

文化创意产业集群的

演化与发展

THE EVOLUTION AND DEVELOPMENT OF
CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRY CLUSTER

毛磊 著



江苏大学出版社
JIANGSU UNIVERSITY PRESS

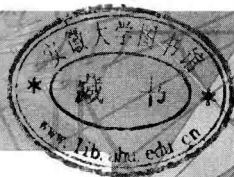
文化创意产业集群的 演化与发展

THE EVOLUTION AND DEVELOPMENT OF
CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRY CLUSTER

毛磊 著



江苏大学出版社
JIANGSU UNIVERSITY PRESS
镇江



图书在版编目(CIP)数据

文化创意产业集群的演化与发展 / 毛磊著. — 镇江:
江苏大学出版社, 2013. 8
ISBN 978-7-81130-554-8

I. ①文… II. ①毛… III. ①文化产业—产业发展—
研究 IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 196022 号

文化创意产业集群的演化与发展

WENHUA CHUANGYI CHANYE JIQUN DE YANHUA YU FAZHAN

著 者/毛 磊

责任编辑/朱汇慧 米小鸽

出版发行/江苏大学出版社

地 址/江苏省镇江市梦溪园巷 30 号(邮编: 212003)

电 话/0511-84446464(传真)

网 址/http://press. ujs. edu. cn

排 版/镇江文苑制版印刷有限责任公司

印 刷/丹阳市兴华印刷厂

经 销/江苏省新华书店

开 本/890 mm×1 240 mm 1/32

印 张/7. 625

字 数/216 千字

版 次/2013 年 8 月第 1 版 2013 年 8 月第 1 次印刷

书 号/ISBN-978-7-81130-554-8

定 价/36. 00 元

如有印装质量问题请与本社营销部联系(电话:0511-84440882)

目 录

第一章 绪 论 001

1.1 问题的提出与选题意义 001

1.1.1 问题的提出 001

1.1.2 选题意义 005

1.2 相关文献综述 006

1.2.1 产业集群：产业组织演进的新范式 006

1.2.2 文化创意产业集群发展的探讨 016

1.2.3 文献综述小结 028

1.3 研究的思路、内容与方法 028

1.3.1 研究的总体思路 028

1.3.2 研究内容 029

1.3.3 研究方法及技术路线图 031

1.4 研究创新点 033

第二章 文化创意产业集群及其发展的基础理论 034

2.1 文化创意产业的内涵 034

- 2.1.1 文化创意产业的相关概念界定 034
- 2.1.2 文化创意产业的特征 043
- 2.1.3 文化创意产业的分类 046
- 2.2 文化创意产业集群的内涵 051
 - 2.2.1 文化创意产业集群的相关概念 051
 - 2.2.2 文化创意产业集群的特征 053
 - 2.2.3 文化创意产业集群的价值链构成 057
- 2.3 文化创意产业集群演化的理论基础 058
 - 2.3.1 生命周期理论:对文化创意产业集群发展过程的解释 058
 - 2.3.2 自组织理论:对集群发展机理解释 059
- 本章小结 060

第三章 文化创意产业集群的类型与生命周期分析 061

- 3.1 国外文化创意产业集群的类型 061
 - 3.1.1 政府主导导向型文化创意产业集群 061
 - 3.1.2 市场需求自发型文化创意产业集群 066
 - 3.1.3 自发与政府导向协同型文化创意产业集群 071
- 3.2 文化创意产业集群生命周期各阶段分析 074
 - 3.2.1 文化创意产业集群形成阶段 075
 - 3.2.2 文化创意产业集群成长阶段 076
 - 3.2.3 文化创意产业集群成熟阶段 077
 - 3.2.4 文化创意产业集群衰退阶段 078
- 3.3 文化创意产业集群演化的稳定性分析 079
 - 3.3.1 条件假设与说明 079
 - 3.3.2 Logistic 模型构建 079
 - 3.3.3 集群企业的相互竞争模型 080



3.3.4 集群企业的相互依存模型 083

本章小结 085

第四章 文化创意产业集群的发展机理分析 086

4.1 文化创意产业集群演化的复杂性特征 086

4.1.1 文化创意产业集群的自组织特征 088

4.1.2 文化创意产业集群的涌现性特征 093

4.2 文化创意产业集群的自组织类型与演化机理 095

4.2.1 文化创意产业集群的自组织类型 095

4.2.2 文化创意产业集群的自组织进化机理 097

4.3 文化创意产业集群自组织演化的动力来源 099

4.3.1 文化创意产业集群内企业创新的竞合机理分析 099

4.3.2 文化创意产业集群内企业集体学习机制 105

4.3.3 集群组织与外部环境协同演化 119

本章小结 123

第五章 文化创意产业集群发展的影响因素分析 124

5.1 文化创意产业集群发展的一般性影响因素分析 124

5.1.1 制度政策因素 125

5.1.2 社会文化因素 135

5.1.3 市场因素 138

5.1.4 企业创新因素 139

5.1.5 企业网络环境因素 141

5.1.6 文化创意产业集群发展影响因素假设模型 145

5.2 京、沪、粤三省市文化创意产业集群发展案例分析 146

5.2.1 北京文化创意产业集群发展现状 147



- 5.2.2 上海文化创意产业集群发展现状 153
- 5.2.3 广东文化创意产业集群发展现状 158
- 5.3 京、沪、粤三省市文化创意产业集群发展的影响因素 162
 - 5.3.1 政府的产业扶持政策 162
 - 5.3.2 较为完善的基础设施 162
 - 5.3.3 当地的文化创作氛围 163
 - 5.3.4 较好的公共服务平台 163
- 本章小结 164

第六章 文化创意产业集群发展影响因素的实证分析 165

- 6.1 基地发展阶段分析 165
 - 6.1.1 张江文化科技创意产业基地的形成与发展 165
 - 6.1.2 常州动漫产业基地的形成与发展 166
- 6.2 基地发展的动力来源 169
 - 6.2.1 张江文化科技创意产业基地发展的动力来源 169
 - 6.2.2 常州动漫产业基地发展的动力来源 171
- 6.3 文化创意产业集群发展影响因素的实证分析 174
 - 6.3.1 统计方法介绍 174
 - 6.3.2 调研对象描述 176
 - 6.3.3 模型效度检验 176
 - 6.3.4 因子分析 177
 - 6.3.5 信度检验 180
 - 6.3.6 假设模型修正 180
 - 6.3.7 结果分析 182
- 本章小结 183

第七章 政策建议 184

7.1 制度政策方面 184

7.1.1 着力构建完善的知识产权保护政策 184

7.1.2 完善风险投资机制,进一步拓宽融资渠道 185

7.1.3 进一步完善促进文化创意组织发展的产业政策 185

7.1.4 加快文化创意产业集群发展的基础设施建设 186

7.2 社会文化方面 187

7.2.1 努力培育城市文化创作氛围 187

7.2.2 完善创意人才培养机制 188

7.3 中介组织方面 189

7.3.1 进一步拓展公共服务平台职能 189

7.3.2 加快发展各类文化创意中介组织 190

7.4 企业创新方面 191

7.4.1 政府应着力帮助文化创意企业提升知识吸收和应用能力 191

7.4.2 培育良好的企业创新氛围,提升文化创意企业创新能力 192

7.5 企业网络环境方面 193

7.5.1 构建有效的文化创意集群企业间的信任机制 193

7.5.2 鼓励构建文化创意集群的企业创新网络 194

本章小结 195

第八章 研究结论与展望 196

8.1 研究结论 196

8.2 研究展望 199

附录 I	201
附录 II	207
附录 III	211
参考文献	223
后 记	235

第一章

绪 论

1.1 问题的提出与选题意义

1.1.1 问题的提出

文化创意产业的发展已经成为 21 世纪全球经济发展所关注的焦点。被称为“世界创意产业之父”的约翰·霍金斯教授在《创意经济》一书中指出:全世界的创意经济每天创造 220 亿美元的产值,并以 5%左右的速度逐年递增,在美国等一些创意产业发达的国家,增速更是达到 10%以上,可见文化创意产业正在成为世界经济增长的新引擎,并将引领着世界经济的发展趋势。

作为一个新兴产业,文化创意产业的快速崛起不是一蹴而就的,而是社会经济发展到一定阶段的选择。具体而言,文化创意产业崛起的背景体现为以下几个方面:

首先,随着都市经济的快速发展,较多的大中城市处于工业化社会向后工业化社会的转型阶段,此时城市经济结构不断调整并逐渐从生产中心向服务和创新研发中心转化,土地资源的有限以及商务成本的提高使得低端制造行业无法在原来的城市空间延续而逐步搬迁。这些腾出来的城市空间需要被以现代服务产业为主的新兴产业形态取而代之。这种城市的转型不仅为文化创意产业的萌芽提供了适宜的土壤,同时也为文化创意产业的发展壮大提

供了良好的资金及环境条件。^①

其次,科学技术的迅猛发展使得文化创意产业获得了强大的、多方位的技术支撑。当前信息技术和针对文化创意等内容产品的新型传输载体不断推陈出新,这对传统艺术形式和表现手段造成了巨大冲击,由此导致了传统文化艺术形态的升级换代速度加快和表现手段更加多样化。同时技术的进步又使得大量崭新的艺术形式得以衍生,从而开拓了新兴的文化创意产业领域。

再者,文化与经济的相互交融,突出地表现为文化直接融入经济发展的全过程。市场机制的发育和延伸,使人文精神在生产领域越来越商品化和产业化,许多生产文化产品的企业不断出现;在商品生产中,各种商品的文化含量以及由此带来的文化附加值越来越影响产品的竞争。文化价值观念的变化正在带来新产品开发、产业结构调整和经济结构方面更加巨大的变化。信息经济、智力经济、知识经济等新的经济形态,正日益被各国所重视。这些新的经济形态,都是以知识、信息等文化资源为基础的,无论是其占有使用、生产配置还是交换消费,都离不开文化要素的参与,因此这样一种经济,应该看做是一种名副其实的文化经济。谁拥有了这种文化优势,谁就会拥有赢得经济竞争优势的最牢固的基础和最根本的力量。

归纳起来,可以说城市经济转型的迫切需求、现代科技发展的有力支撑以及文化与经济融合发展的必然趋势是当前我国文化创意产业勃兴的现实背景。

笔者之所以写作本书,主要是基于以下两方面的现实因素考虑:

第一,系统阐述文化创意产业集群发展的学术文献相对很少。近几年,在我国出现了讨论文化创意产业的大量文献。例如经济地理学家和城市规划研究者主要关注文化创意产业的空间影响问

^① 厉无畏:《创意改变中国》,新华出版社,2009年。



题以及其对区域发展的贡献。在一些由政府主导的文化创意产业研究中,则更多地侧重于对策研究,主要涉及研究与编制各地文化创意产业发展规划、促进当地文化创意产业发展的对策建议等。而在近些年出版的《文化蓝皮书:中国文化产业发展改革报告》中更多出现的论题是文化创意产业市场培育问题、文化产业与文化事业的界定和关系问题、文化产业竞争力问题等。通过对这些文献的阅读,笔者发现,当前围绕文化创意产业的集群组织问题专门展开研究的文献并不太多,其中一些则散见于一般性的文化创意产业相关文献中。当前国外学者对文化创意产业集群的研究主要集中在形态、发展趋势和对策方面,而我国学者对文化创意产业集群的研究则处于介绍国外理论和发展经验的阶段,也有一些学者尝试运用一般产业集群的理论接入对文化创意产业的研究,但因缺乏对文化创意产业独特性的理解而显示出生硬的理论照搬的痕迹。当前我国对文化创意产业集群的研究依然缺乏发展机理的分析,理论性不强,对其产业组织的理论分析也非常薄弱。因此,对于符合中国国情和具有中国特色的创意产业区发展理论和实践模式还有待探索。

第二,对文化创意产业集群的理论研究落后于实践。借鉴文化创意产业发达国家的经验建立文化创意产业集群或园区的目的是希望借此搭建公共平台、形成产业集群效应、实现资源共享,进而推动文化创意产业的快速发展。深圳、上海于2004年带头建立创意产业基地,随即北京、南京、杭州、苏州、青岛等城市纷纷打造文化创意产业园区,此后“文化创意产业园区热”迅速形成。在政府的强力推动下,当前我国文化创意产业集聚区或园区数量已经初具规模。如2009年文化部公布了135个国家级文化产业示范基地和4家国家级文化产业示范园区;上海市政府也已认定了75家创意产业集聚区和首批15家文化产业园区;深圳市政府则命名了23家文化产业园区和基地;另外还有各种省级和市级文化产业园



区和基地。^①但从目前我国的发展情况来看,关于我国文化创意产业集群或园区的理论研究远落后于实践,由于没有足够的理论指导,在实践中已经暴露出了以下问题:首先,对集群的理论表述显得较为混乱,我国对园区、集聚区、基地、集群等术语的混合使用表明我国对学术界所称的“集群”概念没有理解清楚。对“集群”概念的理解直接影响到对文化创意产业集群和园区的认识以及相关策略的设计和应用,因而认真厘清和界定文化创意产业集群和园区的概念是开展理论研究的第一步。其次,在当前全国文化创意产业集群和园区发展过程中存在着建设模式雷同的问题。文化创意产业集群的形成和发展路径各不相同,其中地域根植性是一个重要特征,也就是说它的发展模式并不具有普适性,因而当前亟须加强对创意产业集群发展影响因素的理论研究,认真分析创意集群和园区可持续发展的区位特征和条件,以便有针对性地指导各地创意产业集群和园区的建设。再者,在文化创意产业集群和园区建设中忽视关联性作用,仅引导企业进行地理上的集聚。企业的地理集中仅仅是形成集群的前提,而真正的目的在于推动集群内部企业之间的沟通 and 信息交流,形成创新氛围,引发集群内的知识学习和创新活动。但由于当前我国对文化创意产业集群和园区内部学习和创新机制研究的缺失,目前无法对其进行科学有效的指导。

综上所述,可将文化创意产业集群发展迫切需要解决的问题归纳如下:文化创意产业的内涵是什么?由文化创意产业所构成的集群组织有着哪些不同于传统产业集群的特性?它的生命周期呈现怎样的特征?它的发展类型有哪些?它的发展演化机理是怎样的?发展的动力来源是什么?发展的影响因素又是哪些?该制定何种政策促进其发展?这些问题正是本书试图阐释的。

^① 李蕾蕾:《文化创意产业集群的概念误区与研究趋势》,《深圳大学学报》,2009年第4期。



1.1.2 选题意义

1.1.2.1 为我国建设文化创意产业集群的实践提供理论支持

建立文化创意产业集群和园区是多数发达国家发展文化创意产业的一般路径,它是文化创意企业结点作业活动空间的集聚体,是政府规划和扶持下文化创意相关基础设施和企业及组织的一种空间集聚形态。它的健康发展需要一定的条件支撑和合理的发展机制。从理论上研究文化创意产业集群发展演化规律,有利于理解文化创意产业集群和园区的发展机理和运作机制,为文化创意产业集群和园区的规划和健康发展提供理论支持。

1.1.2.2 为文化创意产业集群发展提供政策依据

目前国家和地方政府都十分重视文化创意产业的发展,我国在2009年9月颁布了《文化产业振兴规划》,规划中提出需加快文化产业园区和基地建设,这表明当前我国鼓励文化创意产业走集聚发展之路。但与国外文化创意产业发达的国家相比,当前我国在促进文化创意产业发展的政策方面依然缺乏系统性和科学性。因此,本书从理论上系统研究了文化创意产业集群的发展类型、生命周期、发展机理以及影响因素,帮助决策者在制定政策的过程中更加清楚地了解文化创意产业集群发展的机理和规律,从而形成更加行之有效的政策以促进我国文化创意产业及其集群组织的健康发展。

1.1.2.3 有助于促进文化创意产业发展

产业层次低、企业规模小、空间布局散,是现阶段我国文化创意产业普遍存在的问题。散落在不同地域空间的文化创意企业势单力薄,无法形成共同的战略发展意图,从而使得文化创意企业的市场风险增大且竞争力较弱。集群理论是一种指导地区经济发展和创新的重要政策工具,同时也代表了一种中观层次的产业组织形式。以产业集群的视角系统研究我国文化创意产业发展的生命周期、发展机理以及影响因素等问题,将为提高文化创意企业竞争

力提供理论支撑和方法指导。通过构建文化创意产业集群的方式,将各类文化创意企业集中于一定的地域空间,会使该区域内不同文化创意企业之间的信息沟通得以加强,各类企业在产业集群的整合下互补性得以明显增强,从而达到促进我国文化创意产业发展的目的。

1.2 相关文献综述

1.2.1 产业集群:产业组织演进的新范式

1.2.1.1 国外学者关于产业集群理论的研究综述

第一个较系统研究产业集群现象的是经济学家马歇尔(Marshall)。他从新古典经济学的角度,通过研究工业组织表明了企业为追求外部规模经济而产生集聚现象。马歇尔所关注的产业集聚是由中小企业组成的地方产业集群。在他看来,产业发展有两种可能的路径:一种是依靠大企业的产业发展路径;另一种是通过由中小企业组成的地方产业集群来实现产业发展的路径。马歇尔认为知识与技能的传播共享是后一种发展路径相对于其他路径的最大优势。^①

经济学家阿尔弗雷德·韦伯(Alfred Weber)从空间聚集效应的角度对产业集群进行研究。韦伯认为,产业聚集分为两个阶段:第一阶段是企业自身的简单规模扩张引起的产业集群,属于初级阶段的产业聚集;第二阶段主要是大企业出现并以日益完善的组织方式运行,同时引发许多同类企业产生,形成明显的地方性聚集效应。韦伯把产业空间聚集的原因归结为技术设备的发展和专业化、劳动力组织的专业化、市场化的发展导致对降低交易成本的需求以及公共基础设施建设与发展的需要。^② 简言之,韦伯主要是从

① [英]马歇尔:《经济学原理》,彭逸林,等译,商务印书馆,1997年。

② [德]阿尔弗雷德·韦伯:《工业区位论》,李刚剑,等译,商务印书馆,1997年。



产业的空间集聚的成本收益对比的角度来分析产业集群发展的经济性。

克鲁格曼(Krugman)则从报酬递增的角度对产业集群进行研究。^①作为新经济地理学的代表人物,他以传统的收益递增理论为基础,引入地理区位空间因素,分析了空间结构、经济增长和规模经济之间的相互关系,提出了新的空间经济理论。在克鲁格曼设计的工业集聚模型中,假设工业生产具有规模报酬递增的特点,而农业生产规模报酬不变,在规模经济、低交易成本和高制造业投入的合成作用下,工业生产活动的空间格局演化的最终结果将会是集聚。他是首位通过理论模型证明工业活动倾向于空间集聚的经济学家。同时他还认为现实中产业集群的形成是具有路径依赖性的,而且产业空间集聚一旦建立起来,就倾向于自我延续下去。克鲁格曼提出的模型及理论为人为的产业政策扶持提供了理论依据。

迈克尔·波特从产业竞争优势的角度对产业集群进行了研究。^②他在《国家竞争优势》一书中提出了国家竞争优势的“钻石模型”。他认为,一国的竞争力取决于产业创新与升级的能力,竞争优势是通过高度本地化过程而产生并持续发展的。没有一国能在所有部门都获得国际竞争的成功,各国只能在本国有特色的产业中获得国家竞争优势。一国的特色产业之所以能持续创新与升级,主要取决于该国在以下四方面的条件:第一,生产要素条件;第二,需求条件;第三,相关支撑产业;第四,厂商结构、战略与竞争。上述四种条件形成了一个相互制衡的“菱形架构”,并且由于地理上的集中,四种因素的相互作用增强,以至最终形成具有竞争力的产业集群。产业集群的出现与产业竞争力有直接的关联。产业集

① Krugman P. Increasing returns and economic theory. *Journal of Politic Economy*, 1991, 99.

② [美] 迈克尔·波特:《国家竞争优势》,李明轩,等译,华夏出版社,2002年。



群从以下三个方面影响产业的竞争力:首先是提高集群内部企业的生产率;其次是指明企业创新的方向并提高创新的速率;再次是促进新企业的衍生,从而扩大产业集群的规模。一个国家往往只能在一些具有自身特色的产业上保持竞争优势,这种优势又往往依赖于形成一个庞大的专业性的产业集群,所以波特致力于探求产业的集群形态与产业成长的关系,探求产业集群内在的结构与运行机理。

1.2.1.2 关于产业集群形成机理的研究

克鲁格曼认为产业集群的形成是市场自发行为,集群空间结构的形成具有很大的偶然性,强调历史因素和偶然因素等非市场性因素的影响。^① 多林格(Doeringer)和特克拉(Terkla)认为每个集群的地理位置在很大程度上是由历史的偶然事件或吸引企业加入集群的一些稳定的、不可移动的要素产生的成本优势所决定的。^② 安索尼从经济发展和地理空间的角度探讨了同专业类型的企业为什么群集、新的产业集群如何逐步形成、脱离集群的企业面临怎样的后果等问题。

我国台湾学者非常注重运用社会关系网络理论解释台湾当地产业集群的形成与发展。陈慧娟认为中小企业之间紧密的产业网络关系和人缘脉络关系是台湾高科技产业集群得以蓬勃发展的基础。在她看来,中小企业之间的协作网络关系是建立在网络成员之间彼此承诺与信任之上的,而这种承诺与信任关系则需要依靠企业主之间的社会关系来建立,因此企业主之间的社会关系是维持企业协作网络运行的基本力量,这种社会关系在无形中规范并维持了网络内的运作秩序。

^① Krugman P. Increasing returns and economic geography. *Journal of Politic Economy*, 1991, 99.

^② Doeringer P B, Terkla D G. Why do industries cluster. In Staber U H, Schaefer N V, Sharma B. *Business networks: prospects for regional development*. Walter de Gruyter, 1995.