

# 文化产业升级与城市文化创新

## ——以深圳为个案的研究

钟雅琴

(深圳大学文化产业研究院,广东 深圳 518060)

**摘要:**深圳文化产业持续高速增长使深圳逐渐摆脱“文化沙漠”形象,成为全国文化产业发展的“领头羊”。文化产业的发展不仅助力深圳实现产业结构调整,抵御数次经济危机的威胁,并推动了深圳城市文化的发展建构。在文化产业的带动下,深圳实现了城市文化空间的再造与城市创新氛围的营造,并衍生出城市艺术文化生态的整体变迁。在全球日渐激烈的城市竞争中,深圳有必要从文化创新的层面思考文化产业升级的新路径:推动业态深度融合,培育多元众创主体,有效把握“互联网+”契机,实现文化产业与城市文化的互动创新发展。

**关键词:**深圳文化产业;产业升级;城市文化创新

**中图分类号:**G 124

**文献标识码:**A

**文章编号:**1000-260X(2016)06-0042-05

自2003年深圳确立“文化立市”的发展战略,深圳文化发展从经历二十余年的萌发酝酿期进入快速成长期。正是基于文化产业的持续高速增长,深圳得以逐渐摆脱“文化沙漠”形象,成为全国文化产业发

展当之无愧的“领头羊”。发展的资金投入,根据《深圳市文化创意产业发展专项资金管理办法》规定,市财政每年投入5亿元设立文化创意产业发展专项资金,用于支持深圳文化创意产业的发展。而深圳各区每年用于支持文化产业发展的专项资金也高达2亿元<sup>[1]</sup>。这为深圳文化产业近年来爆发式增长提供了必要的财政支持。

### 一、深圳文化产业发展基本回顾

2005年,深圳提出要将文化产业打造成为全市的支柱产业之一。2011年,深圳市政府提出要把深圳发展成为文化产业的龙头大市。直至2012年提出“文化强市”战略,文化产业发展更上升到关乎深圳城市转型发展的新高度。深圳在全国率先以立法手段出台《深圳市文化产业发展促进条例》,并在十余年间陆续发布《深圳文化产业发展规划纲要(2007-2020)》、《深圳文化创新发展2020(实施方案)》等一系列规划和措施,为深圳文化产业发展提供了有力的政策保障。“十二五”期间,深圳市加大对文化产业

据《2014文化科技创新研究报告蓝皮书》研究成果显示,2003年深圳文化创意产业增加值仅为135.5亿元,占全市GDP比重仅为2.5%,发展到2013年,深圳文化创意产业增加值达1357亿元,占全市GDP比重为9.3%,年均增速高达25%,位居全国之首<sup>[2]</sup>。2015年,深圳文化创意产业增加值首次实现占全市GDP10%的目标,增加值达1757亿元<sup>[3]</sup>。12年间,深圳文化创意产业增加值翻了12倍。事实上,深圳文化产业经过多年探索,不仅在文化产业增加值与规模上领跑全国,更以其发展形态特征在全国独树一帜。

收稿日期:2016-10-20

基金项目:广东省哲学社会科学“十二五”规划项目“‘互联网+’背景下广东文化产业新兴业态研究”(GD15XYS25)

作者简介:钟雅琴,博士,深圳大学讲师,硕士生导师,主要从事文化产业、城市文化和文艺理论研究。

### (一)文化科技融合,引领产业发展方向

与多数城市对传统文化资源进行活化开发的发展路径不同,深圳作为一个没有太多文化积淀的城市,自文化产业发展伊始就走上了一条文化与科技结合之路。深圳高新技术产业发达,企业研发能力强,作为新兴移民城市,城市文化多元包容,这些都是深圳文化产业发展的独特优势。凭借科技产业的良好基础,深圳以“文化+科技”的独特方式,化解了深圳文化底子薄资源弱的难题,成功推动文化产业跨越式发展,文化科技融合是深圳文化产业发展的首要特征。

以科技创新激发文化产业活力,深圳诞生了第一家以“文化科技”冠名的企业——深圳华强文化科技集团,涌现出一批以高科技为依托,以数字内容为主体,以自主知识产权为核心的高成长型文化科技企业,认定了一批“文化+科技型示范企业”。这些企业依托先进的科技创新体系,催生出文化软件、数字内容、动漫网游、创意设计等文化产业新兴业态。以文化为元素,以创意为驱动,以科技为支撑,以市场为导向的新兴业态迅速崛起成为深圳文化产业近年发展的最大亮点。文化科技融合既符合当前文化产业发展的内在规律,更引领着文化产业未来的发展方向,也是深圳文化产业得以突出重围的关键所在。

### (二)行业跨界整合,优化产业发展结构

在转变经济增长方式与传统产业转型升级的现实要求下,深圳文化产业得以发展为多领域、多专业、充满创新内涵的跨界合作区间。跨界整合赋予工业制造、休闲旅游等传统产业以文化内涵,并以文化创意提升产业优势,促进传统产业延伸产业链条,或转型为效益高、前景好的文化产业,实现由“深圳制造”向“深圳创造”的转变。以劲嘉集团、雅昌彩印等为代表的一批印刷企业不断强化创意设计,充分利用高新技术手段革新技术,使深圳印刷行业的优势得以保持并强化。雅昌更是首创以艺术数据为核心、IT技术为手段、覆盖艺术全产业链的创新商业模式,打造艺术产业链的产品、服务和体验,成为综合性文化产业集团。斯达高、永丰源等传统陶瓷工艺企业则依托创意设计和创新技术,成功打造“深圳瓷”的新品牌。华侨城等企业则探索出“文化+旅游”的独特商业模式,并将文化主题公园模式复制推广至全国,引领了我国文化旅游的潮流。

目前,深圳文化产业在文化产业核心层(新闻服务、出版发行和版权服务、广播电影电视服务和文化

艺术服务等)、外围层(文化休闲娱乐服务、网络文化服务、其他文化服务)、相关层(文化用品、设备及相关文化产品的生产和销售)的发展较为协调,文化软件、新动漫游戏、媒体及文化信息服务业等新兴业态发展迅猛,已形成较为优化的文化产业发展结构。

### (三)龙头企业突出,形成产业发展优势

深圳腾讯、雅昌、华强、华侨城、环球数码等一批领军企业领跑全国,表现突出。2015年全年,腾讯总收入为人民币1028.63亿元,比去年同期增长30%<sup>[4]</sup>。华强连续数年入选全国“文化企业30强”,是全国产量最大的动画企业。龙头企业不仅规模大、增速快,更以各自特色与战略前瞻,带动产业的整体升级,形成产业整体发展优势。

腾讯自2012年开始倡导并推进泛娱乐战略,即基于互联网与移动互联网的多领域共生,打造明星IP(Intellectual Property,知识产权)的粉丝经济。腾讯互娱开始涉足除游戏以外的泛娱乐业务,腾讯动漫、腾讯文学、腾讯电影+三个实体业务平台相继发布。发展至今,腾讯互娱已经形成了横跨包括电脑、手机、平板、电影银幕、电视荧屏等在内的全终端业务体系,而这些也已成为全国文化产业表现最抢眼的焦点。

### (四)国家平台架构,提供产业发展支撑

深圳文博会作为国家重点扶持的国家级、国际化、综合性文化产业会展,自2004年始已成功举办十二届。文博会十余年硕果累累,仅一至十届文博会累计总成交额就已超过1万亿元,达10475.37亿元,文化出口交易额累计超过一千亿元,“中国文化产业第一展”的实力凸显。深圳文博会不仅为中国文化产业发展搭建起高起点、高规格的展示、交易、信息平台,同时也将大量信息、资金、项目、技术、人才汇聚深圳,对深圳文化产业发展起到积极推动作用。2014年,国家对外文化贸易基地(深圳)正式在深挂牌。国家对外文化贸易基地(深圳)是文化部批准设立的泛珠三角地区唯一的国家级文化贸易平台。仅2014年,深圳文交所完成近2000宗业务,实现交易额100亿元;中国文化产业投资基金投资逾20亿元,投资项目22个<sup>[5]</sup>。深圳文博会、深圳文交所、中国文化产业投资基金、国家对外文化贸易基地四大国家级平台共同为深圳文化产业的快速发展起到强有力支撑作用。

## 二、文化产业发展对城市文化的影响

目前,区域和城市发展所依赖的资源、物质要素的作用逐渐弱化,文化、创意要素的作用日益增强。特别是在2008年全球金融危机、2010年欧债危机的冲击和全球经济增长长期低迷的情况下,文化产业已成为区域和城市发展的重要动力和引擎,文化产业的发展对城市文化的整体演变产生了重大影响。

### (一)产业集聚下的城市文化空间再造

文化产业发展对城市文化的影响首先直观体现在其对城市空间与城市景观的影响。中国在极短的时间内,在社会发展基础薄弱及独特的城乡二元结构下经历了迅速的城市化发展过程。城市化、工业化、现代化等被高度压缩在同一时空,它所带来的中国社会的急剧变动远远超出人们的想象。特别是对深圳这样一个年轻城市而言,城市构建与城市更新几乎同时进行。人们赖以生存并承载着集体记忆的物质空间的高速扭转,导致个体的生存经验接受着剧烈变动的持续挑战。而城市中文化空间的迅速生产,以空间响应的方式应对城市文化面临的挑战。大型购物中心、咖啡厅、艺术馆、剧场甚至餐厅在文化产业的推演中不仅实现了外观形态的转变,更成为各种文化活动及艺术表现的独特场域。特别是以文化产业集聚为重要特征的文化产业园区在城市的遍地开花,文化作为构建空间的手段,为各具特色的文化群体提供接入公共空间的机会,形成城市文化空间的多重场域。

深圳华侨城创意文化园(OCT-LOFT)作为目前南中国最有影响力的艺术园区,其发展充分展现了文化产业集聚下城市文化空间的再造过程。华侨城创意文化园对华侨城东部工业区的部分工业建筑进行重新定义、设计和改造,以LOFT的设计理念,将旧厂房改造为创意产业工作室。园区通过改造得以引进包括设计、摄影、动漫创作、教育培训、艺术等各类创意产业以及一些有创意特色的相关产业如概念餐厅、酒廊、零售、咖啡厅等。由此,园区内旧厂房的建筑形态和历史遗迹得以保留,同时又衍生出富有朝气和生命力的产业经济。

华侨城创意文化园的成功经验首先在于对城市工业遗产的改造符合区域文化和功能的转变需求。华侨城创意文化园保持了原工业建筑形态的持续成长性和建设过程中的互动性,并建立了“场”的文化表征及社会功能。因此,华侨城创意文化园得以与何香凝美术馆、华夏美术馆共同组成华侨城“黄金艺术

三角区”,引领和展示中国乃至全球的艺术先锋观念及艺术人文实践。在产生良好的产业经济效益的同时,更成为一种积极的城市文化意象与凝聚城市新生力量的城市文化空间。

事实上,现已存在和正在生长的文化空间不仅是文化消费区或观光点,也是文化产业的生产区,是文化生产与消费的混合区。与此同时,文化空间的良性发展有可能成为多维城市形象建构的生长点。文化空间的发展一方面反映了市民对城市形象业已存在的认知,同时也不断协助他们对城市形象形成新的想象。

### (二)文化科技引领下的创新氛围营造

文化与科技紧密结合是深圳文化产业的首要特征。“文化+科技”带来创意与创新的水乳交融,更在全社会范围内营造了鼓励创新的城市文化氛围。根据迈克尔·波特的经济发展阶段理论,在经济发展的不同阶段,驱动经济增长的力量不尽相同,可划分为要素驱动、投资驱动、创新驱动和财富驱动几个阶段。按照世界经济论坛对经济增长阶段的划分标准,当一个国家人均GDP超过1.7万美元,就进入了创新驱动增长阶段。

2014年,深圳人均GDP超过2.4万美元,依此标准,深圳已步入创新驱动轨道。2014年,深圳战略性新兴产业规模达1.88万亿元,增加值达5645.33亿元,增长14.1%,约占全市GDP的35.3%。在全市6大战略性新兴产业中,文化创意产业以17.4%的增长率领先互联网、生物产业等其他五大产业的增长速度<sup>[6]</sup>。相较其他行业,文化产业天然具有创新驱动的特点和功能。文化产品的生产经营和消费实质上就是文化观念、理念的生产和传递。因此,文化产业的创新外在表现及扩散性更强,其创新原动力特征决定文化产业发展对社会自主创新能力的提升与区域创新氛围的营造有重要的引领作用。

2016年10月,“全国大众创业万众创新活动周”(简称“双创周”)主会场落户深圳,这无疑是对深圳作为创新、创业之城的充分肯定。“双创周”期间,包括苹果公司总裁库克、Facebook创始人扎克伯格等在内的国际创新、创业者云集深圳,展示创新、创业成果。深圳已然成为中国乃至世界的创客中心和热土。事实上,自2015年深圳举办首届深圳国际创客周,深圳已迅速成长为国际创客之都。近两年来,深圳创客文化发展活跃,创客队伍不断壮大,在鼓励创新、创意的城市文化氛围中,数以千计的创客活跃

在深圳的各个角落,柴火空间、矽递科技、开放制造空间等在国内创客领域均有较高知名度和影响力。被誉为全世界最大的DIY聚会、国内规模最大的创客盛宴制汇节(Maker Faire)自2012年以来已连续在深圳举办四届。显而易见,深圳创客文化的强劲发展离不开深圳过去十余年“文化+科技”的文化产业模式的发展和培育。

### (三) 文创生产下的艺术文化生态变迁

文化产业得以发展是经济增长方式转变与城市竞争选择的结果,同时也与城市整体艺术文化生态的变迁有密不可分的关联。城市作为文化的容器,如果没有文化艺术的多样化需求,文化产业的发展也无从谈起。同样,文化产业发展路径下的文创生产又反作用于城市的艺术文化生态,在满足城市艺术文化多样性需求的同时,更重塑了城市的艺术文化生态格局。

“创意十二月”是深圳文化产业发展中逐渐树立的城市文化品牌项目。自2005年“创意十二月”首次举办,十余年来“创意十二月”一直坚持专业性和群众性结合、国际化和本土化结合的方向,激发市民对创意文化的关注,鼓励和推动社会各界力量积极参与深圳文化产业发展与城市文化建设。2009年起,深圳将每年的12月7日设立为“深圳创意设计日”,让市民共享创意文化成果。

“创意十二月”倡导“全民创意”,将文创生产渗透进市民生活创想的各个角落,创意活动涵盖创意设计、工艺美术、书画艺术、文艺表演、广播影视、新闻出版、动漫游戏、旅游休闲、物质与非物质文化遗产等。活动项目既包括深圳书城广场创意文化节、DIY设计大赛、潮人文化节、创艺市集等全程免费向市民开放、普通市民做主角的活动,也包括深圳国际工业设计大展等高水平专业活动。以“创意十二月”为代表的多种活动正在改写深圳文化艺术的创作方式与生产方式,并逐渐形成深圳更具创新性、智慧性、包容性与力量性的艺术文化生态。

## 三、基于文化创新的文化产业升级路径

美国学者道格拉斯·霍尔特与道格拉斯·卡梅隆在《文化战略:以创新的意识形态构建独特的文化品牌》一书中特别提出文化创新理论,并将文化创新定义为“一个品牌传达了创新的文化表述”<sup>[7]</sup>。理解文

化表述是理解文化创新的关键。文化表述犹如“指南针”,为社会、政治以及与社会相关的所有关键观念提出指引。文化创新的发动机是社会历史的变化,当历史的延展和社会结构的变化重要到足以对现成的文化表述形成挑战时,对新的文化表述的潜在需求也被迫切地激发出来,文化创新的机遇应运而生。

显然,伴随着全球范围内城市品牌与文化产业竞争的持续激烈,文化创新已经在全球范围内被视为城市发展、再发展的动力引擎,也是文化产业得以持续发展的动力支点。作为全国较早起步发展文化产业、进行城市营销、塑造城市品牌的新型城市,深圳想要在未来文化产业与城市的发展竞争中继续保持优势,在文化创新的层面上重新思考文化产业的升级路径尤为关键。

### (一) 推进业态深度融合

文化创新要求打破惯常与边界,为各种新创意、新概念、新产品、新服务、新规则等打开各种可能性,注入催化剂。文化产业作为具有高度产业关联性的产业,“现代科技在驱使人们生活方式、消费文化以及文化价值体系的转变和回归过程中具有重要作用的同时,科技推动的是文化产品从生产、传播、消费以及产品形态的全面提升和转变,在传统文化产业的转型升级、文化业态创新以及文化边界的扩展中起着关键性作用”<sup>[8]</sup>,进一步推进文化、科技、创意、技术、资本、市场的深度融合,对促进产业转型升级和效益提升具有重要意义。加快推动文化产业与经济社会各行业、各领域的联动发展,不断拓展新型文化产业和文化服务,增强文化产品和服务的表现力和吸引力,提高文化产品和服务的市场竞争力。

以业态融合拓展文化产业全产业链升级,引导资源向重点领域、行业和企业配置,提高创意研发环节在文化产业链中的比重和水平。“文化创意产业中的创意劳动处于创意实践系统的圆心位置,其成果受知识产权保护,这决定了创意性是文化创意产业的第一特性”<sup>[9]</sup>,因此,创意研发作为决定文化产业价值创造和实现的关键,是提升文化产业竞争的重中之重。通过创意研发创造出文化产业新的内容产品、产业需求与产业形态,探索文化产业发展的新模式,推动文化产业从单一创新向综合创新生态体系升级,推动文化产业向高端形态发展,并推动城市文化的不断创新。事实上,创意研发本身就是文化创新的具体表征之一,其发展水平的高低从根本上决定了城市文化的创新水平与创新形态。

## (二) 培育多元众创文化

文化创新的基础在于保持文化的多样性。深圳是中国最年轻的移民城市,流动、年轻,决定了深圳文化具有开放性、包容性、多样性的特征。流动混杂的文化身份,让深圳始终处于一个异质文化的接触点、边缘地带或缓冲空间,而最具创造性和最富活力的文化往往产生于此。移民们追逐城市优势,创造着不断变化中的城市与文化秩序,日渐成为引发变革和创新的决定性力量。移民既改变着社会的经济、贸易和政策体系,更以一种文化旅行催生着多元的新文化。

因此,升级文化产业,推动文化创新,有必要充分发掘深圳作为移民城市所具备的生机勃勃、充满个性、创新包容、多元平等的独特文化基因。2015年,国务院相继出台了《关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》、《关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》等多项有力政策,推动构建“低成本、便利化、全要素、开放式”的众创空间,这是对全球创业时代来临的呼应,也为塑造创新创业生态、培育经济新引擎提供了沃土。在“大众创业、万众创新”的国家战略下,深圳有必要把更多目光投注到青年创新、学生创新、创客活动等小微创新、万众创新、草根创新的活动中;培育多元主体进入文化产业市场,加强对小微文化创意企业的扶持,推进小微文化企业的快速发展,形成层次丰富的文化产业企业体系,为创意创新不断提供多样文化支持。

## (三) 把握“互联网+”契机

文化创新与传播媒介的变革有密不可分的关联。据不完全统计,2014年,我国共有1600亿元资金涌向文化产业,其中最显著的现象就是互联网企业对文化企业的并购。联合国教科文组织出版的《创意经济报告2013》一书也早已指出:“全球文化创意产业中增长最快的是与互联网融合度高、知识流通速度快、成长性良好的领域”。在互联网的推动下,文化产业的表现形式、文化内容、经营管理及运作模式都发生着深刻变化。在媒介融合推动下,以创意性和新技术为特征的文化产业新兴业态不断涌现,并进而引发城市文化的整体变迁。

2015年国家“互联网+”行动计划的提出明确了我国下一阶段产业发展的基本方向。互联网平台颠覆了传统资讯生产的传播途径、组织形式与商业模式。“市值高、市盈率高是‘互联网+文化产业’的基

本价值特征”<sup>[10]</sup>,以互联网为平台的数字化产业将成为文化产业的主打。大数据时代、云生活方式等新的社会、技术形态正在带来人类生存方式的新一轮变革。生产符号化、生存虚拟化、文化消费化、个体立体化、社会公共化等社会特征会催生更多更新的文化业态涌现。因此,文化产业升级需要把握“互联网+”契机,探索推进“互联网+”与“文化+”的有效对接,借此推动文化创新的持续发生。

事实上,文化产业得以持续发展的深层动因在于,伴随城市化进程而发生的城市文化的根本性变革所激发的文化需求变迁。基于文化创新的文化产业升级路径既是适应城市文化变革的需求,将多种资源汇集在创新网络之中,通过资源共享、交叉刺激,使创新传递、人才流转、投资增长<sup>[11]</sup>,并以城市创意环境的构建实现文化产业与城市文化的互动生产。

## 参考文献:

- [1] 李海若.深圳,文化产业发展的先锋之城[N].晶报,2014-12-22(A05).
- [2] 卓泳.深圳文化产业增加值缘何10年增了10倍[N].南方日报,2014-12-23(SC03).
- [3] 党文婷,严圣禾,李亚彬,雷晓斐.文化立市基础牢——记蓬勃发展的深圳文化创意产业[N].光明日报,2016-05-12.
- [4] 腾讯科技.腾讯2015年全年总收入1028.63亿元同比增长30% [ED/OL].<http://tech.qq.com/a/20160317/046952.htm>. 2016-03-17.
- [5] 林洲璐.文化创意产业增加值达1560亿元[N].深圳特区报,2015-02-07(A3).
- [6] 杨婧如.湾畔崛起国际创新中心[N].深圳特区报,2015-04-22(A1).
- [7] [美]道格拉斯·霍尔特,道格拉斯·卡梅隆.文化战略:以创新的意识形态构建独特的文化品牌[M].王凯译.北京:商务印书馆,2013.176.
- [8] 胡洪斌,杨传张.文化产业与现代科技融合的政策体系构建[J].学术探索,2013,(12):81.
- [9] 韩宝华.文化创意产业的创意实践系统演化本质[J].上海财经大学学报(哲学社会科学版),2016,(1):32.
- [10] 陈少峰.“互联网+文化产业”的价值链思考[J].北京联合大学学报(人文社会科学版),2015,(4):7.
- [11] Ivan T. Cities, clusters and creative industries: the case of film and TV in Scotland [J]. European Planning Studies, 2003,11(5):549-565.

【责任编辑:周琍】

## Cultural Industry Upgrading and Urban Cultural Innovation: A Case Study of Shenzhen

ZHONG Ya-qin

(Institute for Cultural Industry of Shenzhen University, Shenzhen, Guangdong, 518060)

**Abstract:** With the rapid development of cultural industries, Shenzhen, once labeled a “cultural desert”, is now taking the lead in the development of cultural industries in China. The development of cultural industries not only helps Shenzhen adjust its industrial structure and withstand economic crises, but also pushes the development of cultural industries in the city. Spurred by its cultural industries, Shenzhen has reconstructed its cultural space, created an innovative atmosphere, and therefore ushered in an overall change in urban art and cultural ecology. In the increasingly fierce city competition at global level, Shenzhen needs to figure out new ways to upgrade its cultural industries from the perspective of cultural innovation: to push deeper integration of cultural industries; to cultivate diverse public innovation subjects; to effectively grasp the opportunities offered by “Internet Plus”. With these efforts, Shenzhen is expected to achieve interaction and innovation development between its cultural industries and urban culture.

**Key words:** cultural industries of Shenzhen; upgrading industries; urban culture innovation

~~~~~  
【上接第 17 页】

## Closed and Open: Development and Layout of Ancient Huizhou's Land Transport

ZHANG Liang

(Marxism College, Anhui Architecture University, Hefei, Anhui, 230601)

**Abstract:** It is generally believed that Huizhou's transportation was mainly dependent upon waterway transport and supplemented by landway transport. However, the study of local historical records and the remaining relics of ancient roads indicate land transport accounted for a large proportion in ancient Huizhou's transportation system. It is not only the basis for Huizhou's material civilization, but also an important way for the formation, development and spread of Huizhou culture. In terms of time, land transport has a long history. It was initiated from the pre-Qin period to Sui Dynasty, established its network in Tang and Song Dynasties, and improved its transportation facilities from Southern Song Dynasty to Ming and Qing Dynasties. In terms of layout, Huizhou's land transport network centered around Shexian, the seat of Huizhou Prefecture and constituted a radial pattern. Eastern and northern part of Huizhou had more land transport routes while southeastern and southwestern parts were mainly dependent upon waterways. These characteristics reflect Huizhou's administrative division, economic geography, and physical geography as well. With the increasing improvement of both land and water transport, closed “mountains” and open “roads” together shaped Huizhou's unique regional culture and splendid commercial civilization.

**Key words:** Huizhou; land transport; development course; layout; characteristics