

城市转型发展与文化创意产业研究述略

○ 赵景来

(天津社会科学院 天津社会科学杂志社,天津 300191)

[摘要]城市作为现代社会的主要载体,是一个国家经济社会发展和现代化的重要标志之一。城市产业是城市发展的持续动力,发展文化创意产业,是实现城市“创新驱动,转型发展”的重要路径。文化创意产业经过十多年的发展和实践,已经不局限于生产层面,与“文化创意产业”概念提出之初相比,已经发生了实质性的变化:创意将不再单单是通过产业化作为文化产业的替代概念,而是与城市发展有机融合。未来20年是中国城市转型升级的关键期,一批中国城市将进入世界城市体系,并催生一批国际文化大都市。因此,必须进行系统谋划,把政府的规划与市场资源的配置有效结合起来。

[关键词]文化创意产业;城市转型发展;创新驱动;世界城市

城市作为现代社会的主要载体,是一个国家经济社会发展和现代化的重要标志之一,是发展中国家实现现代化的重要引擎。改革开放以来,我国创造了人类历史上最大规模、最宏伟的城市化篇章,但当前我国城市发展方式总体是外延式的、粗放的,难以适应城市现代化的新要求,多重因素掣肘城市的可持续发展。城市产业是城市发展的持续动力,发展文化创意产业,是实现城市“创新驱动,转型发展”的重要路径。近年来,一些专家学者围绕文化创意产业:城市经济的新内容、新业态,文化创意产业引领城市转型升级及其政策创新进行了广泛深入的探讨,现将讨论中的各种观点综述如下。

一、问题的提出

从工业革命以来的世界城市化与城市现代化的进程来看,转型发展是城市

阶段性发展过程中的重要特征,无论是产业衰退、“城市病”倒逼的自身主动转型,还是融入“世界城市体系”、“全球城市网络”的主动转型,都是一种大规模制度变迁的过程,城市发展中好的制度变迁,体现为政府、市场和社会的合力,能加快城市转型步伐并提升城市能力。

有学者指出,城市转型是一个永恒的命题,是一个持续的动态过程,是城市发展进程及发展方向的重大变化与重大转折,是城市发展道路及发展模式的大变革。从世界城市化进程来看,现代城市发展实际上就是不断转型、提升竞争力的过程。城市经过阶段性的发展之后,受经济周期和自身发展周期的影响,都面临着从产业结构、城市功能到城市建设、社会文化等领域进行全面调整与转型的要求,以适应继续发展的需要。但国际城市之间因为资源禀赋的不同,所处发展阶段的差异以及治理方式上的差异,对转型发展的时机切入、推进措施和具体对策,都会有自身的独特性,由此形成了产业链延伸型、整体转换型、混合发展型、特色引领型等多种转型模式,国际城市转型呈现出多样性的特征。国际城市转型路径为中国城市转型的路径选择提供了诸多启示。^[1]

另有学者指出,随着信息化的发展,城市经济功能由生产中心向服务中心转换,城市产业正在向着信息化、服务化和知识化迈进。科技研发、金融、高端商贸、商务服务、信息技术等高端服务业日益成为中心城市的主导产业。高端服务业发展正与城市竞争力的提升形成相互促进、相互支撑的关系。而信息技术的发展,使城市间的联系范围越来越宽广,可以跨越国界、洲界以致形成全球联系的世界城市体系。这个城市体系的特点是,中心城市的全球控制力日益提升。正如沙森所指出的,随着国际化都市(international metropolis)、世界城市(world city)、全球城市(global city)等的兴起,全球城市正在呈现出一种金字塔型结构,少数城市在高端服务业方面占据了绝对优势地位,而其他城市在服务业发展方面受到了压制。最重要的是,这些全球城市中的高端服务业对全球经济具有无与伦比的控制力。

论者认为,中国城市竞争力的不足,使其很难以人才、信息、物流、资金、技术等生产要素的高度集聚打造高端服务业集群,发挥协调控制全球经济的功能。积极扩张城市功能,使城市产业体系走出以房地产为支柱的迷思,对发展高端服务业具有重要意义。从当今世界经济发展趋势来看,随着专业化分工的深化和专业服务外置化趋势的发展,制造业竞争力将越来越依赖于设计策划、技术研发、物流、原材料采购等生产性服务业的支撑,而国家经济安全,就取决于这些服务体系是否完整,并不完全依赖于制造业生产能力。^[2]

也有学者指出,作为对全球化的响应,城市发展领域在 20 世纪末出现以“世界城市”为核心概念的理论思潮及社会实践,并且设定了城市研究的主流范式。随着 2008 年全球金融危机的爆发,使得“世界城市”面临严峻的现实考验,其理论缺陷及实践问题得以充分暴露。因此,我们需要基于更为多元化的城市化基础和城市发展经验,对“世界城市”的基本理论框架从发展战略、经济基础、

社会效应和文化导向等多个层面进行审视和再造,以便更准确地把握“世界城市”的未来发展趋势。近年来,全球主要国家综合实力对比的显著变化正推动世界经济及其节点城市(即“世界城市”)进入重新洗牌的时期。这尤其表现在亚洲经济的整体崛起和以“金砖国家”为代表的新兴经济体国家的集体成长。正因为实力对比的变化,有关如何发展“世界城市”的认识也逐步显示出多样化。更多非“西方”的经验和智慧得到了肯定与重视。后发城市进一步提出了探索适合自身特点的“世界城市”塑造模式的愿望,也增强了赶上乃至超越西方传统“世界城市”而进入全球网络的更高等级的自信。

论者认为,今天重新思考“世界城市”的经济基础,我们有理由形成如下一些共识:其一,在未来“世界城市”建设中,“世界城市”服务经济化仍是共同趋势,但这一趋势并不会必然导致整齐划一的城市服务经济形态;其二,新型制造业在“世界城市”仍拥有生存空间,第三次工业革命的提出,更是展示了基于网络的分布式小批量精确制造回归城市的前景;其三,“世界城市”的竞争正从原来以争夺经济流量枢纽功能为取向,转向将创新创意作为同样重要的高端功能予以重视,并开展了新一轮的竞争。^[3]

还有学者认为,对中国大多数城市来说,城市化的主题不应当是无限的扩张,而应当是城市的升级。城市升级的核心问题是增加城市附加值。产业升级和城市升级并不矛盾,而是相辅相成的。城市文明不仅仅是物理意义上的城市建筑物,更是文化意义上的城市建筑物。城市升级的另外一个重要方面,就是全球范围内的城市链条问题。城市引领一个国家的全球化,如果一个国家没有几个国际化的城市,这个国家很难说是全球化的一部分。

论者强调,一个城市如果不能进入全球化链条,就很难得到发展。而那些处于全球化链条上关键位置的城市的发展尤其迅速。现在世界上各个城市之间的竞争越来越激烈,竞争的关键就是要争取占据一个关键的位置,一旦占据了这个关键位置,就会在全球性人、才、物的流动网络中占据优势。因此城市升级意味着一定要进入全球范围内的城市链条,并逐渐向上攀升。中国城市经济发展主要依靠简单产业扩张这条路现在已经走到了顶点。从国际经验来看,产业从劳动密集型到资本密集型到知识密集型再到服务密集型,是产业转型和升级的必由之路。到现在为止,发达城市的经济和产业升级已经走过了这些阶段。中国的城市不能简单重复这个路径,但这的确提供了一个方向。简言之,城市可以制定一套系统的产业政策来发展和城市经济社会条件相得益彰的产业。同时,城市的产业政策应当有前瞻性。同样重要的是,产业升级要和城市的整体升级结合起来,城市升级的目标必须明确,城市定位明确了,产业升级定位也会明确起来。^[4]

二、文化创意产业:城市经济的新内容、新业态

文化产业,是现代社会经济发展阶段的一种产业形态。文化产业通过市场关系中的创意设计、品牌塑造、企业文化、大众娱乐、传媒传播、艺术欣赏、审美体

验等一系列方式,满足了人在精神层面的意义交流、价值判断和自我实现,促进了人的发展和素质的提升,再进一步对社会各个领域进行创新再造,为传统产业注入文化品格,形成知识形态生产力的物化,对传统产业提升带动、优化升级,实现了人与自然、自然与经济的动态平衡。

有学者指出,20世纪90年代以来,伴随着知识经济、创意经济的崛起,驱动城市发展的核心要素从资本、劳动力、资源禀赋等资源型要素,逐步向人才、文化、创新等知识型要素转变,创新型、服务型经济开始主导着城市的发展方向。文化创意产业作为创新型、服务型经济的重要产业门类和业态,迅速形成全球生产网络,促进了产业创新和结构优化,为发达国家与国际大都市带来了高附加值。特别是在信息技术与数字经济的快速发展与推动下,文化创意产业不断成长和衍生出新的产品,将拓展更广阔的市场空间。从内生动力机制来看,随着中国经济步入结构转型的关键阶段,近年来我国关于文化大发展、大繁荣的政策红利逐步显现,文化创意产业不仅在规模上增长迅速,在业态类型上也呈现出更多的新样态和新形式,显现出越来越强的经济活力与社会服务功能。

论者认为,对于处在经济转型期的中国城市来说,大力发展文化创意产业,实际成为转变经济发展方式、调整产业结构的一个重要途径,是打造中国经济“升级版”的重要手段。尤其是在转变经济发展方式、构建服务经济体系的目标引领下,加快发展低能耗、污染小的高附加值制造业和现代化服务业已成为城市转型发展的主要方向,文化创意产业恰好可以与城市产业转型有机结合,特别是和现代服务业融合发展,从而促进城市的创新驱动和转型发展。^[5]

另有学者认为,文化创意产业从传统的产业类别中分离出来,是基于社会生产力的提高,而这一分离过程就是城市经济结构转换的自由选择过程。文化创意产业价值链延伸的广度以及其强大的辐射力为同其他产业的融合提供了可能。其中最为突出的是文化创意产业同传统制造业的融合。文化创意产业中的工业设计、品牌策划、营销推广等增加了制造业的文化附加值,也使制造业结构更趋于柔性化,不断推动制造业的转型与升级。除了延伸效应外,关联作用也带动了文化装备制造业的兴起,即由文化产品的生产而带动的相关文化载体、文化器材、文化用品、文化产业设备等的发展与升级。可以说,文化创意产业发展的速度与质量决定了文化产品制造业的升级能力。另一类广泛的融合发生在文化创意产业与信息业。当今的信息产业已不再是单纯的信息技术产业,而是信息技术与文化内容的交融、汇合,数字内容产业打破了原有文化艺术固有的边界,跨越通讯、网络、媒体、娱乐等各行各业,实现了“跨界域”的融合重铸。当这些价值链上的融合在一定空间内产生映射,就会逐步形成以文化创意产业为主导的产业集聚样式。通过融合、渗透,不断提高其创新度和文化附加值,从而提升产业能级、优化产业结构。此外,由于文化创意产业的空间集聚在经济、文化和社会等多个层面都具有全网络能力以及产业关联效应,因此能够带动一大批衍生产业的发展。^[6]

还有学者指出,从世界范围看,以信息技术为主的高新技术的发展,正在对提升文化创新能力、催生文化新业态,发挥着重要的支撑和引领作用,已成为促进文化发展的新引擎。一些信息产业高度发达的国家或地区,已经逐步形成包括网络服务产业、数字游戏产业、电脑动画产业、移动内容产业、数字影音应用产业等为主的数字内容产业群。传统文化业态正在与当代科技的融合中得到不断提升。出版、影视制作、报业传媒、演出会展业等传统文化行业,通过与数字化技术、网络技术、移动通信技术等高新技术的结合,明显提升了传统业态的发展活力。

论者认为,高新技术在给文化事业和文化产业的发展带来日益深远的影响和变革的同时,也给高新技术产业自身带来了新的发展空间。数字、网络、卫星通讯等信息技术的突飞猛进,突破了传统媒体行业内部以及与电信等相关行业的技术壁垒,加速了信息和文化产业的融合。同时,文化与科技融合不断催生新兴产业的形成。文化与科技、传统与现代化的融合正在不断衍生出一大批千姿百态的产品和服务,使文化和科技资源都得到了更充分的利用。一系列具有文化与科技融合特点的创新,大大拓展了高新技术的应用形式和范围。^[7]

也有学者指出,进入21世纪以来,文化与科技的融合对于人类社会发展的巨大影响,比任何历史时期更直接、更深刻、更猛烈。在数字技术、网络技术和现代信息技术的强烈推动下,人类文化形态正在发生着总体性、革命性的转型。放眼当今世界文化发展潮流,我们不难发现,当代文化转型的取向和目标是现代电子视听文化。以传统广播影视为依托,以视听新媒体为先导,以大数据、大网络、大传播为技术支撑和总体架构,以人性化为价值轴心,视听文化在当代人类文化时空中展现了无与伦比的生命力、创造力和扩张力,日益成为现代文化建设的主阵地和主力军。

论者认为,广义的视听承载和涵盖了以电子介质作为创造、呈现、传播、接受载体的所有视听活动,既包括传统广播、电影、电视、录音、录像和光碟,也包括各类视听网站、智能电视、手机电视、公共视听载体、移动广播电视、网络影视、家庭影院等新型视听活动;既包括广播、电影、电视剧、纪录片等传统视听节目形态,也包括三维动画、游戏、电脑制作、3D电影、3D电视等各类新型节目形态,甚至包括未来可能出现的融合生物技术、脑神经科学、电子信息技术、网络技术于一体的直接连接读取人脑视听信息的视听活动;既包括各种连续的声音图像,也包括以电子介质呈现的静止图片;既包括单纯的视听创作生产传播活动,也包括以视听为主,融合文字传播、实物传播、人际传播于一体的综合传播活动。从总体上看,文化的视听时代有以下几个基本特征:(1)文化的泛视听化;(2)文化的融合化;(3)文化的社会化;(4)文化的产业化;(5)文化的个性化。^[8]

文化创意产业经过十多年的发展和实践,已经不局限于生产层面,与“文化创意产业”概念提出之初相比,已经发生了实质性的变化:创意将不再单单是通过产业化作为文化产业的替代概念,而是与城市发展有机融合,向经济价值与社会价值并重的方向推进,并逐渐成为城市经济、城市就业、城市影响力、城市吸引

力和城市品牌的核心维度。国内外的经验表明,文化创意是城市实现转型发展的新引擎,近年来大力发展文化创意产业已经成为世界潮流,成为世界各国和地区在国际竞争中获得竞争优势的新举措。文化创意产业在城市发展过程中拥有许多其他产业所不具备的优势。它以创意为动力、以内容为核心,依靠智力投入和精神成果,而不是物质形态的资源。同时,无论是文化创意产品的生产还是消费,都不会对生态环境造成明显的负面影响,是典型的绿色经济、低碳产业。在调整城市产业结构、丰富城市消费层级、提升城市文化品质、助力城市品牌传播等方面,文化创意产业可以有效地促进城市转型,它的集聚形态对城市的全面转型和空间布局的重构,也有很大的影响作用。

三、文化创意产业引领城市转型升级及其政策创新

2008年爆发的国际金融危机对世界城市体系的冲击,一方面改变了世界城市发展的单向度线性外推逻辑,即以单一追求发展高端金融产业为特征的“全球城市”目标逻辑;另一方面开启了世界城市转型发展的“文化取向”与“创意/创新取向”,即更加注重文化多样性、多元创造性、多元经济体系的塑造,具有更强的发展弹性而有效应对风险。

有学者认为,城市转型升级的最高目标不再是“全球城市”,以文化创意、创造性活力为主要标志的全球创意城市网络,正在成为全球生产网络中评判城市全球价值的新风向标。中国城市经济的转型,城市发展方式的转变,必须顺应世界城市转型的文化取向,尤其是北京、上海、深圳等国际化程度比较高的大都市,应将一般意义上的城市增长方式转变与中国的国际文化大都市建设结合起来。而中国的国际文化大都市建设,关键是要打造面向世界的现代全球性的文化创意产业,探索城市转型与文化都市建设的“中国路径”,从而提升中国城市在全球创意/创新网络中的等级强度。

论者强调,要改变以往文化发展从属于城市规划的思路,重新追问城市规划的逻辑、方向、目标与意义,避免城市规划的工程理性与市场原则通杀一切,必须将文化重新置于城市规划的先导地位。“文化规划”是秉承尊重文化生态的思维来引导其他各个领域的规划建设,并非对已有文化资源的整理、分类和发展轨迹设计,而是规划一个复杂的互动过程,即由政府与民间、学界与企业界、体制内与体制外等各种关系交织而成的网络,通过这些组织结构结合起来并发生作用,更加侧重经济、社会、文化的整体发展,从“文化都市”理念和视角来制定城市的中长期发展战略和规划,让文化的发展和文化创意产业的发展与城市规划建设、城市经济体系的建设有机融合,整体性构建文化都市。^[9]

再有学者认为,伴随着城市功能的不断完善,创新产业的集群化已然成为现阶段创意产业发展的一大趋势。相对其他行业而言,创意产业更加注重产业链知识的延续和相互之间的整合,而政府的行为也必然会对其集群的形成和发展产生重要影响。因此,在借鉴发达国家和地区经验的基础上,准确定位各级政府

在创意产业集群发展中的角色及行为范围,培育创意产业发展的良好环境,对我国创意产业的快速、健康发展具有重要的理论和现实意义。在当下市场经济体制还不完善的条件下,创意产业集群的发展无疑离不开政府的培育和引导。纵观国外发达国家产业集群的发展历程,政府也并非完全无作为而任由市场发挥资源的配置作用。相反,对于不同类型的产业集群以及在集群发展的不同阶段,发达国家的政府都给予了极大的关注和支持。然而,确定政府行为的必要性与政府的行为范围同等重要。

论者指出,政府体系包括中央和地方各级政府,也是政府间合作博弈力量的综合体现。在不同的经济发展阶段和市场条件下,在不同的区域,中央和地方政府的作用力也是不同的。在创意产业集群的发展过程中,中央政府和地方各级政府间在分工合作和动态博弈中不断互动,中央政府在知识产权保护、制度选择、法律法规制定、公共财政投入等方面的引导作用为创意产业集群的发展提供了前提条件,而地方政府作为中央政府和地方发展的双重代理人则起到了更加直接的作用。作为制度的供给者,政府的引导在创意集群的形成发展中有重要的调节作用,具体言之,一是发挥集群政策的服务功能;二是积极推动高校和科研单位的产学研合作与创新;三是建立创意产业集群的绩效评价体系。^[10]

还有学者以上海文化创意产业集聚区为例,探讨了文化创意产业与城市转型发展。论者强调,文化创意产业集聚区的可持续发展既要遵循文化创意产业自身的发展规律,也要与城市本土社会经济发展的特色有机融合,以政府主导为主要推进模式的上海文化创意产业集聚区,其转型升级不仅要承担和融入上海城市的产业结构优化调整、社会就业扩大、本土文化传承、区域品牌塑造等功能,还依赖于有效的体制机制突破和政策体系创新。根据文化创意产业集聚区向融合互动和辐射联动升级发展的思路,上海文化创意产业集聚区的政策新举必须跳出集聚区本身,跳出创意本身,在城市社会经济发展的大背景下进行设计,不仅要有新思维,还要有动态发展的眼光,通过阶段性目标政策的突破和实施,围绕创意产业新业态、新市场、新价值的形成,完善上海文化创意产业的政策体系。

论者认为,在城市转型升级的过程中,尽管文化创意产业等新产业业态在实践中不断发展,但相应的新的产业政策体系尚未形成。政策体系创新首先是思维方式的创新,要突破现有政策的局限性,围绕文化创意产业的核心要素和文化创意产业的商业模式,实现新的超越。上海文化创意产业政策新举的设计与推进要适应和促进文化创意产业从形态到业态、从集聚到辐射、从功能到品牌、从生产到消费的综合性升级和转型的需求,从产业发展体系的构建、经济系统的支撑和整体社会环境的营造进行政策的顶层设计和体制机制的推进。^[11]

也有学者指出,城市空间是文化科技融合创新和产业转型的展现舞台和应用场所,城市空间除了自然景观以及人类活动以外,剩下的就是无所不在的技术形式及其实质表现。如果说19世纪的工业技术生产了“焦炭城市”,那么21世纪的ICT技术以及数字技术,作为一种“物的媒介化”和“媒介的物化”与城市空

间发生明显的互动关系,“媒介—空间辩证法”悄然塑造着所谓的数字城市(Digital City)、智慧城市(Smart City)、媒介城市(Media City)。事实上,不同类型的城市,不论是世界城市、资源枯竭型城市,还是默默无闻的中小城市,在全球化时代都或多或少地面临产业结构的调整,受到文化科技融合的影响。

论者强调,有关文化科技融合与产业转型和城市转型的探讨,隐含着至少两个比较明显的政策含义或策略思路,一是跨界关联的产业策略;二是数字媒介城市策略。前者关注如何运用文化科技融合创新实现产业结构调整与升级,后者关注如何运用文化科技融合创新建设和发展城市的未来。中国目前的产业结构调整思路偏向于解决制造业或出口加工贸易的问题,这固然与欧美金融危机的波及有关,但文化科技融合也应当作为不可回避的政策选项。数字技术在城市空间的渗透凸显出数字媒介与城市文化的融合,发达国家已经采取相关措施迎接由媒介科技带来的城市空间转型。当下智慧城市、数字城市建设的启动及其广泛应用,无疑有助于思考基于数字媒介城市的转型策略。^[12]

综合上述学者们的观点,我们看到,文化创意产业的新业态、新内容,与我国经济发展方式转变直接相关。日前出版的《中国文化产业发展报告》(2014)研究指出,我国经济正值转型升级的关键时期,要高度重视文化创意对国民经济结构战略性调整、对经济发展方式战略性转变的重要意义,特别要重视发挥文化产业的生产性服务业功能。未来20年是中国城市转型升级的关键期,一批中国城市将进入世界城市体系,并催生一批国际文化大都市。因此,必须进行系统谋划,把政府的规划与市场资源的配置有效结合起来。一方面,以开放的姿态,增强文化的包容性、多元性,打造全球创意的“中国平台”;另一方面,在城市的转型升级进程中,把文化创意产业的发展与创新型、服务型经济体系的建设有机融合起来,进而造就更多的“创意城市”、“文化都市”。

注释:

- [1] 李程骅:《国际城市转型的路径审视及对中国的启示》,《华中师范大学学报》2014年第2期。
- [2] 李勇坚、夏杰长:《高端服务业:维护和促进国家经济安全的战略产业》,《国际贸易》2012年第6期。
- [3] 屠启宇:《“世界城市”:现实实验与未来取向》,《学术月刊》2013年第1期。
- [4] 郑永年:《城市化建设应注重提升附加值》,《经济参考报》2013年5月2日。
- [5] [9] 周蜀秦、李程骅:《文化创意产业促进城市转型的机制与战略路径》,《江海学刊》2013年第6期。
- [6] 孙洁:《文化创意产业的空间集聚促进城市转型》,《社会科学》2012年第7期。
- [7] 赵玉海:《应用高新技术促进文化发展》,《光明日报》2012年2月28日。
- [8] 庞井君:《当代人类文化发展的视听转型》,《天津社会科学》2013年第5期。
- [10] 张仁汉、王莹:《创意产业集群发展中的政府行为研究》,《浙江社会科学》2014年第5期。
- [11] 王慧敏:《文化创意产业集聚区发展的3.0理论模型与能级提升》,《社会科学》2012年第7期。
- [12] 李蕾蕾、李艺琴:《文化科技融合趋势下的产业转型与城市空间重构》,于平、李凤亮主编:《文化科技创新发展报告》(2013),社会科学文献出版社,2013年,第18-34页。

[责任编辑:书缘]