

文化产业 空间演化机制研究

胡慧源 / 著



知识产权出版社
全国百佳图书出版单位

华东政法大学“文化产业管理学科建设”项目资助
国家自然科学基金面上项目（71373119）阶段性成果

文化产业 空间演化机制研究

胡慧源 / 著



知识产权出版社
全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

文化产业空间演化机制研究 / 胡慧源著. — 北京: 知识产权出版社, 2016. 6
ISBN 978 - 7 - 5130 - 3543 - 9

I. ①文… II. ①胡… III. ①文化产业—产业发展—研究—江苏省
IV. ①G127. 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 120585 号

责任编辑: 齐梓伊

责任校对: 董志英

责任出版: 刘译文

文化产业空间演化机制研究

胡慧源 著

出版发行: 知识产权出版社有限责任公司	网 址: http://www.ipph.cn
社 址: 北京市海淀区西外太平庄 55 号	邮 编: 100081
责任编辑: 010 - 82000860 转 8176	责任编辑: qizi2004@qq.com
发行电话: 010 - 82000860 转 8101/8102	发行传真: 010 - 82000893/82005070/82000270
印 刷: 北京嘉恒彩色印刷有限责任公司	经 销: 各大网上书店、新华书店及 相关专业书店
开 本: 787mm × 1092mm 1/16	印 张: 12
版 次: 2016 年 6 月第 1 版	印 次: 2016 年 6 月第 1 次印刷
字 数: 156 千字	定 价: 38.00 元

ISBN 978 - 7 - 5130 - 3543 - 9

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

自序

近些年来，我国文化产业的发展越发呈现出“简单扎堆”的趋势，产业空间结构也显得杂乱无章。初创期的粗放式发展或许是这一问题产生的部分原因，但现阶段普遍存在的为追求所谓集聚经济一味强调文化企业“地理临近”而忽视其“关联性”识别与培育的产业发展思路可能是其症结所在。与其他产业相比，文化产业更加注重创意、风格、技能、才干这些呈高度多样性和异质性特征的个体层面元素，创意人才之间经常通过互动沟通形成极具“根植性”的社会化网络关系，文化企业的日常生产活动也更倾向于以项目组、项目网络等弹性方式进行。由此我们不禁要问，文化产业究竟是如何从一些或许多可能的地理结构中选择其一的，即文化产业的空间演化机制是什么？

对于这一问题的回答，本书的解决思路是将其拆解为三个相互关联的子问题，即文化产业空间演化的产业层面、企业层面以及制度层面的机制各是什么。之所以从这三个层面对文化产业的空间演化机制进行研究，主要基于以下考虑：尽管现有研究表明传统经济地理学当中的集聚经济理论（产业层面）适用于文化产业空间集聚问题的解释，但作为一个更多地依赖于个体层面创新要素的产业而言，文化产业的空间演化其实更多取决于文化企业家的个人行为及其影响（企业层面），对于文化产业空间演化机制微观基础的探讨正是本书的一大创新。此外，考虑到中国长久以来经济发展的政府主导背景，对于文化产业空间演化的组织制度选择（制度层面）

进行评价与判断同样显得十分必要。

基于此,本书综合运用实证研究与规范研究范式,以江苏13个地级市文化产业相关数据为依据,先后利用随机效应模型(第四章)、logistic回归模型(第五章)以及管理制度选择的知识模型(第六章),分别检验或论述了文化产业空间演化的主要机制、影响因素及其作用机理,从而跨层次地系统回答了绪论部分(第一章)提出的研究问题。此外,本书还对文化产业空间演化涉及的基本概念与理论基础进行了论述与归纳(第二章),并突出强调了文化产业空间演化研究的理论基础在于以演化经济地理、文化经济学等为基础的关联学科的融合。本书也对江苏文化产业的集聚现状与空间组织演进进行了描述与量化分析(第三章),为后续有关江苏文化产业空间演化机制的研究铺垫了实践背景。

本书的相关结果凸显了文化产业在空间集聚方面的产业异质性与行业多样性特征(第三章、第四章),证实了微观层面的组织惯例扩散模型能够很好地解释文化产业的空间演化问题(第五章),并指出随着信息技术的发展,为保证产业治理的有效性,我国文化产业空间演化的制度安排应该从政府主导型向市场主导型转变(第六章)。当然,本书相关研究还存在后续可拓展的地方。譬如,产业集聚理论在文化产业中的适用问题、组织惯例扩散其他途径的识别及其交互作用,以及本书的研究思路是否适用于服务业等其他关联产业的空间演化分析等。

目 录

第一章 绪 论 1

- 一、问题的提出 1
- 二、研究动态与述评 3
- 三、研究内容与方法 12
- 四、创新与不足 15

第二章 文化产业空间演化：概念界定与基础理论 19

- 一、概念界定 20
- 二、经济地理学相关理论 30
- 三、演化经济学相关理论 38
- 四、文化经济学相关理论 45
- 五、本章小结 54

第三章 产业现状、竞争力与江苏产业空间组织 56

- 一、江苏文化产业发展现状：特征与比较 56
- 二、江苏文化产业竞争力评价：基于钻石模型 67
- 三、江苏文化产业空间组织：分布与演进 80
- 四、本章小结 94

第四章 集聚经济、创意阶层与文化产业空间集聚 96

- 一、引 言 96
- 二、分析框架 98
- 三、研究设计 102
- 四、实证结果 107

文化产业空间演化机制研究

五、本章小结 111

第五章 合作网络、既有经验与文化企业区位选择 113

一、引言 113

二、分析框架 115

三、研究设计 121

四、实证结果与讨论 131

五、本章小结 137

第六章 知识、信息技术与文化产业园区管理 141

一、引言 141

二、管理制度选择的知识逻辑：分析框架 143

三、文化产业园区管理制度发展趋势与变迁 147

四、文化产业园区管理有效性构建的三个必要途径 151

五、本章小结 153

第七章 结论与对策 155

一、结论与展望 155

二、对策建议 162

参考文献 166

致谢 181

图表索引 184

第一章 绪 论

一、问题的提出

以创意、创新为内核的文化产业发展，正成为衡量一个国家和地区综合竞争力的重要标志之一。近年来不少国家和地区，如英国、日本、新加坡以及我国香港、台湾等都在不遗余力地推动文化产业发展。我国的文化产业也已迈上国家战略层面，创意产业区、文化产业示范区等各种文化园区如雨后春笋般涌现。然而近年来，我国文化产业发展越发呈现出“简单扎堆”的趋势（Keane, 2011），产业空间结构也显得杂乱无章。初创期的粗放式发展或许是这一问题产生的部分原因，但现阶段普遍存在的为追求所谓集聚经济一味强调文化企业“地理临近”而忽视其“关联性”识别与培育的产业发展思路（李蕾蕾和彭素英，2008）可能是其症结所在。不同产业的发展并非遵循线性平稳原则，产业相互之间在多样性、根植性、学习过程等方面也呈现出极高的异质性特征。与其他产业相比，文化产业更加注重创意、风格、技能、才干这些呈高度多样性和异质性特征的个体层面元素（Howkins, 2002），创意人才之间经常通过互动沟通形成极具“根植性”的社会化网络关系（Potts et al, 2008），文化企业的日常生产活动也更倾向于以项目组、项目网络

(Sydow & Staber, 2002) 等弹性方式进行。

顺应于此，我们不禁要思考：文化产业究竟是如何从一些或许多可能的地理结构中选择其一的，即文化产业的空间演化（梁琦，2005）及其背后的机制是什么？这一问题又可以细分为以下三个层面的子问题：一是从产业层面看，文化产业集聚的机制是否以一贯之？这可以从两个方面来理解：第一，就产业间比较而言（如制造业），文化产业集聚的机制是否一致？第二，就产业内比较而言，文化产业不同分行业之间，如传统文化产业、新兴文化产业的集聚机制又是否一致？如若不一致，其关键影响因素又有何差异？二是从企业层面看，文化产业发展呈现出来的上述微观特征，其背后又蕴含着怎样的演化机理及其空间含义？三是从制度层面看，文化产业空间演化过程中，政府与市场的关系又应如何处理？此外，针对文化产业空间演化呈现出来的异质性机制，现行文化产业集聚与空间布局的政策是否需要进行调整？其路径又应如何选择？等等。对于此类问题的回答，目前无论是理论界还是实践领域做的都还不够。换言之，这些问题的系统、合理、科学解答，不但能增进和丰富学界和社会对产业空间演化理论的认识与理解，更能为我国文化产业可持续发展及其国际竞争力的提升提供重要保障，因而具有重大理论和现实意义。具体而言，本项目谋求在以下三个主要方面作出贡献：

第一，拓展与创新文化产业空间演化的研究思路。与当前单一从经济地理或者演化经济视角研究文化产业空间演化问题不同的是，本项目依托城市经济学、演化经济学、文化经济学等相关学科研究成果，通过缜密的理论推演与实证检验，尝试搭建起一个文化产业空间演化的产业、企业、制度多层次分析框架，为相关问题的解决提供一个崭新思路，也可为不同学科之间的融合创新奠定理论基础。

第二，补充与丰富产业集聚与空间演化的研究成果。在上述研

究框架下，本项目将逐步考察集聚经济、创意氛围、合作网络、既有经验以及信息技术等因素对文化产业空间演化机制、演化路径以及空间结构的深刻影响。在深化学界和社会对文化产业空间演化影响因素和作用机理认识的同时，力图实现学术正外部性，对现有产业集聚与演化经济理论进行检验与补充。当然，论文实证研究中富含的大量统计数据和调研数据也将为相关研究提供详实的“文化产业素材”。

第三，校准与优化文化产业集聚与空间布局的政策体系。本论文的系列研究成果能够对当前文化产业发展中的政策制定和产业布局进行评价与校准，在优化我国文化产业顶层设计的同时，为相关实践主体提供指导与借鉴，进一步推动我国文化产业快速持续发展。

二、研究动态与述评

如今，文化产业的快速发展已经引起了越来越广泛的关注。从微观角度看，文化产业的空间集聚缩短了文化企业经济活动的空间距离，提高了企业间合作效率和产业技术含量；从宏观角度看，文化产业集聚在改进传统的组织运作模式、推进创意经济向集约化发展、加强商务合作的综合竞争力等方面都起着非常重要的作用（王发明，2010）。事实上，文化产业在空间上比其他产业更倾向于集聚（Schoales，2006）。目前，世界范围内主要的文化（创意）产业集聚地有法国、纽约、伦敦和米兰的时尚设计业（Rantisi，2004；Merlo & Polese，2006），好莱坞和宝莱坞的电影生产（Lorenzen & Taeube，2007），纽约、洛杉矶、那什维尔的流行音乐录音（Scott，2006）。

（一）集聚现象和空间分异研究

文化产业集聚成因的相关研究。学术界对文化产业倾向于集聚的成因给出了多种解释。部分学者认为，文化产业的发展并不仅是个人和单个企业的行为，还需要集体的互动和企业的地理集群环境，文化产业高度依赖企业已有的人脉网络和客户资源，在区位上接近同行和客户（Yusuf & Nabeshima, 2005）。Pumhiran（2005）指出，文化群落可以看作是一种特定的文化产业空间集聚形态，这一群落空间能够为各类文化企业提供正向的外溢效应，譬如创意灵感、文化认同、身份认同以及基础公共设施等。马地（2008）利用产业集聚理论分析了北京 798 艺术区形成的主要因素，认为 798 艺术区独特的建筑空间上的实用性与低廉的租金及区位上的便利等因素是其快速成长的主要因素。此外，文化产品的生命周期短，变化速度快，价值观念在时间和空间上快速转化，因而大多数知识溢出将发生在本地的创意领域；而制造业知识具有累积的性质，这些知识可以以低成本保持较长的时间，也可以长距离传输，因此，文化产业更倾向于集聚（Wenting, 2008）。而且，对于文化产业这个尚处于发展初期的知识密集型产业集群来说，隐性知识非常关键。一个行业中企业的隐性知识越具有互补性，这个行业就越需要空间接近（Aydogan & Lyon, 2004）。

文化产业区位选择问题的相关研究。文化产业发展高度依赖本地独特的发展环境，具有鲜明的地域特点。大量证据表明，绝大部分文化企业紧靠在大都市中，并且很可能继续如此（O'Connor, 2007；Pratt, 2004）。在全球视域内，文化产业主要集中在欧美及世界其他少数发达国家和地区；而从一国内部来看，文化产业往往选址于城区，相比而言这些地方更加包容开放、外来者也更容易被接受、城市文化呈现出典型的多样性特征，而且基础设施服务更为完善（Florida, 2002；Asheim & Coenen, 2005；Yusuf & Nabeshima,

2005), 这与文化产业的现实集聚特征比较吻合。此外, 许多研究还表明, 文化产业在发展初期, 出于租金和静谧方面的考虑, 文化创作者都偏好空间集聚在城区的旧厂房或者旧仓库等地方 (Molotch, 1996; Zukin & Braslow, 2011; Caves, 2004)。在具体分行业上, 以创意设计和文化服务为主的行业门类更倾向于选址于城区内部或者 CBD 周边的具有一定人文气息或者历史底蕴的建筑之中, 这种带有特定城市文化元素的空间结构通常可以被看做是城市的一种“新生产空间” (Hutto, 2004)。

文化产业集聚与传统产业集聚的异同点研究。除了描述文化产业集聚与空间分异的一些表象特征外, 不少研究还针对文化产业与传统产业在集群特征方面是否具有区别进行了争论。部分学者认为文化产业集群只是产业集群的一个内部分支, 没有本质上的区别 (Britton, 2007)。但是, 更多的学者倾向于认为文化产业集群与传统产业集群具有本质的不同, 在依靠创意、新想法等知识资源而不是依赖资本和劳动力等传统要素投入的文化产业运作中, Krugman (1991) 总结的以传统制造企业为主体的产业集聚效应对创意集群缺乏解释力 (Florida, 2002; Evans, 2005)。文化产业与传统制造业在空间集聚方面的差异, 不仅只限于空间组织层面, 而且还涉及这些空间组织的功能集聚、时间集聚、均质文化集聚等范畴 (褚劲风, 2009)。Pratt (2004) 提出了文化例外论, 认为文化产业不只是简单地或主要地关注经济行为, 创意集群的发展、形式和目标不同于一般的商业集群, 部分创意企业把社会性作为企业目标, 并把文化传承作为发展对象, 因此需要采用新的标准来评估和设计。此外, 与制造业集群相比, 由于不存在 R&D 和生产方面的规模经济以及缺少主导设计, 文化产业集群在空间演化时面临相对较少的动荡 (Peltoniemi, 2011)。而对于个体层面创意与原创 (DeFillippi et al, 2007) 的产业特性诉求, 使得文化产业内大企业倾向于渐进式创新, 而中小企业则倾向于颠覆性创新 (Hesmondhalgh, 2002)。

（二）文化产业演化机制研究

复杂系统视角下的文化产业演化机制研究。产业演化其实存在着多种形态界定（Markusen, 1990；王缉慈, 2001），从复杂系统角度看，文化产业的形态演化主要包括两个方面：（1）要素结构演化；（2）要素关联演化（秦夏明, 2004）。刘恒江和陈继祥（2004）以复杂系统科学中的涌现性及相关理论为基础，通过建立产业集群涌现性的 CGP（Constrained Generating Procedure）模型，解释了创意演化动力机制的非线性、动态性等复杂性质并分析其功能演化规律。张梅青（2009）基于复杂性理论，结合自组织理论分析了文化产业集群的复杂系统组织模式。余晓泓（2010）运用复杂系统理论和模块理论，研究了文化产业集群模块化网络组织的生产运行模式，提出模块化组织网络是提高和增强文化产业集群创新效率和创新能力的有效途径。廖双红和肖雁飞（2011）运用复杂系统理论对文化产业经济空间演化动力机制进行深入分析，并对系统经济空间演化传导模型和不同动力机制主导下的动力模式进行了构建，认为主要包括三种模式，即市场主导下的渐进式、政府主导下的蛙跳式和多力博弈下的协同式。

演化经济视角下的文化产业演化机制研究。演化经济学中有三个过程驱动经济变化：（1）技术、产品、企业和组织的各种创造过程；（2）复制过程；（3）选择过程。产业演化一般被视为是由低向高演化，也可出现演化的跳跃或终止。产业内企业的选择和进出是一种自然选择过程，而产业整体演化则是自然选择和层级选择的综合过程；产业演化方向和兴衰，有时是在“间断均衡”下发生的，具有多层次和非最优化的性质（王海峰, 2008）。演化过程中的路径依赖与产业自身的组织惯例及“根植性”密不可分，产业发展开始依赖于惯例，并且在演化的过程中，惯例会造成路径的锁定和产业

的衰退（王发明，2007）。由此可见，产业演化的规律是，首先，产业具有组织惯例作用下的路径依赖特征；其次，产业演化具有自组织演化的规律；再次，它组织对产业的发展也起着巨大的作用；最后，产业的衰亡主要是因为组织化程度的下降而不适应环境的变化（郑文智，2006）。

基于演化经济视角，杨永忠（2011）提出文化产业集聚区形成的三阶段假说，即单元聚集、界面构建和网络发展，并指出从形成路径上看，文化产业集聚区体现了文化与经济、技术的有机融合；从演化机理上看，表现出单元的新奇特征、界面的身份特征和网络的合作创造特征。肖雁飞（2009）认为文化产业集群发展具有自增强和无限创新生命周期的系统形态演进特征，由此带来艺术型创意中心演化为高档消费型创新中心，创意集群演进衰落不是经济、创新能力和企业数量衰退等，而是带来经济的更大贡献。也有学者对特定集群历史演进过程进行了研究，林政逸（2007）应用行动者能力与选择性环境互动的分析框架，考察了台北市音乐产业集群的演化，发现地方环境不仅能筛选行动者能力，更是能促进行动者能力发展的区位；同时，空间集群建构的地方黏性资产成为音乐产业从业者持续累积个人声望与专业知识的手段。李学鑫（2011）以赵庄魔术产业集群为例，研究了我国农区特色文化产业集群的演化，发现该集群演化是行动者能力与选择性环境互动的结果。

（三）文化产业集聚影响因素研究

本地生产者网络相关研究。文化产业从业人员往往具有以下特征：年轻、受过高等教育、收入不菲，他们之间往往通过各种交互式网络组织（*crisscrossing networks of association*）建立起一个共同的组织框架，使得个人知识、经验、信息的集体化（*collectivize*）过程成为可能，这不仅能够增进专业化经济效益，而且能够为集聚经济

的动态发展和紧密关联提供保障，最终实现类似本地劳动力市场的效应，吸引别处的从业人员不断集聚于此（Scott，1996）。从全球范围来看，创意城市之间同样存在着类似“竞合”的关系，并且其相互之间关联的关键在于企业间的合作网络以及弹性劳动力市场，部分原因在于，由于最终需求市场的高度不确定性，文化产业的生产系统必须垂直分离（vertical disintegration）。面对不断变化的最终需求，生产者不得不做出迅速改变产品设计和生产流程的决定，但其风险不言而喻。为此，基于互补性资源和分工网络关系的中小企业相互之间建立起了密集的合作网络，从而增加了自己生产运行的弹性和应对需求市场不确定性的能力，久而久之随着地方根植性不断增加，企业相互之间最终形成一个产业综合体或者产业集群（Scott，2006a）。通常而言，这种生产者网络由少数大企业充当核心，周边聚集大量的中小企业。

以项目合作为导向的集群内部，往往包括高等院校、科研院所、研发中心等正规机构，或“硬”设施，以及俱乐部、商务会所、休闲中心等非正式社交场所，或“软”设施（Landry，2000），在这些地方进行着思想、知识、信息、灵感等的碰撞，从而形成了一种有利于学习机制和创新机制迸发的组织结构，即创意场（creative field）（Scott，2006b）。基于不同的研究视角和重点，创意场包括其他多种表现形式，如创新情景（innovation milieu）（Camagni，1995）、学习型区域（the learning region）（Florida，1995；Storper，1996）、区域创新系统（regional innovation systems）（Oinas & Malecki，2002；Cook & Morgan，1994）等。

可以认为，本地生产网络培育的直接好处，在于降低本地生产系统生产成本，如搜寻经销商和顾客的成本（Caves，2004）的同时，提高集体效率和创意创新优势，从而有助于提升文化产业集聚发展的“集聚力”（NESTA，2003；Caves，2004；Pratt，2004）。

创意人才与创意阶层相关研究。人力资本是文化产业的核心资

本，因此文化产业集聚主体成为学术界关注的焦点之一。Florida (2002) 将具有创造力的人力资本称为“创意阶层”。创意阶层的定义有广义和狭义之分：就广义定义而言，包括科学家、教授、艺术家、工程师、文化创意人员、职业经理人、专业人员和技师，狭义定义则不包括技师 (Florida, 2005)。在他看来，创意阶层如果集聚于某一个城市，那么，与其关联的企业、组织、机构等都会跟随而来，继而带动城市基础的不断完善，从而推动城市经济不断发展。因此，Florida 认为，城市发展政策的关键，并不在于如何吸引技术、资本、企业等，而在于如何吸引这些创意人才入驻，进而形成独具城市自身个性的创意阶层。

一些学者着重探讨了艺术家和创意阶层在空间上的集聚所产生的“吸聚”效果，以及这一机制对于整个创意城市经济社会发展的积极作用 (Florida, 2002; Peck, 2005)。但创意阶层的论断，也遭到了一些学者的批评。Peck (2005) 认为营造良好城市氛围的成本也许没有 3T 理论中指出的那么高，减少城市犯罪、控制艾滋病、降低企业和个人税负等措施，同样可以吸引那些创意人才。Glaeser (2005) 指出对于创意人群吸引力最大的不是“3T”因素，而应该是“3S” (Skills, Sun, Sprawl)。此外，Scott (2005) 认为，创意阶层的存在会通过改变城市的就业水平和人们的文化生活习惯等方式来改变创意阶层所在的城市发展趋向，如果地方的劳动力市场并不充裕，经济发展水平也不发达，不能够满足创意人员基本的经济需求，那么单纯依靠技术环境、社会环境等外在因素的培育，并不能确保留住创意人才。

(四) 文化企业迁移行为研究

在强调企业集聚所带来的正外部性后，越来越多的研究表明，一旦超出约束条件，企业集聚动力减弱，便开始向外迁移，并对集

群的空间分布产生影响。

一般而言,企业发生区位迁移或空间调整,往往是由于要实现市场拓展、资源开发、优势延伸和资本运作等多重目的,而当前的区位环境无法再满足这些新的需求(朱华晟等,2009)。许多学者从新古典理论(Nakosteen & Zimmer, 1987)、行为理论(Townroe, 1991)、制度理论(Dicken & Kelly, 2001)等角度对这一特殊的区位活动进行解释。其中,一种观点认为,区域资源有限性导致集群企业迁移,这主要表现在两个方面:(1)由于区域资源禀赋是外生的,资源禀赋有限性带来了规模不经济(McCann & Folta, 2008)。随着企业数量的不断增多,由于资源有限性的约束,企业之间的资源争夺将随之加剧,集群内部逐渐显得拥挤,最终驱使部分企业选择外迁;(2)由于知识积累存在路径依赖,为规避这种知识锁定的本地风险企业也会选择迁移,获取新知识就成为驱动企业迁移的重要力量(Chung & Alcacer, 2002)。另一种观点认为企业的异质性导致了集聚效应的非对称分布,从而决定了企业的迁移动机(吴波和肖迪, 2011)。Myles & Flyer (2000)认为企业可以划分为好企业和差企业,产业演化过程中,差企业倾向于选址于好企业所在的区域周围,而出于学习、声誉方面的考虑,好企业则往往会选择远离差企业,从而形成一个“你追我逃”的形态。如果考虑到不同企业之间是存在异质性的,那么上述追赶模型的一个均衡结果是好企业在空间上集中在一起而差企业在空间上集中一起。

与此同时,大量研究表明,创意企业迁移除具有传统企业迁移一般特征的同时,还存在着一些个体差异。Zukin (2011)认为创意企业迁移反映了公共政策的改变,资源的可获得性、同空间里其他成员间的竞争或冲突以及租金的变化。在文化产业中,相互依赖的方式和日常的社会交际也对文化生产者的迁移产生重要影响(Currid, 2007)。最近的研究表明,房地产市场的变化确切地影响着创意企业迁移。除自发形成AIR(Artist in Residence)以外,纽约市没有