

南華大學

國際暨大陸事務學系亞太碩士班

從「中國製造」到「中國創造」
— 中國文化創意產業園區發展之研究

The Study of the Development of the
Cultural and Creative Industry Park In PRC's



研究生：林家丞撰

指導教授：馬祥祐博士

中華民國一百年六月二十日

南 華 大 學

國際暨大陸事務學系亞太碩士班

碩 士 學 位 論 文

從「中國製造」到「中國創造」
— 中國文化創意產業園區發展之研究

研 究 生：林家丞

經考試合格特此證明

口試委員：高冠廷
毛植朴

馬謙祐

指導教授：馬謙祐

系主任(所長)：馬謙祐

口試日期：中華民國 100 年 06 月 20 日

誌謝

沒想到，我真的有機會寫誌謝文。

首先，我要感謝我的爸爸媽媽、外婆、阿姨們以及所有親戚朋友，感謝你們容忍我待在學校這麼久的時間，不斷的鼓勵我完成學業。尤其是爸爸媽媽，過去我讓你們失望很多次，但你們仍然願意相信我、鼓勵我、並且支持我繼續唸書，讓我能無後顧之憂的去完成這本論文，真的很感謝你們。

其次，從大2 轉入南華到現在研究所畢業，我已經待在嘉義將近6 年的時間。在這6 年多來的學習生涯中，我要感謝曾經幫助過我的師長、玉玲姐、瑞霞姐、金美姐以及大學同學(致奮、巧玉…等)、研究所同學(治華、東祐、文福、宥任、柔伊、揚名、煒倫、婷婷、宥呈、教官、隊長)、與所有學長姐和學弟妹。感謝你們在這段時間的包容與鼓勵，讓我能很順利的完成這6年的求學生活，真的很感謝你們。研究所的同學，雖然我們畢業的時間都不一樣，但曾經有過的快樂回憶是永遠都不會忘記的，未來還是要繼續聯絡啊！

接下來我要感謝辛苦前來幫我審核論文的口試委員－郭老師與毛老，謝謝你們給我許多建議與指教，這些建議與指教使得我的論文能夠更加的完整。謝謝毛老，記得我大2 轉來南華第一次上的課就是您上的國際法，您那詼諧的上課方式使得當時什麼都不懂得我很快就可以進入狀況，真的很感謝毛老。當然我也要特別感謝我的指導老師－馬哥，謝謝您當初鼓勵我考研究所。沒有您的鼓勵與叮嚀，就沒有今天的我。此外，我也很感謝馬哥您的細心指導，平常就已經很忙了，但您卻還是會不斷的叮嚀我們的論文進度，督促我們能不斷的去努力來完成這本論文，真的很感謝您。

最後，我要感謝行政院大陸委員會以及中華發展基金會給予我赴大陸研究的機會。由於你們的贊助，使得我在研究方面能有更全面的觀察，真的很感謝你們。另外，我也要感謝在北京、上海曾經幫助過我的所有師長以及朋友們（柏安、大孫、小孫、楊楠、亞楠…等）。因為你們的幫忙，使得我可以很順利、很平安的

完成那兩個月在大陸的研究。雖然不知道下次什麼時候還有機會見面，但能在大陸相識便是有緣，希望未來有機會能再與你們約出來聚聚，大陸、台灣都行！

摘要

世界經濟快速發展的情況下，各國對於本身的產業發展已從過去的工業化大量製造模式轉型成為腦力與創意的知識經濟，各國政府體認到文化創意產業的重要性，紛紛提出相關的產業政策來面對全球的競爭。中國是傳統工業大國，而隨著工業社會的衰落，中國也面臨到經濟轉型的壓力。而文化創意產業這個低成本、高創新、高價值的產業，剛好符合中國經濟轉型的需要。因此本研究將以中國文化創意產業園區發展作為研究的方向，從發展的過程中瞭解中國文化創意產業的發展現況以及經濟轉型的成果。

由此研究目的出現以下四個問題：(1)中國的文化創意產業發展歷程為何？(2)中國的文化創意產業政策為何？(3)中國要如何利用產業集聚來加速文化創意產業的發展？(4)在政府相關政策的扶持下，中國是否發展出具中國特色的文化創意產業園區？本論文將透過這四個問題來探討中國的文化創意產業。

本論文研究結果如下：(1)由中國文化創意產業的發展歷程中可看出文化創意產業在中國已是國家重點發展項目。(2)為了使得文化創意產業能獲得快速發展，中國中央與地方政府推出了一系列政策來扶持文化創意產業。(3)文化創意產業集聚化是創造文化產業最大產業優勢的一個過程。(4)中國文化創意產業由於地理文化的不同，而衍生出與傳統文化創意產業截然不同的發展模式。

從本研究結果來看，筆者認為，中國文化創意產業發展的起步雖然晚於各國，但工業社會時期所遺留下來的老舊工廠成為中國發展文化創意產業的最大利器。加上中國中央與地方政府的大力支持，無論是在政策上或是所創造的環境，都使得文化創意產業在中國獲得快速的發展，然而如此快速的發展，亦會有產業泡沫化之疑慮。而中國文化創意產業是否能真正站穩腳步，就看中國中央政府如何以政策引領發展，文化創意產業的相關企業如何創新發展而定了。

關鍵字：產業集聚 (Industry Cluster)、文化創意產業 (Cultural and Creative Industry)、文化創意產業園區(Cultural and Creative Industry Park)

Abstract

Under the rapid development of global economy, for countries, their industrial development have changed from the industrialized mass production model transformation into a brainstorming and creative of knowledge economic. Governments realize the importance of cultural and creative industries that in order to the relevant industrial policies to against the global of competition. China is a greatest traditional industry country, as the decline of industrial society; it's also facing the pressure of economic transition. In that case, there have three conditions that matches the indeed of China economic transition which have low-cost, hyper innovation, hyper-value. This study is based on the development of cultural and creative industry in China, that in order to understand the process of China's cultural and creative industries and economic transition.

This study target four questions: (1) what's the process of china's cultural and creative industry? (2)What's the policy of china's cultural and creative industry? (3) How to take advantage of the industry cluster to accelerate the development of culture and creative industry? (4)In the context of relevant policy by China government, how did china evolve into cultural and creative parks which have China features?

The results of this study are as followed: (1) The process of China's cultural and creative industry was already to be the most importance item of development. (2) In order to obtain the rapid development of cultural and creative industry, the China's central and local government push out the series of policy to running the cultural and creative industry. (3)The cultural and creative industry cluster has the strength of greatest industry of processed. (4)As a result of different culture by location, the cultural and creative industry those are derived from totally different

modal without traditional.

Concluding all the results in this study, although China's development of cultural and creative industry was more slower than many countries, China still owns many resources such as old big factories left from the period of industrial society. Besides, China's government are all in the same line which have absolutely support for policy and surrounding by created in particular. Therefore, it will causes to industry bubble or stable properly, it's depends on China's central government how to takes times to prove the series of policy and created the new project.

Keyword: Industry Cluster 、 Cultural and Creative Industry 、 Cultural and Creative Industry Park

目錄

第一章 緒論	1
第一節 研究動機與問題意識	1
一、 研究動機	1
二、 問題意識	2
第二節 研究方法、研究範圍與限制、研究架構與流程圖	2
一、 研究方法	2
二、 研究範圍與限制	4
三、 研究架構圖與流程	4
第三節 名詞界定	5
一、 產業集聚 (Industry Cluster)	5
二、 文化創意產業 (Cultural and Creative Industry)	6
第四節 理論探討與文獻回顧	9
一、 經濟學理論架構下的文化創意產業	9
二、 文獻回顧	10
第二章 中國文化創意產業政策	20
第一節 中國文化產業政策發展歷程	20
第二節 中國「十一五」時期文化產業政策	26
第三節 文化產業振興規劃	28
第四節 小結	31
第三章 文化創意產業集聚與政府作為	33
第一節 產業集聚之定義與形成	33
一、 何謂產業集聚?	33
二、 產業集聚對產業競爭力的影響	34
第二節 文化創意產業集聚	36
一、 文化創意產業園區的類型	37

二、	中國文化產業園區類型的劃分	38
三、	文化創意產業集聚發展的策略	39
第三節	地方政府對文化創意產業園區之作為與發展現況	40
一、	北京	40
二、	上海	46
三、	天津	52
第四節	小結	57
第四章	中國文化創意產業園區之案例評析	59
第一節	北京文化創意產業園區	59
一、	「798」藝術區	59
第二節	上海文化創意產業園區	64
一、	M50 創意園	64
二、	田子坊	67
第三節	天津文化創意產業園區	74
一、	六號院創意產業園區	74
第四節	小結	76
第五章	結論	78
一、	研究成果	78
二、	研究案例所面臨的問題	79
三、	後續研究方向	81
	參考文獻	82

表目錄

表 1-1	各國/組織文化創意產業之定義	8
表 3-1	北京市六大文化創意產業集聚區	42
表 3-2	“十一五”時期，上海文化創意產業發展重點項目	47
表 3-3	上海各區文化創意產業園區有關優惠政策一覽	48

表 3-4 天津市主要文化創意產業基地.....	53
--------------------------	----

圖目錄

圖 1-1 研究流程圖.....	4
圖 1-2 研究架構圖	5
圖 4-1 北京 798 藝術區入口	60
圖 4-2 北京 798 藝術區隨處可見街頭裝置藝術.....	61
圖 4-3 北京 798 藝術區展場空間	62
圖 4-4 北京 798 藝術區之街頭裝置藝術.....	63
圖 4-5 上海 M50 創意園區之品牌標誌	65
圖 4-6 上海 M50 創意園區的入口處可感受到新舊建築的視覺衝突	66
圖 4-7 上海 M50 創意園區裡的藝術工作室.....	67
圖 4-8 田子坊早期店家地圖.....	68
圖 4-9 田子坊為上海市經委會正式授牌之文化創意產業園區	70
圖 4-10 在田子坊，藝術即是生活	71
圖 4-11 田子坊之藝術小巷.....	73
圖 4-12 天津六號院創意產業園區	75
圖 4-13 天津六號院創意產業園區內部展示館.....	76

第一章 緒論

第一節 研究動機與問題意識

一、研究動機

世界經濟快速發展的情況下，各國對於本身的產業發展已從過去的工業化大量製造模式轉型成為腦力與創意的知識經濟，各國政府體認到文化創意產業的重要性，紛紛提出相關的產業政策來面對全球的競爭。從 1994 年澳洲以「創意之國」(Creative Nation)為目標公佈了國內第一份文化政策報告後，其他各國也紛紛就各自所擅長的領域迅速推展。1997 年，當時甫上任的英國首相東尼·布萊爾(Tony Blair)上任後第一件事就是成立「創意產業特別工作組」(Creative Industries Task Force ,CITF)並親任主席，同時也在政府部門新增文化媒體與體育部，是為全球第一個將創意產業列為國家重點發展項目的國家。根據聯合國教科文組織統計，1998 年全球有關文化、創意產品方面的國際貿易額已經占當年全球總商品貿易量的 7.16%，從 1980 年的 953.4 億美元躍升到 1998 年的 3879.27 億美元。¹由此可知，隨著知識的興起與全球化的發展，創意產業逐漸成為提升國家競爭力的主要力量。

而正逢經濟快速成長的中國當然也把握住這股力量，從「文化事業發展第十個五年計劃綱要」、「文化產業發展第十個五年計劃綱要」，到「文化建設『十一五』規劃」，以及由中國國務院通過的第一個專門部署文化建設的中長期規劃「國家『十一五』時期文化發展規劃綱要」，再到 2009 年中國國務院原則通過的「文化產業振興規劃」，從「綱要」到「規劃」、「文化事業」再到「文化產業」，

¹ 「全球創意產業發展規模」，中國產業集聚網，<http://www.chinajjq.com/html/cycy/4989.html>，瀏覽日期：2009 年 11 月 20 日。

由關鍵字的改變能看出中國在文化創意產業上的發展歷程，並可顯現中國在發展文化創意產業上的野心。²

目前台灣針對中國文化創意產業園區的文獻大多是以兩岸的文化創意產業園區進行個案比較，針對中國文化創意產業園區整體發展歷程的文獻較少，而筆者認為個案的比較研究並無法窺究整個中國的文化創意產業園區之全貌。因此，基於上述動機使筆者想探究中國推動文化創意產業園區的發展歷程。

二、問題意識

基於上述動機因此本研究期望藉由下面四個方向來探討中國文化創意產業園區發展之歷程。

- (一) 中國的文化創意產業發展歷程為何？
- (二) 中國的文化創意產業政策為何？
- (三) 中國要如何利用產業集聚來加速文化創意產業的發展？
- (四) 地方政府在中國發展文化創意產業時所扮演的角色為何？

第二節 研究方法、研究範圍與限制、研究架構與流程圖

一、研究方法

(一) 文獻分析法

「文獻分析法」屬於非實驗型的研究方法之一，可由參考官方或民間所統計的資料或紀錄，及從報章雜誌、期刊、論文、專業書籍等的解釋、歸納與整理，從中發現所討論研究的主題成因與結論，最主要目的在於瞭解過去、洞察

² 蔡尙偉、劉銳，「對國家文化產業發展『十二五』規劃的初步思考」，人民網，<http://media.people.com.cn/BIG5/40628/10055670.html>，瀏覽日期：2009年11月20日。

未來，更進一步預測未來。³因此本文資料收集來源，主要會是以中國大陸在文化創意產業及產業集聚方面的重要會議、期刊、論文為主要的參考依據，並收集國內以及國外對於文化創意產業園區發展之相關文獻來加以整合，於其中摘錄適合之相關文獻重新彙整。

(二) 歷史比較研究法

歷史比較研究是一個討論問題的有利方法。此方法適用於探究某種特殊結果，是哪些社會因素造成這個結果等原因；也適用於比較整個社會體系，以瞭解不同社會之間的共通點或是獨特性，以及長期的社會變遷問題；研究者說明或顯示不同社會因素或團體之間的關連性，比較不同文化或歷史脈絡下相同的社會過程與概念，重新解釋資料或挑戰舊有的解釋。

此研究方法藉由提出不同問題、發現新的證據、或者以不同方式來組織證據，對以前的解釋提出質疑，並根據文化歷史脈絡來詮釋資料，已找出支持新解釋的證據。其焦點在於文化，嘗試從被研究者的角度看事物、重新建構被研究者的生活、檢視特定團體或個人。一般而言，歷史比較研究著重於整體個案，就複雜的整體與個案之間的個別變相進行比較。⁴

(三) 田野調查法

由筆者親自前往北京、天津及上海的文化創意產業園區做第一手的資料收集，以親自的走訪來了解中國文化創意產業的發展潛力以及了解其所面臨的問題與挑戰。過程中筆者將以影像來記錄中國文化創意產業園區的真實相貌，並且經過詳細的資料收集，以了解中國文化創意產業最真實的相貌。

³ 葉立誠，**研究方法與論文寫作**(臺北：千華文化，2007年)，頁138-141。

⁴ 王佳煌、潘中道、郭俊賢、黃瑋瑩譯，W·Lawrence Neuman 著，**當代社會研究法：質化與量化途徑**(臺北：學富文化，2002年)，頁273。

二、研究範圍與限制

由於中國過於廣大，無法將全數地區皆一併討論，因此本研究將以宏觀政策為主，北京、上海及天津文化創意產業園區案例為輔。

雖然文化創意產業的蓬勃必然是有長久的規劃與發展，但由於本研究目的是探討中國創意產業園區的發展歷程，而中國在 2000 年後開始積極鼓勵相關產業的發展，在十一五計畫中更列為發展重點之一，因此本研究的時間範圍設定為 2000 年之後。

三、研究架構圖與流程

(一) 研究架構圖

本研究的目的是了解中國文化創意產業園區的發展現況，因此本研究將從中國文化創意產業的發展歷程、以及中國中央及地方政府所提出的相關扶持政策來了解中國政府在文化創意產業上的決策方向。並且以產業集聚的角度中來探討中國文化創意產業園區的形成，以了解中國文化創意產業在政府的介入與相關政策的扶持下，是否發展出具中國特色的文化創意產業園區？故本研究之架構將以圖 1-1 示之：

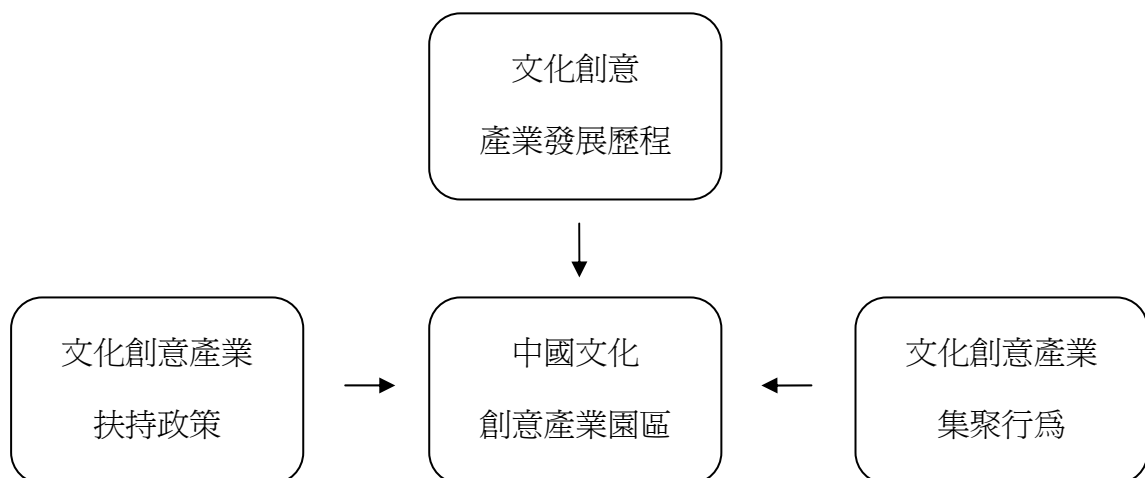


圖 1-1 研究流程圖

(二) 研究流程圖

本研究的目的是了解中國文化創意產業園區的發展現況，因此本研究的架構大致為中國文化創意產業的相關政策對其發展歷程與方向之影響，在中央及地方出台的相關扶持政策與形成產業集聚的過程中對中國文化創意產業園區的形成與發展將如何產生影響，故本文的研究流程將以圖 1-2 示之：

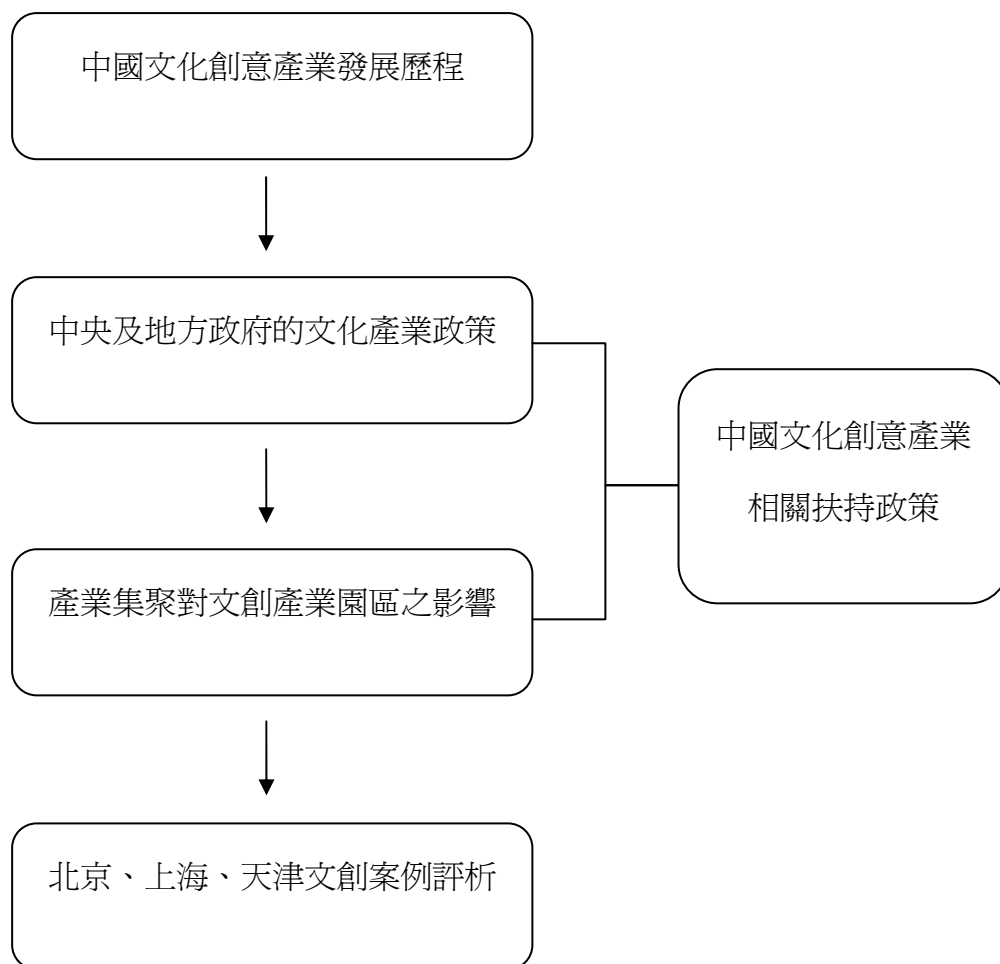


圖 1-2 研究架構圖

第三節 名詞界定

一、產業集聚 (Industry Cluster)

產業集聚是指同一性質的產業在特定的地理區域內高密度的集中，產業資本要素在空間範圍內不斷擴張匯聚的一個過程。此研究始於 19 世紀末，艾爾弗

雷德·馬歇爾(Alfred Marshall)在 1890 年就開始關注產業集聚這一經濟現象，並提出了「內部經濟」和「外部經濟」兩個重要的概念。而後，產業集聚理論出現了許多流派，比較具有影響力的有韋伯(Alfred Weber)的工業區位論⁵、約瑟夫·熊彼特(Joseph Alois Schumpeter)的創新產業集聚論、邁克爾·波特(Michael Porter)的企業競爭優勢⁶與鑽石模型等。

產業集聚的效益，主要是藉由地理位置鄰近的優勢，串連區域內相同質性但不同類型的業者，運用彼此間的價值鏈整合提供產業集聚之最大效益。對內，園區內的各個公司可以相輔相成，協調人力或技術互補，工作者及工作室、公司皆可互相支援、激盪創意、整合資源；對外，集聚效應不但可以塑造並提昇參與業者在該產業領域之專業形象，更可因此整合技術等全方位的資源，相對其他非集聚內的業者更是具有產業競爭優勢。⁷

二、文化創意產業 (Cultural and Creative Industry)

「創意產業」與「文化創意產業」的定義目前並未明確區分，在 1997 年，工黨政府贏得英國大選後，甫上任的政府爲了振興經濟與提高 GDP，決定經濟發展以知識經濟爲目的，於同年七月成立文化媒體體育部。隔年，文化媒體體育部組成了創意產業任務小組(Creative Industries Task Force ,CITF)，並於 1998 年 11 月與 2001 年提出創意產業發展藍圖(Creative Industries Mapping Documents)，使世界各國陸續開始重視起這早已存在已久，卻因爲一個新名詞的取代整合而翻身的產業。創意產業這個觀念自英國正式正名，幾年內快速在新加坡、澳洲、紐西蘭、韓國、台灣與香港等國家被調整採用。在名詞的使用上各國看法不一，名稱包括英國的「創意產業(creative industries)」、韓國的「內容產業」、芬蘭的「文化產業」與台灣的「文化創意產業(cultural and creative

⁵ Weber Alfred, *Theory of Location of Industries* (Chicago: University of Chicago Press, 1909).

⁶ Michael E. Porter, *Competitive Advantage*(New York: free press,1993).

⁷ 「創意台灣—文化創意產業發展方案行動計畫 98-102 年」，文建會，<http://www.ey.gov.tw/public/Attachment/912816305071.pdf>，瀏覽日期：2009 年 11 月 23 日。

industries)」等。不過就其發展歷程與特性來看，都是指文化或創意相關產業內容。⁸

創意產業（Creative Industry）是一種在全球化的消費社會背景中所發展起來的新興產業，主要是推崇創新、個人創造力，強調文化藝術對經濟的支持與推動的新興的理念、思潮和經濟實踐。最早是由著名的德國經濟史及經濟思想家熊彼得提出這個想法，早在1912年，他就明確的指出，目前現代經濟發展的基礎動力不是資本和勞動力，而是創新，而創新的關鍵就是知識、資訊的生產、傳播、使用。而在1986年，著名的經濟學家保羅·羅默(Paul M.Romer)也曾在文章中指出，新創意會發展出無窮的新產品、新市場和財富創造的新機會，所以新創意才是推動國家經濟成長的原動力。

近年來，歐洲、美國、澳大利亞和其他國家發佈的報告和研究成果進一步豐富和推進了關於創意部門和創意產業的新觀點。這些報告中創意產業部門的範圍包括廣告、表演藝術、廣播媒體、博物館、軟體發展乃至交響樂。一些經濟學家對創意產業進行了詳細研究和調查，力圖建立一門新的創意產業的文化經濟學。文化經濟理論家理查德·凱夫斯(Richard E·Caves)對創意產業給出了以下定義：創意產業提供我們寬泛地與文化的、藝術的或僅僅是娛樂的價值相聯繫的產品和服務。它們包括書刊出版、視覺藝術(繪畫與雕刻)、表演藝術(戲劇、歌劇、音樂會、舞蹈)、錄音製品、電影電視，甚至時尚、玩具和遊戲。凱夫斯力圖描述和總結當代文化創意產業的特徵。在他看來，文化創意產業中的經濟活動會全面影響當代文化商品的供求關係及產品價格。創意產業的提出建立了一條在新的全球經濟、技術與文化背景下，適應新的發展格局，把握新的核心要素，建構新的產業構成的通道。⁹

⁸ 劉曉蓉，「文化產業發展成文化創意產業之特性研究」，發表於2006年文化創意產業與地方發展策略研究生學術論文研討會(台北：台北大學，2006年3月9日)，
<http://www.ntpu.edu.tw/pa/news/94news/attachment/950309/4-3.pdf>。

⁹ 金元浦，「奧運經濟：創意文化產業」，北京社科規劃，
<http://big5.bjoe.gov.cn/qwgd/200507/t43874.htm>，瀏覽日期：2009年11月23日。

另一位經濟學家約翰·霍金斯(John Howkins)在《創意經濟》一書中，則把創意產業界定為其產品都在知識產權法的保護範圍內的經濟部門。知識產權有四大類：專利、版權、商標和設計。每一類都有自己的法律實體和管理機構，每一類都產生於保護不同種類的創造性產品的效果。霍金斯認為，知識產權法的每一形式都有龐大的工業與之相應，而將這四種類型結合在一起就成了創意產業(creative industries)和創意經濟(creative economy)。在這個定義上，創意產業組成了市場經濟中非常龐大的部門，如有版權的產品(書籍、電影、音樂)，而其所帶來的出口收入已超過了像汽車、服裝等製造業。¹⁰

表 1-1 各國/組織文化創意產業之定義

國家/單位	定義
聯合國教科文組織	結合創造、生產和商品化等方式，運用本質為無形的文化內涵，這些內容基本上受著作權保障，形式可以是物質的商品或非物質的服務。
英國、紐西蘭	源於個人的創造力、技藝、與才能為基礎，透過生產與開發為智慧財，具有創造財富與就業的潛力。
加拿大	文化創意產業為社會公眾提供文化、娛樂產品和服務的活動，以及這些有關的活動之集合，也有部分學者採用英國之解釋。
芬蘭	文化創意產業最嚴格的定義是利基於文化脈絡的定義，認為主要產品是具備「文化意涵」，然而產品的特點和價值乃是「文化獨特性」，表示其產品或勞務亦可以是物質性，也可以是非物質性。
香港	源自於個人創意、技巧及才華，通過知識產權的開發與運用，具創造財富與就業潛力的行業。

¹⁰ 約翰·郝金斯(John Howkins)，**創意經濟-好點子變成好生意**(臺北：典藏藝術家庭，2003)，頁 9-13。

中國	並沒有針對文化創意產業提出解釋，但大部分的學者皆採用英國的解釋。
韓國	用產業的手段製作、公演、展示、銷售文化藝術作品及文化藝術用品，並以此為經營手段的產業。
台灣	源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業。

資料來源：李濬江，**中國文化創意產業發展之研究－以桂林『印象·劉三姐』為例**(臺北：南華大學，2009年)。

本研究主要對象為中國文化創意產業園區，但由於中國官方並未針對「創意產業」一詞來定義，而中國大多數的學者皆是採用英國之定義，因此本研究中的「創意產業」之定義也將採用英國之定義來解釋。

第四節 理論探討與文獻回顧

一、經濟學理論架構下的文化創意產業

筆者試圖以經濟學理論架構裡李嘉圖(D. Ricardo)的比較優勢理論和 Heckscher-Ohlin 理論來檢視文化創意產業的發展。以比較優勢理論的角度來看，一個產業的發展必須要有足夠的生產要素，才能創造出其產業的比較優勢；而從 Heckscher-Ohlin 理論角度來看，產業的發展，必須要去了解發展國本身是有具有足夠的要素稟賦，而其要素稟賦是否能足以代表產業的發展。而假使國內對於產業發展的要素稟賦不足時，政府就必須以產業扶持政策來補其要素稟賦的不足，來帶動產業的發展，創造其產業的動態比較優勢。

中國擁有豐富的文化資源與歷史背景，在過去的工業時期也留有許多老舊工廠，這些都使得中國在文化創意產業的發展上擁有相當大的優勢。但在 2000 年之前，正值經濟快速發展的中國並未開始重視文化產業的發展。因此，即使

擁有豐富的生產要素，也是無法有不錯的發展。而在 2000 年之後，中國的經濟發展獲得了一定的成果，並且也陸續取得奧運與世博等國際重大活動的主辦權，而如此的機會也使得中國開始重視國家軟實力的發展，也就是文化創意產業。從那時開始，中國就陸續針對文化產業推出一系列的扶持產業，也因為中國本身即擁有豐富的生產要素與要素稟賦，再加上政府推動的產業政策，增加了中國文化創意產業在發展上的動態比較優勢，才使得過去十多年文化創意產業能在中國獲得不錯的發展成果。

彙整而言，一個產業要有足夠的要素稟賦才能創造出其產業的比較優勢。當一個國家要去發展某一項產業，如果該項產業沒有足夠的要素稟賦，就必須要靠政府推出一系列相關的產業政策來扶持、補強其產業的要素稟賦，才能使得該一產業創造屬於自己的比較優勢。而中國自 2000 年後開始著重於發展文化創意產業，他們在短短十年內將文化創意產業發展達到現有的規模，主要就是利用政府推出的一系列扶持政策，使得原本就擁有豐富文化內涵的中國，能在文化創意產業方面獲得快速的發展。也就是說，中國中央與地方政府利用一系列的扶持政策，使中國在發展文化創意產業上擁有更多的要素稟賦，也正因為如此，中國的文化創意產業才得以在短短十年之內發展到目前的規模。

二、文獻回顧

近年來文化創意產業在中國被視為熱門的新興產業，因此在中國有相當多的文獻也在這幾年陸續被發表，內容除了描述文化創意產業在國外的發展情況外，也強調政府必須利用扶持政策來協助產業的發展。本研究將試圖整理所收集到的文獻，並將其整理歸為以下四類。

(一) 國外創意產業的文獻資料

此分類的文章主要是以國外的文化創意產業發展為主，藉由國外學者的

文章可以了解國外的政府是如何以政策來引導文化創意產業的發展，而這些文章可以提供本文去觀察所研究案例的國家是否有相同情況。之將此類文章分類如下：

The Status of Creative Industries in Japan and Policy Recommendations for Their Promotion，作者 Mitsuhiro Yoshimoto，作者建議建立一個非營利創造性創意產業，以利潤循環結構，在階段工程或產品開始產生利潤，進入市場經濟，所得利潤再投資於非營利性的創造性活動。¹¹

A culture of creativity : Design education and the creative industries.，作者比利(Billy Matheson)，作者主要是說明在紐西蘭影響創意產業的設計教育，要在一個更廣泛的全球趨勢中找出新的文化理論，如果設計教育和創意產業之間的關係形成良性循環，那這種尋環會持續的發展下去，並進一步改變文化、經濟、與企業家精神。¹²

Include Us Out-Economic Development and Social Policy in the Creative Industries.，作者是 Kate Oakley，主要是介紹英國創意產業的發展，建議增加就業機會與國內生產總值，並同時紓緩社會排斥，文章指出政府將倫敦等地方規劃為創意產業重點發展才造成全國的經濟發展不平等。¹³

Creative Industries: Economic Contributions, Management Challenges and Support Initiatives，作者是 Peter Jones、Daphne Comfort、Ian Eastwood、David Hillier，主要是說明創意產業是為較新的產業，但是這個議題在英國的討論與決策已經引起很多的注意，作者也指出英國政府一直熱衷於推動創意產業的關鍵因素是在於知識經濟體系影響。¹⁴

¹¹ Mitsuhiro Yoshimoto, 2003/12. "The Status of Creative Industries in Japan and Policy Recommendations for Their Promotion," NLI Research.

¹² Billy Matheson, 2006, "A culture of creativity : Design education and the creative industries", *Journal of Management Development*, Vol.25 Issue 1, p55-64.

¹³ Kate Oakley, 2006/12, "Include Us Out-Economic Development and Social Policy in the Creative Industries.", *Cultural Trends*, Vol.15 Issue 4, p255-273.

¹⁴ Peter Jones、Daphne Comfort、Ian Eastwood、David Hillier, 2004. "Creative industries: economic contributions, management challenges and support initiatives," *Management Research New*,

「中外文化產業發展戰略比較」，作者胡偉華，作者認為不同國家、不同地區的文化產業發展背景不同，對文化產業的解讀也各有不同，因此文化產業的發展戰略也是各具特色。¹⁵

「亞太地區創意產業發展及其對中國的啓示」¹⁶、「歐美發達國家創意產業發展及其對中國的啓示」，作者喻翠玲，作者在這兩篇文章中以英、美、日、韓為例，分析各國創意產業的發展概況與發展模式，其研究表明創意產業的成功發展都取決於政府對創意產業的引導以及為其創造的良好發展環境。¹⁷

「創意產業從困境中拯救英國」，作者楊錦，作者認為雖然英國是老牌資本主義國家，但經由政府的重視以及實施相關的產業政策使得英國從一個世界製造工廠轉型成為「世界創造中心」，在文化創意產業的發展上走在世界的前頭。

18

「簡論歐洲創意產業及當下發展」，作者蓋爾·鄧勒普、王文淵，作者認為關於創意產業以及其在國際交流上所扮演的角色之研究不應該侷限於經濟要求，而英國和歐洲其他國家在扶持藝術家以及創意產業發展方面所作的努力是值得中國關注與學習。¹⁹

「英國之鑒_產業轉型中的創新環境政策因素」，作者錢鳳根，作者首先認為中國實現工業化以及現在化的道路極不平坦，一是中國在高速工業化的過程中已經暴露出依賴自然資源模式的不足，而單純依靠自然資源的傳統工業化模式已經不符合時代要求。二是中國改革開放的國策引進了發展國家的資本和技術，為了實現經濟高速成長而提供有利條件，但這也造成中國某種程度對於發展國家的資本、市場和技術的依附。因此作者認為中國必須將傳統經濟轉為創

Vol.27 Issue 1, p134-145.

¹⁵ 胡偉華，「中外文化產業發展戰略比較」，**韶關學院學報**，第 30 卷 2 期(2009 年)。

¹⁶ 喻翠玲，「亞太地區創意產業發展及其對中國的啓示」，**當代經濟管理**，第 31 卷第 5 期(2009 年)。

¹⁷ 喻翠玲，「歐美發達國家創意產業發展及其對中國的啓示」，**廣西財經學院學報**，第 22 卷第 1 期(2009 年)。

¹⁸ 楊錦，「創意產業從困境中拯救英國」，**中國商界(上半月)**，第 01 期(2009 年)。

¹⁹ 蓋爾·鄧勒普、王文淵，「簡論歐洲創意產業及其當下發展」，**思想戰線**，第 35 卷第 2 期(2009 年)。

新型經濟，實現產業轉型。而作者認為，英國創意產業的成就就是證明，清晰的創意產業政策和發展思路都是產業的轉型的關鍵。²⁰

「紐約與上海文化創意產業發展淵源之比較」，作者朱易安，作者認為，紐約的文化產業在專業化經濟和多樣化經濟以及產業邊界的不斷拓展的快速發展下，成為紐約的支柱產業，但作者認為就文化資源和文化需求來看，上海應當比紐約更具優勢。²¹

「中日文化創意產業的比較研究」，作者趙雯倩，作者認為美、日等為代表的先進國家目前佔了世界文化創意貿易量的多數，每年向各地輸出大量文化產品，獲取豐厚經濟利益的同時，還把自己的文化模式輸出到全球。但中國目前在文化創意貿易市場上毫無招架之力，除了近年來電影大片有出口海外的機會，幾乎是純粹的進口國，作者認為這對歷史悠久的中國來說，實在是個名不相符的事實。因此作者針對中國與日本目前文化創意產業發展的現狀，對兩國的產業規模、產業結構和各行業情況、產業政策等進行詳細分析，進而提出作者認為日本文化創意產業值得中國借鏡的地方。²²

「金融危機後南韓文化創意產業發展之研究」，作者陳韻如，作者在研究發現南韓文化創意產業發展的過程中，政府是一個關鍵角色，在扶植文化創意產業的同時，扮演著輔助市場經濟的角色。在政策與方向的制定上，政府的主導性較高，但在政策決定後，政府必免過度幹預企業經營，只負責建設良好投資環境，其餘就交由企業去執行。由於南韓政府的支持，使其文化創意產業足以大放異彩，提高國家形象，也創造大量收益。²³

(二) 中國地方發展創意產業的文獻資料

²⁰ 錢鳳根，「英國之鑒_產業轉型中的創新環境政策因素」，**提高全民科學素質、建設创新型國家-2006 中國科協年會論文集**(2006 年)。

²¹ 朱易安，「紐約與上海文化創意產業發展淵源之比較」，發表於「都市文化與都市生活-上海、紐約都市文化」國際學術研討會(上海：2008 年 6 月)。

²² 趙雯倩，**中日文化創意產業的比較研究**(山東：山東大學，2008 年)。

²³ 陳韻如，**金融危機後南韓文化創意產業發展之研究**(台中：國立中興大學國際政治研究所，2007 年)。

此分類主要是描述中國地方政府在文化創意產業發展中所扮演的角色，經由學者的文章使筆者能更清楚了解各地區政府對於文化創意產業發展的態度與作為，並試圖了解其中的差異性，使得觀察角度能更全面。之將此類文章分類如下：

「城市更新背景下都市創意產業發展研究-以上海為例」，作者王重遠，文中指出中國經過改革開放之後，開放的環境、靈活的市場給創意產業的發展提供良好的外部環境，因此得以迅速的發展。最後作者認為政府在協助創意產業發展上應尊重其的發展規律，有針對性地提出相關政策，才能達到促進創意產業和城市更新雙贏的效果。²⁴

「北京文化創意產業-金融危機中尋求新機遇」，作者盧娜，作者在文中指出此次金融危機嚴重衝擊了全球經濟，使得世界經濟成長減緩，而中國經濟增長也面臨許多的挑戰，很多產業的增長速度開始下滑，但文化創意產業卻逆勢而上。最新資料顯示，中國主要城市在這次的金融危機中文化創意產業均呈現穩步增長的態勢，因此作者認為，文化創意產業對金融危機的抵禦能力已初步顯現。²⁵

「濟南文化創意產業發展路徑分析」，作者張振鵬、王玲，作者認為濟南文化創意產業目前基本處於散亂經營狀態，產業集聚尚顯稚嫩，企業資源匱乏。因此政府可以從整個產業規劃高度，成立專職機構，從現有的國際、國內環境出發，科學借鑒文化創意產業發展的先進經驗，結合濟南文化創意產業發展現狀和自身優勢，做出符合發展規律的選擇，走“政府宏觀政策引導，加強區域合作，集約化發展”的路徑。²⁶

「北京發展創意產業面臨的問題與對策研究」，作者胡江輝，作者在文中指出北京創意產業發展中存在問題，包括創意產業促進經濟增長方式轉變的作用

²⁴ 王重遠，「城市更新背景下都市創意產業發展研究-以上海為例」，**特區經濟**，第 04 期(2009 年)。

²⁵ 盧娜，「北京文化創意產業-金融危機中尋求新機遇」，**時代經貿**，第 126 期(2009 年)。

²⁶ 張振鵬、王玲，「濟南文化創意產業發展路徑分析」，**前沿**，第 04 期(2009 年)。

不明顯，產業價值鏈不完善以及產業聚集過程中出現盲目趨同化的現象等，進行深入研究後，提出對創意產業發展的一些建議與對策。²⁷

「上海弄堂工廠的歷史沿革與再生研究」，作者安延清，作者在文中以同樂坊例，說明一個老弄堂工廠轉變在生成為創意產業集聚區的改變過程，作者認為，產業遺產的改建不能盲目的模仿，而是要以自身條件出發，變通思路，求得開發和改造上的方向和目標，才能獲得歷史價值和經濟效益上的雙重利益。²⁸

(三) 文化創意產業集聚區的文獻資料

此分類主要是以文化創意產業集聚行為為主，經由這些作者的研究案例中了解中國文化創意產業園區的集聚過程，並試圖進一步與本文的研究案例結合，以利於筆者針對其研究案例做更深入的評析。之將此類文章分類如下：

「上海創意產業空間集聚的影響因素分析」，作者褚勁風，作者在文中試圖藉由分析上海創意產業園區的空間演變、關係網絡，研究上海創意產業園區的時空變化規律。研究指出，上海創意產業園區是都市工業園區的伴生與再升級，經由經濟發展方式轉變、舊城空間秩序優化、創意階層興起並集聚是創意產業園區發展的驅動力，而園區內部組織的網路關係是維持其運轉的支持力。²⁹

「上海創意產業集聚的地緣空間研究」，作者褚勁風，作者認為創意產業已迅速發展成為先進國家和地區經濟發展中的重要產業。而上海之所以會成為中國創意產業發展最好的城市之一，其原因是上海開放型經濟發展的交互性，使經濟發展的各要素能夠在一定的地域空間中流動和集聚；上海經濟增長方式的逐步轉變，也為創意產業發展提供了廣闊的空間；並且海派文化也構築了富有上海特色的公共文化空間。特別是上海城市的國際化和移民城市的特點，為創意產業發展奠定了良好的社會環境，並且集聚了大量的多元化人才。³⁰

²⁷ 胡江輝，「北京發展創意產業面臨的問題與對策研究」，**中國科技論壇**，(2009年)。

²⁸ 安延清，**上海弄堂工廠的歷史沿革與再生研究**(上海：同濟大學，2008年)。

²⁹ 褚勁風，「上海創意產業空間集聚的影響因素分析」，**經濟地理**，第29卷01期(2009年)。

³⁰ 褚勁風，2009，「上海創意產業集聚的地緣空間研究」，**上海經濟研究**，第05期(2009年)。

「中關村科技園區創意基地型園區發展研究」，作者彭澎，作者認為北京中關村科技園區以德勝園、雍和園、石景、山園為代表，規劃建設創意基地型園區，這對北京市加快文化創意產業發展、積極參與國際創意產業分工等具有重要意義。因此作者分析創意基地型園區的基本情況並借鑒國際經驗的基礎上，指出中關村科技園區創意基地型園區的發展應側重於四個方面：為園區提供“新生”的產業發展空間、供給適應創意產業發展需要的特殊基礎結構、構造創意產業集群並形成完整的產業鏈、注重園區之間錯位發展。³¹

「文化經濟的融合興起與北京想像-北京文化創意產業集聚區發展再研究」作者孔建華，作者認為集聚區的規劃和建設要重視寬容的社會氛圍的營造、創新基礎結構的培育。在推動集聚區發展的過程中要注意：不宜單純從經濟視角考察集聚區，要擺脫以單一的產業思維看集聚區，兼顧文化生產的特殊性和資源利用的可持續性；不宜簡單地以集聚區的地理位置將集聚區與其周邊人為割裂開來，要設法推動集聚區與周邊融合、嵌入城市；不宜簡單地以一種模式制定不同類型的集聚區，要允許各類投資管理模式並存，鼓勵探索試驗。從加強資源整合、統一規劃預算、明確功能定位、實現錯位的發展、提高服務水準角度。³²

「一種創意產業集聚區的空間佈局模式-以江蘇創意文化產業基地為例」，作者齊立博、李艷萍，作者以江蘇創意文化產業基地為案例，分析了江蘇創意文化產業基地的空間佈局特徵，並闡釋了這種空間佈局特徵的形成機制，進而提出一種創意產業集聚區的空間佈局模式：脫離舊城開拓新城市空間、選擇生態環境優良的基地並制訂具體的空間保護與使用策略、以培育創意產業集群為目標的產業園區“組團”式佈局特徵、創意產業集聚區內部佈置滿足不同開發主體需求的混合功能空間。³³

³¹ 彭澎，「中關村科技園區創意基地型園區發展研究」，*人文地理*，第 106 期(2009 年)。

³² 孔建華，「文化經濟的融合興起與北京想像—北京文化創意產業集聚區發展再研究」，*中國特色社會主義研究*，第 02 期(2009 年)。

³³ 齊立博、李艷萍，「一種創意產業集聚區的空間佈局模式-以江蘇創意文化產業基地為例」，

「創意產業集聚區空間演化特徵研究-以上海市為例」，作者耿斌，作者指出影響上海創意產業集聚區空間佈局特徵的相關因素，主要包括有智力因素、產業集群因素、文化因素、景觀環境因素、交通因素、管理因素等，其背後的主導力量主要來自於政府和市場雙方；而上海創意產業集聚區空間演化經歷了 3 個歷史階段，也經歷了 3 個主要發展模式，即圈層外拓模式、軸向互補模式、多級互動模式。³⁴

「誕生在老廠房裡的創意產業-從泰康路創意空間談上海創意產業園區」，作者邢亞麗，作者認為創意產業集聚區的理想結果，是能夠為創意的產業提供獨特的發展環境，但剛形成規模還是不夠。因此，只有透過政府制定合理的引導政策，提供良好的創意產業環境，建立起相互接駁的產業鏈條和高度市場化的產業交易平臺，才能真正實現「創意產業化」、「產業創意化」，而不僅僅只是產業集聚化。³⁵

「創意產業城市集聚論」，作者曾光，作者認為創意產業城市集聚不僅現在而且將來都是一種趨勢和必然。作者認為「創意產業城市集聚論」包含以下三層意思：1.集聚化發展是創意產業的普遍趨勢。2.創意產業集聚化發展是在城市而不是農村。3.實施創意產業集聚化發展戰略是現代城市發展的必然選擇。³⁶

「上海市創意產業的空間集聚研究」，作者崔元琪，作者利用傳統產業集聚的理論來分析創意產業集聚的原因，而透過研究，作者得到創意產業在傳統產業集聚理論下集聚分佈的原因，包括：便利的交通條件、城市的經濟發展水準、公共建設環境、文化創意人才的集中等方面，創意產業雖然是新生事物，但作者認為它還是部分的遵循傳統產業集聚的理論。³⁷

發表於「生態文明視角下的城鄉規劃-中國城市規劃」年會(遼寧：大連出版社，2008年)。

³⁴ 耿斌，「創意產業集聚區空間演化特徵研究—以上海市為例」，發表於「生態文明視角下的城鄉規劃-中國城市規劃」年會(遼寧：大連出版社，2008年)。

³⁵ 邢亞麗，「誕生在老廠房裡的創意產業—從泰康路創意空間談上海創意產業園區」，發表於「2008 第十屆中國科協年會文化強省戰略與科技支撐」論壇(河南：河南人民出版社，2006年)。

³⁶ 曾光，「創意產業城市集聚論」，**當代財經**，第 293 期(2009年)。

³⁷ 崔元琪，**上海市創意產業的空間集聚研究**(上海：上海師範大學，2008年)。

(四) 中國創意產業發展思想戰略的文獻資料

此分類主要是以對外的角度來針對中國文化創意產業作戰略性發展的分析，經由國外與中國學者的文章中了解，中國除了自身必須提出適當的產業政策來扶持文化創意產業；對外也必須要有相對的行銷優惠政策，吸引更多國外的文化創意產業相關企業進入中國投資發展，以利未來中國文化創意產業整體性、全球化的發展。之將此類文章分類如下：

Creative Industries: an Internationalizing Dynamic?，作者 Michael Keane，作者建議創意產業政策，應將增強中國的文化出口能力，並在此過程提升東亞的整體貿易的文化產品和服務。³⁸

From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications，作者 Stuart Cunningham，作者在文中提出理由區分文化和觀念創意產業具有影響的理論，行業和政策分析。並從一個角度研究和分析，從位置企業參與重大項目的增加和多樣化的區域經濟通過發展的創意產業。³⁹

「文化軟實力的提升與創意城市的構建」，作者胡成華，作者文化軟實力的提升是構建創意城市的根本性措施，但創意城市的構建也有其自身的特徵和路徑，一是認為一個創意城市要有三要素：集中性、多樣性、非穩定性。二是構建創意城市必須要滿足三個條件，首先要有社會文化的多元性和開放性，其次是城市的發展能夠提供足夠的發展機會，再就是創意城市應該有能夠創造出高品質的生活水準。這些都是作者認為一個創意城市應具備的基本要素和條件。⁴⁰

「論中國文化產業發展的「3P」戰略」，作者李思屈，作者認為文化產業本身必須由數量的擴張到內涵式發展的增長方式轉變，重點發展「3P 文化產業」

³⁸ Michael Keane, 2004/09/17. "Creative Industries: an internationalizing dynamic?" Media Technology, Creative Industries, and Culture Significance. Taipei: Taipei International Convention Center.

³⁹ Stuart Cunningham, 2002, "From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications."
(http://www.mynrma.com.au/cps/rde/papp/motoringPoll:motoringPoll/http://eprints.qut.edu.au/588/1/cunningham_from.pdf).

⁴⁰ 胡成華，「文化軟實力的提升與創意城市的構建」，*重慶行政*，第 01 期(2009 年)。

(Creative Power、Influencing Power and Cultural capital transform Power，簡稱 3P)，充分發揮文化產業在經濟轉型升級中的帶動作用。⁴¹

「論中國文化產業發展的「走出去」戰略」，作者胡惠林，作者認為中國必須在全球化的背景下重新考慮中國文化產業的發展道路和發展模式，重建中國文化外貿的政策系統和法律系統，改革中國的文化貿易體制。⁴²

「國際視野中的中國經濟轉型與文化產業」，作者陳少峰，作者認為中國目前經濟發展所面臨的最大挑戰就是必須提升和轉型，這使得以文化促進實體經濟的品質和提高文化企業的競爭力成為中國目前主要課題之一。⁴³

「中國大陸推動文化創意產業政策之研究:政策過程的途徑」，作者李巾英，作者首先解構中國大陸深化文化體制改革的歷程及其文化創意產業政策的內容與發展過程，進而掌握並分析中國大陸文化創意產業與全球化浪潮間的關係。⁴⁴

⁴¹ 李思屈，「論中國文化產業發展的「3P 戰略」」，*西南民族大學學報(人文社科版)*，第 211 期(2009 年)。

⁴² 胡惠林，「論中國文化產業發展的「走出去」戰略」，*思想戰線*，第 30 卷(2004 年)。

⁴³ 陳少峰，「國際視野中的中國經濟轉型與文化產業」，*思想戰線*，第 35 卷(2009 年)。

⁴⁴ 李巾英，*中國大陸推動文化創意產業政策之研究:政策過程的途徑*(臺北：中國文化大學中國大陸研究所，2008 年)。

第二章 中國文化創意產業政策

中國改革開放以來，在文化產業方面取得相當大的成就，雖然一個產業的茁壯是需要很多因素結合而成，但其中最主要的還是必須要有政府的大力支持，提供產業充分的資源與優惠補助，才能使產業在很快的時間看見明顯的茁壯。因此，筆者在本章將以宏觀角度探討中國政府對於創意產業的相關協助發展政策，並接著從「十一五計畫」與去年出臺的「文化產業振興規劃」中，從政策面來探究中國政府對於創意產業的發展方向。

在中共第十七次全國代表大會上，中共總書記胡錦濤表示：「要堅持社會主義先進文化前進方向，興起社會主義文化建設新高潮，激發全民族文化創造活力，提高國家文化軟實力，使人民基本文化權益得到更好保障，使社會文化生活更加豐富多彩，使人民精神風貌更加昂揚向上。」¹，並進一步指示中國政府必須大力發展文化產業，實施重大文化產業專案帶動戰略，加快文化產業基地和區域性特色文化產業群建設，培育文化產業骨幹企業和戰略投資者，繁榮文化市場，增強國際競爭力。²明確的將文化產業提升到國家發展戰略的格局，表現出發展的必要性與決心。

第一節 中國文化產業政策發展歷程

中國建國六十多年來，文化產業從無開始發展到現在不但是國家發展的重點項目，更是讓外界從印象中的「中國製造」轉型到「中國創造」的一個重要契機。而一個產業的成長要如何能夠帶動到國家的提升，最大的助力當然就是來自於政府在政策上面的引導、管理、扶持。而中國在文化產業政策方面的演

¹ 「胡錦濤在黨的十七大上的報告」，新華網，
http://news.xinhuanet.com/newscenter/2007-10/24/content_6938568.htm，瀏覽日期：2010年3月23日。

² 同前註。

進是歷經曲折而漫長的，特別是在改革開放以後經歷了各種不同的歷史階段，逐步形成了現今複雜的政策體系。因此，針對中國政策環境的實際情況，有學者整理出三個問題點的釐清。

一、中國的文化產業政策不僅涉及到國家文化產業總體性政策、全國性文化產業子類政策，也包括文化產業地方性政策和文化產業相關的第三產業、服務業等政策。既涵蓋文化產業核心層，又囊括了文化產業的周邊效應和衍生意義。

可見，中國的文化產業政策是一個複雜的政策體系。³

二、中國的文化產業政策的主體具有多元性和層次性，不僅表現出政府層面，還表現出執政黨和立法機關的層面，特別是在於執政黨決策過程中的權威作用。⁴

三、中國文化產業政策手段形式多樣，工具性較強。根據政策作用途徑和特點的不同，可將中國文化產業政策手段歸結為行政手段、法律手段、經濟手段三種。⁵

因此，中國文化產業政策除了有與一般產業政策相同的特點外，還具有了綜合性，層次性、地域性和複雜性等特點。

雖然文化產業在近幾年來被中國視為重點的發展項目，但其實早在 1956 年毛澤東就針對當時中國國內京劇發展的爭議提出了「百花齊放」、「百家爭鳴」的政策方針。在 1951 年，中國國內關於京劇的發展出現了爭論，有的主張全部繼承，有的主張全部取消，而在 1956 年 4 月 28 日，毛澤東在中共中央政治局擴大會議上說：「百花齊放、百家爭鳴，我看這應該成為我們的方針。藝術問題上百花齊放，學術問題上百家爭鳴」。隔月，毛澤東又在最高國務會議第七次會議上正式提出實行「雙百方針」。而這樣的方針立即在文藝界和科學界引起了強

³ 「中國文化及傳媒產業政策的演變」，中國網，瀏覽日期：2010 年 3 月 23 日。
http://big5.china.com.cn/gate/big5/culture.china.com.cn/zhuanti/2010whct/2010-03/07/content_19546824.htm。

⁴ 同前註。

⁵ 同前註。

烈的反應，人們的眼界因此開闊，思想也跟著活躍起來，學術文化各部門也都比過去表現更加活躍，顯示出生氣蓬勃的景象。⁶而在當年十月文化部電影局在北京召開會議，提出了一整套改革電影體制的具體方案，上海電影製片廠改組成立了上海電影製片公司，下設海燕、天馬、江南三個故事片廠；長影與北影嘗試以導演為中心、自由組合、自選劇本、自負盈虧的創作集體，算是相當大的改革。⁷

但這樣的活躍卻沒有維持多久，1957年反右鬥爭擴大化後，「雙百方針」的貫徹受到了阻撓和破壞，60年代初中共中央開始糾正這一錯誤。1964年後，在「文化大革命中」中此一方針又受到了嚴重的破壞。從那時開始，八年的樣板戲幾乎獨佔了中國所有藝術舞臺，之前所有的改革與活躍現象也幾乎停止了。⁸雖然如此，但此過程在文化產業政策制定上相對累積許多寶貴的經驗。

中國的文化事業走向產業化階段是從1978年十一屆三中全會召開之後開始的，對中國的文化產業來說，那時才算是正式的起步發展，而過程中伴隨著經濟體制改革和國家文化建設，中國文化產業政策從計畫性管制調控演變至體制與結構性改革相結合的新政策組合、從雜亂鬆散的行業政策演變至體系改善的產業政策、從區域與城鄉產業隔離演變至產業互動的政策，實現了從自發到自覺、從「逐步封閉」到「逐漸開放」、從單一到多元、從由「政府主導型」向「政府與市場二元推動型」的發展轉變。大致而言，中國的文化產業政策的演變可分為文化市場醞釀期的政策制定、文化市場全面推進期的政策制定、文化產業合法性建構時期的文化政策制定、文化產業合法化發展時期的文化產業政策制定、文化產業縱深發展時期的政策制定五個階段。⁹

⁶ 「毛澤東提出「百花齊放」、「百家爭鳴」方針」，中國網，
<http://www.cpcnews.cn/BIG5/33837/2534760.html>，瀏覽日期：2010年3月23日。

⁷ 同前註。

⁸ 同前註。

⁹ 「中國文化及傳媒產業政策的演變」，中國網，
http://big5.china.com.cn/gate/big5/culture.china.com.cn/zhuanti/2010whct/2010-03/07/content_19546824.htm，瀏覽日期：2010年5月13日，瀏覽日期：2010年3月23日。

一、第一階段：文化市場醞釀期的政策制定

第一階段大約是在 1978 年至 1987 年。在這十年中，改革開放雖然使文化事業出現了空前繁榮，但其市場化步伐仍未大幅邁開，文化事業的經濟及產業屬性雖已初步展現，但其單位中計劃經濟色彩仍舊濃厚，中國政府僅發佈了少數政策放鬆了對文化事業的周邊行業限制，在政策的基本取向表現為計劃和管制。¹⁰

改革開放初期，文化事業大多都是由中共中央的文化管理部門在控管，任何細節都掌握的相當嚴謹。而在當時文化生產僅屬於事業範疇，並未賦予「產業」地位，廣義的文化產業實際上也並沒有出現，只是與意識形態關係不密切的部分行業出現了產業化、市場化的趨勢，這些行業包括大眾娛樂業、廣告業、文化製造業等。既然並未開始產業化，當然也就沒有所謂的「文化產業政策」。然而，1979 年 11 月中共中央宣傳部發出《關於報刊、廣播、電視臺刊登和播放外國商品廣告的通知》，允許刊播外國商品廣告，這是經改革開放後中國第一份實質意義上對廣告工作做出明確指示的文件。1980 年 2 月中宣部官員在全國文化局長會議上表示：「藝術表演團體的體制和管理制度方面的問題很多，嚴重地影響了表演藝術的發展和提高，需要進行合理的改革。」並在會議中明確提出：「堅決地有步驟地改革文化事業體制，改革經營管理制度。」隨後，一些體制內的演出團體開始展開經營活動，文化娛樂場所和廣告公司大量出現，但政府卻一度嚴令取締營業性舞會和公共場所自發舞會，禁止收購、出售、轉錄進口錄音帶、唱片，禁止營業性錄影放映。爲了加強對這些文化單位的管理，國家相繼發佈了《關於藝術表演團體的改革意見》、《關於改進舞會管理問題的通知》、《廣告管理條例》等政策文件，當然這些政策的發佈同時也爲了中國文化市場奠定了不錯的基礎。¹¹

二、第二階段：文化市場全面推進期的政策制定

¹⁰ 同前註。

¹¹ 同前註。

第二階段大約是在 1988 年至 1998 年。這一階段見證了文化事業「市場化」的整體蛻變過程，政策制定著重凸顯文化事業的經濟屬性，從確立「文化市場」、推進文化產業化發展到加速發展第三產業、完善文化經濟政策，這些進展都使得中國文化產業進入了初步覺醒期，在政策方面的基本取向表現為引導和培育。¹²

1988 年，文化部、國家工商行政管理局聯合發佈《關於加強文化市場管理工作的通知》，這樣的一份里程碑式的文件，正式提出“文化市場”的概念，同時明確了文化市場的管理範圍、任務、原則和方針，這標示著中國「文化市場」的地位正式得到承認；1989 年，中國國務院批准在文化部設置文化市場管理局，全國文化市場管理體系開始建立。從產業政策角度分析，這一階段的政策措施主要是強調強化文化體制的改革，發佈眾多經濟政策。一方面，以總體性政策為主，謀篇佈局，推進文化市場化進程，規劃構建文化市場、文化經濟發展的格局和體系。另一方面，從金融、投資、財稅等領域，制定並細化文化產業各個行業發展的優惠政策。而在 1991 年，中國國務院批轉了《文化部關於文化事業若干經濟政策意見的報告》，就從那時開始所謂的「文化經濟」概念正式被提出。¹³

三、第三階段：文化產業合法性建構時期的文化產業政策制定

第三階段大約是在 1998 年至 2002 年。這一階段是文化產業屬性急劇成長，並在有一定「市場化」的基礎上進行「產業化」的過程，文化的周邊層行業和衍生層行業開始走向產業集群，形成了文化事業的「市場化」和「產業化」同時推動、相互促進的局面。這一時期，中國越來越注重建構文化產業的合法性，在文化產業政策的基本取向表現為建構和規範。¹⁴

1998 年 8 月，中國中央成立文化部文化產業司並制定工作規則，成為第一

¹² 同前註。

¹³ 同前註。

¹⁴ 同前註。

次設立的文化產業專門管理機構，這標示著中國政府確認了文化產業的合法性，並且此後不斷提高重視程度。2000年10月，中國共產黨第十五屆五中全會通過《中共中央關於制定國民經濟和社會發展第十個五年計劃的建議》，第一次在中央正式文件裡提出了「文化產業」和「文化產業政策」這一概念，要求完善文化產業政策，加強文化市場建設和管理，推動有關文化產業發展。「文化產業」的相關政策在2002年11月的十六大報告中得到了深化和細化，並進一步明確區分了文化事業和文化產業，提出要積極發展文化事業和文化產業，完善文化政策，支援文化產業發展。至此，文化產業終於從過去那依附於國家文化體制改革中脫離並完全浮出水面，而其合法性的建構也取得實質性突破。¹⁵

四、第四階段：文化產業合法化發展時期的文化產業政策制定

第四階段大約是在2003年至2008年。中國加入WTO和十六大開啓了文化產業合法化發展的新時期，在文化產業獨特而不可替代的戰略地位正式確立、文化體制改革深入推進、文化生產力進一步釋放和文化建設活力顯著增強的大背景下，中國文化產業發展進入了由「相對封閉」到「逐漸開放」，並在國家文化軟實力建設和國際化競爭中扮演越來越重要的角色。這一階段國家在文化產業政策上更加開拓創新，以深化文化體制改革為重心，結合文化產業結構調整，積極利用有利時機全力推動「走出去」戰略，內外統籌推動中國文化產業的發展未來，在政策的基本取向表現為鼓勵和扶持。¹⁶

五、第五階段：文化產業縱深發展時期的政策制定

2008年下半年爆發的全球性金融危機導致全球多數產業遭受巨大衝擊，但文化產業在此背景下卻呈現出反經濟週期的增長，對引領各國經濟逐漸走出金融危機的陰霾顯示出強大的帶動與引導的能力。於是，一些西方國家開始在刺激經濟方案中明確表達了扶持文化產業發展的決心。中國當然也不例外，2009年7月，中國國務院發佈了《文化產業振興規劃》，並強調要做好八項重點工

¹⁵ 同前註。

¹⁶ 同前註。

作，這代表著中國文化產業的戰略地位得到進一步的提高，在「機遇期」和「轉型期」中已經確定成為引領中國經濟走入新一輪經濟增長的強大引擎，成為推動社會轉型、促進國家經濟結構調整的新動力，並且進入了縱深發展時期。可以預見，未來的文化產業政策的基本取向將以大力扶持為主，而表現出來的是振興和激勵。¹⁷

而如今，金融危機所帶來的衝擊與影響並沒有全部過去，但中國政府在文化產業政策上運用本身中央政府的力量來扶持其產業的發展，並在積極配合相關政策以及五年計劃的過程中看出文化產業在中國的快速成長。

第二節 中國「十一五」時期文化產業政策

中國從 1950 年代開始針對經濟發展實行 5 年計劃，而一開始 5 年計劃都偏重於經濟成長的速度，從「九五」計畫開始加進了體制改革目標，「十五」計畫的主要目標更進一步涵蓋了經濟成長、改革開放和社會進步等多方面，到了「十一五」計畫時期，由於中國在當時爭取到不少的國際性活動，因此中國政府將「發展」做為「十一五」計畫的基礎，積極的發展文化產業，並將文化產業視為調整中國經濟結構的重要措施，而「十一五」計畫還被稱為是中國文化產業的「黃金發展期」。¹⁸

中國「十一五」時期中國政府對於各方面的文化產業政策的發展方向如下：

19

一、影視製作業

發展影視內容產業，提升電視劇、非新聞類電視節目和電影、動畫片的生

¹⁷ 同前註。

¹⁸ 「「十一五」時期將是文化產業的「黃金發展期」」，人民網，
<http://culture.people.com.cn/BIG5/22226/71018/71023/4808594.html>，瀏覽日期：2010 年 4 月 2 日。

¹⁹ 「國家「十一五」時期文化發展規劃綱要」，人民網，
<http://culture.people.com.cn/GB/22226/4814175.html>，瀏覽日期：2010 年 4 月 2 日。

產能力，擴大影視製作、發行、播映和後產品開發，增加數量，提高品質，滿足多種媒體、多種終端發展對影視數位內容的需求。²⁰

二、出版業

推動產業結構調整和升級，加快從主要依賴傳統紙介質出版物向多種介質形態出版物共存的現代出版產業轉變，從主要依賴區域性市場向綜合開拓國際國內市場轉變。培育一批具有較強競爭力和實力的出版企業集團，打造一批社會效益和經濟效益顯著、具有較強影響力的出版品牌。²¹

三、發行業

支援出版物發行企業開展跨地區、跨行業、跨所有制經營，重點發展連鎖經營、現代物流和網路書店等現代出版物流通系統，形成若干大型發行集團，建設全國統一、開放、競爭、有序的出版物市場。²²

四、印刷複製業

發展高新技術印刷、特色印刷和光碟複製業，建成若干各具特色、技術先進的印刷複製基地，使中國成為重要的國際印刷複製中心。²³

五、廣告業

發揮各類媒體的作用，積極促進廣告業的健康發展，努力擴大廣告產業規模，提高媒體廣告的公信力，廣告營業總額有較快增長。²⁴

²⁰ 同前註。

²¹ 同前註。

²² 同前註。

²³ 同前註。

²⁴ 同前註。

六、演藝業

推進營業性演出單位資產重組，發展演藝經紀商，加強演出協作網路建設，形成一批大型演藝產業集團。²⁵

七、娛樂業

發展電子娛樂業，開發具有民族特色、地方特色、健康向上和技術先進的新興娛樂方式，創新娛樂業態。鼓勵連鎖娛樂企業的發展。運用高新技術改造傳統娛樂設施，加強文化娛樂主題園區建設。²⁶

八、文化會展業

發展各類綜合及專業文化會展，重點支持覆蓋全國並具有國際影響的文化會展，辦好 2008 年北京奧運會、2010 年上海世博會的相關文化活動及會展，使文化會展業成為促進中國文化產業發展的重要平臺。²⁷

九、數位內容和動漫產業

積極發展以數位化生產、網路化傳播為主要特徵的數位內容產業。加快發展民族動漫產業，大幅度提高國產動漫產品的數量和品質。積極發展網路文化產業，鼓勵扶持民族原創的、健康向上的網路文化產品的創作和研發，拓展民族網路文化發展空間。²⁸

第三節 文化產業振興規劃

2009 年 7 月中國國務院總理溫家寶在所主持的國務院常務會議裡討論並原

²⁵ 同前註。

²⁶ 同前註。

²⁷ 同前註。

²⁸ 同前註。

則性的通過《文化產業振興規劃》，此規劃的通過除了被視為貫徹中共十七大精神的重要表現，也意味著中國的文化產業發展已經提升至國家戰略的層面，納入了中共的黨和國家的重要工作日程。

中共在十七大報告中明確提出，要積極發展公益性文化事業，大力發展文化產業，激發全民族文化創造活力，更加自覺、更加主動地推動文化大發展大繁榮。²⁹而在近年全球性金融危機中，中國的文化產業逆勢而上，更顯現出文化產業的特點與發展優勢。因此，2009年年初，中共中央宣傳部會同文化部、廣電總局、新聞出版部屬成立調查研究組，著手該規劃的調查研究與編制工作。

中國政府在《文化產業振興規劃》中提出了到2011年末文化產業發展要在現有基礎上實現五個「進一步」目標，即為文化市場主體進一步完善、文化產業結構進一步優化、文化創新能力進一步提升、現代文化市場體系進一步完善、文化產品和服務出口進一步擴大。³⁰而中國政府也在《文化產業振興規劃》中圍繞著這五個目標，提出了當前著重發展的八個重點任務，目的就是希望在計劃時間2011年末內，文化產業在中國的規模能不斷的擴大，並且佔國內生產總值的比例能大幅提升，整體在國際上的實力以及競爭力也都能有很明顯的增長，對於推動經濟社會的發展在功能與作用方面都能得到較好的發揮。而《文化產業振興規劃》中所提到的八個重點任務整理如下：

一、發展重點文化產業

以文化創意、影視製作、出版發行、印刷複製、廣告、演藝娛樂、文化會展、數字內容和動漫等產業為重點，加大扶持力度，完善產業政策體系，實現跨越式發展。³¹

²⁹ 「文化產業振興規畫」，上海創產中心，
http://www.scic.gov.cn/cms/Article_Show.asp?ArticleID=1610，瀏覽日期：2010年4月7日。

³⁰ 「文化產業振興規劃公佈 上升為國家戰略性產業」，中國文化產業網，
http://cnci.gov.cn/content/2009927/news_52507.shtml，瀏覽日期：2010年4月7日。

³¹ 「蔡武解讀《文化產業振興規畫》：培育新的經濟增長點」，央視網，
http://news.cctv.com/china/20090930/101911_1.shtml，瀏覽日期：2010年4月7日。

二、實施重大項目帶動戰略

加快建設一批具有示範作用和產業拉動作用的重點文化產業項目，並針對「十一五」時期所確定的重點產業項目，確保其資金的投入，並加快實施腳步。而在宣傳文化系統方面也將選擇一批具備實施條件的重點項目給予支援。³²

三、培育骨幹文化企業

在新聞出版領域方面將重點推動出版發行企業聯合重組，打造中國出版傳媒業的航空母艦；廣電領域方面將積極推動省內有線電視網路整合，並支援有條件的省級網路公司跨省重組擴張；文化系統將重點推動動漫遊戲業的資源整合，在全國形成若干有自主創新能力的動漫企業集團；在表演藝術方面將推動演出院團的體制改革，推動建構有強大競爭能力的演藝集團，另外也將推動演藝資源的整合，在全國形成若干有聚集效應和強大輻射力的演藝院線。³³

四、加快文化產業園區和基地建設

要加強對文化產業園區和基地佈局的統籌規劃，堅持標準、突出特色、提高水準。建設若干全國和區域性現代流通組織和遍佈全國的區域文化產品物流中心，建設一批文化創意、影視製作、出版發行、印刷複製、演藝娛樂和動漫等產業示範基地，加快發展具有鮮明地域和民族特色的文化產業群。³⁴

五、擴大文化消費

創新文化產品和服務，培育新的文化消費熱點，並且提供價格合理、豐富多樣的文化產品和服務。積極開發與文化相結合的教育培訓、健身、旅遊、休

³² 同前註。

³³ 同前註。

³⁴ 同前註。

閒等服務性消費，藉由此來帶動相關產業的發展。³⁵

六、建設現代文化市場體系

建立出門類齊全的文化產品市場以及文化要素市場，促進文化產品和生產要素的合理流動。發展文藝演出院線，推動有線電視網路、電影院線、數位電影院線、出版物發行的跨地區整合。³⁶

七、發展新興文化業態³⁷

積極採用數位、網路等高新技術和現代生產方式，推動文化產業升級；支持發展移動多媒體廣播電視、網路廣播電視、數位多媒體廣播、手機廣播電視；開發移動文化訊息服務、數位娛樂產品等增值服務，為各種便於攜帶的數位產品提供內容服務；積極發展有聲讀物、電子書、手機報和網路出版物等新興出版發行業態。³⁸

八、擴大對外文化貿易

落實國家在鼓勵和支持文化產品和服務出口方面的相關優惠政策，並在市場開拓、技術創新、海關通關等方面給予支持。³⁹

第四節 小結

中國改革開放 30 年以來，政府方面透過政策、法規來扶持文化產業的發展，使得中國在文化產業方面跳脫過去的框架，大膽實踐，逐步轉變成為符合

³⁵ 同前註。

³⁶ 同前註。

³⁷ 文化業態意指文化產業經營的形態。進入 21 世紀以來，數位訊息技術與文化融合，作為與知識經濟相適應的產業形式，新的文化業態不斷出現，包括創意設計、網絡文化、線上娛樂、新興電視媒體、文化產物製造、綜合性版權貿易、現代文化產品物流服務等。

³⁸ 同前註 35。

³⁹ 同前註。

社會主義市場經濟體制客觀要求的具中國特色之文化產業。

十六大以來，中國國務院、文化部以及相關部門始終把完善文化產業政策作為重點工作，先後制訂發布了一系列促進文化產業發展的政策和文件，而各地省份也都將制定的政策作為發展文化產業的重要方針。中國 31 個省區市和 5 個計劃單列市中，有 33 個制定發布了扶持文化產業發展的政策措施，其中 28 個省市發布了 85 個文化產業政策文件，22 個省市制定發布了 26 個文化產業發展規劃和綱要，23 個省分設立了扶持文化產業發展專項資金。從中國政府領頭到省市政府跟進，這些由上到下所制定發布的重要政策都為促進中國文化產業發展提供了強而有力的政策支撐。⁴⁰

而從本章可得知中國政府在文化產業上所扮演的角色，除了主導整個文化產業的發展，並也給予其大量的資源與協助，利用政策的制定以及稅收的優惠來創造出適合的環境使其快速的成長。

產業的成長，除了政府所制定的政策外，最主要的就是產業本身的結構與產業的環境。中國工業社會正在衰退當中，這現象使得中國正面臨著經濟轉型的壓力，要如何使中國的文化創意產業政策在有效時間內使得其產業有更快速的成長，產業集聚是一個相當重要的關鍵。產業集聚的構成除了產業本身的相互吸引外，政府的主導角色也是相當重要的，因此，在下一章，筆者將從產業集聚的現象來探討中國地方政府在發展地方文化創意產業時所提出的政策，以及發展時所扮演的角色。

⁴⁰ 「改革開放 30 年文化產業回顧及前景展望」，中國網，
http://big5.china.com.cn/culture/zhuanti/09whcy/2009-05/05/content_17725922_3.htm，瀏覽日期：2010 年 4 月 9 日。

第三章 文化創意產業集聚與政府作為

從「中國製造」到「中國創造」，文化創意產業在中國的發展除了需要政府強而有力的主導外，相關產業間的集聚化現象也是一個相當重要的一個過程，這對於以中小企業或個人工作室為主的文化創意產業來說，產業集聚不只是個過程，更是提升競爭力的一個方式。中國政協副主席黃孟復就在一次的論壇當中表示：「大力發展民營經濟，走新型產業集群¹道路，搶占區域經濟增長制高點，是民營經濟發展最有生命力的新道路。」²由此可看出，在中國，產業集聚不僅是政府提高產業效益的手段，更是產業轉型的一個必經過程。

因此，筆者將從產業集聚現象中探討北京、上海和天津這三個城市之地方政府在文化創意產業園區形成的過程中所扮演的角色，從政策面到實際面的角度來觀察目前這些直轄城市文化創意產業園區的發展現況。

第一節 產業集聚之定義與形成

一、何謂產業集聚？

1990年麥克·波特(Michael E. Porter)在《國家競爭優勢》中首先提出產業集聚(Industrial Cluster)一詞來分析產業集聚的現象。區域的競爭力對企業的競爭力有很大的影響，他從對10個工業化國家的考察中發現，產業集聚是工業化過程中的普遍現象，在所有強大的經濟體中，都可以很明顯的看到各種產業集聚。

3

¹ 產業集聚 (Industrial Cluster)一詞為台灣用法，而在中國通常是翻譯為“產業集群”。

² 「黃孟復：發展“產業集群”是民營經濟發展最有生命力的新道路」，廣西壯族自治區工商業聯合會，

<http://www.gxfic.org.cn/hydqsh/ShowArticle.asp?ArticleID=256>，瀏覽日期：2010年4月13日。

³ 李明軒，邱如美譯，Michael E. Porter 著，**國家競爭優勢**(臺北：天下文化，1996年)。

二、產業集聚對產業競爭力的影響

產業競爭力指的就是在某個國家或某一地區的某個特定產業相較於其他國家或某一地區同一產業在生產效率、滿足市場需求、持續獲利等方面所表現的競爭能力。同一產業的相關企業集聚在同一個區域，相互競爭與合作，對提高產業的競爭力有很大的幫助。而產業在地理上的集聚，對於該產業的競爭優勢可以造成下列四個層面的影響：⁴

(一) 產業集聚提高了產業的整體競爭力

產業集聚形成後，可加強產業升級的速度，例如降低成本、刺激創新、提高效率、加劇競爭等，提升整個區域的競爭能力，並形成一種集聚競爭力。這種新的競爭力是非集聚和集聚外的企業所無法擁有的。也就是說，在其他條件相同下，集聚將比非集聚更具有競爭力。集聚對於產業的幫助不只是加劇企業彼此之間的競爭，還更表現在合作上。⁵

(二) 產業集聚加強了集聚內企業間的有效合作

在大部分市場經濟國家中，企業都是創新體系主體。因此，企業之間的技術合作和其他的非正式互動關係就成了知識轉移的最直接、最重要的形式。企業間合作的基礎是信任而不是契約。因此，沒有企業之間的深刻信任，任何形式的契約都難達到合作的預期目標。集聚的發展正好符合了這方面的要求，群內的企業因為地理環境的接近和高層之間的密切聯繫，形成共同的正式或非正式的行爲規範和慣例，彼此之間容易建立密切的合作關係，減少機會主義的傾向，降低合作的風險和成本，因而其合作的機會和成功的可能性無疑會大大增加。現代組織理論更是預言，產業內企業聯合的形式很可能是未來的潮流，它

⁴ 「文化創意產業集群發展策略」，[互聯網](http://www.wjjw.cn/news/html/027/923.html)，<http://www.wjjw.cn/news/html/027/923.html>，瀏覽日期：2010年4月13日。

⁵ 同前註。

將取代公司之間一對一的競爭，供應商、客戶、甚至競爭者將走在一起，共同分享技能、資源，共擔成本。⁶

(三) 產業集聚增加了企業的創新能力和促進企業增長

集聚不但有利於提高生產率，也有利於促進企業的創新。這種創新具體體現在觀念、管理、技術、制度和環境等許多方面。首先，產業集聚能為企業提供一個良好的創意氛圍，產業內的企業彼此接近，自然會感受到競爭的壓力，迫使企業必須要不斷的進行技術創新以及組織管理的創新。而面對競爭者的挑戰，企業除了內部的創意外，對於自身產品的設計、開發、包裝等方面，都也得不斷的創新和改進，才能經得起強大競爭壓力下的市場需求考驗。而由於企業與企業之間都在同樣的地理環境下發展，這也使得集聚內企業的創新經驗很容易利用合作機會與鄰近的集聚企業相互交流，相較於非產業集聚的企業，產業集聚內部的知識和技術擴散明顯快了許多，而群內企業本身的創新成本也會因此而降低。在這方面，除了能提升企業本身的創新能力外，連帶的也是提升了整個產業集聚的對外發展與競爭力。⁷

(四) 產業集聚發揮了資源共用效應，有利於形成“區位品牌”

產業集群具有地理集聚的特徵，因此，產業群內的企業及其支撐企業、相關輔助機構，如地方政府、行業協會、金融部門與教育培訓機構都會在空間上相應集聚，形成一種柔性生產綜合體，構成了區域的核心競爭力。集聚的形成更使得政府願意去投資相關的教育、培訓、檢測和鑑定等公用設施；另外，這些設施的設立又明顯促進了集聚內部的企業發展。隨著產業集聚的成功，集聚所依託的產業和產品不斷走向世界，自然就形成了一種世界性的區域品牌。一般企業要建立自己的品牌，需要龐大的資金投入，然而企業利用集聚內企業的整合力量，加大廣告宣傳的投入力度，利用群體效應，很容易會形成“區位品牌”，從而使每個企業都受益。而這樣的區位品牌與企業單獨的品牌形象相比，

⁶ 同前註。

⁷ 同前註。

更形象、直接，更具有廣泛的、持續的品牌效應。這種區域品牌的效應，不僅有利於企業對外交往，開拓國內外市場，也有利於提升整個區域的形象，為招商引資和未來發展創造有利條件，大大提升了集聚內部企業的比較競爭優勢。⁸

中國正面臨產業結構的轉變壓力，因此，如何使得其產業能夠在有效的時間內產生出可觀產業價值就成了中國最主要必須面對的課題。中國文化創意產業發展雖然較各國晚，但由於政府的大力推動，將文化產業列為國家重點的發展項目，使得中國的文化創意企業及文化创意工作者陸續的出現，而要如何使得這些文化創意的企業及工作者得到更大的整合，文化创意產業園區就是一個很好的整合方式，這也是中國政府所積極在努力的方向。

第二節 文化創意產業集聚

所謂文化創意產業集聚，指得就是在文化創意產業領域中，眾多獨立又相互關聯的文化創意企業以及相關掌管機構，依據專業化分工和合作關係建立起來的產業園區。而文化创意產業集聚與傳統產業集聚相互比較之下有三個特點：⁹

(一) 文化创意產業集聚內企業的相互聯繫是鬆散的，多樣性是文化创意產業發展的重要因素，緊密的聯繫會使得內部團體排斥外來者，而破壞其多樣性。¹⁰

(二) 文化创意產業集聚大多數來說並不會緊鄰著擁有技術的校園。文化创意產業集聚裡有非營利企業、文化機構、藝術場所、媒體中心和在那生活的不同類型藝術家。他既是工作的地方，也是生活的地方；既是文化生產的地方，也是文化消費的地方。因此，多樣性和變化性就成了它的特點。¹¹

(三) 傳統的產業集聚是由企業先產生集聚現象，而之後企業才吸引人才；但文化创意產業剛好相反，是創意人才先集聚在同一環境後，企業才被創意人才所

⁸ 同前註。

⁹ 趙晶媛，「文化创意產業集群發展策略」，今日中國論壇，第06期(2008年)。

¹⁰ 同前註。

¹¹ 同前註。

吸引而入駐。¹²抑或是集聚在一起的創意人才自行合作成了組織企業。

一、文化創意產業園區的類型

不同的國家有不同的角度，對於文化創意產業園區也有不一樣的分類。義大利學者 Walter Santagata 以功能為取向將文化產業園區分為四種類型：¹³

(一) 產業型

產業型的文化產業園區主要是以獨特的造型、地方的文化、藝術和工藝傳統為基礎而建立的。此類型園區的獨特處就在於它的“工作室效應”和“創意產品的差異”。¹⁴

(二) 機構型

機構型的文化產業園區主要是以產權轉讓和象徵價值為基礎而建立的，而它的基本特徵是有正規機構，並將產權和商標分配到受限制的生產地區。¹⁵

(三) 博物館型

博物館型的文化產業園區主要是以網絡外形和最佳尺寸搜尋為基礎而建立。園區通常是圍繞博物館網絡而建，位於具有悠久歷史的城市市區。而其本身的密度能造就出系統性的效應，藉以來吸引觀光客前去參觀。¹⁶

(四) 都市型

都市型的文化產業園區主要是以訊息技術、表演藝術、休閒產業和電子商務為基礎而建立。通過使用藝術和文化服務，賦予社區新生命以吸引市民，抵抗工業經濟的衰落，並為城市打造出新的形象。¹⁷

¹² 同前註。

¹³ Walter Santagata, “Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth,” *International Journal of Urban and Regional Research*, 2002 NO.1 , <http://129.3.20.41/eps/othr/papers/0210/0210004.pdf> .

¹⁴ 同前註。

¹⁵ 同前註。

¹⁶ 同前註。

¹⁷ 同前註。

二、中國文化產業園區類型的劃分

文化創意產業正處於發展階段的中國，在產業園區的分類與世界各國相比起來種類較少。但儘管如此，中國還是發展出獨特性的創意產業園區。依照區位劃分，中國的文化創意產業園區可分為下列四種類型：

(一) 以舊廠房和倉庫為主體依附發展

在城市中被遺棄的老舊廠房和倉庫，因為寬敞明亮的空間以及廉價的租金，往往都會成為文化創意產業的又一滋生之地。在國外，許多成功的文化創意產業園區都是利用老舊廠房和倉庫來改建並作為主體來發展文化產業。而在中國，較早出現的大山子藝術區就是依附著北京朝陽區的老舊廠房來發展。而上海近年崛起的文化創意產業園區也都是藉由著老舊工廠或倉庫的改建來發展獨特的文化價值，例如：田子坊創意產業園區就是坐落於上海 20 世紀 30 年代所留下的弄堂工廠群。這些創意產業集聚區利用現有的建築創造了具有獨特性的創意產業發展平臺，這不但保護了歷史文化財產，更是歷史價值、藝術價值以及經濟價值相結合的最好示範。¹⁸

(二) 以大學為主體依附發展

大學是一個開放的社區，也是一個提供多元文化的場所，因此以大學為新技術的源頭，不僅可以開發新的技術；同時它也是各類人才的聚集地，不但可以培養人才也會吸引到各領域優秀的人才加入。如上海的陽浦區赤峰路建築設計一條街就是依附著中國同濟大學來發展，而正在建設中的中國人民大學文化產業園區和 TCL 廣州文化產業基地這些也都是以大學為發展依附的產業園區。因此，依附大學來發展文化創意產業也是文化創意產業園區成功的重要途徑。¹⁹

(三) 以開發區為主體依附發展

¹⁸ 樊盛春、王偉年，「文化產業園區理論問題探討」，**企業經濟**，第 10 期(2008 年)。

¹⁹ 同前註。

主要是以高科技產業為發展依附，因為其區內的科技技術相當發達，學校、研究機構、科技企業都集聚在那，區內科技與文化相結合的人才就會相當的多，也因此如此，相當適合發展以文化與科技為結合的文化產業，位於北京中關村科技園區內的中關村創意產業先導中心就是最好的例子。²⁰

(四) 以傳統特色文化社區、藝術家村為主體依附發展

這種類型的文化產業園區通常有兩個情況，一種是依附在傳統的文化區域發展，利用區域內的歷史文化氣氛來打造出具有獨特性的文化產業園區，例如四川德陽三星堆文化產業區、北京高碑店傳統民俗文化產業園區等。第二種就是利用藝術家集聚的地點來做為依附發展，例如北京的幾個畫家村。²¹

三、文化創意產業集聚發展的策略

(一) 發揮政府支持作用

政府在文化創意產業發展的過程中主要是發揮支持作用，建立軟硬體設備，制定科學性、合理性、適當性的文化創意產業政策，確定文化創意產業集聚後的發展方向。而當文化創意產業集聚開始成形後，政府就應該減輕主導作用，並減少對文化資源的壟斷，通過扶持的手段來調整產業的佈局等多種政策，促使其發展成為完整的文化創意產業集聚。²²

(二) 打造品牌優勢

打造文化創意產業品牌是發展文化創意產業集聚的一個相當重要的過程，其涉及到了文化創意產業集聚本身定位的問題。發展文化創意產業，就必須要結合各地區的文化資源進行定位。品牌和定位對於其產業的發展是相當有利的，因此，地方政府應依託已有文化創意產品的生產基地，打造良好的區域品牌，對現有的文化創意產品名稱要積極的來做產業宣傳、策劃等區域行銷，以

²⁰ 同前註。

²¹ 同前註。

²² 趙晶媛，「文化創意產業集群發展策略」，今日中國論壇，第06期(2008年)。

樹立文化創意產業集聚品牌，提昇產業園區的形象以及產業集聚的競爭力。²³

(三) 選擇適合的集聚模式

文化創意產業園區應根據本身定位、資源條件、企業狀況等，選擇適合的產業集聚模式。²⁴

(四) 完善智慧產權保護系統

由於文化創意產業的產品複製性高，如果創作者本身沒辦法在專利上受到法律的保護，這不但會降低創作者進行創作的積極度，更是會影響到整個文化創意產業的獨特性以及公平性。因此，文化創意產業集聚發展的過程中，建立一個完善的智慧產權保護系統是相當重要的，因為唯有完善的智慧產權保護，才能促使文化創意產業長遠的發展。²⁵

第三節 地方政府對文化創意產業園區之作為與發展現況

文化創意產業園區的發展，除了產業本身企業外，政府也是扮演了相當重要的角色，除了建立軟硬體設備外，還要制定合適的政策方向來協助產業的發展。而由於中國各省均以文化創意產業為發展重點，因此，筆者將以北京、上海及天津這三個直轄市的發展現況和政府作為來做介紹。

一、北京

(一) 北京文化創意產業的發展歷程

北京是中國的首都，也是全國政治、文化和世界上重要的交流中心。雖然僅是中國第二大城市，但北京是中國全國陸空交通的總樞紐，也是國際上往來的重要城市。

擁有開城 3000 餘年和建都 850 多年歷史的北京，目前市級集聚區內已有

²³ 同前註。

²⁴ 同前註。

²⁵ 同前註。

8200 多間的創意企業，而北京的文化創意產業的產值也達到了 960 多億元，佔北京市全部產業產值的 14% 以上，由此可知，文化產業在北京的發展是相當快速的。²⁶

其實早在 1996 年北京市政府所出臺的《關於加快北京市文化發展的若干意見》裡就提到“北京應該大力發展文化產業，並使其成爲北京支柱產業之一，使得北京成爲全國最重要的文化產業基地。”當年，中國正處於九五時期，文化產業尚未納入國家發展戰略，而北京市政府提前中央五年的時間將文化產業概念系統地付諸實踐，是相當具有遠見的將北京定位爲國家文化建設的首善之都以及國家文化生產的重要基地。²⁷

在 2000 年到 2005 年這段期間，北京市政府陸續出臺了《2001-2005 年北京市文化建設發展綱要》、《北京奧運行動規劃-文化環境建設專項規劃》以及《北京市文化產業發展規劃（2004 年-2008 年）》，在這段時間裡，北京明確提出建設傳統文化產業園區、區域特色文化產業基地、新型文化社區，以建構成相對完整的生態群落。²⁸

2006 年 12 月以北京市發展改革委員會爲主導，市政府文化創意領導小組辦公室評選出北京市首批 10 個集聚區。而北京市首批 10 個文化創意產業集聚區內的企業在 2006 年營業收入達 478.5 億元，利潤達 48.8 億元，總收入占全市文化創意產業的 13% 以上。截至 2007 年上半年，集聚區入駐企業 4687 家，其中授牌後新入駐企業 1101 家。如果將 2007 年申報候選的集聚區和各區縣以團塊或帶狀分佈的具有集聚性質的場所包括在內，北京具備一定規模和發展水準的集聚區的數量將達到 20 個以上。集聚區在帶動區域經濟發展、提升區域文化形象、創造地方就業等方面顯示重要影響。²⁹

²⁶ 徐中孟，**中國文化創意產業研究**(臺北：秀威資訊科技，2009 年)。

²⁷ 孔健華，「文化經濟的融合興起與北京想像-基於北京文化創意產業集聚區發展的再研究」，**藝術與投資**，第 02 期(2009 年)。

²⁸ 同前註。

²⁹ 孔健華，「文化經濟的融合發展與政府策略-北京文化創意產業發展述評」，**中國文化產業評論**，第 08 卷(2008 年)。

表 3-1 北京市六大文化創意產業集聚區

名稱	簡介
中關村創意產業先導基地	以圖書城為中心，輻射北京大學科技園、清華大學科技園、中國人民大學文化產業園、北太平洋動漫畫設計中心和甘家口地區建築創意設計帶，到 2005 年底吸引軟體、遊戲、動漫畫、音樂、出版等領域 200 餘家創意企業進駐。
北京數位元元娛樂示範基地	位於石景山 CRD（首都休閒娛樂中心區），以小山子研發基地、萬商大廈、雕塑公園、石景山遊樂園、室內主題公園、八大處公園和科技館為主體，是科技部批准設立的四個數位元娛樂產業基地之一。
「798」藝術區	利用北京朝陽區大山子地區七星華電科技集團的閒置廠房（包括原「798」工廠等）發展起來，獨特的廠房建築結構和高大的內部空間等，吸引了一批文化機構和藝術家陸續前往。這個自發形成的文化藝術區以成為中國藝術和時尚地標之一。
德勝園工業設計創意產業基地	該基地坐落於西城區得勝科技園區，一期工程總面積約為 7000 平方米。基地包括設計技術、材料展示、交流培訓、機構培育、基礎研究等五大功能板塊。近期目標是利用現有的存量資源，吸引更多的設計資源和社會資源，將其建成推動工業設計創意產業發展的智慧化平臺。
東城區文化產業園	該產業園由歌華集團整體運作，主要優先發展數位內容產業，樹立動漫網遊產業基地品牌，以歌華創意產業中心為平臺，建設北京動漫網遊研發

	製作中心及版權貿易和進出口交易中心。
國家新媒體產業基地	該基地位於亦莊開發區西邊的大興區魏善莊鎮。「十一五」期間預計投資 100 億元，準備引進英國國家動漫中心、迪士尼等世界知名旗艦級企業 5 至 10 家。

資料來源：徐中孟，**中國文化創意產業研究**(臺北：秀威資訊科技 2009 年)。

(二) 北京文化創意產業扶持政策

健全的產業是需完整的扶持措施，才能使得該產業能在完整的保障下健全發展。在發展文化創意產業上，北京市政府堅持由政府引導、市場主導、企業主體的發展模式，結合首都城市功能定位和經濟社會發展目標，重點從領導體制、政策保障、規畫指導、資金支持等方面建立完善的文化創意產業相關政策，而第一步是由政府主導成立了文化創意產業領導小組，來建立一套完整的扶持政策。³⁰

1. 全面構築產業規畫指導體系

北京市所出台的《文化創意產業發展規畫》明確界定了文藝演出、出版發行和版權交易等九項文化產業作為發展北京文化創意產業的九大重點任務，內容制定了加快發展北京文化創意產業的 10 條保障措施，而各區也根據自身文化資源和環境條件，相繼制定了區域級的法規，基本建構起了市區兩級文化創意產業規畫指導體系，在實務工作層面來說發揮了重要引導以及加強推動的作用。³¹

2. 積極建立產業政策保障體系

2006 年底北京市政府所出台的《北京市促進文化創意產業發展的若干政策》從放寬市場准入³²，完善進入市場的機制；支持創意研發，鼓勵自主創新；保

³⁰ 牛維麟、彭翊，**北京市文化創意產業集聚區發展研究報告**(北京：中國人民大學出版社，2009 年)，頁 97。

³¹ 同前註。

³² 市場准入，是指一國允許外國的貨物、勞務與資本參與國內市場的程度。

護知識產權，營造創意環境；加大資金支持，拓寬融資渠道；拉動市場需求，促進內外貿易；優化資源配置，推動產業升級；實施人才興業，強化智力支撐；完善統籌機制，強化組織協調等八個方面，分 35 條詳細說明政府支持產業的方式，為北京市發展文化創意產業做了一個完善的基礎政策。北京市的文化相關產業也都以此為基礎，陸續制定了相應的產業政策和實施細則，逐步形成以《若干政策》為基礎，實施細則、行業政策和區域政策為協調配套的文化創意產業扶持體系。³³

3. 文化創意產業重點行業相關扶持政策出台

相關規劃、政策頒布後，北京市政府也就文藝演出、出版發行、廣播影視…等相關文化創意產業推出了相關的扶持政策，積極的由上到下組織成一個完整的扶持體系。³⁴

4. 文化創意產業領導小組各領域相關扶持政策出台並積極推動政策實行

相關政策完善的同時，北京市相關部門也積極貫徹落實現有政策，支持文化創意產業的發展。北京市商務局在 2007 年出台的《商務部門促進文化創意產業發展的指導意見》裡指示，凡經批准進入文化創意產業集聚區內的文化創意企業，優先辦理登記註冊手續；北京市國土局也在 2007-2010 年土地供應中期規劃及 2007 年度土地供應計劃中明確指示優先支持和保障文化創意產業用地的供應，從計劃源頭上確保文化創意產業發展的用地需求；而北京市地稅局在整合現有政策的基礎上，編寫了《文化創意產業稅收優惠政策彙編》，有效推動文化創意產業稅收優惠政策的落實。³⁵

5. 北京市各區域紛紛制定區域優惠政策

除了市級扶持政策外，北京市各區也根據自身實際狀況和產業功能定位來推出區域性的文化創意產業扶持政策，而大部分的區級單位都是以設立文化創

³³ 牛維麟、彭翊，**北京市文化創意產業集聚區發展研究報告**(北京：中國人民大學出版社，2009 年)，頁 97。

³⁴ 同前註。

³⁵ 同前註。

意專項基金的方式來鼓勵文化創意產業的發展。³⁶

(三) 北京文化創意產業的發展優勢

1. 人力、知識資源優勢

北京市的高等學校、科技研究機構、人才培養和科技研究成果數量在全國是處於領先的地位。北京也是全國最大的科學技術研究基地，北京的中國科學院、中國社會科學院及清華、北大、人大等在科技研究方面都有極高的聲望，人力資源與智力資本為北京的文化創意產業帶來許多發展上的優勢。因此，無論在哪個方面，北京在吸引、培育人才方面都是處於全中國領先的地位。³⁷

2. 金融資源優勢

北京是各大金融機構總部所在地，北京金融街匯集了中國金融業 60% 以上的資產，控制著全國 90% 的信貸資金和 65% 的保費資金的運用。近年來，北京已經有少數的文化企業通過股份制改造在國內資本市場上市，將來還有許多北京文化企業準備上市，中國也將傳播與文化產業確定為上市公司的 13 個門類之一。隨著 WTO 步調正在進行著，一些國際文化傳媒跨國企業以開始進入北京文化產業市場，它們能夠利用資本市場的投、融資平台和結構調整功來做為提高北京文化產業綜合競爭力的增強優勢。而 2006 年 10 月 30 日，北京市政府明確指出每一年將安排五億元的文化創意產業發展專項基金。同年，許多風險投資基金開始看重文化產業市場，紛紛就相關產業設立投資基金，吸引投資客的投資。³⁸

3. 文化資源、首都優勢

北京是中國的首都，也是中國最高的政治、經濟中心。這種情況會帶來一種巨大的吸引力和輻射力，而這就是發展文化產業的一種優勢，除了龐大的消費與投資人流會注入北京外，更是會吸引到來自世界各國的藝術創意人才到北

³⁶ 同前註。

³⁷ 同前註。

³⁸ 同前註。

京設立工作室及藝術中心，使得北京能夠快速成爲世界文化產業重要的城市之一。³⁹

二、上海

(一) 上海文化創意產業的發展歷程

位於中國大陸海岸線中部的長江口的上海是中國第一大城市，也是中國最大的工業基地、外貿港口和最大的商業城市，更是目前全球重要的經濟和貿易中心，有超過 2000 萬人口居住和生活在上海及其附近地區。

上海文化創意產業的發展源自於 1997 年上海的第一次重大的產業結構調整，即都市產業結構調整。1998 年，上海市政府提出“都市型工業”概念。2000 年，確定了 600 平方公里的中心城區優先發展現代服務業、6000 平方公里的郊區優先發展先進製造業的佈局。⁴⁰2000 年，上海服務業在經濟結構中所占比重在達到了 50% 以後，一直處於徘徊狀態。上海市委、市政府也注意到了文化發展、深化體制改革與產業結構升級的相互關係。自 2004 年中央批准上海試行文化體制改革試點方案後，2005 年上海市委通過《上海實施科教興市行動綱要》，要求上海的經濟和社會發展真正以科學技術作爲動力，在更高的層次上尋求經濟和社會發展的科技支撐⁴¹。2005 年 4 月由上海市經委牽頭，成立上海創意產業中心爲平臺的創意產業發展服務機構，爲 18 個上海創意產業集聚區掛牌。這些園區中有來自美國、日本 30 多個國家和地區的創意設計企業 800 多戶，從業人員上萬人，產業門類涉及工業設計、遊戲軟體、動漫藝術、網路媒體、時尚藝術等。2005 年 11 月以及 2006 年 5 月上海市經委分別爲第二批、第三批創意產業集聚區掛牌，這樣累計有 50 個創意產業集聚區。⁴²

³⁹ 同前註。

⁴⁰ 謝耘耕，「上海創意產業發展的基礎、現狀與對策」，人民網，<http://media.people.com.cn/BIG5/10090227.htm>，瀏覽日期：2010 年 4 月 17 日。

⁴¹ 榮耀明，「創意產業集聚發展的線路圖」，葉辛、蒯大申主編，**上海文化發展藍皮書 2006**(北京：社會科學文獻出版社，2006 年)，頁 33~35。

⁴² 諸勁風，「上海城市與創意產業園區協調發展研究」，**中國人口-資源與環境**，第 17 卷第 6 期

2008年1月，上海提出實現今後五年經濟社會發展目標，要著力做好的第一項工作是“加快形成服務經濟為主的產業結構，不斷提高產業國際競爭力”、“大力培育發展創意產業等新興服務業。並為創意產業構建了訊息、交易、投資、教育及宣傳五大公共服務平臺，希望借此打通創意產業鏈條。⁴³

基於此，上海根據產業的共同特徵、與創意產業的相關度，結合上海經濟發展目標，確定了“十一五”期間創意產業的五大類重點發展行業。截至2008年8月，上海已有75間創意產業集聚區獲得掛牌營運，建築面積225萬平方米。而進駐集聚區內的創意產業相關企業的數量高達2500多家，從業人員逾2萬人，來自美國、日本、比利時、法國、新加坡、義大利等30餘個國家和地區，涉及研發設計創意、建築設計創意、諮詢策劃創意、文化傳媒創意和時尚消費創意等創意產業的主要領域。⁴⁴

表 3-2 “十一五”時期，上海文化創意產業發展重點項目

五大類	主要內容
與產業研發相關的創意設計	工業設計、工業美術品設計、軟件設計
與建築相關的創意設計	工業勘查設計、建築裝飾、室內設計
與文化相關的傳媒創意設計	文藝創意表演、廣播、電視、電影製作
與諮詢策劃相關的創意設計	市場調查、證券諮詢、會展服務
與時尚消費相關的創意設計	休閒體育、休閒娛樂、婚慶策劃、攝影 創作旅行

資料來源：「上海創意產業發展的基礎、現狀與對策」，

<http://media.people.com.cn/BIG5/10090227.html>，瀏覽日期：2010年4月17日。

(二) 上海文化創意產業扶持政策

除了上海市政府在文化創意產業園區發展方面給予相關優惠政策外，上海各區政府以及相關的部門也提供了一系列的配套政策，來扶持並鼓勵上海文化

(2007年)，頁141-142。

⁴³ 謝耘耕，「上海創意產業發展的基礎、現狀與對策」，人民網，
<http://media.people.com.cn/BIG5/10090227.html>，瀏覽日期：2010年4月17日。

⁴⁴ 同前註。

創意產業園區的發展。

表 3-3 上海各區文化創意產業園區有關優惠政策一覽

市區	優惠政策
黃浦區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根據企業的類型，所得稅可享受一免、二免二減半或三免三減半。 2. 流轉稅實行“超額優惠扶持”。 3. 設立黃浦區旅遊紀念品專項發展基金。
靜安區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 二免三減半的優惠退稅政策。 2. 降低園區地段的租金，入駐園區的企業享有租金優惠政策。 3. 所有文化創意產業比照高科技園區的優惠政策給予扶持。
盧灣區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 凡註冊在區科技創意孵化基地的企業，繳納各項稅收的地方部分（包括所得稅、營業稅、增值稅的地方部分等），將依據企業項目開發、繳納稅收及經營狀況，按其繳納地方稅的 30%~50%獎勵給企業。 2. 入駐園區的企業享有租金減免的優惠政策。
徐匯區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 二免三減半。 2. 新成立和新註冊併入駐孵化基地的企業所繳納增值稅的 25%和營業稅，由區科技發展基金三年內給予 50%支持。
長寧區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 三免三減半。 2. 流轉稅地方部分的 40%~50%退還多媒體產業園，再由園區按比例返還企業。 3. 撥專款用於多媒體科技展示平臺、會展平臺、研發平臺的建設。 4. 所有文化創意產業比照高科技園區的優惠政策給予扶持。

浦東新區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企業減稅（按照 15%徵收企業所得稅）及特定項目減免稅。 2. 一般生產性外商投資企業按 15%繳納企業所得稅，二免三減半。
楊浦區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 三免二減半。 2. 文化創意企業免徵營業稅；其繳納的企業所得稅，由區財政全額返還給項目擁有者。
閘北區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新辦企業兩年內免徵所得稅。 2. 新辦企業和經濟組織當年上繳“三稅”達到 50 萬元以上的，可提出申請享受“一是一議”政策。 3. 經認定為多媒體產業的高新技術項目和企業，按 10%徵收所得稅。 4. 對入駐適用地域範圍的多媒體企業和經濟組織，給予房租補貼。
閔行區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新辦企業兩年內免徵所得稅。 2. 出口產品產值達到當年產值 70%以上的，按 10%徵收所得稅。 3. 被認定為文化創意企業的，按 15%徵收所得稅。
普陀區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 文化創意企業所得稅按 15%徵收。 2. 文化創意企業營業稅、企業所得稅和增值稅的地方部分，享受三免二減半，或五免三減半。

資料來源：魯育宗，「上海創意產業發展報告」，**上海經濟**，第 3 期（2005 年），頁 61。

上海市委宣傳部、上海市文化廣播影視管理局和上海市新聞出版局聯合審定，選定了 15 家文化創意產業園區作為上海首批掛牌的產業園區。這是上海落實十七大關於推動社會主義文化大發展、大繁榮精神，按照國家實施重大文化產業項目帶動戰略，加快文化產業基地和區域性特色文化產業群建設的一項重要舉措。首批 15 家文化產業園區地域分佈廣、定位分工仔細，包括位於浦東新

區的動漫谷文化創意產業基地、國家數位元元出版基地；位於中心城區的徐匯電子藝術創意產業基地、徐匯數位元元娛樂產業基地、2577 創意大院、長寧多媒體產業基地、長寧新十鋼視覺文化藝術產業基地、盧灣區田子坊和靜安現代戲劇穀；位於郊區的金山中國農民畫村、南匯新場民間技藝文化創意基地、松江倉城影視產業基地，以及普陀天地網路數位元內容產業基地、M50 創意園、楊浦五角場 800 藝術基地。⁴⁵

(三) 上海文化創意產業的發展優勢

1. 上海有比較好的產業發展基礎

上海自近代以來一直是中國最重要的經濟中心城市，曾經一度還是整個遠東地區的金融貿易中心。新中國建立以來，上海從金融、貿易、航運為主的經濟樞紐城市進一步發展成為全能型經濟中心城市，連續 16 年經濟實現高速增長。2008 年上海人均 GDP 達到 10529 美元，首次突破萬元大關，已經進入中等發達經濟體行列。⁴⁶

隨著市場經濟的發展和科學技術的進步，上海的產業結構發生了很大的轉變。目前，上海農業對 GDP 的貢獻已經趨於零，製造業對 GDP 的貢獻開始進入穩定狀態，第三產業成為推動上海經濟發展的主要力量。今年上半年，上海第三產業的比重首次超過 60%。初步具備了創意產業快速發展的經濟基礎、產業條件和市場需求。⁴⁷

創意產業是第三產業中具有高附加值的部分，在產業價值鏈中佔據高端，它的規模發展對於促進上海產業結構升級，佔領經濟發展制高點，並與“長三角”地區其他城市形成合理經濟分工，實現錯位競爭和共同發展，具有十分重要的意義。⁴⁸

⁴⁵ 「上海首批 15 家文化產業園區出爐」，中國文化產業網，

http://www.cncci.gov.cn/content/2009417/news_44406_p3.shtml，瀏覽日期：2010 年 4 月 17 日。

⁴⁶ 謝耘耕，「上海創意產業發展的基礎、現狀與對策」，人民網，

<http://media.people.com.cn/BIG5/10090227.html>，瀏覽日期：2010 年 4 月 17 日。

⁴⁷ 同前註。

⁴⁸ 同前註。

2· 上海具有東西方文化交融、國際化程度高的特點

作為近百來年來中國對外的視窗，加上近代殖民統治者的覬覦和登陸，上海結合了來自世界各地的文化，這種兼顧與包容的歷史情勢形成了上海獨特的海派文化：時尚、先進、包容不同的價值觀、消費觀在這裡碰撞，任何思潮都可以在這裡尋找到自身發展的土壤。早在 20 世紀二三十年代，上海已有“東方巴黎”之稱，時裝產業高度發達，是亞洲的時尚之都。同時，作為中國的文化中心，上海的出版業發展迅速，全國最大、最具聲望的報社和出版社當時都在上海。中國早期動漫藝術也於此時誕生於上海，當時“萬氏兄弟”在上海拍攝了中國最早一批動畫片。至三四十年代，電影產業在上海形成了相當大的規模，誕生了左翼電影、國防電影、新現實主義等流派和《王老五》、《一江春水向東流》、《馬路天使》等經典影片，造就了周璿、阮玲玉、趙丹 等中國第一代電影明星，被稱作是“中國電影的好萊塢時代”。⁴⁹

今天的上海依然接納來自世界各地、全國各地的新移民，不同的民族、不同種族、不同文化在此再次碰撞與激蕩，而上海文化歷史元素一旦被啟動，依託現代科技的技術支撐，必然會衍生出無數的創意。⁵⁰

3· 上海具有豐富的人力和教育資源

上海擁有眾多高等院校、科技研究院所和企業所屬研發部門，以及數量龐大的研究開發隊伍。在中國科技發展戰略研究小組發布的《中國區域創新能力報告 2006—2007》中，上海以 57.09 的綜合分值連續三年佔居全國之首。該《報告》分析說，上海連續三年領先，靠的是“卓越的商業氛圍、深厚的工業基礎、企業的創新主體地位，以及長三角經濟體的聯動”。而在構成綜合指數的 5 個一級指標中，上海的“知識獲取”和“創新績效”皆處於全國第一，“知識創造”、“企業創新”和“創新環境”則排在第二，整體實力較為均衡，被該《報

⁴⁹ 同前註。

⁵⁰ 同前註。

告》稱爲“全國最有創新力的地區”。⁵¹

改革開放後，上海身爲全球最具活力的城市之一，已經吸引了大量的海外與內地的創意人才前來上海工作與生活。大量在上世紀 90 年代前後到歐美、日本留學人員，也紛紛陸續回國選擇在上海創業，在眾多的“海歸”人員中出現了上海、國外兩地居住、生活與工作的情況，如此的人才無疑是上海與異域文化交流、交融最好的橋樑。⁵²

三、天津

(一) 天津文化創意產業的發展歷程

天津市位處於華北平原東北部，東臨渤海，北依燕山。天津市中心離北京 137 公里，是首都北京的門戶，對內腹地遼闊，輻射華北、東北、西北 13 個省市自治區，是中國北方最大的沿海開放城市。⁵³

2008 年，天津文化建設投入達 24135 萬元，竣工面積 67821 平方米，開工面積達 8635 平方米，維修面積 5300 平方米。建設的光華劇院、周恩來鄧穎超紀念館改造、濱湖劇院工程、李叔同（故居）紀念館等工程都相繼竣工並投入使用和對外開放。「十一五」期間天津市文化創意產業努力都維持在年均 15% 以上的成長，2010 年文化創意產業的產值更是高達了 260 億元。⁵⁴

近年來，天津大力的推展文化創意產業，重點發展動漫和網路遊戲、傳媒、藝術、演出娛樂...等行業。截至目前，全市已擁有一萬餘個文化創意產業註冊單位，資產總額達 1100 億元。藉由豐富工業歷史保留的建築資源以及豐富的歷史文化建築，加上濱海新區先行先試的政策優勢，天津市政府重點式的發展上述行業等 10 多個文化創意產業，企圖將天津打造成中國北方文化創意之都。⁵⁵

⁵¹ 同前註。

⁵² 同前註。

⁵³ 徐中孟，*中國文化創意產業研究*（臺北：秀威資訊科技，2009 年）。

⁵⁴ 同前註。

⁵⁵ 同前註。

而截至目前為止，天津市擁有各具特色的創意產業園區共十多間，進駐企業達萬餘家。

表 3-4 天津市主要文化創意產業基地

名稱	簡介
「六號院」創意產業基地	天津發展最早的創意產業園區。這曾是英國怡和洋房的倉庫，是由五座四層樓建築相成，總面積達一萬平方米。現已有一批動畫公司、設計公司、藝術家工作室和畫廊等機構進駐，舉辦了傳承思辯油畫展、雕塑展等活動。第三屆北京國際文化創意產業博覽會上，6 號院被評為「2008 中國最佳投資價值創意基地」。
意庫創意產業園	地處紅橋區西站交通商務商貿中心區，是在天津外貿地毯廠老廠房的基礎上改造而成，佔地 30000 平方米，建築面積 25000 平方米，園區內保留了 20 世紀 50 年代到 90 年代不同風格的 14 棟建築。
中匯創意公社	位於中山路中匯大廈內，建築面積為 12000 平方米，集廣告設計、會展、工業設計等為一體的文化創意產業基地。
華輪創意工廠	位於河北區，透過天津市自行車行業協會和天津市機車車輛廠的合作，利用老工業廠房打造而成。
凌奧創意產業園	位於紅旗南路南側，緊鄰奧運場館、東南快速路，是透過對原有「凌莊子村工業區」的產業置換，改建成創意產業發展的產業話平臺。園區佔地面積約 16 公頃，建築面積約 14 萬平方米。截至目前，已有幾十家創意產業類的公司和機構入駐園區發展，未

	來五年，這裡將成爲國家級數位元娛樂產業基地。
動漫遊戲產業基地	位於天津園區華苑產業區環外部分，佔地 12 萬平方米，建築面積 18 萬平方米，包括行政辦公、公共技術、實驗訓練、創意研發、生產加工、動漫工作室及生活配套區等六大功能區，並形成技術、孵化、交易、配套等四個共用平臺。大力發展天津本土的遊戲動漫原創產品。
博遠創意天地	位於大悲苑商業街，佔地 2400 平方米。在中山路沿街著力於字畫展賣、藝術品交流於一體的「文化創意超市」。結合中山路開發改造，利用天津美院的人才優勢，放大天津美院在大悲院地區的藝術創作氛圍，形成大悲院二期創意產業集聚。
3526 藝術創意工廠	位於天津市河北區，利用天津華津製藥廠騰空廠房改建，爲本天津市的動漫、設計產業提供全新平臺。
「飛鴿-88」 文化創意產業團	位於天津市河東區，是連接京津塘高速公路和輕軌的交通樞紐地帶，利用天津飛鴿自行車廠閒置的舊廠房，主要發展工業設計、服裝設計、工業美術設計、汽車造型設計和建築設計等創意產業。

資料來源：徐中孟，**中國文化創意產業研究**(臺北：秀威資訊科技，2009 年)。

(二) 天津文化創意產業扶持政策

天津市政府爲了配合中央大力推動文化創意產業政策，同時也希望藉由推動振興市內文化產業，充分發揮擴大內需、增加就業、培育新的經濟增長點。於是天津市政府於 2010 年根據中央政府所頒佈的《文化產業振興規畫》，推出了一份《天津市文化產業振興規劃》，內容除了提供文化創意產業專項發展基金外，也給予了稅金優惠的補助，目的是希望能建造出一套完整個扶持政策，大

力的來推動天津市內的文化創意產業發展。詳細的扶持政策內容如下:⁵⁶

1. 設立天津市文化產業發展專項資金，支援文化企業發展

組建天津市文化產業投資有限公司，發揮國有資本在文化產業發展中的導向作用。

2. 建立天津市文化產業專案推動交易平台

以文化產品和文化物權、債權、股權、智慧財產權等各類文化產權為交易對象，搭建專業化市場交易仲介平臺和專業性電子商務服務平臺，促進文化產業與金融資本的有效對接。

3. 研究制定文化創意相關產業扶持政策

制定《關於鼓勵和支持區縣發展文化產業的實施意見》，加大對區縣文化產業發展的扶持力度；制定《天津市關於鼓勵和扶持動漫產業發展的實施意見》，落實扶持政策，建立原創動漫作品推廣機制；制定《天津市文化產業示範園區評選命名管理辦法》，組織評選命名活動，鼓勵我市文化產業園區爭創國家級產業示範基地。

4. 文化創意產業相關產品出口優惠政策

依據市財政局、市商務委《關於印發〈天津市出口發展基金管理辦法〉的通知》規定，積極落實企業文化產品和服務出口享受的優惠政策。

5. 積極推動文化創意產業市場開放

積極吸收社會資本和外資進入政策允許的文化產業領域，參與國有文化企業的股份制改造。放寬民營資本的准入機制，降低民營資本准入門檻，減少審批環節，鼓勵民營資本參與文化產業發展與振興，成為市場主體。加大對民營文化企業的扶持力度，制定促進民營文化企業加快發展的政策措施，採用免稅、貼息、補助、獎勵等方式支援民營文化企業發展，激發社會投資文化產業活力。

⁵⁶ 「天津市文化產業振興規劃」，天津市人民政府，
http://www.tj.gov.cn/zwgk/wjgz/szfwj/201001/t20100125_112094.htm，瀏覽日期:2011年07月10日。

加強對民營文化企業產品和專案的宣傳推介。

6. 鼓勵國有企業加速帶動文化產業的發展

鼓勵有條件的國有企業創辦文化產業園，參與文化產業發展建設，實現文化產業與製造業、商貿旅遊服務業相對接，不斷拓展上下游的產業鏈，促進文化產品生產的規模化、集約化，推進第二、三產業共同發展。

7. 鼓勵文化企業實現低成本擴張，做大文化產業

鼓勵和引導有條件的文化企業面向資本市場融資，培育文化領域戰略投資者，實現低成本擴張，進一步做大做強。促進金融機構參與文化產業發展建設，解決文化產業發展的資金需求。

8. 完善文化產業統計制度

建立與國家有關考核體系、並發展具有天津特點的文化產業統計指標體系，以拉近天津市與國家的文化創意產業發展步調。

(三) 天津文化創意產業的發展優勢

與北京、上海等文化創意產業集聚相比，天津在歷史文化蘊藏、北方經濟中心以及濱海新區開發的開放、創新型城市戰略和高科技聚集地等方面都有其自身的特點和優勢。從目前具體情況來看，天津有一系列支撐文化創意產業發展的優勢條件。⁵⁷

1. 北方經濟中心地位的確立，濱海新區的開發與開放、先行先試，創新型城市戰略等一系列國家和天津市委、市政府為發展天津所提出的重大舉措，在政策層面為天津文化產業發展提供了基本保證。⁵⁸

2. 天津有眾多的文化產業，尤其是文化創意產業集聚的平臺。文化創意產業被稱為“都市無煙產業”，多以具有歷史文化傳承的老建築為基礎來做發展。天津市除了“五大道”具有國內外知名的歷史風貌建築外，河沿岸尚有一

⁵⁷ 萬希平，「天津文化產業發展的現狀-優勢及未來目標定位」，*求知月刊*，第2期(2010年)，頁36-38。

⁵⁸ 同前註。

些可利用的舊廠房、舊建築。這些建築只要合理利用，都可建設成爲“創意產業園區”。此外天津市內各區還有科技、企業、現代服務業等不同類型的“園區”，只要加以調整，就能整合爲創意產業的“集聚平臺”。⁵⁹

3. 天津市有文化產業發展的專業人才和雄厚的科技創新能力。爲因應文化產業發展需求，天津市一些大專院校近年來開設了不少相關專業課程，例如天津美術學院設立了現代藝術分院、天津音樂學院設立了創意產業人才培訓基地、南開大學設立了文化創意產業研究中心等。此外許多本地院校也設立了與文化產業相關的研究專業，這些專業培養出了大批人才，爲天津文化產業發展提供了人才保障。同時，雄厚的科技創新能力也爲推動文化創意產業向高端發展創造了優勢條件。天津的高科技技術特別是資訊技術的研發與製造優勢，傳統文化產業的改造與升級，都是爲發展以資訊技術爲手段、載體的創意設計、動漫遊戲、數位內容等新興文化產業提供了技術支撐。⁶⁰

最後，天津良好的投資環境爲文化產業發展提供了強大的資金注入的去處，區域性金融中心的形成和相對成熟的資本市場，給天津文化產業的持續發展增添了資金動力。⁶¹

第四節 小結

產業集聚是未來產業發展的重要走向，對於一些資源不足的中小企業而言，產業集聚不但可以與其他同產業的企業分享資源，也能在高度競爭壓力下提升自身企業的能力。如果將集聚概念用在文化創意產業上，對於一些個人工作室以及行動藝術家而言，他們的資源是遠比一般中小企業小很多，但他們擁有創新性以及獨特性的優勢，利用產業集聚間互相流通的資源與形象，除了可以提升整個產業集聚的品牌形象，更可以提升創作者在創作方面的積極度。

⁵⁹ 同前註。

⁶⁰ 同前註。

⁶¹ 同前註。

從北京奧運到上海世博，都可以很明顯的看出中國在發展文化創意產業方面的野心。“十一五”時期即將結束，中國政府也正密集的規劃未來五年中國文化創意產業的發展走向，中國文化部部長蔡武就在中國人大常委第十四次會議中表示，未來五年中國文化創意的發展目標是“提升文創能力，優化產業結構。”⁶²政府提出相關的產業扶持政策加上產業內相關企業間的相互集聚與合作，這些都使得我們可以預見未來中國文化創意產業的會有不錯的發展。

⁶² 潘罡，「十二五文化產業 強化微觀活力 陸文化部長蔡武：提升文創能力 優化產業結構」，**旺報**，<http://www.opview.com.tw/BiHistPage.aspx?daid=3465108&date=20100430>，瀏覽日期：2010年5月3日。

第四章 中國文化創意產業園區之案例評析

中國改革開放後經濟快速成長，亮麗的數據背後隱約可以觀察出中國經濟發展的瓶頸，因此，中國十二五計畫中，經濟轉型已成為中國產業未來發展的重要課題。文化創意產業具備低耗能、高創新的條件，是中國未來發展的重點產業之一，雖然發展時間較世界各國短，但在中國的歷史環境條件中，文化創意產業已發展出有別於其他國家的具中國特色的文化創意產業。因為中國幅員廣大，因此，本章將就北京、上海以及天津這三個直轄市中主要的文化創意產業園區作介紹，從實際的案例來瞭解起源於英國的文化創意是如何與傳統的中國做結合。

第一節 北京文化創意產業園區

根據統計，截至 2008 年底北京市政府所認定的文化創意產業集聚區已有 21 個，佔總體規劃集聚區數量的七成，而集聚區內所進駐的文化創意企業也已高達 8 千多家。這些企業的進駐帶動了集聚區的發展。¹在北京，「798」藝術區是最具代表性之一的文化創意產業集聚區。由於租金低廉，因此吸引了不少文化創意企業進駐，其中不乏一些名人進駐，像是洪晃、李宗盛，加上時常有國內外政界名人、影視明星、社會名流的參觀，種種的原因都使得「798」藝術區成為北京最具指標性的文化創意園區。

一、「798」藝術區

(一)「798」藝術區的發展歷程

北京「798」廠是 20 世紀 50 年代前民主德國的援華專案，位於北京東北郊的大山子地區，由六個軍工廠組成(由於 798 廠最大，所以通稱為「798」廠，以下

¹ 徐中孟，中國文化創意產業研究(臺北：秀威資訊科技，2009 年)。

簡稱為「798」)。從建築風格上看,它是德國包豪斯藝術的完美再現,彌足珍貴。50年來,「798」見證了新中國建設的歷史,經歷了大發展時期的輝煌,也遭受了經濟轉型期的痛楚。如今,「798」成了文化經濟的聚集地,發展為中國當代藝術的視窗。²



圖 4-1 北京 798 藝術區入口

圖片來源：筆者自攝

「798」是計劃經濟和國家特殊戰略的產物。當計劃經濟向市場經濟轉軌時,「798」衰落的命運也就不可避免了。「798」開始沒落於上個世紀 80 年代。一方面,由於傳統電子工業的退化,產品不能適銷對路,經濟效益持續低迷。另一方面,隨著改革開放,經濟結構開始調整,城市功能也開始轉變,一些能耗高、污染嚴重、勞動密集型的工業形式慢慢退出了都市。到上世紀 80 年代末,798 已陷於半停產狀態,大部分工人下崗分流。到了 90 年代,這個國有軍工企業在完成了自身的歷史使命之後,徹底陷入困境,車間停產,人去樓空。³

² 于雪梅,「在傳統與時尚的交融中打造文化創意園區—以前民主德國援華項目北京 798 廠為例」,《德國研究》,第 01 期(2006 年),頁 55-80。

³ 同前註。

工廠的衰落帶來的是工人的茫然與痛楚。「798」鼎盛時期曾有在職從業人員 2 萬餘人，如今只剩下不足 4000 人，大量的下崗工人，加上 1 萬到 2 萬名離退休員工仍需要工廠來負擔他們的生活。由於多數工廠車間長期處於閒置狀態，工廠開始靠出租閒置廠房以渡難關，並曾一度為租不出去空置廠房而犯愁。當然，在廠方看來，出租廠房並不是最好的選擇，廠方希望能有投資者對這一地區進行商業性開發，通過出售土地的方式獲得一大筆出讓金，並且還有可能順便解決部分職工的就業問題。⁴



圖 4-2 北京 798 藝術區隨處可見街頭裝置藝術

圖片來源：筆者自攝

但就在 2002 年的前後，當時有一批藝術家看中了這裡寬大的空間、滄桑的氛圍以及廉價的租金，於是就租用並改造空置的廠房為創作工作室，此一改變為老廠區注入了新的活力。短短的時間裡，隨著藝術家和文化機構進駐，「798」逐漸發展成為藝術中心、畫廊、藝術家工作室、設計公司、廣告公司、酒吧等各種現代空間的聚合空間，形成了具有國際化色彩的“soho 式藝術聚落”。在這裡，繪畫展、攝影展、實驗戲劇、音樂會、影視播放、時裝發佈會等藝術和商業活動非常頻繁，「798」已經成為中國當代藝術的集中地，是近距離觀察中

⁴ 同前註。

國當代藝術的理想場所。⁵

2006 年，「798」藝術園正式被北京市政府創意產業領導小組認定，成為北京市第一批政府所認定的文化創意產業園區。

(二) 外界對於「798」藝術區之評價

媒體對於「798」藝術區的評論文獻中，被國外媒體評述引用最頻繁的評論有：2003 年美國《新聞週刊》以“首都的風格”為題，將北京列為“世界城市 TOP12”之一，原因是北京珍視城市歷史，保留 798 廠等舊建築，進行空間重塑；《紐約時報》將「798」與美國紐約的藝術聚集區蘇荷區相提並論；法國《問題》週刊刊登“新北京已經來臨”的文章，認為「798」的出現是中國正在蘇醒的標誌之一。上述資訊構成目前國內理解西方視野中的「798」藝術區形象的文本基礎，中國國內媒體關於「798」的報紙文章都或多或少引用上述提法以佐證其存在的價值。⁶



圖 4-3 北京 798 藝術區展場空間

圖片來源：筆者自攝

⁵ 同前註。

⁶ 孔健華，「北京 798 藝術區發展研究」，*經濟決策分析*，第 01 期(2009 年)，頁 27-30。

中國國內媒體關於「798」藝術區的自主評述中，有的是將「798」藝術區與美國紐約 SOHO 區、英國倫敦東區、德國柏林西莫大街相提並論；有的評論是將逛北京「798」藝術區和宋莊，與到莫斯科看芭蕾舞、到紐約看百老匯、到加州看好萊塢相媲美；有的稱來北京去長城、故宮而沒有去 798 藝術區，就算是沒有去過北京。中國國內媒體將「798」藝術區塑造成北京地標性文化觀光場所。期間特別是 2004 年起一些西方國家政要、中外社會名流陸續造訪「798」，經媒體報導後進一步加深了人們對藝術區國際影響的認識。⁷

從上述國際及中國國內媒體評論中可以發現：「798」藝術區符合西方的發展經驗與共識，是西方認知中國北京的一個視窗，是西方較易理解的中國改革開放的新象徵；審視東方古老而又現代的北京，古老的代表是長城、故宮，現代的代表之一則是「798」藝術區，「798」表工業與藝術的融合，是北京城市活力新象徵。⁸



圖 4-4 北京 798 藝術區之街頭裝置藝術

圖片來源：筆者自攝

⁷ 同前註。

⁸ 同前註。

第二節 上海文化創意產業園區

上海市擁有 75 個文化創意產業園區，數目之多堪稱全大陸之最。在 2007 年年初的統計當中，在上海與市政府登記為創意產業園區的地點就高達 75 個。在上海並有 3000 多家創意企業，2 萬多名的相關從業人員。而在 2006 年，上海創意產業增加值達到 650 億元，同比期增長 18%。因此，上海在短短幾年的時間內廣設創意集聚區，每個集聚區都必須尋找自身定位，以利永續發展。⁹

自 2005 年 4 月首度授牌 18 家創意產業集聚區外，2007 年 5 月上海官方更進一步將「創意產業」作為重點發展的四大現代服務業之一，於政策上提高「創意產業」的重要性。但上海並不以此為滿足，目前上海市政府正打算下一步要聯合這些創意產業集聚區，以上海市的名義向聯合國教科文組織申請成為「創意城市」。¹⁰

「上海 M50 創意園」、「田子坊」這兩個文化創意產業園區都是由原先廢棄的老舊工業廠房改建而成。由老舊工業搖身一變成為創意產業，同樣是產業，但其產值卻大不同。因此，這兩個園區的成功經驗絕對是各國家、地方政府發展文化創意產業必須優先關注、參考的。

一、M50 創意園

M50 創意園的發展歷程極富戲劇性的。該園區的前身屬於青島華新紗廠，創建於 1917 年。1937 年“七七事件”爆發，徽商周志俊先生決定遷場內地(重慶)，後因交通堵塞，臨時決定改遷上海，同年 12 月以股本 250 萬元，用英商註冊在莫干山路 50 號開設「英商信和紗廠」。1941 年 12 月，太平洋戰爭爆發，日軍進入租界，接管該廠。1943 年 3 月，周先生通過史鏡清（其夫人為日籍）的關係用鉅款將「信和紗廠」從日本人手裡贖回，由華商經營。1951 年 1 月更

⁹ 許有仁，2009 年大陸文化創意產業交流考察計畫報(臺北：行政院文化建設委員會，2009 年)。

¹⁰ 鄭秋霜，「上海創意園區 全球最多」，經濟日報，2009 年 1 月 2 日，版 44。

名為「信和棉紡織廠」，1961年經上海市紡織工業局批准更名為「上海信和棉紡織廠」。1966年1月變更為全民所有制企業，並更名為「上海第十二毛紡織廠」，工廠主要生產「孔雀牌」，「紅蝙蝠牌」呢絨和「金羊牌」毛毯，產品多次榮獲國家獎項，1994年8月變更為「上海春明粗紡廠」。1999年春明粗紡廠由於經濟效益下滑停產歇業，首先面臨的是土地閒置與下崗工人安置問題。廠房從最初的出租以至於到最後轉變成為文化創意產業園區，這其中政府政策對廠房的去留起了很大作用。首先，上海市普陀區政府將地塊批租轉讓給房地產開發商，房地產開發商取得土地之後成立子公司「凱旋門企業發展有限公司」，做整體的開發改造方案。而春明粗紡廠藉由出租廠房收取租金解決下崗工人的生活問題。¹¹

在工業廠房管理方以出租廠房空間的方式，收取租金以解決工廠的後續問題時，一些藝術家看中了這片位於蘇州河邊、保存了從1930年代到1990年代各個階段建築風格的老廠房，陸續來到這裡租下廠房作為工作室使用。同時，上海市開始重視保護歷史文脈的工作，春明粗紡廠的廠房因為上海紡織工業的歷史被保護下來；2004年上海市的文化工作會議中，春明粗紡廠被命名為視覺藝術特色街區；2005年上海市經濟委員會授牌為第一批創意產業聚集區。換言之，莫干山路50號因為藝術家們入駐，吸引更多藝術創作者進入，工廠也藉由出租的業態管理促成文化創意產業的集聚，春明粗紡廠也因此成為大家所稱的“M50 創意園”，在經過上海市經委授牌正名之後，更使 M50 創意園名聲遠播。¹²



圖 4-5 上海 M50 創意園區之品牌標誌

¹¹ 洪啓東、童千慈，「從上海 M50 創意園看城市轉型中的創意產業崛起」，**城市觀察**，第 03 期（2009 年），頁 96-104。

¹² 同前註。

圖片來源：上海 M50 創意園，<http://www.m50.cn/html/index.html>。

創作藝術的集聚才是 M50 創意園真正有名的原因。先是 M50 創意園的元老，也就是中國著名藝術家薛松和丁乙將自己的工作室設置在廠房中，後來國內十多個省市的 80 餘位藝術家也陸續的把自己的畫室開設在其中，之後又引進了包括英國、法國、義大利、瑞士、以色列、加拿大、挪威、中國香港等在內的 11 個國家和地區的畫廊、平面設計、建築師事務所、影視製作、環境藝術設計、藝術品設計工作室等。其中由來自瑞士的勞倫斯所創辦的香格納畫廊和由來自義大利的樂大豆所創辦的比翼藝術中心為目前國內最好的畫廊，並在國際藝術界享有較高的聲譽。¹³



圖 4-6 上海 M50 創意園區的入口處可感受到新舊建築的視覺衝突

圖片來源：網路

隨著國內外媒體紛紛爭相報導，M50 創意園聲名遠揚。2004 年，美國《時代》週刊以“上海時尚地標”之名報導了 M50 創意園，將其和東方明珠、金茂大廈並列為“推薦參觀之地”，使得 M50 逐漸成為上海最具規模和有著藝術品質的當代藝術社區。由於藝術家的進駐產生集聚效應，無意間使得這個完全被遺忘的地區又再度成為上海重要的文化產業集聚區。

¹³ 沈芳，「上海工業創意產業園案例分析」，*技術前沿*，第 03 期(2009 年)，頁 17-21。



圖 4-7 上海 M50 創意園區裡的藝術工作室

圖片來源：筆者自攝

二、田子坊

「田子坊」的名稱源自於畫家黃永玉的主師爺田子方的名字，其位於上海市盧灣區泰康路 210 弄。在外觀上，「田子坊」還保留著紅磚牆、黑木門、條石門框、天井、廂房、石庫門等原有的格局和外觀。「田子坊」在上個世紀 50 年代是典型的弄堂工廠，有上海食品工業機械廠、上海鐘塑配件廠等五家工廠。¹⁴90 年代，上海的經濟發展開始了產業結構的調整，這些弄堂工廠因為經營效益逐年下滑，最終關門歇業，廠房也因此閒置了多年。

在上海市政府的主導下，泰康路自 1998 年 9 月開始重點實施馬路集市入室政策，將原先環境較差的馬路重新整鋪，整個集市煥然一新。¹⁵現今的「田子坊」已將上海的海派文化、老城廂風情、歷史風貌在文化創意產業這個嶄新的模式下融合得淋漓盡致，在不失當代氣息的狀態下，充分承載著上海獨有的人

¹⁴ 馬俊豔、王佩，「上海市文化產業園區“田子坊”之魅力」，**新視覺藝術**，第 04 期(2009 年)，頁 109-110。

¹⁵ 「田子坊成爲都市旅遊推進新重點」，東方早報，瀏覽日期：2011 年 4 月 26 日。

文藝術情懷，其良好的發展勢態使之成為「上海的蘇荷（SOHO）」。¹⁶

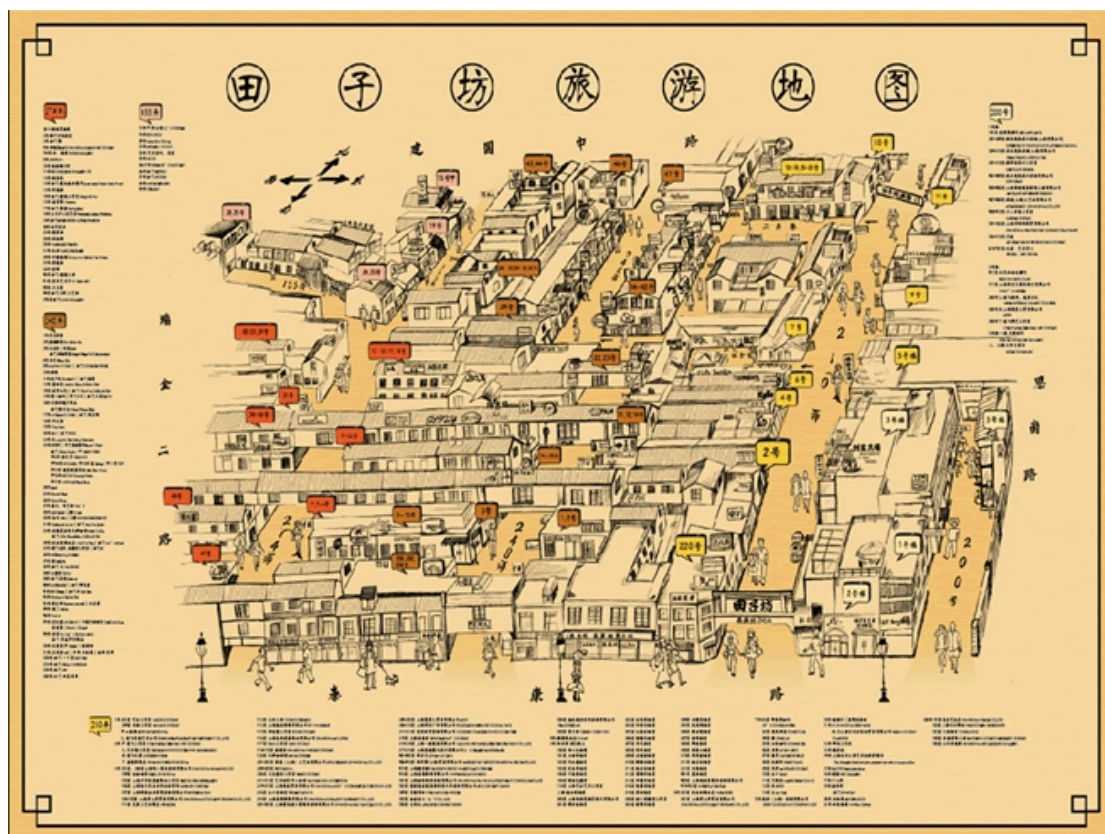


圖 4-8 田子坊早期店家地圖

圖片來源：網路(<http://p.yoho.cn/5453516.jpg>)

「田子坊」文化創意產業園區的特色如下：

(一) 上海歷史建築具有保護價值

「田子坊」既有舊式建築、新式建築，還有花園住宅。建築風格包容了英國新文藝復興風格、現代主義風格、中國傳統磚木結構風格還有西班牙建築風格、英國城堡式建築風格和巴洛克風格等，其中以石庫門建築的存量最為豐富。不同的建築風貌的共存，向世人展現了上海由江南鄉村民房走向法租界“洋樓”的過程，呈現出中西合併、廠社同處的獨特情況。而這樣的建築風格，使得「田子坊」後來的改造只能以保存原有建築為基點，以舊修舊的方式來進行改造，不能以改頭換面的方式來做改造。¹⁷

¹⁶ 馬俊豔、王佩，「上海市文化產業園區“田子坊”之魅力」，**新視覺藝術**，第 04 期(2009 年)，頁 109-110。

¹⁷ 朱榮林，**解讀田子坊**(上海：文匯出版社，2009 年)。

(二) 園區發展規劃具優勢¹⁸

1. 政策方向性引導

「田子坊」園區最初是以街道整體環境改造為初衷，基於上海市整體市容規劃背景下，上海市政府給予正確的政策引導。良好的政策使得原本髒亂的街道有了全新的面貌，因而吸引了更多的目光。¹⁹

2. 藝術成長環境

「田子坊」的特色建築在許多藝術團體及個人前來關注下，吸引了幾位著名的藝術界人士前來利用此空間。隨著在藝術領域內的良好口碑宣傳，和其園區整體環境營造的逐步改善。越來越多的藝術家和藝術愛好者都前來利用其空間進行藝術創作。除此之外，也同時形成了文化產業集聚效應。將一系列藝術、文化、時尚、商業等元素結合成為「田子坊」的獨特文化氛圍，並進一步招商引資。²⁰

藝術氛圍在「田子坊」的發展過程中奠定了深厚的基礎，使得在此入駐的商業團體及個人也將自己的商業品牌提升為具備一定文化價值的商品。此種良性互動的藝術與商業開發模式在園區的國際化勢態發展中發揮到相當積極的促進作用。²¹

3. 居民自發參與

「田子坊」所營造出來的藝術氛圍將居民的整體認知及對生活環境營造的概念提升到一定的高度。不僅僅在居民自發出租房屋來進行地產投資的角度而言，在整體生活空間的營造方面，居民所接觸的藝術家、商家及來訪的遊客、消費者，都將一種跨越國界及區域時代感、空間感帶給他們。從這一點來說，「田子坊」周圍的居民是獨特的。²²

(三) 區位優勢良好

¹⁸ 馬俊豔、王佩，「上海市文化產業園區「田子坊」之魅力」，**新視覺藝術**，第04期(2009年)，頁109-110。

¹⁹ 同前註。

²⁰ 同前註。

²¹ 同前註。

²² 同前註。

「田子坊」所在的太康路區塊的北部位置鄰近上海三大繁華商業街之一的百年淮海路，這是中外購物者必經之地；其東部與城市南北中軸線畔的大型綜合休閒娛樂區「新天地」構成相呼應之勢，這又是中外遊客不可不去之處；其南部與新崛起的打浦橋商貿城相鄰，而其向西又與陝西南路商業街只有一路之遙。整體來說，「田子坊」地區營造出了一種商貿集聚效應的區位優勢。²³



圖 4-9 田子坊為上海市經委會正式授牌之文化創意產業園區

圖片來源：筆者自攝

截至 2009 年底，泰康路上的 210 弄、248 弄和 274 弄的 671 戶居民中已有 402 戶居民出租給 170 多家創意產業之企業來作為營業使用，其內容主要是經營工業品、首飾、服裝以及酒吧和特色餐飲。而其舊工廠區域內已吸引了包括來自韓國、澳大利亞、法國、英國、新加坡、日本、香港、台灣在內等 26 個國家和大陸省內共 179 家中外創意企業進駐，其服務內容主要是室內設計、視覺藝術、工藝美術等。多元素、多文化、多風格成為田子坊邁向國際化趨勢的主要體現。²⁴爾冬強曾經說過“藝術流動到任何地方都可以點石成金”²⁵來自於世界海內外各界藝術家將藝術作品和藝術思想通過「田子坊」這個文化視窗介紹

²³ 朱榮林，**解讀田子坊**(上海：文匯出版社，2009 年)。

²⁴ 同前註。

²⁵ 譚相宜，「混搭風情“田子坊”」，**中國企業家**，第 14 期(2008 年)。

給全世界。美國陶藝師傑米在描述自己來「田子坊」創作的初衷時這樣描述過：

“任何有年頭的東西只要加上創意，都可以變成不可多得的寶貝。”藝術家們在此與國內各城市的藝術家、建築師、設計師一起創業。而其所帶來的異國文化，使來訪者在「田子坊」文化創意產業園區親身體驗中外文化藝術相互交融。

26



圖 4-10 在田子坊，藝術即是生活

圖片來源：筆者自攝

隨著「田子坊」的發展與被重視，後續也產生了不少令人反思的問題，這些問題也使得中國中央以及地方政府開始重新思考文化創意產業園區的真正目的到底是為何。

首先，“SOHO”這個概念對「田子坊」而言，是文化，也是發展的目標。而發展的過程中，「田子坊」逐漸在上海形成了一種獨特的藝術和時尚風格。

²⁶ 馬俊豔、王佩，「上海市文化產業園區“田子坊”之魅力」，**新視覺藝術**，第 04 期(2009 年)，頁 109-110。

在這樣的過程中，地方政府也從房地產以及稅收當中獲得相當的收入。那麼基於以往園區發展的歷程來看，當一個產業園區的成功，地方政府一定會思考要如何在創造出更大的利益價值。然而這樣的想法，往往都會無形之中傷害到「田子坊」所創造出來的品牌形象與價值。地方政府要如何以正確的扶持及引導政策來與產業園區的品牌政策做結合，在不影響園區發展的前提下創造出更大的產業價值，這些都是值得我們去思考的。²⁷

其次，對泰康街而言，由於它是一個結合社區形式發展的文化創意產業園區，因此，環境的維護對這個地方來說就相當的重要。2010年上海舉辦世博會，田子坊的內部道路以及環境都有了極大的改變以及美化，要如何讓泰康街能一直維持在最好的狀況，除了政府的協助維護下，當然在地居民也是扮演相當重要的角。²⁸

地方政府在「田子坊」的經營成功狀態下，又陸續提出了「田子坊」擴大發展的計畫，從原先的“一條弄”，發展到“一條街”，甚至未來的“一個塊”。到底一個「田子坊」的成功經驗是否能被複製到其他地方，這是相當值得政府單位去思考。一個創意產業園區的成功，實質的內容比起規模還要來的更重要。因此，地方政府必須去思考，如何的發展對該園區是最好的，以免發生政府大力投入資金後將園區硬體設施構建出，但內部文化及藝術、技術功能的傳承過程中卻出現空白的怪像。²⁹

²⁷ 同前註。

²⁸ 同前註。

²⁹ 同前註。



圖 4-11 田子坊之藝術小巷

圖片來源：筆者自攝

對於「田子坊」以及整體社區的未來發展方向，應當是走較精緻的路線，空間不大，但是內部佈局合理，個人空間比較大。雖然這樣，但是人們之間依然保持了比較親密的鄰裡關係。社區當中散佈著藝術創意產業，這裡的藝術創作可以是多種多樣的，與之相關的有許多規模不大的藝術副產業存在，它們更多的是滿足社區居民的生活需求而設立的，但本身商業性不是特別強烈，消費數額不大。這種藝術副產業更多的起到薰陶當地居民的作用，潛移默化的提升了泰康路居民的素質。³⁰

同時，泰康路也保留了其開放性和包容性的特徵，對於外來文化是歡迎的，同時，社區內部也是“百家爭鳴”，居民生活和藝術創作緊密結合。

³⁰ 同前註。

第三節 天津文化創意產業園區

近幾年，在天津市政府積極鼓勵創意產業發展的大環境下，天津市已形成創意產業與地產業高度結合的新型地產經濟。截至目前，天津市從可利用的舊廠房、舊建築及其新開發的創意地產項目中，已經陸續完成多項建設工程，其中 6 號院文化創意產業園即是其中發展較為完整的案例。因此，我們可以從六號院的發展當中瞭解，天津的文化創意產業的發展概況。

一、六號院創意產業園區

6 號院創意產業園位於天津海河西岸的台兒莊路 6 號，因此而得名。其東臨海河，西靠解放北路金融街，前身為英國怡和洋行的倉庫，由五座獨棟四層小樓組成，始建於 1921 年，解放後由天津第一商業局接管。2000 年初首位藝術家進駐，建立工作室；至 2006 年初具規模；2007 年園區進行改造提升。至今已入駐動漫公司、設計公司、畫廊及藝術家工作室等 32 家，入駐率 98%，整體園區 2007 年產值達 2 億元人民幣，成為天津市最具影響力的文化創意產業園區。³¹

³¹ 王揮雄，2008 年大陸文化創意產業交流考察計畫報(臺北：行政院文化建設委員會，2008 年)。



圖 4-12 天津六號院創意產業園區

圖片來源：筆者自攝

六號院最主要發展是著重於三大項目：動漫、設計、藝術。在動漫方面，有可樂多動漫公司進駐，該公司最主要是研發製作國劇動漫，將傳統國劇角色、身段與傳唱透過科技的轉換，利用傳統結合科技的手法來獲得年輕人的青睞以達到教育的功能。另外，六號院裡還有以 2D 動畫、立體電視與新媒體製作為主的福來達，該公司目前與荷蘭飛利浦公司合作，由飛利浦公司提供立體電視技術，福來達則其立體電視技術來融合節目製作，整體發展相當具有潛力。在設計方面，由德國傢飾公司所設立的研發設計中心也進駐於此，此設計中心主要是從生活用品著手開發設計，其生產之產品具實用性且風格簡約大方，是目前六號院與國際大廠合作示範案例，對於創意生活產業推動有相當的助力。³²

而在藝術方面，六號院裡有包括天津最大的當代藝術經營機構匯泰藝術中心，以及專門經營歐洲油畫的北京列賓畫廊和經營高檔油畫藝術品及衍生品的雨天銳意畫廊。而國內第一家私人彩陶博物館三品堂以及國內第一家鉑金攝影藝術館也都進駐於六號院當中。³³

³² 同前註。

³³ 「園區簡介」，六號院創意產業園，<http://www.6art.net.cn/>，瀏覽日期：2010 年 9 月 10 日。



圖 4-13 天津六號院創意產業園區內部展示館

圖片來源：網路

(http://5.pic.lvren.cn/main/scenic_guide/20101027/20101027_422590_1288151488.jpg)

在展覽和文化活動方面六號院也可說是相當的豐富，該園時常積極促進各種展覽以及文化交流活動，為文化創新開拓思路。光 2008 年六號院就舉辦了動漫、中國書畫、油畫、雕塑、建築設計等各類展覽 30 餘次，內容之廣，對於天津文化創意產業的發展影響之大。目前，6 號院已經形成藝術創作、藝術品展示、藝術品銷售、藝術品拍賣為一體的完整產業鏈。另外，6 號院與天津市多所高校結成產學研聯盟，與天津工業設計協會達成推進創新設計工業化、產業化戰略合作，並將依託中國創新設計紅星獎，實現創新設計的市場化，全力建設創新轉化基地。³⁴

第四節 小結

隨著中國經濟建設快速發展，其產業結構也逐漸發生著重大變化。由於工業社會的日益衰退，在經濟一體化過程和產業結構調整的大潮下，新興的產業

³⁴ 同前註。

逐漸替代了傳統的產業。文化創意產業就是一個最好的產業案例，利用工業時代所遺留下來的舊工業建築，來注入文化創意這股新血。在老舊工廠與文化、創新、科技的結合下，使得這些老舊工業創造出了比過去更高的產業價值。

而不同的城市定位，所發展出來的文化創意產業方向也各有不同。身為中國的政治中心，北京所發展出來的文化創意產業，就是以作中國領頭羊為目標來發展，而北京「798」藝術區目前在中國文化創意產業的發展上已具有不可撼動之代表性的地位。上海由於過去法租界的歷史背景，因此在文化創意產業的發展上是處於多元發展的情況。在上海，可以看見由各式風格的建築聚集起來的「田子坊」，也可以看見由老舊工廠改建的 M50 創意園。在上海，少了北京政治中心的嚴肅氣息，所表現出來的藝術氛圍也相對輕鬆許多。而正處於發展中的天津市，在文化創意產業的發展上是處於起步的階段。在天津六號院，我們除了可以看見許多文化創意的創新科技在此研發、試驗，也可以預期中國未來在文化創意產業發展上是很有野心的。綜合以上三個城市集聚區的案例，筆者發現，這三個城市在定位與歷史背景上都不盡相同，但在文化創意產業的發展上都是政府已產業政策來引導產業的發展。利用工業時期退役的舊廠房，重新開放給創意企業及藝術人士，利用他們的創意使得閒置已久的舊廠房轉變成為文化創意產業集聚區。除了降低文化創意產業的發展成本外，也使得相關產業政策能夠即時推動，並吸引外國企業的進駐與投資，使得中國文化創意產業能獲得快速的發展。

第五章 結論

文化創意產業已成為各國爭相發展的新興產業，雖然文化產業這個概念是源自於英國，但在中國，文化創意產業得到了一個全新的詮釋。

一、研究成果

從第二章我們可以清楚瞭解中國文化創意產業的發展歷程，在發展的過程當中，中國中央政府透過政策、法規來扶持文化產業的發展，使得中國在文化產業方面跳脫過去的框架，大膽實踐，逐步朝著符合社會主義市場經濟體制客觀要求的具中國特色之文化產業。而中國中央政府在文化產業上所扮演的角色，除了主導整個文化產業的發展，也給予其大量的資源與協助，利用政策的制定以及稅收的優惠來創造出適合的環境使其快速的成長。

產業的成長，除了政府所制定的政策外，最主要的就是產業本身的結構與產業的環境。如何使得中國文化創意產業在有效時間內快速的成長，產業集聚是一個相當重要的關鍵。因此，我們從第三章的部份，就可以瞭解，產業集聚的構成除了產業本身的相互吸引外，政府主導的角色位置也是相當重要的。

對於一些資源不足的中小企業而言，產業集聚不但可以與其他同產業的企業分享資源，也能在高度競爭壓力下提升自身企業的能力。因此，我們將集聚的概念套用在文化創意產業上，對於以個人工作室及行動藝術家為主的文化創意產業而言，產業集聚能使得他們的創新更能相互流通、相互影響，除了可以提升整個產業集聚區的品牌形象，更可以提升創作者在創作方面的積極度。

產業集聚除了產業之間的個人、企業相互影響外，政府主導的角色當然是不可少。除了中央政府所制定的相關規劃外，地方政府所頒佈的規劃政策，也是影響整個文化創意產業集聚的相當重要關鍵。北京、上海、天津這三個重點直轄城市，在過去他們都是中國主要的工業社會城市，而隨著工業社會的衰落，

文化創意產業逐漸取而代之成為新興產業，並創造出比過去更高的產業價值。而這三個城市，分屬政治、商業中心以及新興開發區，三個不同的屬性使得他們所發展出來的文化創意產業也各有不同。

而在第四章的部份我們可以看到，隨著中國經濟建設快速發展，原先的產業結構也逐漸發生著重大變化。傳統工業社會所遺留下來的老舊工廠，都因為文化創意產業的進駐而有了新生命，發揮了新價值。也因為文化創意產業的進駐，使得這些原本被人遺忘的老舊工廠，成為國際知名的景點，更吸引到更多的國外文化創意企業到中國投資。而根據此次的研究，筆者認為，北京屬於中國的政治中心，因此在文化創意產業園區方面，北京是企圖打造出一個足以代表中國的文化創意產業園區。北京「798」藝術區可以說是中國文化創意產業園區的代表，在這裡有全中國最具代表性的藝術中心-勞倫斯當代藝術中心，在這裡，幾乎每個月都會有來自世界各地的藝術家作品在此展出。除此之外，「798」藝術區也是孵育中國當代新興藝術家的搖籃，在這裡隨處都可以看見新興藝術家的實驗作品。因為北京「798」藝術區的成功，使得國外媒體盛讚北京新三大景點為「長城，故宮，798。」；而上海過去法租界的歷史背景，使得文化創意產業在上海可以以不同面貌發展著，有像 M50 創意園那種老舊廠房式的文化創意園區，也有像田子坊那種有著異國建築風格的文化創意園區；與北京和上海不同，天津屬於新興開發區，因此我們可以在六號院看到有許多的創意企業進駐。雖然少了北京、上海那樣強烈的藝術氛圍，但我們依然可以在六號院看見中國在文化創意產業上發展創新科技的強烈企圖。

二、研究案例所面臨的問題

雖然上述三個城市在文化創意產業園區的發展上都有一定的成果，但筆者認為，這三個地方的案例也相對存在著問題隱憂。北京「798」藝術區雖然在中國文化創意產業發展上處於代表性的地位，但近年來因為名氣大的關係，已成為觀光客必訪之地。而這樣的情況所帶來的副作用就是使得真正的藝術家陸續

出走，離開「798」另闢工作室，這對以藝術創作爲主的「798」藝術區來說，的確是一大隱憂。而這樣的情況也使得北京目前多了許多類似「798」藝術區的文創園區，像是草場地國際藝術村、今日美術館。筆者認爲，「798」藝術區目前所遇到的問題是如何在商業與藝術之間取得平衡位置？而在取得平衡的過程中相對的也是帶動周邊新興文創園區的興起。而無論「798」藝術區未來定位爲何？它都將是中國文化創意產業園區的代表性指標。

與北京相比，上海的文化創意產業園區就顯得輕鬆許多，但在發展上仍然有它們所面對的問題。上海「田子坊」是上海重點的文創園區，近年來觀光客激增，使得園區內大多都是商業性質的店家，然而雖然還是有少數的畫家進駐在「田子坊」，但筆者認爲，以目前「田子坊」的發展模式，未來應該會逐漸成爲文化創意觀光產業園區，而這樣的情況將會使得園區內的創作者同樣面臨著出走的困境。而同樣是文創園區，M50 創意園就沒有遇到像田子坊那樣的問題。在這裡，藝術家可以盡情的創作、開展。可能是知名度不及「田子坊」，到這的觀光客並不多，通常來的不是藝術學院的學生就是世界各地的收畫人，與上述的案例比較起來，這裡就顯得單純許多。

而天津的六號院目前進駐了許多文化創意單位，與其說是文化創意產業園區，筆者認爲六號院更像是文化創意產業的研發中心。由於六號院算是天津較具代表的文化創意產業園區，因此筆者認爲，天津市政府未來可以仿效北京、上海，多設立一些開放性的文化創意產業園區，除了提升天津文化創意產業發展外，也可以鼓勵市民了解並多多參與文化創意產業的相關活動。

創意產業這個概念是源自於英國，傳統的創意產業是由地方產業自行發展，中央政府所扮演的角色是配合地方產業在發展上的需求來制定相關的政策進行扶持。但在中國，無論是任何的產業發展模式，都是由中央政府規劃產業發展的大方向，再由地方政府制定相關的扶植政策，最後地方產業就會依照政策的制定以及規劃的方向去發展，來達到中央預期的產業效益。筆者認爲，在此種模式下發展的文化創意產業，自然會演變出其獨特的中國特色。

中國如此的發展模式，不但可以使文化創意產業在有效時間內達到中央政府預期的效果，更會創造出極高的經濟效益。除此之外，在資源分配方面更是能有效的集中，避免無謂的浪費。但筆者認為，文化創意產業如此的發展模式有另一層面的風險。快速發展雖然可以在很短的時間創造出很高的經濟效益。但短時間內太過於集中發展，恐怕會導致文化創意產業的同質性過高，重蹈工業時期的覆轍，使產業架構過於單一，無法有效應對不同層面的問題。更可能由於此種不穩定的經濟架構，使得中國的文化創意產業提早面臨泡沫化的危機。

三、後續研究方向

筆者藉由這次的機會，整理了中國文化創意產業園區的發展歷程，從中筆者瞭解一個產業的形成與發展，除了政府所制定的政策外，環境也會是影響產業發展成敗的一個重要關鍵。從數字面來看，中國文化創意產業的發展確實是相當成功。但這是不是就表示文化創意產業在中國確實是成功創造了產業優勢，也成功的讓中國達到產業轉型的目的？亮麗的經濟成長數字和中國文化創意產業園區的實際發展情形是否成正比，這都是後續可繼續研究觀察的方向。

參考文獻

一、中文部分

(一) 專書

牛維麟、彭翊，**北京市文化創意產業集聚區發展研究報告**(北京：中國人民大學出版社，2009年)。

王揮雄，**2008年大陸文化創意產業交流考察計畫報**(臺北：行政院文化建設委員會，2008年)。

左惠，**文化產品供給論**(北京，經濟科學出版社，2009年)。

朱榮林，**解讀田子坊**(上海：文匯出版社，2009年)。

李萬峰，**產業集聚區:科學發展觀的科學體現**(北京，中國文聯出版社，2010年)。

周正兵，**文化產業導論**(北京，經濟科學出版社，2009年)。

林日葵，**藝術經濟學與文化產業新論**(北京，中國文獻出版社，2011年)。

約翰·郝金斯，**創意經濟-好點子變成好生意**(臺北：典藏藝術家庭，2003年)。

徐中孟，**中國文化創意產業研究**(臺北：秀威資訊科技，2009年)。

張彩鳳、蘇紅燕，**全球化與當代中國文化產業發展**(濟南，山東大學出版社，2009年)。

許有仁，**2009年大陸文化創意產業交流考察計畫報**(臺北：行政院文化建設委員會，2009年)。

曾軍、陳鳴、朱洪舉，**創意城市-文化創造世界**(上海，格致出版社，2010年)。

葉立誠，**研究方法與論文寫作**(臺北：千華文化，2007年)。

(二) 譯著

王佳煌、潘中道、郭俊賢、黃瑋瑩譯，W·Lawrence Neuman 著，**當代社會研究法：質化與量化途徑**(臺北：學富文化，2002年)，頁273。

李明軒，邱如美譯，Michael E. Porter 著，**國家競爭優勢**(臺北：天下文化，1996年)。

(三) 專書論文

榮耀明，「創意產業集聚發展的線路圖」，葉辛、蒯大申主編，**上海文化發展藍皮書**（北京：社會科學文獻出版社，2006年），頁 33~ 35。

(四) 期刊論文

于雪梅，「在傳統與時尚的交融中打造文化創意園區—以前民主德國援華項目北京 798 廠為例」，**德國研究**，第 01 期(2006 年)，頁 55-80。

孔建華，「文化經濟的融合興起與北京想像—北京文化創意產業集聚區發展再研究」，**中國特色社會主義研究**，第 02 期(2009 年)。

孔健華，「文化經濟的融合發展與政府策略-北京文化創意產業發展述評」，**中國文化產業評論**，第 08 卷(2008 年)。

孔健華，「文化經濟的融合興起與北京想像-基於北京文化創意產業集聚區發展的再研究」，**藝術與投資**，第 02 期(2009 年)。

孔健華，「北京 798 藝術區發展研究」，**經濟決策分析**，第 01 期(2009 年)，頁 27-30。

王重遠，「城市更新背景下都市創意產業發展研究-以上海為例」，**特區經濟**，第 04 期(2009 年)。

李思屈，「論中國文化產業發展的「3P 戰略」」，**西南民族大學學報(人文社科版)**，第 211 期(2009 年)。

李瑩、喬悅，「基於動態比較優勢理論的中國對外貿易發展思路」，**濟南大學學報(社會科學版)**，第 18 卷第 2 期(2008 年)，頁 85。

沈芳，「上海工業創意產業園案例分析」，**技術前沿**，第 03 期(2009 年)，頁 17-21。

洪啓東、童千慈，「從上海 M50 創意園看城市轉型中的創意產業崛起」，**城市觀察**，第 03 期(2009 年)，頁 96-104。

胡成華，「文化軟實力的提升與創意城市的構建」，**重慶行政**，第 01 期(2009 年)。

- 胡江輝，「北京發展創意產業面臨的問題與對策研究」，**中國科技論壇**，(2009年)。
- 胡偉華，「中外文化產業發展戰略比較」，**韶關學院學報**，第 30 卷第 2 期(2009年)。
- 胡惠林，「論中國文化產業發展的「走出去」戰略」，**思想戰線**，第 30 卷(2004年)。
- 馬俊豔、王佩，「上海市文化產業園區“田子坊”之魅力」，**新視覺藝術**，第 04 期(2009 年)，頁 109-110。
- 張振鵬、王玲，「濟南文化創意產業發展路徑分析」，**前沿**，第 04 期(2009 年)。
- 陳少峰，「國際視野中的中國經濟轉型與文化產業」，**思想戰線**，第 35 卷(2009年)。
- 喻翠玲，「亞太地區創意產業發展及其對中國的啓示」，**當代經濟管理**，第 31 卷 5 期(2009 年)。
- 喻翠玲，「歐美發達國家創意產業發展及其對中國的啓示」，**廣西財經學院學報**，第 22 卷 1 期(2009 年)。
- 彭澎，「中關村科技園區創意基地型園區發展研究」，**人文地理**，第 106 期(2009年)。
- 曾光，「創意產業城市集聚論」，**當代財經**，第 293 期(2009 年)。
- 楊錦，「創意產業從困境中拯救英國」，**中國商界(上半月)**，第 01 期(2009 年)。
- 萬希平，「天津文化產業發展的現狀-優勢及未來目標定位」，**求知月刊**，第 2 期(2010 年)，頁 36-38。
- 蓋爾·鄧勒普、王文淵，「簡論歐洲創意產業及其當下發展」，**思想戰線**，第 35 卷 2 期(2009 年)。
- 褚勁風，「上海創意產業空間集聚的影響因素分析」，**經濟地理**，第 29 卷 01 期(2009 年)。
- 褚勁風，2009，「上海創意產業集聚的地緣空間研究」，**上海經濟研究**，第 05 期(2009 年)。

趙晶媛，「文化創意產業集群發展策略」，**今日中國論壇**，第 06 期(2008 年)。
趙曉晨，「動態比較優勢理論在實踐中的發展」，**經濟經緯**，第 3 期(2007 年)，
頁 10-13。

樊盛春、王偉年，「文化產業園區理論問題探討」，**企業經濟**，第 10 期(2008 年)。
諸勁風，「上海城市與創意產業園區協調發展研究」，**中國人口-資源與環境**，第
17 卷第 6 期(2007 年)，頁 141-142。

盧娜，「北京文化創意產業-金融危機中尋求新機遇」，**時代經貿**，第 126 期(2009
年)。

鮑務英，「淺析比較優勢理論」，**北方經濟**，第 16 期(2008 年)。

韓民春、徐姍，「國外動態比較優勢理論的演進」，**國外社會科學**，第 3 期(2009
年)，頁 46-47。

譚相宜，「混搭風情“田子坊”」，**中國企業家**，第 14 期(2008 年)。

(五) 研討會論文

朱易安，「紐約與上海文化創意產業發展淵源之比較」，發表於「都市文化與都
市生活-上海、紐約都市文化」國際學術研討會(上海：2008 年 6 月)。

邢亞麗，「誕生在老廠房裡的創意產業—從泰康路創意空間談上海創意產業園
區」，發表於「2008 第十屆中國科協年會文化強省戰略與科技支撐」論壇(河
南：河南人民出版社，2006 年)。

耿斌，「創意產業集聚區空間演化特徵研究—以上海市為例」，發表於「生態文
明視角下的城鄉規劃-中國城市規劃」年會(遼寧：大連出版社，2008 年)

齊立博、李艷萍，「一種創意產業集聚區的空間佈局模式-以江蘇創意文化產業
基地為例」，發表於「生態文明視角下的城鄉規劃-中國城市規劃」年會(遼
寧：大連出版社，2008 年)

劉曉蓉，「文化產業發展成文化創意產業之特性研究」，發表於 2006 年文化創
意產業與地方發展策略研究生學術論文研討會(台北：台北大學，2006 年
3 月 9 日)，

<http://www.ntpu.edu.tw/pa/news/94news/attachment/950309/4-3.pdf>。

錢鳳根，「英國之鑒-產業轉型中的創新環境政策因素」，發表於「提高全民科學

素質、建設創新型國家-中國科協年會」(北京：中國科學技術協會，2006年)。

(六) 學術論文

安延清，上海弄堂工廠的歷史沿革與再生研究(上海：同濟大學，2008年)。

李巾英，中國大陸推動文化創意產業政策之研究:政策過程的途徑(臺北：中國文化大學中國大陸研究所，2008年)。

李濬江，中國文化創意產業發展之研究－以桂林『印象·劉三姐』為例(臺北：南華大學，2009年)。

崔元琪，上海市創意產業的空間集聚研究(上海：上海師範大學，2008年)。

陳韻如，金融危機後南韓文化創意產業發展之研究(台中：國立中興大學國際政治研究所，2007年)。

趙雯倩，中日文化創意產業的比較研究 (山東：山東大學，2008年)。

(七) 網站

上海 M50 創意園，<http://www.m50.cn/html/index.html>。

上海文化影視廣播管理局，<http://wgj.sh.gov.cn/>。

上海市政府，<http://www.shanghai.gov.cn/>。

中國文化產業網，<http://www.cnci.gov.cn/>。

中國文化創意產業網，<http://www.ccitimes.com/>。

中國文化創意網，<http://www.whcy.org/>。

中華人民共和國文化部，<http://www.ccnt.gov.cn/>。

天津市文化廣播影視局，<http://www.tjwh.gov.cn/index.html>。

天津文化產業網，<http://www.tjwhcy.gov.cn/>。

六號院創意產業園，<http://www.6art.net.cn/>。

北京 798 藝術區，<http://www.798art.org/>。

北京文化創意網，<http://www.bjci.gov.cn/>。

北京市文化局，<http://www.bjwh.gov.cn/index.htm>。

北京市政府，<http://www.beijing.gov.cn/>。

田子坊文化創意產業園區，<http://www.tianzifang.cn/>。

行政院文化建設委員會，<http://www.cca.gov.tw/>。

(八) 網路資料

「「十一五」時期 將是文化產業的「黃金發展期」」，人民網，

<http://culture.people.com.cn/BIG5/22226/71018/71023/4808594.html>，瀏覽日

期：2010年4月2日。

「上海首批 15 家文化產業園區出爐」，中國文化產業網，

http://www.cnci.gov.cn/content/2009417/news_44406_p3.shtml，瀏覽日期：2010

年4月17日。

「中國文化及傳媒產業政策的演變」，中國網，

<http://big5.china.com.cn/gate/big5/culture.china.com.cn/zhuanti/2010whct/2010-03>

/07/content_19546824.htm，瀏覽日期：2010年3月23日。

「天津市天津市文化產業振興規劃」，天津市人民政府，

http://www.tj.gov.cn/zwgk/wjgz/szfwj/201001/t20100125_112094.htm，瀏覽

日期:2011年07月10日。

「文化產業振興規畫」，上海創產中心，

http://www.scic.gov.cn/cms/Article_Show.asp?ArticleID=1610，瀏覽日期：2010

年4月7日。

「文化產業振興規劃公佈 上升為國家戰略性產業」，中國文化產業網，

http://cnci.gov.cn/content/2009927/news_52507.shtml，瀏覽日期：2010年4月

7日。

「文化創意產業集群發展策略」，互聯網，

<http://www.wjjw.cn/news/html/027/923.html>，瀏覽日期：2010年4月13日。

「毛澤東提出「百花齊放」、「百家爭鳴」方針」，中國網，

<http://www.cpcnews.cn/BIG5/33837/2534760.html>，瀏覽日期：2010年3月23

日。

「全球創意產業發展規模」，中國產業集聚網，

<http://www.chinajiq.com/html/cycy/4989.html>，瀏覽日期：2009年11月20日。

「改革開放30年文化產業回顧及前景展望」，**中國網**，

http://big5.china.com.cn/culture/zhuanti/09whcy/2009-05/05/content_17725922_3.htm，瀏覽日期：2010年4月9日。

「胡錦濤在黨的十七大的報告」，**新華網**，

http://news.xinhuanet.com/newscenter/2007-10/24/content_6938568.htm，瀏覽日期：2010年3月23日。

「國家「十一五」時期文化發展規劃綱要」，**人民網**，

<http://culture.people.com.cn/GB/22226/4814175.html>，瀏覽日期：2010年4月2日。

「園區簡介」，六號院創意產業園，<http://www.6art.net.cn/>，瀏覽日期：2010年9月10日。

「創意台灣—文化創意產業發展方案行動計畫 98-102年」，**文建會**，

<http://www.ey.gov.tw/public/Attachment/912816305071.pdf>，瀏覽日期：2009年11月23日。

「黃孟復：發展“產業集群”是民營經濟發展最有生命力的新道路」，**廣西壯族自治區工商業聯合會**，

<http://www.gxfic.org.cn/hydqsh/ShowArticle.asp?ArticleID=256>，瀏覽日期：2010年4月13日。

「蔡武解讀《文化產業振興規畫》：培育新的經濟增長點」，**央視網**，

http://news.cctv.com/china/20090930/101911_1.shtml，瀏覽日期：2010年4月7日。

金元浦，「奧運經濟：創意文化產業」，**北京社科規劃**，

<http://big5.bjoe.gov.cn/qwgd/200507/t43874.htm>，瀏覽日期：2009年11月23日。

楊小凱，「內生比較利益學說」，

<http://www.mba.ntu.edu.tw/~jiren/mirror/column/xkyang/papers/tadition-chinese/e>

[n-ex-comparative-advantage.html](#)，瀏覽日期：2010年3月1日。

潘罡，「十二五文化產業 強化微觀活力 陸文化部長蔡武：提升文創能力 優化產業結構」，**旺報**，

<http://www.opview.com.tw/BiHistPage.aspx?daid=3465108&date=20100430>，瀏覽日期：2010年5月3日。

蔡尙偉、劉銳，「對國家文化產業發展『十二五』規劃的初步思考」，**人民網**，<http://media.people.com.cn/BIG5/40628/10055670.html>，瀏覽日期：2009年11月20日。

鄭秋霜，「上海創意園區 全球最多」，**經濟日報**，2009年1月2日，版44。

謝耘耕，「上海創意產業發展的基礎、現狀與對策」，**人民網**，

<http://media.people.com.cn/BIG5/10090227.html>，瀏覽日期：2010年4月17日。

二、英文部分

(一) 文獻

Alfred, Weber, *Theory of Location of Industries* (Chicago: University of Chicago Press, 1909).

Matheson, Billy, 2006, "A culture of creativity : Design Education and the Creative Industries", *Journal of Management Development*, Vol.25 Issue 1, p55-64.

Porter, Michael E., *Competitive Advantage* (New York: free press, 1993).

Keane, Michael, 2004/09/17. "Creative Industries: an Internationalizing Dynamic?"

Media Technology, Creative Industries, and Culture Significance. Taipei:

Taipei International Convention Center.

Yoshimoto, Mitsuhiro, 2003/12. "The Status of Creative Industries in Japan and Policy Recommendations for Their Promotion," NLI Research.

Oakley, Kate, 2006/12, "Include us Out-Economic Development and Social Policy in the Creative Industries.", *Cultural Trends*, Vol.15 Issue 4, p255-273.

Jones, Peter、Comfort, Daphne、Eastwood, Ian、Hillier, David, 2004. "Creative industries: economic contributions, management challenges and support initiatives," *Management Research New*, Vol.27 Issue 1, p134-145.

(二) 網路資料

Cunningham, Stuart, 2002, “From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications”.

[http://www.mynrma.com.au/cps/rde/papp/motoringPoll:motoringPoll/http://ep
rints.qut.edu.au/588/1/cunningham_from.pdf](http://www.mynrma.com.au/cps/rde/papp/motoringPoll:motoringPoll/http://ep
rints.qut.edu.au/588/1/cunningham_from.pdf).

Santagata, Walter, “*Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth*,” *International Journal of Urban and Regional Research*, 2002 NO.1,

<http://129.3.20.41/eps/othr/papers/0210/0210004.pdf> .

