

陆小成◎著

品牌视域下的 文化产业发展

——基于低碳转型的思考



东北师范大学出版社

陆小成◎著

品牌视域下的 文化产业发展

——
基于低碳转型的思考



东北师范大学出版社

长春

图书在版编目(CIP)数据

品牌视域下的文化产业发展：基于低碳转型的思考 /
陆小成著. —长春：东北师范大学出版社，2014.2
ISBN 978 - 7 - 5602 - 9552 - 7

I. ①品… II. ①陆… III. ①文化产业 - 产业发展 -
研究 - 丰台区 IV. ①G127.13

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 035931 号

□策划编辑：汲 明

□责任编辑：汲 明 □封面设计：博克思

□责任校对：王春艳 □责任印制：许宏勇

东北师范大学出版社出版发行
长春市净月开发区金宝街 118 号（邮政编码：130117）

销售热线：0431—84568103

传真：0431—84568103

网址：<http://www.nenup.com>

电子函件：sdcbs@mail.jl.cn

北京洲际印刷有限责任公司印装

2014 年 7 月第 1 版 2014 年 7 月第 1 次印刷

幅面尺寸：170mm × 240mm 印张：19 字数：300 千

定价：38.00 元

总 序

一个现代国家的科学技术和思想文化的水平，体现为大学的科研与成果。国家的竞争最终体现为人才的竞争。大学肩负着培养人才、服务经济社会发展、为社会提供新思想的重要职责。而科学研究不仅仅需要学者默默地研究，还需要学者把自己的知识成果展示出来，让社会进行鉴定，让学生加以吸收，让同行得以交流。书籍、论文是进行上述活动的有效载体。课堂讲授如同飞鸟划过天空，往而不复。只有著作文章可以传之后世、致乎远人。

早期的中国大学正是借助于书刊出版才大大推动了中国的现代化运动，使得一大批的学问家得以涌现。胡适、冯友兰等著名学者都是通过整理课堂笔记就形成了煌煌大著。我们有必要把耿丹学院年轻教师的教学心得与成果凝聚起来，形成物质作品，以供同行鉴定和同学观摩。这也对我校的课堂教学有所检验，有所帮助。

学术乃天下之公器。学术需要交流，思想需要碰撞。“耿丹论丛”使得耿丹学院的教师可以更好地相互交流和碰撞思想。我们预期此次论丛的出版必然引起轰动效应。同学们和老师们肯定要对“耿丹论丛”的系列书籍进行高度关注和评价。大学教师的学术研究需要具有迎接各种批评的独立不惧的精神。一所大学培养的人才应具有独立的人格、高尚的价值观、积极的心态和理论联系实际的能力。已有八年办学经验的耿丹学院深深懂得只有加强学院科研力度、提升学院学术声望才能从根本上提高学院教学质量。学术能力是大学教师的必备素质。耿丹学院一直坚持教学与科研工作紧密结合的理念，努力为师生的科研与学术活动创设良好的环境和宽松的氛围。耿丹学院把学术发展作为教师职业发展规划的重要内容。

办好一所大学肯定不是一个人能够办好的，也不是一个专业就可以办好的，或许也不是一代人通过努力就能办好的。但毋庸置疑的是，每一个人、每一代人都是怀着崇高的理想，孜孜不怠地献身于教育与学术。应该说，在对知识、真理进行上下求索、忘我追求的过程中，每一个人、每一代人都有各自的历史使命与

责任。那么，耿丹学院计划组织出版的首批“耿丹论丛”学术著作，正是对“独立之精神，自由之思想”的大学境界、学术情怀、价值取向的一个延续，并正努力、认真地做好其所赋予的每一次阶段性任务。这也正是耿丹学院作为一所“立足北京、服务地方、辐射全国、面向世界”的应用型本科院校办学理念的一个具体体现。

耿丹学院的科研工作要做到“四个围绕”。大学是社会的服务器与精神的象牙塔。科研是教学的灵魂；科研是产业与专业的契合点；科研是服务地方的突破点；科学是大学的核心竞争力。科研不仅是学术研究、科学研究，更应该是应用研究、实用研究与对策研究。耿丹学院提出了科研工作“四个围绕”的基本精神，即科研工作要围绕教学、围绕专业建设、围绕教师成长、围绕服务地方发展。耿丹学院科研工作的重要特色就是注重教师科研能力的培养与提升，推出高质量、高水平的科研成果，做好地方服务，并加强产、学、研的紧密结合。耿丹学院提出了人才培养的跨界创新模式就是通过课程整合、学科交叉推进教学与科研；通过跨进产业办专业；通过校企合作，协同创新，共同服务于地方经济社会。

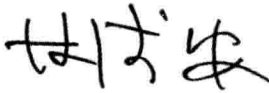
我们感到了学校教职员工上下真心实意办最好的民办大学的工作热情。而办成最好的民办大学的必要条件就是要有一流的学术成果与活动。耿丹学院在经过了几年的积累之后，一大批的优秀教师得以成长起来。他们的课堂授课日趋成熟，有的已经达到国内亚前沿的学术状态。假以时日，多加采集，耿丹学院的学术活动也将会逐渐汇入中国现代学术的阵营之中。教师的科研成果的汇集成册和出版工作大大有利于今后耿丹学院的大学生能够更好地消化教师的科研成果，为增强耿丹学院大学生的自主学习提供路径。只有教师的勤奋与精进才能更好鼓舞大学生求知的信心。“耿丹论丛”的继续发展十分有利于耿丹学院学术生态和学术气候的跨步发展，从而以坚实的学术成绩夯实课程教学质量基础。“耿丹论丛”通过不断地锻炼和鉴定教师的学术造诣，将有利于耿丹学院教师形成一定的学术声望。“耿丹论丛”的发展有利于学术成果的转化，进而更好地促进学校与企业、地方政府的合作。

耿丹学院一直重视青年教师成长。耿丹学院一直鼓励青年教师多出科研成果，并重视青年博士的学术成长以及各种科研成果的转化。此次第一批“耿丹论丛”的出版是耿丹学院科研规划的先期探索。获得“耿丹论丛”资助出版的几位教师来自不同系部，涉及多种学科领域。

万事开头难，我们会在后期探索中不断推陈出新，力求开发出更高质量、更

受瞩目的成果。“耿丹论丛”首批获得资助出版的著作成果显示：它们并不仅是局限于单一视角下的线性研究，而是力求突破学科本身，以多元视角、国际视野立足于地方服务的复合研究。如：《不同文化体的对视——中东欧与俄罗斯关系及其与中国的“镜像”研究》，是王一诺博士独特而敏锐的国际政治智慧所形成的一份具有学术新发展的成果；《有效提升三本院校大学英语教学效果的途径探究——以北京工业大学耿丹学院为例》，是我校解晓宁、于雪桐、刘晓琴、李红、宋文丽对大学英语的孜孜探索，这不仅展示了我校在大学英语课程改革方面的力度，而且对我校继续推进国际化办学，促进耿丹学院大学生更好地谋求海外发展和外企工作有重要帮助；《中国哲学与马克思主义中国化》，是崔锁江博士把中国哲学与马克思主义双向诠释，是两大学科领域的一次深入结合，对新时期的文化建设有一定的探索意义；《品牌视域下的文化产业发展——基于低碳转型的思考》，是陆小成博士运用专业知识结合地方经济发展的一种展示，体现耿丹学院注重大学服务社会的重要职能。以上作品涉及文学、哲学、语言学、管理学、文化学诸多学科，有的擅长应用价值，有的擅长理论创新，这体现了他们孜孜以求的学习精神。

“耿丹论丛”的出版无疑是对他们教学与科研工作的一个认可，更为他们提供了一个交流与展示的平台。青年教师勇于质疑，敢于批判，并具有创新精神，这也正是耿丹学院人才培养目标在教师身上的一个生动体现。“耿丹论丛”首批学术著作的出版是耿丹科研战略转化为行动计划，再到具体实施的一个重要实践。耿丹学院将继续鼓励那些具有理想追求且能埋头苦干、锐意创新的年轻人。我们期待他们以及更多的耿丹学院的教师能够多出著作，出好著作，共同为耿丹学院的学术事业努力！

院长  教授
2013年12月12日

前 言

党的十八大报告明确指出，文化是民族的血脉，是人民的精神家园。文化是一个国家民族凝聚力和创造力的重要源泉，是综合国力竞争的重要因素，是城市区域经济社会发展的重要支撑。同时提出要加快经济发展方式转变，大力推进生态文明建设，促进绿色发展、循环发展、低碳发展。文化产业作为文化与经济相互交融的集中体现，科技含量高，资源消耗低，环境污染少，发展潜力大，是实现经济发展方式转变和绿色低碳发展的支柱产业。充分认识文化产业在转变经济发展方式中的突出地位和重要作用，努力促进文化产业大发展大繁荣，有助于国家和城市区域绿色发展与低碳转型。文化品牌与文化产业是促进经济发展方式转变，实现区域经济低碳转型的重要领域。

从国际上考察，文化品牌和文化产业已经成为全球经济发展新引擎，西方发达国家高度重视文化产业发展。党中央和国务院提出深化文化体制改革，推动文化大发展大繁荣，高度重视文化事业和文化产业发展。党中央、国务院采取了一系列政策措施，深入推进文化体制改革，加快推动文化产业发展。国有经营性文化单位转企改制取得重要进展，涌现出一批具有较强实力和竞争力的国内外知名的文化企业和企业集团。当前，中国文化产业规模逐步壮大，出现多种所有制、多种主体参与文化产业协同发展的局面，建立了一些知名的文化品牌。国家实施文化走出去的战略，文化企业参与国际竞争越来越频繁，文化进出口贸易逆差逐步缩小，我国文化产业的国际竞争力不断增强。

总的来看，我国文化产业呈现健康向上、蓬勃发展、低碳转型的良好态势，正在成为推动社会主义文化大发展大繁荣的重要引擎和经济发展新的增长点。同时要看到，我国文化产业的发展水平还不高，活力还不强，与人民群众日益增长的精神文化需求还不相适应。基于当前国家经济社会发展的大好形势，要抓住机遇，大力振兴文化产业，为“保增长、扩内需、调结构、促改革、惠民生”作出贡献。北京提出发挥首都全国文化中心的示范作用，建设中国特色社会主义先进文化之都和世界城市。这对于文化资源相对丰富的丰台区而言，是丰台区文化品

牌提升和文化产业突破发展的大好机遇。本书以丰台区为例，基于低碳转型的思考，从品牌的视角探讨文化产业发展的目标定位、战略选择和对策建议，主要从以下几个方面进行系统研究：

（一）文化品牌与文化产业存在密切的互动关系。文化品牌是通过对文化资源和文化元素的挖掘、分析，梳理文化元素和资源内在的价值。文化元素包括无形的精神文化和有形的物质文化。文化元素的利用，要通过“识别——筛选——改造——利用”的过程，才能真正形成文化品牌。文化品牌依托文化产业得以持续发展，文化产业需要走品牌化道路才能具有核心竞争力，以科技投入、文化创新、市场运作、品牌提升、集群突破为重要动力，能有效促进文化品牌与文化产业的互动融合与跨越发展。丰台区文化产业发展需要走文化品牌之路，丰台区文化品牌必须依托特定的文化产业才能真正形成品牌的持续竞争力。文化品牌必须走产业发展道路，依托产业集群发展和创新，才能打造特色的文化品牌，提升文化品牌质量，形成文化品牌竞争力。

（二）国内外文化品牌与文化产业发展的经验比较研究。西方国家和城市较早重视文化品牌与文化产业发展，文化产业成为国民经济的重要支柱，文化产业发展也是实现城市绿色低碳转型的重要举措。国内许多城市如上海、深圳等高度重视文化品牌与文化产业发展，取得了一定的成功经验。上海市将文化产业列入城市文化建设的重要内容，制定比较强大的文化发展战略和产业规划；组建文化产业集团，加强地方文化企业整合。深圳市在文化产业发展上，实施文化产业战略，充分发挥政府的“第一推动力”，以政府鼓励、制度创新、优化服务来保障文化产业的可持续发展，注重发挥民营经济力量的活力，充分利用现代科技与文化产业融合契机，促进文化产业提质增效。这些经验应对我们有所启发。

（三）以北京市丰台区为例，基于文化品牌的视角对文化产业发展进行SWOT分析。从理论与实践相结合的角度，结合丰台区区情的特点和区域差异，通过实证调研，对丰台区文化品牌提升和文化产业突破进行SWOT分析，深入考察丰台区在文化产业发展方面的机遇、威胁、优势、劣势等。

（四）提出丰台区文化产业发展的目标定位与战略选择。丰台区立足首都城市功能定位，依托良好的生态环境和丰富的文化资源，以“抢抓机遇，高端引领，区域统筹、产业集群、文化制胜”为基本理念，以“提升丰台文化、整合丰台产业、构筑丰台品牌、彰显丰台精神、打造丰台形象、实现丰台跨越”为基本目标，打造体现丰台特色的国家级文化品牌，在国际上形成具有强大竞争力和影响力的文化产业集群。方向选择主要表现为以市场机制为动力，以政府政策扶持

为指引，以企业集团化、产业集群化、区域品牌化、城市服务化为基本方向，促进丰台区文化产业链条的完善和竞争力的提升，进而构建丰台国家级文化品牌。本文根据丰台区的实际情况提出文化产业发展的实施步骤和发展重点，进而提出发展文化产业可供选择的创新驱动、集群融合、差异特质、人才支撑、需求拉动、国际品牌、低碳转型等战略。

（五）本书最后，基于低碳转型的战略考察，提出了丰台区文化品牌与文化产业发展的对策和建议。主要包括树立文化品牌理念，加快文化体制创新；实施文化品牌战略，构建品牌管理机制；加强文化品牌宣传，加快建设幸福丰台；完善基础设施建设，健全产业服务体系；做大做强市场主体，促进六大集群融合；推动文化科技创新，提高丰台产业实力；提升专业人才素质，增强产业人才优势；重视文化对外交流，提升丰台国际品牌；发展低碳文化产业，构筑低碳文化品牌；通过品牌开拓市场、占领市场、带动产业发展，进而发展和壮大民族文化产业，增强民族文化产品的国际竞争力，使丰台文化品牌和文化产业走向全国，走向世界。

目 录

第1章 绪 论	1
1.1 研究背景与问题的提出	1
1.2 国内外相关研究现状	5
1.3 研究内容和总体框架	16
1.4 研究突破点或创新之处	18
第2章 相关理论基础	19
2.1 文化产业理论	19
2.2 产业集群理论	41
2.3 价值链理论	46
2.4 品牌与文化品牌	49
2.5 低碳经济与低碳转型理论	60
2.6 文化品牌与文化产业的互动关系	65
2.7 本章小结	82
第3章 品牌视域下文化产业发展的战略意义	83
3.1 实现经济低碳发展、文化内涵提升的支柱产业	83
3.2 实现发展方式转变、产业优化升级的关键战略	86
3.3 实现城市绿色跨越、低碳发展崛起的重要基础	88
3.4 实施创新驱动战略、社会和谐发展的强大动力	91
3.5 助推世界城市建设、构筑国际品牌的战略工程	93

3.6 本章小结	97
第4章 国内外文化品牌与文化产业发展经验比较	98
4.1 西方国家文化品牌与产业发展历程	98
4.2 美国发展文化产业的经验与措施	103
4.3 日本发展文化产业的经验与措施	106
4.4 韩国发展文化产业的经验与措施	110
4.5 国内若干城市文化产业经验比较	112
4.6 国内外文化创意产业集聚区管理模式比较	115
4.7 国内外经验对丰台区的借鉴与启示意义	119
4.8 本章小结	124
第5章 文化品牌与文化产业发展的 SWOT 分析:以丰台区为例	125
5.1 发展优势(Strength)	129
5.2 发展劣势(Weakness)	139
5.3 发展机遇(Opportunity)	145
5.4 发展威胁(Threats)	152
5.5 本章小结	169
第6章 文化品牌与文化产业目标定位与发展重点	170
6.1 目标定位	170
6.2 方向选择	171
6.3 实施步骤	184
6.4 发展重点	185
6.5 本章小结	190
第7章 品牌视域下文化产业发展的战略选择	191
7.1 创新驱动战略	191
7.2 集群发展战略	193
7.3 产业融合战略	193

7.4 差异特质战略	194
7.5 人才支撑战略	197
7.6 需求拉动战略	197
7.7 国际品牌战略	198
7.8 低碳转型战略	200
7.9 本章小结	206
第8章 基于低碳转型的文化品牌与文化产业发展对策	207
8.1 树立文化品牌理念,加快文化体制创新	208
8.2 实施文化品牌战略,构建品牌管理机制	210
8.3 打造花好月圆品牌,加快建设幸福丰台	211
8.4 完善基础设施建设,健全产业服务体系	213
8.5 做大做强市场主体,布局六大集群融合	214
8.6 推动文化科技创新,提高丰台产业实力	217
8.7 提升专业人才素质,增强产业人才优势	218
8.8 重视文化对外交流,提升丰台国际品牌	219
8.9 发展低碳文化产业,构筑低碳文化品牌	221
8.10 本章小结	223
第9章 总结与展望	224
9.1 基本总结	224
9.2 研究不足与展望	227
附录一:北京公共文化设施建设和服务提升研究	229
附录二:文化产业组织结构问题研究:基于 SCP 视角	260
主要参考文献	276
后 记	287

第1章 绪论

1.1 研究背景与问题的提出

党的十八大报告明确指出,文化是民族的血脉,是人民的精神家园。目前,我国文化软实力显著增强,文化产业成为国民经济支柱性产业,中华文化走出去,迈出更大步伐,社会主义文化强国建设基础更加坚实。全面建成小康社会,实现中华民族伟大复兴,必须推动社会主义文化大发展大繁荣,兴起社会主义文化建设新高潮,提高国家文化软实力,发挥文化引领风尚、教育人民、服务社会、推动发展的关键性作用。文化是民族凝聚力和创造力的重要源泉,是综合国力竞争的重要因素,是经济社会发展的重要支撑。文化产业是市场经济条件下繁荣发展社会主义文化的重要载体,是满足人民群众多样化、多层次、多方面精神文化需求的重要途径,也是推动经济结构调整、转变经济发展方式的重要着力点。文化产业作为文化、科技和经济深度融合的产物,凭借其独特的产业价值取向、广泛的覆盖领域和快速的成长方式在全球蓬勃发展。文化产业的发展规模和影响程度已经成为衡量一个国家或城市综合竞争力高低的重要标志。^①

从国际背景来看,21世纪,全球竞争已经进入文化竞争时代。全球化条件下的综合国力竞争,说到底知识经济和文化软实力的竞争。弗里德曼评判世界城市竞争力的标准,不局限于经济领域,还包括社会、文化领域的综合竞争力。文化是一个国家、一个民族凝聚力和创造力的重要源泉,是综合国力竞争的重要因素,是经济社会发展的重要支撑。

文化品牌和文化产业已经成为全球经济发展新引擎。根据权威研究机构最新统计分析,2006年全球文化创意产业总产值已经超过84000亿美元。英国作为全

^① 陈洁民,尹秀艳.北京文化创意产业发展现状分析[J].北京城市学院学报,2009(4):9-11.

球文化创意产业发展的标杆国家,2005 年产值超过 1400 亿英镑,占英国 GDP 的 9%,文化创意产业成为其第二大产业。美国创意经济是其经济的重要表现形式,文化创意产业已占其 GDP 的 10%。日本和韩国是亚洲地区文化创意产业较发达的国家。韩国动漫、网络游戏以及数字内容产业具有很强的竞争实力。此外,澳大利亚、丹麦、新加坡、新西兰、中国香港、中国台湾等国家和地区政府也高度重视文化创意产业的发展,采取各种举措加以积极推动。

随着全球经济一体化发展的日益加快,文化与经济、社会、政治、军事、环境等方面的联系密不可分,呈现相互交融、相互渗透、相互影响的发展态势。随着全球城市化进程的快速推进,城市人口越来越多,城市所面临的竞争压力持续增加,世界上许多城市也被越来越复杂的城市问题所困扰,一些传统的能源城市面临着资源枯竭、城市环境恶化、经济难以为继的衰退局面。在此形势下,提升文化品牌,发展文化产业,走文化强市、持续发展、低碳转型的新型道路成为现代城市转型升级与持续发展的新潮流、新趋势。

从国内和北京市情来看,党中央和国务院提出深化文化体制改革,推动文化大发展大繁荣,高度重视文化事业和文化产业发展。当今世界综合国力竞争异常激烈,虽然从经济上看,2011 年我国的 GDP 总量达 47.2 万亿人民币,位居世界第二,但大国之间的竞争不仅仅体现在经济实力上,还体现在文化实力方面。总体上,我国的经济总量处于世界第二位,但在文化上却毫无疑问地处于弱势地位,文化上的“西强中弱”格局依然没有改变。文化是经济的重要组成部分,是推动经济发展的重要杠杆,同时更代表着一个国家和民族的文明程度、发展水平,体现着国家的软实力。党中央和国务院高度重视文化软实力提升对振兴中华民族伟大复兴事业的重要战略意义,文化产业是提升文化软实力的重要基础,因而不断采取有效政策、措施助推文化产业发展。特别是党的十八届三中全会提出要深化文化体制改革,加快推动文化产业跨越发展。文化产业在党的好政策下呈现健康、蓬勃、持续发展的良好态势,成为推动社会主义文化大发展大繁荣的重要引擎,文化产业在国民经济的比重中不断提高,成为经济发展的新增长点 and 经济低碳转型的重要方向。

中国文化产业迅速发展,展现许多新的特点。主要表现为:

第一,增长快速,产业结构不断优化,新兴业态不断衍生。文化产业对国民经济的贡献率不断上升,对于优化产业结构、提高产业质量和效益、丰富群众社会文化生活发挥了重要的促进作用。随着经济全球化时代的到来,科技进步不断提升,互联网、计算机技术、数字媒体、信息技术等的广泛渗入和创新,促进了传统文化产业与现代科技的高度融合,并产生许多新的业态,如动漫游戏、数字音乐、数字电

影、网络视频、移动多媒体广播电视、公共视听载体、数字出版、网络出版、手机出版等新兴文化产业崛起,不断延伸文化产业链,优化文化产业结构,拓宽文化产业领域,丰富文化产业内容。

第二,作为区域经济发展的新引擎、新动力、新增长点,文化产业对于转变经济发展方式和节能减排、低碳发展发挥了突出贡献。文化产业作为服务业的重要类型,具有低能耗、低排放、高技术、高知识密集、更多就业机会等特点,能有效促进经济发展方式的转变。许多城市和区域大力发展文化产业,如一些资源型城市伴随传统矿产资源的耗竭和传统能源产业的衰退,通过进行旧有矿区和工业遗迹的文化改造,大力发展文化产业或文化旅游产业,实现产业结构的改造、优化、升级,文化产业增长速度明显高于传统制造业,成为提供就业机会、增加 GDP、软化产业结构、节能减排的重要支撑。

第三,文化产品技术含量提升,文化服务不断丰富。随着人们生活水平提升,对精神文化层次的消费需求不断旺盛,文化产业日益成为满足人民群众精神文化需求的重要途径。党中央和国务院提出文化大发展大繁荣,促进文化产业的快速发展。文化产业的发展也促进文化产品内容不断丰富,文化产品技术含量不断提高。文化产业是内容加载体的产业,科技创新及其在文化产业领域的应用有利于拓展新市场、催生新业态,有利于增强文化产品的感染力和传播力。网络、数字、信息技术乃至生物、材料技术的发展,都将不断拓宽文化产业的发展领域,大大丰富文化的内容和业态。^①文化服务不断增多,形成了多门类、多层次、多样化的文化生产和服务体系。文化产品和服务的数量更加丰富,质量不断提升,人民群众多样化、多层次的文化需求进一步得到满足。

第四,文化产品和服务“走出去”的步伐不断加快,国际影响力日益提升。文化产业的跨国经营是国际趋势,文化产业走出去才能进一步促进我国文化产业繁荣发展。我国正不断丰富传统文化内涵,扩大国际交流,促进文化消费,提升本国文化产业的国际影响力和竞争力。我国文化产业走出去无论规模还是质量都不断提升,文化产业的国际地位不断得到增强。当然,与发达国家的文化产业集团和国际知名文化品牌比较而言,还差距较大。

第五,随着社会资本的不断积累,国家对民间资本投资的不断放开,越来越多的社会资本投入文化产业领域,加强对传统文化元素的提升和文化资源的整合,促

^① 中国文化产业政策需求[DB/OL]. (2013-07-09)[2013-07-20]http://guoqing.china.com.cn/2013-07/09/content_29366706_2.htm.

进文化产业的扩大与繁荣发展,并形成了许多的文化产业集群,文化产业园区发展势头良好。随着文化产业集群的发展,形成了文化产业的完整价值链,文化基础设施的改善和投入进一步降低了文化产业经营成本,也吸引了更多的社会资本和人力资本。文化产业已成为社会资本追逐的新热点。同时,随着政府支持力度的加强和社会资本的大量进入,许多文化产业园区相继建设和投入使用,文化产业集群化发展趋势日益明显。^①

文化竞争力是一个国家最根本、最持久、最难替代的竞争优势。目前,相对经济发展的速度和规模,我国的文化繁荣程度还不够,整体文化实力与经济实力及国际影响力不相适应。我国文化产业起步晚,基础差,发展质量低;发展水平还不高,活力还不强,与人民群众日益增长的精神文化需求还不相适应,与日趋完善的社会主义市场经济体制还不相适应,与现代科学技术迅猛发展及广泛应用还不相适应,与我国对外开放不断扩大的新形势还不相适应。^②我国要想成为一个真正的文化贸易大国、文化强国还有很长的路要走。加强文化产业发展,不断提高文化产业竞争力任重道远。国内许多省市区均提出文化立省强市强区战略,大力发展文化品牌和文化产业。北京作为首都,提出推动首都文化大发展大繁荣,发挥首都全国文化中心示范的作用,建设中国特色社会主义先进文化之都。这对于文化资源相对丰富的丰台区而言,是提升文化品牌和突破文化产业发展困境的大好机遇。

党的十八大报告强调,建设生态文明,是关系人民福祉、关乎民族未来的长远大计。面对资源约束趋紧、环境污染严重、生态系统退化的严峻形势,必须树立尊重自然、顺应自然、保护自然的生态文明理念,把生态文明建设放在突出地位,融入经济建设、政治建设、文化建设、社会建设各方面和全过程,努力建设美丽中国,实现中华民族永续发展。坚持节约资源和保护环境的基本国策,坚持节约优先、保护优先、自然恢复为主的方针,着力推进绿色发展、循环发展、低碳发展,形成节约资源和保护环境的空间格局、产业结构、生产方式、生活方式,从源头上扭转生态环境恶化趋势,为人民创造良好生产生活环境,为全球生态安全作出贡献。面对粗放型经济发展方式需要转型,资源型城市受制于资源能源的瓶颈和环境不断恶化等危机需要转型,大力推进生态文明建设和低碳发展,需要加快低碳转型。文化产业作为重要的低碳型产业,应在城市低碳转型中发挥重要支撑作用。文化产业与低碳

^① 蔡武.文化产业成为社会资本追逐新热点[DB/OL].(2010-04-28)[2010-05-19]
http://news.xinhuanet.com/politics/2010-04/28/c_1262085.htm.

^② 龚世友.文化产业将成为经济增长的新亮点[J].中国产业,2011(3):53.

经济、低碳转型存在什么样的关系?如何发挥文化产业在城市低碳转型中的重要作用?这些需要深入系统研究。从低碳转型的视角进一步研究文化品牌与文化产业发展问题,是值得深入研究的重要课题。

从丰台区区情来看,丰台已进入了绿色发展、低碳创新、文化崛起的重要机遇期,“一轴两带四区”建设快速推进,产业结构优化升级稳步开展。随着园博会盛况空前、永定河两岸生机盎然、丽泽金融商务区拔地而起、世界种子大会享誉海外,增强文化软实力成为提升丰台区品牌形象和竞争力、扩大文化影响力的重要标志。丰台区提出切实增强区域文化竞争力和影响力,建设成为充满活力的首都文化强区,这是当前和今后一个时期全区重要而紧迫的战略任务。但同时,丰台区城乡、地区之间文化发展仍不平衡,文化设施建设与文化产业发展仍很滞后,文化品牌和文化产业的社会影响力和竞争力还不够强大。在北京低碳转型和京津冀协同发展的大背景下,丰台区同样面临资源能源的瓶颈性制约和环境压力。当前形势下,针对丰台区实现文化强区的问题,如何提升文化品牌;如何突破文化产业发展瓶颈,走低碳、绿色、生态发展道路;如何以低碳转型促进区域经济绿色增长是值得深入探讨的重要课题。

1.2 国内外相关研究现状

1.2.1 国外相关研究现状

文化产业概念最先源于西方国家。西方许多学者最早关注和研究文化产业问题。自20世纪30年代,从阿多诺、霍克海默到本雅明,再到著名学者詹姆逊、卡斯特,从不同的角度对文化产业进行了研究和探讨。西方学者认为,文化产业是一种商品活动,即以经营符号性商品和信息为主的经济行为。这些商品的基本经济价值源于它们内在的文化意义。文化产业包含了从创意、生产到再生产和交易的全过程巨大产业链,不仅包括了传统的广播、电视、出版、视觉艺术等文化产业,还包含如互联网、动画、创新创业等高新技术产业。文化产业在经济社会发展中的地位和作用越来越重要,被国际学术界公认为朝阳产业、绿色产业、新兴产业,在许多发达国家已成为国民经济支柱产业之一。有研究指出,在发达国家文化产业已经成为国民经济的重要支柱产业。英国文化产业创造的年产值超过了任何一种传统制造业所创造的产值;日本文化产业的产值早在20世纪90年代就已经超过本国汽车工业的年产值,目前已成为仅次于制造业的第二大产业,占GDP的18%;作为