展的共性条件,在城市选择上表现为区位优势指向;城市特殊性要素满足不同创意行业发展的个性条件,在城市选择上分为四种指向:人力资本指向、先进技术指向、城市文化指向和创新环境指向。本书以我国动漫产业、工业设计产业和艺术产业为例对创意产业的城市选择指向性进行了实证分析。创意产业的城市内部空间选择应以创意产业集聚区为主,其集聚布局模式可以归纳为:特殊载体集聚布局、大学

集聚布局、产业集群集聚布局、消费市场集聚布局和生态景观区集聚布局。

第六,本书探讨了创意经济提升现代城市文化软实力的内在机理和途径。在分析城市文化软实力构成的基础上,认为创意经济通过提升文化凝聚力、文化生产力和文化创造力对城市文化软实力施加影响,并指出创意经济增强文化凝聚力的主要途径是:转型期城市文化重塑、城市文化继承与创新、城市文化吸纳与互融;创意经济提高文化生产力的主要途径是:创意产业的波及效应和结构增长效应;创意经济提升城市文化创造力的主要途径是:集聚文化创新要素、构筑文化创新空间、创新文化生产方式。

第七,本书运用可持续发展理论,探讨了现代城市可持续发展与创意经济可持续发展的联动关系,分析了创意经济可持续发展与现代城市可持续发展的关系,认为两者是相互促进、共同发展的联动关系,现代城市是创意经济可持续发展的基础和前提,创意经济是城市可持续发展的“推进器”。针对我国创意经济发展的问题和趋势,指出现代城市推动创意经济发展的途径是:创新教育模式,注重知识产权保护,科学规划城市空间,营造创意环境,研究创意指数,发展优势行业;创意经济促进现代城市可持续发展的途径是:优化产业结构、集约利用空间资源、转变经济发展方式、转型城市功能、集聚创新人才。

序

随着经济全球化和城市现代化时代的来临,我国逐渐步入经济转型期和城市功能重构期,现代城市涌现出众多新的产业、新的功能、新的阶层和新的活动,从而提出了城市经济发展模式转变和产业结构优化的要求。2000年以来,我和我的学生们开始关注会展经济、总部经济、临空经济等现代城市的新兴经济形态的发展,先后承担了成都市会展经济发展研究、成都市会展业发展规划、温江区会展经济发展研究、武侯区总部经济发展战略研究、双流临空经济和总部经济发展研究等课题,对城市新经济形态的发展问题产生了浓厚的兴趣。2006年,我承担了南部区域总部经济与创意产业发展课题,在对国内外创意经济的发展态势进行全方位了解的基础上,课题组20余人奔赴北京、上海、广州、重庆、西安等国内10多个城市开展深入调研。在研究过程中,我们发现,创意经济是消费社会和知识经济背景下,在世界发达国家和地区现代城市广泛存在的一种重要的新经济形态。创意经济兴起于20世纪末的欧洲,1997年,英国政府为振兴低迷的英国经济,最早提出发展创意产业,并以此快速实现了英国经济振兴和就业增长。创意经济由此得到全世界的认可。西方国家和发展中国家都纷纷效仿,我国创意经济也呈现出蓬勃发展的趋

势,目前,上海、北京、重庆、南京、深圳、广州等区域中心城市都相继制定了创意产业“十一五”规划,互动休闲软件业中的动漫产业已经成为我国创意经济发展的突破口,工业设计、当代艺术、出版传媒等创意产业也发展迅速。

从空间分布来看,创意经济主要分布在城市。这是创意经济与传统工业经济在布局上的差异。城市是区域经济发展的极核,作为经济能量的集聚地,创新和辐射的源头,现代城市在区域经济中的地位和作用日益显著。受土地、资金等常规资源和市场的制约,城市中的制造业增长势头正在逐步削减,如何寻求新的经济增长点,促进消费结构、产业结构优化升级,成为后工业社会中现代城市面临的共同挑战。现代城市出现了诸如创意经济、信息经济、网络经济、数字经济、总部经济等以战略资源为核心要素的新经济形态,其中创意经济在城市经济增长、就业增长、结构优化、功能转型、形态重塑,以及城市经济可持续发展等方面都有着特殊的意义和作用。

作为城市经济发展的一种新形态,创意经济的新经济特征对传统的城市经济结构理论、城市核心竞争力理论都提出了创新研究的强烈需求。可以预见,创意经济将成为未来现代城市发展的新方向和战略选择,也是区域经济学、城市经济学研究的新热点和新领域。无论是从理论创新的角度,还是从实践指导的角度,对现代城市创意经济发展都有深入研究的必要。

尹宏是我的学生,她的博士论文选题源于我承担的《南部区域总部经济和创意产业发展研究》课题。论文在对我国城市创意经济进行大量实地调查研究的基础上,应

用经济学的理论和方法,将创意经济引入区域经济学研究范畴,从区域经济的视角研究了创意经济的城市属性、空间差异性、区位指向性、产业联动性、可持续发展性,立意新颖,视角独特,研究深入,具有开拓性和时代性。创意经济与现代城市在发展阶段上具有耦合性,其发展基础具有城市选择性,增长效应具有城市带动性的观点和论述;创意经济包括创意活动、创意企业、行业、产业的观点和论述;创意产业的区位选择是二次区位选择叠加的结果的观点,以及论文运用劳动价值论对创意产品价值的研究,对创意经济提升文化软实力的内在机制和途径的研究;现代城市与创意经济可持续发展联动关系的研究,均具有独到见解。在博士论文的基础上提炼形成此书,对此我深感欣慰。同时也希望尹宏继续深入研究下去,为我国城市新经济形态的培育和发展作出新的贡献。

邓 玲

写于四川大学经济学院

2009年5月

导 论

一、选题背景

创意经济是创意、创意人群、创意活动、创意产业的统称,其核心是创意产业。创意经济是当今世界发达国家和地区进入后工业化社会以来,在现代城市广泛存在的一种重要的新经济形态。新的历史条件下,文化与经济相互交融、相互作用,以文化创新为内涵的创意成为经济发展的重要驱动力。在城市转型期发展创意经济,有助于克服工业化带来的资源瓶颈、环境压力、传统产业衰退和生活品质恶化等诸多实质性矛盾和难题。世界发达城市纷纷将发展创意经济作为在更高层次上形成自己核心竞争优势的战略制高点。

最早是欧洲国家注意到创意活动的经济增长效应,主动将创意融入传统的经济活动,发展壮大创意经济。20 世纪末,为了解决因传统制造业萎缩并退出中心城市而产生的城市产业空心化、失业增加等问题,欧洲一些城市有意识地将文化色彩融入产品设计,提高传统产业产品附加值和城市就业吸纳力,从而拉开了创意经济发展的序幕。1997 年,英国政府为振兴低迷的英国经济,最早提出发展创意产业,将广告、建筑、艺术和文物交易、工艺品、设计、时尚设计、电影与录像、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件设计以及电视和广播等 13 个行业归入创意产业的范畴,出台了一系列支持创意产业、创意经济发展的政策。2001 年,英国的创意产业产值达 1125 亿英镑,占当年 GDP 的 5%,成为仅次于金融服务业的第二大产业。以发展创意经济为契机,英国快速实现了经济振

兴和就业增长。英国发展创意经济的实践及其显著成效在世界范围内得到了广泛的认可,西方发达国家和发展中国家都纷纷效仿。美国是全球创意经济最为发达的国家,2002年,美国的创意产业产值达5351亿美元,约占GDP的5.24%。纽约、伦敦等世界性城市已经成为全球创意经济中心。目前,有国际影响力的大城市无一不是创意产业高度集中、创意经济高度发达的地区。创意经济发展的国际经验表明,创意经济是以发达的工业化为基础,以高层次的消费需求为引导,通过高新技术创新文化生产方式发展而成的新经济形态。发展创意经济是优化城市产业结构、提升城市文化软实力、增强城市可持续发展能力的重要突破口。

我国已经掀起了发展创意经济的热潮。2004年,上海成功举办了创意经济论坛,创意经济由此进入我国学术界、城市政府和广大民众的视野。2005年,《上海市政府工作报告》明确提出要加快发展创意产业,当年上海创意产业产值占全市GDP的比例达7.4%,2007年,上海授牌的创意产业集聚区已达70余个。短短几年间,创意经济在我国蓬勃发展,中央和地方都予以了高度的重视。《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》明确指出,大力发展影视业、广告业、数字内容和动漫产业等创意行业,要“培育文化创意群体”,“以建设文化创意产业中心城市为核心”,“加快文化创意产业园区建设”,优化文化产业空间布局。“文化创意群体”、“文化创意产业”、“文化创意产业园区”、“文化创意中心城市”等概念出现在国家文化发展的五年规划中,表明创意经济已经成为我国现代城市未来发展的重要战略方向。我国的直辖市、省会城市和计划单列市中,有近20个城市将发展创意产业、创意经济写入当地“十一五”规划,北京、南京、重庆、无锡等城市还编制了“十一五”创意产业发展专项规划。这些城市相继掀起了举办创意活动、建设创意产业园区、发展创意经济的热潮。如北京市“十一五”规划明确提出,制定支持文化创意产业发展的地方法规和优惠政策,重点

扶持数字娱乐、工业设计创意、新媒体、软件等创意行业。目前,北京已经规划建设了10个创意产业集聚区,2006年文化创意产业从业人员约有90万,创意产业增加值达812亿元,占地区生产总值的10.3%。2007年,胡锦涛同志在党的十七大报告中明确指出:“大力发展文化产业,实施重大文化产业项目带动战略,加快文化产业基地和区域性特色文化产业群建设,培育文化产业骨干企业和战略投资者,繁荣文化市场,增强国际竞争力。”据此,笔者认为,我国必将迎来创意经济繁荣发展的春天,跻身具有国际影响力的创意经济大国行列。

创意以其深刻的渗透力对城市经济和区域经济产生巨大的影响。创意经济具有明显的城市指向性,已为创意经济发展的实践所验证。当城市形成持续稳定的创意产品需求,且能够持续稳定地供给创意产品时,创意经济就能得以快速发展。就我国当前的发展情况来看,随着国民经济步入工业化中期,许多区域中心城市,都面临着城市经济转型的挑战。全面贯彻落实科学发展观,建设资源节约型和环境友好型社会,要求现代城市加快转变经济发展方式。创意经济对现代城市的作用:一是创意产业成为城市经济的新的增长点,通过带动关联产业发展,为产业结构和消费结构升级注入活力;二是优化城市内部空间布局,集约利用空间资源,形成新的价值增长空间;三是促进文化与经济的互动交融,强化城市文化凝聚力、文化生产力和文化创造力,提升城市文化软实力;四是以其降低对物质资源的依赖,推动环境友好型产业体系的构建,促进城市可持续发展。

将现代城市与创意经济结合起来,从城市这一特殊区域的空间维度,探讨创意经济的重要作用及其互动发展的内在机理,具有重要的现实意义和理论价值。创意经济的迅速发展引起了学术界的高度重视,目前,国内外学者分别从文化艺术学、产业经济学等视角对创意经济展开了深入的研究,对创意、创意人群、创意活动、

创意产业等方面的研究已达到相当的高度。然而,纵观国内外学者关于创意经济的研究成果,从区域经济的视角进行系统研究的尚少,更未深入到城市创意经济发展的微观基础、创意经济的城市特性、创意经济对文化软实力的提升、城市与创意经济的可持续发展等方面,这就为本书留下了较大的研究空间。攻博期间,笔者有幸作为主研人员参加了导师邓玲教授主持的《成都南部区域创意产业和总部经济发展研究》课题,分赴上海、苏州、武汉、成都等国内 10 个区域中心城市,深入调研了这些城市的创意产业、创意产业园、创意经济的发展情况,这是促成笔者以创意经济作为主研方向的直接动因。在导师的指导下,笔者选择了《现代城市创意经济发展研究》作为博士论文选题。

二、结构与内容

本书运用区域经济学理论,结合经济学、城市经济学、产业经济学的相关理论,以现代城市和创意经济的相关概念界定作为逻辑起点,以创意经济相关理论综述,国外创意经济发展经验借鉴为出发点,按照发展基础、发展重点、发展结果的逻辑思路,确定本书的三个研究重点:一是从宏观和微观两个方面研究现代城市创意经济的发展基础。结合国际国内经济发展的态势,以及我国部分城市创意经济实践,分析现代城市创意经济发展的宏观背景;运用供给和需求理论,分析现代城市创意经济发展的微观基础。二是从产业和空间两个方面研究了现代城市创意经济的发展重点。运用区域经济学理论、产业经济学理论和城市经济学理论,分析创意经济优化城市产业结构的内在机理,探讨创意产业的区位指向性。三是从近期和远期两个方面研究了现代城市创意经济发展的结果。探讨了创意经济提升城市文化软实力的内在机理和途径,研究了现代城市可持续发展与创意经济可持续发展的联动关系。

全书共分七章,基本结构和内容概要如下:

第一章 相关范畴界定、文献综述及本书研究框架:界定了创意经济和现代城市的基本范畴。述评了创意经济、现代城市,以及现代城市创意经济发展的相关理论和研究。运用区域经济学理论,分析了创意经济的城市选择性。以全球创意经济发展实际为现实起点,以现代城市创意经济发展研究为理论起点,建立“发展基础—发展重点—发展结果”的研究框架。

第二章 国际城市创意经济发展借鉴:以纽约、伦敦、东京三个全球创意经济发达的城市作为研究对象,分析了各个城市创意产业发展现状,以及各个城市发展创意经济的主要措施。探讨了创意经济产生的城市背景和基础条件。在此基础上,进一步分析了国外现代城市创意经济发展的一般规律、发展趋势,以及政府推动城市创意经济发展的主要经验。

第三章 我国创意经济发展的宏观背景和供需特性:试图从宏观背景和市场基础两个方面,分析我国创意经济发展的基础。通过对我国现代城市创意经济发展概况的总结,从国际国内两个方面,阐述了我国创意经济发展的宏观背景,并以我国部分城市的创意经济实践为例,进行了实证分析。本书从创意产品的供给特性和需求特性两个方面,探讨了创意经济发展的市场基础。

第四章 创意经济发展与城市产业结构优化升级:分析了我国现代城市产业结构调整的矛盾、任务和途径,研究了创意促进城市产业结构演进的内在机理和作用方式,探讨了创意产业优化城市产业结构的作用机制和路径,解析了现代城市产业结构调整促进创意经济发展的动因和具体途径,阐释了创意经济与现代城市产业结构优化升级的互动关系。

第五章 创意产业的区位选择和空间布局:运用区位理论,研究了创意产业对区位理论的发展和创新,分析了创意产业城市选择的区位指向性,以我国动漫产业、工业设计产业和艺术产业为例进行了实证分析。在分析创意产业集聚扩散效应的基础上,以创

意产业集聚区为重点探讨了创意产业在城市内部的空间集聚布局模式。

第六章 创意经济发展与城市文化软实力提升:基于对文化软实力内涵和外延的探讨,提出了城市文化软实力的构成。研究了创意产业提升城市文化软实力的内在机理;分析了创意经济从文化凝聚力、文化生产力、文化创新三个方面提升城市文化软实力的主要途径。

第七章 创意经济与现代城市可持续发展:运用可持续发展理论,在分析创意经济可持续发展与现代城市可持续发展的关系的基础上,针对我国创意经济发展的问题和趋势,提出了现代城市推动创意经济可持续发展的途径,以及创意经济促进现代城市可持续发展的途径。

三、主要创新点

1. 论文将创意经济引入区域经济学研究范畴,运用区域经济学的理论和方法揭示了创意经济的城市属性。笔者认为,创意经济包含了创意、创意人群、创意活动、创意产业四个层次,其核心是创意产业,从产业形态看,创意经济属于产业经济学范畴,从空间依存性看,创意经济属于区域经济学范畴。城市是一种特殊的区域,是创意经济的主要空间载体,创意经济的城市特性表现为:创意经济与现代城市在发展阶段上的耦合性,创意经济的发展基础具有城市选择性,创意经济的增长效应具有城市带动性。

2. 运用劳动价值理论,研究了创意产品价值,指出创意产品的价值实现具有特殊性和复杂性。笔者认为,创意产品的价值是创意的物质载体价值与创意的价值之和。创意产品的物质载体价值由生产物质载体的社会必要劳动时间决定;而创意的价值则是由创意产品的消费者偏好决定的。创意具有独特性,不可能批量生产,其价值的高低与劳动时间的长短并没有必然的联系,而是取决

于创意产品需求者的情趣情调、审美风格、获得创意产品时的心情等主观因素。因此,创意产品的最低价值由生产创意的物质载体所耗费的社会必要劳动时间决定,创意产品的最低价值和创意的市场价值之和构成创意产品的市场价值。

3. 运用区位理论研究创意产业的区位指向性。本书认为,创意产业的区位选择具有叠加性,一是对现代城市的选择,二是对现代城市内部空间的选择,创意产业的空间布局是两次区位选择叠加的结果。不同的创意行业其城市选择的指向性往往不一样,创意产业对现代城市的选择分为区位势能指向、人力资本指向、先进技术指向、城市文化指向和创新环境指向等五种类型;此外,创意产业的城市内部空间选择应以创意产业集聚区为主,其集聚布局模式可以归纳为:特殊载体集聚布局、大学集聚布局、产业集群集聚布局、消费市场集聚布局和生态景观区集聚布局。

4. 对创意经济提升城市文化软实力的内在机理和途径进行了探讨。创意经济通过提升文化凝聚力、文化生产力和文化创造力三个方面对城市文化软实力施加影响。创意经济增强文化凝聚力的主要途径是:转型期城市文化重塑,城市文化的继承与创新,城市文化的吸本章纳与互融;创意经济提高文化生产力的主要途径是:创意产业的波及效应和增长效应;创意产业提升文化创造力的主要途径是:集聚文化创新要素,构筑文化创新空间,创新文化生产方式。

5. 运用产业关联理论,研究了创意产业优化城市产业结构的作用机制。创意产业通过渗透机制、融合机制、转换机制和关联机制作用于现代城市的其他产业部门,进而优化城市产业结构。渗透机制是指创意产业通过创意产品的投入和创意的渗透,作用于其他产业价值链的高端,提升产品附加值;融合机制是指创意产业借助信息技术手段与其他产业进行有机整合,实现产业特性的交互糅合和技术标准的相互接驳而生发新兴产业;转换机制是指创