

上海环人民广场区域文化产业集群发展路径及 对策研究

【内容摘要】：加快文化产业集群发展是调整区域产业结构、转变区域经济增长方式、提高区域市场竞争力的重要抓手和战略性举措，也是提升文化软实力的有效途径。上海环人民广场文化产业集群建设，是以上海建设国际文化大都市为动力，以满足人民群众的文化需求和社会需求为出发点，围绕市区加快文化产业发展的总体目标，集成各方有效资源，加强集群内部的有机联系，发挥产业聚集效应和企业创新能力，带动产业结构升级和经济发展方式的优化，促进区域经济发展的核心竞争力进一步提高。

【关键词】：上海环人民广场，文化产业集群，现代商务集聚区

一、文化产业集群的概念、发展模式及作用

（一）相关概念的界定与特征

1. 产业集群的概念与特征。“文化产业集群”这一概念是由“产业集群”发展而来的，而“产业集群”理论也是历史发展的产物。产业集群（Cluster Industries）理论始于杜能的经济学理论，经过马歇尔、韦伯等人的推进，最终成熟于波特的竞争优势理论。

迈克尔·波特在《国家竞争优势》认为，产业集群指“在某一特定领域中，一群在地理上邻近、有交互关联的企业和相关法人机构，并以彼此的共通性和互补性相联结。”产业集群经常向下延伸至销售渠道和客户，并侧面扩展到辅助性产品的制造商，与技能技术或投入相关的产业公司，以及提供专业化培训、教育、信息研究和技术支持的政府和其他机构等。产业集群的基本特征包括产业的空间集聚性、产业的关联性和产业的根植性（Poter，1998）。

2. 文化产业、文化产业集群的概念及分类。目前学界业界对文化产业（Culture Industry）概念的内涵和外延尚存在着一定的争议。《中国文化产业蓝皮书》指出，就所提供产品的性质而言，文化产业可以被理解为向消费者提供精神产品或服务的行业；就其经济过程的性质而言，文化产业可以被定义为“按照工业标准生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动”；在我们这样一个特定的制度环境中，文化产业除了具有一般产业属性之外，还具有某些特殊的社会和意识形态属性。现代文化产业实际上是一个巨大的“产业群”，它们奠立于大规模复制技术之上，履行最广泛传播的功能，经商业动机的刺激和经济链条的中介，迅速向传统文化艺术的原创和保存两个基本环节渗透：将原创变成资源开发，将保存变成展示，并将整个过程奠定在现代知识产权之上。根据国家统计局《文化及相关产业分类》，文化产业的结构可分为文化产业核心层、文化产业外围层和相关文化产业层。文化产业核心层包括新闻服务，出版发行和版权服务，广播、电视、电影服务，文化艺术服务。文化产业外围层包括网络文化服务，文化休闲娱乐服务，其他文化服务。相关文化产业层包括文化用品、设备及相关文化产品的生产与销售。文化产业具有涉及领域广、资源消耗少、环境污染小、智力密集程度高、吸纳就业人数多、拉动消费能力强等显著特点。

根据以上的理解，我们对文化产业集群的概念作如此界定：文化产业集群亦称“文化产业集聚”、“文化产业同区”，是指众多相互关联的文化企业或机构共处一个文化区域，形成产业组合、互补与合作，以产生孵化效应和整体辐射力的文化企业群落或产业集聚。文化产业集群可分为核心文化产业集群、外围文化产业集群和边缘文化产业集群等类别。文化产业的核心集群产业主要包括新闻出版业、广播电视业、电影业、娱乐业、艺术业、广告业等六大产业。文化产业的外围产业集群主要包括

文化旅游业、会展业、博彩业、竞技体育业和网络业等。文化产业的边缘集群则主要是指文化产业集群的相关支撑机构，包括为使文化产业集群获得可持续发展所需的各类基础设施和配套机构的总和，如图书馆业、文物业、群众文化业、博物馆业、咨询业、文化科技与科研、文化交流、文化经纪与代理、教育产业、资本市场、物流体系等等。正是因为有了这些相关支撑机构的发展与完善，文化产业集群才能获得可持续的深入发展。

（二）文化产业集群的发展模式与作用

1. 文化产业集群的发展模式。国内外经验表明，文化产业集群的形成主要有两种类型。一种是企业自发形成即市场主导型的产业集群；另一种是政府促成即政府主导型的产业集群。前者包括以大企业为核心的文化产业集群模式、以中小企业为主形成的文化产业集群模式等；后者包括政府政策引导模式、产学研结合模式等。文化产业集群各种模式往往是互相渗透、互为补充的，是根据客观条件、行业性质、企业追求等的不同而逐步形成的。

文化产业集群发展模式的形成，是一个逐步尝试和不断完善的过程。必须按照文化产业集群的发展思路、整体定位、资源条件、企业状况等，结合文化产业园（基地）开发、文化产业链的形成、特色文化产业发展等方面的因素，综合考虑，科学合理地选择发展的模式。

必须充分发挥政府的引导作用。要根据不同地域的特征选择一个示范性的关键企业或产业园区，通过该企业或园区的成功发展，逐步衍生或吸引越来越多的相关企业聚集该地，再经过一段时间的发展形成优势的产业集群。

必须立足区域的发展特色。文化资源具有区域性、历史性的特征，必须科学选择系统的、整合的集群发展模式。因而，文化产业集群发展模式的选择，应根据发展的现状及趋势，以全球化的眼光灵活地、综合地选择适宜的发展模式。

必须重视大集团的带动效应。这是文化产业发展到一定规模后，做大做强文化产业的一种战略性选择。以大型企业为核心的文化产业集群模式，可形成寡头垄断的市场结构，在这种产业中存在几个为数不多的大型龙头企业，能够更快地带动整个产业实现规模经济；而产业集群中同时存在的众多中小型企业，通过它们之间正当竞争最终促进技术进步和经营管理水平的提高。

2. 文化产业集群的意义与作用。文化产业集群在纵向进行产业延伸，在横向形成产业并存的一种集聚现象，是文化产业发展适应经济全球化和产业竞争激烈化的必然趋势，也是文化企业为创造竞争优势、增强核心竞争力而形成的一种产业空间组织形式。可以说，文化产业链的形成和文化产业集群的崛起是文化产业走向成熟的标志。它作为改善和聚集区域产业竞争力决定要素的条件，发挥着重要的作用，具体如下：

（1）促进经济增长。在我国北京、上海等省市，文化产业已成为主要经济支柱之一，其年均增速 15%以上。可见，文化产业能够创造新的经济增长点；同时，文化产业集群又是推动区域经济增长的重要方式之一。

（2）协同效应明显。即企业从资源配置和经营范围的决策中所能寻求到的各种共同努力的效果。文化产业集群利用群内的资源、品牌、资金、信息等要素进行优势互补，群体的效益大于联合之前各个成员企业的个别效益之和，即实现 1+1>2 的协同效应。

（3）提升城市形象。文化产业能够提高传统制造业产品的知识含量，进而提升传统产业的品牌知名度和国际竞争力，推动产业升级。文化产业还将技术、商业、文化融为一体，做到建筑价值、历史价值、艺术价值和经济价值相结合；产业集群可以通过产业的柔性集聚使快速发展起来的区域具有更强的创新功能和竞争力。

(4) 有利于资源节约。文化产业是知识密集型产业，不同于传统产业对土地、资源的巨大需求，较少受到市区土地、资源的限制，以较少的投入带来较大的产出；而产业集群由于具有空间的临近性，大大降低因频繁交易而产生的交通运输成本，进而提高区域生产效率，为建立资源节约型社会做出贡献。

二、环人民广场文化产业集群的构建内容与发展路径

(一) 环人民广场文化产业集群的构建内容与特点

环人民广场位于北至苏州河、南至复兴东路的西藏路两侧，包括西至黄陂路的环人民广场周边地区，占地面积 1.4 平方公里。为南京路、淮海路、西藏路、金陵路、福州路等多条市级商业文化街区的汇聚点，是《上海加快发展现代服务业实施纲要》确定的延安路——世纪大道东西向现代服务业集聚带的核心地区（目前上海 20 个现代服务业集聚区文化软实力建设及文化产业集群发展已形成了“一个中心，两个文化带，多个特色区块”的文化空间新格局）。

1. 环人民广场文化产业集群的条件。环人民广场文化产业集群的条件是：优越的区位、独特的资源、雄厚的基础和较大的文化消费需求等。环人民广场地处上海市的行政文化中心，市政府的主要办公机构集中在人民广场的人民大厦和市政大厦及其周边楼宇，形成了良好的商务、文化氛围，为文化产业集群的发展创造了得天独厚的条件。该地区具有全市最为便捷的公共交通条件和优美的绿化环境条件，多条地铁线在此交会，地面公交线路四通八达，还有市中心大型的生态绿地。区域内高档酒店和商业配套日趋完善，能够吸引资本的投入和文化企业在空间上的集聚。该地区有着 700 多年申城演化和 100 多年近代上海发展的深厚历史文化积淀，区域内集聚了一批市级文化设施，如上海大剧院、上海音乐厅、上海博物馆、城市规划展示馆等，以及文物普查登记的文物保护单位、历史遗迹、近现代优秀建筑和纪念地，为发展文化产业提供了良好的硬件设施，从而为文化产业集群的建构提供了良好基础。这一区域有固定人口 60 多万，每年还有近 200 万海外游客和 8000 多万国内游客光临，白领和中外游客、城市居民，将构成文化消费的主力。该地区在核心文化产业周围有现代商贸业、旅游业、文化娱乐业、新兴服务业支撑。据统计，区域内拥有文化经营单位 470 余家（包括市属企业 120 余家），可以形成强劲的产业辅助支撑体系，通过强强联合实现文化产业的集群竞争优势。

2. 环人民广场文化产业集群的内容。环人民广场充分利用市级行政文化中心资源集聚优势，整合区域文化设施，积极创办形式多样的文化活动，提升产业能级，凸现黄浦文化高地的风采和形象，营造海派特色的百老汇。重点培育、发展三大主干文化产业集群。其框架内容：

(1) 大力发展文化创意产业。以福州路文化街建设为依托，吸引创意、设计公司、经纪人和演出公司集聚，大力发展新闻出版、动漫设计、音乐媒体、图片画廊、数码音像等文化创意产业，加快行业升级，形成具有高档品位，内容丰富、环境宜人的文化旅游休闲街区和可持续发展的高端文化产业区。

(2) 加快发展文化娱乐业。积极引进国内外著名文化集团或企业，推进大光明影院周边地区的开发改造，与新世界城休闲娱乐城及和平影都等联动，形成文化娱乐新亮点。以大剧院、逸夫舞台和改造后的大世界为核心，集聚中国经典文化剧目，营造海派特色的百老汇。

(3) 积极发展文化博览业。充分发挥上海博物馆、城市规划馆、美术馆、自然博物馆集聚的优势，发挥世博会和“后世博”的带动效应，引入公办、民办及民办公助等多元投资的博览馆、纪念馆、收藏馆和画廊，在环人民广场周边地区形成集聚，推动传统文化业的发展。（美国宾夕法尼亚州经济联盟的一份研究报告提出了“非赢利性文化产业”的概念。如大型剧场、博物馆、艺术中心、培训机构、会展中心等一些基础性的文化投资，它以政府投入为主。环人民广场也有“非赢利性文化产业”的类似情况值得探讨。）

环人民广场文化产业集群的发展目标，将以上海文化设施总体规划中“一轴”（以人民广场为轴心）、“两河”（黄浦江、苏州河）两岸文化空间及“特色街区”（福州路文化街）为重点，以大剧院、逸夫舞台和改造后的大世界为核心，整合区域文化设施，营造海派特色的“百老汇”。

3. 环人民广场文化产业集群的特点。从现状来看，环人民广场文化产业集群建设与发展具有鲜明特色，并保持着持久竞争优势，其特点主要有：

（1）投资主体多元。开拓多元投资文化事业途径，鼓励社会力量参与公益性文化事业建设，提倡企业、基金对群众文化的资助和捐赠，积极探索多种形式的文化事业投入机制。鼓励区属单位拓宽经营方式，转变经营理念，不断扩大区域文化服务产业。进入本区文化市场的投资者，既有国有资本，也包括民营资本和海外资本。上海新华传媒集团和上海世纪出版集团是两大市属国有企业。上海新世界世嘉游艺有限公司、杜莎夫人蜡像馆、上海当代艺术馆、上海华克文化娱乐有限公司、上海汤姆熊娱乐有限公司等区管三资企业在上海文化娱乐界享有盛名。民营企业上海歌城餐饮娱乐有限公司在黄浦已投资 3 家门店。

（2）经营领域齐全。目前，环人民广场文化产业涉及须经文化部门审批和日常监管的 7 大类 17 种，包括剧场、电影院、出版物、音像制品、餐饮 KTV、音乐餐厅、音乐茶座等。齐全的经营领域，既有助于巩固本区文化产业的传统优势，又为形成新的文化消费热点创造了条件。借助世博机遇和“后世博”的效应，积极搭建商旅文联动平台，推出各类文化、促销活动，打造黄浦特色文化品牌。

（3）产业群体集聚。近年来，上海大剧院、上海音乐厅、逸夫舞台和上海木偶剧场等市级剧场数量逐步增长。电影院继续向人民广场周边集聚，依托人民广场地区周边众多剧院、影院和文化娱乐场所，全力打造以剧场演出和休闲娱乐等形式为主的“海派百老汇”，努力满足人民群众的文化服务需求。

（4）行业优势明显。黄浦区是中国新闻出版行业发源地之一。福州路文化街集聚了本市最多的书店，包括上海书城、上海外文图书公司、上海科技图书公司、商务印书馆上海店等 20 家出版经营单位。同时，区域内早已拥有 10 家市区属音像批发企业。近几年来，美术品市场异军突起，在区文化部门备案的上海当代艺术馆、沪申画廊、外滩十八号创意中心等在国内外享有盛名。

（5）文化活动繁荣。发挥“环人民广场”群众文化活动阵地的作用，以“上海之春”、“中国上海国际艺术节”的“天天演”、“周周演”为重点，做大特色文化品牌。积极扶持在国内外有一定影响的文化艺术团体，繁荣文艺创作。

（6）人才开发加速。根据文化产业发展的要求，进一步实施人才强区战略。着力培育文化创新精神，形成鼓励创新、激励成功、容忍失败的社会氛围，创造更多的文化发展机会和广阔的文化发展空间，建立包括股权激励在内的有效的人才激励机制，倡导人才柔性流动，促进人才资源共享，实现人力资本价值。积极营造人尽其用的社会环境，使文化人才优势成为环人民广场文化产业重要的竞争品牌。

（二）环人民广场文化产业集群的发展路径

环人民广场文化产业集群建设，是以科学发展观为指导，以上海建设国际文化大都市为动力，以满足人民群众的文化需求和社会需求为出发点，围绕市区加快文化产业发展的总体目标，集成各方有效资源，加强集群内部的有机联系，发挥产业聚集效应和企业创新能力，带动产业结构升级和经济发展方式的优化，促进区域经济发展的核心竞争力进一步提高。环人民广场文化产业集群的发展路径分析如下：

1. 规划，引领文化产业发展的航标。规划是产业发展的龙头，文化产业更是如此，规划好产业发展布局，对环人民广场的发展具有重要的战略意义。

黄浦区国民经济和社会信息化“十二五”规划、黄浦区文化发展“十二五”规划、黄浦区创意产业发展“十二五”规划、黄浦区旅游业发展“十二五”规划分析了市区文化发展的现状与面临的形势，明确黄浦区文化产业发展的指导思想、发展目标和主要任务，提出了在“十二五”期间，黄浦区要建成上海文化超强核心区域。这对于加快该区文化产业，推进文化软实力提升有着十分重要的意义。

“十二五”期间，黄浦文化产业发展定位于加快文化产业的进一步集聚，逐步形成领先于全市的行业集群，提高市场占有率，提升文化产业能级。“十二五”期间，要提高环人民广场文化演艺业的产业能级，提升演出场次，打造“海派百老汇”，向国际市场推出“东方演出季”吸引外资投入。

2. 联手，拓宽文化产业发展的途径。市区联手，整合资源，在竞争中共生，在联手中发展，已成为一道亮丽的文化风景线。一是发挥协调机制作用。发挥市区知名文化企业联席会议作用，协调政策，探讨合作，搭建平台，形成共识。二是丰富联手平台品牌。办好市区联手举办的福州路文化节，适时扩大范围，增强辐射力。同时，推出新的平台，着力打造区域文化资源整体形象。三是深化文化合作项目。重点围绕打造“海派百老汇”新一轮合作目标，建立联合工作小组，研究方案，适时推进，打造新的文化品牌。四是优化政府服务环境。文化行政部门进一步强化服务意识，主动服务，靠前服务，提前服务，支持更多市区文化产业资源积聚黄浦。

截至 2010 年，环人民广场这一区域拥有娱乐、剧院、图书、音像、网吧、棋牌、美术品等文化经营单位 477 家。其中，娱乐经营单位 70 余家，音像制品零售出租单位 40 余家，图书报刊电子出版物经营单位 130 余家，互联网上网服务场所即网吧 30 余家，美术品经营单位即画廊 40 余家和影剧场 20 余家。

3. 项目，夯实文化产业发展的基石。在区域经济建设，项目既是发展经济的重要承载平台，又是招商引资的核心。一个好的项目能用好、用活资金，能带动一个产业的发展，进而形成产业链、产业群。

打造“海派百老汇”。借鉴纽约百老汇的模式，将人民广场及其周边地区打造成海派百老汇核心区。该区域南北沿西藏路向世博园区和苏州河创意园区、滨水聚居区拓展，东西沿南京路向外滩金融集聚带和静安寺商业文化中心延伸，辐射范围包括整个黄浦区和上海市中心繁华地段。这一项目的表演内容包括剧场演出业、电影放映业、休闲娱乐业，几乎囊括服务型文化产业的全部内容。

现有资源可整合分成经典百老汇、时尚百老汇和国粹百老汇三大分支，发掘世博文化资源，培育新的文化市场。其中，经典百老汇以电影、戏剧、音乐剧为主；时尚百老汇则以滑稽戏、魔术、动漫为主；国粹百老汇则体现京剧、昆曲、越剧、沪剧等。随着产业发展，逐步从服务型向生产型、中介型产业延伸，逐步融三种形态于一体，形成集聚效应，成为上海的文化品牌。

改造共舞台、中国大戏院、大世界。例如，作为中心地段的核心剧场共舞台，要适合现代歌舞秀表演，在改造中力求新颖，并配以高科技的灯光音响和舞台辅助设施，尽量满足节目内容和形式的需要。大世界改造要考虑传统文化的功能定位，保留多剧种同时演出的功能。

加强福州路文化街建设。通过地块开发和重点项目引进，调整结构、完善功能、提升能级，引聚知名的文化骨干企业，形成集出版发行、创意设计、商务办公、娱乐休闲为一体的，在国内外具有较高知名度的福州路文化街。

推进商旅文联动活动。抓住环人民广场历史文化底蕴丰厚、旅游资源高度集聚等区位特点，探索一条独具特色的商贸发展之路。组织黄金周系列节庆营销活动，以旅游拉动市场消费，取得明显成效；加强商业文化建设，以文化提升商业品位，推动商旅文有机结合，以联动促进功能拓展、优化资源配置，进一步满足国内外消费者日益增长的综合消费需求。成为上海高档商业商务聚集的标志性地区之一，展示上海中心城区的繁荣。

4. 招商，引入文化产业发展的活水。积极开展招商活动，推介文化产业招商项目，吸引国内外客商到黄浦投资兴业，是环人民广场文化产业发展的一项重要工作。

（1）强化服务意识。一要大力引进更多文化企业，二要依法保护历史文化遗产，三要对外资企业、民营企业和外省（市）投资企业提供同等服务。

（2）诚心诚意排忧解难。主动关心人户的文化企业，积极帮助文化企业排忧解难。

（3）推出招商新举措。以打造“海派百老汇”为契机，进一步加大文化领域招商引资工作力度，研究推出留商、富商新举措，扎实推进区域文化产业发展。

5. 服务，搭建文化产业发展的平台。（1）搭建文化产业服务平台。建立文化企业联席会议制度，为洽谈各类文化合作项目、研究制定适合区域文化产业发展措施提供平台。发挥市区知名文化企业联席会议作用，协调政策，探讨合作，搭建平台，形成共识。

（2）搭建文化产业营销平台。福州路文化街是 12 个市级特色文化街区之一。区域建立了福州路文化街政企联席会议机制，成功举办 6 届福州路文化节。如今，福州路文化夜市比过去更亮，不少书店商家延长了夜间经营时间，受到了广大读者的欢迎。

（3）完善文化产业窗口平台。目前，来区内投资兴办文化企业，从项目立项到破土动工、租赁楼宇，所有的申办手续可到“区企业服务中心”受理大厅区文化部门窗口咨询办理。

三、大力培育和发展区域文化产业集群的对策及启示

大区域文化产业集群的崛起，将深刻改变文化产业发展格局。未来文化产业的竞争，是区域对区域、集群对集群的竞争。但是，这种竞争将不再是同质竞争，而是不同功能区之间优势互补、比较优势之间的竞争。因此，当前和今后一个时期，要紧紧围绕加快经济发展方式转变，加强区域性特色文化产业群建设，推动文化产业实现跨越式发展。

（一）发展对策

区域性特色文化产业群建设发展，就是要在国内外文化产业竞争以及国内外文化大市场的背景下，形成一个地区为范围的区域文化产业的核心竞争力，并且以产业集群的形成为基础。为进一步优化区域文化产业集群，促进区域经济转型升级，建议重点抓好以下几项工作：

1. 加快区域经济转型升级，必须制定科学的文化产业集群发展战略。区域有着深厚的文化底蕴，在把静态文化资源转化为文化产业优势时，可通过充分挖掘自身的比较优势，启动并完善区域的文化产业集群战略。要认真落实市区文化产业发展的意见和规划，明确文化产业集群的培育发展方向，形成功能完善、布局合理、区域发展的公共文化服务体系，形成结构优化、竞争力强、具有集聚效应和区域特色的文化产业体系，形成传播快捷、覆盖广泛、保障有力的文化传播体系，形成开放活跃、繁荣健康、规范有序的文化市场体系。

2. 加快区域经济转型升级，必须促进文化产业集群的集中优势。文化产业是以创意为核心的产业形态，创意的竞争优势将直接关系到文化产业的竞争优势。因此必须促进文化产业集聚集中优势，培养一批具有核心竞争力的文化产品品牌，更好地发挥其示范和带动作用。应以文化企业为主体、以资本为纽带、以名牌产品为龙头，通过联合、兼并、重组、股份制改造和上市融资等方式，尽快组建一批骨干文化企业，以此来提高研发和营销能力，增强在国际市场上的竞争力；着力培育一批跨地区、跨行业、跨所有制，主业突出、综合竞争能力强的大型文化企业集团；积极建设一批文化产业研发基地和产业集聚区。

3. 加快区域经济转型升级，必须科学制定文化产业集群发展规划。结合城市规划，区域建设，突出重点，发挥优势，以点带面，统一规划文化产业的布局。一要做好区域的规划，加强文化资源的保护、开发和利用，以独具特色的文化活动推动产业的发展。二要做好特色文化产业结构调整，使之成为文化产品品牌基地，推动特色文化产业的发展。三要组织好文化产业项目的实施，结合区域的现实基础，构筑区域文化产业集群格局。

4. 加快区域经济转型升级，必须发挥政府的引导作用。作为文化产业集群的行动主体之一，地方政府在文化产业集群发展中有着不可或缺的重要性。地方政府的作用主要体现在：一是为投资创造良好环境；二是创造合理的制度环境，增加相互信任，催生相互之间良性的竞争与合作格局；三是提供有效的公共服务，促进文化产业集群的成长与升级，如制定文化行业标准，强化文化产品质量意识，建立公共培训机构，组织联合技术攻关，创造文化品牌，建设对话机制、共同制定文化产业集群发展的远景与战略规划等。

5. 加快区域经济转型升级，必须加快推进文化体制机制创新。积极探索建立有利于促进文化事业和文化产业发展的人事制度、用工制度、分配制度、产权制度和运行机制，不断增强文化单位的自身活力。应加快经营性文化事业单位转企改制的步伐，按照现代企业制度的要求完善法人治理结构，实行公司化改造，使其成为面向市场、自主经营的文化产品生产者和经营者，成为真正的市场主体；进一步降低文化产业的市场准入门槛，打破行业垄断和地区保护，营造统一开放的市场环境；整合行政和执法资源，提高行业管理和市场监管能力，积极探索整合城市文化部门和市场监管队伍的有效途径，逐步实现统一管理、统一执法，为文化产业发展营造良好环境。

（二）重要启示

从理论和实证角度总结大力培育和发展文化产业集群对进一步促进区域产业结构调整、转变区域经济发展方式、增强区域文化软实力，其启示至少有以下几点：

1. 大力培育和发展文化产业集群对区域转型发展意义重大。国际金融危机加速了世界经济格局的重构，推动了产业梯度转移和区域经济发展格局的调整。随着我国经济社会发展步入新阶段，积极培育和发展文化产业集群，推动文化产业转移与承接，深化文化产业竞争与合作，并以此创新区域文化产业发展模式，促进区域文化产业发展转型，具有突出的重要意义。应结合实际，充分利用国家的文化产业发展政策契机，科学规划“十二五”文化产业发展蓝图，以更加主动的姿态、更加开放的胸怀，主动参与和融入国内外文化产业竞争，在内需、外需并行的“双循环”中谋定而后动，在区域文化产业发展布局中找准自己的定位，在新一轮区域文化产业发展竞争中抢占制高点，在未来的文化产业分工体系和文化产业结构调整中谋得更多的话语权。

2. 大力培育和发展文化产业集群的特点、功能与趋势。文化品牌体现着文化产品和服务的特性和质量，它的形成表明该区域文化产业的优势和产品特征，能够吸引更多的市场消费。文化产业及其品牌是一种“集群品牌”，即是区域经济发展中形成的具有独特性和广泛影响力的文化现象，是文化的经济价值与精神价值的双重凝聚。与经济品牌相比，文化品牌除具有品牌普遍意义上的共性外，还有其独特的个性：文化品牌主要通过实现文化创新来推动文化项目的完善与发展；文化品牌不仅具有经济属性，更具有意识形态属性，文化品牌首先要体现一种文化精神；文化品牌源自丰厚的文化底蕴的张扬与发展；文化品牌是创意与梦想的产物，比经济品牌更加注重个性、情感与想象。文化品牌体现了文化的核心竞争力，对文化产业有着巨大的提升和带动作用。一是整合效应，能够最大限度地整合文化资源，优化资源配置；二是聚集效应，能够有效吸引人流、物流、资金

流和信息流；三是增值效应，能够大幅度提高产业增值能力，实现利润最大化；四是辐射效应，能够带动形成产业链条，拓展市场发展空间，催生更多的市场主体；五是放大效应，能够大幅度提高市场占有率，扩大区域文化的影响力和知名度。区域发展的文化产业要赢得市场，就必须走品牌化建设之路，打造具有强大竞争力的文化品牌，充分发挥品牌的文化感召力。

3. 区域转型发展对培育和发展文化产业集群的要求。（1）要适应市场发展的需要。培育和发展文化产业集群，必须以市场化、产业化、品牌化和社会化为方向，积极创造条件，把贯彻落实国家促进文化产业发展政策与有效对接市区相关领域产业政策资源结合起来，把推进文化产业重点领域建设与实现传统文化产业升级改造结合起来，把促进文化产业创意创新与加强知识产权保护、运用能力结合起来，把发挥国有骨干文化企业基础优势与鼓励支持社会力量积极参与文化产业发展结合起来，把实现文化资源跨地区、跨行业、跨所有制整合与提升独特、鲜明地域文化传播能力结合起来。

（2）要着眼于建设特色文化。上海现代服务业集聚区文化集群培育与发展各具特色。浦东陆家嘴是金融贸易文化集群，北外滩是航运文化集群，张江是高科技创意文化和信息服务文化集群，淮海中路是国际时尚文化集群，“世博”花木是国际会展文化集群，“海上海”是创意产业文化集群，松江佘山是休闲旅游文化集群，等等。因此，提升区域文化集群品牌的重点：一是着力培植品牌文化企业；二是建设一批标志性文化设施；三是打造历史文化品牌；四是做大做强优势文化产业。

（3）要创新发展思路和手段。一方面，文化产业集群的策划设计必须在坚持文化主导原则、消费者取向原则、真实客观原则等的基础上，追求创新性、特异性和个性化，以塑造出独特、鲜明的文化形象；另一方面，文化产业集群培育还必须注意充分发挥传媒的作用，通过传媒的宣传，让市民、消费者知道、了解文化品牌的产品和服务的功用、性能、特点和优点，确立文化品牌在市民、消费者心目中的地位。

（4）要有效整合文化资源。核心文化资源是文化产业集群发展模式创新的关键因素。要紧紧围绕本地区域的核心文化资源，通过对核心文化资源的挖掘、整理和开发，确定本地区域的特色文化项目，进而形成了自己的文化品牌。因此，充分挖掘文化资源，有效整合文化资源，立足于核心文化资源开展文化产业集群培育，是文化项目能够打造成为文化品牌的关键。

参考文献：

1. 迈克尔·波特. 李明轩等译. 国家竞争优势[M]. 北京：华夏出版社，2002.
2. 胡惠林. 文化产业发展与中国新文化变革[M]. 上海人民出版社，2009.
3. 国务院关于文化产业发展工作情况的报告[EB / OL]. 中国人大网. www.npc.gov.cn.
4. 文化及相关产业分类[EB / OL]. 国家统计局 www.stats.gov.cn.
5. 国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要[EB / OL]. 中央政府门户网站.
6. 关于加快上海市文化产业发展的若干意见[EB / OL]. 上海现代服务业网站. www.ssfcn.com.
7. 黄浦区文化发展“十二五”规划[EB / OL]. 上海黄浦区网站 www.core.gov.cn.
8. 上海市黄浦区旅游产业发展“十二五”规划[EB / OL]. 上海黄浦区网站 www.core.gov.cn.
9. 黄浦区开发“环人民广场”文化资源，将倾力打造“海派百老汇”[N]. 新民晚报，2010-07-23.

作者简介：杨明刚：教授、博士生导师，华东理工大学广告与品牌文化研究所所长，主要研究方向：品牌塑造与设计管理、营销策划与广告传播等理论及实践问题的综合性研究。