

# 浙江文化产业集群发展模式选择

王文科

**摘要：**生产要素的集聚方式在一定程度上将决定了文化产业集群发展模式的选择。由于文化资源禀赋、文化产业基础和产业政策的浙江特色，浙江文化产业集群的发展模式也呈现特色，在不同文化产业集群发展过程中都能寻找到文化产业性集群、文化产业价值链集群、高新技术产业集群和集团化模式等不同的模式路径选择，当然，文化产业集群的最终理想模式是建设生态文化产业集群。

**关键词：**文化产业；产业集群；发展模式

**作者简介：**王文科，男，博士生。（北京交通大学 经管学院，北京，10044）

**中图分类号：**G124

**文献标识码：**A

**文章编号：**1008-6552（2011）06-0099-03

文化产业发展过程中，产业发展的各项要素表现出明显的集聚化特征，文化产业的发展模式的研究，也从关注单个文化企业的发展逐步转移到研究以集群视角的中小文化企业群体的协调发展上来，生产要素的集聚方式在一定程度上将决定了文化产业集群发展模式的选择。改革开放后浙江发展取得的良好成绩与富有浙江特色的集群经济发展相辅相成，以浙江为代表的内生、市场和开放相结合的发展模式被认为是更具有竞争力，浙江文化产业的发展也自然选择了集群式发展之路。浙江文化产业集群表现形态丰富，浙江各地的文化产业集群发展呈现政府引导和市场机制相结合、国有资本与民营资本相融合、传统文化与现代高科技相结合、自然特色优势与创新优势相结合的特征，文化产业集群的规模、对地方经济发展的贡献度和示范效应在全国都有非常大的影响。由于文化资源禀赋、文化产业基础和产业政策的浙江特色，在浙江不同文化产业集群发展过程中都能寻找到文化产业性集群、文化产业价值链集群、高新技术产业集群和集团化模式等不同的模式路径选择，因此浙江文化产业集群发展模式呈现其独特的特色。

## 一、文化产业性集群模式

一般意义上的产业性集群也被称为“马歇尔产业区域”，此类产业集群的一大特点即是企业的生产都集中在生产链的单一功能上。在浙江文化产业的门类中，这类产业性集群大都分布于文化产品的制造与流通业等产业门类，尤其以浙中的义乌等地的文化产品制造与流通业集群最为典型。

义乌发展文化产业紧紧依靠当地发达的市场体系和规模化、集群化的小商品生产基础和相关专业先发优势，构筑了以文教体育用品、画框工艺品、年画挂历、印刷包装业、制笔业等五大优势产业为主导的特色产业集群，形成了独特的文化产业制造与流通业集群。集群特征表现在：一是集群规模效应突出，年生产销售额占全市文化产业总量的三分之二以上，是“中国工艺礼品工贸基地”和“中国制笔工贸基地”，不仅成为全国乃至全球文化小商品的主要销售基地，也是文化小商品的重要生产基地；二是集群内文化企业数量众多，但规模普遍不大且缺乏行业龙头企业。集群内有文化经营单位10000余家，文化产品生产加工企业近2000家，义乌小商品市场上约有三分之一的文化类商品是义乌本地企业加工生产，每年出口额超过150亿元；<sup>[1]</sup>三是集群生产的文化产品差异性不强。

通过集聚化发展和市场秩序的规范、文化内涵的提升，义乌市原先一些几厘钱的小小文化用品，变成了一项年销售额几个亿、甚至几十个亿的文化用品大产业，文化产品的档次

也得到迅速提高，但产品局限在文具、玩具、工艺品等几个种类上，产品同质化倾向依然存在。总体上，集群内文化企业规模普遍不大，说明其所从事文化产品生产活动受到规模经济的限制，还说明集群内的企业所有权一体化的程度也较低；另一方面，大量中小文化企业对义乌地域的依赖，说明了自身管理协调一体化程度也低。

## 二、文化产业价值链集群模式

文化产业价值链集群模式是文化产品生产工艺专业化的结果。文化产业发展进入到了相对成熟的时期后,集群内企业之间竞争的主要特征表现在产品的差异化上而非产品的价格,由此对企业的专业化提出了更高的要求。集群内各中小企业都必须在集群价值链中坚守分工,在各自承担文化产品价值链上的设计、研发、生产、品牌、推广等不同的职能上力争精益求精,与上、下游企业之间形成良性协作机制,方能追求自己在价值链上分工的稳固地位,此时,文化企业在文化产品生产过程中所积累起来的创意、人才以及技能、技巧和特殊工艺等商业诀窍非常重要。通过创意氛围营造和不断的制度、人才、技术、产品、市场、管理等方面的创新,集群内必有企业可以脱颖而出,出现以一个或几个大企业为中心带动其他中小企业的发展模式。

杭州动漫产业集群的崛起,一是借助于高校的力量得到有力的智力与人力支持。如,位于杭州的视觉造型艺术领域综合实力最强的中国美术学院,设有影视动画学院,浙江大学在计算机科学、人工智能、计算机图形与网络及计算机动漫软件方面全国领先,浙江传媒学院设有动画学院,影视动画制作上独树一帜;二是在政府的大力扶持、几家学院的智力支持、民营资本积极推进下,集群初步形成了包括动画教学、研发、制作、运营和衍生产品开发等环节的完整产业链和价值链。集群内的中南卡通是大型的动漫企业,在杭州动漫产业发展中处于领头羊的地位,具有较强的行业引领能力,入驻杭州的国家动画产业基地的50多家公司分工协作,保证了集群产业链的不断延伸,使得动漫产品原创、设计、生产、推广、衍生品开发等完整的动漫价值链作用得以充分发挥,实现了较强的集聚效应和产业辐射力。2010年,杭州以35008分钟的原创动画产量,比2009年增长30%,连续两年位居全国各城市第一,杭州动画产业基地被国家广电总局评为该年度全国唯一的“最佳动画产业基地”,原创动画产量38部2345集32996分钟,继续位居全国各基地前列。<sup>[2]</sup>

## 三、文化产业高新技术集群模式

随着信息技术的突破及其产业化,改变了文化产业的技术基础,不仅使一些原先典型的文化产业门类表现出新兴产业的某些特征,而且催生了一些全新的文化产业门类。在此背景下,文化产业发展要素从物质性资源

逐渐转向知识性资源,从而大大削弱了物质性投资对中小企业发展的限制作用,而且文化产业自身的产业属性也决定了知识性资源自身固有的共享性、多产业扩散性和非主体集聚性等特征,使中小文化企业在获得和利用知识性资源上不再处于劣势地位,更重要的是在文化产业发展过程中,知识往往具有更大的集聚性,能在更大的范围、更短的时间内利用知识的集聚特征而将大量的文化企业集中,促进了文化产业集群的形成。<sup>[3]</sup>这种集群最主要的表现形式就是文化产业领域中的高新技术集群,如信息服务业集群。这种集群中的企业的规模通常不大,所有权一体化程度也比较小,从管理协调一体化的程度上来看,它介于文化产业性集群和文化产业价值链集群两种产业集群之间。

信息服务业是杭州文化产业重点发展的门类之一,集中了一批有影响的电子商务、软件开发企业,集聚化发展特征显著。以阿里巴巴为代表的一批快速发展的优秀企业成为杭州的信息服务业集群的中坚力量。阿里巴巴集团1999年开创B2B电子商务平台后,2003年投资1亿元人民币建立个人网上贸易市场平台——淘宝网,在2004年投资成立面向中国电子商务市场推出基于中介的安全交易服务——支付宝,目前阿里巴巴已经发展成为中国最大的网络公司和世界第二大网络公司,拥有阿里巴巴、淘宝、支付宝、阿里软件、阿里妈妈、口碑网、阿里云和中国雅虎等八家子公司。

杭州信息服务业集群成功的原因,在于集群内的这些企业较好地把握了经济发展的趋势与热点,一方面较好地与行业中的大型企业外包、战略联盟、兼并、合资等应对技术转变及产业转移的方式相对接;另一方面,集群发展要素从物质性资源转向知识性资源,集群内企业的成功是广泛应用知识集聚性的结果,这与转变经济增长方式、建设生态文明、坚持可持续发展的呼声相匹配。所以,推进高科技产业集群的发展,应成为许多地区和企业发展文化产业重要的选择。

## 四、文化产业集团化模式

20世纪90年代以来,国际文化产业再次出现了大规模的产业结构调整,通过兼并、破产、重组,在世界范围内形成了少数几个全球性的产业集团,覆盖了传媒、娱乐等诸多门类。规模化的必然结果是垄断化,当今世界文化产业为大巨头所把持,这些公司包括美国在线、时代华纳、迪斯尼、维康、通用电器、贝塔斯曼、新闻集团、索尼、西格拉姆等,今后一段时期,文化产

业全球化、规模化和垄断化趋势将会愈发明显。为增强我国文化产业的竞争力，在 2009 年国家制定的第十一个产业振兴规划——《文化产业振兴规划》明确提出要在重点文化产业中选择一批成长性好、竞争力强的文化企业或企业集团，加大政策扶持力度，推动跨地区、跨行业联合或重组，打造具有国际影响力的大型文化产业实体。

从产业组织角度来看，大型文化企业集团是产业集聚发展的重要组织形式，是文化产业集群的一种特殊表现形式。以集团化推进产业集聚，是改变当前文化产业领域普遍呈“小、弱、散”状况、改变多数文化企业规模偏小、经济效益不高、竞争力不强、资源不集中的局面的有效方式。近年来，浙江文化产业相关领域中的公司规模不断扩大，实力明显提升，通过兼并重组，出现为数不少的文化产业集团公司，成为浙江文化产业发展的顶梁柱，如浙江的报业集团、出版集团、广电集团等大型传媒集团等，这些集团集聚了大量的文化产业人才、技术、资本、市场等要素资源，是文化产业的“国家队”和主力军。

目前，集团化的路径主要是通过进一步整合资源，盘活存量，扩大规模，一方面适当运用行政手段，对重复设置、经营不力的文化单位进行资源重组，优化结构，另一方面鼓励强强联合、自由联姻，打造旗舰型的

文化企业。但要注意的是现有的国有文化产业集团中，有些是在当时历史背景下运用行政手段组建的集团，此举有违背市场规律之嫌，<sup>[4]</sup>其成效也未必如人愿；其次，目前的文化产业集团总体实力偏弱，资产规模和营利水平都较低，市场竞争力有限，以浙江日报报业集团、浙江出版联合集团、浙江广电集团等三大国有国有文化产业集团为例，近几年各集团的资产总额均在 30 亿左右，每年税收总额基本稳定在 1 个亿左右，年创造利润在 2-3 亿元之间，离担当文化产业集群发展先锋的重任还有不少的距离，仍然需要在体制和机制上作重大突破。

参考文献：

[1] 万斌. 浙江蓝皮书(2010 年浙江发展报告,文化卷)[M]. 杭州:杭州出版社,2010:16-33.

[2] 史征. 浙江文化产业发展路径依赖与政策引导:以文化产业集群为视角[M]. 北京:中国广播电视出版社. 2010:12;23-25.

[3] 仇保兴. 小企业集群研究[M]. 上海:复旦大学出版社, 1999:34-37.

[4] 隋映辉. 产业集群成长、竞争与战略[M]. 青岛:青岛出版社,2005:418-423.