

长三角文化市场区域合作 与一体化路径研究

郭新茹 陈天宇¹

【摘要】 推动文化市场区域合作与一体化是健全现代文化产业体系和市场体系、实现长三角高质量发展的重要内容。在对长三角文化市场区域合作与一体化的基础与现状进行分析的基础上，借鉴欧盟相关经验，提出长三角文化市场区域合作与一体化的实施路径：（1）深化文化体制改革，建立健全现代文化市场体系。（2）推动文化资源协同开发，打造特色文化品牌。（3）加快价值链整合，以联合升级实现产业一体化。（4）鼓励第三方平台企业发展，推动政府、协会和企业联动发展。（5）实施制度与政策驱动，加快建设文化市场环境一体化。（6）加强文化产业人才培养，强化人才激励机制。

【关键词】 长三角文化市场 区域合作与一体化 文化产品 政策驱动

一、引言

十九大报告指出，“实施区域协调发展战略，创新引领率先实现东部地区优化发展，建立更加有效的区域协调发展新机制”^[1]。2019年5月，习近平总书记主持中共中央政治局会议，审议《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》，强调把长三角一体化发展上升为国家战略是党中央作出的重大决策部署。由此可见，在区域协调的背景下，促进我国文化市场区域合作与一体化发展，是深化文化体制改革、建立健全我国现代文化市场体系的重要内容。长三角作为我国经济发展水平最高、活跃度最强的区域之一，从1993年江浙沪演出业务洽谈会的举办到2004年《关于加强长三角文化合作的协议》的签署，再到2012年《加快长三角地区网吧市场一体化建设的若干意见》的出台以及2018年长三角文化产业博览会的召开，各地政府在推进文化市场区域合作与一体化方面作出了积极有益的探索，文化市场的区域合作发展已进入实质性推动阶段：一系列非企业型平台整合系统已经建立，龙头文化企业的跨区域经营已初见成效，文化市场制度与政策一体化、政府行为一体化取得诸多突破，形成了在全国具有示范意义的若干文化产品和服务市场，如长三角演出市场、长三角图书市场、长三角艺术品拍卖市场等；同时，长三角又是我国重要的制造业区域，其雄厚的工业基础诱发了工业研发、设计、软件、数码动漫等创意产业的产生与快速发展，其中，上海、江苏的软件业在全国名列前茅，浙江则产生了世界瞩目的电商企业——阿里巴巴。然而，从中央提出的“健全现代文化产业体系和市场体系”目标要求看，与经济区域合作相比，长三角文化市场区域合作与一体化还明显滞后，依然受到行政体制、文化体制的诸多束缚，一些领域的地区壁垒、条块分割还没有完全打破，政府的越位和缺位现象依然突出，市场配置资源作用的发挥还受到种种限制，使得文化产业的规模化、集约化、专业化水平不高，文化产业领域“怪象”频出，一面是民间小微文化企业大量存在，另一面则是政府组建的文化产业集团在许多领域垄断着市场；一面是基于马歇尔专业分工的文化产业集群缺乏，另一面则是政府“撮合型”、同质性文化产业园区大量存在。因此，如何通过长三角文化市场区域合作与一体化来克服由市场分割所带来的资金、技术、人才等方面的瓶颈约束，实现资源的合理配置与要素的自由流动，使长三角文化产业快速进入创新驱动发展阶段，已成为长三角高质量发展的重要课题。

二、文献综述

¹基金项目：本文为2017年度江苏省文化科研课题“江浙沪文化市场区域合作与一体化路径研究”阶段性成果。

作者简介：郭新茹，南京师范大学文化产业与创意传播基地副教授；陈天宇，南京师范大学社会发展学院研究生

长三角市场区域合作与一体化问题是十多年来学界所关注的热点，大多学者从产业结构调整、地方保护与市场统一、企业并购、跨区域环境治理等方面对长三角经济一体化问题进行研究，而对长三角文化市场一体化的规范性、系统性研究不丰富不深入。主要集中在以下几个方面：（一）市场分割的原因。市场分割是指某地方政府为了本区域的利益，以行政管制的方式限制外地资源进入本土市场或限制本地资源流向外地的行为（银温泉等，2001）^[1]。改革开放以来，我国区域市场分割问题一直比较突出，其背后的原因可能与地方政府间的竞争行为有关，包含财政与经济激励、地方市场保护主义等（吴敬琏，2003^[2]；陆铭等，2004^[3]；刘培林，2005^[4]），也可能与中国经济改革发展所处阶段以及行业特征密切相关，如在垄断性行业以及与地方财政税收密切相关的行业，市场分割程度在不断提高；而在具有高竞争性的轻工类行业，市场分割的程度则在不断下降（吴小洁等，2012）^[5]。对文化市场分割而言，除上述原因，文化企业所有制结构、政府文化管理职能、文化资源的同质化、城市间收入差距等也是导致文化市场分割的重要原因（谭军等，2009）^[6]。（二）长三角市场区域合作与一体化。目前长三角地区在商品市场、要素市场、产权市场、市场监管等方面的一体化均取得了一些成效（黄征学等，2018）^[7]，然而囿于区域外延不断扩展、内部发展不平衡等问题，长三角区域很难实现更高质量的市场合作与一体化发展（刘志彪等，2019）^[8]。应积极推动政府转变职能，促进政策协调与科技进步，推动产业结构优化升级（李磊等，2011）^[1]，鼓励跨地区的企业兼并重组活动（刘志彪，2003）^[2]，以各个细分市场的内涵化、高质量合作来提升长三角区域市场合作和一体化的整体水平（刘志彪，2014）^[3]。（三）长三角文化市场区域合作与一体化。长三角文化市场一体化水平不高主要由于其“体制转轨”和“历史遗留”所决定，因此需要建立跨区域型的行业协会、打破所有制壁垒、增强跨区域文化市场资本合作来提升长三角文化市场一体化水平（顾江，2008）^[4]。事实上，文化市场的特点及其变迁趋势具有“双边市场化”倾向（谭军等，2009）^[5]，长三角区域文化市场合作与一体化应强调错位发展与区域性文化产业集团的培育（李丽娜，2014）^[6]。

综上，现有研究对区域市场分割产生的原因、长三角市场一体化取得的成效与存在问题以及相应的路径措施做了诸多探究，为推动长三角文化市场区域合作与一体化发展提供了理论指导。但整体来看，仍存在以下不足：（一）将区域经济市场一体化等同于区域市场一体化，过多强调在经济市场一体化领域的研究，忽视了文化市场一体化领域的相关问题，这可能与我国长期以来将“文化事业”从属于行政建制，而将“文化产业”定义为提供大众娱乐消费的产业的认知有关。（二）在为数不多的研究长三角文化市场一体化的文献中，对政府推动的外生型文化市场一体化研究较多，而对于分蘖机制、相关性产业的关联互动、创意阶层流动等基于市场自身内生性演化所推动形成的文化市场一体化研究较少，因此不能解释诸如上海联和电影院线联盟、长三角艺术品市场等平台的出现。（三）大多数文献只是照搬经济市场一体化的研究成果，特别在文化市场非一体化（市场分割）研究时，只注意到文化市场一体化与经济市场一体化的共性，却忽视了由于城市自身特性如城市适应性、地方特色文化资源的资产专用性等所引发的文化市场非一体化。

基于此，以中央“健全健全现代文化产业体系和市场体系”的有关论述为指导，从区域经济学、产业经济学和文化社会学等多学科的角度，以长三角区域经济、社会和文化发展水平为历史坐标，归纳总结长三角多年来在推进文化产业发展、文化市场建设方面的经验，在借鉴欧盟相关经验的基础上，分别从制度设计、市场推动、平台建设、环境优化、人才培育等方面提出推进长三角文化市场区域合作与一体化发展的对策建议。

三、长三角文化市场区域合作与一体化的基础与现状

1. 长三角文化市场区域合作与一体化的基础

地处我国东部长江中下游和环太湖流域的长三角区域，包括沪苏浙皖三省一市，自然地理与经济区位优势，历史上就是我国经济、社会和文化率先发展之地，孕育和发展出良渚文化、吴越文化、江南文化以及工商文化，很早就是中国的鱼米之乡、丝绸之乡、工艺之乡。近代以后，长三角区域率先迈入工业化、现代化道路，形成我国最早的工商城市群，产生出一大批工商巨子和文化名人，并以东西方文明的交汇，以江、浙、皖为经济文化腹地，孕育形成了长三角区域的大都市——上海。

改革开放后，在中央“东部率先发展”等重大战略部署下，以上海为核心的长三角区域经济社会与文化得到了快速发展。

2018 年长三角地区 GDP 总量超过 21 万亿元, 占全国经济总量的 23%^[1]; 上海、江苏和浙江人均 GDP 均超过或接近 1.5 万美元^[2], 在中国大陆分别排名第二、四、五位。这些数据表明, 长三角区域不但是我国经济社会发展水平最高、综合实力最强的区域, 而且已经步入了工业化中后期阶段, 正处在由传统产业向知识密集型产业过渡的转型期, 具有区域一体化发展的经济水平、城市空间、产业结构和人文关系等坚实基础。此外, 从 2008 年开始, 中共中央、国务院陆续颁布的《进一步推进长江三角洲地区改革开放和经济社会发展的指导意见》《长江三角洲地区区域规划》《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》等系列文件, 在确立了长三角区域经济战略定位和发展方向的同时, 也为长三角文化产业、文化市场的战略定位和发展指明了方向。

从长三角区域经济发展的实际过程看, 改革开放后, 在经济体制改革的推动下, 从苏南乡镇企业早期的“前店后厂”^[3]、上海的“星期六工程师”^[4], 到近年来新的“前店后厂”模式^[5], 上海在江、浙、皖建立异地工业园等, 伴随着形式多样、模式多样的合作组织的频现, 长三角区域经济一体化发展不断深入。在这种格局中, 长三角区域文化体制改革持续推进, 文化市场的区域合作与一体化也不断向纵深方向发展, 从早期出现的文化旅游、工艺品、文艺演出等传统文化市场, 到近十多年来新出现的与文化创意、知识产权、互联网结合紧密的新兴文化市场, 都呈现出跨地区的多元、多样、融合性的发展态势, 为进一步推进长三角文化市场区域合作与一体化发展提供了基础与经验。

2. 长三角文化市场区域合作和一体化发展现状分析

在十多年的发展历程中, 长三角区域在文化体制改革、一体化平台建设、文化市场监管等方面创造了诸多可复制、可推广的经验, 文化市场区域合作与一体化发展已经初具规模, 在文化产品和服务、要素市场、市场环境等方面初步实现了一体化。

(1) 文化产品和服务一体化加速

伴随着长三角区域经济一体化的不断推进, 居民文化消费需求的不断升级, 长三角区域文化产品和服务流动性不断加强, 文化企业间竞争逐步加剧, 寻找差异化的市场定位、获得规模经济、寻求新的经营业态与商业模式成为各文化企业获得竞争优势的主要途径。在这种背景下, 凤凰出版传媒集团、上影集团等一些龙头文化企业开始以兼并重组、跨界融合、战略联盟等方式进行跨区域、跨行业合作。这一过程涉及多个城市的文化企业的创新融合或某个文化企业文化产品和服务在多个城市的研发设计、创意生产、流通与销售等, 这使企业在提供多样性文化产品和服务的同时, 内生性地促进了长三角文化产品和服务的一体化。以上海联和电影院线为例, 其以资本和供片为纽带, 在长三角加盟影院之间实行统一品牌、统一排片、统一经营、统一管理, 大大提升了长三角电影发行放映市场的一体化程度。同时也应看到, 作为文化产品和服务的供给方, 部分地区的文化企业由于缺乏对特色文化资源的创造性转化能力, 只是简单复制其它区域文化产业发展模式, 导致一些地区文化资源被闲置、重复建设、低水平开发的现象凸显。如周庄、同里镇、木渎镇都是以“江南水乡”为题材的旅游景点, 特色化不足; 单以“梁祝文化”为题材开发的文化旅游目的地就有江苏宜兴的梁祝文化园和浙江宁波的梁祝文化小镇。

(2) 文化要素市场一体化持续推进

“十八大”以来, 在制度创新和市场驱动双重作用机制下, 长三角区域资金、人才、技术、信息等市场要素加速流动, 部分要素资源的共享之态呈现。如 2018 年四地政府签署实施了《三省一市人才服务战略合作框架协议》, 率先在“人才服务协同、人才流动合作、人才发展推动”等方面实现资源共享, 政府制度引导、行业专业指导和市场竞争驱动多主体联动的区域人才合作协调机制正在形成。在《泛长三角区域金融稳定与合作发展框架协议》与《长三角地区旅游市场主体及有关人员严重失信行为认定标准和联合惩戒措施(试行)》等系列法律政策文件的“保驾护航”下, 长三角地区文化资本市场不断完善, 一系列规模不同、模式各异的文化金融合作服务平台出现, 涌现出哔哩哔哩集团、阅文集团等“独角兽”型文化企业, 这些文化企业通过项目外包、兼并重组等方式与中小、小微文化企业建立起紧密的合作关系, 正在成为长三角文化产业领域重要的资源整合者、产业运营者与战略投资者。最后, 以技术研发与技术共享平台为抓手, 长三角各城市正在积极构建各种“文化+科技”类服务平台, 目前已形成长三角国际文化产业博览会、南京文化科技融交会等面向全国乃至全球的文化科技融合服务平台, 长三角文化

技术市场的一体化正在加速。

然而，由于长三角各城市经济发展水平各异，规模各异，受虹吸效应的影响，创意人才、资本、技术等高级生产要素过多向上海、杭州、南京、苏州等相对发达城市流动，导致地区间文化产业发展不平衡、不充分问题突出。如以衡量一个城市文化产业发展水平的重要指标——文化产业园区的建设情况来看，据不完全统计，长三角 60% 以上的文化产业园区集聚在上海、杭州、南京、苏州、合肥、无锡等城市，而其它城市受制于人才、资金、体制机制等瓶颈约束，在正反馈累积效应的作用机制下，短时间内很难改变此种局面。

（3）文化市场环境一体化不断完善

为了提高文化产业发展效率，三省一市各地政府在不断创新文化体制机制，探索推动文化产业创新发展模式、路径的同时，逐步在文化资源整合、强化文化市场监管等方面达成了共识，文化市场环境一体化正在加速。主要体现在以下几个方面：一是建构或完善了长三角文化市场互动信息、长三角地区演出市场互动协调网络、长三角文化产业博览会等文化市场一体化整合平台。二是制定了长三角文化市场互惠政策，实现了三地文化市场行政执法跨区域协调，成立了长三角电影发展联盟、长三角动漫产业合作联盟、长三角城市会展联盟等中介平台，在制度与政策一体化方面取得了诸多突破。三是加强文化市场监管一体化。四地文化管理部门开辟文化市场共管共赢合作渠道，进一步完善四地演出洽谈制度，规范演出市场秩序；在处置文化市场突发事件方面，逐渐形成了有效预警防范和协同处置文化市场突发事件的合力^[1]。如 2012 年，上海、江苏、浙江三地政府共同签订了《加快长三角地区网吧市场一体化建设的若干意见》^[2]，在网吧连锁企业互认机制、市场准入的互认机制，以及市场的监管联动机制和市场培育机制等方面达成协议。

然而，由于长三角各城市文化产业发展水平各异，基础制度环境存在一定差异，一些城市由于缺乏相应的文化产业配套政策，导致在文化产业的一些细分领域呈现出“大而全”或“小而散”的状态，再加上在城市适应性所带来的马太效应的作用机制下，文化创意人才“引进不足”或“流失严重”，无法快速融入长三角文化产业区域合作与一体化进程中，即使加入了长三角文化产业一体化的一些联盟或平台，但也会由于相关文化发展环境不匹配而导致“水土不服”，并没有真正实现由于文化市场区域合作与一体化而产生的辐射效应、溢出效应与协同效应。

四、欧盟文化市场区域合作与一体化经验借鉴

在当代经济全球化中，世界产业分工布局发生了巨大的变化，欧美区域经济一体化进入新阶段，文化市场区域合作与一体化也日益成为区域一体化中的重要内容。当前，全球区域经济一体化组织多达 100 多个，这些组织形态规模不同，模式各异，但几乎每个重要的国际经济合作区域都涉及文化产品和贸易。欧洲联盟（以下简称欧盟）是由欧洲共同体升级而来，是邦联制超国家政治经济的区域一体化组织，现有 27 个成员国，其主要机构有欧洲理事会、欧盟理事会、欧盟委员会（欧盟的行政机构）、欧洲议会、欧洲法院、欧洲中央银行等，在欧盟理事会中设有专门的文化理事会和文化指导委员会。欧盟成立后，推出了一系列文化政策、法规和文化建设行动，在提高和丰富欧洲人民文化知识、文化修养和文化认同，逐步为欧洲人民建立一个文化共同区域的同时，也支持了欧盟统一的文化市场建设。其中，以下几个方面尤其值得学习借鉴。

1. 创新文化政策

总体上，欧盟文化政策包含着三个层面：一是从文化理念层面，增强对“欧洲公民”的身份认同，强调“多样性”的“统一”，即对外强调欧盟文化政策的统一性，对内则兼顾各成员国的“多样性”。自 1954 年以来，欧洲各国陆续签署的《欧洲文化协议》《罗马条约》《阿姆斯特丹条约》《2000 文化发展纲要》等文化政策，均将建立欧洲人民“文化的共同区域”，强调将文化历史的共同性、文化遗产的共享性和尊重保护各国、各地区文化多样性、文学艺术的差异性作为其基本政策理念的。如 1997 年的《阿姆斯特丹条约》第 151 条提出：“欧盟将在文化方面采取实际行动，以尊重和促进各成员国之间的文化差异性；鼓励

成员国之间的以及与第三国或国际组织的文化合作”^[1]；二是从规划层面，从文化发展目标、发展战略和实施路径等方面促进文化共同繁荣。20 世纪 80 年代后期，面对着传统制造业的衰退，欧盟理事会文化指导委员会于 1998 年提出了建设“创造性的欧洲”的战略目标，为欧洲各国提供了“创造性欧洲”文化政策的框架模式和共同的文化政策平台^[2]，从而引导欧洲各国及时更新文化政策，把创造性作为经济社会可持续发展的基本价值取向。依照这一框架，截止 2009 年，共有 39 个欧洲国家制定出台了以“创造性”为母题的文化政策；三是文化建设行动层面，以多样化的活动营造创意创新的文化氛围。文化理事会和文化指导委员会不断推动实施各种文化行动计划，诸如“欧洲文化之城”（后改为“欧洲文化之都”）活动、“欧洲电影年”、“欧洲文化艺术节”、支持文化艺术活动的“万花筒计划”等。这些文化活动，既保证了实现欧盟文化政策的基本主题和基本价值取向，增强了欧洲各国对欧盟、“欧洲公民”的身份认同，同时也丰富了欧洲各国的文化交流，为欧盟区域文化市场和一体化建立了良好的文化生态系统。

2. 加强文化要素市场建设

一是将文化创意作为重要的生产要素。欧盟在 2000 年的里斯本峰会上提出，到 2010 年把欧盟建设成为充满活力的、具有竞争力的知识经济体，并强调要把文化、创新能力和知识经济结合起来考虑，在地区发展框架下统筹知识创新和文化创意^[3]。2007 年，欧盟发布《全球化世界中的欧盟文化行动议程》，提出要“在里斯本战略框架下把文化当作促进创意的催化剂”，同时“确认文化创意产业是欧洲经济发展和竞争力的源泉，因为创意导致社会和技术的创新，并刺激经济增长和就业”。此外，欧盟还在其发布的文化创意产业绿皮书中提出，要大力发挥数字化的信息和通信技术对文化创意产业发展的推动作用。二是建立文化产业中介组织。法国早在 1949 年就成立了“法国对外电影传播协会”，荷兰、北欧等很多国家在上个世纪 80 年代就出现了艺术理事会、基金会、董事会等“一臂之距”的团体和准政府组织。三是加大对文化创意人才的培养。实施“创意欧洲”行动计划，资助 25 万名艺术家和文化专业人士文化作品的对外展览销售，通过“文化及创意领域从业人员国际化培训”“欧洲电影专业人员培训”专业化项目培育文化创意人才。

3. 建立统一的文化市场体系

一是建立无障碍的文化市场。在欧盟，统一的内部文化市场并无特别规定，但欧盟会通过各种协议和文化政策，支持鼓励各成员国根据自身特点出台资助支持文化创作、生产和培训的计划。特别是 2007 年《世界全球化中的欧洲文化议程》的出台，标志着文化政策开始由成员国层面上升至欧盟层面，形成了既有统一市场、又有各成员国文化产品和服务特色和比较优势的格局；此外，欧盟建立统一对外的市场联盟，成员国对外文化贸易有着相对统一的约定。如 2001 年，欧盟启动了《媒体追加项目 2001—2005》，支持欧洲影视产品的创作、传播和销售，提高欧洲影视企业在欧盟及国际市场的竞争力^[1]。二是降低文化市场进入壁垒。为了进一步推进欧盟成员国内部的一体化，为了降低各成员国之间文化产品和服务的流通成本，欧盟取消了内部贸易的关税，扶持与培养赋予一些中小、小微文化企业发展，使之获得与实力雄厚的文化企业同等竞争机会，避免过度集中和垄断^[2]。此外，在强调文化产业意识形态属性的前提下，对竞争性比较强的文化市场领域，如报刊业和图书出版业，允许各种资本进入；通过开放共同边界、鼓励自由竞争，推进文化产业与其它产业的跨部门、跨行业融合。三是在文化创意产业领域强调为中小型企业以及自由职业者提供公平的市场准入规则。在推进文化创意产业发展过程中，欧盟特别强调要为创意中心、个人工作室等中小文化企业提供公平的准入规则，并在创作、培训等方面为其提供资助。同时，建立“融资担保系统”以帮扶中小、小微文化企业，推出“文化和创意产业国际化战略”帮扶中小企业文化产品出口。此外，欧盟委员会还建立了数字在线的欧盟内部文化市场，专门为中小文化企业提供市场服务。

五、长三角文化市场区域合作与一体化路径分析

欧盟相关经验表明，推进区域内部统一的文化市场建设，必须强化区域共同的文化理念、文化认同，以区域文化协定、文化规划、文化建设行动计划和文化框架等系统化政策模式推动区域文化认同与交流合作。推进长三角文化市场区域合作与一体化，主要在以下六个方面发力。

1. 深化文化体制改革，建立健全现代文化市场体系

继续深化文化体制改革，加快建立统一开放、竞争有序的现代文化市场体系。一方面，要充分认识到国有资本占比过高所造成的长三角区域内资本准入门槛过高、文化企业竞争活力不足等问题，加快文化企业混合所有制改革，深化文化企业投融资体制改革，推动市场准入监管体制改革。继续推进国有经营性文化事业单位转企改制，鼓励各类社会资本对文化产业进行投资经营，实现所有制结构和投融资渠道的多元化，充分发挥市场对文化资源配置的决定性作用，进一步解放与释放文化发展活力。另一方面，要加强长三角各地文化管理部门的合作与交流，推动文化领域大部制改革，促进政府转变管理职能，提高行政效率，创建新型政府文化治理模式。认真贯彻党中央、国务院的各项有关政策意见，改“先证后照”为“先照后证”，改审批制为备案制，平等保护各类市场主体的合法权益，维护公平竞争的市场秩序，消除地区间贸易壁垒，降低文化市场交易成本，为文化产业创新发展营造良好的政策环境。

2. 推动文化资源协同开发，打造特色文化品牌

深入挖掘长三角特色文化资源，以特色文化项目打造为抓手，深入实施重点文学、舞台艺术、影视剧、重大主题美术、优秀少儿作品等精品创作生产工程，创作生产出一批弘扬中华优秀传统文化、具有江南文脉特质、群众喜闻乐见的优秀文化产品，实现文化资源优势向产业优势、竞争优势转变。积极鼓励文化IP创新、技术创新，在各类省市文化产业引导基金中，优先扶持具有高技术含量与高文化创意的文化项目，实施长三角特色文化科技保护示范工程，完成对江南文化、运河文化、海派文化等文化遗产的数字化保护与创新建设，建设一批具有长三角特色文化资源IP数据库。统一设计长三角文化旅游品牌形象和主题宣传口号，利用“大运河”“江南古镇”“江南水乡”等特色文化元素，打造长三角文化产业领域顶级节庆、论坛、赛事等高端品牌，如“长三角文化艺术节”“长三角文化产业高峰论坛”“江南民俗节”“江南演艺节”“长三角动漫节”。引导文化企业利用上述品牌对长三角区域各地的相同资源和互补性资源进行整合，打造“大运河休闲娱乐街区”“江南古镇游”“世界文化遗产游”“长三角文化节庆联盟”等品牌。

3. 加快价值链整合，以产业联合升级实现发展一体化

一是对长三角文化产业进行专业化分工布局。通过政府协商、规划引导，形成长三角文化产业垂直水平的合理分工布局，如上海发展高端工业研发设计和国际文化贸易，江苏重点发展文化制造业的工艺设计，浙江强调各种文化产品和服务的销售体系的建设；安徽则更多注重文化产品的生产制造，逐步形成以上海居首、江苏和浙江居中、安徽居尾的雁阵分工格局。二是重视培育产业组织者。推动长三角文化产业各行业形成一批拥有自主知识产权、主业突出、核心竞争能力强、发展前景好的知名品牌企业，培育一批辐射能力强的跨地区、跨行业、跨所有制骨干企业^[1]。以一批“高成长性、高附加值、高带动性”的文化项目为引领，积极扶持部分龙头文化企业成为文化创意产业链的系统整合者和产业组织者，使龙头文化企业向更加关注创意设计、版权交易、发行等高附加值的“产业链高端垄断模式”转型。三是强化企业间创新融合。鼓励文化产业园区以大型文化企业为核心形成区域创意系统，引导大型文化企业以项目外包的方式与中小、小微文化企业分工协作。加快相关性产业的关联互动，引导长三角区域文化企业间、文化企业与非文化企业的跨界、跨区域合作。四是积极参与国际文化产业分工。引导更多文化企业参与全球价值链分工，组建长三角文化企业走出去的“联合舰队”，利用“一带一路”“长江经济带”和国家自贸区的战略机遇，推动并培育长三角区域内更多文化企业、文化项目进入《国家文化出口重点企业目录》和《重点项目目录》，鼓励其在发达国家设立分支机构、信息展示中心和工作室，使长三角区域成为国际文化产业链的重要节点。

4. 鼓励第三方平台企业发展，推动政府、协会和企业联动发展

以“创造性的长三角”为价值导向，构建“长三角文化产业高质量发展联盟”平台，由政府主导，重点建设长三角六大共享平台。一是文化产业信息共享平台。建设包括公共信息源、合作信息源和交易信息源等在内的信息保障与来源系统。二是市场协同监管服务平台。协同建立演出、院线等文化市场的准入审批、日常监管、执法处罚等信息抄告制度，协同建立市场监管

预警机制与突发事件应急预案，加强区域协同处置能力。三是文化市场主体信用等级评价平台。每年定期向社会公布区域文化市场诚信名单，作为获得区域文化产业类发展专项政策扶持前提条件；四是文化消费信息服务平台。以政府采购方式，打造集信息集成、业务开放、支付便捷、服务多元的长三角文化消费门户网站、官方微博、微信与 APP 应用，提供全方位的文化信息服务与票务销售服务，打造区域文化消费“一卡通”项目。五是文化产业国家贸易服务平台。以上海自贸区为依托，搭建“长三角文化产业国际贸易服务”平台，在政策支持、出口退税、风险保障等方面做好文化企业“出海”的“保姆”。六是长三角文化产业人才服务平台。由复旦大学、南京大学、浙江大学、中国科技大学等知名高校领衔，与阿里巴巴集团、阅文集团、苏宁集团、江苏凤凰出版传媒集团等知名企业联手，共建建设长三角文化产业人才联盟，共建“创新创业人才培育基地”“大学生创新创业产业园”等平台。

5. 实施制度与政策驱动，加快推进文化市场环境一体化

一是进一步完善文化法规政策，尤其是文化投融资政策、市场准入与监管政策等，实现长三角城市之间市场监管信息的认共享、消费者权益保护异地受理处置、行政执法协作与支援等目标，构建统一的文化市场准入环境、文化市场法制环境和文化市场服务环境。商定签署基于形成三省一市区域文化认同、保护和促进四地文化多样性发展、推进四地文化共同繁荣发展的文化协议。二是规划引领。根据《长江三角洲区域一体化发展规划》的目标要求，联合制定《长三角文化产业高质量发展规划》，确定长三角文化产业高质量目标、定位、要求、发展战略等，商定建立健全现代文化市场体系，实现长三角区域文化市场一体化发展的时间表、实现步骤、政策保障等，有计划地推进长三角区域文化市场合作与一体化建设。三是以“创造性的长三角”为母题，设计长三角区域城市文化发展的框架模式，为长三角 41 个城市提供文化发展的政策模式和母本，形成长三角 41 个城市文化发展的共同主题，同时促进和保护各城市历史文化、特色文化的多样性发展。通过文化产品和服务的多样化、文化活动的丰富化，推动长三角区域内园区、企业与校园、社区的互动融合，以“时尚性、体验性、活力性、多样性”引领长三角文化产业创新发展。

6. 加强文化产业人才培养，建立人才激励机制

组织开展实施长三角文化产业人才行动计划，加快构建具有长三角特色的文化产业人才发展机制，创造自由宽松人才发展环境，让优秀的文化产业人才“留得住、进得来，用得好”。一是加快制定人才引进计划。共同制定《长三角文化产业人才引进办法》，建立引进人才的专门组织，以项目补贴、技术入股、柔性流动等方式，吸引全球各类文化产业类领军人才和创新团队在功能区开设工作室、创意坊、设计所，使长三角地区成为全国顶级文化产业人才集聚区。二是重视文化创意人才培养。三省一市达成文化产业人才培育计划，推动产、学、研深度融合，优化文化产业人才培养模式，加强从业人员的继续教育，针对文化产业发展的瓶颈问题及关键技术开展专项教育。三是营造良好的文化产业人才发展环境。健全文化产业人才使用、流动、评价和激励体系，建立长三角文化产业人才供需网和高级文化产业人才数据库。鼓励文化企业实施知识、技术、管理等生产要素按贡献大小参与价值分配的办法，对具有重大贡献的文化创意人才给予重奖，对带技术、带项目、带创意来长三角创办企业的文创人才给予重点扶持。

注释：

1[1] 习近平：《决胜全面建成小康社会夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告》，[北京]人民出版社 2017 年版，第 30、32 页。

2[1] 银温泉、才婉茹：《我国地方市场分割的成因和治理》，[北京]《经济研究》2001 年第 6 期。

3[2] 吴敬琏：《当代中国经济改革》，[上海]远东出版社 2003 年版，第 254-255 页。

-
- 4[3]陆铭、陈钊、严翼：《收益递增、发展战略与区域经济的分割》，[北京]《经济研究》2004年第1期。
- 5[4]刘培林：《地方保护和市场分割的损失》，[北京]《中国工业经济》2005年第4期。
- 6[5]吴小节、汪秀琼、黄山、蓝海林：《地方市场分割对中国企业实施跨区域整合战略的作用机理》，[北京]《科学决策》2012年第7期。
- 7[6]谭军、顾江：《转轨经济、双边市场与文化市场一体化》，[南京]《江海学刊》2009年第5期。
- 8[7]黄征学、肖金成、李博雅：《长三角区域市场一体化发展的路径选择》，[重庆]《改革》2018年第12期。
- 9[8]刘志彪、孔令池：《长三角区域一体化发展特征、问题及基本策略》，[合肥]《安徽大学学报（哲学社会科学版）》，2019年第3期。
- 10[1]李磊、刘斌、郑昭阳：《长三角一体化与经济同步性》，[南京]《江苏社会科学》2011年第2期。
- 11[2]刘志彪：《沪苏浙经济发展一体化的三个重要问题》，[南京]《江苏社会科学》2003年第5期。
- 12[3]刘志彪：《区域一体化发展的再思考——兼论促进长三角地区一体化发展的政策与手段》，《南京师大学报（社会科学版）》2014年第6期。
- 13[4]顾江：《长江三角洲文化市场一体化水平研究》，[南京]《现代经济探讨》2008年第1期。
- 14[5]谭军、顾江：《双边平台与文化市场一体化——以长三角地区为例》，[南京]《现代经济探讨》2009年第5期。
- 15[6]李丽娜：《长三角区域文化市场融合及一体化发展研究》，[南京]《文化产业研究》2015年第1期。
- 16[1]吴浩、杜芳：《汇聚长三角一体化发展新动能》，[北京]《经济日报》2019年10月16日。
- 17[2]数据来源：国家统计局网站：<http://data.stats.gov.cn/workspace/index?m=fsnd>，2019年10月12日。
- 18[3]即销售在上海，生产在苏南。
- 19[4]上海科技人员星期六到苏南乡镇企业技术指导。
- 20[5]即跨国公司总部在上海，制造加工基地在苏南。
- 21[1]上海市文广局：《关于推动长三角地区文化联动发展的思考》，<http://wgj.sh.gov.cn/node2/node741/node743/node763/node1073/u1a29463.html>，2019年10月2日。
- 22[2]上海市人民政府：《江浙沪文化市场一体化建设大幕开启》，<http://www.shanghai.gov.cn/shanghai/node2314/node2315/node18454/u21ai691244.html>，2019年9月28日。

23[1][3]徐进：《略论欧盟的文化政策及文化创意产业的发展》，[北京]《中国社会科学院研究生院学报》2011年第6期。

24[2]该框架包括八大部分，分别是：1. 历史回顾：文化政策和手段；2. 立法、决策和行政机制；3. 制定文化政策的一般目标和原则；4. 文化政策发展方面的问题争论；5. 文化领域的主要法律条款；6. 文化资助；7. 文化体制和新的合作关系；8. 对创造性和参与性的扶持。参见张晓明：《中国文化产业发展报告（2004）》，[北京]社会科学文献出版社2004年版，第260页。

25[1][2]徐进：《略论欧盟的文化政策及文化创意产业的发展》，[北京]《中国社会科学院研究生院学报》2011年第6期。

26[1]谭军、郭新茹：《又好又快发展江苏文化产业》，[南京]《群众》2015年第5期。