

基于钻石模型理论的汉阳造创意产业园 集群效应研究

张 赛

(中南财经政法大学 公共管理学院 湖北 武汉 430073)

摘 要 从集群理论和竞争优势理论角度出发,结合武汉市汉阳造创意产业园的发展状况,以“钻石模型”为基础框架,分析汉阳造创意产业园的产业竞争力,探讨园区的集群效应和发展模式,从生产要素、需求状况、相关产业、企业竞争等方面为园区未来发展提出建议,为武汉市其他创意产业园提供模式参考。

关键词 汉阳造;创意产业园;集群效应;钻石模型

中图分类号: G124

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2019) 02-0109-06

一、引言

随着“大众创业,万众创新”口号的提出,文化创意产业作为新兴产业被提上议程,已成为许多城市发展的经济引擎点,为推动文化产业快速规模化发展,形成良性循环的产业链,最有效的方式是拓展以文化创意园区为主要形式的集群化发展^[1]。文化创意产业园的可持续发展有赖于园区产业竞争力和集群效应的发挥,这也是增强城市创新能力和综合竞争力的关键。武汉作为中部地区的龙头地区,经济保持中高速增长,于2017年成为我国第四个“世界设计之都”,同时是武汉的一个新起跑点。目前,武汉市拥有光谷数字创意产业园、汉阳造创意产业园在内的50多家创意产业园。汉阳造创意产业园作为武汉市第一批文化与科技相融合示范区,同时也是武汉旅游城市的名片之一,它具有哪些吸引游客的特色和亮点,是否具备特色产业竞争优势,是否形成集群效应并成为其他创意产业园区学习的榜样,这些问题将是笔者重点探讨的问题并在下文给出答案。

二、文化创意产业与文化创意产业园的文献回顾

英国是世界上第一个将文化产业定义为创意产业的国家,文化媒体和体育部(DCMS)于1998年发布的《创意产业专题报告》,标志着“创意产业”的诞生。该报告将创意产业定义为:与创造力、技能相关、依托于知识产权的、能够创造财富和就业的行业,并将创意产业划分为广告、设计、表演艺术、软件服务等13个行业。英国创意产业的兴起,对世界上其他国家创意产业的发展产生了积极的作用,中国便是其中之一。在理论研究中,目前关于文化创意产业尚未有一致的界定,文化产业、创意产业与文化创意产业有何异同,有的学者认为三者差别较大,有的学者认为三者没有实质上的差别,只是表述方式的不同,可以替代使用^[2]。结合我国国情,这三个概念可等同使用。胡鹏林和刘德道将文化创意产业界定为通过人的创造力、结合文化及相关产业、实现产业集聚效应的新产业^[3]。

国内关于文化创意产业园的研究主要集中在文

收稿日期 2019-07-05

基金项目 中南财经政法大学研究生创新教育计划项目“城市多样化专业化对人口流动的影响”(项目编号:201811221)。

作者简介 张赛(1994-),女,河南许昌人,中南财经政法大学硕士研究生,研究方向:区域经济学、产业集聚。

化创意产业集聚(集群)方面。王缉慈指出创意产业发展离不开集体的合作和企业的地理集聚^[4]；樊盛春界定文化产业园是与文化有关的、且形成产业集聚的某一地理区域^[5]；马仁锋梳理国内外相关文献，对比创意园区和传统工业园区、高新技术产业园区，总结创意产业园区为集中在特定区域、以创意为主的工作室或公司，并指出我国创意产业园区独特的发展模式：“创意园区 = 创意产业 + 园区”^[6]。

目前，国内对文化创意产业园的叫法多种多样，比如“创意园”“科技园”“艺术村”等，园区名称一方面表现了不拘泥于细节的创造性，另一方面突出了园区的特色，武汉市文化创意产业园也符合这一规律。汉阳造文化创意产业园是旧址改造型园区，汉阳造代表了汉阳兵工厂的创造力，“汉阳造，我们造”是园区的经典标语，创意产业园区是以创意内容为主的创意产业集聚区，园区内的集群效应与园区发展的关系有待进一步的讨论。

三、集群效应与园区发展的作用机理

(一) 产业集群形成机理及效应分析

产业集群(Industrial Cluster)又称产业集聚或产业簇群，最早由迈克尔·波特在其著作《国家竞争优势》中提出，指的是在特定区域内的领域内，存在着一群具有竞争与合作关系、且在地理上集中，相互关联的企业、供应商、以及专业化的制度和协会^[7]。关于产业集群的研究不在少数，马歇尔认为产业在外部规模经济的作用下集聚；克鲁格曼认为收益递增、运输费用和需求的相互作用决定了产业是否集聚；波特认为相互关联企业的互补性有利于集聚；除此之外，有学者运用交易成本理论、社会资本理论也对产业集群进行了研究^[8]。

产业集群带来集群效应，集群效应明显的区域进一步吸引产业集聚，形成良性循环，具体来说，主要有以下几方面的集群效应：资源集聚效应；资源共享效应；竞合效应；分工与协作效应；知识溢出效应；区域品牌效应。对于创意产业园来说，创意产业的发展不仅是企业的独自发展，也需要企业之间的互动、人与人之间的合作，通过发挥产业集群带来的集群效应，提高产业竞争力。

(二) 集群效应与园区产业竞争力

国内关于创意产业园发展的研究表明，园区要想实现可持续发展，必须有一定的产业竞争力，这种竞争力依赖于产业链和集聚效应^[8]。企业集群对产业竞争力产生巨大影响：第一，资源集聚效应：园区内产业集聚和企业集群吸引专业化供应商和人才的集中，形成专业化市场，为日后产品的生产和销售奠定潜在的基础；第二，共享基础设施等资源：中小企业集群共享园区内的基础设施，比如优美的文艺环境，从而高效利用公共资源；第三，竞合效应：园区内企

业不仅仅是竞争关系也是合作关系，竞争关系表现在同种类型的企业之间，通过优胜劣汰的机制进而促进企业的技术创新，合作关系表现在上下游企业之间，这一效应有助于产业链的形成；第四，分工与合作优势：集群内部的分工一方面提高各自的专业化程度，另一方面提高工作效率；第五，知识溢出效应：创意人才的交流可能会带来灵感，促使新想法或者创意的诞生；企业家之间的交流促进信息的传播和扩散；第六，区域品牌效应：单个企业的发展有些势单力薄，而且未必能实现可持续发展，而区域品牌则经过了时间的沉淀，为区内企业吸引潜在的消费者。

波特从竞争优势视角研究产业集聚的经济现象，并提出著名的“钻石模型”(竞争优势理论)：一国

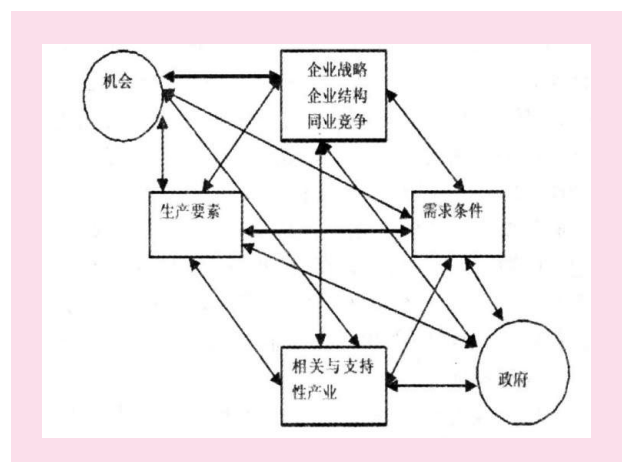


图1 “钻石模型”要素构成

的经济发展取决于该国产业的国际竞争力：即生产要素、需求状况、相关性与支持性产业、企业战略、结构和竞争者，除此之外，机会和政府两个辅助因素也会影响四大要素的相互作用，如图1。本文就是以此作为基础框架，分析汉阳造创意产业园企业之间是否形成了集聚效应，从而增强园区的产业竞争力并实现可持续发展。

四、基于钻石模型理论的汉阳造创意园产业集群分析

(一) 园区介绍

汉阳造的前身是张之洞汉阳兵工厂和824工厂(鹦鹉磁带厂)，2009年10月17日，汉阳区委、区政府引进上海致盛集团，将其打造成集文化艺术、创意设计等为一体的汉阳造创意产业园^[10]。在政府的大力扶持和特色发展作用下，园区先后获得“国家广告产业示范园区”“国家文化示范基地”“武汉市文化和科技相融合示范园区”“武汉文化创意产业最佳园区”等荣誉称号。园区第一期工程于2010年完成并开始招商，2011年，园区内发展了6大类特色产业，共有71家企业，初步形成了以文化设计、广告创意

以及关联产业为主的特色产业集群。截至 2015 年底,汉阳造园区已建成面积 17 万平方米,入驻企业已有 112 家。截止到 2018 年,汉阳造创意园聚集了广告设计、影视传媒、文化科技、创客空间等 170 余家企业,有 4000 多员工。笔者通过实地调研,将园区内入驻企业分为 9 类,企业类型比较丰富,比重有所差异(如图 2)。

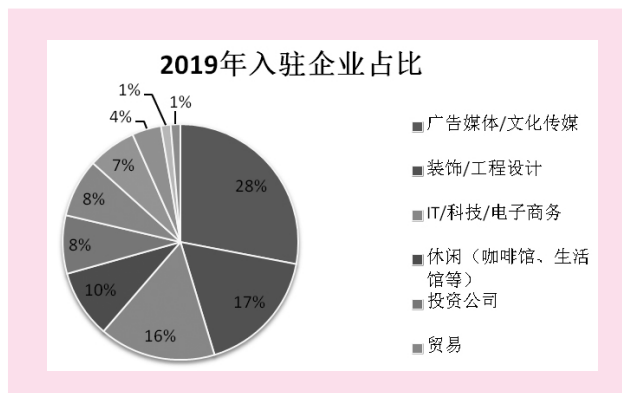


图 2 2019 年“汉阳造”园区内企业类型

2019 年园区内占比最高的企业是广告媒体/文化传媒类,这与汉阳造早期的定位——打造国家级广告产业园有关,比如武汉沐石文化传媒有限公司。其次是装饰/工程设计类企业,包括建筑设计、装饰等,园区自身就是很好的说明,从图标设计、建筑风格到每个企业的特色设计都展示出独一无二的建筑风格,比如博朗设计工程有限责任公司。排名第三的是 IT/科技/电子商务类企业,科技是第一生产力,只有重视科技才能把企业做大做强。此外,园区内休闲类的企业发展不错,尤其受到那些追求时尚和艺术美感的年轻人的青睐,比如猫空咖啡,有梦不晚生活馆。

(二)“钻石模型”视角下的汉阳造

目前园区内主要有广告创意业、影视制作业、艺术设计业、新媒体技术展览业、动漫网游业、休闲旅游业六大类产业集群^[11]。“钻石模型”的四大基本要素处于一个动态的相互影响、相互促进的环境,再加上两个辅助性要素的配合决定了产业的竞争力。在波特看来,竞争不是在国家或产业层面进行,而是在企业之间,因此本文从六个微观方面分析汉阳造的产业是否形成竞争优势和集聚效应。

1. 生产要素

生产要素包括人力、天然、知识、资本资源以及基础设施,这五个要素一般是混合出现的,又可分为初级生产要素和高级生产要素,初级生产要素指的是自然资源、地理位置等先天性要素,高级生产要素指的是技术、通信等基础设施、智力人才等现代化要素。汉阳造创意园经过 10 年的发展和完善,除了有旧厂房的自然氛围等初级要素,还具备资本资源、人力资源和基础设施等高级要素。

(1) 资本资源:汉阳造创意园以 824 工厂为基

础,本着“整旧如旧,差异发展”原则在原来的 60 栋厂房的基础上进行改造,既保留了民国时期的建筑风格和氛围,营造具有民国风情的艺术气息,又注入了现代化因素和时尚元素,两者相得益彰。除此之外,厂房等固定资本减少了开发成本和建设成本,节约了人力、物力和财力,也是对资源的有效利用。

(2) 人力资源:汉阳造各种类型的创意产业离不开创意人才,创意作为一种特殊的人力资本,决定了园区发展的兴衰。汉阳造艺术区的早期发展充满艺术氛围和创意人才,发展蒸蒸日上^[12]。目前,园区艺术家工作室和艺术品展览活动有所减少,作为应对措施,园区已与武汉大学、湖北美术学院、江汉大学等高校,签订了战略合作协议,建立大学生实践基地 8 个,园区每年接纳和培训大学生 700 余人次^[13],园区的人力资本资源有所回升。

(3) 基础设施:经过对园区的整体改造后,所有地下管网、强弱电网和主次道路都被重新修建;修缮和翻新原有老旧房屋门窗、地面和墙壁等;停车场扩建至 3000m²;完善绿植、灌木等自然景观和涂鸦墙、雕塑等人工景观;改造公共厕所和道路指示标牌,结合新媒体新增线上导览图;调整园区标志以及其他历史文化遗产标识;优化企业形象展示墙,展示园区经营环境。园区内的企业服务中心将人才、企业和政策等信息交流集中在一起,提供咨询、讲解等优质服务,有利于新企业的进入。除了愈发完善的硬件设施,园区内也提供了丰富的文化设施,你如展览厅、科技馆以及艺术品体验馆等。

汉阳造的生产要素资源丰富,尤其是文化资源,为文化创意产业的集聚奠定了基础,但是汉阳造园区内没有实现文化创意产业的竞争优势,也没形成创意产业集群。其中最主要的原因是高级要素的规模和质量尚未达到要求。

2. 需求状况

需求指的是市场对产品和服务的需求如何,波特认为,本地顾客的需求对企业的发展至关重要,因为要求较高的顾客可以提高整个地区产品的质量和企业的创新能力,进而提高企业的竞争力。市场的有效需求能够不断刺激园区内文化产品和文化服务的有效供给,决定了园区内各企业(供给商)的经营状况和园区的发展前景。对于文化创意产业园而言,市场需求主要指的是文化需求,随着生活条件的改善和消费水平的提高,人们越来越重视文化消费,消费者更加重视产品的定位和文化内涵,由物质产品需求转化为精神文化产品需求。文化需求的增长促成文化消费市场的形成,创意爱好者和消费群体为文化产业集聚提供了动力^[14]。

汉阳造产业园的文化市场需求状况如下:首先,汉阳造创意产业园不需要门票,事实上,大多数创意产业园是免费进入的,优势表现在园区接纳各

种类型的游客,增加客流量,为企业提供潜在的文化消费者;其次,汉阳造的文化属性吸引一部分前来观光的游客,特别是摄影爱好者和历史爱好者以及喜欢凹造型的潮人,汉阳造的商业属性指的是园区的不同类型企业的服务对象不同,广告媒体和建筑设计类企业的市场需求包括但不限于武汉市公司的前期宣传、文案策划、装潢设计等,酒店类的活动对象有全家聚餐、结婚宴请等,休闲娱乐类的受众主要是朋友小聚等;最后,汉阳造的知名企业比如沐石文化传媒公司、武汉泰博展览设计有限公司在武汉市具有较高的名誉,甚至是全国,打开国内市场。

3.相关性与支持性产业

文化创意产业集群的发展需要辅助性产业的支撑,与制造业、科研业、服务业和物流业等息息相关。汉阳造创意园从建立至今,吸引了170余家广告传媒企业、工程设计公司、文化传媒企业等的进驻,由于园区空间广阔,生活化空间与商业化空间相辅相成,除了广告创意企业,不少相关企业也进入到园区,比如知音书院、猫空咖啡和黑胶星球、特色餐厅等。目前已形成六大类产业,其中广告创意业是园区的优势产业,其他产业为辅助性产业,然而这六大产业之间尚未形成产业链。首先这六个产业之间关联性一般,除了广告创意业和艺术设计业之间联系比较密切,产业价值相似,可以进行产业合作、和信息共享,广告创意业为艺术设计提供灵感,广告传媒能够实现将创意和设计可视化,其余四类产业提供互补性的商品和服务。其次,园区产业纵向集聚发展不足,尚未形成上下游关系的合作关系,横向集聚发展相对较好,然而企业之间联系较少,整个园区不足以形成集聚效应。

4.企业结构、战略与同业竞争

该板块包括如何建立、组织、管理园区,以及竞争对手的各方面条件^[15]。汉阳造创意园是“武汉市文化创意产业最佳园区”,经历了824工厂到“汉阳造”艺术区再到“汉阳造”广告创意产业园的转变,自上海致盛集团接手以来,决心把824工厂打造成一座文化创意产业及相关配套产业集聚的专业化、规范化、市场化、国际化的全国知名的综合性创意产业园区。园区目前拥有170多家企业,还有不少知名企

业,在武汉市内具有一定的知名度,跟其他旧址改造、政府主导的园区相比,比如昙华林,汉阳造有一定的企业优势,至少在类型上更加丰富;跟国内知名创意园比如北京798艺术区、上海田子坊相比,还是有一定的距离,正是如此,激励着园区实现“汉阳制造”向“汉阳创造”的转变。然而,汉阳造目前的产业结构并不清晰,同质化现象严重,带来的结果是园区竞争力和区域竞争力下降,造成资源的浪费。这也是园区未来要努力的方向。

5.园区对外推广机会

机会是可遇不可求的,并影响着四大要素发生变化;只有能满足新需求的厂商才能发展新机遇。汉阳造除了发展各类企业外,还在周末和节假日举办了有趣的活动,比如每周日的创意集市,园区内富有创意的艺术品爱好者为游客展示精美的手作和设计品,还有亲子互动活动,当代水墨展等。利用丰富的节假日活动和创意市集主动为园区创造机会,吸引了一大批游客的到来。除此之外,园区企业积极参与武汉品牌推广,比如沐石文化传媒公司拍摄归元寺、经开区等宣传片,参加多次公益活动宣传,承接影视宣传等,提供给人们了解接近园区的机会。

6.政府政策扶持

政府只有扮演好自己的角色,才能成为增强钻石模型的力量。产业集聚是产业自发形成的,政府不能凭空创造,但是可以采取手段为园区内产业集聚创造条件,比如完善基础设施、开放资本渠道、提供信息指导和整合以及创造新的机会和提供政策支持。自2012年“汉阳造”建立以来,省政府和区政府给予大力支持,见表1。

通过政府对产业集群的积极引导,经过近10年的发展,汉阳造入驻企业从原来的71家到现在的171家,增长了1.4倍,从早期的三大产业扩展至六大产业,产业类型更加丰富,然而产业间的关联性和协同性不足,具体表现在:生产规模有待提高,生产要素的集聚程度不高,从而无法达到降低生产成本的目的;企业之间从而产业之间联系不紧密,每个企业只实现了自己的经济利益,却忽略了企业外部效益;同一行业企业之间没有合作或者说合作很少,业务上和技术上没有互动,总之没有达到产业集聚的

表1 历年来“汉阳造”相关政策与资金支持

年份	湖北省	汉阳区
2012		《汉阳区人民政府关于促进广告创意产业发展的若干意见》
2013	《湖北省文化产业示范园区管理暂行办法》	国家级文化产业示范园区-80万元
2015	《湖北省扶持文化产业示范园区及基地专项资金管理办法》	国家级文化产业示范基地-15万元 省级文化产业示范园区-20万元 省级文化产业示范基地-15万元
	连续三年的中央财政专项扶持资金3000万元	精品房租金:30-35万元/年 物业费:2.5元/平方米

标准。

综上所述，汉阳造创意产业园的产业集聚状况如下：一是要素方面：园区的文化资源和内容创意比较丰富，具有广告传媒、创意设计、科技开发等富有创意性的企业，然而各企业之间互动比较匮乏，没有形成以某种内容创意为核心的产业链模式；二是需求方面：园区的文化特性和商业特性吸引了不少消费者前来游玩和消费，具有一定规模的市场需求，且消费类型比较多元化，市场需求方面发展的相当不错；三是相关与支持性产业方面：园区内不同类型产业处于不同的发展阶段，比如广告创意产业发展较为成熟，广告设计企业在比重和规模上都占有优势；新媒体技术展览业尚处于开始阶段，技术创新是最需要关心的问题；休闲旅游业作为支持性产业，为其他产业提供基本服务的同时也发展了自身；四是产业结构、战略和同业竞争方面：园区内属于水平式产业结构，各产业之间形成互补性的支撑；产业战略代表了园区的发展理念，致力于实现“汉阳创造”；同业竞争既表现在同种类型创意园之间的竞争，比如昙华林，也表现在园区内不同产业之间的竞争，目前汉阳造内部的竞争氛围不浓厚，各产业“各自为战”，因此园区缺乏竞争优势，也失去了创新动力；五是机会方面：除了园区内知名企业主动申请武汉市的宣传片制作等，技术创新等较为罕见；六是政府方面：政府在做好园区顶层设计的同时，给予汉阳造大量的政策和资金支持，建设公共服务平台，作用显著。

五、结语

纵观全国文化创意产业园的发展，武汉市文化创意产业园的产业竞争力有待提高，本文以汉阳造创意产业园为个案研究，以“钻石模型”为理论基础，探析汉阳造的竞争优势，“汉阳造”以其浓厚的文化氛围和丰富的文化资源吸引游客前往，其文化资源等生产要素和文化市场需求发展较好，但是相关与支持性产业互动性不强、企业结构和战略还有待提高。

园区内产业链不完整，企业之间没有实现集群效应，园区的产业竞争力有待提高；文化品牌塑造有待加强。汉阳造仅仅作作为武汉市的旅游名片满足不了经济发展的需要，因此未来应打造具有武汉特色的文化创意品牌，向全国文化企业30强看齐。在未来发展中，汉阳造应以文化创意为切入点，注重产业协同发展以及企业之间的互动，完善产业链与功能设施，促进与文化产业相关产业的发展，在文化产业

集群周围建设和完善相关辅助产业和支撑产业，形成强劲的产业辅助支撑体系，促进文化产业的生产、销售进程，产生规模效应和互动效应，取得集群竞争优势。形成具有武汉特色的文化创意品牌，进一步带动周边其他文化创意产业园的发展。

参考文献：

- [1] 武汉文化创意产业协会. 城市文创与人 _ 活动 _ 艺术 _ 全国最大的文化创意产业园 _ 武汉创意天地[EB/OL]. <http://www.whcytd.com/html/2017/0328/609.shtml>, 2017-03-28.
- [2] 张斌,马斌,张剑渝.创意产业理论研究综述[J].经济动态,2012,(10):87-90.
- [3] 胡鹏林,刘德道.文化创意产业的起源、内涵与外延[J].济南大学学报(社会科学版),2018,(02):123-160.
- [4] 陈倩倩,王缉慈.论创意产业及其集群的发展环境——以音乐产业为例[J].地域研究与开发,2005,(05):5-37.
- [5] 樊盛春,王伟年.文化产业园理论问题探讨[J].企业经济,2008,(10):9-11.
- [6] 马仁锋,沈玉芳.中国创意产业区理论研究的进展与问题[J].世界地理研究,2010,(02):91-101.
- [7] 迈克尔·波特.国家竞争优势[M].北京:中信出版社,2012:17.
- [8] 吴义杰,何健.产业集群的演化过程及形成机制[J].甘肃社会科学,2010,(05):181-184.
- [9] 王发明.创意产业园区可持续发展研究:基于集群效应的视角[J].经济问题探索,2010,(03):60-65.
- [10] 汉阳区政府.“汉阳造”谱写广告新曲[EB/OL].<http://www.hanyang.gov.cn/newsdetail-31260.html>,2019-07-23.
- [11] 张文红.从制造到创造——“汉阳造”文化创意产业园调研报告[J].长江论坛,2017,(04):54-57.
- [12] 曾添.创意产业园区改造过程中的政府职能定位研究——以“武汉824汉阳造”改造为例[J].理论月刊,2013,(06):163-166.
- [13] 牛片网.汉阳造文化创意产业园[EB/OL]. <http://www.kanqiye.com/xuanchuan/19747.html>,2019-07-23.
- [14] 赵学琳.基于钻石模型对我国文化产业集群发展要素的整体分析[J].探索,2011,(06):95-110.
- [15] 张光远.“钻石模型”理论视角下广州红专厂文化产业园发展研究[J].科技传播,2018,(18):189-192.

[责任编辑：许海燕]

Research on Cluster Effect of Hanyang Creative Industrial Park Based on Diamond Model Theory

Zhang sai

(School of Public Administration, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan 430073, China)

Abstract : With the abundant needs of people and the government's emphasis on the cultural and creative industries, more and more cultural and creative industrial parks have emerged in various regions, and Wuhan is one of them. Based on the theory of cluster theory and competitive advantage theory, combined with the development of Wuhan Hanyang Creative Industrial Park, this paper analyzes the industrial competitiveness of Hanyang Creative Industrial Park based on the "diamond model" and discusses the cluster effect of the park. The development model provides suggestions for the future development of the park and provides a model reference for other creative industrial parks in Wuhan.

Key words : Hanyang Creative Industrial Park; cluster effect; diamond model

~~~~~  
(上接第 78 页)

## Research on the Second Classroom Investigation in Higher Vocational Colleges from the Perspective of Mass Entrepreneurship and Innovation Education ——Take Wuhan Polytechnic as an Example

Guan bin

(Mental Health Center of Wuhan Polytechnic, Wuhan 430074, China)

**Abstract :** Under the background of "mass innovation, mass entrepreneurship", as the training base of practical talents, higher vocational colleges need to change the education mode and vigorously carry out the second classroom. Taking Wuhan Polytechnic as an example, this paper investigates the current situation of the second classroom in Wuhan Polytechnic, and finds that it is necessary to improve the quality training system, effectively connect innovation and entrepreneurship education, and enhance the effectiveness.

**Key words :** higher vocational colleges; innovation and entrepreneurship; the second classroom