

# 中国城市文化创意产业现状、布局及发展对策

张 蕾

(中国科学院地理科学与资源研究所,北京 100101)

**摘 要:**城市文化创意产业正日益成为中国国民经济的重要组成部分和第三产业的支柱,中国共产党第十八次代表大会报告提出了大力发展文化创意产业、建设文化强国的战略决策,研究城市文化创意产业对促进城市产业升级转型、推进城市实现可持续发展具有重要的现实意义。本文在对城市文化创意产业基本内涵进行梳理的基础上,总结了我国城市文化创意产业发展的现状与存在的问题,并从国家宏观层面及城市层面揭示了文化创意产业的布局特点和模式。结果表明,我国城市文化创意产业呈持续快速发展态势,已成为大城市经济的支柱产业和转型发展的新动力,初步形成了六大文化创意产业集群,以及中心城区、中心城区外围、邻近科技园和远郊区(区)四大空间布局模式。未来城市文化创意产业的发展需要进一步加大力度,着力将其培育成为城市经济的支柱;将创意人才培养作为发展城市文化创意产业的首要智力支撑;继续加强城市文化创意产业集聚区建设,形成集群化的空间发展格局;制定优惠政策,设立发展基金,为城市文化创意产业的发展提供资金保障;推动建立国际文化创意城市联盟,加速城市文化创意产业发展的国际化步伐。

**关键词:**城市文化创意产业;空间布局;发展对策;中国

doi: 10.11820/dlkxjz.2013.08.006

## 1 引言

文化创意产业是文化产业中科技与资金密度较高、投入—产出效益亦较高的高端产业,并具有城市现代服务业的高增长、高附加值、强辐射、广就业等特点,因而它不仅是城市产业结构优化升级的重要方向,也是拉动其经济快速发展的新增长点,并成为近年文化地理学等研究领域的热点(李学鑫, 2010)。

进入21世纪以来,作为文化、科技和经济深度融合的产物,文化创意产业凭借独特的产业价值链、快速的成长方式,以及广泛的产业渗透力、影响力和辐射力,成为全球经济和现代产业发展的新亮点,成为国家经济发展的新动力。其发展规模和影响程度已经成为衡量一个国家、地区和城市综合竞争力的重要标志。走在世界文化创意产业前列的英、美等西方各国,近年在金融危机的阴影下,其整体经济出现停滞和衰退,文化创意产业却逆势上扬。

中国文化创意产业虽发展相对滞后,但呈现持续快速增长态势。为促进文化创意产业持续健康发展,继中国共产党十七届五中全会提出加快“文

化产业大发展大繁荣”后,十八大报告又提出大力发展文化创意产业、建设文化强国的战略决策(胡锦涛, 2012)。

本文拟在对中国文化创意产业现状和布局特点进行归纳梳理的基础上,提出加速发展的对策建议,以利于促进城市文化创意产业的持续、快速、健康发展;并以此为突破口,通过实践与理论总结,不断丰富文化地理学的研究内容,推动其学科体系建设。

## 2 文化创意产业认识过程与内涵界定

目前国内对文化创意产业的定义和认识存在一定分歧,其中使用最多的概念是“文化产业”、“创意产业”和“文化创意产业”。之所以出现这种用多个概念指称同一产业的情况,一方面是这些概念的来源不同,另一方面是对这一产业定义的角度不同。这些概念的交替使用,反映了国内对文化创意产业理论的认识过程。

### 2.1 政府层面对“文化创意产业”的认识与政策导向

改革开放之前,文化部门基本上是事业单位,

收稿日期:2013-02;修订日期:2013-06.

基金项目:国家“十二五”科技支撑计划项目(2012BAJ22B03);国家自然科学基金项目(40971101)。

作者简介:张蕾(1960-),女,北京人,高级工程师,主要从事城市发展与城市地理等研究。E-mail: zhangq@igsnr.ac.cn

“文化”主要是公益性事业。随着文化产业的兴起,政府逐渐认识到,文化除了意识形态属性之外,还有商品属性和产业功能。因此,中国共产党十六大报告明确指出:“发展文化产业是市场经济条件下繁荣社会主义文化、满足人民群众文化需求的重要途径。”十六届六中全会又明确区分了“文化事业”和“文化产业”的概念,并提出,要推动文化事业成为国民经济的支柱型产业。2004年4月,国家统计局公布了中国《文化及相关产业分类》,将“文化产业”分为两类:“文化服务业”和“文化相关产业”。文化服务业包括核心层(新闻服务、出版发行和版权服务、广播电视电影服务、文化艺术服务)和外围层(网络文化服务、文化休闲娱乐服务、其他文化服务);文化相关产业则包括文化用品、设备及相关文化产品的生产和销售。这一分类,一方面明确了文化产业的内涵和外延;另一方面可以看出,当时政府层面对文化产业的认知还囿于传统的文化产业,尽管在发展政策上已经明确文化产业的市場导向,但“文化创意”的概念还未引起足够重视。

后来,随着“创意产业”概念在国内外的广泛传播,国内开始逐渐接受这一概念。2006年《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》首次使用了“创意产业”的概念。北京市统计局发布的《北京市文化创意产业分类标准》,首次使用了“文化创意产业”的概念,并对这一概念的内涵作了明确的阐释,即“以创作、创造、创新为根本手段,以文化内容和创意成果为核心价值,以知识产权实现或消费为交易特征,为社会公众提供文化体验的具有内在联系的行业集群”(北京市社会科学院课题组,2007;陈汉欣,2008)。这个定义突出了“文化创意”在文化产业中的核心地位,强调了文化创意不同于其他文化产品的交易方式,明确了文化产业的“行业集群”特征。这表明政府层面已经对“文化创意产业”概念的内涵和产业特征有了更为明确和深入的认识。

2009年国务院发布的《文化产业振兴规划》,将文化创意产业的发展提升到了国家战略层面,提出“文化创意产业要着重发展文化科技、音乐制作、艺术创作、动漫游戏等企业,增强影响力和带动力,拉动相关服务业和制造业的发展”。这一振兴规划从政策导向上提出了文化创意产业的发展重点,明确了文化创意产业在整个文化产业链中的地位和作用,即文化创意产业作为产业链的上游,要拉动其他相关产业的发展,强调文化创意产业的高关联性特征。

2012年发布的《国家“十二五”时期文化发展改革规划纲要》强调,要“推进文化产业结构调整;发

展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业,加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业”。“纲要”明确区分了“传统文化产业”和“新兴文化产业”。明确了“文化产业”和“文化创意产业”之间的关系,即文化产业包括“传统文化产业”和“新兴文化产业”,而新兴文化产业指的就是文化创意产业。在产业政策导向上,强调在发展传统文化产业的同时,加快发展文化创意产业。

纵观中国文化创意产业概念的演进过程,大致经历了从文化事业到文化产业,再到文化创意产业的3个发展阶段(陈莎莉等,2011),不同发展阶段体现出不同的发展内涵和产业类型,国内对文化创意产业内涵的认识越来越深入,产业政策导向越来越清晰。

## 2.2 国内学者对“文化创意产业”内涵的界定与探讨

随着国内文化创意产业实践的不断发展和国内学者对文化产业、创意产业以及文化创意产业这些概念的内涵和外延进行了许多思考和探索。虽然观点各异,但归结起来,大致有3类:

第一类观点认为,文化产业、创意产业和文化创意产业在概念的内涵和外延上大致相同。持这种观点的学者认为,文化创意产业基本等同于创意产业;而文化创意产业与文化产业内涵界定的角度不同,但外延相似(金元浦,2010)。

第二类观点认为,文化创意产业不再简单地局限于传统文化产业,它是适应新的产业形态而出现的创新概念;创意产业不同于制造业等汗水产业和劳动密集型产业。创意产业的发展要靠创意阶层,靠创意群体的高文化、高技术、高管理,特别是创意阶层中最富创造性的高端创意人才(张晓军,2006)。

第三类观点认为,文化产业和文化创意产业是两个不同的产业。北京在产业分类上采取了“A+B”式文化创意产业分类。所谓“A”指国家统计局的分类;所谓“B”包括两类产业,即设计策划和软件、网络、计算机服务等新媒体技术。上海将文化创意产业分为两类:由广播电视及新闻出版部门归口管理的“文化产业”以及由经济信息部门归口管理的“创意产业”。显然,这两个产业有诸多不同。因此,有学者指出,“文化产业”是通过市场机制和运作,将文化制品及文化服务,转换为商品与服务,实现货币化的产业,文化内容要素起核心或主导作用;“创意产业”则指创意要素起核心或主导作用的产业(高红岩,2010)。

综上所述,文化产业、创意产业和文化创意产

业这些概念既有相同之处也有不同之处。相同之处表明三者的外延存在不同程度的交叉,不同之处反映了文化创意产业内涵的多样性。

总结国内学者对文化创意产业的认识,本文对文化创意产业作出如下定义:文化创意产业是以文化产业为基础,以农业、工业和第三产业为创意对象,以创意策划为核心,采用设计、策划和软件、网络、计算机服务等新媒体技术,通过产品的制造和营销,以及衍生产品的开发而形成的产业链,将文化制品及文化服务转换为商品与服务的价值链,并最终实现价值链的扩散与增值的新兴产业。文化创意产业贯穿于国民经济和社会发展的各个方面,是中国产业结构发展到高级阶段的新型产业类型。

### 3 中国城市文化创意产业的发展现状

自党的十六大和“十一五”规划提出大力发展文化产业和创意产业以来,中国城市文化创意产业进入了快速发展轨道,无论在产业发展规模上,还是在拉动城市经济增长、优化城市产业结构和提升城市竞争力方面均发挥了巨大作用,但仍存在体制、机制、管理、人才、资金等阻碍发展的问题,亟待解决。

#### 3.1 呈持续快速发展态势

随着中国经济的迅速崛起,国民的消费结构开始发生改变,即日常消费从以物质消费为主转向以文化休闲消费为主,极大地刺激了文化创意产业的快速发展。2004年中国文化创意产业增加值为3440亿元,占同年全国GDP的比重为2.15%;2010年其增加值已达到11052亿元,占全国GDP比重增

至2.75%,年平均增速为23.28%,高于同期全国GDP平均增速近5个百分点。在世界经济危机时期(2007-2010),中国文化创意产业年平均增速仍达24.19%,高于同期GDP增速近一倍(马仁锋等,2012)。在文化创意产业集中的特大和超大城市,文化创意产业的发展势头更为迅猛。例如在全国十大文化创意产业城市中,2007-2010年其文化创意产业增加值年均增长率在40%以上的有1个(成都),在30%~40%之间的城市有广州、上海、长沙3个,20%~30%的有苏州、南京,10%~20%的有北京、杭州和深圳(表1)。

#### 3.2 文化创意产业已初具规模

随着中国文化创意产业的持续快速发展,不仅其总量规模稳步提升,而且行业结构不断优化,初步形成了以高科技企业为主的产业主体,带动其他相关产业发展的产业格局。2011年中国文化及相关产业法人单位增加值达到13479亿元,占国内生产总值的比重达2.85%,对经济发展的拉动作用明显增强(叶郎,2012)。

在各类新兴文化业态中,网络出版、手机出版、动漫网游和数字印刷等战略性新兴文化产业增长速度超过50%。2011年,全国电影票房达到131.15亿元,较2010年增长28.93%,其中国产影片票房占全年票房总额的53.61%;新闻出版产业全年总产出超过1.5万亿元,新建国家级新闻出版产业基地5个;互联网和移动网游市场规模进一步扩大,全年国产网络游戏备案585款,同比增长超过200%。与此同时,城市文化创意产业发展的新业态不断兴起,数字出版、动漫游戏以及与网络媒体相关的微电影、手机远线、云电视等新兴模式不断涌现,并正

表1 2007-2010年全国十大城市文化创意产业发展比重与平均增速

Tab. 1 Proportion in GDP and annual growth rate of cultural and creative industry in the top 10 cities in China during 2007-2010

城市名称	2007年增加值/亿元	占GDP比重/%	2010年增加值/亿元	占GDP比重/%	年均增速/%
北京	992.6	10.60	1692.2	12.30	19.46
上海	683.75	5.61	1673.79	9.75	34.77
杭州	483	11.00	702	11.80	13.27
深圳	466.5	6.88	637	6.70	10.94
广州	334.2	4.70	843.5	8.00	36.15
南京	111.65	3.40	194.7	3.90	20.37
长沙	206.5	9.43	453.84	8.00	30.01
重庆	184	2.80	238.75	3.01	9.07
苏州	170.4	3.00	350	4.00	27.11
成都	91	3.30	257.39	4.64	41.42

在发挥巨大的经济效应。

### 3.3 已成为大城市经济的支柱产业和转型发展的新动力

按照国际标准,产业增加值超过GDP比重的6%才能认定为支柱产业。据此标准,北京早在2004年其文化创意产业增加值就已达613.6亿,占GDP比重10.1%(黄鹤等,2012)。至2007年,全国十大文化创意产业城市中,杭州、北京、长沙、南京、深圳5市的文化创意产业增加值占GDP比重已超过6%;至2010年,上海、广州2市也超过6%标准(表1)。

文化创意产业的快速发展和其在城市经济中地位的提升,使其成为拉动城市产业结构升级、实现转型发展的新动力。例如,1996年北京市GDP为1395亿元,三次产业结构的比例为6:44:50。“十五”期间,北京市进入后工业化时代的战略转型期,第三产业年均增长12.3%,文化创意产业年均增长高达15%,推动了城市产业结构的升级和优化。2005年北京市三次产业增加值的比例已经达到1.4:29.4:69.2(高宏存,2012)。2011年,北京文化创意产业收入突破9000亿元,实现增加值1938.6亿元,占全市GDP的比重12.2%,已经成为仅次于金融业的第二支柱产业。其中,网络、软件、计算机在产业构成上所占比重最大。又如,广州为优化产业结构,提出城市新增用地向高端服务业倾斜,鼓励发展工业设计、室内设计、时尚艺术、产品展示、物流等生产性服务业。文化创意产业增加值占GDP比重从2007年的4.7%迅速提高到2010年的8%;相应地,三次产业占GDP比重也变为1.8:37.2:61,第三产业所占比重在国内仅次于北京,产业结构高端化特征明显(钟韵等,2012)。

### 3.4 相关产业的联系和融合得到强化

文化创意产业不仅门类较多,而且具有较长的产业链。其重要功能之一就是通过对关联效应拉动其他相关产业的发展,并带来所谓“溢出经济效益”。因此,在城市文化创意产业发展过程中,一方面要加强文化创意产业中各个链条和环节(如创作、演艺、制作、发行等)的关联,做大做强文化创意产业;另一方面要努力实现文化创意与高科技和本土资源的高度融合,打造创意城市,创建特色之都。北京、上海、深圳相继形成“创意中心”、“文化名城”、“设计之都”等主体鲜明的文化创意产业发展特色;上海、杭州、南京、苏州、北京、天津、青岛、济宁、武汉、深圳、佛山、重庆和成都等13个城市都相继提出要建设国家级的文化创意城市。

除了与高科技融合外,中国城市文化创意产业

还实现了与金融资本的对接,金融机构助力文化创意产业发展。据《2011-2012年中国文化创意产业发展研究分析》,2011年,文化创意产业与金融企业的对接取得了积极进展,金融机构相继推出各种推动文化创意产业发展的金融服务产品,文化创意产业资本运作能力不断提升。文化企业上市融资,体现了文化创意产业资本扩张的力量(赛迪顾问,2012)。此外,文化创意产业还带动了城市特色文化旅游、房地产和餐饮业的发展。

### 3.5 通过发展不断提升城市竞争力

中国城市文化创意产业的高速发展不仅带动了城市经济的发展,而且成为提升城市竞争力的主要来源。通常城市综合竞争力强的城市,往往也是文化创意产业竞争力强的城市。根据2002-2009年《城市竞争力蓝皮书》对中国城市综合竞争力的排名,实力最强的前4个城市分别是北京、上海、深圳和广州;而与此相对应的是,上述4市2007-2010年其文化创意产业的增加值始终在全国各大城市中居前4位。根据中国人民大学发布的《中国省市文化产业发展指数》的统计分析,2011年中国文化产业竞争力综合指数排名前5位的省市是北京、上海、广东、浙江、江苏,其文化产业竞争力综合指数分别为79、76.7、76.5、76.1和76.1;这5个省市2008-2010年的文化创意产业增加值占GDP的比重也是全国最高的(图1)。

这表明,文化创意产业与城市经济发展和城市综合竞争力,之间存在着相辅相成、相互促进的关系(刘友金等,2009)。一方面,文化创意产业的高速发展成为领跑城市经济发展的主要动力,另一方面,城市经济发展又为文化创意产业的发展提供了良好条件。

当前,制约中国文化产业发展的主要问题如下:①观念滞后,体制不顺。不少城市对发展文化

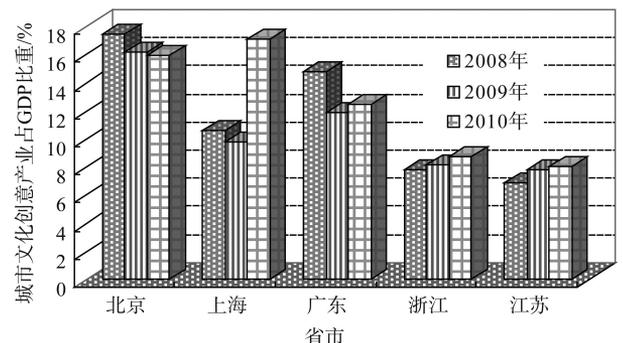


图1 文化创意产业占GDP比重前5位的省市

Fig. 1 Top 5 provinces (cities) in China in terms of GDP

创意产业的重要性和战略意义认识不足,管理体制混乱,政出多门,权责不清,统计重复,协调困难;②人才短缺。表现为:人才总量较少,厚度不够,结构不合理,其中高端复合型人才尤为缺乏,直接导致创新能力不足,缺乏具有自主知识产权的核心技术与产品;③公共服务平台建设滞后,管理配套不到位,极大地制约了中小文化创意企业的健康发展;④融资渠道不畅。不少城市尚未设立文化创意产业专项基金、创业投资引导基金,商业银行也未推出适合文化创意产业特点的信贷支持模式;⑤政策扶持力度不够。包括落实财政收入、税收优惠、人才建设、园区开发、知识产权保护和专项基金等一系列促进政策(周乾松,2011)。

## 4 中国城市文化创意产业的布局特点

中国城市文化创意产业在全国省区层面上的集中分布与城市层面上的集聚发展特点十分明显,特别是城市文化创意产业园区布局的空间载体形式各异,发展模式与布局特点也各具特色。

### 4.1 国家层面的宏观分布格局:初步形成了六大文化创意产业集群

据统计,截止2011年底,国家命名的各类文化创意产业园区达350个,产业总规模达10750亿元。主要集中分布于以北京、上海、广东为代表的环渤海、长三角、珠三角等东部沿海地区,形成了“三足鼎立”的文化创意产业发展格局,城市文化创意产业的集群化态势日益凸现。

按照世界知识产权组织(WIPO)的定义,“文化创意产业集群”是指文化产业行业(公益、电影、音乐、出版、互动软件、设计等)在地域上的集中,它将文化创意产业自愿结合在一起,使文化产品的创造生产、分销和利用得到最优化。因此,文化创意产

业集群是产业发展的最佳载体(曾进,2012)。

目前在中国初步形成的六大创意产业集群中,以上海为龙头的长三角规模最大,重点发展工业设计、室内装饰、广告策划和动漫产业;其次是以深圳、广州为中心的珠三角文化创意产业集群,重点发展广告、影视、会展、动漫、印刷等产业;以北京为中心的首都文化创意产业集群主要发展文艺演出、广播影视、会展、古玩交易等产业。其他3个产业集群规模相对较小,其中川陕文化创意产业集群以重庆、成都、西安为中心,重点发展网络软件、动漫游戏;中部产业集群以长沙、武汉为中心,重点发展影视、广播、动漫、设计等;以昆明为中心的滇海文化创意产业集群规模尚较小(图2)。

上述六大文化创意产业集群2006-2012年规模扩展的年均增速大都在18%以上。其中北京、长三角和珠三角三大文化创意产业集群由于地处沿海城市,市场经济比较活跃,市场体系比较完善,加上经济发达,信息资源畅通,文化消费市场潜力巨大,消费能力强,因而6年来一直保持持续快速增长态势,年均增速分别为23%、17.6%和30%。而包括川陕、中部、滇海在内的中西部地区的文化创意产业集群,虽然产业基础较薄弱,在发展规模上落后于东部地区,但由于当地政府的大力扶持,在发展速度上却相当快。其中以湖南长沙为核心的创意产业集群年均增速达66.7%;其次是滇海产业集群,年均增速为47.9%,形成了以政府为主导的文化创意产业发展模式(张胜冰等,2011)。

### 4.2 城市层面布局:集聚发展趋势不断加强

城市文化创意产业发展初期,企业布局特点呈现出一定程度的“小、散、乱”局面,缺乏专业化分工和特色,呈现低水平无序竞争态势。20世纪90年代末开始,随着文化创意产业链的逐步形成以及相关行业龙头企业的崛起,涌现出了一批与其相配套

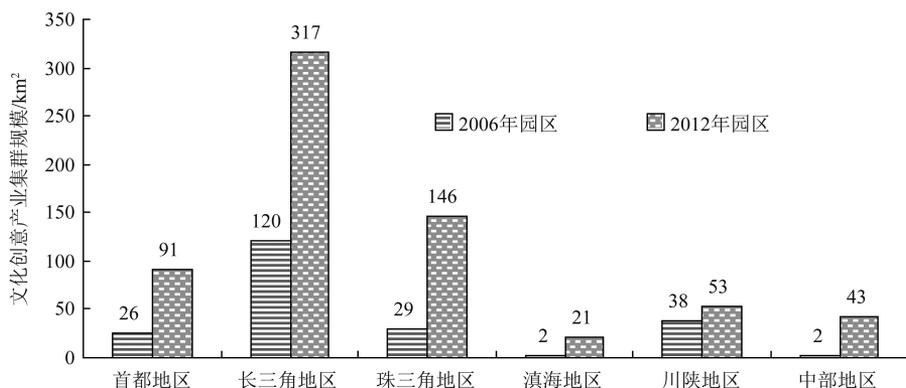


图2 2006和2012年中国六大文化创意产业集群规模比较

的“专、精、特、新”中小企业,其空间布局的集聚程度明显提高。自“十一五”期间国家大力提倡发展城市文化创意产业以来,其集聚程度不断提高,在老城区及中心城区外围出现了圈层状、点轴和带状布局。文化创意产业集聚区及产业园已成为这一时期集聚布局的主要形式。

#### 4.2.1 城市文化创意产业的区位选择因素

(1) 城市经济和产业基础。城市创意产业最早往往出现在世界级大都市,如伦敦、纽约、东京等。这些城市都具有雄厚的经济实力、丰富的文化储备和产业基础。当前中国十大文化创意产业城市亦是如此。城市的经济基础,特别是第二、三产业的发展水平,以及与现代服务业和电子信息等高新技术产业的关联程度,是城市文化创意产业发展的重要基础(赵继敏等, 2009)。

(2) 人才因素。创意人才是文化创意产业发展的前提条件,没有数量足够、结构合理的创意专业人才,包括产品创意、开发、推广、经营管理方面的人才(尤其是精通经营管理的高端复合型人才),文化创意产业是难以持续发展的。为此,该产业布局要求接近高校、科研院所,以及国家和省级高新技术开发区,以便在产品研发、人才培养、公共服务平台的建设等方面取得就近协作。

(3) 城市环境因素。创意产业依赖于创意人才在进行艺术创作时思想的碰撞和灵感的迸发,需要有宜人的环境、开敞的空间和轻松的氛围。因此,城市环境既包括文化创意产业发展的硬环境,如交通、通讯、市政设施、园林绿化等创意人才工作和居住的外部环境;也包括促进创意人才集聚并激发其创作欲望的软环境,如公共管理和服务效率、知识产权保护力度等。两者缺一不可。

(4) 产业发展政策。包括促进文化创意产业发展的财税政策、投资、融资政策和土地政策等。制定优惠政策,对文化创意产业发展的初、中期发展阶段尤为重要。

#### 4.2.2 城市文化创意产业的布局模式

(1) 中心城区布局模式。中心城区拥有丰富的文化创意资源,如古建筑群、名人故居,以及影视、演艺、出版机构,加之交通便捷、创意人才集聚,依托中心商务区(CBD)和写字楼,形成了一批文化创意产业集聚区和园区。例如,2008年北京21个文化创意产业集聚区中,有16个位于中心城区,占76.2%;上海75个文化创意产业集聚区中,有三分之二(50个)分布在内环线以内;2008年广州40家文化创意园区中,有半数(20家)分布于荔湾、越秀、海珠及天河4个城区(赵继敏等, 2009)。

(2) 中心城区外围布局模式。随着城市产业结构升级及中心城区产业“退二进三”,通过“腾笼换鸟”方式,利用部分废旧的老厂房、仓库等老建筑,并以其为载体发展文化创意产业。其中最著名的是北京主城区东北酒仙桥的“798艺术区”,其前身为1953年建立的华北无线电器材联合工厂,20世纪90年代末关闭后改建为艺术创意区,现有450家企业入驻,2010年仅参观人数就达200万人次。又如首钢搬迁后,利用其留在石景山区的旧厂房和场地,建成了中国动漫游戏城。

(3) 邻近高科技园布局模式。这类文化创意产业园(集聚区)分布较广,主要依托高科技园区的产业基础与人才优势,结合其产业特点进行发展。如依托北京中关村自主创新示范基地发展了中关村软件园、清华科技园;依托武汉东湖科技园和自主创新示范基地发展了影视动漫、工业设计和网络软件等行业;杭州市依托位于下沙新城的国家级经济技术开发区和大学科技园,建成了以信息服务、动漫游戏、教育培训为特色的创意产业园区。

(4) 远郊县(区)布局模式。位于主城区外围,在城中村改造过程中,在保留原民居的同时进行村庄整治改造;或利用城中村改造中腾出的土地发展文化创意产业。这类模式在北京、上海、广州、杭州等大城市均普遍存在,重点发展文化旅游、文化创意、影视、艺术创作等行业。其中最有名的是位于北京通州区的宋庄原创艺术集聚区,由一个默默无闻的小村发展成为中国最大的原创艺术家集聚地。

#### 4.2.3 典型城市文化创意产业的布局实例

##### (1) 北京

北京是中国最大的文化创意产业基地,2010年其文化创意产业增加值达1692.2亿元(2011年为1938.6亿元),占全市GDP的12.3%,截止2010年11月全市认定的文化创意产业集聚区达30个,其中,2006年第一批认定10个;2008年第二批认定11个;2010年第三批认定2个;2011年11月第四批认定7个(郭万超, 2012)。

按文化创意产业的布局模式,30个园区可分为4类:①位于中心城区(原东城、西城、崇文、宣武四区)的有5个:中关村科技园雍和园区、北京DRC工业设计创新产业基地、前门传统文化产业集聚区、琉璃厂历史文化创意产业园、北京音乐创意产业园;②位于中心城区外围的有10个:北京潘家园古玩艺术品交易园区、北京798艺术区、北京CRD国际传媒产业集聚区、惠通时代广场、北京时尚设计广场、北京欢乐谷生态文化园、北京大红门服装服饰创意产业集聚区、首钢二通厂中国动漫游戏城、

北京奥林匹克公园、卢沟桥文化创意产业集聚区;③邻近高科技产业园区的有4个:中关村创意产业先导区、中关村软件园、清华科技园、北京数字娱乐产业示范基地;④位于远郊区(区)的有11个:国家新媒体产业基地(大兴)、中国(怀柔)影视基地、通州宋庄原创艺术与卡通产业集聚区、中国乐谷—首都音乐文化创意产业集聚区(平谷)、顺义国展产业园、北京出版发行物流中心(通州)、北京(房山)历史文化旅游集聚区、八达岭长城文化旅游产业集聚区、北京古北口国际旅游休闲谷产业集聚区、门头沟斋堂古村落古道文化旅游区、十三陵明文化创意产业集聚区。

## (2) 上海

上海是中国第二大文化创意产业基地,2010年文化创意产业增加值达1673.8亿元,仅比北京少18.4亿元,但其发展速度远快于北京(2007-2010年文化创意产业增加值年均增速达34.8%,高于北京同期15.3个百分点)。截止2010年,全市经认定的文化产业园有15个,创意产业集聚区80个,其总建筑面积达270万 $\text{m}^2$ ,入驻企业超过8200家,从业人员15.5万人。经过10多年的发展,全市文化创意产业初步形成了“一轴(延安路高架主轴)、两河(沿黄浦江和苏州河)”分布格局(王如忠,2007)。其中有60%以上的创意产业集聚区分布在中心城区,其余多分布于轨道交通可达的中心城区周边及近郊区。

## (3) 杭州

中国十大文化创意产业城市中,杭州文化创意产业增加值(702亿元)仅次于北京、上海、广州,居第四;其增加值在GDP中所占比重(11.8%)仅次于北京。“十一五”时期以来,杭州文化创意产业在空间上形成了“三圈、两带、多点”的布局模式。其中“三圈”即:以浙江大学及相关科研机构为依托的西部圈层,主要包括西湖娱乐数字产业园、467创意联盟等;以中国美术学院为依托的南部圈层,包括西湖创意谷、之江文化创意园等;以下沙高教园为依托的东部圈层,包括下沙大学科技园、浙江省大学科技园等。“两带”即沿京杭大运河与钱塘江的两条文化创意产业带(杭州市规划局课题组,2012)。

# 5 加快城市文化创意产业发展的对策

## 5.1 着力把城市文化创意产业培育成为城市经济发展的支柱产业

城市文化创意产业是在全球化的消费社会背景中发展起来的以创意为核心、以文化为灵魂、以

满足人们精神文化娱乐需求为基础、以高新技术手段为支撑、以网络等新传播方式为主导、以知识产权的开发和运用为主体的知识密集型、智慧主导型的新兴战略产业。正在成为城市经济发展的新兴“朝阳产业”和“黄金产业”,对城市经济发展和城市产业结构转型升级都发挥着越来越重要的作用(周乾松,2011)。

据统计,全世界的创意经济每天创造220亿美元的产值,并以每年5%左右的速度递增。据联合国统计,文化创意产业占全球GDP的7%,并以每年10%的速度在增长,大大高于全球GDP的增长速度。在一些发达国家增长速度更快,美国年均增长达14%,英国为12%。文化创意产业作为世界经济增长的新动力,引领着全球未来经济的发展,已成为世界经济发展新潮流和众多国家的战略选择。

在新的全球化背景下,建议着力把城市文化创意产业培育成为城市经济发展的支柱产业,通过制定相关优惠政策,激励、扶持文化创意产业的发展,促进文化创意产业成为城市经济发展的战略性新兴产业和先导产业。

## 5.2 将创意人才培养作为发展城市文化创意产业的首要智力支撑

约翰·霍金斯在《创意经济》一书中提出:“拥有主意的人开始变得比使用机器的能量更大,在很多情况下,甚至胜于那些拥有机器的人。”英国影视业从业人员的66%和多媒体行业的24%都达到了研究生的水平。可见,创意人才培养是发展城市文化创意产业的重要手段。

针对中国文化创意人才严重短缺、结构不合理,高端复合型人才尤为缺乏等现状,一是要专门制定文化创意人才培养的激励机制,重点培养既懂文化又懂市场,既懂产业又懂法律,既懂国际贸易又懂英语的外向型、创新型、复合型、协作型人才;二是要采取优惠政策,大力引进文化创意人才和创意团队,对符合条件的人才可采用“一人一策”的办法,吸引创意领军人物,带动团队发展;三是设立并实施“文化创意产业职业经理人发现培养计划”,重点培养一批符合行业要求的职业经理人队伍;四是大力保护知识产权,推进文化创意产业实现由“制造”向“创造”和“智造”的战略转变。

## 5.3 继续加强城市文化创意产业集聚区建设,形成集群化的空间发展格局

围绕中国城市文化创意产业已经形成的集群化发展格局,有必要进一步整合和优化已有的各类文化创意产业集群和集聚区的资源,加快推进具有

国际化程度的城市文化创意产业集聚区与示范区建设,通过引进与之相契合的国际和国内知名企业,健全创意产业链,提升文化创意产业园区集群发展的核心竞争力。

对于正在建设中的新兴文化创意产业园区,应大力引进产业关联度高的企业,努力形成规模经济和范围经济,充分发挥园区的聚集效应(孔建华, 2009)。高度重视园区公共服务平台建设,完善园区政策,加强关键共性技术攻关,提高产业融资、人才培养、展示交易、信息交流、互动合作等方面综合配套服务功能,降低入园企业创业成本,逐步形成与中国新型城镇化发展模式相一致的集群化空间发展格局。

#### 5.4 通过制定优惠政策和设立发展基金,为城市文化创意产业发展提供资金保障

随着城市文化创意产业范围的不断拓展,行业的不断跨界,当其起步阶段,文化创意产业往往是一个“烧钱”的行业,投入多而产出少,资金越来越短缺,特别需要培育和扶持。为此,需要提供资金和税收等方面的政策扶持,保证创意研发与经营的投入强度。政府的主要任务是“融”资而不是“投”资,为此需要设立各种创意产业专项发展基金,制定相关优惠政策,从而有效实施宏观调控,创建低成本和高效率的投融资环境。以广州市为例,政府连续5年每年安排1.5亿元作为软件和动漫产业发展专项资金,并出台了一系列专门政策,扶持游戏动漫产业的发展。其他很多城市对文化创意产业发展的重视程度也日益提高,纷纷拿出实际措施来支持文化创意产业,以期带动本地区的经济发展,并提高地区的文化影响。

就具体措施来说,一是要对符合条件的文化创意企业实行减税、免税、贷款担保、贴息等多种政策,大型文化创意企业可享受“大企业大集团”专项扶持政策,充分发挥财政资金的引导和放大作用,重点对高附加值、高科技含量的优势文化创意产业项目给予财政资金扶持;二是要拓宽中小文化创意企业的融资渠道,通过专门设立的小额贷款公司来支持中小文化创意企业发展,进一步完善签约金融机构战略合作机制;三是要着力推进文化创意企业创业板上市,一方面可以通过上市来进行融资,另一方面也能激励企业做大做强;四是积极引导社会力量兴办文化创意产业。

#### 5.5 建立国际文化创意城市联盟,加快城市文化创意产业的国际化步伐

针对中国城市文化创意产业发展面临的原创

能力不足、国际竞争力薄弱、文化创意园区国际化程度不高、缺乏自主知识产权以及在此基础上形成的商业品牌效应不佳等现状,城市文化创意产业在实现本土化的同时,必须树立全球意识,实施“走出去”的发展战略,立足于中国城市文化创意产业的国际比较优势,积极参与国际竞争。

同时,还要加强与国际知名文化创意企业、专家的合作,成立城市文化创意产业国际推广顾问团,建立国际文化创意城市联盟(康宝苓, 2011),谋求占领国际文化创意产业链的高端和高附加值环节,加速技术提升,扩大文化出口,从而加快城市文化创意产业的国际化步伐,不断提升其国际地位。

## 6 结语与展望

本文在对中国城市文化创意产业的基本内涵与发展过程进行梳理的基础上,总结了文化创意产业的发展现状与布局特点,并提出了加快发展的对策建议,对促进城市文化创意产业的持续快速健康发展,推动文化地理学科体系建设,具有参考和借鉴作用。

(1) 文化创意产业是以文化产业为基础,以创意策划为核心,采用设计、软件、网络、计算机服务等新媒体技术而发展起来的新兴文化产业,具有巨大的发展潜力,是推动城市产业结构升级,实现转型发展的新动力。

(2) 自“十一五”规划以来,中国城市文化创意产业呈快速发展态势,已成为东中部许多大城市经济的支柱产业,其中在北京、杭州等市文化创意产业增加值已占GDP的10%以上,对优化城市经济结构,提升城市竞争力发挥了重要作用。

(3) 经过近10年来的快速发展,中国城市文化创意产业在国家层面初步形成了长三角、珠三角、首都、川陕、中部、滇海六大文化创意产业集群;在城市层面集聚趋势不断加强,并形成了中心城区、中心城区外围、邻近高科技园和远效区(县)四大布局模式。

(4) 为加快城市文化创意产业的发展,今后应加强创意人才的培养,制定投融资、土地、财税等方面的优惠政策,强化集群发展与产业集聚区建设,积极参与国际竞争,提升国际化水平。

今后,在城市文化创意产业研究中,在宏观层面应重点加强文化底蕴深厚的中西部地区城市文化创意产业的发展与布局研究;在城市层面,应加强文化创意产业链的各个链条与环节的关联(包括

从产业链转换为商品与服务的价值链),以及文化创意产业与高科技和本土资源融合的研究,在将其“做大做强”的同时,又能彰显城市的文化特色。

致谢:本文在写作和修改过程中得到中国科学院地理科学与资源研究所毛汉英研究员、方创琳研究员的悉心指导,特此致谢。

## 参考文献(References)

- Beijing Academy of Social Science. 2007. The developmental orientation of Beijing cultural creative industry. *Social Science of Beijing*, (4): 19-22. [北京市社会科学院. 2007. 北京文化创意产业的发展定位. *北京社会科学*, (4): 19-22.]
- CCID. 2012. Analysis on the development of cultural and creative industries in China: 2011-2012[J/OL]. January 1, 2012[February 28, 2013]. <http://www.ccidconsulting.com>. [赛迪顾问. 2012. 2011-2012年中国文化创意产业发展研究分析[J/OL]. 2012-01-01[2013-02-28]. <http://www.ccidconsulting.com>.]
- Chen H X. 2008. The present situation of chinese cultural creative industry development and the prospects. *Economic Geography*, 28(5): 728-733. [陈汉欣. 2008. 中国文化创意产业的发展现状与前瞻. *经济地理*, 28(5): 728-733.]
- Chen S L, Cai F B. 2011. Research on interaction between cultural creative industry and city development. *Reformation and Strategy*, 27(5): 130-132. [陈莎莉, 蔡付斌. 2011. 文化创意产业培育与城市发展互动研究. *改革与战略*, 27(5): 130-132.]
- Gao H C. 2010. A new layout of city space in Beijing induced by cultural and creative industry. *Academic Exploration*, (5): 31-34. [高宏存. 2010. 文化创意产业催生北京城市空间新布局. *学术探索*, (5): 31-34.]
- Gao H Y. 2010. Research on the connotation of policy innovation in Chinese cultural and creative industries. *China Soft Science*, (6): 80-86. [高红岩. 2010. 文化创意产业的政策创新内涵研究. *中国软科学*, (6): 80-86.]
- Guo W C. 2011. The countermeasures of strengthening the pillar position of Beijing cultural creative industries//Beijing Federation of Social Science Circles. *Innovation driven and the development of capital "12th Five-year Plan": The collections of the capital forum, 2011*. Beijing, China: Beijing Press: 208-217. [郭万超. 2011. 加强北京市文化创意产业支柱地位对策研究//北京市社会科学界联合会. *创新驱动与首都“十二五”发展: 2011首都论坛文集*. 北京: 北京出版社: 208-217.]
- Hu J T. 2012. Firmly march on the path of socialism with chinese characteristics and strive to complete the building of a moderately prosperous society in all respects[EB/OL]. November 17, 2012[February 28, 2013]. [http://www.gov.cn/ldhd/2012-11/17/content\\_2268826\\_5.htm](http://www.gov.cn/ldhd/2012-11/17/content_2268826_5.htm). [胡锦涛. 2012. 胡锦涛在中国共产党第十八次全国代表大会上的报告[EB/OL]. 2012-11-17[2013-02-28]. [http://www.gov.cn/ldhd/2012-11/17/content\\_2268826\\_5.htm](http://www.gov.cn/ldhd/2012-11/17/content_2268826_5.htm).]
- Huang H, Tang Y. 2012. Analysis of the influence on Beijing urban development of cultural industry policies. *Urban Planning International*, (3): 71-74. [黄鹤, 唐燕. 2012. 文化产业政策对北京城市发展的影响分析. *国际城市规划*, (3): 71-74.]
- Jin Y P. 2010. *The introduction of cultural and creative industries*. Beijing, China: Higher Education Press. [金元浦. 2010. *文化创意产业概论*. 北京: 高等教育出版社.]
- Kang B L. 2011. Study on the strategy of establishing international cultural and creative city agglomeration in Yangtze River Delta. *Economic Forum*, (4): 120-125. [康宝苓. 2011. 长三角构建国际文化创意城市群的策略研究. *经济论坛*, (4): 120-125.]
- Kong J H. 2009. The integration of culture and economy and the Beijing imagination: A further study based on the development of Beijing cultural and creative industry agglomeration. *Studies on the Socialism with Chinese Characteristics*, (2): 93-97. [孔建华. 2009. 文化经济的融合兴起与北京想象: 基于北京文化创意产业集聚区发展的再研究. *中国特色社会主义研究*, (2): 93-97.]
- Li X X. A study on the mechanism of the formation and evolution of the cultural creation industrial clusters in Chinese agricultural areas: A case of painting industrial cluster in Wanggongzhuang Village of Minquan County. *Progress in Geography*, 29(8): 1011-1017. [李学鑫. 2010. 中国农区文化创意产业集群形成演化机理: 以民权县王公庄绘画产业集群为例. *地理科学进展*, 29(8): 1011-1017.]
- Liu Y J, Hu L M, Zhao R X. 2009. The interaction and coupled evolution between creative industries and urban development. *China Soft Science*, (1): 151-158. [刘友金, 胡黎明, 赵瑞霞. 2009. 创意产业与城市发展的互动关系及其耦合演化过程研究. *中国软科学*, (1): 151-158.]
- Ma R F, Tang J, Zhang T, et al. 2012. The research trend of scientific and technological innovation driving the development of cultural creative industry and issues with China. *Inquiry into Economic Issues*, (11): 93-99. [马仁锋, 唐娇, 张弢, 等. 2012. 科技创新带动文化创意产业发展研究动态与中国议题. *经济问题探索*, (11): 93-99.]
- Research Group of Hangzhou Urban Planning Bureau. 2012. Research on the spatial layout of cultural and creative industry park: A case study of Hangzhou. *Hangzhou Weekly*, (2): 48-50. [杭州市规划局课题组. 2012. 文化创意产业园区空间布局研究: 以杭州市为例. *杭州*, (2): 48-50.]
- Wang R Z. 2007. Research on strategy of Shanghai cultural creative industry development. *Shanghai Economic Re-*

- view, (10): 76-83. [王如忠. 2007. 上海文化创意产业发展的战略思路与对策研究. 上海经济研究, (10): 76-83.]
- Ye L. 2012. The annual development report of Chinese cultural and creative industry (2012). Beijing, China: Peking University Press. [叶郎. 2012. 中国文化产业年度发展报告(2012). 北京: 北京大学出版社.]
- Zeng J. 2012. Research on the cultural creative industry cluster development countermeasures. Science & Technology Progress and Policy, (15): 71-76. [曾进. 2012. 文化创意产业集群化发展对策研究. 科技进步与决策, (15): 71-76.]
- Zhao J M, Liu W D. 2009. Progress in the study of cultural/creative industries by geographers. Progress in Geography, 28(7): 503-510. [赵继敏, 刘卫东. 2009. 文化创意产业的地理学研究进展. 地理科学进展, 28(7): 503-510.]
- Zhong Y, Liu D D. 2012. The qualitative analysis of the benefits from the cultural and creative industry agglomeration: A case study of Guangzhou. Urban Problems, (9): 97-100. [钟韵, 刘东东. 2012. 文化创意产业集聚区效益的定性分析: 以广州市为例. 城市问题, (9): 97-100.]
- Zhou Q S. 2011. A reflection on accelerating China's cultural creative industry development during the period of the 12th Five-year Plan. Journal of Henan Institute of Science and Technology, (5): 21-25. [周乾松. 2011. “十二五”时期加快发展我国文化创意产业的思考. 河南科技学院学报, (5): 21-25.]

## City's cultural and creative industry in China: Status, distribution, and development strategy

ZHANG Qiang

(Institution of Geographic Sciences and Natural Resources Research, CAS, Beijing 100101, China)

**Abstract:** City's cultural and creative industry has increasingly become an important industry in the national economy and a pillar sector of the tertiary industry. The strategic decision of developing cultural and creative industry and building up the cultural power has been stressed by the central government of China. The studies on this topic therefore are helpful for understanding the transformation of urban industries and the sustainable development. Based on the discussion of the concept of cultural and creative industry, using the methods such as field investigation, comparative analysis and on-site interview in the districts of the industry, this paper describes the current status and characteristics of the development of the cultural and creative industry, and analyzes the issues. Furthermore, this paper displays the characteristics and patterns of spatial distribution of city's cultural and creative industry in China at the national and urban levels. The results have shown that city's cultural and creative industry has been developing rapidly and continuously in China, and it has already become a pillar industry in several big cities and a new driving force of industrial transition and economic development. Up to now, six clusters of city's cultural and creative industry have been formed in China, including the Capital area, Yangtze River Delta, Pearl River Delta, Chuan-Shaan Area, Central Area and Yunnan Area. City's cultural and creative industry in China exhibits four types of spatial distribution patterns, including central city areas, peripheral areas around the city, areas adjacent to high-tech parks and the areas in outer suburb counties. In the future, city's cultural and creative industry in China needs to be further developed in order to become a pillar industry of urban economic development. This paper suggests that talent training for developing the industry should serve as a primarily intellectual support. In addition, construction of the industrial clusters is important for enhancing the spatial development of the industry in clustering pattern. The government should make favorable policies and set up funds for the development of the industry. The paper also suggests that there is a need to establish an alliance among the cities internationally and make favorable policies to accelerate the international development of city's cultural and creative industry.

**Key words:** city's cultural and creative industry; spatial distribution; development strategy; China