
昆明市广告产业园发展方向与对策研究

刘泽世 杜建宇 许亚梅¹

(云南大学 公共管理学院, 云南 昆明 650000)

【摘要】: 昆明市地理位置优越, 高校众多, 在构建广告产业园方面有着不可比拟的优势, 大力发展昆明产业园能大力促进昆明、云南乃至孟中印缅经济走廊和中国-东盟自由贸易区的发展。但昆明广告产业园发展过程中存在产业载体拓展空间小、入园企业税务关系梳理困难等问题, 为此要加快产业升级、注重建设平台载体、增加社会资本参与、提高园区服务水平。

【关键词】: 广告产业园 昆明 现状 对策

【中图分类号】:F2 **【文献标识码】:**A

1 昆明广告业发展现状

广告产业的发展是调整产业结构、促进产业转型升级, 拉动经济增长的推动力。2016 年云南省文化产业增加值达 425.05 亿元, 昆明作为云南广告业发展的集聚区域, 广告产业发展主要呈现以下现状特点。

1.1 广告业集中度较高

作为现代服务业及文化创意产业的重要组成部分, 广告产业已成为昆明新兴产业发展的重要领域。据统计, 云南省 81.52% 的广告产值集中在昆明地区, 昆明市具有良好的广告产业基础, 位于昆明市五华区的“金鼎科技园区”、“泛亚科技新区”已初具广告产业园规模。

1.2 产业集群化显著

昆明市已拥有从事广告创意、制作和经营等相关企业 1044 家, 从业人员超过万人, 拥有唐码风驰、天下艺佳、奥海等中国一级、二级资质广告企业。广告企业向多元方向发展, 从单一的广告发布制作型向研发型、公关型、资源型等转变, 业务范围从电视、报纸、杂志向电子屏、移动电视、网络、策划等各个领域发展, 初步形成了良好的集群化产业体系。

1.3 园区建设完善

昆明广告产业园由先导区、拓展区、整合区及产业孵化创新中心组成。其中位于金鼎科技园的先导区, 园区配套设施完善, 为广告行业企业提供了办公、研发、生产、经营和配套服务场地。园区先后被认定并授予国家科技部“大学生科技创业见习基地”、国家教育部和科技部“高校学生科技创业实习基地”、“云南省文化创意产业园区”等荣誉称号。

¹**作者简介:** 刘泽世(1992-), 男, 行政管理专业, 云南大学公共管理学院; 杜建宇(1992-), 男, 教育经济专业, 云南大学公共管理学院; 许亚梅(1996-), 女, 行政管理专业, 云南大学公共管理学院。

1.4 人力资源优势雄厚

昆明市拥有 28 所高等院校,绝大部分都设有与广告创意相关的专业。云南大学广告传媒学院、云南艺术学院设计学院、云南财贸学院等院校培养了大批广告领域优秀专业人才,为昆明广告产业园的建设发展提供丰富的人力资源和技术支撑。

2 昆明广告产业园发展的意义

2.1 推动云南成为对外交流窗口的重要方式

依托向西南开放的独特优势和滇中城市群日益增强的带动能力,云南省成为我国面向西南开放重要的对外交流窗口。作为开放发展的核心枢纽城市,昆明市的广告产业园建设,将为区域提供一个以广告产业为主的文化创意平台。不仅能促进昆明市和云南省的经济转型发展,而且会对中国-东盟经济贸易圈和孟中印缅经济走廊的发展产生深远的影响。

2.2 实现云南省“文化强省”战略的有效途径

云南省第十次党代会强调,要充分发挥云南省各种资源优势,加快转型发展,建设文化强省。广告传播产业作为文化产业的重要组成部分,加快昆明广告产业园的建设,对助力云南成为“文化强省”,提升云南文化产业影响力起到重大作用。

2.3 推进区域经济结构调整的重大举措

广告业作为现代服务业的重要表现形式,对调整产业结构、促进产业转型升级、提振区域经济与就业市场起到重大作用。昆明广告产业园作为昆明现代服务业发展的重大战略部署,对凝聚人流、物流、信息流,带动区域的经济、消费和就业有着重大的意义。

3 昆明广告产业园发展方向

3.1 打造集群化产业体系

3.1.1 构建园区产业生态系统

昆明广告产业园产业发展,首先需要明确广告产业链各环节具体业态及支撑要素,在此基础上构建完善的广告产业结构体系。昆明广告产业园的产业发展,将紧紧围绕创意科技融合、展示交流传播的基本功能,遵循“对外引进一批、本土培育一批、区域配套一批”的园区产业发展思路,大力发展和壮大广告及其相关产业,同步积极配套商贸等服务业,全力打造以广告产业为核心,创意设计、会议会展、中介服务、软件信息为关联,集创意商业、智慧居住、体验娱乐于一体的创意生活为配套的关联互动型产业体系。

3.1.2 发展广告重点产业

从产业链角度出发,信息采集环节重点发展广告信息采集分析、广告创意策划;加工制作环节重点发展平面、影视和互联网广告制作;传播渠道环节重点发展广告户外传媒和互联网传媒。

从技术角度出发,重点推广广告图形设计技术、广告 LED 光电技、广告图像数据处理技术、新媒体广告传播技术等新型技术的创新应用。

从业务类型角度出发,一方面依托中国-东盟自由贸易区、孟中印缅经济走廊广阔的贸易市场,拓展跨国广告业务;另一方面围绕云南省支柱产业,重点攻关旅游、茶叶、医药、矿产等领域的广告市场。

3.1.3 构建特色广告关联产业

(1) 文化创意产业。

围绕云南省发达的珠宝玉石、普洱茶、医药产业,重点发展包装设计、品牌形象设计、珠宝设计加工等;以云南省丰富的旅游资源为依托,重点发展景区形象设计和旅游景观设计;以增强广告冲击力和品牌形象为目的,重点发展广告文案设计、广告形象设计。

(2) 软件和信息服务业。

深度研发基于智能海量数据存储与管理系统、云计算平台等网络化软件,积极发展数据编辑、整理、分析等数据加工处理服务;加快拓展数字内容加工、信息技术集成等软件信息服务业以及设计类软件的应用服务,提升广告加工制作效率和效果。

(3) 会议展览业。

深度挖掘云南的多民俗特色,与云南全天候旅游资源充分结合,以云南特色矿产品、农产品、医药产品的宣传推广、展示交易为主线,大力发展会议展览业。

3.2 完善空间功能布局

3.2.1 重点打造昆明广告产业园核心区

核心区是位于五华区金鼎科技园内的以金鼎山为载体的广告创意先导核。主要改建金鼎科技园现有办公楼宇,重点改造广告及关联企业办公写字楼及配套商务设施。整合现有优质广告企业,集聚广告龙头企业,重点发展广告产业。

3.2.2 合理规划广告产业园拓展区

为广告创意企业提供高科技的广告拍摄及后期制作服务,并承载广告展示交易、人才培养和服务配套功能的广告产业拓展区,其重点建设在广告传媒服务中心、大型广告展示交易平台、人才培养和实训基地等。

3.3 搭建专业服务平台

3.3.1 一站式服务平台

(1) 一站式服务中心:整合各类优势资源,构建“一站式”服务体系。提供知识产权、物业管理、法律咨询、小微信贷等中介审批,政策发布、广告交易、周边服务配套信息查询等“一站式”服务。

(2) 广告要素交易平台:广告要素交易平台、网络竞价系统、门户网站均已建成并通过验收,这为广告作品展示交易、广企洽谈交流、媒体资源整合交易、创意作品版权登记及保护、广告节会承办提供综合性、专业性服务。

3.3.2 广告研发设计制作平台

园区与行业龙头企业合作建设广告研发设计制作平台,采用新技术、新设备、新材料,构建 3D 打印中心及大型数码广告印刷中心,满足广告企业在技术研发、创意策划、产品制作等方面的需求,从而降低企业运营成本。

3.3.3 新媒体演示中心

通过新媒体、PC、移动互联网等运用整合技术,应用 LED 高清拼接大屏、体感互动系统、三维立体成像等先进技术设备,为云南特色品牌的塑造和推广提供强大技术支持与示范推广。

3.3.4 广告拍摄制作平台

(1)广告拍摄制作平台:在该平台内购置全景数据球幕机、三维模型数据采集系统、摄影摄像器材等设备,满足中小型广告企业的广告拍摄制作需求。

(2)公共录音棚:该平台是以东南亚语种配音为主的服务平台,为园区内入驻企业提供一个专业、全面的录音服务,同时也是对广告拍摄制作平台的有力补充。

3.3.5 金融综合服务平台

为缓解广告文化创业企业的融资困难,园区管委会与相关金融机构、担保公司等做了一些探索,一方面在园区内增加金融机构服务网点,引入新型服务方式。另一方面设立融资信息平台,通过信息网络共享、召开培训会等形式,由相关金融机构根据不同企业的需求,为其设计专门的金融服务方案,压缩审批时间,提高办事效率,金融机构给予最优惠利率,园区给予相应的贴补,最大限度降低企业融资成本。

3.3.6 广告创意学术交流中心

广告创意学术交流中心的建设以适应人才交流、培训等需求为目标,建设接轨国际、多元文化的高品质学习交流环境和公共交流空间,满足入园企业、创意人才、艺术名家、知名企业家的交流、活动、培训、休闲娱乐等需求。

3.4 打造特色昆明广告品牌

3.4.1 孟中印缅广告商标传播论坛

以孟中印缅经济走廊建设为契机,以广告商标品牌形象传播与广告传媒、民族工艺品、软件信息、生物医药、创意设计等产业相互交流合作、共同发展为论坛主题。

3.4.2 中国-南亚、东南亚广告文化论坛

以中国-南亚、东南亚自由贸易区深化发展、云南建设面向西南开放对外交流窗口战略为契机,举办中国-南亚、东南亚广告文化论坛。论坛设置广告文化交流展示、广告品牌推广传播、知识产权交易环节,邀请东盟、国内知名企业参展,打造具有国际知名度和影响力的广告文化交流展示活动,提升昆明广告产业园的区域影响力。

3.4.3 “彩云之南,创意之滇”创客大赛及广告周系列活动

广告产业发展的趋势是利用“互联网+”新技术来对行业进行升级,“彩云之南,创意之滇”创客大赛从“互联网+”的角度,在赛制形式上吸收借鉴当下全国的创业、创客大赛模式,吸引年轻的大学生和社会的创意组织,围绕云南的特色产品进行创意发想,让创意真正得到孵化、推广和吸引投资的商业模式。

3.5 创新多元化招商融资渠道

3.5.1 定向招商

昆明广告产业园实施定向招商,主要服务于云南省、昆明市重点产业与龙头企业(包括旅游、生物医药、玉石、茶叶、能源等重点企业的广告、创意、科技需求)与园区及周边消费群体。重点对广告产业及细分领域排名靠前且有向西南地区及南亚、东南亚各国扩张需求的国内重点企业与进驻中国计划的国外企业,进行招商引资。

3.5.2 产业链招商

通过政府引导,整合云南政府机构、国有企业广告需求市场,通过广告代理经营权下放,集中采购,以整体需求吸引国内外一流广告企业入驻。进而吸引与之配套相关的创意设计、软件服务、服务配套企业的进驻,形成供需“上下游”的产业链条关系。

3.6 加强国内外交流与合作

3.6.1 持续深化与南亚、东南亚合作

深化与南亚、东南亚地区的区域合作,通过开展广告创意论坛、缔结合作园区、组织商标品牌推广活动等手段,将合作重点由经济领域逐步拓展至文化领域。依托山水相依的地缘关系,借助孟中印缅经济走廊建设契机,大力推进与印度班加罗尔、加尔各答等城市在软件信息、生物医药等领域的交流合作,助推昆明广告产业园整体提升。

3.6.2 加强与珠三角及港澳台地区合作

加强与港、澳、台地区的文化技术合作。引进与推广并举,一方面积极引进珠三角、台湾、香港等地先进的广告创意设计理念、广告制作技术手段、广告会展管理模式;一方面对外推广风格独特的文化科技旅游等产业,实现互补发展。

4 昆明广告产业园发展过程中存在的问题

(1)产业载体无拓展空间。产业载体是实现产业集聚的支撑体。目前,金鼎昆明国家广告产业园建设尚处于起步阶段,对于今后园区广告、创意及设计等重点产业发展来说,承载能力也有限,这必然会严重制约园区的产业培育和进一步发展。

(2)入园企业税务关系梳理困难。目前,随着园区的快速建设与产业集群发展,已招商入驻的企业中有部分企业的税务关系不在园区,按照属地管理的原则,企业上报的经济指标与税收不能进入区域相关统计和财税部门。而入园企业的税务关系需要转移到园区,正常转移程序较为复杂,甚至影响企业正常经营。

5 加快昆明产业园发展的对策建议

(1) 加快产业转型升级, 增强广告产业创新能力。坚持科学发展, 紧紧围绕“加快产业转型升级”这一中心任务, 通过政府引导、市场机制、企业行为加大广告产业培育力度, 把金鼎昆明国家广告产业园作为产业集聚的载体, 借助科技文化融合示范基地建设, 使昆明产业园成为创意与科技有机互动的平台。

(2) 注重平台建设, 发挥产业集聚效应。坚持以严格的园区定位、产业发展方向及入园门槛, 持续做好企业招商入驻工作; 依托北理工昆明国家级孵化器、国家大学生创业园, 共同建设广告、文化、创意类专业性金鼎青年创业园, 为区域内广告产业的培育注入新鲜活力; 充分利用毗邻南亚、东南亚的区位优势, 打造南亚创意潮流集聚地和创意产业服务辐射中心。

(3) 强化市场运作, 吸引社会资本参与园区建设。充分发挥财政资金的杠杆作用, 引入市场竞争机制, 加快品牌孵化展示中心、创业孵化基地、智慧园区服务平台等公共服务平台建设, 促进产业持续健康发展。全面启动金鼎山文化创意产业实验区土地一级开发工作, 加强与企业对接, 引入社会资本参与区域土地一级开发。

(4) 规范园区管理体系, 提高服务水平。一方面, 要加强与税务部门的紧密对接, 尽早完成各项税收关系的转移工作; 另一方面, 要完善园区各项制度, 进一步加强对园区内企业的服务, 确保入驻企业各项运营工作的顺利开展, 增强企业的归属感, 要招得到商, 留得住人。

6 结论

广告产业的发展是促进经济转型, 提高社会文化质量, 拉动区域经济文化增长的强大动力。昆明市充分利用其区位优势、市场优势、资源要素等优势充分打造广告集群化产业体系, 根据昆明市具体情况完善其产业空间布局, 塑造昆明特色广告品牌进而提升区域广告产业规模和整体水平。通过政府政策的扶持引导, 社会资本的广泛参与, 相关资源的综合利用, 昆明广告产业园的发展定会加快云南经济转型发展, 真正助力云南成为面向南亚、东南亚开放的重要对外交流窗口。

参考文献:

- [1] 王岩, 侯君. 山西省广告产业园区建设发展路径初探[J]. 新闻研究导刊, 2017, 8(22): 54.
- [2] 李媛媛, 陈晓宇. 广告创意产业园的发展路径[J]. 新闻前哨, 2017, (08): 61-64+81.
- [3] 颜景毅. 国家广告产业园区运营模式探析[J]. 新闻爱好者, 2017, (05): 89-92.
- [4] 胡莹. 湖北省 A 广告产业园发展策略研究[D]. 广州: 广东财经大学, 2017.
- [5] 李蓓蕾. 中国广告产业集中度提升路径研究[D]. 郑州: 郑州大学, 2017.
- [6] 颜景毅. 广告产业竞争力研究的检视与展望[J]. 广告大观(理论版), 2016, (05): 10-15.
- [7] 张争妍. 重庆广告产业集群发展的研究[D]. 重庆: 重庆工商大学, 2016.
- [8] 肖明超. 昆明广告产业园: 用创意之“滇”孵化云南元素[J]. 中国广告, 2016(03): 23-26.
- [9] 颜景毅. 国家广告产业园战略定位评析[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版), 2015, 48(06): 175-178.

[10]颜景毅. 国家广告产业园集约化发展研究[D]. 武汉:武汉大学, 2015.

[11]颜景毅. 中原国家广告产业园定位探析[J]. 青年记者, 2015, (11):79-80.

[12]廖秉宜. 基于产业升级视角的国家广告产业园发展战略[J]. 中国广告, 2015, (04):135-138.

[13]秦艺兮. 中国广告产业园区品牌塑造研究[D]. 长沙:湖南大学, 2015.

[14]陈余莉, 郑茂华. 以媒为桥领航广告产业新经济——对重庆广告产业园发展路径的调研与思考[J]. 中国报业, 2014(23):56-59.

[15]徐三朋. 黄河三角洲广告产业园发展问题研究[J]. 胜利油田党校学报, 2014, 27(05):95-100.

[16]谭国平. 重庆广告产业园线上服务交易平台的可行性分析[J]. 新闻研究导刊, 2014, 5(08):3+22.

[17]王彦. 广告产业园知识溢出途径研究[D]. 郑州:郑州大学, 2014.

[18]黄增强. 中原广告产业园运营模式研究[D]. 郑州:郑州大学, 2014.

[19]徐德力, 孙文雯, 陆佳希. 常州广告产业园发展现状及策略研究[J]. 现代经济信息, 2014, (07):373-374.

[20]王谊茜. 中国广告产业园区建设和发展对策研究[D]. 合肥:安徽师范大学, 2014.

[21]陈红. 我国广告产业园区研究综述[J]. 东南传播, 2013, (09):59-62.

[22]廖秉宜. 我国广告产业园区建设策略[J]. 开放导报, 2013, (04):75-78.

[23]马世永. 南京国家广告产业园:园中园, 同样可以形成自己的特色[J]. 中国广告, 2013, (07):108-112.

[24]贾永壮. 青岛国家广告产业园:促进行业升级[J]. 中国广告, 2013, (07):114-117.

[25]中原广告产业园:助推河南广告业上档升级[N]. 经济视点报, 2013-05-16(001).