

回归文化产业的双重价值，打造广州市文化产业园区品牌

《广州市文化产业园区提质增效，支撑实体经济发展研究》课题组 臧艳雨等

文化产业是全球公认的二十一世纪最具有发展潜力的朝阳产业，在推动经济发展，实现产业结构升级、发展与传承文化等方面发挥着越来越重要的作用。在当前全球经济增长缓慢和我国经济进入新常态，十九大提出的“处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期”以及“讲好中国故事，提高中国文化软实力”背景下，大力发展文化产业上升到国家战略层面，国家十三五规划提出让“文化产业成为国民经济支柱性产业”，成为当前我国适应和引领经济新常态，实现经济转型升级的必然选择，也是建设现代化经济体系和提高文化自信的必然选择。广州作为国家文化名城，根据蓝皮书《广州文化产业发展报告》（2020），2018年广州文化产业增加值达到1369.69亿元，整体发展态势在全国处于全国领先地位，其占GDP比重达到6%，逐渐成为广州的支柱性产业和经济新增长极，在十四五期间还会进一步增强，成为战略性支柱产业。文化产业园区是文化产业的重要实现形式和空间载体，是文化产业集聚化发展的产物。根据蓝皮书《广州文化创意产业发展报告》（2018），目前广州已建成文化产业园区约222个，其中包括16家国家级文化产业园、10家省级文化产业园区、和20家市级文化产业园区。但不容忽视的是，广州的文化产业园区建设及发展中还存在多重瓶颈问题亟待解决，由此也制约着广州文化产业的发展。为此，必须回归文化产业的经济价值与文化价值的双重属性，推动广州文化产业园区发展。

一、发展现状与问题

依据2019年广州市文化产业园区的初步统计数据，广州市共有222个文化产业园区，分布于荔湾区22个，越秀区13个，海珠区51个，天河区37个，白

云区 23 个，黄埔区 22 个，番禺区 40 个，花都区 7 个，南沙区 2 个，增城区 4 个，从化区 1 个。对其分类与布局的分析研究表明，广州文化产业园区发展主要存在如下问题：

（一）规模化发展的问题。广州目前部分文化产业园区没有形成完整的产业链，或是没有集聚呈规模发展，这都影响了文化产业园区的良好发展。

（二）可持续发展的问题。广州目前部分文化产业园区存在经营管理不善、对整个文化产业的贡献不尽如人意以及人气不旺的问题。出现这些问题与文化产业园区自身的主题定位、资源利用、产业类型、经营模式、园区项目、宣传手段及服务品质等紧密相关。

（三）品牌化发展的问题。目前，广州的文化产业园区体现地域特色、产业特点，在全国乃至世界脱颖而出，能够代表成为广州城市名片的文化产业园区较少。表现在：**（1）重复建设后果严重。**一些文化产业园缺乏科学的规划、产业导向、功能定位，导致重复建设和同质化竞争。**（2）缺乏统一规划，空间布局不明晰，集聚效应不显著。**广州目前文化产业园区与城市空间的互动关系不够明晰，往往为自发形成，自发集聚，缺乏统一的规划，这也就制约了全市层面的文化产业园区的有序发展，而且只有几个产业园区形成产业园区集聚外，其余都是个别发展。**（3）缺乏突出主题，品牌效应不明显。**广州目前的文化产业园区涉及主题内容较多，主要以动漫网游等为主，也涌现出了几个在国内影响力较大的企业，比如原创动力的《喜羊羊与灰太狼》，可谓无人不知，无人不晓，树立了国内原创动漫的新形象；在休闲娱乐方面，广州长隆旅游度假区在全国小有名气。可是在国内乃至世界上有名的产业园区不多，应更加注重广州当地特有资源的挖掘及凸显广州特色的主题凝练，将地方特色和历史文化的传承保护等纳入文化产业园区发展中。

二、对策建议

基于现状及国内外经验的分析，提出广州文化产业园区的发展对策：一. 打造文化产业园区品牌，成为城市名片的一部分；二、依托广州已有的历史文化资源，重点打造三种品牌：（1）文化街区品牌；（2）主题园区品牌；（3）文商旅融合名村名镇品牌。

一. 打造园区品牌，融入城市名片。

文化产业园区品牌是指许多与文化产业相关的企业和机构聚集在某一特定地域内，经过长期的共同经营而形成的一种能创造新价值的共有价值媒介。文化产业园区的发展是集群品牌构建的基础，集群品牌的构建又可以提升文化产业园区的核心竞争力。广州市文化产业建设存在的一个突出问题是园区重复建设趋于类同化，定位不明确缺少核心竞争力，产业链不完善没有形成品牌效应。而从全球文化产业的发展状况来看，在发达国家，文化产业园区的发展已趋于成熟，并且形成了许多极具影响力的集群品牌，如美国好莱坞、迪斯尼乐园、纽约麦迪逊大街和英国曼彻斯特北部文化产业园等等。国外成熟文化产业园区的发展经验告诉我们，品牌构建是文化产业园区做大做强的必由之路。因此，构建广州市文化产业园区品牌，是实现文化产业园区发展的必由之路。同时，文化产业园区品牌，也是提升城市形象，融入城市名片的有效途径。一座文明的城市一定是有文化积淀的城市，一个有品牌形象图腾的城市，一个有创造力、凝聚力和产业驱动力的城市。文化创意产业园区品牌通过为城市提供丰富多彩的文化产品，影响着城市的生活方式，依托庞大的品牌影响力，深度介入城市发展，助推了城市形象提升，融入城市名片，形成个性化、规模化、开放式的城市文化地标以及对外文化交流窗口。

二. 立足地方特色，打造园区品牌

1. 构建城市文化街区品牌. 践行“城市·文化·生活”的理念，以人为主体，以城市为舞台，以文化为引导，以生活为依归，以历史文化街区为依托，构建展示岭南特色文化的城市文化街区品牌。

（1）文化街区是文化产业园区发展的新形态。以历史街区为依托建设文化街区，已经得到一定的认可和实践，也成为文化产业园区发展的一种新形态。以拥有众多的历史街区和文化遗迹的北京为例，拥有诸如北京市皇城历史文化街区、

北京市大栅栏历史文化街区、北京市东四三条至八条历史文化街区、烟袋斜街、南锣鼓巷等众多的历史文化街区，在发展文化街区方面也走在了前列。文化街区的建立和发展，融入市民生活，成为城市市民的休闲娱乐中心，游客的地方文化体验中心，城市产业升级的创意驱动中心，也使得文化街区成为城市·文化·生活的表达方式。他以文化为底蕴，以街区为依托，以创意为引领，以市民生活为根基，融于城市，表达城市，成为城市名片的一部分。它实现了经济价值与文化价值的双赢，既推动产业转型升级，又在传承与保护文化上有所作为。

(2) 广州具有建立文化街区品牌的良好基础。广州是国家历史文化名城，有着独特而丰富的历史文化资源，面对建设世界历史文化名城，以及产业转型升级，建设国家中心城市的双重目标，走文化街区的建设路径，既是可行的，也是可以的。它有丰富的历史街区资源，具有了建立文化街区的丰富基础。根据《广州历史文化名城保护规划(2015-2020)》，广州共有历史文化街区及历史风貌区 45 片，其中历史文化街区 26 片，如恩宁路，沙面等，历史风貌区 19 片。

(3) 广州文化街区品牌。依据广州街区资源，可以重点打造如下街区品牌：

①. 北京路文化街区；②. 恩宁路文化街区；③. 新河浦文化街区；④. 沙面文化街区。具体来说，

其一. 从品牌定位来看，依据差异化定位，找准各个品牌的优势特色，北京路文化街区重点突出老广州传统文化特色；恩宁路文化街区重点突出老西关文化特色，串联上下九、恩宁路、荔枝湾、泮塘五约等街区；新河浦文化街区重点突出老东山以及革命文化特色；沙面文化街区重点突出广州的中西合璧特色。

其二. 从品牌的集群来看，这些文化街区基本比较集中在越秀区与荔湾区，比较集中而典型反映了广州的历史与现在：这个城市从哪来，这个城市现在怎么样。因此，将各街区从集群品牌角度进行总体布局，整体规划，从而整体上形成一个具有较高知名度的名城和标志，避免单独作战，重复建设。由于集群品牌是产业集群发展的高级形态，它是集群内部所有企业共同努力的结果，因此城市城市的名片和象征，具有鲜明的辨识度和美誉度。能够较好提高广州的城市影响力。

其三. 从品牌的形象来看，它的意向识别体系体现的是老广州的精神和气质：传统与现代、保守与开放、开拓与务实，这是广州人的价值观的集中体现，也是品牌所传达的核心价值观的精髓所在。它的符号识别系统，如 LOGO，标识，字

的设计与色的设计，要符号广州特色。它的环境识别系统，如产品、服务、环境配套等，要注意用户的文化体验，统一规划，统一管理，统一布局。

其四. 从品牌的营销来看，品牌文化街区以政府主导，企业建设为主。四个街区的改造设计与营销一体化进行，形成品牌营销的合力，提高品牌的知名度、美誉度以及用户的忠诚度。

2. 构建主题文化园区品牌。践行“符号·意义·阐释”的理念，以优势传统文化为依托，构建展示广州城市名片与岭南文化的主题文化园区品牌。

(1) 主题园区品牌是实现实现传统文化现代化转化的有效途径。十九大报告提出“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”，文化资源开发的热潮在全国形成，陕西西安曲江文化产业园、河南开封宋都古城文化产业园、山东曲阜新区文化产业园等一大批传统文化资源项目的成功开发所形成的国家级文化产业园，对加快发展文化产业起到了积极的示范和带动作用，如“曲江新区”着眼于挖掘西安历史文化资源，使中华唐文化遗产从隐性资源成为显性文化资本，形成以感受文化、体验生活为核心的“大唐圣景”整体品牌内涵。而宋都古城文化产业园区打造成了一个宋文化的参观体验区，山东曲阜新区文化产业园则是以孔子及儒家文化为依托的文化产业园，这些唐、宋、儒家正是中华优秀传统文化的宝贵资源，通过文化产业园区的载体，一方面推动经济发展，另一方面促进文化繁荣，并通过中国传统文化的对外传播，促进中国文化的国际影响力和软实力建设。

(2) 广州有丰富的历史文化资源，为建立主题园区打下基础。作为岭南文化中心地、古代海上丝绸之路发祥地、近现代民主革命策源地、改革开放前沿地，广州拥有了建立主题园区的基础和条件。因此，打造有广州特色的主题园区，是广州文化产业园区发展的一个可能路径。由此，可考虑建立如下主题园区：①建立岭南文化主题园区；②建立民主革命红色文化主题园区；③建立海上丝绸之路商贸文化主题园区；④建立改革开放主题园区；⑤建立动漫文化主题园区。

3. 打造文商旅融合型名村名镇品牌。践行文化+理念，以历史文化名村名镇与传统村镇为依托，构建近郊农村与文旅乡镇为基础的文商旅融合名村名镇品牌。

(1) 概念内涵及分类：文商旅融合型名村名镇是依托传统古镇古村落，以文商旅融合发展的方式，把传统村镇打造成集文化、商业、旅游、住宿等一体化

发展的综合体，它的底色是传统古镇古村落所代表的传统文化与地方特色，经由文化产业的运作经营，通过旅游、商业、产业等方式，一方面发展传统村镇与传统文化，另一方面促进文化推陈出新，提高古村古镇的知名度与辨识度。国内比较知名的如云南大理的双廊古镇，云南丽江的束河古镇和玉龙古村等等，都是利用当地的某一特色，打造而成。前者依托的是苍山洱海与杨丽萍居所，以及当地白族特色，后者依托的是把丽江以及云南纳西族推向世界的约瑟夫·洛克当年的旧居，以及当地的纳西族特色。

文商旅融合型名村名镇主要分为名村和名镇。

文商旅融合型名村也叫城乡结合型文商旅融合文化产业园区，属于“文化产业+商贸+旅游+近郊农村”的发展模式，一般是以位于城市近郊的古村、传统村落或农村旅游资源为空间载体。

文商旅融合型名镇也叫乡镇旅游型文商旅融合文化产业园区，属于“文化产业+商贸+旅游+乡镇”的发展模式，一般是以具有文旅资源的乡镇为空间载体，这类文旅资源还需要有良好的可达性及公共配套设施。

(2) 广州文商旅融合名村名镇品牌

广州有丰富的历史文化村镇资源。历史文化村镇资源是指保存文物特别丰富且具有重大历史价值或纪念意义的、能较完整地反映一些历史时期传统风貌和地方民族特色的镇和村。比如沙镇、小洲村、聚龙村、塍头村。根据《广州历史文化名城保护规划(2015-2020)》，广州共有历史文化名镇名村7个，其中中国历史文化名镇1个，中国历史文化名村2个，广东省历史文化名村4个，传统村镇93个。根据广州市名村名镇历史文化资源，可以考虑建立如下名村名镇品牌：小洲古村；沙湾古镇；聚龙古村；塍头古村；南风古灶。

作者简介及联系方式：臧艳雨，广东工业大学马克思主义学院，副教授，哲学博士，主要研究哲学与文化，文化产业。18680287289，rainmailbar@163.com