

推动文化产业的集聚发展

——“十二五”期间提升中国文化软实力的重大课题

花建

摘要：文化产业的集聚发展，指的就是在一个特定的区域内，以一个主导产业为核心，吸引大量彼此联系密切的企业群和相关服务机构在空间上集聚，从而形成可持续竞争优势的现象。全球的文化产业竞争，在能级和规模的意义讲，主要就是文化产业集群的竞争。中国“十二五”期间文化产业发展的重大战略之一，就是吸收各国的经验，立足中国的国情，大力推进产业集聚发展，依托不断壮大的各类产业集群，全面提升文化产业的综合竞争力。

关键词：“十二五”期间；文化产业；集聚发展

中图分类号：G114 F207 **文献标识码：**A **文章编号：**0257-5833(2011)01-0014-09

作者简介：花建，上海社会科学院文化产业研究中心主任、研究员（上海200235）

一、文化产业集群是文化软实力的集中体现

从1861年开始，产业集聚就随着工业革命在英国伯明翰出现了，随后扩展到了法国、德国、美国等工业化国家，成为体现工业实力的重要形态。1990年迈克尔·波特教授在《国家竞争优势》一书中提出产业集群的概念，并用产业集群的方法分析一个国家或地区的竞争优势，认为正是产业集群构成了一个国家的主要竞争力。以纽约为中心的现代服务业特别是金融、保险、科研、商贸产业集群，以硅谷和“东部硅谷”为中心的信息、电脑、网络产业集群，以西雅图为中心的航空和航天产业集群，以东京为中心的电子和通讯产业集群，以慕尼黑为中心的汽车和机电产业集群，以米兰为中心的时尚服饰产业集群等的崛起，构成了全球经济实力的基本版图。

随着文化产业在世界范围内的兴起，成为一个以知识经济为背景的新兴产业群和广泛的文化消费市场，出现了具有世界级影响，能够向全世界提供巨大能量的文化与创意经济价值和服务的产业集群^①。所谓文化产业的集聚发展，指的就是在一个特定的区域内，以一个主导产业为核心，吸引大量彼此产业联系密切的企业群和相关服务机构在空间上集聚，从而形成可持续的竞争优势的现象。各种形态的文化产业集聚区是它们的物质载体，规范化的文化产业园区是它们的空间形

收稿日期：2010-10-30

① 各国专家学者使用文化产业和创意产业的范畴不完全相同，但是内容有许多相通之处。2009年颁布的《国家文化产业振兴规划》提出重点推进的文化产业领域包括文化创意、影视制作、出版发行等八大门类。英国政府文化、媒体和体育部的研究报告《站在最前列：英国创意产业的经济表现》把文化产业和创意产业认定为一个相互嵌套的同心圆结构。本文认为：中国文化产业包括了文化创意的内容，各地在实践中多有把两者融合推进。从指导中国文化产业集聚发展的实践意义上，可以把两者作为相通的产业领域加以促进，这里不在概念的辨析上多展开。

态,而文化产业的集群则是它们发展和能量集聚的高级形态。文化产业的集聚发展,不是一个固定的模式和僵化的目标,而是一个动态的过程,会经历一个从初级到高级不断递进和发展的阶段。

英国政府文化、媒体和体育部的研究报告《站在最前列：英国创意产业的经济表现》^①指出：从全球范围看，经合组织主要国家的文化产业，对于国家GDP做出的贡献是显而易见的，其中英国文化产业增加值对于国家GDP的贡献为5.7%，加拿大为3.5%，美国为3.3%，澳大利亚为3.1%，法国为2.8%，考虑到这些国家经济总量的规模，文化产业创造的增加值是一个相当巨大的能量。根据国际货币基金组织IMF提供的各国GDP数据^②，按此比例推算，当年美国文化产业增加值约为4700亿美元，法国为747亿美元，英国为1240亿美元，加拿大为465亿美元。从文化产业贡献值的绝对值和相对比重的角度看，文化产业对GDP贡献值越大的国家，恰恰是文化产业集群比较发达，产业集聚度比较高，产业集群对地区和世界辐射力比较广泛的国家。

在2007年伦敦举行的国际创意产业论坛^③上，有多位专家结合多个国家的案例指出：在全球的版图上，已经形成了十多个文化创意产业的集群，包括：洛杉矶的影视娱乐产业集群、纽约的设计媒体娱乐产业集群、斯坦福－硅谷的软件网络和数码内容产业集群、伦敦的设计媒体和娱乐产业集群、东京的动漫媒体印刷产业集群、米兰的时尚会展产业集群、孟买（宝莱坞）的影视娱乐产业集群、法兰克福会展出版产业集群等。比如：“在英国，有500万踊跃积极的音乐家，25万参与乐队的演出，估计每晚有超过4500场的现场演出”，它们主要是集中在伦敦、爱丁堡、曼彻斯特等大中城市。特别是以伦敦西区等为中心的演艺娱乐产业群，集聚了50多个剧场，集聚了一批优秀的艺术基金会、艺术经理人和创作人，诞生了《猫》等优秀的音乐剧。

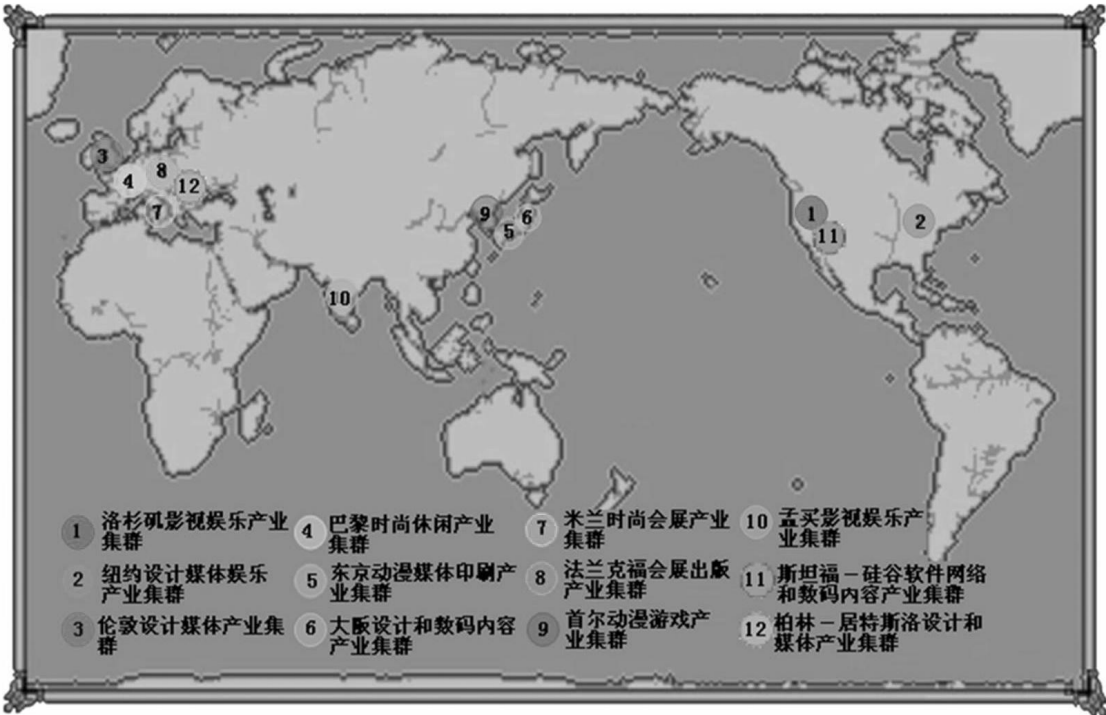


图 1 全球主要文化产业集群示意图^④

这些形态各异的文化产业集群，具有巨大的内容开发能力和分工协作网，凭借跨国公司的协

① DCM S “Staying Ahead: the Economic Performance of the UK’s Creative Industries”.

② 根据国际货币基金组织IMF提供的数据，美国在2009年的GDP总量为14.25万亿美元，法国为2.67万亿美元，英国为2.18万亿美元，加拿大为1.33万亿美元。

③ Creative Cluster Conference, 2007 UK.

④ 综合2007年伦敦国际创意产业论坛上多位专家的演讲绘制。

作关系和信息、金融、物流、人才等网络，以每年价值数亿和数十亿美元的文化服务供应量，覆盖了全球的主要文化市场。可以说：文化产业集群代表了文化产业的综合竞争力，一个国家要成为世界级的文化产业大国，必须建立强大的文化产业集群。全球的文化产业之实力竞争，在能级和规模的意义上讲，主要就是文化产业集群的竞争。

中国文化产业在政府的大力推动、企业的努力开发、社会的参与支持下，获得了十多年的稳步增长，在产业的规模、质量和影响力方面，都达到了一个历史的新水平。根据2010年深圳国际文化产业博览会公布的信息，2009年全国文化产业增加值达8400亿元左右，比2008年现价增长10%^①，约占国民生产总值的2.5%^②，约合1200多亿美元，这一数据接近英国的规模，约为美国文化产业增加值的1/4。与主要发达国家相比，中国文化产业的数量和规模都处在比较小的位置上。有鉴于此，中国“十二五”期间文化产业发展的重大战略之一，就是大力推进产业集群发展，依托不断壮大的各类文化产业集群，全面提升文化产业的核心竞争力。

二、文化产业集群的核心是创新网络

中国要大力发展文化产业集群，必须制订符合产业发展规律与中国国情的模型图和路线图，其关键是要紧紧把握住以创新网络为集群核心的关键，通过文化产业集群建设作为一系列“加速器”和“增长极”，来提升整个国家文化产业的总体创新能力、市场拓展能力、综合管理能力。文化产业集聚发展往往是以产业集聚区的形态出现的，但是，作为硬件存在的厂房、围墙、展厅、实验室、设备、房地产等，并不是决定性的因素，也不应该通过圈占大片土地，消耗大量不可再生的资源，来使文化产业园区“做大”。

这里的关键在于：当代文化产业在本质上属于21世纪的知识经济，它的第一动力是知识型的劳动者，它的核心价值是开发知识产权，它的集聚发展之首要目的正在于建立创新网络，充分开发人的智慧潜能，使产业集群具有比单个企业远为强大和可持续的创新活力。正如英国政府的上述报告所指出的：“创意产业—作为知识经济的一部分。知识和创意通常在经济中扮演着关键的角色。例如，高科技制造业和高等院校在发达资本主义经济的经济架构中是两座长存的基础。然而，知识经济的概念在不断深化。它引发了思考模式的转变，将大量关键性的经济活动纳入知识生产的类别，这个转变伴随着企业为了迎合需求结构的改变而研发新的技术和工艺的过程。”^③

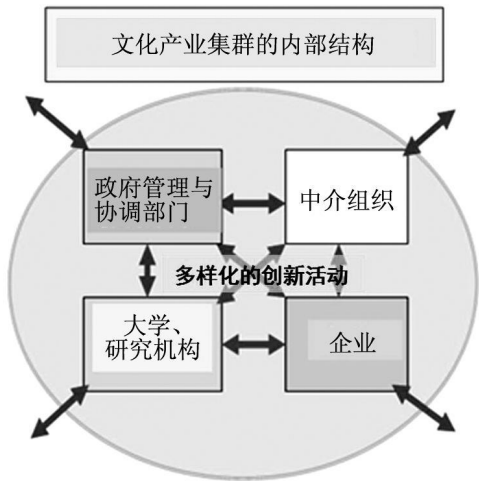


图 2 文化产业集群的内部结构

① 根据国家统计局2010年1月21日在国务院新闻办发布数据，2009年中国国内生产总值为335 353亿元，比上年增长8.7%。
② 《我国文化产业亮“家底”》，《深圳特区报》2010年5月15日。
③ DCM S “Staying Ahead the Economic performance of the UK’s Creative Industries”.

文化产业集聚发展的关键是: 应该鼓励园区的主体, 尽快建立一种学习型和创新的组织架构, 让所有参与这个网络的企业和个人, 能够释放出远比先前更为强大的创新活力, 来带动周边地区文化产业的发展活力。中国学者朱荣林教授通过剖析台湾新竹科学工业园的模式, 指出“园区创新网络”的理论^①。创新网络是一种良性循环和富有活力的产业组织形式, 具体指每一个区域行为主体(企业、大学、研究机构、政府、中介组织等及其个人之间), 在长期正式和非正式的合作和交流关系的基础上, 不断进行创新开发, 形成相对稳定的系统, 其鲜明的特色是其所在的区域具有旺盛的创新能力和独特的竞争优势。其关键是凝聚多元主体, 鼓励创新追求, 形成发展合力。

正如英国 NESTA 基金会^②的研究报告《创意增长——英国如何发展起世界水平的创意经济》等指出的: 政府的协调与服务机构、企业、大学和研究机构、中介服务机构等, 是文化创意产业集聚发展的四大主体, 它们的组合有利于催生各种创新活动和促进研发成果转化, 因而具有不可替代的创新作用。大量实践证明: 不能把文化产业等同于纯粹的商业活动, 由于文化产业具有三元合一的复合形态, 是商务模式、学习型网络和人文精神的有机结合, 它具有知识经济的鲜明特色, 其活力来自三大内涵的有效平衡, 而不是形成内部的三元冲突:

1. 产业的运作, 形成以创意为前端, 以制造和服务为中间, 以衍生和授权开发为后端, 具有集聚效应和拉动效果的产业链和商业模式, 而且对于其他的产业如制造业、房地产业、餐饮业、旅游业等形成“越界”和“扩散”的效果, 只有这样, 才能形成文化产业的效益最大化。

2. 学习型网络, 把各种创意型和知识型人才组合在共同学习、创造、交流和协作的复合网络之内, 他们来自不同背景和不同领域, 包括策划大师、设计师、工程师、建筑师、经理人、艺术家、策展人、投资人、媒体工作者等, 正是这些人力资源在国际开放而多元包容性条件下的交融合作和相互启发, 可以最大限度地激发创意成果源源不断地出现。

3. 公益的服务, 通过集群内外的网络, 让文化的成果给广大公民共享, 以扩大创意和知识成果的社会应用并且促使其增值, 以实现公民的文化权利^③, 联合国教科文组织在《旅游、文化与可持续发展》的文件中指出: 全球范围内正在形成一个广泛共识, 就是“发展”必须是经济、技术和人文环境的共同提高和可持续的。文化是可持续发展的一种重要的“资源”。文化资源最重要的价值在于保护和传承了人文遗产的多样性, 文化多样性是实现公民文化权利的重要标志。

有鉴于此, 当前文化产业的集聚发展, 吸收了更为丰富多样的资源和要素, 呈现了更为新锐和十分丰富的发展潮流, 并且逐步把“集聚—开发创新活力”与“辐射—形成共享网络”结合起来。比如: 洛杉矶是美国电影产业的集聚中心。全球动漫游戏产业的跨国公司迪斯尼, 就把总部设在洛杉矶地区的班伯克。班伯克虽然有许多与迪斯尼相关的配套公司, 但这里却并非围墙圈起来的电影工业产业园, 而是一个管理全球性创新网络的头脑中心。在迪斯尼总部有两个特殊的部门——迪斯尼档案馆、迪斯尼世界范围服务部, 隶属的工作单元包括迪斯尼集体读书计划、迪斯尼创意的一天等, 以鼓励遍布全球的迪斯尼员工参与这一个学习型的集体, 激发更多的创意和热情。而下属的迪斯尼创意公司, 汇聚了创意开发、建筑、设计、产品、项目建设管理、技术研发等部门, 成为一个文化、技术、管理、商务复合型的创意中枢。它经常邀请多个国家的创意人士, 混合编组, 形成迪斯尼创意的多国团队。这种从理念上和制度上鼓励创意和创新的企业文化, 使得迪斯尼可以在全球范围内吸取和提炼各种文化资源^④。

这一强调创新活力的文化产业集聚理念, 在中国逐渐获得了良好的应用。与传统观念所认为

① 朱荣林:《走向长三角——都市圈经济宏观形势与体制改革视角》, 学林出版社 2004年版。

② NESTA 是英国有影响的科学、技术和艺术基金会之一, 近年来涉及领域包括数字化技术、跨国商业、创意经济的未来发展趋势和应对战略研究等。

③ 联合国计划开发署:《当今多样性世界中的文化自由——2004年人类发展报告》, 中国财政经济出版社 2004年版。

④ “The Walt Disney Company 2009 Annual Report”。

的建园区就是要先造厂房、筑围墙、圈土地、招商引资的传统模式相反，近年来，一种新型的非实体型文化产业基地模式在上海等地出现了，它突出了国际化、专业化、市场化的服务，显示了文化产业企业的服务平台、交易中心、新人舞台、共享空间之作用，形成了孵化器和加速器的功效。它所产生的综合经济效益和社会效益，远远超过某些个被围墙和厂房圈住的工业园区模式。国家动漫游戏产业振兴基地（上海）等就是其中的典型代表，它以专业服务机构作为节点，联系广阔的国内外市场，集聚了一大批动漫游戏产业的研发和制造企业，发挥了广泛的服务功能。这个产业基地的作用，不仅在于它可以产生良好的经济效益和社会效益，而且在于它可以发挥创新的示范作用，向周边扩散先进生产力，传播先进理念，逐步形成许多联动的园区、创意人士和战略合作伙伴，最终带动一个强大的产业集群。

2004年7月27日，国家动漫游戏产业振兴基地在上海成立。作为第一个由国家文化部批准的产业振兴基地，它有别于工业生产型、景观旅游型、地产开发型之园区，它没有封闭的围墙也没有宽敞的厂房，当然也没有大批企业可以入驻，而是富于创新活力的非园区型基地，而此种特色化的机构设置和定位使基地显示出强大的公益属性，对动漫游戏产业推动的力度更大。经过多年来的运营，该基地逐步形成了完善的功能，建成了十大中心：创意中心、孵化中心、出版中心、会展中心、中外合作交流中心、教育培训中心、研发中心、金融服务中心、版权中心、数字娱乐播出中心，从多个环节促进动漫游戏产业的发展。



图 3 国家动漫游戏产业振兴基地（上海）十大服务中心

特别是国家动漫游戏产业振兴基地与上海联合产权交易所等联合建立了第一个国家动漫游戏产权交易中心，克服了动漫游戏产品难以套用传统产权交易模式、缺乏抵押物、难以进行价值判断等一系列难题，开展了动漫游戏知识产权、物权、股权、债权、虚拟财产等多个品种的交易，吸引了大批国内外动漫游戏企业。由文化部文化司、上海市人民政府主办，上海文化广播电视影视管理局与该基地承办的中国国际动漫游戏博览会，成功地连续举办六届，形成了“高层次、大规模、专业性、国际化”的特点，确立了以 B toB 为主、B toC 为辅的定位，每年的动漫游戏交易额从 2005 年的 2 亿元左右逐步增加到了 2010 年的 8.48 亿元。该基地在成立之初树立了明确的目

标: 在三到五年内, 建立健全中国动漫游戏产业生态链, 形成资金、人才、技术、项目的战略高地, 建成世界级的动漫游戏原创生产贸易基地, 为中国动漫游戏打造功能更为全面的全产业链而做出贡献。它的经验证明: 文化产业的集聚发展必须适应科技进步和产业规律的规律, 不拘一格, 灵活组合, 通过不断创新而形成最适应文化生产力发展的最佳业态。

三、文化产业集群要与城市功能转型相结合

由于文化产业集群主要是依托城市建立起来的。它们利用了城市的公共基础设施、工商业网络、集聚型的市场活力、多元化的文化传统, 大量流动的人口, 因此文化产业的集聚发展必然与城市化的浪潮, 特别是城市的功能转型与再造紧密地联系在一起。这是中国文化产业“十二五”战略要高度关注的重要领域。

从20世纪末开始, 随着发达国家率先跨入后工业化时代, 越来越多的城市随之进行了产业结构的转型, 其重点是逐步淘汰能耗低、能耗高、污染重、产能过剩的低端制造业, 逐步发展科技含量高、知识含量高、专业化程度高的先进制造业和现代服务业。产业结构的转型必然带来城市功能的转型和社区的重建。当代文化产业的集聚发展, 应该成为城市发展现代服务业、建立新型服务功能和新型社区的重要组成部分。

日本名古屋推进文化和创意产业的集聚发展, 是一个发人深省的案例。名古屋从1989年开始便声称要成为一座“设计之都”, 名古屋市政府高度重视创意社区建设、创意产品制造和创意人才培养这三大领域, 并且在2007年被批准加入联合国教科文组织创意城市网络^①。

名古屋专家的研究报告指出: 名古屋的历史十分悠久, 其中有一段独特的城市化发展历程, 史称“清州时代”。大约在400年前, 名古屋一带逐渐集聚成市, 尾张地区尤其繁荣。这里的居民, 有三分之一是德川幕府家族的后裔, 他们最早建设了“名古屋城”, 城区的繁荣带动了创意活动和制造业的聚集, 世界上首只可以上发条的玩具娃娃就诞生于此, 许多华丽优雅的物品至今保留在德川艺术博物馆中。这种在社区建设和产品制造中融入创意设计的传统, 对现今的名古屋依旧有着深远的影响。第二次世界大战之后, 名古屋经历了一个从废墟上重建的过程, 逐渐形成了促使名古屋城市发展的三个重要转折点:

第一, 是城市在战后的重建。市政府在制定城市重建的整体战略时, 提出了建设一个文化创意型城市的模型, 其中包括街道景观和基础设施的规划, 此后, 建设者们着眼于真正的文化生活, 追求一种“能唤起真正舒适和富裕感觉的”城市设计感。第二, 是追求城市设计感的崭新理念, 名古屋的设计师和建设者对未来的名古屋进行了长时间的思考和探索, 把大量精力投入到创意型社区的建设上, 使得名古屋成为一个广大民众“愿意居住的”国际化大都市, 通过对街区、商品和思想的创意重塑, 追求长久的城市繁荣。名古屋先后举办了3个在全球设计界富有重要影响的会议: 1989年的世界工业设计年会 (ISID); 1995年两年一度的全球室内设计联合大会 (IFI); 2003年的世界设计大会 (Icograda)。1996年, 名古屋正式建成设施先进的国际设计中心, 出现了许多个文化和创意设计的集聚区, 吸引了丰富的创意人才资源。第三, 是垃圾场的建造计划, 强化了资源回收系统, 选择发展成为环境友好型的国际化大都市, 这是市民、企业和政府三方面协作产生的结果。

从获得全球“创意城市”称号的日本名古屋市、金泽市、英国爱丁堡市、格拉斯哥市、美国的圣达菲市, 到中国的上海市、成都市和深圳市, 越来越多的城市依托自己在城市化发展的不同阶段上的特点, 把文化产业的集聚发展与城市功能的再造结合起来, 让文化产业集聚区为城市树立知识型、创新型的服务功能区。

目前, 世界城市化水平的平均值为49.5%, 美国、日本、德国等主要发达国家的城市化水

^① NAGOYA UNESCO CITY OF DESIGN JULY 2007, CITY OF NAGOYA

平, 已经达到了 66%, 有的甚至达到了 81% 以上, 而中国的城市化水平尚低于全球平均水平, 但每年正在以 1% 的速度和规模加速推进城市化, 美国著名经济学家、诺贝尔奖金获得者斯蒂格利茨 (J. E. Stiglitz) 教授把以美国为首的新技术革命和中国的城市化, 并列为影响 21 世纪人类发展进程的两大关键因素。而中国当前的城市化浪潮与发达国家经历过的“反城市化”与“再城市化”历程有所区别, 是与中国工业化、信息化和国际化的发展进程紧密地结合在一起, 因此“十二五”中国文化产业的集聚发展战略, 应该是以新型的社区为载体, 通过文化产业的集群建设, 推动城市化、工业化、信息化和国际化的进程, 同时在城市更新和改造中, 实现产业开发、商业运营、遗产保护、生态保护等多种功能的平衡。

被授予国家级文化产业示范园区称号的华侨城, 在这方面做出了有意义的探索。OCT-LOFT 华侨城创意文化园位于深圳华侨城原东部工业区内, 共分南北两区, 首期项目 (南区) 占地 55465 平方米, 后期项目 (北区) 占地 95571 平方米。2004 年起, 在华侨城集团领导下, 华侨城地产以 LOFT 为启动, 促进深圳华侨城东部工业区厂房建筑向以创意产业为主体的新空间形式转换。它体现了深圳城市化进程的一个重要特点: 旧工业区的改造要符合区域文化和功能的转变, 通过建设文化产业园, 推动城市化的进程, 将部分工业建筑进行重新定义、设计和改造, 营造出一个呈现后工业时代特色的新型工作、生活空间, 为活跃在珠江三角洲和港澳台地区的文化人、设计师、先锋艺术家、企业家和发明家提供一个创意工作场所。华侨城创意文化园注重可持续发展的经营: 规划人员根据园区的特点设定了进驻机构的准入门槛, 评估变数包括产业关联度、行业影响、主创人员资质、未来的可成长性等。园区通过有目的的设计与提升, 吸引文化创造与设计企业的进驻, 使该区域逐步发展成为画廊、艺术中心、出版、演出、艺术家工作室、设计公司以及精品家居、时装、餐饮酒吧的聚集地, 成为融合“创意、设计、艺术”的创意产业基地。OCT-LOFT 华侨城创意文化园首期项目进驻各类创意机构近 30 家, 汇聚了艺术、设计、传媒、广告、摄影、文化等诸多创意机构。

四、文化产业集群要参与国际分工合作

在经济全球化的背景下, 文化产业集聚发展的竞争力体现在能够整合全球的资源, 参与全球的分工协作, 以特色化的产品和服务向国际市场辐射。美国学者托尼·米尔等曾经提出“文化劳动的新国际分工理论” (NICL)^①, 认为国际文化产业的分工协作将随着经济全球化的浪潮而进一步向深度发展, 这既会扩大全球共享市场的机会, 又会造成产业资源的大量流动和服务外包。一个城市的文化产业集群不仅仅要着眼于本地市场, 而且要以特色服务和成本优势, “嵌入”国际文化产业价值链中的“战略环节”, 发挥自己在全球文化产业链中的独特作用, 带动本地产业的转型和升级。即使这一个城市是中等城市, 或者在文化产业领域缺乏雄厚经济实力, 但在经济全球化和文化劳动新国际分工背景下, 原来的国际文化市场强弱规则正在发生变化, 这些中等城市的文化产业集群, 也可以因势利导, 趋利避害, 大有作为。随着中国文化产业逐步积累了国际化的竞争能力, 利用文化产业集群建设, 以特色服务和成本优势, “嵌入”国际文化产业价值链中的“战略环节”, 发挥自己在文化产业之全球产业链中的独特作用, 带动本地产业的转型和升级, 将成为“十二五”期间中国文化产业值得探索的一个前沿战略领域。

英格兰城市布拉德福德 (Bradford) 就是一个积极参与国际分工而确立城市在全球文化产业中新定位的典型案列。联合国教科文组织在 2009 年 7 月宣布了第一座获得世界“电影之城”

^① 美国学者 Toby Miller, Nitin Govil, John Menunria 等曾经在《全球好莱坞》一书中提出“文化劳动的新国际分工理论” (New International Division of Cultural Labor, NICL), 认为国际文化产业的分工协作将随着经济全球化的浪潮而进一步发展, 这不但给发展中国家带来了冲击和机遇, 也给发达国家特别是美国和日本的文化生产带来巨大的挑战, 迫使它们应对来自其他国家和地区的更具有文化多样性、成本更低的文化产品和服务, 也造成了文化产业项目大量通过国际服务外包, 流入本土以外的中小城市。

(UNESCO City of Film) 的城市。它不是拥有好莱坞电影王国的洛杉矶, 也不是印度歌舞片的圣地孟买, 而是布拉德福德。这一座英格兰城市曾以纺织工业而闻名, 也曾经是英国污染最严重的纺织中心。世界著名的羊毛制品公司之一道森集团总部就位于布拉德福德, 它曾经从 20 多个国家采购羊毛, 加工后销往 50 多个国家。而今天, 布拉德福德已经成为英国享有绿色美誉的城市。当地一份专题报告指出: 布拉德福德在 20 世纪末投入了 7000 万英镑建立废水处理系统, 获得了英国饮水质量最高城市的美誉。在英国科学家对英国二十个城市进行可持续性发展评估中, 布拉德福德在对环保暖化问题的重视、大力增加环保的投入、鼓励绿色工业等三项绿色标准中都高居首位^①。

在大力整治环境污染的同时, 布拉德福德积极鼓励电影、音乐、媒体等新兴产业。它拥有英国最早的电影院, 有 45 家电影院包括露天电影院在运营, 也以英国国立媒体博物馆而知名。布拉德福德主办了四个电影节, 包括在欧洲最多元化的电影节, 成为了众多国际电影人才的集聚地。它虽然是一个中等城市, 却是联接西方文化与东方电影的重要枢纽。从 1980 年代开始, 布拉德福德成为印度电影重要的海外交流中心之一, 城市所在的约克郡成为 2007 年国际印度电影节的授奖之城, 并且与南亚国家包括印度、巴基斯坦、斯里兰卡、孟加拉国等长期保持着电影和文化方面的密切联系。创作《贫民窟里的百万富翁》而赢得 2008 年奥斯卡最佳电影剧本奖的电影剧作家西蒙 (Simon Beaufoy) 就是从小生活在布拉德福德, 因为印度文化很早就成为布拉德福德城市传统的重要组成部分。所以这部以印度当代传奇故事为题材、在美国出品的好莱坞电影, 却是在英国布拉德福德创作的, 就连该电影的三首主题歌曲也成为当今的流行歌曲。联合国教科文组织把布拉德福德命名为全球第一个“电影之都”, 其深长用意就是鼓励全球范围内的中小城市, 都可以积极利用本地的资源, 成为包容多元文化的世界性网络节点, 并且创造一种利用文化资源造福城市居民、开发就业机会的新经济模式。

作为拥有 5000 年悠久历史的文明古国, 中国具有丰富的文化资源和独特的国情。中国文化产业当然要参照美欧日等发达国家的经验, 积极参与全球化的文化产业战略分工协作, 更要创立自己独特的模式, 不但要以特色内容和成本优势, “嵌入”国际文化产业价值链中的“战略环节”, 而且要通过本土文化产业的集聚发展, 形成向全球辐射的网络节点和服务平台, 体现中国文化的软实力。

根据国家汉语国际推广领导小组的规划, 到 2010 年年末, 全球将建成 500 所孔子学院和孔子课堂, 孔子的故里成为全球关注的文化胜地之一。作为国家级文化产业示范园区的曲阜文化产业园就是在这样的背景下, 以独特的模式而成为向世界传播中国文化的重要节点。该园区所在的曲阜孔子故里, 是中华文明的古老文脉所在地、儒家文化的诞生地。儒家文化是几千年来中华传统文化的基石之一, 曲阜文化资源优势在全世界具有唯一性和“文明之根、民族之源”的鲜明特色。伏羲、女娲、炎帝、轩辕黄帝都曾在此活动, 孔子、颜回、孟子、鲁班、孔尚任等均诞生于此; 曲阜现存的非物质文化遗产非常丰富, 孔庙祀典已经上报世界非物质文化遗产, 祭孔、楷雕、鲁班传说等 3 项列入全国非物质文化遗产名录, 11 项列入省级名录; 曲阜的文物遗存包括世界文化遗产 1 处 3 点, 国家级 6 处, 省级 21 处。有鉴于此, 曲阜文化产业园的核心做法, 就是注重对上述众多文化遗产和古老文脉的保护和延续, 建立孔子六艺城、孔子研究院、孔子文化园 (论语碑苑)、杏坛剧场和孔子文化会展中心等, 把保护利用范围由文物藏品、单体建筑扩大到历史街区、历史地段乃至整个城市, 由此形成一座“没有围墙”的大型文化产业园, 达到遗产保护利用与文化产业发展的共赢。该园区先后建设了夜景、街景等景观设施, 初步构筑了林绿夜明的景观带。这些都和文化产业的发展形成了相得益彰、良性互动的局面。与此同时, 积极策划创意文化旅游产品, 相继开发出孔庙祭孔、尼山祭孔、孔子故里修学游、寻根朝觐游、成人

① Board for Bradford City of Film, “Bradford City of Film”.

之旅、开笔礼等适合不同人群的体验型、参与型旅游产品，促进了文化与旅游产业的融合发展。曲阜文化产业园的发展特色是：要“集成”各种产业资源，成为向世界传播孔子文化的源头，成为海内外文化项目和投资机构“共享”的平台，也成为向世界“辐射”中华文化的“源头”之一。曲阜文化旅游产业发展投资集团计划与无锡灵山集团合作建设“孔子世界大学”，该项目建成后，将成为世界孔子学院尼山总部、世界华人寻根文化中心、全球300家企业修贤拓展颁证中心、3000所大中学明德游学授衔中心、30000个家庭修学体验中心。因此，顺应全球化的潮流，发挥中国文化的丰富内涵和独特优势，中国文化产业的集聚发展将为提升中国文化软实力做出重要的贡献，并且为全球文化产业的发展模式提供独特的中国经验和中国智慧。

(责任编辑：晓 亮)

**Promoting Conglmeration Devebpmnt of Cultural Industry
——A Major Task to Promote China’s Cultural Soft Power during
the Period of the Twelfth– Five– Year Plan**

Hua Jian

Abstract Conglmeration development of cultural industry is defined that a great deal of enterprises and the concerned service institutions, centering on a leading industry, conglomerate and fom regional sustainable competitive advantages. The one of major global competition of cultural industry depends on the grade and scale of cultural industry clusters. One of the development strategy of cultural industry during the period of the Twelfth– Five– Year Plan is assimilating and drawing upon the experiences of other countries, proceed from China’s actual conditions, to promote conglomeration development of cultural industry and comprehensive competition power of cultural industry.

Keywords The Period of the Twelfth– Five– Year Plan; Cultural Industry Conglmeration; Devebpmnt