

苏州市文化创意产业园发展现状及对策

研究——以江南文化创意设计产业园为例

朱雯

【摘要】随着全球经济一体化趋势的不断加剧、国家地区之间的竞争日趋激烈，许多国家和地区逐渐意识到文化创意产业对 GDP 拉动作用，纷纷将文化创意产业作为推动经济结构调整和产业升级的重要不去码。作为文化创意产业发展的载体——文化创意产业园，在全球各地迅速发展起来。文化创意产业园是文化创意产业最主要的一种集聚形式，不仅是文化创意企业交流、展示的场所，也为文化创意企业提供资源、信息等各种配套服务。

苏州近几年经济发展十分迅速，GDP 在全国名列前茅，然而苏州的文化创意产业与北京、上海、杭州等城市相比，还比较落后，文化创意产业园更是如此，在建设过程中缺少科学的规划和产业定位，出现很多同质化的竞争，此外，专业化的创意人才匮乏、产业链不完整、服务平台不完善等问题，导致产业园的集聚效益未能充分体现。

本文在研究大量资料的基础上，首先对文化产业、创意产业、文化创意产业及文化创意产业园几个概念的内涵做了界定，研究了与文化创意产业相关的理论基础，以及国内外文化创意产业发展情况。其次，结合大量统计数据，全面阐述了苏州文化创意产业的发展状况，运用 PEST 分析法，从政治、经济、社会、技术角度分析了苏州发展文化创意产业的优势，并从苏州的实际情况出发，探索出 4 种符合苏州经济发展规律的文化创意产业园发展模式。接着，本文以江南文化创意设计产业园作为案例，通过 SWOT 分析法，分别研究了该产业园的优势、劣势、机遇和威胁，并对产业园可持续发展提出了针对性的方案。最后，本文从政策扶持、服务平台建设、人才培养等角度对政府推进文化创意产业园发展提出了一些建议。

期望本文的研究成果能为苏州地区文化创意产业园建设带来实质性的帮助，并为其他城市的文化创意产业园发展提供一些启示，为加快我国文化创意产业发展做出贡献。

【关键词】苏州市，文化创意产业园，产业集聚，对策

引言

文化创意产业被描述为 21 世纪的朝阳产业，越来越多的地区也逐步认识到文化创意产业对拉动地区 GDP 增长以及提升核心竞争力的显著作用，在政府的大力推动下，文化创意产业在短短时间内得到飞速发展。文化创意产业园是文化创意产业发展的园区化、规模化的表现形式，建立并发展文化产业园可以促进区域文化产业的发展，拉动关联产业并增加经济产值、实现当地经济、社会和文化的整体的发展和内涵式增长。苏州拥有 2500 年的历史底蕴，文化积淀深厚，是中国首批 24 座历史文化名城之一，也是吴文化的发祥地，自古以来就有“鱼米之乡”、“人间天堂”的美誉，发展文化创意产业具有得天独厚的优势。近年来，苏州经济发展迅猛，GDP 跃居全国第六、江苏省第一，成为长三角经济圈重要的经济中心之一。然而，随着全球经济一体化进程的加快，苏州的优势产业制造业在几次金融危机中受到了一定冲击，苏州市政府积极对产业进行大规模的调整和升级，大力发展第三产业，尤其是文化创意产业，出台了一系列扶持政策，为文化创意产业发展提供了良好的环境。

第一章 绪论

1.1 研究背景

21 世纪以来，文化产业在经济社会领域中的地位不断提高，文化产业具有资源消耗低、环境污染小的特点，在资源、环境日益紧张的今天，各国都纷纷加大对文化创意产业的扶持力度，短短十几年间，文化产业在全球，尤其是发达国家占据越来越重要的地位。中国近几十年来，经济建设取得的成果举世瞩目，然而，所付出的环境代价也相当沉重，在这个背景下，转变经济增长方式，大力发展服务业对建设资源节约型、环境友好型社会的作用日益凸显，文化产业是服务业的重要组成部分，既为生活服务，又为生产服务，是产业结构、经济结构调整的切入点。

党的十三大报告指出我们现阶段所面临的主要矛盾，是人民日益增长的物质文化需要同落后的社会生产之间的矛盾。而较之国内整体经济快速增长的步伐相比，文化的发展但仍明显的滞后。统计数据显示，截至 2013 年底，我国文化消费潜在市场规模为 4.7 万亿元，存在近 3.7 万亿元文化消费缺口，由此可见，要推动社会经济发展、提高人民生活水平必须要大力发展文化产业。

与发达国家相比，中国的文化产业发展起步较晚，但是得到了的极大重视，2001 年的“第十个五年计划纲要”第一次在中央文件中使用“文化产业”的概念，把发展文化产业列入国家计划，十六大则把文化领域明确区分为文化事业和文化产业，并把发展文化产业写进了政府工作报告。党的十六大正式提出要大力发展文化产业，党的十七届六中全会决定强调以发展文化产业推进经济发展方式的转变，2004 年以来全国文化产业年均增长速度达 22%，比同期 GDP 增速高 3.6 个百分点，2013 年，中国文化产业增加值达到 2.1 万亿元，约占 GDP 比重的 3.77%。“十二五”规划的中提出要“推动文化产业成为我国的支柱性产业”，文化产业增加值预期目标是约占同年国内生产总值的 5%。文化产业被视为新的经济推动元素和增长点。

文化产业的核心内容是创意，而创意灵感的获得往往来自于与其他同行相互接触的刺激，文化创意产业园也应运而生。作为文化产业的一个重要载体，文化创意产业园成为当前各地政府重点扶持的对象之一，据中国创意产业网发布的《世界文化创意产业集聚区分布图 2013-2014》显示，目前世界上的文化创意产业园区为 2181 个，其中中国营运中的创意产业园区共有 1127 家，在建中的还有 2000 余家。资料显示，我国已建成的文化创意产业园，只有 10%是赢利的，许多地方政府盲目兴建产业园，缺乏科学战略规划和产业导向，只重数量、不看质量，使得这些产业园失去了扶持、推动文化产业的意义。因此，研究文化创意产业园的盈利模式无论对于文化创意产业自身还是对当地政府都有极为现实的意义。

1.2 研究的目的和意义

当今时代，文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉，越来越成为综合国力竞争的重要因素，加快发展文化产业，是新时期新阶段文化建设一项十分重大而又紧迫的战略任务，既是社会主义市场经济条件下满足人民群众多样化、多层次、多方面精神文化需求的必然选择，也是推动经济结构调整、加快经济发展方式转变的重要抓手。文化创意产业园作为文化产业的载体，对于推动文化产业发展有着重大的意义。

1.2.1 发展文化创意产业园的目的

建设文化创意产业园的根本目的是为了发展文化创意产业，在这一前提下，文化创意产业园首先要为文化创意产业发展提供良好的环境，包括政策环境、工作环境以及企业之间交流合作的环境；其次是引导文化创意产业集聚发展，从数量上的集聚，到企业之间交互合作，慢慢向产业链上下游延伸，形成文化创意产业链；第三，培育发展文化创意产业龙头骨干企业，发挥龙头骨干企业的示范带动作用，拉动地方经济发展。

1.2.2 发展文化创意产业园的意义

文化创意产业园是文化产业集聚发展的重要载体,短短几年,在中国各地如雨后春笋般迅速发展起来,建立文化创意产业园有以下四点优势:

其一,文化创意产业园能够为入驻企业提供良好的发展环境。很多文化产业园建设和规划都有政府参与其中,在租金、政策等方面有一定的优惠,为初创型文化创意企业的起步提供了便利。

其二,文化创意产业园为入驻企业提供了一个相互交流的平台。入驻企业通过相互沟通,能够碰撞出创意的火花与灵感,有助于企业的进步与发展。

其三,文化创意产业园是文化创意产业规模化、集约化发展的重要途径和载体,有助于形成产业经济链,逐渐成为区域经济发展的引擎,带动着区域整体实力提升。

其四,文化创意产业园能够提升城市形象,文化创意产业园能够很好的同旅游业结合起来,一些地区的文化创意产业园已经成为当地知名的景点,例如北京 798 文化创意园、纽约的 SOHO 区。

1.2.3 探索适合苏州的文化创意产业园模式

苏州地区自古以来就有鱼米之乡的美誉,经济繁荣、社会稳定,文化事业相对发达,核雕、玉雕、绉丝、刺绣、折扇等传统手工艺享誉全球,文化创意产业发展有一定的基础。在市区领导的大力支持下,苏州文化创意产业呈现高速发展的态势,作为文化创意产业的载体——文化创意产业园的建设也如火如荼,根据《苏州市文化产业园建设情况的调查报告》,截至 2013 年 4 月,苏州全市有各类文化产业园 78 个,规划总面积 157 平方公里,已建成 85 平方公里,累计投资额 526 亿元,但是,产业园数量快速增长的同时,质量并没有同步跟上,不少产业园布局与建设缺乏总体规划,导致产业园特色不鲜明,出现同质化竞争;一些产业园的经营管理水平落后,经济效益低下,对文化产业认识不足,入驻企业“文化”含量低。这些产业园中,大多没有形成较为完整的产业链,没有产生规模效应。本文分析苏州市的经济、政治、社会、科技环境,探索适合苏州的文化创意产业园模式,并以江南文化创意设计产业园为例,分析成功和失败经验,并为江南文化创意设计产业园的经营管理提供一些改善建议。

1.2.4 为其他城市文化创意产业园建设提供参考

文化创意产业园在全国遍地开花,不少城市为了数字,一窝蜂的上项目,忽略了自身的文化资源条件、技术条件、人才条件,同时,在建设过程中,没有结合自身的优势,突出当地的特色,导致项目缺乏竞争优势;在产业的把握上,没有经过充分的市场调研,导致经济效益不明显。本文主要针对苏州的文化创意产业园进行研究,总结归纳出的经验和不足具有一定的普遍性,笔者在此基础上提出的建议对策,在一定程度上,能够为其他城市的文化创意产业园提供一些帮助。

1.3 研究的方法和思路

1.3.1 研究的方法

(1) 文献研究法

本文收集国内外关于文化创意产业园的最新研究成果,参阅了中国期刊全文数据库、中国知网等文献数据库上的相关材料,

参考了中国创意产业网、苏州文化创意产业联合会网、苏州市统计局网等公布的最新数据，借鉴相关的观点、解决问题的思路，加以整理并归纳出适合苏州市情的论述，用来进行本文的写作。

(2) 规范性理论分析方法

文中将运用三次产业理论、产业集聚理论、价值链理论对产业园发展的合理性和必要性进行论证，运用差异化理论和规模经济理论探索文化创意产业园的经营模式，从而提高文化产业园的经济和社会效应。

(3) 实证调查与举例说明方法

通过对文化产业园运行情况进行分析，结合苏州市文化产业园发展数据，并以江南文化创意设计产业园为例进行论述。笔者掌握了大量的第一手资料，通过对这些资料进行分析和综合，结合多年工作经验，探讨文化产业园发展的出路。

1.3.2 研究的思路

文章首先对国内外文化产业发展状况进行研究，强调其对区域社会经济发展起到的作用，这是本文进行研究的目的是和意义。接着结合苏州市文化产业园发展数据，指出苏州发展文化产业的优势以及取得的成效，并以姑苏区江南文化创意设计产业园为例，通过分析江南文化创意设计产业园的现状、优势及不足，找出解决问题的方法。在论述中把握一般与特殊的关系，既有针对性，又能对其他产业园有所启发。最后，文章对文化产业园建设做了展望。从整体上，文章遵循介绍基本理论，提出问题，分析问题、解决问题这个逻辑思路。

1.4 本文可能的创新

文章运用 PEST 分析法，从政治、经济、社会、科技 4 个方面深入探讨了苏州发展文化创意产业所具备的优势，并从苏州市的实际情况出发，提出了 4 种适合苏州地区的文化创意产业园模式，这在之前的文献中，均没有涉及到。文章以江南文化创意设计产业园作为案例，这类依托于老工业、旧厂房的产业园模式，在苏州地区具有典型性和可操作性，对苏州文化创意产业园有较强的指导意义，同时也能给其他地区类似产业园一定的启发。

第二章 本文研究的相关理论与文献综述

2.1 概念界定

2.1.1 文化产业

文化产业这一概念产生于二十世纪初，直到 2001 年的“第十个五年计划纲要”中，“文化产业”才第一次在中央文件中被使用。国家统计局在 2012 年将文化产业定义为为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合。并以《国民经济行业分类》为基础，将文化产业分成了 10 大类、50 个中类及 120 个小类。文化产业是文化与经济的结合物，是文化资源的经济利用，它以满足人们的文化需要作为目标，以生产和提供精神产品为主要活动。

2.1.2 创意产业

创意产业也称创意经济、创新经济等，它最先由英国提出，是以创意为核心的产业组织和生产活动，强调知识文化与经济的融合，注重提高产品的文化和精神内涵¹，包括时尚设计、电影与录像、交互式互动软件、音乐、表演艺术、出版业、软件及计算机服务、电视和广播等等，此外，还包括旅游、博物馆和美术馆、遗产和体育等。创意产业可以拓展人们的精神消费领域，刺激消费，通过向传统产业渗透，促进服务业的升级，创造更多的经济发展机会。

2.1.3 文化创意产业

文化创意产业，英文常称为 Cultural and Creative Industry。是以创造力为核心，以一种主体文化或文化因素，通过技术、创意和产业化的方式开发、营销知识产权的行业。文化创意产业是知识密集型的新兴产业，是创意产业中以文化资源作为生产资料进行商品生产的部分，也是文化产业中以创意要素起核心或主导作用的部分，是文化产业和创意产业的交集²。

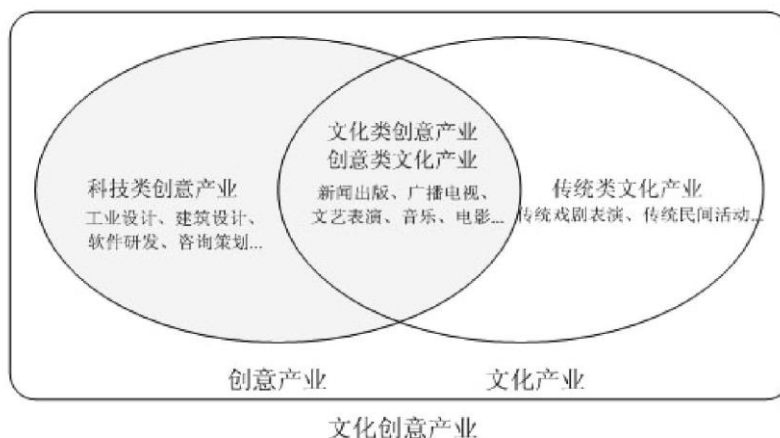


图 2.1 文化创意产业、创意产业、文化产业的区别

文化创意产业主要包括广播影视、动漫、音像、传媒、视觉艺术、表演艺术、工艺与设计、雕塑、环境艺术、广告装潢、服装设计、软件和计算机服务等方面的创意群体。从外延来看，文化创意产业是文化产业和创意产业的结合，从内涵上看，传统文化产业加以创意的灵感就能视作文化创意产业，而创意产业结合文化的元素也就成为文化创意产业，在本文中，文化创意产业偏向与文化产业和创意产业的交集。

2.1.4 文化创意产业园

文化创意产业园是从事经济活动的平台，为文化生产提供配套体系，为文化商品交换疏通渠道，为文化产品实现价值开拓消费市场。对于文化创意产业园目前没有统一的界定，一般认为，文化创意产业园指的是在一定的地理区位内，一系列与文化相关联的经济体集聚在一起，以创意为核心，以文化作为生产要素，向消费者提供文化产品。文化创意产业园区通常是文化生产与消费的结合，对文化创意产业园的分类有多种，按照园区主导力量划分，可以分为市场自由型、政府导向型、混合发展模式³，按照入驻企业情况可以分为单一企业型、同一主题型、产业复合型；按照园区性质划分为产业型、混合型、艺术型、休闲

¹陈汉欣. 中国文化创意产业的发展与前瞻. 经济地理. 2008. 9, 第 20 卷第 5 期

²肖永亮, 郭晶. 试论文化创意产业园区的整体规划

³吴开嶂, 杭州文化创意产业园区发展模式研究—以西湖区为例, 2012, 浙江大学, 硕士论文

娱乐型和地方特色型 5 种类型。而最通用的划分是按照区位依附进行划分，可以分为以旧厂房和仓库为区位依附、以大学为区位依托、以开发区为区位依附、以传统特色文化社区为区位依附 4 类，本文倾向于按照区位依附进行划分。

2.2 本文研究的相关理论

2.2.1 三次产业理论

经济学家费歇尔创立的三次产业分类法是根据劳动对象进行加工的顺序将国民经济部门划分为三个类别，英国经济学家、统计学家克拉克在费歇尔的基础上，总结出三次产业结构的变化规律及其对经济发展的作用。三次产业理论是基于人类经济活动发展的三个阶段，分别是：第一阶段即初级阶段，人类的主要活动是农业和畜牧业；第二阶段开始于英国工业革命，以机器大工业的迅速发展为标志，纺织、钢铁及机器等制造业迅速崛起和发展；第三阶段开始于 20 世纪初，大量的资本和劳动力流入非物质生产部门。这三个阶段分别对应第一产业、第二产业和第三产业。随着生产力的发展，劳动力与资本会大规模地流向第二产业；当第二产业发展到一定程度时，第二产业比重又会下降，这时劳动力和资本又会转向第三产业，第三产业逐渐占据主要地位。西方发达国家都经历了这样一个过程。我国转变经济发展方式，就要使产业结构从低端制造业转向高端制造业，从制造业为主逐渐转向高端服务业，以实现由中国制造变为中国创造，这必然靠文化创新和科技创新的支撑。

2.2.2 产业集聚理论

产业聚集是处在一个特定领域内相关的企业或机构，由于相互之间的共性和互补性等特征而紧密联系在一起，形成产业群的现象。处在产业群中的企业可以通过寻求合作的方式来获得共同发展，也可以通过与竞争对手的信息交换以获得最小化风险与最大化企业竞争能力。产业的集聚有助于形成规模效益。产业集聚形成机制是外部经济和规模经济的共同作用，也有认为政府作用、创新因素和市场环境也是促进产业集聚的重要原因⁴，文化创意产业园将众多文化相关企业集中在一起，共享信息、资源等要素，便于企业之间开展合作，产生互补；同时，产业集聚能够激发企业之间相互竞争，有利于激励企业持续创新。

2.2.3 价值链理论

经济学家迈克尔波特在其著作《竞争优势》中提到“每一个企业都是在设计、生产、销售、发送和辅助其产品的过程中进行种种活动的集合体，所有这些活动就是一条价值链。”企业的每项经营活动就是价值链上的一个环节，每一个环节都与其他环节相关，但是影响程度取决于该环节在价值链上的位置。波特还认为，价值链上的所有环节都创造价值，只有其中某个或某几个环节才创造价值，这才是在经营活动中应当抓住的重点。价值链不仅存在于企业内部各业务单元，还存在于上下游关联企业之间，各个环节参与完整价值链分析的节点企业具有共同的价值取向，不仅可以实现信息共享，降低供应链成本，还可以提高价值链各节点企业中相同类型的作业的效率，从而有效地协调和管理价值链上节点企业之间的关系，最终提高公司整个价值链的运营效率，企业与企业的竞争，不只是某个环节的竞争，而是整个价值链的竞争，而整个价值链的综合竞争力决定企业的竞争力。

⁴张庆伟. 我国产业集聚理论的最新发展述评. 北方经济. 2011 年第 10 期

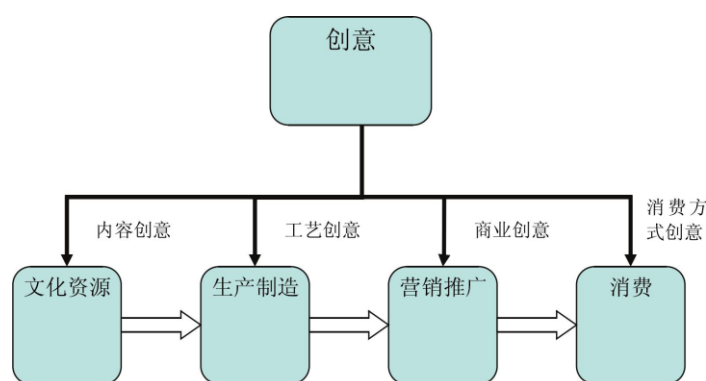


图 2.2 文化创意产业链构成

打造完整价值链的创意园区通过园区内部企业的相互合作，建立区域内的利益共同体，降低交易成本。园区内各个企业通过合理的功能配置，相互补充、相互依赖，从而形成一个有机的统一整体，致使园区的综合竞争能力大幅提高。⁵

2.3 国内外文献综述

2.3.1 国外文献综述

文化创意产业是依靠创意人的创新思维、智慧才华和技能，借助于高科技对文化资源进行创造与提升，通过知识产权的开发和运用，产生出高附加值产品，具有创造财富和就业潜力的产业。

(1) 文化创意产业概念来源

对于文化创意产业，国内外尚无统一的定义，普遍认为，文化创意产业一次起源于“创意产业(Creative Industry)”或“创意经济(Creative Economy)”最早由英国提出，他们将创意产业界定为“源自个人创意、技巧及才华，通过知识产权的开发和运用，具有创造财富和就业潜力的行业”。联合国教科文组织认为，文化创意产业包含文化产品、文化服务与智能产权三项内容。美国早在英国之前很久就一直使用“版权产业”概念，用来诠释文化相关产业。

(2) 文化创意产业的兴起

二战后，经济的快速发展、高新技术的革新必然引起产业结构的调整，第三产业迅速成长起来，并且占据越来越大的经济份额。学者们在经济学家费希尔的三次产业划分基础上进行引申，将第三产业中的知识产业划分为第四产业，由知识、智力密集型产业构成。随着产业高级化，文化创意产业将占据越来越重要的地位。

(3) 国外文化创意产业发展状况

英国文化创意产业经济的增长速度为 12%，是整个国民经济增速的两倍，占其 GDP 的 8.2%；美国被认为是最早创立文化创意产业园的国家，他们的产业园目标明确，主要针对培育创意市场、注重集聚效应及打造创意产业链⁶，美国文化创意产业经济的增长速度达到 14%，占 GDP 的 30% 以上，文化创意产业已成为美国第一大出口创汇产业。在日本，文化创意产业已成为第二大产业，其增加值已占 GDP 的 18.3%。文化创意产业在韩国经济发展中起着核心作用，已占 GDP 的 15% 以上，是世界公认的文化产品出口

⁵陈楚. 基于价值链理论的创意产业盈利模式探析. 科技进步与对策. 2007 年 3 月. 第 24 卷第三期

⁶美国文化创意产业园区模式探析 文化月刊 2010 年 4 期

大国和文化创意产业强国。美国电影、法国图书、日本动漫、韩国电子游戏已经成为这些国家文化创意产业的代名词。发达国家文化创意产业的比重占到 GDP 的 15% 左右。

2.3.2 国内文献综述

“文化创意产业”这个名词直到 2003 年才被引进，作为文化创意产业所依附的重要载体与承载平台——文化创意产业园的发展也较晚，但是发展势头猛，数量增加快，特别是在发展较快、国际化程度较高的城市，文化创意产业的发展初具规模，并形成了各具特色的创意产业园区。北京、上海、深圳、杭州、苏州等许多城市纷纷把创意产业的发展列入“十二五”规划，将其作为支柱产业予以重点扶持。

目前，国内多于文化产业、文化创意产业的研究很多，笔者在中国知网全文期刊以“题名”、“主题”、“关键词”为检索项，检索到 1990 年以来关于“文化创意产业”的文献有 7847 篇，学术论文有 857 篇，研究比较集中的在产业发展状况、产业政策、发展方向及存在问题方面；而关于“文化创意产业园”的文献分别有 306 篇和 50 篇，主要研究的是方向是文化创意产业园与经济发展关系、产业园定位、赢利模式等，有以地区为例，也有以单个产业园为例的。但是所有这些文献、论文，涉及苏州文化创意产业的仅有 3 篇，其中仅一篇是专门写文化创意产业园。

关于“文化产业”和“文化创意产业”方面的著作很多，在这个领域比较知名的是北京大学教授陈少峰，代表著作有《文化产业读本》、《文化产业战略与商业模式》等，此外还有南京大学教授顾江、北京大学副教授向勇也都是这一领域的知名专家。

关于“文化创意产业园”的著作目前还没有，但是，有一些关于文化创意产业集群发展方面的著作，比如：张京成、李岱松、刘利永编著的《文化创意产业集群发展理论与实践》从实证分析的角度，对文化创意产业集群发展进行了全面、系统、深入地研究，并以北京作为典型研究对象，对其近 30 个文化创意产业集聚区进行了实地调研，并在此基础上，对文化创意产业集群区进行了规范分析，并提出了一些发展建议；毛磊撰写的《文化创意产业集群的演化与发展》，探讨了文化创意产业集群发展的机理；蒋三庚，张杰，王晓红撰写的《文化创意产业集群研究》，书中包括文化创意产业集群的概念、形成机制、发展模式、金融支持、管理、创意人才以及文化创意产业集群指数比较研究等等。这些著作作为文化创意产业园的规划和定位提供了理论依据。

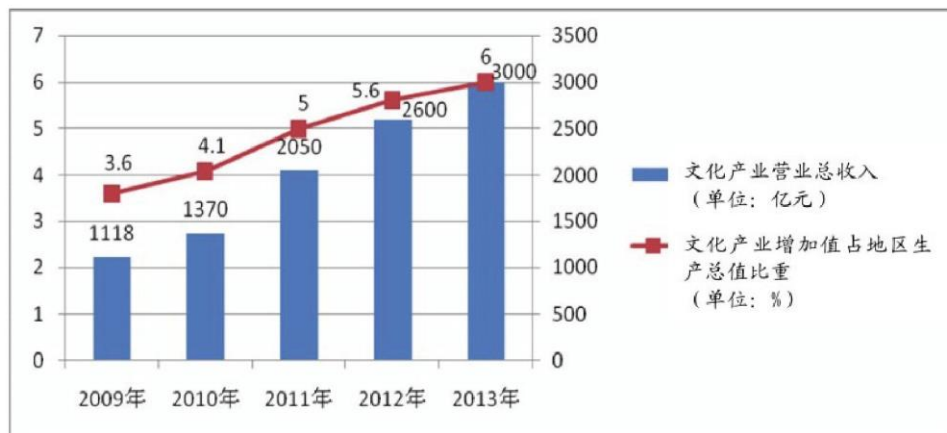
第三章 苏州市文化创意产业发展概况

3.1 苏州文化创意产业发展现状

苏州拥有非常丰富的文化艺术资源。“崇文，融和，创新，致远”是苏州的城市精神，进入了工业化后期阶段，苏州正在加快经济结构转型的步伐，并试图通过创新、创意，寻求经济、文化、社会的可持续发展，文化创意产业正是苏州产业转型升级的润滑剂和加速器。

虽然苏州文化产业起步较晚，但是，从近几年的文化产业数据可以看出，苏州文化产业正呈现大发展大繁荣的趋向。2013 年，苏州市全年文化产业营业收入超过 3000 亿元，增速 20%。文化产业增加值占地区生产总值比重达 6%。2009 年至 2013 年 5 年间，文化产业营业收入增长了 2 倍，文化产业增加值占 GDP 的比重增长了近一倍。文化产业规模和增速在全省保持领先水平。

表 3.1 2009-2013 年苏州文化产业发展情况



截至 2013 年, 苏州已建成的文化创意产业园 78 个, 全市有国家级文化产业示范园区(基地) 7 个, 省级示范园区 11 个, 市级 39 个。在肯定成绩的同时, 我们也深刻意识到, 同北京、上海、深圳等城市相比, 苏州文化创意产业还存在一些问题, 主要体现在: 一是经济总量较小、比重偏低。苏州 2013 年文化产业增加值约为 780 亿元人民币, 占 GDP 总量的 6%, 而深圳 2013 年文化产业增加值高达 1357 亿元人民币, 占 GDP 份额超过 9%。二是文化创新活力不够, 与科技结合度不高, 深圳文化产业发展的成功经验是“文化创意+科技创新”, 在苏州现有的文化产业增加值中, 传统文化产业比重很大, 新兴创意文化产业比重偏小。而真正能够引导苏州实现产业结构提升、创造新经济增长点的正是文化创意产业。三是文化企业小而散, 缺少规模和品牌。虽然苏州已经建成了一些文化产业基地(园区), 形成了一批文化产业群, 但是从数量上远少于深圳、杭州等城市, 从质量上看, 也远远没有形成规模效应。四是文化创意产业高端人才缺乏, 苏州的文化资源不少, 但是如何将文化资源转化成生产资料、加入创意元素, 通过再加工提高附加值、转变成为商品销售出去, 这就需要从事文化产业的人才, 不仅要懂文化, 会创新, 更要善经营。可以说, 文化创意产业高端人才的匮乏是制约苏州、乃至中国文化创意产业发展的瓶颈之一。

3.2 苏州发展文化创意产业市场环境及

影响分析(PEST)

了解一个产业发展的外部环境, 有助于分析该产业的潜力和前景。笔者采用 PEST 分析法, 从政治(Political)、经济(Economic)、社会(Social)和技术(Technological)这四大类外部环境因素对文化创意产业在苏州发展前景进行预测。

3.2.1 苏州文化创意产业发展的政治法律环境(P)

要促进当地文化创意产业的快速发展, 合理的政府政策具有非常重要的意义。凡是文化创意产业比较发达的国家, 都有较为成熟的政策体系⁷。

虽然我国的文化创意产业起步较晚, 但是在各级政府的大力支持下, 发展迅猛。从国家层面上, 推进文化产业发展已经写进了十二五规划中, 党的十八大报告指出, 到 2020 年, 文化产品更加丰富, 公共文化服务体系基本建成, 文化产业成为国民经济支柱性产业, 社会主义文化强国建设基础更加坚实。江苏省十二五规划中也提到了要“建设一批高起点、规模化、代表国家水准、体现未来方向的文化产业示范基地和示范园区, 形成优势明显、特色突出的文化产业群, 增强整体实力, 产业规模、效益和竞争力位居全国前列”。

⁷蔡荣生, 王勇. 国内外发展文化创意产业的政策研究 中国软科学 2009 年第 8 期

据不完全统计,苏州市出台鼓励文化产业发展的政策有《中共苏州市委、苏州市人民政府关于大力促进文化产业发展的决定》、《苏州市文化产业“十二五”发展跨越提升行动计划》、《苏州市文化产业发展指标体系考核办法》、《苏州市文化产业示范基地命名办法》、《关于扶持动漫产业发展政策意见的实施细则》等近 10 条,此外,还有文化产业专项扶持资金,文化领军人才奖励等等,2013 年苏州本级及各市(县)、区文化产业扶持资金达到 16500 万元。2013 年全市 4 家企业入选国家文化出口重点企业和重点项目名单,7 个项目获得国家文化产业引导资金 1876 万元,29 个项目获得省引导资金 2250 万元,39 个项目获得市文化产业发展专项扶持资金 1525 万元。2014 年,有 10 个项目获得国家文化产业引导资金共计 3810 万元,32 个项目获省级文化产业引导资金 2480 万元,获得市级引导资金的有 46 个项目,合计 2070 万元,资助项目数和资金总额再创新高。建立“文化产业担保基金”、“文化产业投资引导基金”、“文化产业中小企业信贷风险补偿专项资金”等文化金融创新产品,促进产业融合发展,仅“文化产业担保基金一项,就已经提供融资担保 2.6 亿元。

苏州市政府专门成立了文化产业发展领导小组办公室(简称市文产办),主要负责拟订全市文化产业发展规划,推进和促进文化产业项目的建设和发展,培育特色文化产业示范基地和集聚区,组织文化产业专项引导资金实施和项目的申报,建立健全文化产业数据库等,从机构上完善了对文化产业的服务。

苏州市积极为文化创意产业类企业搭建交流平台,连续三年成功举办中国·苏州文化创意设计产业交易博览会(简称“创博会”),累计交易总超过 40 亿元人民币,吸引观众 30 余万人次。

3.2.2 苏州文化创意产业发展的经济环境(E)

2013 年苏州市 GDP 达到 13284 亿元人民币,排名江苏第一,全国第六,然而根据《第一财经周刊》发起的“2014 年中国城市分级名单(非港澳台)”,苏州未能挤进 19 个一线城市行列,而相邻的无锡却在名单内,究其原因,很大程度是因为苏州产业结构呈现出中间(第二产业)大,两头(第一、三产业)小的结构,第三产业弱于第二产业。已经进入后工业化阶段的苏州,要加快产业结构调整的步伐,必须大力发展第三产业,尤其是文化创意产业。文化创意产业之所以被称为产业转型升级的润滑剂和加速器,是因为文化创意产业发展促进了产业结构、经济结构的调整,通过文化创意、科技创新推动经济发展由资源数量型增长转向质量型增长,由此可见,未来几年,文化创意产业必将为加快转变经济发展方式、保持经济平稳较快发展增添强大动力⁸。

可喜的是,苏州市的文化产业总营业收入和增加值也是逐年增长,《苏州市国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》提出:“到 2015 年,全市文化产业增加值年均增长 25%左右,占全市 GDP 的比重确保达到 6%,力争达到 7%,努力将苏州建设成为全国具有较强竞争力的文化产业城市”。

据统计,截至 2012 年,苏州市的从事文化方面的企事业单位达 15516 家,占全省的 19.4%。其中,文化制造业单位 4255 家,占 27.4%;文化批发和零售业单位 2998 家,占 19.3%;文化服务业单位 8263 家,占 53.3%。文化服务业占据最大的份额,而文化服务业是孕育文化创意的摇篮,由此可以看出,苏州市的文化产业结构具备与创意、创新结合的条件。

苏州在探寻文化创意产业集聚发展的方向上也取得了一定的进展,建成了一批优秀的文化创意产业园,例如:苏绣文化产业群”、“苏州国家动画产业基地”、“昆山国家影视网络动漫实验园”、“昆山文化创意产业园”、“阳澄湖国家数字出版基地”等国家级文化产业示范基地,摸索出了一定的经验,对于整个行业的发展起到引导和示范的作用。

3.2.3 苏州文化创意产业发展的社会环境(P)

随着苏州市经济的快速增长,苏州居民的生活水平也随之提高,根据《2013 年苏州市国民经济和社会发展统计公报》统计

⁸张京成 刘光宇.我国创意产业发展现状与趋势[J].北京联合大学学报(人文社会科学版).2011(02):78-83.

显示,2013年苏州市区居民人均可支配收入41096元,比上年增长9.5%,人均消费性支出25171元,增长9%,其中食品支出8761元,占消费支出的34.8%。在解决了温饱之后,苏州居民的消费需求更多元化,无论是消费内容,还是消费方式,都发生了巨大的变化,对文化创意产品的需求也越来越大,或者说消费者希望在消费内容和方式中融入更多的文化创意元素,这一变化有利于文化创意产业的发展。

苏州文化深受吴文化影响,具有很强的包容性,对于文化创意接受度较高。苏州自古以来,文化事业发达,居民文化程度相对较高,价值观念、审美观念都能够与时俱进。同时,苏州悠久的历史、丰富的文化资源提供了文化创新的素材,传统元素与现代艺术的结合能够碰撞出创意的火花。

3.2.4 苏州文化创意产业发展的科技环境(T)

科技和文化的交融、创意与艺术的结合是文化创意产业的最大特色之一。⁹文化创意产业与传统文化产业相比,更强调技术的进步和知识的创新。据《2013年苏州市知识产权发展与保护状况》统计显示,2013年,全市专利申请和授权量分别达141076件和81665件,继续位居全国大中城市第一位。且专利运用能力不断提升,企业知识产权商品化水平不断增强,全市专利转让许可备案年均增长37%。

苏州市近年来,大力引进和培养高层次、高技能、创新创业人才。2013年全年引进大专以上学历各类人才16万人。年末全市各类人才总量194万人,其中高层次人才12万人,高技能人才43万人。年末全市拥有各类专业技术人员123万人,比上年增长11.8%。“苏州国际精英创业周”、“赢在苏州”国际精英海外系列创业大赛、“海鸥计划”、“鲍鹏计划”形成了苏州人才引进品牌效应。新增国家“千人计划”人才36人,累计达到141人,其中创业类人才比重达到68.1%。新增省“双创计划”人才102人,累计达到403人。苏州连续第三年入选“中国十大引智强市”¹⁰。

3.3 苏州文化创意产业园发展

模式研究

文化创意产业园是文化创意产业发展的平台。北京大学文化产业研究院院长陈少峰认为,文化创意产业园区至少应符合三条标准,首先,要达到一定的规模化,没有规模化也就不可能产业化;其次,应有相当企业进驻,并生产相应产品,不能只成为卖东西的商业街;最关键的一条是要实现产业的集聚,进行有效的资源整合,形成相应的产业链。近两年,许多地区纷纷上马文化创意产业园,出现了很多同质化的问题,苏州应该如何避免出现这种状况,同时走出一条具有自己地方特色的文化创意产业园的发展之路?笔者根据苏州的文化、科技、载体等资源综合分析,试着探索适合苏州实际情况的文化创意产业园模式。

3.3.1 以传统文化、手工艺为依托的文化创意产业园

苏州具有悠久的历史,深厚的文化底蕴,传统手工艺十分发达,根据这一特点,在传统手工业集聚的地区,加以整合和引导,形成以传统文化、手工艺为依托的文化创意产业园。比较有代表性的有吴中区光福镇的“中国工艺文化城”,该城总投资30亿元,占地23万平方米,建筑面积32万平方米。以建设“中国工艺之都”为目标,全力打造全国最大工艺美术产业链平台,自2011年投入营运以来,已有来自全国各地的516户工艺品自营商家与60余名国家、省、市级工艺大师入驻,包括行业龙头央企中工美集团等知名品牌企业倾力加盟,与苏州大学、苏州工艺美术学院等院校合作设立设计研发中心、共建产学研基地。又如镇湖苏绣文化产业集聚区,该镇具有悠久的刺绣传统,历史上“家家有绣绷,户户有刺绣”,1998年以来,镇政府先后投入4000多万元,建成了一条集生产、销售和旅游等功能于一体的特色绣品街,吸引了分散于各村439家刺绣经营户。在全镇

⁹朱奚红.顾建平.发展文化创意产业园的实践与思考.唯实.2012.6

¹⁰2013年苏州市国民经济和社会发展统计公报

2 万多人口中，有 12000 多名从业人员，其中绣娘达 8000 多名，销售额达 12 亿元。同样的还有桃花坞文化创意产业园，位于桃花坞地区，该地区拥有着深厚的吴文化历史底蕴，是“桃花坞木刻年画”和“吴门画派”的发祥地，拥有众多的文物古迹、名人故居和文化活动场所，红木雕刻、玉雕、漆器、苏扇等一大批原生态手工艺作坊也广泛分布在大街小巷中，在此基础上建立的桃花坞文化创意产业园，汇集了工艺、绘画、雕塑等各种创意企业、作坊，成为吴文化的重要窗口、非物质文化遗产的集中展示区、古城旅游的新亮点。这类文化创意产业园为传统文化、手工艺的保护和传承提供了有力支撑，同时对于传统文化、手工艺的传播和推广也起到了积极作用，在此基础上，融入新时代特色，更赋予了老工艺新的生命。

3.3.2 以旧厂房、老工业为依托的文化创意产业园

苏州在城市发展中，推行产业升级，实行“退二进三”的政策，将大量工业企业迁出老城区，留下了诸多老旧厂房，这些厂房有一部分推倒改建成了住宅、商业，还有一部分遗留下来，成为文化创意产业发展的沃土，从历史的角度看，工业建筑是城市发展历史的印证；从文化的角度看，许多工业建筑都有其特殊的政治、文化背景；从应用的角度看，工业建筑高大、结实，结构使其具有独特的使用价值。近几年，以废旧厂房为基础成立的文化创意产业园大量涌现，据统计，全市利用空置工业厂房创办园区的有 43 家，占产业园区总数的 55.13%。目前，已经形成一定规模的，如文化创意产业园、旭日文化创意产业园、江南文化创意设计产业园、姑苏 69 阁等。这些文化创意产业园无一例外根植于旧工业厂区内，在原有工业厂房基础上加以改建，既保留了旧工业文脉，又融合了创意的元素，吸引了一批文化创意类企业入驻。

3.3.3 以历史景点为依托的文化创意产业区

苏州市是全国首批历史文化名城，境内名人故居、园林景点星罗棋布，依托这些历史景点打造文化创意街区，将文化与旅游结合起来，借助景点吸引人气，利用文化提升品位，两者相得益彰。如山塘街历史文化街区，该街区以山塘传统风貌为主题，充分展示山塘丰厚的历史文化底蕴、典型的姑苏水巷风貌、鲜活的吴地民俗风情。被誉为“老苏州的缩影，吴文化的窗口”，街区内既有有玉雕、刺绣、苏扇等 80 多家传统手工艺店、5 家评弹（昆曲）书场，还有丝绸、婚纱设计、创意礼品等现代元素的作坊，已经成为外地游客到苏州必去的景点之一。与山塘街异曲同工的还有平江路历史街区，他是苏州迄今保存最完整、规模最大的历史街区，堪称苏州古城的缩影，保持着“水陆并行、河街相邻”双棋盘格局以及“小桥流水、粉墙黛瓦”独特风貌，并积淀了极为丰富的历史遗存和人文景观，2002 年政府投入资金整治，本着修旧如旧的原则，原汁原味的保留下了这条明清老街的风韵。沿街既有特色小吃、民间工艺展现姑苏地域传统文化，又集聚了现代画廊、摄影艺术馆、书吧等精品文化休闲业态，每年吸引 500 万游客。这类文化创意产业区是保护和开发历史景点的新探索。

3.3.4 以高科技为依托的影视、动漫、软件产业园

在“文化创新、科技创新”双轮驱动下，现代科技创造了全新的文化创意产业。以网络技术和数字技术为代表的高新技术推动着文化创意产业迈向一个新的高度。科学技术与文化创意产业的融合不仅为文化创意产业注入了新的生命力，更创造出巨大的经济效益。这类文化创意产业园依托于高校的研发创新力量，往往是产、学、研、销相结合的模式，如苏州阳澄湖数字文化创意产业园，现有苏州大学、常熟理工学院、苏州科技学院、苏州职业技术学院等高校在园内设立了实训基地，重点从事游戏、电子图书、互动教育三个版块建设，附加延伸电子商务应用软件服务，该园围绕“一年形成产业聚集、三年推进产业聚核、五年实现产业聚变”的发展目标，实施 A、B 区双轮驱动发展模式，从当初的一块空地、两栋闲置工业大楼发展到如今的数字文化产业园区，按照省政府给提出的建设“专、精、特”的数字出版样板园区的要求，崛起了一座“国家数字出版基地”，2012 年，入驻企业实现主营业务收入 22.5 亿元，2013 年突破 100 亿元。类似的产业园还有昆山软件园、常熟国家大学科技园、太仓市科技创业园、苏州国际科技园等，这类产业园在建设过程中需要投入大量的资金，但是，往往也会带来可观的产出，而在转化科技成果、孵化高新技术企业、培养复合型人才方面，这类产业园充分发挥了政府、高校、社会多方积极性。

第四章 江南文化创意设计产业园

发展现状及存在的问题

4.1 江南文化创意设计产业园概况

江南文化创意设计产业园是典型的以旧厂房、老工业为依托的产业园。在诸多文化创意产业园中，江南文化创意设计产业园是起步较早、发展相对成熟的一个产业园，位于苏州古城区西南角，占地面积 19526 平方米，建筑面积近 20000 平方米，其前身是 1956 年成立的苏州江南无线电厂。在几十年发展过程中，企业年最高产值从未超过 1 亿元人民币，甚至一度濒临破产，这期间经历过调整、改革、改制等过程，到 2010 年再次面临产业转型问题，在苏州市政府产业转型升级政策指导下，公司审时度势，抓住机遇，决定成立文化创意设计产业园。厂区具有得天独厚的工业文化氛围和交通优势，以及厂房户型众多，房型高大，分合自如的特点，十分契合装饰设计企业发展的要求，苏州市第一家以公装设计为主体的文化创意设计产业园应运而生。厂区逐步投入 1200 万元，大刀阔斧地对老厂房实施全面改造，13 幢老厂房全部改造，还新建一个停车场，装上了监控技防探头，完善基础配套设施以及公共环境，办公条件得到大大改善，厂区绿化率达 42%，处处透射着幽雅静谧的园林气息。

4.2 江南文化创意设计产业园取得的成绩

自从 2010 年底成立文化创意设计产业园以来，产业园发展速度令人瞩目，同时也取得不俗的业绩，具体表现为：

(1) 获得的荣誉：获市级产业示范基地、获得姑苏区产业示范基地、姑苏区现代服务业集聚区；

(2) 产业园的产值、利润和税收：2010 年为 6.8 亿、4420 万元和 2352 万元，2011 年为 8.4 亿、6023 万元和 4287 万元，2012 年为 16.1 亿、9096 万元和 6287 万元，连年实现大幅增长；

(3) 从业人员：2010 年 480 人，2011 年 560 人，2012 年 968 人；

(4) 文化类企业入驻集聚度：2010 年 60%，2011 年 76%，2012 年 82%；

(5) 产业园的入驻率已连续三年保持在 95%以上。

4.3 江南文化创意设计产业

园的 SWOT 分析

运用 SOWT 分析模型，通过对企业内外部条件各方面内容进行综合和概括，我们可以分析出江南文化创意设计产业园的优劣势、面临的机会和威胁，用来确定产业园自身的竞争优势

4.3.1 优势

江南文化创意设计产业园能够在苏州众多文化创意产业园中脱颖而出，有多方面的原因。

首先，是准确的市场定位。2010年，苏州刚刚兴起文化创意产业，江南无线电厂的决策者审时度势，结合公司的地理位置、苏州产业发展状况、厂房具体条件等因素，在对市场充分调研后，决定成立以公装设计为主体的文化创意设计产业园。产业园起步较早，是苏州市区最早成立的文化创意产业园之一，抢占先机，率先占领了文化创意产业这片蓝海，因而吸引了不少优质企业入驻。

其次，有切实可行的发展规划。在明确产业园建设目标后，公司按照产业园发展的路径、体系、方法，对产业园进行了大刀阔斧的改造。一是改造硬件设施，使其满足新业态需求。前后相继投入1000多万元，绿化环境，停车设施，公共配套条件大幅度提升，老厂面貌焕然一新。二是建立公共服务平台。成立了包括服务中心、餐饮中心、金融中心、法律咨询中心、对外联络中心、后勤保障中心、活动中心、展示中心在内的产业园载体服务平台，除了经营活动，只要入驻企业有需求，产业园就尽可能提供配套服务，努力使入驻企业降低成本。通过公共服务平台，公司也能够了解园内企业的业态情况、人员情况。三是开展增值服务，实现1+1>2的目的。增值服务是以每个入园企业为产业园的一分子，使之成为整体的组成部分。在产业园的层面上设立销售中心、财务中心和售后服务中心，以产业园的层面向外拓展。这样对产业园讲，有一个整体性的增量收入，而对每个入园企业，也使他们有一个新的增量，促进双方共同发展。目前，这个改造方案已经完成大半，并取得了明显的成效，园区入

苏州市文化创意产业园发展现状及对策研究第四章江南文化创意设计产业园发展现状及存在的问题驻率长期保持在较高水平，租金从每月每平米20元上涨到35元，园区经营者从改造中尝到了甜头，入驻企业获得了更优质的服务。

第三，产业集聚初步成型。通常认为产业园中主导产业的集中度越高，为其提供的服务越容易建设，产业园的发展就越快。江南文化创意设计产业园在企业进出上严格把关，努力引进文化企业，逐步清理非文化类企业，产业园内文化类企业占到82%，装饰设计类企业占到50%，园区内产业实现了初步的集聚。

第四，后工业气息浓厚。产业园基本保留了厂区原貌，老旧的厂房，随处可见的管道，赋予产业园独特的文化氛围，有利于激发文化创意类企业的灵感；高大的厂房结构，为文化创意类企业提供了自由改造的空间。

4.3.2 劣势

当前，国内文化创意产业园乱象丛生，产业园“重建设、轻规划，重投入、轻管理”，缺少主导产业，缺少自主知识产权，缺少有影响力的品牌，缺少创意人才队伍和领军人物。江南文化创意设计产业园也面临上述问题，制约着产业园的进一步发展，比较突出的有以下几个方面：

第一、管理人才缺乏，江南文化创意设计产业园根植于一家老的工业企业，管理层基本是老厂的原班人马，不可否认，该企业管理层具备一定的眼光和谋略，将资本投在了文化创意产业上，并且在产业园发展初期，取得了令人瞩目的成绩，然而，文化创意产业园毕竟不同于老工业企业，也区别于一般的厂房出租，它是文化创意产业发展的平台，随着产业园不断的发展，入驻企业质量的不断提高，对于产业园配套服务的要求也越来越高，产业园面临着管理和运营升级的难题和挑战。如何实现产业集聚、如何延伸产业链都是管理者要思考的问题，管理者对于市场、消费者、文化科技各个方面的需求都要有充分的把握，简而言之，产业园的管理者既要懂文化又要懂现代管理，还能根据未来市场趋势及时调整方向，而江南文化创意设计产业园已经遇到了这方面的瓶颈。

第二、缺少龙头品牌企业，一个优秀的文化创意产业园应该有几家拿得出手的知名企业，江南文化创意设计产业园中，有包括同明装饰、星湖展馆、廊庭装饰、金螳螂装饰、东吴建筑设计院等在内的多家苏州知名装饰设计企业，但是这些企业多半为分公司或某个设计部，其总部另在他处，从严格意义上讲，这些企业不能算做园区的龙头企业。

第三、进一步发展空间有限。产业园受地理位置和周边规划的限制，无法进一步扩大规模，且园区内房屋出租率长期保持在 95%以上，意味着园区缺乏后续发展空间，即使有好的项目，也没有合适的房屋，制约着产业园进一步发展壮大。

4.3.3 机遇

文化创意是体现一个城市综合实力和竞争力的重要内容，苏州正处于一个产业升级、全面调整产业结构的重要历史时期，发展文化创意产业，是优化苏州产业结构的必然要求。在全国各大城市掀起文化创意产业热潮的同时，苏州更是要将文化创意产业打造成为支柱产业，据统计，2014 年全市文化类企业法人单位已经达到 20000 家，从业人员超过 50 万人。苏州市政府每年都投入大量资金用于扶持和推动文化创意产业的发展，这为文化创意产业快速发展提供了有力保障。江南文化创意设计产业园的建设，顺应了苏州市产业发展的方向，在政策上得到了各级政府的大力扶持，这是产业园最大的机遇之一。

此外，苏州特有的产业、区位、人文优势，为文化创意产业的繁荣壮大提供良好的发展环境。江南文化创意设计产业园所在的姑苏区，是苏州古城所在地，也是苏州文化积淀最深的区域，自从实施退二进三政策后，姑苏区的第三产业迅速发展起来，以文化创意为代表的现代服务业得到了前所未有的重视，具有代表性的广告业、建筑设计等企业数量远远高于其他区域。

4.3.4 威胁

江南文化创意产业园面临的威胁有三方面：一是文化创意产业园的相关标准、法规落后。由于我国文化创意产业起步较晚，文化创意产业园标准化评价体系尚未建立，政府部门对文化创意产业的认知还不够深入，对发展文化创意产业的规划、指导不足，各地的文化创意园发展呈无序状态。二是产业园之间的竞争日趋激烈。江南文化创意设计产业园依托工业厂房，这种类型的产业园在苏州市尤其是姑苏区占据相当大的比重，产业园招租的目标企业基本一致，各个园区为了吸引优质企业，出台了诸多优惠条件，影响了正常的市场环境，三是入驻企业与产业园之间没有形成紧密的依附关系。在江南文化创意设计产业园内，文化类企业达到 82%，但是，这些企业之间联系并不紧密，只是松散的分布在同一个产业园中，没有形成较为完整的产业链，没有自己独特的商业运营模式，这种空间上的集聚并没有带来增值效应，也失去了产业集聚的意义，由于企业没有相互依附在同一条产业链上，容易出现优质企业流失的现象。

第五章 江南文化创意设计产业园 可持续发展的对策建议

5.1 品牌战略

所谓品牌战略，就是企业将品牌作为核心竞争力，以获取差别利润与价值的经营战略。针对江南文化创意设计产业园实施的品牌战略可以从两个方面考虑：一是推进产业园自身品牌建设，努力打造产业园自己的品牌。笔者在网上搜索江南文化创意设计产业园，与此相关的报道只有寥寥几篇，而且同时跳出的还有杭州一家名为江南文化创意产业园的网页，由此可见，江南文化创意设计产业园的知名度和关注度均不高，在品牌辨识度上不够鲜明；而笔者搜索北京 798，就查到很多相关介绍、研究，两相对比不难发现，江南文化创意设计产业园在自身宣传、品牌树立上还有很大的提升空间。建议江南文化创意设计产业园及时注册商标，并设计相应 logo，用于品牌推广，同时建立自己的网站，用于宣传和招商，多参与政府或行业组织的活动，提高知名度。二是着力引进和培育知名企业。强化入驻企业的品牌建设，引进有潜力、有影响的企业，对于提高产业园自身知名度有着显著的效果，产业园要积极走出去寻找合作项目，同时，扶持产业园内企业做大做强，精心组织园内企业参加“文博会”、“创博会”等活动，为文化创意类企业相互沟通搭建平台，鼓励企业自创品牌，提高影响力。

5.2 规模经济战略

规模经济，是指运用专业化的生产方式降低单位成本，从而获得效益的经济模式，有内部规模经济和外部规模经济之分，内部规模经济是通过企业内部生产规模的扩大，降低产品成本；外部规模经济是通过企业在地理上的集中，共享公共设施和资源，从而降低成本，获得规模效应。

5.2.1 外部规模经济构建完整的产业链

文化创意产业园为文化创意企业集聚创造了条件，而构建完整的产业链和价值链，是提高文化创意产业园区附加值的关键。将文化创意产品的创作，生产、加工、销售连成一片，以在文化创意产业园区内形成配套集群的具有专业化分工关系的产业群落。例如，这种产业链可以设计龙头企业为依托，以利益为纽带，以专业分工为“红线”。其过程管理的重心在于，文化创意产业园区除集聚文化创意人才之外，还要延揽文化创意产品经营管理人才，以及一支懂营销、懂法规、了解市场的文化创意商人。这种集群模式才会使文化创意产业园区真正成为区域性特色文化创意产品的研发、制造和销售中心，否则，充其量只能成为零星企业的集散地。此外，江南文化创意设计产业园还要着力培育骨干企业，因为龙头骨干企业是产业园区的“领头羊”，在文化产业园区中处于产业链的核心位置。通过培育、扶持一批龙头骨干企业，接通产业链，延伸产业链，促进文化产业园区做大做强。

5.2.2 内部规模经济寻求产业园强强联手

江南文化创意设计产业园可以通过寻求合作的方式，形成规模经济。虽然产业园自身没有扩大面积的可能性，但是，产业园周边，还有不少类似的文化创意产业园，例如姑苏 69 阁文化创意产业园，距离江南文化创意设计产业园仅 1.4 公里，直线距离不足 900 米，同样是在工业厂房的基础上改建而成，该产业园占地 4.3 万平方米，建筑面积 3.4 万平方米，为姑苏区目前最大的文化创意产业园。两者在区位、资源、文化等方面都具有相似之处。可以试着强强联手，共享优势资源、规避竞争、降低经营成本，从而获得规模效益。

5.3 差异化战略

差异化是企业以己之长而击彼之短并确立企业核心竞争力的一种发展策略。对于产业园来说，“差异化”就是深入挖掘园区自身独有的个性和特色，并以此确立与众不同的发展定位。针对国内很多文化创意产业园盲目建设出现的“同质化”现象，仅在苏州市区范围就有多家以装饰设计为主的文化创意产业园，例如 989 文化创意产业园、旭日居家文化创意产业园等，产业园之间的竞争愈发激烈，江南文化创意设计产业园有必要走差异化路线。产业园的差异化可以根据园区的区位、交通、资源、产业、历史、文化等条件进行挖掘。以江南文化创意设计产业园为例，根据产业园的交通条件、工业历史文脉、厂房条件等因素确定了以工装设计作为发展特色，避开了 989 文化创意产业园的软装特色、旭日居家文化创意产业园的家装特色，形成错位发展，赢得了一定的市场份额。但是，仅仅这些还远远不够，所谓的工装设计特色任何一个产业园都可以模仿和借鉴，江南文化创意设计产业园还需要在园区招商、服务、营销等方面形成特色，针对工装设计企业制定个性化的服务，增强企业的归属感；以“创意孵化”和“知识产权”为核心，提高产品和服务的技术附加值。

5.4 人才战略

文化创意产业的核心竞争力在于人才。要加快产业园人才的引进及培养，一方面从产业园长远发展角度出发，聘请专业的管理人员，运用现代企业管理方法，提升产业园服务和经营水平；另一方面，寻找具备条件的高等院校和科研院所，以资源整合等形式建立文化创意产业人才培养和理论研究基地，并为人才提供实践基地，源源不断的为产业园提供新鲜血液。

第六章 对政府推进文化创意产业园发展的建议

6.1 建立和完善文化创意产业园

发展的政策体系

政策环境是文化创意产业发展的重要外部环境，也是促进文化创意产业健康发展的重要政治保障。尤其在文化创意产业发展初期、文化创意产业园建设还不健全的当前，运用合理的政策手段，规范、引导文化创意产业园健康发展，具有极其重要意义。

6.1.1 推进文化创意产业园标准化体系建设

要大力发展文化创意产业园，首先要规范文化创意产业园的标准，早在 2012 年，就有相关专家学者制定出了文化创意产业园标准化体系，这套评价标准，包含园区硬体设施功能、软体服务功能、创新驱动功能、投资驱动功能、综合效益功能五个方面、十九个基本要素，七十一个子项指标，涵盖了园区建设和发展的基本内容，特别提出了以著作权为核心的创新驱动指标，为文化创意产业园的界定和评价提供了依据，然而，这套体系并没有得到官方的认可和推广。除此以外，也有个别地方政府就文化创意产业园制定过标准，但是，到目前为止，苏州市还没有就文化创意产业园制定过全面系统的标准。因此，建议苏州市政府，结合地方实际，尽快制定完善苏州文化创意产业发展规划，建立文化创意产业园的标准体系，使文化创意产业园的规划建设更加健康有序。同时，对于符合文化创意产业园的认定标准的实行授牌制，严格控制以“文化创意”命名的产业园，防止个别企业利用“文化创意”的噱头钻政策空子。

6.1.2 积极引导文化创意产业园多元化发展

加强对全市文化创意产业园建设的规划审批，避免低水平重复建设。充分发挥规划的导向和约束作用，对全市文化产业园区建设进行分类规划，合理布局，并采取有效措施，对各文化产业园进行合理分工，积极倡导一个园区主攻一个大类的模式（即“一园一品”），走特色化差异化发展之路。各园区根据各自条件和优势，明确主导产业和发展目标，园区之间实行产业分工，错位发展。

6.1.3 加强招商及政策协调

一是针对基层单位文化招商工作遇到的困境，建议各地区把文化产业项目的招商工作，列入各级政府整体招商的计划范围内，文化产业部门的同志要主动宣讲，帮助各地的专职招商人员熟悉文化产业的优惠政策和行业发展规律；二是各产业园区要强化综合服务功能，不断增强在优惠政策、物业管理、要素支持、政策争取、技术服务、交通运输、生活配套等方面的吸引力，提高区域招商的竞争力；三是利用中国·苏州文化创意设计产业交易博览会等本地和国内外的会展平台，方便企业宣传产品、整合资源、树立品牌，加快企业走出去，扩大市场份额。

文化产业涉及领域广，跨界特征明显。科技部门（文化科技融合示范基地建设）、工商部门（广告产业园区建设）、经信部门（工业设计评奖活动）、知识产权部门（促进产权经济发展的相关政策）、商务部门（文化产品对外贸易的促进政策）、金融部门（文化金融促进政策）、财政部门（各种财政扶持政策）等，政策众多，急需加快对各方面政策的梳理，加强各部门

之间的信息交流、政策协调、工作互动。为着力提高政策协调效率和水平，推动文化产业园区的跨越发展，建议：一是对重点园区采用“定制政策”，一园一策，特事特办，综合配套，重点扶持。二是在重点园区建立领导联系点制度和有关部门参加的联席会议制度，及时协调处理文化产业园区建设过程中的问题，建立绿色通道。

6.2 促进文化创意产业与

其他产业融合发展

文化创意产业与传统产业的不同之处在于，它是融合性的产业经济形态，除了文化、创意、科技等因素紧密融合外，几乎所有产业也都可以融入“创意”元素。国内外文化创意产业发展实践表明，单一的产业运作已经不符合时代发展要求，2012年5月和6月，国家科技部、中宣部等多部门先后联合下发了《关于认定首批国家级文化和科技融合示范基地的通知》、《国家文化科技创新工程纲要》，特别是2014年3月，国务院发布《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》，加强文化、金融、科技等要素资源的融合是一种与新时代相适应的发展模式。文化资源的开发利用，为科技研发、技术应用提供了广阔的市场，科技发展更为文化创造和内容传播提供了有效的手段。文化资源的挖掘和开发利用，为金融投资领域提供了巨大的赢利空间，金融服务业为文化产业的发展提供了有力的支持。为此，各产业园区要加快建设有利于要素融合的发展平台，引进科技、金融等专业服务企业或机构，合理分配和有序调整各类产业项目（文化、金融、科技）的数量和空间占比，形成园区内部各产业要素间的交互关系和联动增值效应；其次要加强文化与旅游、工业、农业、商贸业等领域的跨界融合。在各行业渗透注入文化附加值，注重策划设计服务的统合创新作用。从文化到产业，给文化寻找产业的落脚点，实现其“化羽成蝶”的功效。从产业到文化，使传统产业、新型产业“如虎添翼”；再次要加快文化产品的创意设计、设计制作、传播销售等环节的产业链融合。各产业园区要有产业链意识、产业集群的意识。文化产业园不同于农业园、工业园的地方，就是园区内各产业项目的高关联性，一个高质量高效益的文化产业园区，必定是核心主导项目、辅助配套项目、延伸协同项目的有机组合。园区集聚效应的发挥，主要取决于园内各项目间的正向关联性的强弱程度。园区的运营管理者，要主动地、经常性地，为各类项目提供对接渠道和合作机会，整合园区内外的相关资源，提高产业园区整体的影响力和竞争力。

6.3 推动文化创意产业

知识产权保护

知识产权保护是文化创意产业生存发展的根本保障。加强宣传与引导，推动出版、软件、动漫、游戏等文化创意产业从以生产经营为中心转到以知识产权保护为中心上来。建立文化创意产业知识产权评价制度，加大知识产权保护力度，创造良好的知识产权保护环境和保障体系。鼓励知识产权评价机构、资质认证中心、版权资源信息中心和版权评价交易中心发展，健全知识产权信用保证机制。实施重大版权推广运用计划，开展版权投融资工作，鼓励各类文化企业进行版权、股权、商标、品牌等交易，推动企业版权贸易，促进版权产业化。将知识产权保护与文化创意产业园建设结合起来，通过产业园平台为文化创意企业解决实际问题，帮助在建的文化创意产业园区协调解决招商引资、建设、管理、知识产权保护等方面的困难。

6.4 完善文化创意产业服务体系

文化创意产业的发展离不开技术、资本、人才、市场需求等要素，政府通过搭建和完善各类服务平台，可以更快捷地向文化创意企业传递所需资源，帮助企业突破发展瓶颈，为文化创意产业发展提供良好的环境。

6.4.1 完善金融扶持体系

切实做好“文化产业担保基金”、“文投基金”以及“中小企业信贷风险补偿专项资金”的运营工作，争取惠及更多中小

文化企业。进一步拓宽融资渠道，积极促进文化产权与金融资本的对接。鼓励在苏金融机构创新推出适合中小文化企业的融资产品。发挥苏州市文化产业金融服务中心的作用，加强与银行、担保、创投等金融机构的沟通与协调，建立文化产业投融资优质项目库和文化产业投融资公共服务平台，努力解决文化企业和资本市场之间信息与资源不对称的问题。

6.4.2 强化人才队伍建设

把文化产业人才队伍建设放在更加突出的位置，进一步调整人才教育与培养结构，着力加大对创新型、紧缺型、高层次文化产业人才以的扶持力度，切实营造文化人才与科技人才同等重要的环境条件。鼓励带资金、带技术、带项目的文化团队的引进，推荐优秀文化产业团队争创江苏省高层次创新创业人才引进计划团队。吸引国内外著名高校和培训组织在苏建立文化产业人才培训机构，根据文化企业需要实施人才定向培养引进工作，努力实现人才与产业的良性互动。打造文化创意人才相互交流、碰撞的平台，激发创意人才创造文化产品的激情和动力。

6.4.3 建立公共服务平台

公共服务平台属于中介平台，是政府、企业以及相关部门之间的信息沟通机制¹¹，主要以实现资金、项目等业务以网上申报为主，减少企业申报工作量，加强业务信息的科学管理，增强各类申报工作的规范性，并为今后产业发展情况的分析、比较和各类决策、制度的建立提供数据支持。充分发挥苏州市文化创意产业联合会的作用，支持联合会开展调查研究、培训讲座等活动，发挥沟通协调功能，及时反映我市文化产业和文化企业发展情况。加强政府、企业和科研院所的合作，培育和发展项目推介、商业经济、人才培养、风险投资、代理服务等各类中介服务机构。努力形成以市场化方向，以公共服务平台为支撑，各类中介服务机构和行业协会为主体的文化产业服务体系。

第七章 研究结论和进一步 研究展望

7.1 本文研究结论

通过理论研究，结合实例，本文从政策、经济、社会、科技四个方面对苏州文化产业的发展现状及前景进行了深入分析，分析结果显示，对于经济处在后工业时代的苏州，发展文化创意产业对于调整产业结构具有重要意义。而发展文化创意产业则必须要打造好产业发展的平台，即文化创意产业园，本文结合苏州的实际情况，列举了4种适合苏州的文化创意产业园发展模式，分别是以传统文化、手工艺为依托的文化创意产业园、以旧厂房、老工业为依托的文化创意产业园、以历史景点为依托的文化创意产业区、以高科技为依托的影视、动漫产业园。最后，以江南文化创意设计产业园进行实例分析，找出了江南文化创意产业园成功的因素，以及可推广的经验，归纳为16字就是“全面调研、准确定位，制定方案、认真实施”，江南文化创意设计产业园的建立是进行了充分的市场调研，找准方向，扬长避短，并且制定了周密的发展计划，按照计划一步步落实。由此可见，兴建文化创意产业园要结合市场环境、生产要素、政策条件等因素进行全面考查，不可盲目跟风而动。同时，本文也对江南文化创意产业园存在的问题进行了分析，指出产业园在人才培养、品牌建设、产业集聚等方面还存在一定问题，且后续发展空间局限。针对这些问题，提出了相应的对策。最后，本文还对文化创意产业园发展的政策环境提出了一些建议，建议政府尽快制定和完善文化创意产业园的标准体系，利用财政、税收、金融等政策引导文化创意产业园多元化发展，减少产业园的盲目投资和无序竞争；鼓励产业融合，促进科技、金融与文化相结合，为文化创意产业增加发展后劲；加强知识产权保护及文化产业公共服务体系建设等。

¹¹卢山山. 文化创意产业公共服务平台研究. 商业贸易. 2011. 12(149)

7.2 本文研究的不足

本文尽可能的搜集了国内外的研究数据,但是由于文化产业兴起不久,国内更是刚刚起步,相关的理论研究很不充分,同时,对于文化产业、创意产业等概念界定上,并没有统一的定义,笔者只能在结合各类文献及自身工作经验的基础上,进行了定义,由此可能会受到部分学者质疑;在列举案例时,笔者选用了在苏州地区比较普遍的以旧厂房为依托的产业园模式,对于其他几种模式没有一一列举,这种模式可能在其他城市不具备典型性;江南文化创意设计产业园从2010年成立至今也仅仅5年多,可供分析的数据不多,许多潜在的问题和矛盾也没有充分暴露,因此,研究的结论还有待于实践的检验。此外,由于笔者长期在基层工作,关注问题的角度亦是从小处出发,在问题查找和措施应对上缺乏宏观思考。

7.3 进一步研究的展望

本文研究了苏州文化创意产业园发展的现状,并以江南文化创意设计产业园作为案例,提出了一些应对措施。但是,针对文化创意产业园这个课题,还有很大研究的空间。

首先,研究对象可以进一步扩展,针对苏州的四种文化创意产业园模式进行比较研究,分别分析利弊,并进行对比,找出最佳模式进行推广。

其次,笔者希望有机会可以获得更多产业园的数据,通过分析不同的产业园数据,找出共性问题以及个性特点,制定出更符合实际的方案。

第三,由于文化创意产业园在不断的发展进步,关于文化创意产业园的理论研究与实践也在不断的推陈出新,本文仅仅是在当前的历史条件下,对现阶段文化创意产业园的发展特征进行研究,随着产业园的运营的不断成熟,必定会有更合适的案例、更值得推广的经验可供研究。

参考文献

- [1]陈汉欣.中国文化创意产业的发展与前瞻.经济地理.2008.9.第20卷第5期
- [2]肖永亮,郭晶.试论文化创意产业园区的整体规划
- [3]吴开嶂.杭州文化创意产业园区发展模式研究——以西湖区为例.2012年.硕士学位论文.浙江大学
- [4]张庆伟.我国产业集聚理论的最新发展述评.北方经济.2011年第10期
- [5]陈楚.基于价值链理论的创意产业盈利模式探析.科技进步与对策.2007年3月.第24卷第三期
- [6]美国文化创意产业园区模式探析文化月刊2010年4期
- [7]蔡荣生,王勇.国内外发展文化创意产业的政策研究中国软科学2009年第8期
- [8]张京成,刘光宇.我国创意产业发展现状与趋势[J].北京联合大学学报(人文社会科学版).2011(02):78-83.
- [9]朱奚红,顾建平.发展文化创意产业园的实践与思考.唯实.2012.6

-
- [10]2013 年苏州市国民经济和社会发展统计公报
- [11]卢山山文化创意产业公共服务平台研究. 商业贸易. 2011. 12(149)
- [12]陈树永. 大连市文化创意产业发展对策研究. 2010 年. 硕士学位论文. 辽宁师范大学
- [13]周东华. 苏州文化创意产业现状调查与研究. 苏州工艺美术职业技术学院院报. 2013(3).
- [14]翟瑛栋. 创意产业发展中的集群现象研究. 2007 年. 硕士学位论文. 苏州大学
- [15]杨洋, 李煜. 苏州平江文化创意产业发展的对策分析. 吉林广播电视大学学报. 2010 年第 2 期(总第 98 期)
- [16]黄丹萍. 我国文化创意产业园区形成机理研究. 2014 年. 硕士学位论文. 对外经济贸易大学
- [17]黄蕴慧. 苏州地区文化创意人才现状、问题及培养策略. 学院. 2014(7)
- [18]向世聪. 产业集聚理论研究综述. 湖南社会科学. 2016(1)
- [19]倪宁, 王芳菲. 试论文化创意产业的概念及运营模式——基于世界成功文化创意产业园区运营经验的考察. 南京理工大学学报(社会科学版). 2013, 26(4)
- [20]刘强, 辛蔚峰. 苏州文化创意产业 GDP 的增长措施. 中国科技信息. 2011(7)
- [21]彭聪. 文化创意产业园区建设问题研究. 2012. 硕士学位论文. 天津商业大学
- [22]杨洋. 发展城区文化创意产业的思考. 江南论坛. 2010(3)
- [23]沙吉. 南京文化创意产业园发展路径探究. 产业经济. 2012(11)
- [24]扈楠. 香港文化创意产业带来的启示. 传媒观察. 2011(9)
- [25]朴哲弘. 韩国政府如何推动文化产业版权出口. 出版参考. 2007(5)
- [26]《苏州市国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》
- [27]《苏州市文化发展“十二五”规划》
- [28]《苏州统计年鉴— 2012》
- [29]《苏州统计年鉴— 2013》
- [30]陈少峰, 张立波. 《文化产业商业模式》. 北京大学出版社. 2011
