

北京 CBD 地区媒介产业集群的管理与规制*

郭媛媛

摘要：基于北京 CBD 地区产业经济、产业集群经济和创意经济的具体特征，对于北京 CBD 媒介产业集群的规制，首先应促进对首都北京 CBD 地区产业发展资源优势的充分利用，其次应体现媒介产业集群的国际化规模运营特点，再次应激发媒介产业作为创意产业经济的活力与潜力，以最后建立起以经济发展为基本点的这一地区媒介产业集群的良性运行与发展。

关键词：北京 CBD 地区；管理与规制；媒介产业集群；创意经济

作者简介：郭媛媛，女，副教授，博士。（首都经济贸易大学 文学院，北京，100070）

中图分类号：G206 **文献标识码：**A **文章编码：**1008 - 6552 (2010) 01 - 0030 - 05

到 2007 年为止，坐落于城市东部的北京 CBD 地区已经集聚了“近 1000 家传媒企业”^{[1](130)}，由此形成了北京 CBD 地区的媒介产业集群；北京市政府于 2009 年 5 月在 CBD 地区原 3.99 平方公里的基础上，又开始了 3 平方公里的东扩区域的建设。仅 2009 年，北京市政府就投入 150 亿资金，并准备拉动社会资金近千亿元进行 CBD 地区的建设。在原有产业定位，重点发展总部经济、国际金融以及高端商务等产业的基础上，在其储备区专门为传媒高地、国际书店、国际文化剧场等预留项目用地。这一举措将对媒介产业向北京 CBD 地区的继续积聚产生重要影响。产业集群的存在，必然导致集群经济的出现。媒介经济又是一种创意为先的产业。于是，在壮大和发展中，北京 CBD 地区的媒介产业集群，就同时具有城市中心商务区产业经济、集群经济、创意经济的特性。结合北京独特的历史、人文、社会与经济等特性，结合北京是中华人民共和国首都所具备的优势资源和国际影响力，北京 CBD 媒介产业集群更理所当然地拥有了自己不可他代的特性。

对于一个社会或具体的社会活动、行为、现象等来说，为了促进共同的发展和繁荣，指向明确的管理和规制从来都是不可缺少的。对于具备有自己独立特性的北京 CBD 地区媒介产业集群来说，既然已经成为一个显在的现实并行之为具像的媒介经济或曰文化现象，给予其一定的管理和规制就同样是必要的。文化是人类的文化，具体的文化现象必然是人作为主体而行为和形成的。于是，北京 CBD 地区的媒介产业集群作为特定时代、环境下所形成的一种局部的、微观的、具体的社会经济现象，所有相关规制体系的建立、运行和操作，一定是针对参与其间的人类主体或组织——媒介单位及其运行行为等，作出规定。而社会中针对人类及其行为进行的具体管理和规制，其实是一把双刃剑，一方面是要牺牲掉被管理、规制对象的部分自由或利益，另一方面则是保护管理、规制对象在一个相对的群体范围内的自由或利益。这与人类社会中有自由与自由的实现的辩证法同一并且同构：处于社会中的个体或单元如想获得最大的自由或利益的实现，必须是在尊重其他个体或单元的自由、利益的前提下才能实现，于是可能需要放弃自己的部分自由与利益。自由、利益实现的相对性是与一定的社会条件与环境要求相匹配的。仅就北京 CBD 地区的媒介产业集群来说，体现为对一种中国具体社会环境下特定环节和现象、行为中整体而全面的自由与利益保护的具体管理、规制体系与作为，当然既要约束参与其中运营的媒介组织、机构、企事业单位等不符合具体环境和条件要求的行为，同时还要维护并帮助

* 基金项目：本文系首都经济贸易大学 2009 年重点项目“北京 CBD 传媒产业集群研究”的阶段性成果。

这些媒介组织、机构、企事业单位等实现他们的自由、利益。厘清北京 CBD 地区媒介产业集群的个性特点,结合其中被规制对象的具体利益与需求等,有关这一地区媒介产业集群的政府管理与规制,应该从以下几方面出发去具体思考和建构。

一、促进首都北京 CBD 地区产业发展资源优势的发挥

北京 CBD 地区位于“金融机构数量最多、种类最全”^{[1](10)}的朝阳区,首先具有一般城市 CBD 的模式与功能,如位于城市的黄金地带,具有交通便利,人流、车流、物流密集的特点,并且集中了城市经济、科技、文化、商业力量,具备金融、贸易、办公、餐饮、服务、展览、咨询等多种功能。应该说,作为一个城市的中心商务区,像北京 CBD 这样所获得的政府用力,大资金投入,产业力量的质量、数量,产业结构、层次,产业链配套等的完备、合理,在中国社会是绝无仅有的。而作为以内容产品的生产为核心的媒介产业,能置身在这样的区域中发展,显然在其产业化的存在及运营上,就可以比在其他城市中类似中心商务区的媒介产业,获得更多的来自中心商务区功能的配合与支持。

北京 CBD 地区的发展能获得雄厚的资源支持,与北京是中华人民共和国首都的特殊位置密不可分。作为政治、文化中心,北京城市建设、经济发展,各产业的特点、格局、面貌等,都应该也必须担负起中国在国际社会和国内城市建设与发展中一定的示范作用。北京 CBD 建设的意义,不但是一个城市的,更是一个国家的。作为 2000 年中国政府批准建设的第一个城市中心商务区,北京 CBD 在国内、国际上的作用与影响力,决定了中国和北京市政府主观上给予这一地区共同的关注,客观上则有首都城市所必然具有的人力、物力、财力优势,给予这一地区经济发展不一样的资源支持,另一方面,也吸引着各种利益驱动下的企业主体的重视和进驻。相比于其他产业,媒介产业更与所处社会的政治、文化有着天然的关系。这就决定了北京必然集聚来自国际社会不同组织、不同国家的不同利益群体、不同性质的媒介事业或产业机构,既要占有北京政治、文化等信息资源的先机,又要通过媒介产品的生产,获得更多利润回报。不管是基于政治的、文化的目的,还是基于经济利益,媒介组织在北京的扎堆,是中国社会其他城市难以比较的。而当前经济领域中产业集群式发展的新模式形成,影响到媒介产业时,媒介产业在北京 CBD 地区的积聚就不难理解与想象了。

由此,充分占有并享用首都城市中心商务区各种资源支持,北京 CBD 媒介产业集群既可获得产品生产的基础支持——信息资源,还在生长、发展,运营、服务,人力、政策等方面,可以结合和吸纳 CBD 产业经济发展的本质特性和优势,让以内容生产为核心的媒介经济,获得先进的产业环境(如功能布局、空间形态、交通组织及环境景观)、运营模式和动力等相关支持,从而为其长期、稳定的发展、壮大,赢得更多和更加丰厚的社会、文化支撑。其中,置身于北京 CBD 地区作为事业和产业发展中的媒介产业集群,拥有着自己表现和发展的广阔空间。

基于以上的资源优势,对于北京 CBD 媒介产业集群的政府管理、规制,当然需要考虑进入这一地区的媒介组织、机构,企事业的多种需要——既要从事正在国际社会中越来越扮演重要角色、起到重要作用的中国首都,更多、更快地得到并及时传播相关信息资源,又要能通过置身在北京 CBD 地区媒介产业独特的发展环境,以自己的运营,获得更大的利润、赢得更多机会、获得更好的发展空间,同时,也要兼顾中国、中国首都北京的具体社会条件和要求,规范、限制进入北京 CBD 地区的国内外媒介组织、机构、企事业单位的媒介运营及行为。在进行政策制定与行业规范、管理时,特别要注意对北京 CBD 地区产业发展资源优势的发挥。应以尽可能和最大程度实现上述资源的优势配置、能量发挥为基础,保护和促进其中所涉及的媒介运营主体的经济利益的获取,但是,同时还要保证中国社会、首都北京的政治、社会、文化利益得到维护。另外,如一位理论家在论及文化产业的特殊性时说:“文化产业环境倾向于支持这样一种环境。在这种环境中,大公司与及其政治盟友能够挣到足够的钱,在这种环境中,对新产品有着不断的需求,一般竞争法之外的管制最小化,政治和经济相对稳定……”^{[3](4)}为了让处在北京 CBD 地区内的媒介产业更好、更快地发展,我们应该认识到作为文化产业主要部分的媒介产业发展的特殊性,在其中,实现媒介组织、机构、企事业单位,以至于政府的经济利益是主要的发展诉求点,其他的管制需要“最小化”——其程度应该一是不会威胁到媒介产业按照市场经济规律的健康运行,另外也不能威胁到中国社会的政治、社会、文化以及经济的生存环境。那么例如在媒

介组织、机构、企事业单位进驻北京 CBD 地区时, 先行制定进入准则, 以合同等方式规定其媒介行为, 而后则更多地以经济规律促使不同层次和性质的主体对象进行行为自律等, 可能不失为一种有利于北京 CBD 地区媒介产业集群的发展, 并促进更多组织、机构、企事业单位进入这一地区从事媒介产业运营的有力举措。

二、体现媒介产业集群的国际化产业发展特质

所谓集群经济 (cluster economy), “是指特定的领域里相互联系的企业和机构在地理上的集中所产生的经济现象, 是经济活动在空间上的非均衡分布而呈现的一种局部 (或区域) 的集聚特征。这种集群可以产生规模经济效应, 不仅与企业内部的规模经济相对应, 而且彼此之间会发生交互效应。”^{[3](23)} 积聚于北京 CBD 地区的媒介组织与机构, 形成具有如上特征的媒介产业集群, 并同时体现出 “特殊地域、同业交往、行业文化、产业技术链等的集中、融合, 其实质是分工、合作、竞争、创新、知识共享和文化共通”^{[3](23)} 的特点。而在集群内的媒介企业或组织的内部, 企业与企业之间, 亦形成一定的规模经济效应。

另外, 有研究资料指出, 传媒创意产业聚集区是北京 CBD 文化创意产业的核心区, 其中既有中央电视台、北京电视台、人民日报这样大型的文化传媒机构, “已经进入中国的 167 家国际新闻机构也聚集于此”^{[1](17)}。近千家的来自于不同国家和地区的, 不同利益主体, 不同类型、层次、规模、方向的传媒企业, 齐聚北京 CBD 地区, 其发生的集群经济的状况不仅壮观, 而且为集群内部的传媒机构, 各类型传媒事业、企业组织, 提供了规模经济发生与发展的机会和可能。

传媒产业集群与北京 CBD 地区内的其他产业集群的并在, 国际传媒机构与中国大、中、小型传媒事业、企业组织的共存, 国有制、私有制和公共所有制三种媒介主体形式并肩, 形成了北京 CBD 地区媒介产业集群富有特色的存在、发展规模, 从而从全局的角度, 建构了北京 CBD 媒介产业规模经济的格局与样貌。

根据产业集群的范围分类, “横向型: 具有不同能力的产业或部门的组合 (如多媒体产业集群) 可以实现并共享规模经济。”^{[3](25)} 从产业类型区分, 北京 CBD 地区的媒介产业集群中有新闻出版业、广播电视业、广告业、软件互联网业等。不管是纸质媒介, 还是传统的电子媒介, 还有基于网络媒体后的新兴媒介, 在媒介产业内部, 北京 CBD 媒介产业以集群经济, 表征了媒介产业的共融、共生状态。一边是立足于媒介自身特性的挖掘和发展, 一边是在面对更趋同质化接受需求的受众市场时的比对与竞争: 置身在地理空间、发展模式趋近的 CBD 地区, 近在咫尺的产业内部参照物的同在, 有时能够帮助产业组织、机构与产业本身, 及时做出变革的促动与改革, 从而在动态和不断创新中, 保持媒介产业在总体上的积极发展态势, 并促进在更趋合理、科学的结构、状况里, 保证产业各环节、各组织与各部门各自的生存定位, 从而重组、新构出有利于媒介产业长期存在、发展的元素组成和运营方式——此为北京 CBD 地区媒介产业的规模经济发展情状。

集群化存在, 规模化发展, 北京 CBD 地区媒介产业以一种全球性的媒介产业结构的共构样态, 实现的是对日渐国际化的北京媒介产业文化的表达、支持, 在兼容并蓄、动态多元和创新应变的态势里, 显示出既有规模化发展新样, 也有与北京城市相匹配的个性特色。为了北京 CBD 地区媒介产业的更好发展而制定的政策和管理规则, 当然要结合媒介产业集群式发展的特点, 以促进不同层次、不同性质、不同地位的媒介组织、机构、企事业单位在一种集群内、外的紧密联结中, 实现最大的规模利润。由于北京 CBD 地区所吸引到的国际媒介组织、机构、集团、企业等的加入, 特定的规制还要同时具备国际化的视野。以努力掌握国际先进的管理与规制的手段, 建构科学的管理、规制模式, 完善地体现出一种全球范围内的媒介产业规模化发展的特色, 获得更大的利益实现。在制定相关政策, 按照一定规则施行媒介产业集群的管理时, 应该是以促进其中的媒介产业集群合理布局、体系完备为立足点, 不断加强媒介产业集群内部根据经济规律和市场规则的有效运营, 促使富有活力和动力的产业, 运营在一种开放而广阔的环境中, 并能在全球化的技术、资本、信息、人才等的共享中, 实现区域内外、国内外产业发展的规模效应。通过政策与具体规则的制定, 对于北京 CBD 地区媒介产业集群的规制, 就是更多地通过商业运行规则建立起这一地区媒介产业运行系统, 积极促成集群内部的组织与机构等, 促使其内部为经济利益而更多进行自觉规制, 以最终促进其集群式发展在国际范围内的规模化和最大

利益实现。

三、激发媒介产业的创意经济活力与潜力

中国通过市场上所形成的对国际经济活动的影响力，为中国经济的崛起带来了助力与利益驱动，也使得世界上各个国家、各种类型与不同层次的资本主体，将目光更多地投注于中国社会。作为当今人类社会的朝阳产业，媒介产业因为信息成为世界越来越重要的“物质”资源，而理所当然地成为世界经济发展的生力军。

必须予以重视的是，媒介产业更是一种创意经济。所谓创意经济，是在信息社会中，“不是单纯的科技或信息，而是人类的创意力”主导和结构着人类社会的经济行为，形成为“经济和社会变革”融合交汇，并引发“一套全新的工作和生活机制”的经济现象。通过对人类社会与经济发展的分析研究，有理论家认为：“经济日新月异，总体趋势是从建立在物质原材料基础上的旧产业模式转变到创意经济模式。”其中，“人类的智力和想象力能达到什么程度，它就能发展到怎样的程度”^[4]。

其实，人类社会过渡到现在的“创意经济”阶段是不难理解的。起初，人类需要更多地从大自然所“生产”的物质资源里取得种群生存的支持，直到农业文明和工业文明阶段，体力在其中还是重要的作用力量，虽然不难看出其中体力的付出是呈绝对减少趋势的。到了信息社会，我们不能不注意到其中人类智力因素需要被无数倍地加大和强化：当进化和文明的进步帮助人类可以减少对自然资源（自然资源的过度浪费和绝对减少，客观上促使人类向社会资源开发）的使用，而更好、更快、更多地生产出人类所需要的东西，社会生产效率的提高，呈现出体力运用的减少和智力运用的增加。处在这种情境下的人类，不再以体力作为生存和发展的必要资本，对智力因素的需要正在上升到历史上从来没有过的重要地位。如此，因为更主要运用智力进行社会生产所发展出的创意经济，自然而然成为人类社会经济发展越来越重要的因素。

笔者所理解的创意经济体现在社会生产中，首先是产品中新的创意表达，其次是生产过程中新的生产技能和方法（包括新的组织管理模式）。新的创意表达是人类运用智力元素更好地满足人类动态变化中的各种需要；新的生产技能和方法则为了提高社会生产率，其原则是更少地使用自然以及社会等资源，而更多、更快、更好地产出。

媒介产业是具有创意经济特点的一种产业。产业存在的前提是具有“可扩充性、可压缩性、可代替性、可传输性、可扩散性、可分享性”及“不对称性”^[5]特点的信息资源，所生产的也是具有这样特点的信息产品。信息资源与产品的无影无形，需要人类在具体的社会生产中，运用不同的信息符号（亦是人类社会长期演化过程中的创意与定形）“赋影赋形”。媒介产业就是围绕着信息产品的“赋影赋形”，并最后借助不同的物质媒介予以承载，通过一定的物质渠道予以呈现和传播的组织生产规模化后的人类经济形式；即是围绕信息的生产、发送、显示与存储诸环节及其运营而形成的产业。从产品，到规模化生产和专门生产组织的形成，媒介产业始终需要人类智力元素的作用。

信息产品，需要体现出人类创新性地使用、组合、再构、变形资源，以具有触动受众的新的内容与信息的形式元素；信息生产，为提高生产效率，既要有作用于具体物力、财力，运用新的技术、技能与技巧进行产品生产，并且为了同样的目的，还要更先进地领导生产团队，使人力资源围绕着产品的生产而有效率地组织起来。创意同样还贯彻于媒介产业经济中的各个环节，小的是产业内部各部门、部分以至产业链上下游等的协调与整合，大的包括类如在北京 CBD 地区媒介产业集群获得与其他 CBD 内其他产业及集群、与 CBD 地区外的同类、不同类产业的外部规模效应，以及地区内媒介产业集群实现规模生产和效益追求的各个方面。而对于北京 CBD 地区所积聚的高水准、高质量的来自不同国家和地区的产业组织力量，在 CBD 和集群经济的自发作用下，其相互之间的借鉴、互动，使得体现于尤其是媒介产业中产品与生产中的创意元素，更具有广泛性、先进性和新颖性。由此，北京 CBD 媒介产业集群体现出对当代创意经济格局和形态的共筑特性。

其实，对于当下的 CBD 经济与集群经济本身的形成来说，它们何尝不是人类社会进步中的创意呈现与结果！具体到北京 CBD 媒介产业集群的现存来说，其创意经济特点是那么明晰地显现着。有学者认为产业集群的“形成和发展需要多种条件的积累，包括经济发展优势、独特的历史文化资源、技术支持优势、完善的体制优势、创新的文化环境等”，而其基本条件“主要是生产要素、社会需求、

相关产业支撑、政府强力推动、科技创新等”^{[1](137)}，将这些元素弥合在一起并在社会生产中起到核心作用的元素正是创意。一点能显现一面，一面能显现全部，创意经济已经体现在我们现代产业发展及社会文化发展的方方面面，更是北京 CBD 媒介产业集群重要的特点。

“原创的、与众不同的符号创意如此弥足珍贵，文化产业是绝不可能被完全控制的。”^{[2](6)}学者们对于创意经济的认识已经指示出在管理、规制媒介产业发展时的特殊性。在“创意”面前，传统的规制内容与模式都必须让位，不是更多地管、卡、压，而是要在更宽松和自由、和谐的气氛中，促进创意元素被创意人才在创意的带领下，更好地组合、运用。事实上，实现对创意经济的规制本身同样需要创意。这种创意，体现在相关管理者在制定政策和政策的执行、实施时，其出发点要以促进创意在一种产业经济的发展中，成为一种自觉的、良性互动的行为与追求。在实际的工作中，其实绩表现为在良好的产业环境中，更多的创意人才被吸引，更好的创意能力体现出来，更优秀的富有创意的作品被创作和传播出来，等等。作为创意产业之一种，媒介产业，如特别就北京 CBD 地区媒介产业集群而言，一言概之，政策的制定和实行的行业、区域等规制，应该能够激发产业内部作为创意经济的发展动力，激发从事该产业的人群的创意能力与潜力。不难想象，在严苛的制度及其管理方式里，是绝对不可能促成其组织或成员的想象和创新能力的发挥的。更多的鼓励，对创造力和创新力政策上的倾斜，通过利税等经济手段对创新性人才和创新性企业进行积极奖励以引导产业发展的创意能力等，都应该成为在对北京 CBD 地区的媒介产业集群的管理、规制时，可以考虑采用的措施、手段。

在首都 CBD 产业经济、产业集群经济和创意经济等特性的共同作用下，北京 CBD 地区媒介产业集群显示出自己国际化、规模化及个性化，兼容性、先进性及创新性等发展后劲与实力，并体现出对首都北京 CBD 地区产业发展资源优势的共享，对国际化大都市媒介产业集群共构，和对媒介创意产业经济的共筑的特点，从而显示出自己一定的个性特点。由此，对于北京 CBD 地区媒介产业集群的相关管理与规制，也应该基于以上特征，形成、建构具有相应特色的模式、路径和方法。正如美国学者托尼·赛奇所指出的那样：“政府能力的增强是市场有效运转的必要条件”，而“一个有效而不是强大的政府结构是任何成功的改革有望实现的前提”^[6]。自 1979 年改革开放后逐渐并迅速地加入到由经济一体化为主要表征的全球一体化发展的进程中的时候，包括媒介产业在内的中国社会经济发展，就在兼容新的社会发展的经济元素同时，不断调整自己的结构与步骤，其中，制度建设必然成为影响社会发展的关键层面。“‘制度’也是在一定条件下，多个参与主体之间博弈达到的一种均衡状态，以及由这种均衡状态实现的一种社会建构的现实”^[7]。有关北京 CBD 媒介产业集群作为经济现象的政府规制，由“正式规则、非正式规则和两者的强制性所组成”的制度建设，显然不能忽视其特殊的经济主体结构构成与结构，并主要需要结合各种利益主体的权益实际和其他因素，进行相应的设置、规定和执行。在具体管理和规制系统的建设里，必须向促进这一地区媒介产业经济发展的目的和方向靠近；实际工作中的管理与规制行为，应以最大限度地利用好这一地区的资源优势、更大程度地发挥国际化的产业集群存在与发展的经济特色、促进和促成创意能力的最大出现和体现为自觉追求。如此，北京 CBD 地区媒介产业集群的管理、规制的制度与措施建设，才能真正符合其产业发展的现实，才能获得更大和更好的发展。

参考文献：

- [1] 于启武，蒋三庚．北京 CBD 文化创意产业发展研究——北京市社会科学 CBD 发展研究基地 2008 年度报告 [M]．北京：首都经济贸易大学出版社，2008．
- [2] 大卫·赫斯蒙德夫．文化产业 [M]．北京：中国人民大学出版社，2007．
- [3] 黄建康．产业集群论 [M]．南京：东南大学出版社，2005．
- [4] 理查德·弗罗里达．创意经济 [M]．方海萍、魏清江译．北京：中国人民大学出版社，2006：26．
- [5] 张宇丹，孙信茹．应用电视学——理念与技能 [M]．昆明：云南大学出版社，2003：3．
- [6] [美] 托尼·赛奇．中国改革中变化的政府角色 [A]．孙宽平．转轨、规制与制度选择 [M]．北京：社会科学文献出版社，2004：311．
- [7] 孙宽平．导读：制度经济学及其在改革中的实践与发展 [A]，孙宽平．转轨、规制与制度选择 [M]．北京：社会科学文献出版社，2004：4．