

城市文化创意产业的空间组织研究

——以宁波市为实证

梁贤军, 周国强, 马仁锋*

(宁波大学 建筑工程与环境学院, 浙江 宁波 315211)

摘要: 检视宁波市域文化创意产业空间组织, 以期优化宁波文化创意产业布局与发展方式。以第一、二次经济普查数据为数据源, 采用空间自相关方法分析宁波市文化创意产业的企业分布, 研究发现: (1)宁波市文化创意产业空间集聚水平较低, 市域文化创意企业 Moran's I 较小, 集聚地未跳出经济商务中心; (2)宁波市文化创意产业总体初现集聚态势, 但局部集聚不显著; (3)宁波市推行的文化创意产业园政策成效一般, 相较其他服务业, 文化创意产业空间组织初现显著集聚趋势, 且集聚区位偏爱商务中心或创意源发生地的独特性。

关键词: 宁波; 文化创意企业; 产业空间组织; 空间自相关

中图分类号: K902

文献标志码: A

文章编号: 1001-5132 (2015) 02-0075-05

1998 年英国 DCMS 发表了全球第一份创意产业报告并首次界定创意产业, 随后文化创意产业备受西方学界关注^[1-3]。中国文化创意产业起步较晚, 2000 年前后北京、上海、广州、杭州等城市政府开始重视文化创意产业^[4-7]。2013 年中国文化创意产业增加值增速明显高于部分新兴产业, 表明文化创意产业正成为城市创新发展的引领型产业。

当前国内学界重点研究: (1)文化创意产业的培育政策^[6]; (2)文化创意产业发展的空间载体及其效应^[8]; (3)文化创意产业的技术、人力资源支撑^[6]; (4)区域文化创意产业的空间分布、空间特征等^[8-10]。目前宁波相关研究主要在产业发展战略与策略^[11]、产业竞争力^[12]、产业发展与文化强市^[13]等宏观层面的策论性分析, 很少关注文化创意产业发展的空间问题, 鲜见利用普查数据定量测度宁波文化创意产业空间组织特征的论著。为此, 笔者采用企业视角的经济普查数据探究城市文化创意产业空间组织特征及其趋势, 以阐释文化创意产业发展的区位特性及空间分布模式, 服务于城市文化创意产业规划与可持续发展。

1 研究区域、数据源与方法

1.1 宁波市文化创意产业的区域特色

宁波作为国家历史文化名城, 至 2013 年末已经形成较为鲜明的区域性文化创意产业基地, 如鄞州国家级动漫游戏原创产业基地入驻水木、天维、宣逸等知名动漫游戏企业; 北仑数字科技园集聚了 20 多家动漫、游戏企业; 高新区软件产业园以互联网为载体, 集聚各类文化创意企业 80 余家; 奉化市则以溪口文化产业旅游园为依托重点塑造文化旅游业; 象山县围绕影视文化产业园主打影视文化和旅游产业。因此, 将以现有区(县)行政区划为单元进行实证研究, 包括海曙区、江东区、江北区、鄞州区、镇海区、北仑区、慈溪市、余姚市、奉化市、象山县、宁海县。

1.2 研究方法

笔者利用经济普查数据首先测度企业密度研判宁波市文化创意产业总体组织, 采用 GeoDA 软件的全局空间自相关和局部空间自相关定量刻画市域文化创意企业集聚度与集聚中心, 最后辅以

收稿日期: 2013-12-17.

宁波大学学报(理工版)网址: <http://journalg.nbu.edu.cn/>

基金项目: 国家自然科学基金(41301110); 教育部人文社科研究青年项目(13YJC790107); 宁波大学学科项目(XKL13D212)。

第一作者: 梁贤军(1989—), 男, 浙江新昌人, 在读硕士研究生, 主要研究方向: 经济地理与城乡规划。E-mail: 1024771956@qq.com

*通信作者: 马仁锋(1979—), 男, 湖北枣阳人, 博士/讲师, 主要研究方向: 文化创意产业与城市空间。E-mail: marxfx@126.com

创意产业园分析市域文化创意产业空间组织模式.

1.3 数据来源以及集成

参照张京成编《中国创意产业发展报告 2007》和 2012 年国家统计局《文化及相关产业分类(2012)》的分类方法, 根据《国民经济行业分类及代码(GBT 4754-2011)》选取 6211、6212、6290、6110、6020、7510、7520、7530、7540、7550、7690 构成研发设计创意业, 7671、7620、7673、8120、4900 构成建筑设计创意业, 3153、3159、4211、4212、4213、4214、4215、4216、4217、4218、4219、8910、8920、8931、8940、9010、9050 构成文化艺术创意业, 7432、7433、7439、7491、7499、6940、7030、6190、7720、7790、9080、7440、7450 构成的时尚消费创意业. 以上 4 位数代码行业数据源自《宁波经济普查年鉴 2004》《宁波经济普查年鉴 2008》, 以区为单元统计 2004、2008 年的研发设计创意业、建筑设计创意业、文化艺术创意业、咨询策划创意业、时尚消费创意业的企业数(表 1).

2 宁波文化创意产业的分布及特征

2.1 宁波市文化创意产业的历程与现状

2.1.1 宁波文化创意产业发展政策及成效

宁波市早在 2004 年着手部署发展创意产业, 先后出台《关于推进文化产业发展的若干意见》(2005)、《关于推进市工业设计与创意街区建设的

若干意见》(2007)、《关于推动文化大发展大繁荣的若干意见》(2008)、《宁波市工业设计产业发展专项资金使用管理办法(暂行)》(2009)、《宁波市“十二五”时期文化发展规划》(2011)等政策, 并设立文化创意产业专项基金计划, “十一五”期间投入 3000 万元, 并通过贴息、补贴、奖励、政府采购等方式扶持文化创意产业发展. 宁波市文化创意产业政策实施的十年(2004~2013 年)初现成效: (1) 2006 年底全市文化创意产业从业人员 22.7 万人, 占二、三产业从业人员的 5.3%, 2003~2007 年产值增速在 20%左右; (2) 2009 年底全市文化创意产业从业人员 24.01 万人, 占二、三产业从业人员比重为 6.3%, 且产值占全市 GDP 的 5.3%, 对宁波集聚人才、升级产业结构起到了推动作用.

2.1.2 宁波文化创意产业的构成特征

宁波市域文化创意企业数增长态势(表 1): (1) 宁波市文化创意产业各行业企业数量呈增长态势, 但行业增速差异较大; (2) 咨询策划业占市域文化创意产业企业数份额最大, 且有扩大的趋势; (3) 研发设计业发展速度最快, 所占份额显著增加; (4) 时尚消费业是宁波市文化创意产业中最为薄弱的行业, 且趋势没有明显的改观. 市内县(区)际差异呈现(表 1): (1) 海曙区文化创意企业总数占绝对优势, 各县(区)之间企业数量的行业构成不均衡; (2) 宁波中心城区(海曙、江东、江北)集聚了研发设计、建

表 1 宁波市文化创意产业 2004 年、2008 年企业数

个

地域	2004 年					2008 年				
	研发设计	建筑设计	文化艺术	咨询策划	时尚消费	研发设计	建筑设计	文化艺术	咨询策划	时尚消费
全市	795	429	1063	2703	694	1062	850	1777	2460	447
海曙区	169	166	58	695	114	236	169	42	556	103
江东区	106	92	66	343	79	127	131	46	396	82
江北区	17	46	67	130	22	51	67	109	165	32
北仑区	78	33	53	195	55	184	88	102	173	19
镇海区	34	20	53	136	51	66	58	93	88	29
鄞州区	51	8	172	226	66	210	82	435	262	22
象山县	25	3	9	123	41	44	20	16	129	15
宁海市	60	4	45	109	36	8	28	79	105	10
余姚市	93	15	205	258	45	68	74	332	217	40
慈溪市	149	24	236	342	137	54	105	332	320	86
奉化市	13	18	99	146	48	14	28	191	49	9

数据来源: 《宁波经济普查年鉴 2004》和《宁波经济普查年鉴 2008》.

筑设计、咨询策划、时尚消费等行业企业总数的近40%,呈现显著趋向城市中心集聚;而文化艺术企业分布较为均匀;(3)各县(区)内部的文化创意产业行业构成差异较大,如海曙区咨询策划业企业数占50%以上,而江东区、江北区均在35%左右;鄞州区、余姚市、慈溪市则以文化艺术企业数比重最高。总体而言,宁波市文化创意产业已经形成以工业设计与服装设计主导,广告策划、视觉艺术、表演艺术、环境艺术、影视动漫、雕塑及艺术品交易等全面发展的格局。

2.2 宁波文化创意产业空间分布状态

2.2.1 宁波文化创意产业密度的区际差异

宁波文化创意产业密度显示(表2):(1)宁波文化创意产业的密度总体增加,且2008年较2004年增加了32%,增加部分主要集中在宁波市中心城区;(2)海曙区单位面积文化创意企业密度较大,但近年有所下降;(3)鄞州区文化创意企业数量增速最快,在宁波市重点扶持下服装设计、动漫游戏等文化创意企业发展较快;(4)海曙区和江东区作为宁波文化创意产业最为密集地区,单位面积的文化创意产业密度远大于其他区域,江东区、江北区、鄞州区、镇海区、北仑区的文化创意企业密度介于中心城区和宁波市所辖县之间,各区间文化创意企业密度差异较小,象山、宁海、余姚、慈溪、奉化的文化创意企业密度和相较于市中心的密度非常小;(5)宁波市所辖的象山、宁海、余姚、慈溪、奉化的文化创意产业企业数增速非常快,但单位面

积密度非常小。

各区(县/市)文化创意企业密度呈现同心圆格局:(1)海曙和江东是宁波文化创意产业密度的绝对中心;(2)江东区、江北区、北仑区、镇海区和鄞州区文化创意企业的密度相对海曙区较小,但远大于其余的县(市),构成宁波市文化创意企业分布的低密度内环;(3)而外围的象山县、宁海县、余姚市、慈溪市和奉化市既是宁波市行政区划的边缘地带,又是宁波文化创意产业分布的外围低密度边缘带,其文化创意企业密度相较于中心、低密度内环的差异巨大。

2.2.2 宁波市域创意产业空间自相关特征

前述分析表明海曙区、江东区是宁波文化创意产业最为密集区域,这是否意味海曙区、江东区是宁波文化创意产业集聚的“中心”。通过GeoDA 0.9.5-i探索分析宁波文化创意产业企业集聚状态,以深度揭示宁波市域文化创意产业集聚格局特征。GeoDA中提供了2种基本的空间权重方法:(1)基于邻接的空间权重——Rook权重、Queen权重;(2)基于距离的空间权重——K近邻法、最小距离权重。采用Rook一阶权重矩阵。全局空间自相关对宁波文化创意企业的集聚进行总体刻画,计算宁波市文化创意企业2004、2008年的全局Moran's I得Moran's $I_{2004}=0.1235$ 、Moran's $I_{2008}=0.1519$;可知(1)文化创意企业呈现正的空间自相关,表明宁波市文化创意企业存在一定的“集聚”;(2)文化创意企业密度全局Moran's I统计量呈现递增趋势,表明宁波市文化创意企业集聚态势呈强化趋势。

采用Local Moran's I衡量宁波市各区(县)次级单元及其周边文化创意产业集聚态势,其中high-high、low-low分别表示某区域单元与其周边区域单元的属性值相比有较高或较低程度的集聚效应,相邻区域单元具有较高空间正相关;high-low和low-high分别表明某区域单元属性值与周边区域单元属性值相比较或较低。利用GeoDA 0.9.5-i测度2004年和2008年宁波市文化创意产业企业局部自相关如图1所示,发现(1)2004年宁波文化创意产业在海曙区和江东区为显著为low-high,但是其他9个区域的Local Moran's I不显著,表明2004年宁波市文化创意产业的只在海曙区和江东区出现了集聚态势,但这种集聚仅是个别现象,并没有

表2 宁波市文化创意产业密度

区域	2004年/(个·km ⁻²)	2008年/(个·km ⁻²)	密度变化/%
市域	0.530	0.696	32
海曙区	41.450	38.100	-8
江东区	24.500	27.929	14
江北区	11.750	17.667	51
北仑区	10.895	14.895	33
镇海区	12.783	14.522	14
鄞州区	6.457	12.481	93
象山县	0.172	0.191	2
宁海县	0.215	0.195	-9
余姚市	0.458	0.543	19
慈溪市	0.769	0.777	1
奉化市	0.259	0.232	-10

出现区域集聚,说明宁波市文化创意企业在 2004 年集聚水平较低,空间组织较为随机。(2)2008 年宁波文化创意产业局部 Moran's I 显示海曙区、江东区的文化创意产业依旧为 Low-High 状态,并且在宁海县及其周边呈现 Low-Low 状态.这意味着宁波市文化创意产业的集聚依旧是个别单元,且宁海县文化创意企业集聚度相较于其周围象山县、奉化市更低,可见 2008 年宁波文化创意业的发展仍处于较低集聚水平.

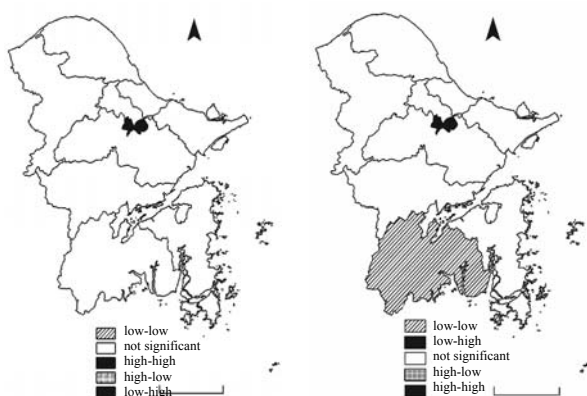


图1 宁波市2004年和2008年文化创意产业局部 Moran's I

2.2.3 宁波市域文化创意产业分布趋势与空间组织特征

全局与局部 Moran's I 测度表明宁波市域文化创意产业的分布趋势呈现:(1)整体呈现集聚态势,(2)集聚程度越来越高.此外,宁波市各次级单元的文化创意企业分布趋势显现:(1)集聚态势有所增强,但是文化创意企业集聚依旧是少数区(县)的集聚,没有群体集聚势头;(2)区域性集聚依旧不显著,空间组织尚处于较低阶段.

前述密度分析与文化创意企业的空间自相关分析表明宁波市文化创意产业集聚的中心为海曙区,内环带则为江东区、江北区、鄞州区、镇海区与北仑区,而它们发展文化创意产业的经典做法是依托现有旧厂房和商务楼宇培育文化创意产业园.如海曙区主要是以新芝路8号产业园为代表老厂房发展创意产业,而近郊区镇海区、鄞州区则以新建大学科技园、高新技术园主要空间载体推动文化创意企业向园区集聚、文化创意产业趋向行政所在地集聚.可见,宁波市文化创意产业空间组织的显著特征在于政策推动相关企业群集于某些特定园区,而这种发展模式是有效值得深入探究.

3 结论与建议

3.1 结论与讨论

采用宁波市 2004、2008 年经济普查数据,运用密度分析与空间自相关分析方法刻画宁波市文化创意产业空间组织特征及其趋势,研究发现:(1)宁波市文化创意产业的分布较为集中,文化创意企业主要分布在市中心,而市中心以外区域文化创意企业分布较为随机,没有形成显著的集聚格局.但是宁波市中心文化创意企业的集中程度仍较为有限,未能有效形成全市文化创意产业集中高地.(2)宁波市文化创意产业初现集聚态势,但态势并不显著;宁波市文化创意企业的集聚仍未跳出传统经济文化中心,没有出现群体集聚态势.(3)宁波市文化创意产业空间组织整体处于初级集聚阶段,园区为主的集聚模式虽有一定成效,但总体水平较低.

宁波市文化创意产业发展及其空间组织,与国内外其他城市存在高度的相同点:一是政策主导的园区集聚企业发展模式,二是文化创意企业趋向城市中心集聚.然而宁波市文化创意产业从 2004 年到 2008 年集聚发展程度仍然有限,既未出现高度集聚中心地网络化控制郊区发展,又未出现集聚中心的分裂.因此,应深入探究文化创意产业政策对文化创意产业空间组织影响,尤其是园区主导模式政策是否可持续;此外还应深入探索影响城市文化创意产业空间组织模式的因素及其作用机理等.

3.2 促进宁波文化创意产业可持续发展建议

宁波文化创意产业发展态势良好,产业结构基础、创意人才储备、产业发展政策等成为宁波极具、培育文化创意企业的关键因素.然而,审视文化创意企业空间政策导向及其成效发现宁波亟待突破:一是以商品生产、贸易为前提的工业设计、服装设计等设计行业发展备受国际贸易制约的产业价值链锁定情景;二是文化创意企业集聚地的集聚水平与规模,尚不能匹配宁波“港通天下、书藏古今”之城市形象,核心表现在政策导向培育的产业园区要么缺乏产业基础、要么缺乏创意人才集聚环境、要么缺乏企业社会网络等,低效集聚与地产化倾向严重;三是文化创意产业发展的基础设

施、产业政策与青岛、苏州、厦门、深圳、昆士兰、曼彻斯特、洛杉矶等国内外同级城市存在很大差距。为此,推动宁波文化创意产业可持续发展要务在于:一是梳理与优化文化创意产业的人才、税收、风险投资补助等政策,塑造良好市场集聚创意人才与创意企业,当前重点可以围绕宁波大学、浙江大学软件学院、浙江大学宁波理工学院等院所师生创业、创意孵化等进行专项突破;二是完善城市基础设施与提升城市节事营销水平,推动宁波文脉的产业化与国际市场培育,重点挖掘宁波港口——城市的历史文化资源、国际航运贸易与现代临港工业的影视、动漫、音乐、图书、休闲旅游等文化创意行业培育,全面提升港通天下的城市形象与城市经济活力,创新文化创意产业发展路径,当前重点围绕定期城市展销会与国际论坛汇集全球创意案例、挑选宁波精品,推动宁波港、城、贸、航等文明/文化资源与现代科技结合,塑造文化创意精品,三是积极优化宁波市域文化创意产业的区、县定位,推动产业区域特色与整体水平的提升,当前重点在于提升中心城区文化创意产业的国内、国际知名度与嵌入度,适时启动郊区县市文化创意产业的二次创业。

参考文献:

[1] DCMS. Creative industries mapping document 1998[R].

London: GB Department of Culture, Media, and Sport, 1998.

- [2] O'Connor J. The cultural and creative industries : A review of the literature[R]. London: Creative Partnerships, Arts Council England, 2007.
- [3] Terry F, Stuart C. Creative industries after the first decade of debate[J]. The Information Society, 2010, 26(2):1-11.
- [4] 马仁锋. 创意产业区演化与大都市空间重构[M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2014:1-4.
- [5] 马仁锋. 大都市创意空间识别研究: 基于上海创意企业分析视角[J]. 地理科学进展, 2012, 31(8):1013-1023.
- [6] 朱华晟. 发达地区创意产业网络的驱动机理与创新影响[J]. 地理学报, 2010, 65(10):1241-1252.
- [7] 王缉慈. 超越集群: 中国产业集群的理论探索[M]. 北京: 科学出版社, 2010:65-70.
- [8] 褚劲风. 创意产业集聚空间组织研究[M]. 上海: 上海人民出版社, 2009:60-66.
- [9] 黄斌. 北京文化创意产业空间演化研究[D]. 北京: 北京大学, 2012.
- [10] 李蕾蕾. 文化与创意产业的研究谱系和前言[J]. 人文地理, 2008(2):33-38.
- [11] 丛海彬. 创意产业发展战略与路径研究: 以宁波为例 [M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2007:110-150.
- [12] 刘建民. 宁波文化产业竞争力研究[M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2011:87-88.
- [13] 黄志明. 宁波文化强市建设研究[M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2012:25-29.

Spatial Organization for Urban Creative Industries: Ningbo as a Case Study

LIANG Xian-jun, ZHOU Guo-qiang, MA Ren-feng*

(Faculty of Architectural Engineering, Civil Engineering and Environment, Ningbo University, Ningbo 315211, China)

Abstract: A study on spatial organization for urban creative industries is conducted for benefiting Ningbo scientific layout and sustainable growth in this regard. Based on the first and second economic census, the spatial self-correlation method is adopted to investigate the spatial layout of Ningbo creative enterprises. The results indicate that: (1) Ningbo creative industries currently cluster at a low-level with low Moran index of urban creative enterprise, and clustering area still remains traditionally centered in terms of economy and commerce; (2) Globally, the Ningbo creative industries appear to have clustering tendency, but such a tendency is not outstood locally; (3) The preferential policies do not seem to have obvious effect on Ningbo creative industries park clustering. Compared with other service sectors, the spatial organization of cultural creative industry has already shaped up with certain early-stage uniqueness and its preference to clustering in commercial center.

Key words: Ningbo; creative industries; industrial spatial organization; spatial self-correlation

(责任编辑 章踐立)