

专题报告五：

城市文化创意

——让城市拥有“有趣的灵魂”

作者：郭玟君 唐唯珂

目录

一、	发展现状.....	2
1.	城市文化创意与城市经济发展相互赋能.....	2
2.	高质量满足国家战略的需要.....	2
3.	新型人文城市步入营造 IP 的时代.....	2
4.	广东省领跑全国.....	3
二、	问题与挑战.....	3
1.	产业结构有待优化：技术和装备重 内容和创意轻.....	3
2.	深厚、独特的文化底蕴没有被充分挖掘.....	3
3.	粤港澳大湾区协同不足.....	3
4.	创新后劲不足.....	3
5.	文化产业园区运营水平有待提高.....	3
三、	政策建议.....	4
1.	着力打造城市 IP.....	4
2.	群策群力讲好中国故事.....	4
3.	引导产业转型升级.....	4
4.	加强与港澳的合作.....	4
5.	加强国际文化交流.....	4

城市如人，都需要一颗“有趣的灵魂”。

随着基础设施、经济、技术的完善与进步，城市发展作为经济发展的重要组成部分，也进入了高质量发展阶段。我国的城市发展在建国以来，尤其是在步入改革开放之后，经历了资源聚合、产业集聚、功能优化、特色发展，以及品牌建设等几个阶段，如今已进入了更人性化的 IP 营造时代。

在创意经济时代，如何通过城市文化创意进一步提升人民群众的幸福感和城市文化创意应如何赋能城市经济发展，经济的高速增长如何反哺文化创意产业为其提供更肥沃的土壤，日益成为城市运营者关注的课题。目前看来，广东省的城市文化创意领跑全国，但也仍然存在一些待完善之处。城市是历史与现代相遇的剧场，是文化交流的会客厅，是活动的人类学博物馆。创造有温度的城市 IP，从“人”开始，任重道远。

一、发展现状

1. 城市文化创意与城市经济发展相互赋能

城市文化创意是量化及具象化一个城市文化价值、并使文化在当代审美下的重构和活化。

文化创意产业自身发展带来的经济增长效应，有助于增强城市的硬实力，使一个城市在激烈的竞争中取得领先地位。在软实力方面，而城市文化创意则通过文化渗透效应，重塑城市的整体形象，能为城市带来巨大的品牌效应，吸引大量的人才和资金，提高城市的地位与品位。因此，挖掘一个城市的文化资源并有效利用，是赢得城市发展先机和创造无限发展潜力的必由之路。我们的城市应该被赋予文化创意的力量，通过创意驱动和审美驱动，让城市更加宜居，更加和谐。

而一座城市过去、现在及将来经济发展活动，又能为文化创意提供大量素材、灵感以及经济来源。新技术的发展和普及，正在文化生产领域，引发许多深层次变革，让文化创意得以以更好的方式呈现与传播。

2. 高质量满足国家战略的需要

文化产业的发展能够提升国家软实力，将有助于富含中国文化内涵的产品和服务走向国际市场，一方面可以为中国传统制造业打开新的市场空间；另一方面还能够加快我国新媒体、动漫、网游等新兴产业的发展。更为重要的是，这些产业的发展也是弘扬中华文化，输出中国价值观的有效载体，让世界更客观地了解中国，提升我国国际形象，增强国家的软实力。

3. 新型人文城市步入营造 IP 的时代

后工业社会，创意经济时代来临，创意城市是新型城镇化的发展方向。在创意经济时代，环境质量、治理质量、生活质量、人才质量都是城市的软性竞争力。城市品牌建设也从单向的形象宣传逐渐转为讲述带有情感的故事、与人平等地沟通。城市级文创的概念，深深嵌入了日常生活都市主义之中，借助互联网和新媒体的传播，与大众的生活形成共振。也因为如此，在绝大部分城市还没有来得及发展品牌战略时，便已经被牵引着进入了 IP¹战略时代——打造一个有血有肉有

¹ “IP”是“知识产权”——Intellectual Property 的缩写，是智力创造的成果，分为工业产权和版权两大类。2013 年是“4G 元年”，技术助力移动互联网的快速全面普及。泛文化娱乐内容消费兴起，以网络文学、动漫、影视为代表的文化产业开始基于内容进行整合，美国传媒大亨、Viacom 集团当时的总裁 Sumner Redstone 在 1990 年代提出的金句“内容为王”成为当时媒体经营、打造“粉丝经济”以及吸引资本青睐的核心价值。2015 年 IP 概念开始大热正是缘起于这样的土壤。发展初期，IP 对应知识产权中的“版权”类别，包括文学、电影、音乐、艺术、设计等。发展至今，IP 已经成为了一个泛概念，倾向于表达一种有精神观念、有具体故事、有可视化形象、有粉丝规模并且能够变现的创意价值。它有着着一股更持久的文化加持力量。

情感有灵魂的城市。

4. 广东省领跑全国

广东省的城市文化创意近年来一直领跑全国。“2019 中国城市文化创意指数省会城市排行榜前十名”榜单显示，广州排名第一，而在“2019 中国城市文化创意指数副省级城市排行榜十强城市”榜单中，深圳排名第一，深圳已经连续三次保持在该榜的第一名。联合国教科文组织总干事特别顾问班德林表示：“深圳在创造经济奇迹的同时，在文化创意领域也取得了杰出的成就，文化和创意已成为深圳的城市灵魂和发展动力。”

作为岭南文化中心地、古代海上丝绸之路发祥地、中国近现代革命的策源地、改革开放的前沿地，广东蕴藏着极为丰富的文化资源，凝聚和体现着开放、包容、务实和敢为人先的城市精神。如果这些文化资源可以充分开发与利用，将会对文化产业起到很好的助推作用，同时有利于经济的高质量、可持续发展。

二、 问题与挑战

1. 产业结构有待优化：技术和装备重 内容和创意轻

广东省文化制造业在整个文化产业结构中的占比仍旧较大，头部企业与科技领域交叉，在文化领域影响力和认同度不足。文化产业的核心价值是创意的生成，一言以概之即“内容为王”。渠道、装备、技术都是服务于内容的，没有好的内容，这些都只是没有灵魂的躯壳，虽能创造实实在在的产值，但影响力不足。

2. 深厚、独特的文化底蕴没有被充分挖掘

以广州为例，其所承载的广府文化在全国的传播力和影响力与其深厚的文化底蕴不相匹配。粤菜、粤语、粤剧、粤曲、广式生活在全国乃至全球都广受欢迎，近年来关于这些粤文化元素有影响力的文化作品却乏善可陈。

粤港澳三地文化同根同源，粤文化早已深深植根于三地老百姓生活中，它连着乡音、乡情、乡愁。由于历史的原因，港澳的粤文化又融入了英国、葡国以及更多国际元素。而广东省作为改革开放排头兵，粤文化又融入了科技与创新的元素。如此特殊与多元的文化资源，值得文化创意产业深度挖掘。这些资源完全可以作为文化传播的载体，制作成形形色色的文化产品，讲述城市故事、岭南故事、湾区故事、中国故事，让世界更客观地了解广东，了解中国，提升国家及区域的国际形象，增强软实力。

3. 粤港澳大湾区协同不足

粤港澳大湾区各城市都有城市文化创意产业的优势与短板，广东必须重视与港澳的分工与合作。目前，粤港澳各城市文化创意产业的互联互通仍需提升，须尽快共同建设合作平台，培育要素高效互通、活力充沛、富有竞争力的创意集群。

4. 创新后劲不足

在新的细分领域，尤其是影响力较大的新媒体领域，广东没有贡献出抖音（北京）、今日头条（北京）等现象级企业，也没有孵化出泡泡玛特式的市值千亿的企业，以及 Soul（上海）这样迎合 Z 世代消费需求的新平台。

5. 文化产业园区运营水平有待提高

深圳至今未能培育出一个地标式的，有全国影响力的文化产业集聚区或文化商业街区，如北京 798 艺术区、上海新天地、成都宽窄巷子等。广州荔湾区的“西关”民俗文化底蕴深厚，但因宣传、包装及传播不到位，全国知名度不算太高。

有些园区管理运营模式比较落后，部分产业园区特别是体量较小的文化产业园仍停留在“收租金”的单一运营模式上，园区服务水平整体偏弱，多为仅提供

办公场所与物业管理。个别文化产业园区迫于盈利压力，放宽园区入驻企业门槛，造成园区内聚集企业关联度低、生态产业链效果不明显等问题。此外，由于很大一部分园区为租赁物业改造，受租赁期满后能否续租等因素的影响，一些建设运营单位对硬件设施设备配套建设的持续投入不足，进而导致了园区的公共性产业服务平台缺失和信息化建设进程缓慢。以上问题都一定程度制约了产业园区的快速发展。

三、 政策建议

1. 着力打造城市 IP

城市级 IP 更具有复合性，城市本身既是文化创意的客体，又是主体。城市级的 IP 打造意味着构建城市级的文化创意生态。一个城市 IP 的文化价值通常依附于地域元素——包括地理、自然、产业等，和人文元素——包括历史、风俗、特产等。发展故事的方式可以从既有的保存中“直接拿来”——比如来自神话、历史故事、人物、建筑、动植物、地理特征、自然现象；可以在现成的条件上“有意添加”——比如重新解读、延伸的故事、改良的造型、美化的形象；可以从熟常的情境中“无中生有”——为了市场的需要与喜好而定制创造的一个新“传说”；还可以将这些手法综合运用，将元素交织叠加，进行跨界、融合创作。

2. 群策群力讲好中国故事

结合广东省情特点全面加强和改进国际传播工作，充分利用中国进出口商品交易会、海丝博览会、“读懂中国”国际会议、从都国际论坛等重大平台，讲好中国故事、大湾区故事、广东故事，更好地发挥“两个重要窗口”作用。

在预算允许的情况下，建议由广东省文化和旅游厅牵头，以公开、公平、公正的方式向广东省文化、科技、旅游、电商企业公开招标，充分发挥市场力量，群策群力共同讲好中国故事，对本土文化产业也是强有力的扶持。

3. 引导产业转型升级

针对新时期文化产业出现的新特点、新业态、新情况和新问题，及时修订完善现有的文化产业分项资金政策，有针对性地支持数字创意产业发展和新型园区建设。

4. 加强与港澳的合作

文化领域的融合可以促进粤港澳大湾区物理和心理的连通和整合，广东省应以文化带动产业的发展，除开展湾区城市文化交流、联手打造具有一定影响力的文化项目之外，还应积极促进与粤港澳城市在数字创意产业、影视动漫、演艺音乐、文化旅游等领域的深入合作，以此促进人才、技术和资本等要素的有效流动。

5. 加强国际文化交流

广东还要与国际各国开展广泛的文化交流与合作。通过“走出去”，让世界了解和认识广东，认识粤港澳大湾区，认识中国。还要“引进来”，广泛引进港澳以及境外优秀文化人才、世界知名大学、文化组织或团体来广东演出、办学、办展等，这些形式不一的文化交流与合作，会在潜移默化中促进深圳浓厚文化氛围的形成，为广东文化创意产业的良性发展提供丰沃的土壤。