

创意城区：越秀区推进“中调”战略的策略选择

庄悦群¹, 郑 奔^{2,3}, 毕军平^{2,3}, 崔卫国^{2,3}, 夏 斌²

(1.广州市越秀区人民政府,广东 广州 510030;2.中国科学院 广州地球化学研究所,广东 广州 510640;
3.中国科学院 研究生院,北京 100039)

摘 要:越秀区是广州市的中心城区,同时又是历史文化悠久城区,面积虽然不大,但主要经济指标均在全市名列前茅。随着广州市向区域性国际中心城市迈进,越秀区正面临着来自内部和外部各方面的挑战。在推进“中调”战略过程中,建设创意城区,积极发挥知识资本在经济发展中的作用,是提升越秀区核心竞争力的基本策略。

关键词:创意城区;中调战略;可持续发展;核心竞争力;广州市;越秀区

中图分类号:F127.65

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2009)22-0066-04

1 创意城区的概念

1.1 创意与创意产业

创意本意是指创造性和创造力,可以理解为创造性思维^[1]。1998年,英国创意产业专责小组首次定义创意产业:“源于个人创造力与技能及才华、通过知识产权的生成和取用、具有创造财富并增加就业潜力的产业”。创意产业与传统产业最大的区别,在于创意为产品或者服务提供了实用价值之外的文化附加值,最终提升了产品的经济价值。同时,创意产业对于地理空间的需求降低,而对信息空间的要求更高。由于各国历史文化背景和经济发展水平的差异,从而引发了对创意产业的不同理解,形成了3种有差异性“创意产业”类型:一是以英国和美国为代表的欧美型,其创意产业以文化产业为主体,较多地涵盖精神产品层面;二是以日本、韩国为代表的亚太型,其创意产业以文化产业和产业服务为主体,兼顾精神产品和物质产品两个层面;三是以我国大陆地区为代表的本土型,其创意产业以产业服务为主体,更突出地强调物质产品层面。创意产业的出现,或者说创意经济最终能成为“产业”,有3个非常关键的原因:第一,人类的智慧或者知识、创造、创新被认同为生产要素。“知识经济”的本质就是创意经济,就是创造性、创新型经济。第二,人类的智慧作为一种生产要素的投入,在经济活动,特别是价值创造中的作用越来越重要。创意产业的形成,最重要的标志是知识资本作为一种生产要素,在经济活动过程中的作用和贡献越来越大。在英国,

2000年创意产业增加值已超过500亿英镑,占国内生产总值的7.9%,年增长率是其它产业的3倍,达到9%;提供岗位115万个,占总就业人数的4.1%。到2005年,英国的创意产业占GDP的比重已达8%,全国创意产业相关从业人员超过200万人,其中伦敦约50万人。第三,创意产业在人类经济体系中占有越来越重要的位置,并具有对人类经济演化的指向意义。

1.2 创意城区

创意城区从创意城市延伸而来。创意城市首先是指创意产业在一个城市中占有主导地位 and 意义,代表着一个城市产业的基本特征。其次,从世界创意产业的发展历程来看,作为创意城市的量化标志,起始点应为创意产业的净收入占全市GDP的比重达到5%左右,并且呈现出高于整体经济增长率的发展趋势。最后,创新要成为城市的基本精神和价值取向。没有创新精神和创新文化的城市,是不可能成为创意城市的。从这个意义上说,创意城市就是创新城市。由创意城市延伸到创意城区,定义也是一样的。区别在两个方面:一是创意城区是创意城市的一个重要组成部分;二是创意城区在所属的创意城市中占有更重要的地位。

1.3 创意城区与区域创新体系

创意城区是区域创新体系建设的重要表现形式,具有区域创新的主要特征。但创意城区与区域创新体系又存在不同之处,它更突出了知识资本、文化精神以及文化产业在区域经济增长过程中的重要性,表现出更强烈的智慧附加、创意附加的业态特色。而一般的区域,即使还没有进入

收稿日期:2008-06-16

作者简介:庄悦群(1969-),男,广东人,博士,广州市越秀区人民政府公务员,研究方向为区域可持续发展;郑奔(1958-),男,海南人,中科院广州地化所博士研究生,研究方向为资源环境与区域可持续发展;毕军平(1973-),男,湖南人,中科院广州地化所博士研究生,研究方向为GIS应用及资源环境与区域可持续发展。

知识经济时代,即使智慧、创意还没有在经济增长中成为一种重要的要素,发挥重要的作用,也可以进行创新系统的构建^[2,3]。

2 “中调”战略的提出

《广州市城市总体规划(2001-2010)》提出了“东进、西联、南拓、北优”的“八字方针”战略。2006年12月25日广州市第九次党代会,正式将“中调”纳入城市发展新战略之中,原有的“八字方针”演进为“十字方针”。“十字方针”是广州市委、市政府基于推动城市可持续发展战略视野提出的一项具有历史意义的重大决策,也是广州市城市中心区保持竞争力的必然选择。市委负责人指出:“中调”的核心就是城市中心区如何“调优、调高、调强、调活”,就是如何设定迈向以区域性国际中心城市定位的中心城区的可持续发展路径。从城市地理空间上说,“中调”区域包括了广州市“老八区”,其中越秀区是“中调”的核心区域。

3 越秀区的“中调”突破口

3.1 区域总体发展概况

越秀区是岭南文化的发祥地、广州中心城区,面积32.8km²,也是广州市面积最小的区。2006年,越秀区的GDP为1 051.60亿元,占全市的1/6,人均GDP折合达1.34万美元;第三产业增加值占全区的97%,达1 015.63亿元,占全市近1/3;社会消费品零售总额406.38亿元,占全市1/5;商品销售总额2 411.61亿元,占全市1/3;税收收入272.29亿元,占全市1/6。5项主要经济指标位居全市第一,经济实力位居我国特大城市城区的经济大区前列。越秀区在每平方千米的国土面积内产出超过30亿元的GDP和接近10亿元的税收,是广州市,同时也是全国单位国土面积产出率最高的城区之一。

3.2 越秀区创意产业现状

2006年,越秀区的创意产业主要包括设计、出版传媒、咨询、网络(含动漫、网游)、软件、广告、文化艺术等,其产出占国民经济总量的比重超过7%,在国内城市的城区中处于前列。从产业的发展路径观察,越秀区的创意产业可以分为两种类型:

一是体制衍生型。越秀区是广州市的中心城区,在计划经济时代,出版、传媒、文化、艺术以及通讯等机构或企业都被安排在越秀区。这些机构或者企业经过企业化改造之后,大都以企业总部的形态留下,成为越秀区创意产业的根基。

二是市场发育型。①IT网络类。新兴的IT类(含网络类)创意企业有相当部分是依托体制衍生型企业,在市场竞争中成长起来的。这类企业主要从事信息内容服务、网络动漫等业务领域。②文化渗透类。这类企业主要是将原有的传统商贸业与创意文化相结合,通过注入知识、智慧、创意等要素,改变原有业态品质发展起来的。③知识产业

类。它主要包括新品设计、资产管理、广告、咨询服务等。

3.3 发展中的挑战

越秀区之所以能以狭小之地创建出经济大区、文教强区、科技先进区,除外部因素外,至少还包括以下三大内部因素:第一,自始至终坚定推动政府管理创新,从而在区域创新体系的建设上先行一步,在创新中赢得发展先机;第二,依托和充分运用城市中心区的独特区位优势、历史文化资源、历史商业网络资源,坚定不移地发展总部经济和现代服务业;第三,和谐适宜的创业环境、居住环境、教育与人文环境以及不断完善的社会公共设施。

同时,笔者对越秀区总部经济发展的研究也表明^[4,5],它正面对日趋严峻的挑战。越秀区在产业配套及相关服务、人文环境、政府服务效能、文化教育与居住环境、中心区营商环境等方面具有明显的优势,而在产业发展地理空间、产业规模和竞争力、国际化水平等方面则处于劣势。实际上,这不仅仅是越秀区发展总部经济面对的优劣势因素,同时也是越秀区在城区发展、经济建设和社会进步等方面需要面对的共同问题。越秀区未来的经济、社会、城市发展需要地理空间,但它的空间面积只有32.8km²。不仅这样,越秀区又是一个老城区、城市中心区,有相当部分的城区仍处于“破、残、乱、杂”的状态。

3.4 解困新思路

种种分析表明,越秀区一方面要面对发展空间狭小的瓶颈制约,另一方面又要解决老城区空间更新的迫切要求。广州市委、市政府提出的“中调”战略,正是统筹解决越秀区在发展中存在的突出问题的新思路。通过实施“中调”战略,重新整合、组织、配置有限的土地资源,改善老城区的居住环境、经商条件,既可以突破现有地理空间的局限,更新城市中心区,呈现光鲜的城市形象;又可促进城市中心区的产业升级,实现城区再造,防止“城市空洞化”现象出现,为老城区居民共同分享城市发展的文明成果创造基本条件。

3.5 “中调”的切入点

“中调”是一个系统工程。从越秀区的实际出发,“十一五”时期,“中调”要突出抓好具有全局性又彼此相互制约、相互促进的两大领域的工作:第一,城区空间更新或再造;第二,城区产业升级。其中,城区空间更新或再造是“中调”的基本要求,同时也是产业升级的必要条件;而产业升级则是实现“中调”的目标与基础,也是城区更新或城区再造的必然要求。那么,如何才能实现越秀区的产业升级?关键就在于要实现体制依赖增长型向创意依托增长型转变,或者说从“资源城区”向“创意城区”转变,这是越秀区实现产业升级的根本出路。

4 建设创意城区的构想

4.1 发展定位

从决策管理的角度看,“十一五”时期越秀区建设创意城区或者发展创意产业,应紧紧把握3个关键点:

第一,创意城区建设必须紧密地围绕着广州市的“中调”战略展开。甚至可以这么说,没有“中调”,就没有创意城区的发展前景,同时,创意城区建设也必须成为推进“中调”战略实施的主要途径。“中调”为创意城区打开了一个宽阔的地理发展空间,改善、优化了创意城区不可缺少的城市空间。而创意城区的建设,必然也可为“中调”战略的实施注入诸如产业升级、城市文化精神、区域竞争力等要素,为实现“中调”战略提供从产业到文化精神要素的支持。

第二,创意城区建设必须深深嵌入越秀区“十一五”发展规划体系。创意城区不是另起炉灶,也不是要代替国民经济与社会发展的规划,相反,它是充分根植与利用城区优势资源,实施“十一五”规划提出的构建区域创新体系的具体行动方案。

第三,创意城区建设的主要任务包括两大方面。一是要加大发展创意产业的力度,凸显出智慧、知识要素在本地区国民经济增长中的重要性,形成在全国范围内具有竞争力的创意产业。越秀区的地理空间非常狭小,“中调”可以提高城市的可利用空间。但是,如果仅通过土地投入推动经济持续发展,那么越秀区很快就会被淘汰出发展先进行列。只有大力发展不受空间限制、能突破行政区域局限、可集聚经济发展要素的“创意产业”,越秀区才有可能实现经济、社会和城市的可持续发展。二是突出精神、文化在经济发展、社会进步、城区建设中的重要作用。发展创意城区,不仅仅是经济工作,而且是越秀区城区形象与品味的一次重新定位和提升。发达国家普遍存在的老城区产业“空心化”现象,既与它们的国土资源状况有关,更重要的是因为这些国家在经济转型过程中,老城区没有实现产业升级、城区更新、创新精神再造。越秀区正在面临一次新的转型,“中调”提供了在转型过程中,实现产业高级化、柔性化、智慧化的绝佳机遇,同时也是重塑城区形象、提升城区品格和精神层次的绝佳机遇。因此,在重视产业发展的同时,也必须非常重视城区文化与精神的提升,营造创意环境和鼓励创新精神,最终达到创建区域创新体系,提高城区可持续发展竞争力的目标。

4.2 空间布局

空间布局的基本思路是,以“总部大厦”建设为突破口,突出抓好具有战略意义的创意产业“节点”建设,形成覆盖全区的促进总部经济发展的空间网络。这些战略节点主要包括:

(1)以花园城市广场项目建设为核心,推动环市东中央商务区建设。环市东中央商务区是广州三大中央商务区片区之一,也是最早发展,目前最成熟的片区。花园城市广场位于环市东中央商务区规划的核心地带,是大型的综合性项目,并已列入市城建重点储备项目。该项目的推动,不仅可为中央商务区打造标志性的景观空间,而且对提升整个环市东中央商务区的竞争力和吸引力有决定性的作用,对促进该区域形成标志性国际总部基地有重大的推动意

义。环市东花园城市广场由白云宾馆、友谊商店、世贸中心、合银大厦、花园酒店和好世界广场合围而成,规划区总面积20hm²。鉴于地铁五号线即将开通,建设环市东花园城市广场的时机已经完全成熟,并已刻不容缓,应对该节点进行全力推进。

(2)以海珠广场周边沿江路地块开发为契机,推动沿江商务带的复兴。越秀区所处的广州市正处于从地域性中心城市向区域性国际中心城市转型时期,广州市“双轴”及“一水两岸”(以广州城市新旧两条中轴线所形成的“双轴”区域及珠江两岸的沿江商务区域)的核心经济格局正逐步成型。目前,越秀区沿江路海珠广场周边地区(以一德路为中心,北至大新路,南至珠江边,东至文德南路,西至人民南路的区域),可供开发用地面积达20万m²,正面临着开发的新机遇,是越秀区沿江总部基地的核心地段。该地区拥有如一德路海味干果市场、海印缤缤服装广场、万菱广场玩具精品市场、大都市鞋城等一批闻名中外的交易市场,可结合沿江地块开发,鼓励总部大厦的打造,引导一批国际金融服务企业、国际品牌代理商等商贸服务业总部进驻;吸引一批动漫产品衍生品、服装皮具设计等创意总部企业聚集,形成有“创意越秀”特质的沿江总部基地黄金区域。

(3)以文德路文化商业街区建设为带动,推动“千年商都”商业文化与现代创意文化的结合,形成总部经济发展的文化根基。文德路是越秀,也是广州著名的文化街。结合广州的“中调”战略,把文德路作为试点,通过挖掘“千年商都”的文化底蕴,复兴有着千年历史的商业文化元素,增强总部经济发展的文化内涵,可促进形成独特的总部企业的文化根基。目前,越秀区正推动文德路文化商业街区,包括“特色文化老街”、“岭南民俗文化体验区”、“文化产业园”等体现文化、商业与旅游相融合项目的系统研究与建设。其中,“东方文化广场”项目是文德路上的重点项目,该项目商业面积3万多m²,是目前整个文德路商户经营总面积的3倍。项目建成后,将成为广州市一个规模最大的大型古玩、艺术品鉴定与交易中心和文化艺术品市场。文德路这一战略节点的建设,不仅决定着越秀区总部经济发展的文化氛围,而且对促进文化创意总部企业的发展起着重要作用。

(4)以创意大道建设为突破口,推动创意总部的聚集。为营造创意越秀的氛围,促进创意型总部经济的发展,重点推动“创意大道”节点的建设。主要设想是将黄花岗科贸街为重点的先烈中路和原太和岗工业区,按照“历史文化传承,现代创意产业与总部经济结合”和通过“点—线—面”相结合的思路,在建筑外观、内部装修和使用功能上进行更新和改造,力争打造成为广州市一条亮丽的创意企业办公和创意产品展示、销售、体验的示范区以及“退二进三”的示范园区。通过该项目的实施,估计能盘活16万m²的闲置面积,并逐步把先烈路沿线的写字楼引导成为创意总部的企业总部基地,形成以“创意大道”为主题的大型园

区,并使之深深根植于越秀区的国民经济体系,为区域总部经济的发展创造良好的空间环境。

(5)以成熟的商品交易市场为基点,推动专业市场实施总部园区化改造。传统交易市场发达是越秀区经济发展的一大特色优势,区内永福汽车用品及配件专业市场、流花服装批发市场是国内外著名的专业市场,也是目前越秀区较具有提升潜力的专业市场群。永福汽车用品及配件专业市场是全国汽车配件用品市场的发源地,由15个专业市场群组成,年交易额在国内占有重要地位,国内外同行业知名的品牌都在这里汇聚,形成了很强的辐射力和影响力;流花服装批发市场,由20多个专业市场组成,依托周边发达的会展业,形成了中外闻名的服装批发中心。通过选取这些较为成熟的专业市场作为试点,实施“总部经济”的战略,实现专业市场向展销中心、信息中心、价格形成中心和结算中心的功能转变;积极探索政企良性互动的管理模式,把专业市场发展成为行业总部的聚集地,这将是越秀区今后总部经济实现增长的战略节点。

4.3 产业选择

越秀区创意产业具有一定的基础,但是必须清醒地认识到,由于行业比较分散,区内创意产业的规模比较小,因此直接弱化了它在全国范围内的竞争力和影响力。总部企业是越秀区竞争力的基础,创意城区的建设,必须突出对创意企业总部的培养。借助“中调”构建、夯实总部经济的空间网络,是建设创意城区的基础工程。在“中调”过程中,越秀区在创意产业的选择上,首要任务是解决已有创意企业的“根植性”问题,即创造、优化环境,留住这些企业,支持这些企业的成长;其次是选择好在创意产业的细分行业中具有地区特色和竞争力的产业,比如可以考虑在手机游戏、网络动漫等产业进行突破;最后,还要加强精神文化对传统产品,如服饰、家居、玩具、鞋业、汽车用品等的融入,提高传统产品的文化含量。

4.4 机制构建

从更广泛、更长远的角度来看,越秀区创意产业行业众多,虽然在短期内可能制约了它在全国范围内的影响力和竞争力的快速提升,但是如果从产业生态的视角审视,这种产业构成反而是一个非常好的产业体系,关键的问题是能否在这种产业生态体系中培育出具有主导意义的创意产业,从而突出创意城区的产业特色。这是一个非常复杂的问题,本文仅从机制建设的角度进行讨论。具体到区政府一级,近期应突出抓好以下几方面的工作:

(1)完善创意城区环境建设,重视城区规划与各项城

区公共服务的提升,为创意城区提供必要的发展硬环境。

(2)制定创意产业发展规划和确定政策导向,结合城区特色对产业结构进行调整^[6]。创意产业是越秀区经济的主导产业,它必须深深根植于全区、广州市和珠江三角洲经济甚至更广泛的产业生态体系之中,要在这一产业生态环境中定位产业发展方向。区政府要引导产业的发展,鼓励创意企业总部进一步聚集,推动越秀区进入以商贸业为主转向以创意设计、创新发展的现代服务业、商贸业为主体的发展新阶段。

(3)推动区域创新主体的互动与合作。一方面是本区域的企业与企业之间、企业与科研机构之间、企业与中介机构之间、政府与企业、科研机构和中介机构之间的互动与合作;另一方面必须超越行政区域的局限,在更广阔的空间内与其它创新主体互动。通过这两方面的互动,构建充满活力的创新网络、创意网络和创意文化,形成创意城区的文化精神新特征。

(4)突出创意产业的品牌建设。品牌是创意产业发展的一大特征,也是创意城区建设的基本要求。要特别重视对创意企业品牌、产品品牌的培育和扶持,通过挖掘城区的文化资源,培育具有国内、国际竞争力的创意产业品牌。

(5)加强学习型城区的建设,为建设创意城区培育良好的人文环境和创意环境网络体系。越秀区具有较好的历史人文资源和环境,但是这和建立创意城区的需求还有很大的距离。政府应该为创意企业、社会公众搭建各种适宜交流的学习平台和网络,从培育文化土壤的角度解决创意城区的“根植性”问题。

参考文献:

- [1] [澳]约翰·哈特利.创意产业读本[M].北京:清华大学出版社,2007.
- [2] 陈平.关于我国发展创意产业的思考[J].科技进步与对策,2006,23(7):135-137.
- [3] 沈丹.上海创意产业园区发展中的网络关系[J].科技进步与对策,2008,25(3):59-61.
- [4] 庄悦群,郑奔,毕军平,等.越秀区总部经济发展研究报告[J].中国可持续发展,2007(2):1-8.
- [5] 庄悦群,毕军平,一方,等.广州市越秀区总部经济发展战略选择[J].中国可持续发展,2007(3):1-4.
- [6] 吴俐萍.创意产业发展的政策支撑体系研究[J].科技进步与对策,2006,23(11):21-24.

(责任编辑:赵峰)