

英国创意产业的协同发展实践与启示

Synergistic Development Practices and Implications of the UK Creative Industries

马 涛 杨晓春 刘浩玉卓 洪武扬 MA Tao, YANG Xiaochun, LIU Haoyuzhuo, HONG Wuyang

摘 要 20世纪开始,文化创意产业在世界范围内快速发展,经历了从文化工业到文化产业,从文化产业到创意产业,再到如今的数字创意产业的内涵演变。英国作为其中的主要引导者和推动者,通过不断完善政策设计和治理体系,逐步探索出多级部门、多元政策和多方主体协同的创意产业协同路径,推动着创意内涵与时俱进、创意经济稳步增长和创意空间规模集聚,为我国创意产业提供了良好示范与发展思路。通过分析总结英国创意产业演进历程中的现实基础和协同路径,结合我国高质量发展的政策背景,尝试从创意体系、创意氛围、创意空间和创意内涵4方面提出对我国创意产业高质量协同发展的建议。

Abstract Since the twentieth century, the world's cultural and creative industries have grown fast, shifting from culture industry to cultural industries, to creative industries, and finally to digital creative industries. The United Kingdom, as a major promoter, has gradually explored the synergistic path of multi-level departmental synergy, multi-policy synergy, and multi-subject synergy by continuously improving the policy design and governance system, promoting the evolution of creative connotation with time, the steady growth of the creative economy, and the scale gathering of creative space, and providing a good model and development idea for China's creative industry. By analysing and summarising the realistic foundation and synergistic paths in the evolution of the UK's creative industries, this paper tries to put forward suggestions for the high-quality synergistic development of China's creative industries in four aspects: creative system, creative atmosphere, creative space, and creative connotation.

关 键 词 创意产业;协同发展;实践路径;高质量发展;数字化转型

Key words creative industries; collaborative development; pathways to practice; high-quality development; digital transformation

文章编号 1673-8985 (2025) 02-0135-08 中图分类号 TU984 文献标志码 A

DOI 10.11982/j. sup. 20250218

作者简介

马 涛

深圳大学建筑与城市规划学院

亚热带建筑与城市科学全国重点实验室

硕士研究生

杨晓春(通信作者)

深圳大学建筑与城市规划学院 副院长

亚热带建筑与城市科学全国重点实验室

教授,博士生导师,yangxc@szu.edu.cn

刘浩玉卓

深圳大学建筑与城市规划学院

硕士研究生

洪武扬

深圳大学建筑与城市规划学院

亚热带建筑与城市科学全国重点实验室

助理教授

0 引言

英国是世界上最早提出创意产业内容和定义的国家^[1],截至2019年,英国成为仅次于美国的第二大创意产品生产国和出口国。自1998年发表《创意产业纲领文件》(Creative Industries Mapping Document)以来,英国陆续发布了一系列战略报告,通过持续完善协同管理机制,促进产业与数字、科技的有机融合,逐步构建了英国特有的多部门、多政策和多主体协同的创意产业协同路径,有效推动了创意经济稳步增长和创意空间规模集聚,对我国乃

至世界创意产业发展具有重要的借鉴价值。

我国自2006年以来,文化创意产业快速发展^[2],如今开始迈向数字化、智慧化的重要转型时期。党的二十大报告指出,要坚持以推动高质量发展为主题,加快建设现代化经济体系,着力提升产业韧性和创新质量。新的发展格局和政策背景下,加快创意产业结构升级、提升国际竞争力成为我国经济转型与突破的重要引擎。以英国创意产业为考察样本,深刻把握其协同发展的内在规律和实践机制,对推进我国创意产业的高质量发展具有重要意义。

国内学者已有大量相关研究,如邹琳等^[3]基于创意场域视角,梳理总结了伦敦创意产业发展趋势及影响创意场域发展的内外动因;金雪涛等^[4]分析了数字经济政策推动下,英国创意产业融合发展与转型的趋势和具体内容;王洪斌^[5]总结了英国新工党执政期间的创意产业政策及实施效果;熊澄宇^{[6]1-357}、毕佳等^[7]梳理了英国创意产业的历史起源、发展模式及管理机制。

总体上,现有对英国创意产业的研究多集中在政策制定、发展模式、影响机制、管理体系等方面,而较少涉及创意产业的协同机制和系统性路径构建,缺乏对英国创新产业成就背后的实践策略的挖掘,对英国创意产业发展内涵的长期演变梳理不够清晰。因此,本文立足于产业协同视角,在系统梳理英国创意产业的历史起源及内涵演变的基础上,厘清影响创意产业协同发展的现实基础和实践路径,尝试提出对我国创意产业高质量发展的有益借鉴。

1 英国创意产业的内涵演变

创意产业与文化产业息息相关,但并不完全等同于文化产业。传统文化产业主要强调文化制品与文化服务,而创意产业则强调借助高科技对文化资源进行创造提升。自1998年英国创意产业特别工作组在《创意产业纲领文件》中首次对创意产业进行定义以来,英国创意产业一直在向数字化领域进行探索和延伸,内涵上经历了从传统以文化产品及服务为主的文化工业到重视数字化的现代数字创意产业的演变,在演变过程中,英国一直积极构建多政策、多部门、多主体的协同机制,探索创意产业协同发展的现实基础和实践路径。

1.1 文化工业向文化产业的转变

1944年,法兰克福学派首次提出“文化工业”(culture industry)概念^[8],用以替代“大众文化”及其阐述的大众文化产品与生产过程^[9]。20世纪60年代,随着资本主义大量资源技术的注入,欧美发达国家开始向高附加值的

制造业、服务业过渡,“文化工业”演变为“文化产业”(cultural industries)这一中性词,表明了当时各个文化行业与市场经济日益紧密的联系^[10-12]。英国创意产业在世界文化产业蓬勃兴起的大环境中应运而生。第二次世界大战(以下简称“二战”)后,英国政府认识到文化艺术对教育的重要性,从而逐步加强文化管理,建立和扩大官方文化管理机构,并通过“非政府公共文化管理机构”实行间接管理。此期间英国政府和非政府的协同管理初步显现,但当时英国并没有“文化产业”这一提法。直到20世纪80年代,英国首次使用“文化产业”一词,并实行“大文化”政策,通过改革政府文化管理机构、合并管理职能和扩大管理范围等措施来加强政府对文化的干预^{[6]95-97}。

1.2 文化产业向创意产业的转变

1997年,布莱尔政府听从约翰·霍金斯等人有关发展创意经济的建议,制定了文化创意产业发展的相关政策,并在政策文件中正式使用“创意产业”(creative industries)一词,由此带动了全球创意经济的浪潮^[13-14]。同年,英国文化、媒体和体育部成立创意产业特别工作组(Creative Industries Task Force),以评估和确定创意产业对英国经济的贡献和社会发展的政策措施,并在之后的5年里大幅增加对艺术和文化政策的财政支持。此后数年里,英国政府相继出台了资金扶持、知识产权保护等一系列政策措施,为创意产业的发展提供了有力支持。在此基础上,艺术机构纷纷与地方政府开展合作,帮助创意企业实现创意培训等方面的快速发展,初步形成了机构组织与政府、企业多主体协同合作的发展情景。

1.3 创意产业向数字创意产业的转变

(1) 国际经验

21世纪,工业4.0引起的技术与文化的碰撞为创意产业带来了新的机遇和挑战。英国政府积极实施数字经济战略布局,推动创意产业与数字技术的融合。2009年的《数字英国》

(Digital Britain)报告提出数字技术与创意产业应当彼此融合;2015年,英国出台《英国2015—2018年数字经济战略》,明确提出创意产业向数字化转型;2017年英国政府进一步突出数字经济的重要性,将文化、媒体和体育部改组为数字、文化、媒体和体育部,融合了数字元素的创意产业不仅在产业内实现了结构升级,同时也将带动更多产业的发展^{[4]65-66}。2023年2月,该部门被拆分为科学、创新和技术部及文化、媒体和体育部。至此,英国已形成一套明晰高效的与数字经济融合发展的战略体系,为数字创意产业(digital creative industries)的多部门协同、多政策协同、多主体协同发展提供了有力支持。

2 英国创意产业发展现状及协同诉求

英国的政策制定者将创意产业视为城市经济振兴和空间协同发展的关键部门^[15]。经济上创意产业通过溢出效应来提高企业生产率和创新性^[16],^{[17]455};空间上在街道、社区和城镇等不同尺度上形成创意“微集群”^[18]。依托于创意经济和创意集群蓬勃发展的态势及数字信息等信息技术的不断迭代,英国政府积极应对创意产业转型发展过程中的战略性和紧迫性,探索数字经济时代下创意产业新的运行逻辑和发展路径,奠定了创意产业协同发展的现实基础,而随着创意产业内涵的不断演变与协同发展的持续深化,英国的创意经济稳步增长,创意空间规模集聚明显,英国创意产业发展取得了显著成效。

2.1 创意经济稳步增长

创意产业为英国产生了巨大的经济效益,带动了其他行业就业数量与工资水平的协同增长^{[17]456-457}。数据显示(见图1),创意产业为英国经济创造的经济总增加值(GVA)超过航空航天、汽车、生命科学、石油和天然气行业的总和,占英国GVA的近6%,其增长速度是英国整体经济的4倍。同时,创意产业在英国雇佣了近200万人,创造的就业机会是英国平均水平的3倍,创意企业占英国企

业近1/8^[19]。

创意经济的持续增长,吸引了来自行业协会和其他企业的大量投资,也得到政府的大力支持,为创意产业协同发展中政策支持和商业环境的形成创造了有利条件。

2.2 创意空间规模集聚

产业集群化能够通过降低创新成本、促进本地网络集体学习、支撑创新创业生态和衍生本地化技术溢出来推动创新的发生^[20]。有别于其他产业集群,创意集群的“创意”要素使其既产生经济价值,又产生社会和文化价值,通过在集群内部和集群间培养信任,促进社会互动、合作和知识交流^[21],催化区域和城市的创新创意增长^[22-23]。

在英国,创意集群发挥着至关重要的作用,已成为许多政策制定的基础^[24]。创意集群的分布具体可以通过区位商识别,其公式为:

$$LQ_{i,r} = \frac{e_{i,r}}{\sum_r e_{i,r}} / \frac{\sum_i e_{i,r}}{\sum_i \sum_r e_{i,r}} \quad (1)$$

式中:LQ表示区位商, $e_{i,r}$ 表示*i*产业在*r*地区的就业情况,当LQ>1时,表示该地区产业就业比重大,专业化和集聚程度高,反之则表示就业比重小,专业化和集聚程度低。从图2可以看出大伦敦地区的区位商要远高于其他地区,英格兰南部和西南部次之,表明英国的创意企业主要分布在英格兰东南部,尤其是大伦敦

地区,已经形成了一定的规模集群(见图2)。

2.3 创意产业协同发展诉求

英国创意产业多年来取得巨大成就,但在发展过程中依然面临着管理体系复杂、资金限制和人才欠缺等问题。对此,英国一直积极探索有助于创意产业协同发展的措施,希望通过完善创意产业管理体制和政策体系,促进多主体协同合作,实现创意产业协同发展。2023年6月,英国创意产业官网发布了《创意产业部门愿景:推动增长、培养人才和发展技能的联合计划》,提出了英国创意产业至2030年的3个愿景目标:(1) 建设创意集群,促进经济增长;(2) 发展创意技能,培养高效和包

容的劳动力队伍,为英国各地增加广泛的就业机会;(3) 持续增强创意产业对个人和社区、环境和英国全球地位的积极影响。这些目标为创意产业的发展提出了新要求,也加大了其对协同发展的诉求。

3 英国创意产业协同发展的实践路径

历年来,英国创意产业面临的发展困境主要包括管理部门相互牵制、创新成本和资金限制、创新人才欠缺等。为此,英国创意产业部门进一步提出了推动创意经济增长、培养创意人才和发展创意技能的新愿景,并针对性地提出和采取了包括多级部门协同、多元政策协同和多方主体协同3个方面的协同发展实践。

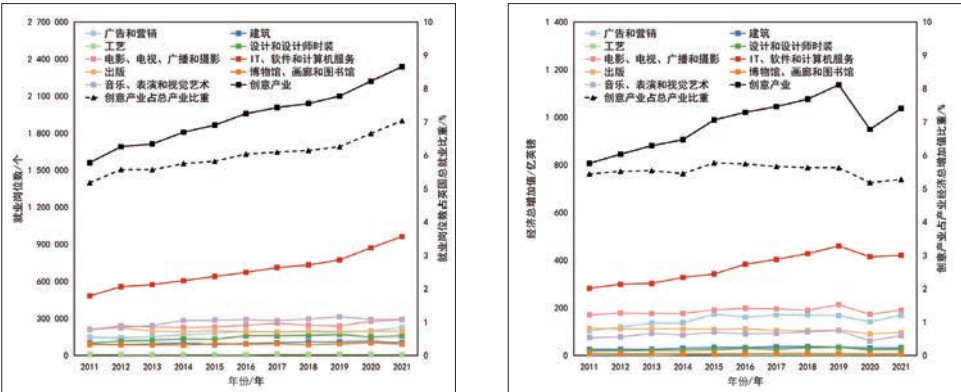
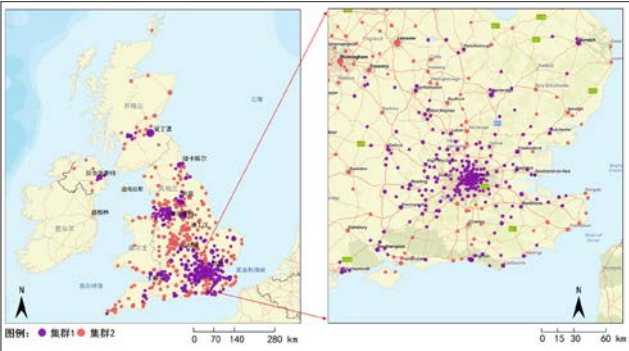


图1 英国创意产业就业岗位数和经济总量增加值变化趋势(2011—2021年)
Fig.1 Trends in the number of jobs and total economic value added in the UK creative industries (2011-2021)
资料来源:DCMS行业经济预测(2022)。



a 英国创意产业微型集群
注:图2a中集群1表示创意企业高度集中且目前呈现增长趋势的成熟集群;集群2表示在成熟集群之外,创意企业集中程度较低且增长水平较低的区域。图2b表格中的空值表示无法获得数据。



b 英国按细分行业和地区划分的创意产业区位商(2018年)

图2 UK creative industries micro clusters and industrial locators
Fig.2 UK creative industries micro clusters and industrial locators
资料来源:英国创意产业集群地图<https://www.arcgis.com/apps/View/index.html?appid=007e1de4a01a46b196ad2ccaed20eb3b&extent=-20.3307,49.5899,17.1766,59.5069>。

3.1 多级部门协同,建立完整的创意产业管理体制

(1) 纵向分级管理

英国创意产业纵向上建立了完整的3级管理体制(见图3),中央一级为文化、媒体和体育部(Department for Culture, Media & Sport),是统领全国文化、媒体、体育事业的中央政府部门,负责制定和监督文化政策实施及经费划拨;中间一级为各类全国性的非政府公共文化机构及地方政府,这些非政府公共文化机构起着文化管理的中介作用,一方面是为了摆脱政府的不正常审查,保证政党轮替时文化政策的连续性,另一方面是为了确保文化经费的调配客观公正,不受党派政治倾向的影响;基层一级属于地方艺术理事会和艺术委员会,它们直接面向分散于各地城乡的各类创意企业、艺术组织和相关从业人员,担负着贯彻落实文化政策和使用文化经费的职能。上述3级管理机构各自相互独立,无垂直行政领导关系,通过制定和执行统一的政策、逐级合理分配经费而相互联系在一起,在管理实践中有效避免了各部门间相互牵制的现象,对推动创意产业和社会经济的融合发展有重要作用^{[6]111-115}。

(2) 横向分工协作

横向上,中央政府部门间紧密合作,共同负责创意产业相关政策的制定和监督实施。主要事由经文化、媒体和体育部管理,相关事由经其他相关政府部门处理。如成立于2023年2月7日的科学、技术与创新部(Department for Science, Innovation & Technology),该部门汇集了前商业、能源和工业战略部以及前数字、文化、媒体和体育部的相关部门,通过优化公共投资、促进多元化研究创新体系、倡导创新服务、实施数字信息关键立法和监管改革等事项推动英国的创意产业创新发展。

3.2 多元政策协同,营造有利的创意产业发展环境

为了促进创意产业的传播,英国中央与地方政府、企业通力合作,大力支持创意产业

项目的实施与发展。一方面,通过引入地方产业战略,加强与地方企业、联合机构的合作关系,实施创意产业优惠政策,为创意产业营造更具吸引力的商业环境和战略环境;另一方面,强调人是产业战略的核心,建立世界级水平的技术教育体系,鼓励国际交流合作和技术创新,为创意产业营造开放包容的国际环境和创新环境。

3.2.1 促进产权保护与金融体系建设

(1) 完善知识产权保护体系:经过400多年的发展,英国形成了完善的知识产权保护体系。自1623年英国颁布了世界上第一部完整的专利法——《垄断权条例》以来,逐渐奠定了英国在世界知识产权保护制度的鼻祖地位。同时,英国还参加了众多保护知识产权的国际公约,包括1883年保护工业产权的《巴黎公约》、1886年保护文学艺术作品的《伯尔尼公约》、1994年与贸易有关的《知识产权协议》(TRIPS协议)等。可以说,英国对知识产权的保护达到了“苛求”的程度,在完善自身知识产权制度的同时,也在不断推动世界知识产权保护制度的发展。

(2) 促进金融体系建设(税收和投资):英国政府对创意产业制定了一系列的税收减免政策,同时利用社会集资的方式对创意产业持续投资,与行业共同推动成立了众多基金,建立政府、高校和研究机构、银行和行业基金及创意产业之间紧密联系的融资网络,形成健康的研发系统,确保大规模公共资金的流动效率(见图4)。

(3) 支持创意合作社模式:近年来,社会经济的阶级不平等引起的创意产业结构性失衡问题得到关注。相比传统等级制商业结构,创意合作社形式能够提供更公平的商业模式。Boyle等^[25]、Oakley等^[26]对此展开了研究探讨,通过关注苏格兰实践中的创意合作社模式,探索人们建立创意合作社所必需的技能与知识,并建议政府关注高等教育机构,通过公共政策和公共运动提高对创意合作社的认识。

3.2.2 加强创意国际交流与产品输出

(1) 加强国际创意交流:英国政府认为加强与其他国家创意产业领域的交流,有助于消除国家间的贸易壁垒并产生互利互补的效果。从2006年起,英国政府资助发起了“世界

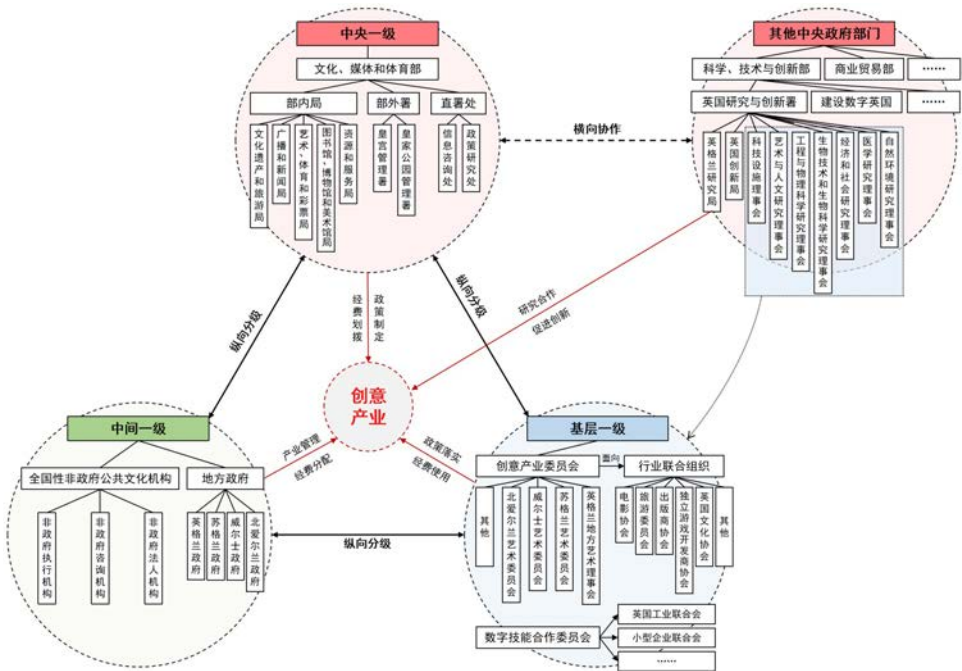


图3 英国创意产业管理体系
Fig.3 UK creative industries management system

资料来源:笔者根据英国政府机构设置整理而成。

英国政府倡议设立了创意产业高等教育论坛,努力促进产、学、研间的对话与合作,这对创意产业的学习者、研究者和从业人员,无疑都有加深了解和共同提高的作用。政府和业

界经常举办不同规模的创意产业推介及创意产品营销活动,以促进创意工作者和广大公民广泛和深入的交流,培育公民的创意素质及创意产品消费能力。

(2) 区域协同,打造创意产业集聚区

英国东南创意经济网络 (South East Creative Economy Network, SECEN) 与大伦敦管理局 (Greater London Authority, GLA)、泰晤士河口发展委员会 (Thames Estuary Growth Board, TEGB) 等部门组织合作,于2017年2月13日正式推出泰晤士河口生产走廊^②的概念 (见图7)^[31],旨在联合东伦敦、北肯特海岸和南埃塞克斯,打造一个世界级的创意和文化生产中心,引领全球创新、创造新的就业机会、培养当地人才并支持快速发展创意经济。研究表明,泰晤士河口生产走廊有潜力创造50 000个就业机会,为英国经济创造37亿英镑的收入,成为英国最大的创意生产集中地。

4 英国创意产业协同发展对我国产业高质量发展的启示

我国创意产业在过去几十年中取得了显著发展,逐步成为国民经济的重要组成部分,相关政策支持力度也持续加强。2018年出台的《关于加强和规范文化产业统计工作的通知》强调坚持以文化属性定位定向,继续统一使用文化产业概念,使我国的创意产业内涵得到统一。但在具体实践过程中,我国各地区创意产业发展还存在管理体系不够完善、创意营造氛围有待提升、创意空间仍需优化、创意产业与数字经济的融合度有待提高的现实问题,而英国创意产业协同发展的成功经验为我们提供了良好示范。

4.1 建立规范统一的创意管理体系

城市创意管理体系的规范统一能够最大程度保证政策的连续性和统一性,这需要社会公众、政府部门和以文化组织等为代表的非政府组织的全方位协同参与。2010年9月,上海市成立文化创意产业推进领导小组及办公室,辅助研究编制全市文化创意产业发展规划与政策,协调市级文化产业园区创意产业集聚区建设等。自该机构成立后,上海市在不到两年内迅速认定了118家文化创意产业园区,然而园区定位不清晰、文化内涵缺乏、政府干预

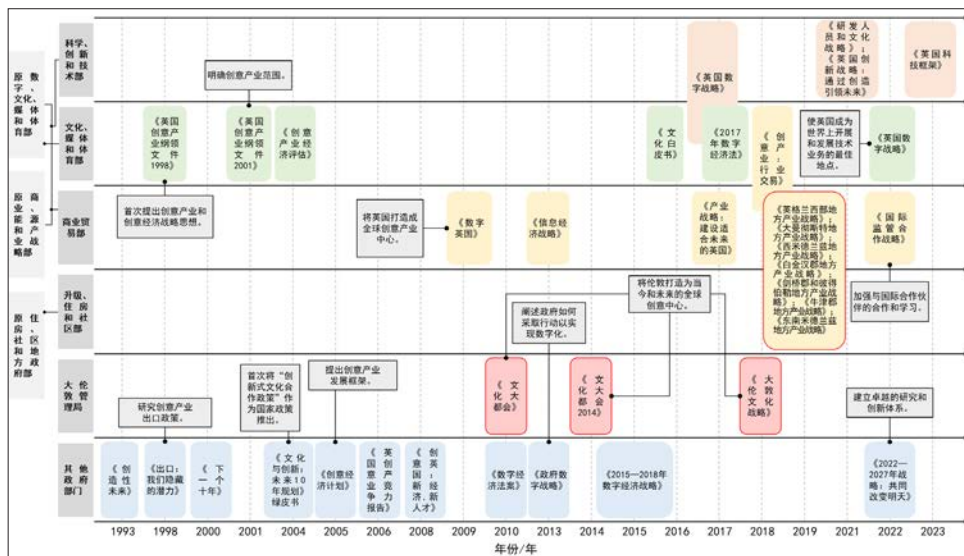


图6 英国创意产业相关战略政策和专题报告时序图

Fig.6 Timeline of strategic policy and thematic reports related to the UK's creative industries

资料来源:笔者根据英国政府官网政策文件整理而成。

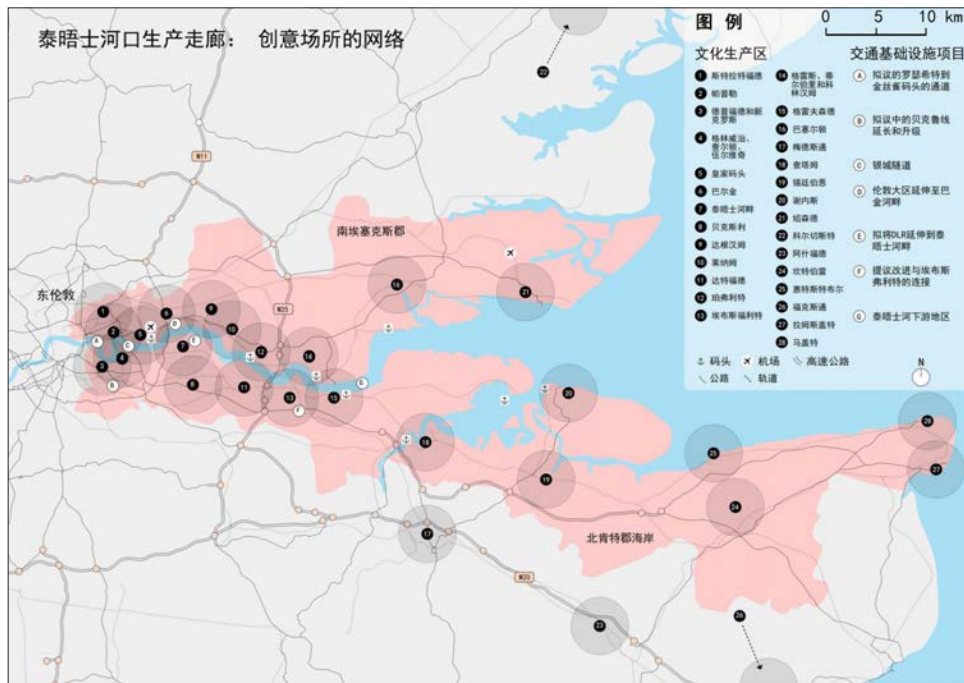


图7 泰晤士河生产走廊

Fig.7 Thames Production Corridor

资料来源:根据《泰晤士河生产走廊:投资案例》中示意图改绘而成, <https://www.london.gov.uk/programmes-strategies/arts-and-culture/current-culture-projects/thames-estuary-production-corridor>。

注释: ② 泰晤士河口地区从伦敦一直延伸到埃塞克斯郡和肯特郡的海岸线, 包括7个东伦敦自治市镇: 巴金和达格纳姆 (Barking and Dagenham)、贝克斯利 (Bexley)、格林威治 (Greenwich)、哈弗林 (Havering)、刘易舍姆 (Lewisham)、纽汉姆 (Newham) 和托尔哈姆莱茨 (Tower Hamlets)。

过度以及管理模式混乱等问题仍存在^[32]。鉴于此,我国创意产业要实现长远的高质量发展,一方面,政府可以利用信息化技术建设信息共享平台等措施建立健全的多元参与管理和监督检查体系,通过鼓励社会力量、联合文化行业协会组织等措施改善行政主导和过度干预的发展局面;另一方面,规划上要注重规划体系与管理体系的有机融合,相关管理部门要积极探索有效的规划编制方法和内容,纵向上建立长远的战略性发展规划部署,提出创意产业和城市经济、空间发展深度融合的有机路径,保障城市创新创业发展的竞争优势,横向上以专项规划为支撑,逐层分解目标,以创意、创新引领城市可持续发展和高质量发展^[33]。

4.2 通过政策驱动创意氛围营造

创意产业的健康发展离不开政策支持,政府应当重视培育政策环境对创意产业发展的重要价值,发挥外部产业政策驱动与产业内部创新创意导向的内外协同效应,创造社会经济可持续和创意氛围活化的综合价值,主要包括4方面:(1)完善知识产权政策体系和管理体制。全面提升知识产权创造、运用、保护、管理和服务水平^[34]。(2)扩大国际交流传播能力。加强创意产品出口基地建设,积极发展对外贸易,开拓海外市场,支持优秀的创意产品“走出去”。(3)引导产业创新发展。强化国家战略和地方战略规划的衔接,提升数字产业装备实力,从促进优秀文化资源数字化等方面入手,明确新型业态培育的主要措施和重点领域,引导业界针对创意领域开拓创新,让创新潜力充分涌流,形成更多新增长点和增长极。(4)建立人才培养机制。强调队伍建设和人力资源管理,保障科技成果转化和产学研结合、创新合作、创新监督评价体系等建设,积极培育科技创新型人才。

4.3 打造区域协同的创意集聚空间

以产业协同为纽带构建区域间的利益协调和要素一体化机制,打破行政边界和制度的桎梏,有利于区域间要素的自由流动和高效配

置。创意产业因其较高的地租支付能力,能够选择在城市中心区域聚集^[35],因此可以依托创意功能空间的塑造来激发城市创意产业的创新、交流与供给。与传统的空间塑造不同,创意空间的形成需要区域内部的多利益主体相互协商并通过“局部建设”来实现,区域政府一方面应当明晰地方利益诉求,鼓励区域多方利益主体积极互动,通过建立地方协商机制开展长期动态化交流,发挥联动效应,推动创意产业的区域优质集聚、资源共享、多元融合;另一方面,要注重规范发展创意产业园区和创意街区,推动区域创意产业带和产业走廊建设,发挥典型创意产业集聚区的示范带动效应,推动不同地区结合地方特色和资源优势形成定位清晰、差异互补、专业集聚的良好态势。

4.4 以数字化创新丰富创意内涵

文化和旅游部《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》中提出要“突出‘创新’在产业发展中的核心地位,推动内容、技术、模式、业态和场景的全方位创新,强调激发市场的创新活力”。结合政策背景,我国创意产业应当实现技术创新与产业可持续发展的相互耦合,促进创新与创意发展的共生共赢,并以城市数字化转型为契机,加快发展数字创意产业和创新型文化业态,构建创新驱动、结构完整、特色鲜明的现代创意产业体系;以科技创新为引领,实施“文化+创意+创新+智慧+”的战略,加快品牌建设和衍生市场拓展,不断丰富创意产业内涵。同时在一定时期内,必须保持国家重大决策的一贯性、连续性和稳定性,涉及国家大政方针和产业分类等重大政策的宣传要谨慎研讨并经专家科学论证和认真听取各方面意见,以保证我国不同地区针对创意产业内涵界定和政策制定上的一致性。

5 结语及展望

我国目前正在全面、大力地推进“创新工程”和文化产业等战略新兴产业的发展,创意产业是其中的重要方面。数量维度上,北京、上海、广州、深圳、香港等城市均上榜世界创意城

市百强名单,并在电影、动漫等单项发展上有了重大突破,逐步拓展了海外市场。整体上与英美等国家的核心城市相比,营收实力和创新生态仍有待提高;国际竞争环境中,我国尚处于全球创意产业价值链的后端,空间布局上的集聚质量与协同治理水平亟待优化提升。英国等国家在创意产业方面具有很多传统优势,出口与对外合作需求强劲。因此,抓住当前机遇,加快适应全新的语境和全球竞争场域,将自身发展同全球局势接轨,努力促进与发达国家和国际一流城市的同业合作、并购、贸易,对创造商机、促进创意产业务实合作具有重大现实意义。

同时,在国际语境下,美国作为世界创意产业产品第一大生产国,自20世纪20年代以来其文化创意产业飞速发展,从2000年开始主导全球的文化创意产业重组过程;以日本、韩国为代表的亚太国家积极汲取他国文化,参与全球创意产业竞争,推动了日韩文化向全世界的输出传播。这些各具特色的国际经验为我国创意产业发展新的范式和路径提供了参考,未来需要更深入的潜力挖掘和对比研究。

参考文献 References

[1] 褚劲风,崔元琪,马吴斌.后工业化时期伦敦创意产业的发展[J].世界地理研究,2007(3):23-28.
CHU Jingfeng, CUI Yuanqi, MA Wubin. Study on the creative industry of London in the postindustrial era[J]. World Regional Studies, 2007(3): 23-28.

[2] 仇景万.英国创意产业发展对我国创新驱动发展战略的启示[J].现代管理科学,2016(5):73-75.
QIU Jingwan. Implications of the development of creative industries in the UK for China's innovation-driven development strategy[J]. Modern Management Science, 2016(5): 73-75.

[3] 邹琳,褚劲风.场域视角下的伦敦创意产业发展

- 动因研究[J]. 现代城市研究, 2014 (10): 100-107.
- ZOU Lin, CHU Jingfeng. Research on the development motivation of the creative industry in London under the perspective of field theory[J]. *Modern Urban Research*, 2014(10): 100-107.
- [4] 金雪涛, 李坤繁. 数字经济战略格局下英国创意产业的融合发展与转型[J]. 深圳大学学报 (人文社会科学版), 2020, 37 (2): 65-73.
- JIN Xuetao, LI Kunfan. Integrated development and transformation of UK's innovation industry in the context of digital economy strategy[J]. *Journal of Shenzhen University (Humanities & Social Sciences)*, 2020, 37(2): 65-73.
- [5] 王洪斌. 英国新工党的创意产业政策[J]. 湖南科技大学学报 (社会科学版), 2013, 16 (1): 117-120.
- WANG Hongbin. On British New Labour Party's policy of creative industry[J]. *Journal of Hu'nan University of Science & Technology (Social Science Edition)*, 2013, 16(1): 117-120.
- [6] 熊澄宇. 世界文化产业研究[M]. 北京: 清华大学出版社, 2012.
- XIONG Chengyu. *Global cultural industries studies*[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2012.
- [7] 毕佳, 龙志超. 英国文化产业[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2007.
- BI Jia, LONG Zhichao. *UK cultural industries*[M]. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press, 2007.
- [8] BARKER C. *The Sage dictionary of cultural studies*[M]. Newcastle upon Tyne: Sage, 2004.
- [9] 张宏伟. 从文化产业到创意产业: 澳大利亚创意产业发展模式研究[M]. 北京: 经济科学出版社, 2017.
- ZHANG Hongwei. *From cultural to creative industries: study on the development model of creative industries in Australia*[M]. Beijing: Economic Science Press, 2017.
- [10] HESMONDHALGH D, PRATT A C. Cultural industries and cultural policy[J]. *International Journal of Cultural Policy*, 2005, 11(1): 1-13.
- [11] HESMONDHALGH D, BAKER S. *Creative labour: media work in three cultural industries*[M]. London: Routledge, 2013.
- [12] HESMONDHALGH D. *The cultural industries*[Z]. London: SAGE Publications Ltd, 2018.
- [13] MOMMAAS H. Spaces of culture and economy: mapping the cultural-creative cluster landscape[M]//KONG L, O'CONNOR J. *Creative economies, creative cities: Asian-European perspectives*. Dordrecht: Springer, 2009: 45-59.
- [14] O'CONNOR J. The cultural and creative industries: a critical history[J]. *Ekonomia: Revista Vasca de Economia*, 2011, 78(3): 24-47.
- [15] EVANS G. Creative cities, creative spaces and urban policy[J]. *Urban Studies*, 2009, 46(5-6): 1003-1040.
- [16] BAKHSHI H, MCVITTIE E. Creative supply-chain linkages and innovation: do the creative industries stimulate business innovation in the wider economy?[J]. *Innovation*, 2009, 11(2): 169-189.
- [17] LEE N. The creative industries and urban economic growth in the UK[J]. *Environment and Planning A*, 2014, 46(2): 455-470.
- [18] SIEPEL J, CAMERANI R, MASUCCI M, et al. *Creative industries radar: mapping the UK's creative clusters and microclusters*[R]. London: Creative Industries Policy & Evidence Centre led by Nesta, 2020.
- [19] Creative UK. *The UK creative industries*[EB/OL]. (2023-04-04) [2023-04-04]. <https://www.wearecreative.uk/champion/statistics/>.
- [20] 袁奇峰, 李刚, 薛燕府. 产业集群视角下广州开发区的科创转型与空间响应[J]. 城市规划学刊, 2022 (4): 95-102.
- YUAN Qifeng, LI Gang, XUE Yanfu. Transition of scientific-technological innovations and spatial responses of Guangzhou Development Zone from the perspective of industrial clustering[J]. *Urban Planning Forum*, 2022(4): 95-102.
- [21] BLOOM M, CAMERANI R, CASADEI P, et al. Evolution and trends of creative cluster research: a systematic literature review and future research agenda[R]. London: Creative Industries Policy & Evidence Centre led by Nesta, 2020.
- [22] SCOTT A J. *Social economy of the metropolis: cognitive-cultural capitalism and the global resurgence of cities*[M]. Oxford: Oxford University Press, 2008.
- [23] PRATT A C. Urban regeneration: from the arts "feel good" factor to the cultural economy: a case study of Hoxton, London[J]. *Urban Studies*, 2009, 46(5-6): 1041-1061.
- [24] NATHAN M, KEMENY T, PRATT A C, et al. *Creative economy employment in the US, Canada and the UK: a comparative analysis*[R]. 2016.
- [25] BOYLE D, OAKLEY K. *Co-operatives in the creative industries: think-piece*[R]. 2018.
- [26] OAKLEY K, MORGAN B. Working together - cooperatives as a creative industry business model[EB/OL]. (2023-03-02) [2023-04-04]. <https://pec.ac.uk/discussion-papers/working-together-co-ops-as-a-creative-industry-business-model>.
- [27] Department for Levelling Up, Housing and Communities. *Levelling up the United Kingdom white paper*[Z]. 2022.
- [28] KULKA B, EASTON E. Three ways to support growth in the creative industries[EB/OL]. (2022-09-07) [2023-04-04]. <https://pec.ac.uk/policy-briefings/three-ways-to-support-growth-in-the-creative-industries>.
- [29] CHITTY A. How research and innovation can help level-up the creative industries[EB/OL]. (2022-06-28) [2023-04-04]. <https://pec.ac.uk/blog/research-and-innovation-level-up-the-industry>.
- [30] Department for Business, Energy Industrial Strategy. *Local industrial strategies: policy prospectus*[EB/OL]. (2018-10-01) [2023-04-04]. <https://www.gov.uk/government/publications/local-industrial-strategies-policy-prospectus/local-industrial-strategies-policy-prospectus#summary-and-objectives>.
- [31] Mayor of London. Mayor unveils plan to turn Thames Estuary into creative industries hub[EB/OL]. (2017-02-13) [2023-04-04]. <https://www.london.gov.uk/press-releases/mayoral/thames-estuary-vision>.
- [32] 王金会. 文化政策驱动下的中国文化产业关键性问题[J]. 深圳大学学报 (人文社会科学版), 2024, 41 (1): 44-54.
- WANG Jinhui. Key issues of Chinese cultural industry driven by cultural policy[J]. *Journal of Shenzhen University (Humanities & Social Sciences)*, 2024, 41(1): 44-54.
- [33] 魏伟, 刘畅, 张帅权, 等. 城市文化空间塑造的国际经验与启示——以伦敦、纽约、巴黎、东京为例[J]. 国际城市规划, 2020, 35 (3): 77-86.
- WEI Wei, LIU Chang, ZHANG Shuaiquan, et al. Creating and shaping cultural spaces in international cities: take London, New York, Paris and Tokyo as cases[J]. *Urban Planning International*, 2020, 35(3): 77-86.
- [34] 中共中央、国务院. 党和国家机构改革方案[Z]. 2023.
- The Central Committee of the Communist Party of China, The State Council. *The reform of Party and State institutions*[Z]. 2023.
- [35] 许凯, 孙彤宇. 城市创意社区空间形态的自组织特征研究——以国内四个创意社区为例[J]. 城市规划学刊, 2018 (6): 84-93.
- XU Kai, SUN Tongyu. A study on characteristic of self-organization of urban creative communities: four cases in China[J]. *Urban Planning Forum*, 2018(6): 84-93.