

区域文化产业研究 2

Research on Original
Culture Industry

李 炎 王 佳 主编

云南大学国家文化产业研究中心 主办
云南大学文化发展研究院

■ 理论思考 地区发展 资源禀赋 个案热点 业态观察

李 炎 杨永海

李 传 Pau Rausell Köster

郭 嘉 王紫薇

彭岚嘉

新型城镇化与区域文化产业

博物馆创新研究：理论框架与欧洲实践

京津冀区域旅游一体化发展研究

丝绸之路沿线世界遗产的保护与开发



云南大学出版社
YUNNAN UNIVERSITY PRESS

区域文化产业研究 2

Research on Original
Culture Industry

李 炎 王 佳 主编

云南大学国家文化产业研究中心 主办
云南大学文化发展研究院



云南大学出版社
Yunnan University Press

图书在版编目 (CIP) 数据

区域文化产业研究. 2 / 李炎, 王佳主编. —昆明: 云南
大学出版社, 2016
ISBN 978-7-5482-2835-6

I. ①区… II. ①李… ②王… III. ①区域文化-文化产业-
研究-中国 IV. ①G127

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第275304号

责任编辑: 陈 曦

责任编辑: 李 红

封面设计: 刘建理

区域
文化
产业
研究
2

李 炎 王 佳 主 编

云南大学国家文化产业研究中心 主办
云南大学文化发展研究院

出版发行: 云南大学出版社

印 装: 昆明市五华区教育委员会印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 13.5

字 数: 327千

版 次: 2016年12月第1版

印 次: 2016年12月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5482-2835-6

定 价: 36.00元

地址: 昆明市一二一大街182号 (云南大学东陆校区英华园内)

电话: 0871-65031071 65033244

邮编: 650091

网址: <http://www.ynup.com>

E-mail: market@ynup.com

本书若发现印装质量问题, 请与印厂联系调换, 联系电话: 0871-65148757。

《区域文化产业研究2》编委会

顾 问：胡惠林 施惟达 张晓明 范建华

主 编：李 炎 王 佳

编 委：（按姓氏笔画为序）

齐 骥	刘从水	李 佳	肖 青	周全明	胡洪斌
胡慧源	咎胜峰	侯云峰	唐月民	秦宗财	秦 枫
曾 芸	楼艺婵	意 娜			

前 言

中国的文化产业在改革开放,经济发展,全面融入世界经济发展、文化交流,大众文化消费增长的宏观背景下,经历了否定批判、理论研究、国家认可推动,到市场引领、快速发展几个阶段。在这个过程中,理论对文化产业发展起到了重要的推动作用。从20世纪90年代到今天,以高校、研究机构为主体的学者们,从文化消费、文化产业的合法性、文化经济、文化资源、文化政策、文化产品、文化生产到文化体制改革、文化产业形态与结构、文化产业布局、文化贸易、文化品牌等方面进行了大量研究,为推进中国的文化产业发展与学科建设做出了贡献。

随着文化产业的快速发展,中国文化产业理论与实践也面临更加复杂的问题。文化产业的研究需要有更加广阔的学术视野和宽阔的胸襟,在借鉴其他成熟的学科理论与方法、新兴学科理论开展研究的同时,还需要在前辈学者们斐然成就的基础上,更多来自不同学科背景、具有多样研究视角的年轻学者加入文化产业研究阵营,开展更具深度、更具现实意义的研究。中国,人口众多,城乡差距大,东中西部经济发展不平衡,文化资源多样,区域文化消费差异较大,区域文化产业发展也不平衡。不同区域的文化市场、文化消费以及文化产业发展基础不同,文化产业在区域社会经济发展中的地位也不同。作为文化产业理论与实践研究的有机组成部分,我们关注到近两年来,关于区域文化产业的学术研究文章、专著数量增多,与区域文化产业研究有关的国家哲学社会科学课题及各级政府的相关横向研究课题也不断增加。

文化产业在地域空间上的布局,不仅受到国家宏观产业政策的制约,也受到产业发展、资源配置中各生产组织要素的影响。文化观念与文化发展、文化管理模式与文化市场、文化管理现行体制机制与产业跨界融合、国家权益与地方利益、资源配置与行政干预、国有文化企业和中小文化企业等若干矛盾仍然在很大程度上制约和影响中国区域文化产业发展。为此,区域文化产业研究需要加强对现实问题的关注,拓展学术视野,借鉴国内外区域经济学相关理论,开展研究,以此丰富中国文化产业的研究,促进中国文化产业的发展。

近年来,我们关注到,以北京、上海为中心的高校和研究机构举办了相关的各种中青年学者论坛,为中青年学者提供了学术交流平台。上海交通大学国家文化产业创新与发展研究基地的文化产业青年学者论坛已经举办了3届,汇聚了一批80后的文化产业研究学者,这些80后的青年学者有很好的学科背景,受过扎实、规范的学术训练,有新的研究视角,发现和提出了很多中国文化产业发展中需要解决、值得深入研究的理论与实践问题。中国社科院文化研究中心与云南大学国家文化产业研究中心,在澳大利亚昆士兰大学和相关的支持下,于2013年举办了“U40文化产业暑期工作营”,吸引了来自全国高校和研究机构的优秀青年学者,他们带着自己研究的课题、成果汇聚在一起,共同探讨中国文化产业发展中遭遇的各种现实与理论问题。从他们的观点发布、学术点评、思想交锋中,我们看到了未来中国文化产业学科与学术研究美好的前景。国内

其他高校与研究机构也在不断加强以中青年学者为主的学术交流，为中青年学者们营造更好的交流与学术研究的环境。中青年学者的汇入，为中国文化产业学术界增添了活力，中国文化产业研究“多音齐鸣、众声喧哗”的“理性研究”时代已经到来。

与其他成熟学科相比较，尽管高校学报和相关的学术研究刊物近年来增加了文化产业学术分量，但专门性的文化产业学术刊物仍然很少，很多优秀的青年学者的学术研究成果难以发表。区域文化产业相关的文章更是散见于报刊杂志，很难形成有效的整体性优势以引起学术界关注，增强理论研究对实践发展的影响力。在和中青年学者们进行交流的过程中，我们深感需要搭建一个学术交流研究平台，以中青年学者为核心，以区域文化产业研究为主题，开展相关的研究，以此推动中国区域文化产业的理论与实践研究，助力中国区域文化产业的发展。

为此，《区域文化产业研究》在前辈的关心和指导下，得以策划、筹备；在全国高校中青年学者们的支持下，得以顺利组稿、编辑；在云南大学和云南大学出版社的资助下，得以顺利出版。

《区域文化产业研究》辑刊的定位是：关注中国区域文化产业发展中的理论与实践问题，关注国际区域文化产业理论，倡导“学术之自由、独立之精神”，坚守学术规范，强化社会责任，追求学术性、创新性、前沿性、公正性。

《区域文化产业研究》由云南大学国家文化产业研究中心主办，每年出版一辑。我们期盼着前辈学者们的关心与指导，期待着中青年学者的支持，共同努力办好《区域文化产业研究》。

《区域文化产业研究》编委会

2014年4月

目 录

理论思考

- 新型城镇化与区域文化产业 李 炎 杨永海 ■ 02
- 我国文化产业研究热点及趋势分析
——基于共词分析 秦 枫 秦宗财 ■ 010
- 博物馆创新研究：理论框架与欧洲实践 李 传 Pau Rausell Köster ■ 028
- 大湄公河次区域国际会展合作的宏观机制及其特点 刘从水 ■ 042
- 公共文化服务体系建设研究
——以武汉为例 文立杰 ■ 049
- 产业带状聚集对促进区域文化产业发展的有利因素分析
——以昆玉红旅游文化产业经济带为例 罗 菁 ■ 063

地区发展

- 京津冀区域旅游一体化发展研究 郭 嘉 王紫薇 ■ 072
- 湖南文化产业政策研究
——基于国家层面的相关文化产业政策视角 陈柏福 郭 达 ■ 087
- 甘肃文化产业发展的战略选择 杨建军 ■ 100
- 海南州民族文化产业化浅析 陈光军 ■ 106
- 陕西改制文化企业文化创意力及提升路径探析 杨艳伶 ■ 112

资源禀赋

- 丝绸之路沿线世界遗产的保护与开发 彭岚嘉 ■ 120
- 河北省非物质文化遗产的生产性保护研究
- 以曲阳石雕为例 张 宁 王荣花 唐玉华 ■ 127

个案热点

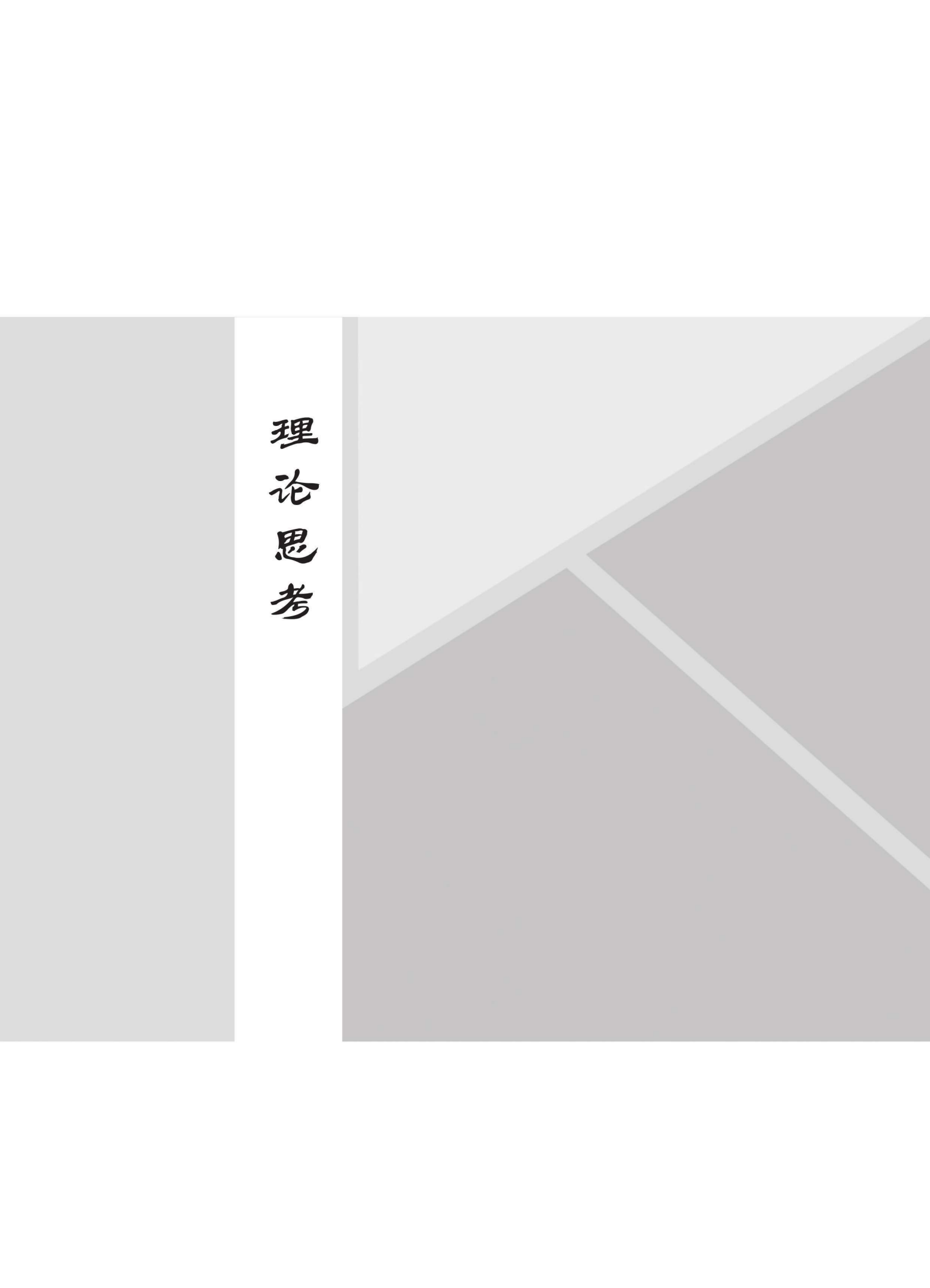
- 碗窑村创意陶艺的社会化小生产 张黎明 ■ 138
- 徽州府衙复建项目中的文化主体问题 吴丹丹 ■ 144
- 马产业与文化产业的融合发展
- 以内蒙古锡林郭勒盟为例 刘 燕 郭志伟 ■ 156
- 从建筑构件走向旅游工艺品
- 关于瓦猫田野调查 张文婷 楼艺婵 ■ 165

业态观察

- 影视旅游：概念、案例与趋向 张祖群 ■ 178
- 我国城市民俗音乐发展研究
- 基于苏州评弹与安庆黄梅戏的比较 张 喆 ■ 186
- 国产动画品牌形象与外国动画品牌形象的比较研究 王 俊 ■ 196

后 记 ■ 206

约稿启事 ■ 207



理论思考

新型城镇化与区域文化产业^{*}

李 炎 杨永海^{**}

摘 要：区域文化创意产业的发展必须依托地方文化资源和相对完善的服务体系。新型城镇化的发展为区域文化产业提供了坚实的基础。新型城镇化提出的不以人口比例增加和城市面积扩张为目的，注重实现产业结构、就业方式、人居环境、社会保障等一系列由“乡”到“城”转变的理念，为区域文化产业的发展提供了空间和可实践的发展路径。

关键词：新型城镇化；文化创意产业；发展空间

引 言

中国改革开放 30 多年以来，经济大发展的同时，城镇化水平也在稳步提升。2015 年中国城镇常住人口为 77116 万人，占总人口比重（常住人口城镇化率）的 56.10%，比 2014 年年末提高 1.33 个百分点。^① 诚然，城市化规模的发展、城市化进程的深化、人口流动的加速，极大地推动着大中型城市文化、经济、社会各个方面的发展。由于不同区域其经济基础、区位条件、资源禀赋等发展基础层面各不相同，中国作为一个发展中大国，其区域文化产业的发展面临的机遇与问题也存在着差异。我国中西部区域文化产业在发展过程中，凭借着丰厚、多样、独特的文化资源，契合了全球化时代背景下文化多样性与文化旅游产业发展的诉求，但由于服务体系完善程度相对欠缺，与文化产业发展相关的科技、金融、人才等方面相对不足，导致了资源配置不够理想，产业结构在合理化方面相对不足，难以适应文化创意产业大发展的态势，区域文化产业由此受到严重的制约。新型城镇化强调城乡和区域协调发展、产业结构转型升级、集约利用与低碳经济以及生态文明等发展理念和思路，与区域文化产业发展的主旨紧密相连，互相影响，区域文化产业必将成为国家推动新型城镇化进程中的关键部分。

一、新型城镇化拓展了区域文化产业发展的空间

新型城镇化，是“资源节约、环境友好、经济高效、社会和谐、城乡互促共进、大中小城市

^{*} 本文为 2014 年云南省哲学社会科学研究基地课题“新型城镇化与民族文化建设”（课题立项号：JD2014ZD03）阶段性成果。

^{**} 作者简介：李炎，云南大学文化发展研究院教授，博士；杨永海，云南大学文化发展研究院硕士研究生。

^① 数据来源：国家统计局发布的《2015 年国民经济和社会发展统计公报》。

和小城镇协调发展、个性鲜明的城镇化”^①，说明新型城镇化对产业结构的转型升级、城市间的协调发展、生态文明、公共服务等领域有了更高的要求。同时，新型城镇化的实质是人口和生产要素的集中过程。它不仅仅是线性的“破旧立新”的发展过程，更是多元的“文化创新”的发展过程，是文化基因的传承、文化记忆的存留和文化历史的延续。^②多元的“文化创新”强调了对城市文化的延续，城市文化的延续发展离不开主动地走向现代大众社会，城市特色文化资源的市场化选择将是新型城镇化背景下的有益尝试。随着新型城镇化的内涵与外延的不断丰富，区域文化产业发展所需的基本要素得到了补充和加强，拓展了区域文化产业发展的空间，具体表现为三个方面：创意空间在全球化语境下实现了从中心城市向中小城市的转移；创意产业从以科技、文化生产向文化体验、生活美学的转化；创意产业从单一化的产业发展模式向产业融合发展的模式转化。

创意空间在全球化语境下实现了从中心城市向中小城市的转移。创意空间的拓展与延伸是新型城镇化进程中区域文化产业发展的基点，很大程度上影响着一个城市未来发展的方向和水平。创意空间是一个活态、弹性的概念，是在一定区域内进行创意的活动，区域有大有小，创意空间也大小层次不一，创意空间的内容类型决定着它既有单一的，也有多种创意形态共生于一个空间的多元化的生存方式。随着时间、空间的变化，创意空间也在不断地变化着。在新型城镇化的进程中，创意空间在全球化的影响下实现了从中心城市向中小城市的转移。

全球化这一说法来自于国际经济学，1997年欧洲委员会对全球化的解读为“全球化可以界定为由于商品和服务的流动，也由于资本和技术的流动，而导致的各国市场和生产相互依赖程度日益提高的过程。这不是什么新现象，而是长期一贯的事态发展的继续”^③。全球化，尤其是经济的全球化，引起了全球的资本、技术以及以商品和服务为表现形式的全球贸易的高效流动和快速累积。但是，在区域文化产业发展中，随着资本、技术和贸易的集聚，大都市的创意空间已经远远满足不了经济全球化带来的文化市场、技术发展的需求，对于新的创意空间的拓展，刺激新的需求有了更加强烈的诉求。随着新型城镇化的加快，互联网技术和大众文化消费的推动，区域文化产业在影视、娱乐、精神消费的驱动下，文化产业的市场不断延伸和扩展。以中心城市为基础的创意空间在现代文化消费的选择中优势受到削减，不断地压缩，文化消费在积极寻求新的发展空间过程中，打破原来空间的限制。新型城镇化不断地深化，根据国家统计局2014年的数据，我国共有地级及以上城市292个（其中4个直辖市和288个地级市），县级行政单位共有2683个（其中市辖区897个、1425县或自治县、361个县级市或特区或旗）。^④相比2012年年末，中国的县级行政单位在两年内获得了10.23%的增长，可见中小城市发展速度之快。庞大的人口基数，为创意空间的开拓提供了巨大的文化消费市场，也保证了文化创意空间的服务和人才的支撑。全球化语境下的创意空间从中心城市向中小城市的转移，是新型城镇化的必然选择，拓宽了区域文化产业

① 黄亚平，陈瞻，谢来荣．新型城镇化背景下异地城镇化的特征及趋势[J]．城市发展研究，2011（8）．

② 范周．关于我国城镇化与文化发展的思考[J]．现代传播：中国传媒大学学报，2013，35（3）：55-58．

③ 格雷厄姆·汤普森．导论：给全球化定位[J]．国际社会科学杂志：中文版，2000（2）．

④ 根据国家统计局2014年度地级及以上城市和县级城市指标索引整理。

发展的路径,如何打造契合中小城市创意空间发展的现代文化消费体系是当下区域文化产业发展的重点。

创意产业从以科技、文化生产向文化体验、生活美学转化。全球化、大众传媒的发展改变了大众文化消费的模式,拓宽了大众消费方式的选择,越来越多的人追求文化体验、个人价值的实现等精神式的消费方式,带来了文化旅游、主题乐园、精品工艺等体验性、个性化的产业业态新的发展,创意产业的消费市场变化也加速了创意产业从科技、文化生产向文化体验、生活美学的转变。不可否认,创意的产品或服务的升级和优化离不开科技的元素,科技和人的创意是创意产品和服务最基本的元素。科技作为创意产业的助推器,影响着创意产业的生产方式,一定程度上决定了创意产品或服务的质量和水平,对创意产业生产方式的改变是巨大的。但以中小城市为主体的新型城镇化背景下的创意产业,科技、人才的水平难以达到大都市和中心城市的层次,不足以支撑科技驱动城市发展。审美日常化的现代变奏,促使经典美学的文化立场和理论视域做出自觉调整,美学已经逐渐突破过去那种狭隘的就美论美的框框,深入人的各种生存活动中,以期在对当代人的生存活动的解读中强化美学介入现实的力量和提升人的精神境界的功能。^① 这表明大众对文化体验、生活美学等精神消费的需求将不断增加。中小城市所特有的完好度较高的历史文化、多彩的民族文化、特色的工艺文化以及美丽的生态文化成为大众满足精神文化体验、释放压力、追求生活美学的理想地。这种中小城市类型的创意产业的发展模式,既规避了中小城市科技实力不足的制约,同时也是对大都市创意产业模式的一种填补和延伸,丰富了创意产业的内涵,发挥了创意产业推动城乡协调发展的积极意义。新型城镇化的发展理念,为中小城市创意产业的发展指引了方向;新型城镇化的深化所带来的公共设施的完善,提升了中小城市公共服务体系水平,保证了中小城市创意产业发展的高质量、高稳定性和持续性、绿色健康的发展。浓厚的历史文化、多彩的地方文化、特色风情的民族文化和人与自然共生的生态文化,构成了不同类型的中小城市发展创意产业的文化资源优势,增强了城市的活力,最终推动了区域文化产业的发展。但是中小城市的文化资源是极其脆弱的,一旦破坏,很难恢复,因此,正确处理好文化资源开发与保护的关系是中小城市创意产业发展过程中不可忽视的问题。

创意产业从单一的产业发展实现了向产业融合的转化。产业融合是指不同产业或同一产业内的不同行业通过相互渗透、相互交叉,最终融为一体,逐步形成新产业的动态发展过程。信息科技技术迅猛发展以及经济全球化态势的加强,产业间的边界逐渐消解或淡化,产业间的联系、渗透、融合的趋势增加,不同产业的发展都寻求着与其他产业的合作。不同产业立足于共同发展的契合点,实现各自的发展需求,这一过程也就是产业融合。这种产业融合不仅仅是一种产业间外在的合作,更重要的是产业间的各种要素通过一系列要素优化组合和配置,力争产生产业间的“化合反应”,实现产业的转型升级,最终形成一种合理、稳定、可持续的内外协同统一的机制。

创意产业是以人的文化创意为核心的产业形态。1998年英国颁布的《英国创意产业路径文

① 傅守祥. 泛审美时代的快感体验——从经典艺术到大众文化的审美趣味转向[J]. 现代传播, 2004 (3): 58 - 62.

件》指出,“创意产业是起源于个体创意、技巧及才能,透过智慧财产权的生成与利用,而有潜力创造财富和就业机会的产业”。随着社会生活水平的优化,时间自由度的提升以及大众审美水平的上升,大众消费的态势由原来的物质层面的追求转变为对精神价值的诉求,个性的归宿,为创意产业发展提供了深厚的市场基础,为创意产业的发展赢得了新的机遇。然而单一型的创意产业发展模式,极大地抑制了创意产业的产业链的延伸和产业的转型升级,在市场、资源合理配置的推动下,亟须突破碎片化、单一化发展方式的障碍,加强与金融、科技、生态旅游、教育等其他相关产业的联系,实现产业间内部资源要素的流动、共享与协作,走向多种产业形态融合发展的态势,为区域文化产业的互动协作发展提供动力。产业融合不是简单的机械化的产业堆砌,创意产业类的产业融合更是如此,它需要理清不同产业间要素的构成和特点,以寻求共同的利益为原则,构建一种稳定、健康、可持续的创意产业融合发展的体系与机制。

二、新型城镇化为文化创意产业廓清了发展路径

中国幅员辽阔,文化资源类型多样,体量极大。在新型城镇化的进程中,现代传媒技术的发展、巨大的文化消费市场和地方公共服务体系的完善,为中小型城市的文化创意产业的发展创造了更好的环境。但是,由于不同城市在经济基础、资源禀赋、产业结构、科技水平等方面相关水平的差异,在文化创意产业发展路径的选择上也各不相同。围绕不同的中小城市历史文化资源特点和经济基础的现状,文化创意产业的发展路径大致可以梳理为以下几个大类。

一是大都市周边中小城市的文化创意产业的发展。要融入和拥抱都市庞大的文化消费,就必须实现以休闲娱乐为主的文化创意产业发展。一个地区的大都市是城镇化发展到一定程度的产物,往往在一个国家的政治、经济、文化、科技等方面扮演着举足轻重的角色,如北京、上海、深圳等。大都市的“大”,不仅仅是代表着空间层面的意义,而且它的“大”说明其具有人口容量大、经济实力强、政治资源丰富、科技创意水平高的特点,对于周边中小城市的文化创意发展来说,大都市对中小城市的文化创意发展有着巨大的支撑作用。大都市的发展,尤其是产业规模不断地扩张所产生的集聚效应,辐射到其周边的中小城市,引起了中小城市资源、市场、技术、人口要素的新一轮洗牌,极大地推动着中小城市文化创意的发展。作为依托于大都市的文化市场、资源要素进行文化创意产业发展的周边中小城市,其文化创意产业发展在经济实力、科技水平、人才、公共服务体系建设等方面,与大都市相比相对不足。这类中小城市的文化创意发展依旧沿用传统的城市内部驱动的模式,已无法适应当今全球化背景下文化消费市场和产业结构转型的诉求,必须利用好大都市的辐射作用,积极融入和拥抱都市庞大的文化消费,吸引外来文化消费流入,扩展文化产业的市场空间,契合当下大众的生活方式,注重城市的休闲娱乐方式的打造,促进文化创意产业发展。但是大都市周边的中小城市的文化创意产业发展绝对不是对大都市文化创意产业模式简单的复制和模仿,其文化创意产业的发展要以城市的经济能力、科创实力和文化资源的特点为基点,探索与大都市文化创意产业的契合点,充分挖掘大都市的文化消费场所带来的市场潜力,重点培育休闲娱乐业,探寻一条以大都市为驱动力的中小城市文化创意产业发展新路径。中小城市依托大都市发展文化创意产业,必须找到城市的精神灵魂,避免成为大都市的附庸,丧

失自己的文化品格。

二是依附交通经济的中小城市文化创意产业的发展。从古至今,交通对于一个城市、一个地区的经济社会的发展、城市性格的培育都有着重要的作用,从古代的丝绸之路到今天的现代铁路网络的构建,都说明了交通对于一个国家和地区的重要性。交通节点往往是城市产生和发展最基本的要素之一。随着我国经济实力的增强,公共设施体系的不断完善,铁路、公路、水路、航空、管道等多种方式组成了现代交通服务网络,推动了一定区域内人口流动速度的加快,提高了各种资本要素配置的效率,加快了资本的积累,促进了城市的快速发展。而依附于交通经济的中小城市,处于区域的交通关键节点,连接着两个或多个交通的节点,将分布于重要交通节点的城市相连,交通经济的区域性特征逐渐加强,其在区域经济的发展中发挥的集散功能更加明显。全球化和旅游经济引起的大量人口在空间上流动的背景下,依托交通经济的中小城市在文化创意产业发展过程中,必须廓清市场需求,确定自己在区域文化创意产业中的定位和作用,建构一种以现代服务业为主体,重点发展休闲娱乐、影视文化等文化创意产业样态的发展路径。大理交通区位优势明显,“自古为‘蜀身毒道’和‘茶马古道’的重要中转站,滇缅公路、滇藏公路交汇地,现为云南省规划建设的滇西中心城市、区域交通枢纽和滇西物流中心,初步形成了铁路、高等级公路、航空结合,城乡连通,辐射周边的立体交通网,北可进川藏和印度,南可通往老挝、越南等国家,也是国家‘一带一路’、孟中印缅经济走廊和昆瑞对外经济开放带的重要节点区域”^①。以大理为代表的地区,在依托交通优势,进行文化创意空间开拓的实践中,积极融入旅游消费市场,加强现代服务体系的建设,挖掘城市的文化特色资源,重点发展以酒吧、艺术表演、民族文化体验等为主的休闲娱乐性产业,同时注重培育影视文化产业,提升城市品牌的影响力。

三是中小历史文化名城文化创意产业的发展。我国历史文化浓厚,孕育了一大批具有不同历史文化的城市。截止到2016年5月,我国国家历史文化名城的数量已达到129座^②,根据城市历史文化的特点,可将这些名城划分为七大类:历史古都型、传统风貌型、一般史迹型、风景名胜型、地域特色型、近代史迹型、特殊职能型等。通过整理和分析,不难发现,中小城市占有很大的比重,尽管一些中小城市尚未进入历史文化名城的名单,但其历史文化资源的体量极大,相比大都市型的历史文化名城,中小历史文化名城文化资源的保存相对完整,随着国家对历史文化的保护意识的加强,极大地拓展了历史文化资源的生存空间,也是中小城市依托历史文化的优势进行文化创意产业发展的基础。在新型城镇化的推进中,提出了城市的发展将有利于产业结构的优化、就业方式的合理、人居环境的改善和生态环境的保护的观点,这与文化创意产业的发展特点正好契合,同时新型城镇化的建设,也在改善着文化创意产业发展所需的经济、科技、人才、现代服务水平等方面的先行条件。全球化时代的人际流动,休闲旅游业的发展,中小城市文化消费市场的快速增长,加快了历史文化资源转化文化创意产业发展的资本的效率。中小历史发展文化创意产业的发展路径,以历史文化资源开发为基础,发挥市场机制在资源配置中的决定性作用,

① 资料来源:2015年大理和大理城乡规划简介。

② 根据国务院历次审批的名单统计。

优化产业结构,打造以文化旅游、演艺、休闲娱乐为主体的文化创意产业。曲阜作为国家历史文化名城,拥有着以孔子名人名片为核心的历史文化资源群,历史文化资源丰富、厚重。近年来,曲阜的文化创意产业有了一定的发展,但是其发展陷入一个瓶颈期,难以平衡好历史文化资源的开发和保护的关系,拘泥于历史文化,缺乏一种创新发展的眼光,造成了历史文化资源的浪费。曲阜文化创意产业的发展不能仅仅停留在表层的开发,应抓住大众消费的需求,将历史文化与现代生活进行融合对接,激活市场,提升开发的层次和水平,建立历史文化名城发展文化创意产业的典范。

四是工业中心周边中小城市文化创意产业的发展。工业是国民经济中最重要的物质生产部门之一,一定时期内工业发展水平的好坏决定着一个城市的经济是否发展。科技的进步、产业结构的调整以及大众生活方式的转变,伴随国家经济战略的调整,产业结构升级转型的趋势势不可当,以高能源消耗、高污染为代价而发展的工业主导模式的城市不再辉煌,必须积极寻求新的经济增长点,减少第二产业比重,发挥以服务业为主导的第三产业类行业形态在城市产业转型中的作用。德国鲁尔工业区是世界上典型的城市产业结构优化升级的案例。鲁尔工业区原本是以能源产业、钢铁产业为基础的城市,由于全球化背景、新技术新产业层出,再加上大众消费的转变,鲁尔工业区走向了从工业转型为以休闲娱乐、艺术表演、主题园区体验、会展服务业为主的文化创意产业,实现了文化遗传和现代生活的互动融合。而以工业中心为依托的中小城市,在新型城镇建设中,也面临着产业形态的重新选择和洗牌,依托不同工业类型的工业,对城市的传统与现代艺术、工业遗址与文化创意的资源有机整合,加快城市产业间的各类资源的融合,发展以信息、科技、会展服务为主体文化创意产业,形成新的经济增长产业形态,实现城市的产业升级,将是其发展的可行性路径。工业中心区域,影响着一个城市历史发展的历程,有着相对厚重的工业经济基础,很大程度上影响着周边中小城市的发展,周边中小城市也被烙上了工业发展的印记,遗留了大量工业遗产,这些遗产承载着城市发展的历史,是一个城市品格的浓缩,在工业遗产保护的同时,如何将其与现代生活方式、城市产业结构的转型升级进行对接将是工业中心周边中小城市发展急需解决的问题。工业中心周边中小城市有着充裕的工业遗产,同时靠近工业中心,经济基础、科技、人才、信息服务能力等产业要素条件相对较好,契合了以信息、科技、会展服务为主体进行文化创意产业活动的一系列要求,这为周边中小城市的产业结构和升级提供了新的机遇,加快其新型城镇化的建设。以沉淀着城市个性的工业遗产为资源进行文化创意产业发展的模式,契合文化遗产与现代生活互动共生的发展趋势,满足了城市经济演进的需要,一定意义上平衡了文化遗产开发和保护的关系,即工业文化遗产活态保护与发展文化创意产业。但以工业遗产类为资源进行文化创意产业开发和利用的模式在我国仍处于萌芽发育的阶段,其发展较好的主要集中在大城市,如北京的北京 798、深圳的华侨城 LOFT,工业中心周边中小城市较少。一个传统的工业地区可以通过文化及文化产业的发展实现转型并焕发生机。这种转型需要一个开明的、有创新精神和胆识的公共部门,并且愿意投入相当数目的公共资金,否则将很难在大都市以外的其他地区推动

市场的发展。^① 因此,工业中心周边中小城市进行文化创意产业,要从城市的实际出发,不能盲目开发,需要政府作为后盾。

五是生态环境和历史文化型小镇创意产业的发展。新型城镇化的构建,以追求城市面积扩张的传统城市发展的模式不是当今时代的选择,相反,具有浓郁“乡愁”情怀的生态环境和历史文化型小镇,成为新型城镇化建设的重要一环、区域城市发展体系的关键。相比大都市,冷冰冰的钢筋水泥的高楼房宇、生态环境和历史文化型小镇特有的人文情怀、更纯粹的文化本真、人与自然的和谐,这种生态化、历史化、特色化的文化基因,满足了当下大众释放压力、追求审美体验的愿景,为生态环境和历史文化型小镇进行文化创意产业的发展、勾勒历史文化小镇发展的蓝图带来了新的机遇。在国家乡村文化旅游的带动下,生态环境和历史文化型小镇创意产业发展的路径应关注文化精神的内涵,依托生态环境和农耕文化,充分发挥文化印记、民族特色文化、生态环境对人的吸引,以文化魅力吸引人,积极发展休闲娱乐、乡村文化体验、民族工艺品业、节庆文化为主体的产业业态,营造一个文化艺术创作的氛围,实现文化创意产业集聚,打造一个宜人宜居的生态文化城镇空间。生态环境和历史文化型小镇文化创意空间的打造具有深远的意义,创意空间承载着一个城市的文化记忆、文化个性,保护了文化多样性,提升了文化的自信力。随着文化情怀在现代生活方式中的回归,休闲娱乐、乡村文化体验、民族工艺品业、节庆文化为主体的创意产业业态在推动生态环境和历史文化型小镇转型升级的进程中,为小镇带来了新就业、新的经济价值增长点,成为新型城镇化发展的关键。

三、小 结

新型城镇化已经成为中国走向现代化的必经之路,其发展思路和内涵契合了国家加强区域间协调发展、优化资源配置、升级产业结构以及注重人居环境改善的诉求,在全球化和大众传媒技术的推动下,区域文化产业的发展空间得到了极大的扩充,提高了区域文化产业发展中各种资源要素在市场经济下配置的效率和水平。国家发改委在 2015 年 2 月和 11 月短时间内公布了两批国家新型城镇化综合试点地区名单,这表明新型城镇化的建设将更加深入,继续影响着我国区域经济文化产业发展,其发展空间容量更大。同时,新型城镇化注重实现产业结构、就业方式、人居环境、社会保障等一系列由“乡”到“城”转变的发展理念决定了区域文化产业发展空间不是一个简单的机械的空间概念,而是一个科学的、以人为本的、生态的、可持续发展的多元一体的空间系统。

在城市不断发展的进程中,一些大城市出现只着眼于城市空间的扩展,盲目地追求城市的规模,漠视城市历史沉淀下的文化个性,出现了城市同质化的现象。新型城镇化不是一座城市按照另一个城市的发展模式去死板复制,应时刻审视发展的理念,正视城市历史文化精神在新型城镇化建设中的核心作用,打造独特的城市品牌。

新型城镇化发展进程中,区域文化创意产业要想获得突破,应分析城市的创意产业发展的基

^① 拉尔夫·埃伯特,弗里德里希·纳德等:鲁尔区的文化与创意产业[J].国际城市规划,2007,22(3).

点,同时借助全球化和现代传媒技术对文化消费市场扩展的推动作用,拓展区域文化产业的空间,同时应加强区域间的协作水平的提升,建构一个符合新型城镇化发展理念的区域文化产业发展模式。新型城镇化视域下的区域文化产业的发展是一个涉及经济、文化、生态、民生等多个领域的复杂程度相对较高的问题,因此,对待区域文化产业发展的问题需要全面地看待问题,尤其要处理好产品“生产”与“服务”的关系,处理好“我者”与“他者”的关系,处理好“传承”和“创新”的关系,处理好“开发”与“可持续”的关系,这样新型城镇化才能和区域文化的发展实现完美的对接。

参考文献:

- [1]黄亚平,陈瞻,谢来荣.新型城镇化背景下异地城镇化的特征及趋势[J].城市发展研究,2011(8).
- [2]格雷厄姆·汤普森.导论:给全球化定位[J].国际社会科学杂志:中文版,2000(2).
- [3]厉无畏.产业融合与产业创新[J].上海管理科学,2002(4).