

基于创意产业和创意集群的创意城市发展研究

陆恒^{1,2} 冯诗琪³

(1. 南京航空航天大学 江苏 南京 211106; 2. 常州大学 怀德学院 江苏 常州 213016;

3. 华中师范大学 经济与工商管理学院 湖北 武汉 430070)

摘要: 单纯的科学逻辑并不能完全解决城市问题,城市发展需要更多的创意与想象力。新型城市的崛起,既需要经济规模扩张的硬实力,更需要以文化为基础、创意为核心、人才为保障的软实力的全面提升。建构于区域文化资源基础上的创意产业将为城市转型升级、城市空间重塑和城市治理创新提供更多可能。走特色化的创意产业集群之路,根本意义在于使城市摆脱传统的资源依赖、提升城市竞争力,同时也将为缓解城市矛盾,特别是城市人口、资源、环境之间的压力,走可持续城市化道路奠定基础。

关键词: 后工业时代;文化资源;创意产业;创意城市

中图分类号: F291

文献标识码: A

文章编号: 1001-8204(2015)04-0083-04

一、城市化矛盾及其对新兴产业的诉求

国家统计局数据显示,2014年中国城镇化率达到54.77%,城镇常住人口接近7.5亿,预计到2030年,中国城镇人口比例将达到总人口的2/3以上。随着中国城市化率的不断攀升,传统城市发展模式导致的能源消耗、环境负荷、人口膨胀和交通压力等矛盾在急剧增加,由于城市扩张无法摆脱对物质资源的严重依赖,其所生产的产品或服务越多,付出的资源和环境代价就越大,城市发展就愈不可持续。有效构建低消耗、低污染、高利用率的“生态经济”推动城市转型升级,是当前中国城市普遍面临的重大课题。

“生态经济”、“新资源经济”等环保概念的提出,为城市可持续发展注入了新的活力。尤其是兴起于21世纪90年代的创意产业,在世界发达国家中促进经济增长、转变发展方式、吸引投资以及提升文化软实力和影响力等方面均发挥出巨大作用,这使人们越来越认识到,文化这一凝结着人类智慧的载体在转化为生产力时的巨大价值和功效。建构于区域文化资源之上的创意产业对于城市复兴、城市功能重构和城市治理具有显著效应,发展城市创意产业,不失为解决城市各类资源高消耗矛盾、保持经济增长的一个路径选择,其根本意义在于摆脱传统的资源依赖、提升城市竞争力、推动城市转型升级。探讨创意产业与创意城市的互动共融,不仅能够了解新兴产业与城市发展之间的互动关系,亦将对城市发展创意产业政策取向提供有益借鉴。

二、创意产业的文化资源基础与产业构成

1. 文化资源是创意产业萌生的基础

文化首先是精神与物质的凝结体,两者在人类文化的形成与演化中交替影响和嬗变。文化资源并非虚无存在,它必须依托一定的物质载体或形式来实现,创意的首要任务便是要真实而准确地发扬出那些在历史长河中湮没已久或现存的文化体系的本质内涵和当代意蕴,以现代技术手段发掘、创新、重构其表现形式,这是创意萌生的基础和创意成功的前提。文化资源是城市发展创意产业不可或缺的元素,文化资源不单纯是一种符号或标签,而是一个城市文明的内在灵魂,它在为当代人寻找心灵家园的同时,祛除了工业化和工具理性带给人的迷惘和失落,为人们构建起历史与现实的完整。具有鲜明特色和厚重历史感的城市文化不仅能为城市生活注入活力,使人们获得精神皈依,也将提升一个城市的知名度和竞争力。全球化浪潮对城市文化的冲击与日俱增,那些丧失了历史底蕴和文化内涵的城市,必然失去城市特色和城市发展的文化根基,最终被民众和市场所抛弃。

城市文化资源功效的发挥,需要通过文化资源的资本转化来实现。文化资本是文化资源的财富转化形式,其依托于市场,将客观存在的文化资源以商品化的生产和服务形式加以开发利用,将其所蕴含的丰富文化价值转变为现实的社会和经济双重价值,为个人和社会积累物质和精神财富。城市文化资源的资本化,

收稿日期: 2014-10-28

作者简介: 陆恒(1972-),男,江苏滨海人,南京航空航天大学马克思主义基本原理博士生,常州大学怀德学院副院长、副教授,研究方向为城市发展;冯诗琪(1994-),女,湖北枝江人,华中师范大学经济与工商管理学院。

需要以优化、整合、共赢为基本原则,从而实现城市文化资源的互补和共享。具体实践中,需要通过政府组织或机构协调,把一定区域内离散和相对独立的城市文化资源在多维价值平台上规划整合,对现有文化资源进行决策、配置和重组,寻求文化资源配置与城市文化市场需求的最佳结合点。进行文化资源整合的目的,是提高城市文化服务水平和文化资源利用的有效性,以及营造社会文化氛围、提高民众文化素质,其目标实现主要通过创意产业来完成。文化资源的产业转化必须遵循可行性、整体优化原则,为静态文化注入鲜活的时代基因,使文化资源与民众精神文化生活接纳互动[1]。

2. 城市创意产业的现实构成

创意产业按创意性质和文化应用可分为两类:一类是赋予历史文化资源某种新内涵,进而给产品(服务)以艺术想象力和空间张力的消费性创意产业,包括文化传媒和时尚消费产业,前者如文艺表演、广播电视、电影音像等行业,后者包括休闲体育、休闲娱乐等;另一类是以探索本土文化需求的产品设计创新或管理模式创新的生产性创意产业,包括研发设计和咨询策划产业,前者如工业设计、包装设计、建筑装饰设计等,后者包括文化调研、会展服务、企业咨询等。创意产业并非单一产业形态,而是超越传统产业范畴、强调与一二三产业的融合渗透[2]。创意产业打破传统产业格局,转变经济发展方式,降低城市资源紧张,缓解城市运行压力,利用创意给城市发展带来生机。历史经验表明,单纯的科学逻辑并不能完全解决城市问题,城市发展需要更多的创意与想象力。新型城市的崛起,既需要经济规模扩张的硬实力,更需要以文化为基础、创意为核心、人才为保障的软实力的全面提升。创意产业将为后工业时代的城市转型升级、城市空间重塑和城市治理创新提供更多可能。

三、创意集群:创意产业的发展依托及其实践

集群发展是诸多产业发展的客观规律,也是创意产业整合扩张的道路。具有产业相关性和分工合作关系的众多创意企业集中在一定区域内,能够最大程度、最低成本地获得外部效益。在城市创意产业集群发展与集聚区建设中,各城市应根据地方特色制定适合本区域特点的创意产业发展战略,通过培育创意集群内生机制实现经济效益、社会效益和文化效益的最大化,推动城市升级转型和可持续发展。

1. 创意集群的优势和特点

产业集群通过聚集、融合、交互、共生功能,构成共同的产业运行链,在一定程度上对理念、产品、市场、智力、科技等能够实现共享。创意集群天然的地理优势,使孤立的企业从较大规模经济活动中受益,同时刺激

相关产业和后续产业发展,为产业群发展创造有利环境[3]。城市是物质、信息和人力资源的汇集地,也是创意集群的理想区域。世界经验表明,创意产业往往集聚于经济社会发展程度较高的大都市或区域性中心城市,这些城市在区域经济社会发展中扮演着重要引领角色,为创意集群发展提供坚实的物质基础。相对于其他集群,城市创意产业集群的特点在于:其一,创意产业集群属于智慧型集群,创意企业以生产符号和象征性产品或服务为主,其产品或服务随着人们的精神需求和文化消费增长而成长;其二,创意产业集群能将文化生产与文化消费有机融合;其三,创意产业集群往往根植于技术、人才和包容因素较高的“3T”型城市,从而才能形成对特定城市形态的建构。

2. 城市创意集群模式及其实践

发展创意产业集群是市场化、信息化、全球化背景下的必然趋势,国际上有影响力的都市往往是创意经济发达的城市。创意资源集聚在城市这一经济、文化和科技中心,拥有宽松的创意氛围,聚集了高素质创意人才,同时也涌现出各种创意需求。创意集群不单单是空间距离重构,更是发挥人的创造力,将文化资源与创意产业集成融合,借助高科技手段将文化资源有效整合形成全新的产业形态。世界范围内,特别是英、美、日、韩等创意产业较为发达的国家,均在发挥各自优势的前提下形成各具特色的创意集聚区。从形成机制、要素特征、推动主体等来看,城市创意集群大致分为三个模式:一是市场自发模式。即依托本地创意资源和创意企业自主形成,并无政府先行规划,因而发展初期缺乏统一管理机构,呈现相对松散无序状态;从企业业态看,既有某一创意大企业核心带动的,也有众多中小创意企业扎堆形成的。二是政府主导模式。政府重视创意产业的作用,先行规划创意园区,并通过优惠措施吸引创意企业和人才入驻,与市场自发模式相比具有明显的政府意图和科学的产业规划。三是市场与政府结合模式。通常是市场自发到一定阶段后,政府根据需要制定发展规划,出台政策规范其发展,是一种值得积极倡导的发展模式。

我国目前的创意产业集群大多是市场与政府相结合的模式,并且已经在北京、上海、深圳、杭州等城市获得了发展,在化解城市化矛盾过程中初步发挥出其作用。北京作为中国的首都和文化中心,早在2006年的《“十一·五”规划纲要报告》中就明确指出发展创意产业,将北京打造为“创意之都”。目前,北京已形成六大创意产业集群,分别是石景山数字娱乐示范基地、中关村创意产业先导基地、西城区德胜园工业设计创意基地、大兴新媒体产业基地和东城区文化产业园。上海是中国最大的都市和东西方文化融合地,海派文化

独具特色、国际化程度高、重点发展五大行业,田子坊、同乐坊、苏州河、周家桥、天山软件园、闸北工业园、天山时尚产业园等形成了工业设计、建筑设计、游戏动漫、服装设计、影视制作等创意集群,发展势头迅猛[4]。深圳作为改革前沿,以创意集群推动产业升级,形成了国内工业设计企业规模最大、总部最多的创意产业园区。2008年被联合国教科文组织授予“设计之都”,成为城市创意集群典范。另外,杭州的创意集群也初具规模,西湖创意园、之江创意园、西溪创意园、下沙科技园、高新区国家动画基地等发展良好[5]。从北京、上海等城市发展创意产业的实践中,可见发挥城市文化资源优势、人力资源优势、平台资源优势,走特色化的创意产业集群之路,是创意产业和创意集群得以健康发展的重要保证。这也为缓解城市矛盾,特别是城市人口、资源、环境之间的压力,走可持续城市化道路奠定基础。

四、创意集群和创意城市的发展路径

城市创意集群的发展可以推动城市转型升级,推进城市形态的转变,将城市发展模式从“制造型城市”提升到“创新型城市”。根据不同城市和创意企业类型,形成优势突出、特色鲜明的创意集群,有利于实现创意产业集群化,同时达到创意人才集聚,创意企业和个人共享基础设施、知识外溢和网络创新资源[6]。创意城市基于全球化条件下现代城市的发展现实需求,摆脱对传统物质资源的束缚和环境依赖,是获取产业竞争优势和可持续发展的新型发展战略[7]。发展创意集群和创意城市需要从以下几方面建构:

1. 提升城市文化资本观念

文化是一个国家和民族的文脉,是一种资源更是一种资本,是重要的生产力形态,对城市或区域经济社会发展至关重要。当前,我国进入文化大繁荣大发展的重大历史机遇期,文化资本在“中国梦”的实现过程中、在社会主义核心价值观体系建设和精神文明建设、在满足民众日常生活需求以及产业转型升级等方面的作用日益增强[8]。然而我国诸多城市的文化资本观念仍有待进一步提升,文化事业、文化产业特别是创意产业如何助力城市经济增长还存在观念束缚。

文化资源并非自发形成资本形态,必须通过文化创意这个有效路径来实现。当前,对于如何充分利用文化资源转化为文化资本,构建创意城市推动城市转型升级,在部分城市尚未形成共识。部分城市文化发展规划缺乏全局眼光与高度,未能立足发掘、培育和利用当地文化资源,或没有将文化资源放在城市转型发展的更高平台上。因而,必须提升文化资本观念,立足当地资源、突出地方特色、调整产业布局,通过创意实现文化资源资本化的转变[9]。相对于其他资本形态

而言,每个城市的文化资本都有其他城市或地区无法复制的独特之处,这便是一种战略优势。

2. 明确城市政府的公共责任

世界创意产业和创意集群的经验表明,城市政府在创意集群化过程中发挥着重要作用,在以政府主导为发展特色的中国更是如此。创意产业的战略创新,离不开政府的政策支持和环境营造,城市政府作为城市发展的宏观规划者,应充分发挥其规划、管理、服务等职责,助推创意集群发展。

一方面,城市政府要将创意产业进行重点培育,特别是要进行前期科学调研、规划和布局。创意产业具有特殊性,由于涵盖门类众多,城市创意产业发展初期应尽量避免贪大求全的发展模式,结合地方实际和文化市场需求,确定创意产业发展重点门类,并对其进行政策倾斜扶持。另一方面,城市政府整合创意产业园区,应有效避免创意企业功能重叠和同质竞争[10]。政府统筹规划、整合现有创意园区,完善园区基础设施,吸引具备产业关联效应的优势项目入驻,带动城市创意产业发展。政府还应当以推动创意资源的优化配置和提高创意主体经营效率为目标,以市场需求为导向,通过相互依存的产业关联使创意企业形成完整的“产业价值链”,实现创新城市与创意集群良性互动和协调发展。

3. 提供创意产业金融支持

我国创意产业发展关键问题和制约要素之一是融资问题。当前,城市创意产业融资体系尚未有效建构和完全形成,其原因是多方面的:其一,创意产业属于智力密集型产业,企业价值和知识产权价值评估量化存在一定难度,我国尚无专门从事创意贷款的金融机构,也没有出台具体的政策措施。加之银行等金融机构出于贷款风险管理实际需要,更倾向于有形资产抵押,导致资金缺乏的中小型创意企业贷款融资难。其二,我国创意产业发展历史短,多数创意企业处于初创期和发展期,规模较小、知名度不高、抗风险能力差,通过资本市场融资存在较大障碍。其三,政府政策性投入主要途径是资助和减免税收,难以引导金融机构信贷资金和民间资金投入创意企业或创意项目。因而,资金短缺成为当前制约我国创意产业发展和创意集群的瓶颈。

为此,城市宏观层面需要抓住国家扩大内需的战略机遇,加强创意产业基本配套、行政服务平台和重大项目建设,塑造适宜创意产业发展的氛围和宏观环境。同时,积极引导民间资本,提供优惠政策吸引投资,通过土地出让、税收减免等政策积极促进文化企业发展。针对创意产业融资难,城市政府、金融机构和创意企业各方加强协调合作,建立地方政府、民间企业、金融机

构和外商共同投入的机制,为创意产业发展提供良好的资金环境。

4. 加强创意人才培养和培训

创意产业是以人的创造性思维为根本要素,创意群体或创意阶层,既包括艺术家、民间艺人、文化学者,也包括设计师、软件工程师等专业技术人才以及创意企业管理人员,是一个综合性人才系统。当前,即使在创意产业发展较好的大中城市,仍然面临创意人才总量偏少且结构性失衡、应用型技术人才比例较高而原创型人才和经营人才不足的现状。因此,需要建立创意人才特别是创意领军人才的培养、引进机制。一方面,城市作为智力资源的聚集区,地方政府完全可以利用当地及周边的智力资源,通过经济或政策手段支持科研院所加强社会急需的创意人才的招生和教育;另一方面,提供资金和政策支持,鼓励企业与科研院校联合组织创意人才培训,建立产学研合作平台;再者,还可以加强与国外城市创意人才的交流,引进具有创新思维、国际视野、适应国际竞争的创意人才[10]。

5. 完善创意知识产权保障

创意产品或服务均是源于人类的思维创新和智慧拓展,并通过适当的产业化运营获得实现。因而,创意产业以著作权、专利权等知识产权为核心,良好的法制水平对创意产业发展至关重要。被誉为“创意产业之父”的约翰霍金斯指出,创意经济的核心要素之一,就是需要系统的知识产权保障。当前,我国的知识产权保护现状仍不容乐观。部分创意企业的优秀创意产品,由于未能及时获得知识产权保障,被其他企业甚至个人恶意剽窃或仿制,极大损害了创意企业的合法权益,甚至导致部分创意企业濒临倒闭的窘境。因此,树立知识产权保护意识,严厉打击侵犯知识产权行为,是城市吸引和发展创意产业,形成创意集群的重要条件和举措。

五、结语

城市是人类生产生活的聚集地,是人类文明成果的集中展示地,当前城市化发展面临着机遇和巨大挑战。城市发展需要转变传统模式,特别是传统资源依赖型经济增长方式,实现城市的升级转型。城市的文化资源体现着城市独特的精神和品质,使其更像一个充满生机的活的生命体。城市文化资源的资本化发展,需要通过创意产业和创意集聚来实现。发展创意产业,对城市文化创新发挥着重要作用,在保护和传承中,发挥人的主观能动性,用创意将历史文化资源转化为经营资源,促进城市文化内容的创新和持续发展。发展创意产业,不仅是国家宏观层面的发展战略,更是现代城市的升级转型战略。创意产业在为城市创造丰厚物质财富的同时,能够有效缓解城市化进程中的矛盾和问题,助力城市经济循环可持续发展。

创意产业对于城市发展至关重要,与此同时,城市对创意资源能否有效整合是实现城市创意产业和创意经济持续发展的核心要素。城市作为社会物质资源、信息资源和人力资源的聚集地,如果能够依托宏观环境、科学整合城市资源、合理配置城市要素,将有效摆脱传统资源枯竭对城市发展造成的制约,为城市永续发展提供强大动力。创意产业并非孤立存在,在市场经济条件下必须将创意思维与文化消费市场有机融合,推进创意思维向现实文化生产力转换,通过创意产业形成的人财物资源为创意产业本身发展提供支撑。在城市创意资源整合的过程中,人是创意行为的主体和核心资源。通过创意产业将城市文化资源有效转化为文化资本是一个系统工程,这一过程的实现需要各种社会资源(如技术、人力、文化、制度等)的参与、协调与融合。科学合理地实现城市文化资源整合、创意产业集聚和创意城市系统建构,是缓解城市矛盾、推动城市可持续发展的有效路径。

参 考 文 献

- [1] 陈玉国,陈子薇.文化产业成为国民经济支柱性产业研究综述[J].河海大学学报(哲学社会科学版),2013,(3):56-60.
- [2] 厉无畏.创意产业导论[M].上海:学林出版社,2006.
- [3] 王琦,张庆刚,王冠韬.以创意推动文化创新[J].改革与开放,2011,(2):180-182.
- [4] 江晓敏,王波.创意产业及城市再生的研究——成都创意产业发展策略[J].工业建筑,2010,(9):28-31.
- [5] 付永萍,曹如中.城市创意产业集聚化发展研究[J].科技进步与对策,2013,(4):55-59.
- [6] 吴卫红,王阳阳,张爱美.北京市高技术产业技术创新效率评价[J].云南财经大学学报,2014,(2):133-139.
- [7] 王慧敏.创意城市的创新理念、模式与路径[J].社会科学,2010,(11):4-12.
- [8] 李光安.基于大众传播场的艺术文化探讨[J].河南社会科学,2013,(12):88-91.
- [9] 雷宏振,张敬博.动漫产业集群发展中“政策租”效应及其对集群知识创新绩效的影响[J].经济经纬,2013,(1):56-61.
- [10] 徐明亮.城市创意产业发展的个案研究[J].经济纵横,2011,(5):70-73.

(责任编辑 吴彤)