

现代文化市场体系:粤港澳大湾区文化产业 高质量发展的路径与方向

王林生

(北京社会科学院文化研究所,北京 100101)

摘要:健全现代文化市场体系,实现粤港澳大湾区文化产业的高质量发展,对建设充满活力的世界级城市群、融入“一带一路”建设以及构建内地与港澳合作示范区意义重大。现代文化市场体系具有人才创意化、生产动态化、产品智能化、消费定制化、资本多元化等“五大表征”。构建现代文化市场体系,我们需要重构理念,强化大数据资源在现代化水平、协同发展、需求导向和科技支撑等方面的基础性作用;并要求在区域发展、政企关系、产业发展、行业配置等领域做好协调统筹,实现粤港澳大湾区现代文化市场体系构建的机制创新。同时,我们应着力于“三个深化”即深化区域文化共识、深化产业结构调整、深化产业载体支撑,将粤港澳大湾区文化产业高质量发展推向深入。

关键词:现代文化市场体系;粤港澳大湾区;大数据;协调统筹;高质量发展

中图分类号:G 124

文献标识码:A

文章编号:1000-260X(2019)04-0061-10

粤港澳大湾区是进入新时代为推动我国新一轮开发创新和区域经济发展而设立的国家发展区划。作为一项国家战略,粤港澳大湾区不仅成为推动中国经济快速发展的新引擎,而且为促进区域社会经济创新发展提供了新动能。文化产业是推动粤港澳大湾区发展的重要产业类别,与其他区域相比,粤港澳大湾区具有发展文化产业不可多得的产业基础和资源优势。2018年全国宣传思想工作会议指出,推动文化产业高质量发展需要健全现代文化市场体系。粤港澳大湾区作为我国市场化程度最高和文化产业发展相对成熟、特色较为鲜明的区域,构建符合现代产业发展要求的文化市场体系,是粤港澳大湾区实现文化产业高质量发展的重要保证。

一、健全现代文化市场体系 的时代吁求

目前,我国经济已由高速增长阶段转向了高质量发展阶段。在这一时代背景下,将粤港澳大湾区“打造成为高质量发展的典范”,充分发挥重要引领作用,是建设粤港澳大湾区的重要目的。探索粤港澳大湾区文化产业的高质量发展,意味着文化产业要从过去那种粗放的“铺摊子”式发展模式向高质量、高层次、精细化的发展模式进行转换,而健全的现代文化市场体系有助于文化产业新发展模式在新历史条件下的形成与实现。

其一,健全现代文化市场体系是粤港澳大湾区建设充满活力的世界级城市群的重要组成部分。湾区是世界先进滨海城市群的标志,也是经济

收稿日期:2019-03-10

作者简介:王林生,文艺学博士,北京社会科学院文化研究所副研究员,主要从事文化产业、创意城市研究。

高质量发展的重要载体,如旧金山湾区、东京湾区和纽约湾区等城市群具有强大的产业聚散效应和国际交往功能。改革开放以来,广东一直是我国创新发展的前沿,且与中国香港、澳门的联系日益紧密,粤港澳三地的国际竞争力整体提升,具备建成国际一流湾区和世界级城市群的基础条件。2017年公布实施的《深化粤港澳合作 推进大湾区建设框架协议》明确确立了粤港澳三地“携手打造国际一流湾区和世界级城市群”的发展目标。2019年初公布的《粤港澳大湾区发展规划纲要》(以下简称《纲要》)将粤港澳大湾区定位为“充满活力的世界级城市群”。但世界级城市群并不是一个物质性的城市实体,活跃和高质量的文化活动和健全的文化市场体系是世界级城市和城市群的重要特征。欧文斯指出:“重要的是要理解文化部门不仅集中于有着卫星城的大都市内,而且很多文化部门塑造了城市本身的总体特征,其中包括唱片店、大大小小的音乐表演场所、图书馆和书店、博物馆和画廊、公园和开放空间、足球俱乐部和板球场、学生和咖啡馆。简而言之,充满活力的文化部门是规划好的部分和自发性部分的一种融合,它是城市经验中很重要的部分。”^[1]这就意味着健全现代文化市场体系是粤港澳大湾区建构国际一流湾区和世界级城市群的重要内容,这不仅是在新的历史起点上对文化产业高质量发展改革的战略思考和科学谋划,更是粤港澳大湾区参与国际湾区文化市场竞争的必要条件。

旧金山湾区、东京湾区和纽约湾区作为世界三大湾区,有着较为发达的文化产业和相对完善的文化市场。在文化产业上市公司的数量层面,粤港澳大湾区落后于东京湾区,与旧金山湾区、纽约湾区大致相当;但在营业收入水平层面与世界三大湾区的差距明显,如2016年旧金山、纽约、东京三大湾区的营业收入分别为3 875亿美元、2 677亿美元和1 801亿美元,而粤港澳大湾区仅有1 013亿美元,而且产业结构的创意和科技程度也较低,处于文化产业价值链的低端,需要不断优化升级^[2]。也就是说,粤港澳大湾区要建设世界先进的滨海城市群,应着力从通信设备、消费类电子产品、互联网零售、纸包装、博彩等以自然资源和劳动力数量为

基础的文化产品市场向互联网软件与服务、电影与娱乐、广告等以创意和科技为支撑的文化产品市场转型升级,着力培育上游要素市场和中间服务市场,发展以互联网文化新兴领域为主导的现代文化市场。

其二,健全现代文化市场体系是粤港澳大湾区融入“一带一路”建设的重要途径。“一带一路”建设是新时代我国全面改革开放的新探索,开启了我国对外开放的新格局,同时也为区域产业的高质量发展提供契机。在发展定位上,粤港澳大湾区被视为“一带一路”建设的重要支撑,也是对接“一带一路”建设的重要平台和门户枢纽。但是,“一带一路”横跨东亚、东南亚、西亚、南亚、中亚、东欧、中东欧等65个沿线国家和地区,政治体制差别大、地区局势复杂、区域发展不平衡,因此,在经济全球化和区域一体化的整体趋势中,充分发挥粤港澳大湾区的经济文化金融优势,优先发展经济贸易,促进粤港澳大湾区与“一带一路”沿线国家经贸合作的便利化,是粤港澳大湾区融入“一带一路”建设并彰显粤港澳大湾区对接“一带一路”建设的重要平台和门户枢纽作用的重要途径。文化经贸是现代经贸的重要组成部分,也是现代文化市场体系的重要内容。可以说,健全现代文化市场体系有利于粤港澳大湾区文化产业统筹国内国外两个市场,有利于促进文化产业的高质量发展。

为推动粤港澳大湾区与“一带一路”建设进一步扩大合作,以提升城市能级和核心竞争力相结合,《纲要》指出,着力推动粤港澳三地紧密合作,共同参与“一带一路”建设,共创国际经济贸易合作新优势。在推动粤港澳大湾区与“一带一路”沿线国家的文化交流与贸易层面,2015年广东省公布《广东省参与建设“一带一路”的实施方案》,广东省不仅成为全国首个发布参与建设“一带一路”实施方案的省份,方案尤其指出广东要与“一带一路”沿线国家密切人文交流和旅游合作。《国家发展和改革委员会与香港特别行政区政府关于支持香港全面参与和助力“一带一路”建设的安排》(2018年)和《国家发展和改革委员会与澳门特别行政区政府关于支持澳门全面参与和助力“一带一路”建设的安排》(2018年)两个文件分别指出:“支持香

港艺术机构及艺术家参与在相关国家和地区开展的文化艺术交流”“支持澳门打造多元文化交流合作基地,促进中华文化传播交流”。尤其是广东省广州天河区拥有我国首批公示的全国13个国家文化出口基地,能够在对外文化出口和文化交流中充分发挥“国家文化出口基地”的优势,培育外向型文化创意企业。在文化出口领域,广东在出版、动漫、创意设计、文化设备制造等行业具有一定的国际竞争力和发展优势。2017年广东对“一带一路”国家文化产品出口66.94亿美元,同比增长28.5%^[9],这展示出广东在参与“一带一路”建设中具有较强的文化优势,并积极带动了香港、澳门文化产业的发展。尤其是2018年“大湾区文化创意产业促进会”的成立,为加强三地文化产业沟通交流以及共同向“一带一路”沿线国家进行产业拓展搭建了平台。所以,粤港澳大湾区融入“一带一路”建设,扩大对外开放,需要充分发挥粤港澳大湾区区域特有的文化金融优势,确保粤港澳大湾区与“一带一路”沿线国家的文化交流和文化贸易保持在一种通畅、高效、有序的框架内。

其三,健全现代文化市场体系是粤港澳大湾区构建内地与港澳合作示范区的重要内容。实施区域协调发展战略是新时代国家的重大战略之一,粤港澳大湾区涵盖珠三角11个城市,在我国区域协调发展战略中是对外开放时间最早、经济活力最强、市场化程度最高的区域。与其他领域相比,由于文化产业的起步相对较晚,现代文化市场体系建设略显滞后。所以,健全现代文化市场体系有助于弥补区域发展短板、开拓创新协调发展领域、打造粤港澳大湾区合作示范区。2018年公布实施的《国务院关于印发进一步深化中国(广东)自由贸易试验区改革开放方案的通知》明确指出,打造粤港澳大湾区合作示范区重点围绕促进粤港澳经济深度合作、深入推进粤港澳服务贸易自由化、创新粤港澳科技合作机制、建设粤港澳青年创新创业合作示范基地以及携手港澳参与“一带一路”建设等五大领域开展,其中促进粤港澳经济深度合作是关键。

以往中国内地在与港澳的协作发展中,内地是生产和市场的承载者,而港澳则常被定位为技

术、资金的重要提供者,在某种程度上这种区域身份和功能分工使得粤港澳三地的合作仍停留在产业层面,并未实现“深度”融合。在新一轮的发展中,大湾区区域协作的内容由经济拓展至文化,且对文化的重要性予以特别强调。《纲要》提出要“共建人文湾区”“共同推进中华优秀传统文化传承发展”。应予承认,粤港澳大湾区是岭南文化的聚集地,三地地域相近、文脉相亲、产业互补、商缘相通,形成了一个以岭南文化为核心的“粤港澳大湾区文化圈”,这就为构建一个具有共同文化基因的文化市场体系提供了重要前提,为促进文化产业高质量发展和实现粤港澳大湾区的深度合作奠定了文化的坚实基础。也就是说,粤港澳大湾区推动内地与港澳区域协作发展的示范性恰在于三地高度的互联互通互补,而这是其他区域协作发展中不具有的优势。正是由于三地的互联互通互补,才有助于粤港澳大湾区文化产业在发展过程中摒弃各自“摊大饼”式的发展方式,谋求产业协作,共同促进文化产业向专业化、精细化和品质化转变,增强文化产业的核心竞争力。所以,粤港澳大湾区健全现代文化市场体系,不仅是要把三地共同打造成中外文化交流互鉴的重要窗口,共同参与到“一带一路”建设中,使之代表中华文化走向世界,更是充分发掘、利用、整合三地的服务贸易优势、科技合作优势和人才培育优势,建设具有国际竞争力的大湾区文化产业圈和文化新业态集群。

二、现代文化市场体系的“五大表征”

健全现代文化市场体系是新时代粤港澳大湾区文化产业高质量发展的重要支撑,这是由大湾区本身在国家整体发展战略中的区域定位综合决定的。文化市场体系是文化产品、文化人才、文化服务和文化资本等各类要素组成的有机整体,但文化市场体系并不是一个固定的范畴,而是需根据时代的发展需求和产业的结构变化等进行适时调整,以适应现代产业的发展。以往讨论现代文化市场体系的特征时,我们往往使用统一、开放、竞争、有序予以概括。“统一是经济环境的基础,开放

是经济活力的前提,竞争是经济效率的源泉,有序是经济秩序的保证。”^[4]但这种概括是从一种较为宏观的语境来表述现代文化市场体系架构;在一种相对微观的立场上,就高质量的文化产业本身而言,现代文化市场体系呈现出新的“五大表征”。粤港澳大湾区本身的市场化程度较高,有较为坚实的大数据产业基础,大数据资源在推动文化产业高质量发展层面具有引领示范作用,因此这“五大表征”在粤港澳大湾区现代文化市场体系的构建中表现得尤为明显。

第一,现代文化市场体系的人才创意化。文化人才是文化市场体系的重要组成部分,文化产业追求高质量发展必然需要现代高端创意人才的支撑。与一般市场体系的人才支撑不同,大数据时代的现代文化市场体系更为注重创意为王。“数据化意味着我们要从一切太阳底下的事物中汲取信息,甚至包括很多我们以前认为和‘信息’根本搭不上边的事情。”^[5]数据并不是冰冷的数字,而是蕴含着事物之间的关联和信息,而发现这些关联和信息、让事物之间“搭上边”并使数据转化为真正文化产品的媒介就是创意,即那些具有大数据思维的创意人。因此,大数据时代现代文化市场体系的核心人才需要具备高端的创意技能,能够凭借个人技能和天分的发挥创造潜在的财富和更多的就业机会。

粤港澳大湾区文化产业高质量发展的关键在人,创意人才的集聚不仅是现代文化市场体系的重要支撑,更能为大湾区文化产业持续高质量发展提供动力。长期以来,粤港澳大湾区是外来人口较为集聚的地区,在近两年的“人才争夺战”中大湾区也是重要的竞争者。2018年,被誉为“广东省最强文化创意产业扶持政策”的《广州市黄埔区 广州开发区促进文化创意产业发展办法》出台,该政策大力引进文化创意人才,为文化英才设立工作室,并可获300万元资助。2018年,首份“香港人才清单”发布,“创意产业专才”在11类引进人才之列。澳门持续实施“澳门文化创意产业系列补助计划”,2018年发布电影长片、原创歌曲和时装设计三大行业的扶持政策,积极培养本地文化创意人才。可以说,粤港澳大湾区对创意人才的吸引,为

健全现代文化市场体系提供了强有力的人才支撑。佛罗里达曾指出,现代经济是一个由人类创意提供动力的经济,并依靠创意来创造经济价值。“(创意)阶层包含了大批知识工作者、符号学家、专业和技术专家……(他们)在各自的经济职能这一主要基石上构建社会群体并形成共同身份。”^[6]这就意味着,粤港澳大湾区对创意人才的争夺、培育富有活力的创意社群,其意义已经超越健全现代文化市场体系和发展高质量的文化产业本身,上升到身份识别的高度,强化了创意在群体和区域中的认同意识,而这种认同也必将随着粤港澳大湾区经济社会文化影响力的提升成为区域的文化标识。

第二,现代文化市场体系的生产动态化。现代文化市场体系的核心是高质量的生产,但这种生产绝不是沿袭传统程式化和固态化的文化生产,而是在大数据的介入下,根据市场需求的变化对文化生产进行动态调整。动态化生产体现出现代文化市场体系更加注重大数据在文化生产中的支撑性作用,大数据能够通过庞大的消费数据库,促进文化生产与文化消费之间的精准对接,为文化企业的转型升级“赋能”,促进文化产业的提质增效。

粤港澳大湾区在利用大数据助推文化企业动态化生产层面走在全国前列。2018年,广东省印发《广东省深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的实施方案》和《广东省支持企业“上云上平台”加快发展工业互联网的若干扶持政策(2018-2020年)》,推动各类企业通过“上云上平台”、利用现代工业互联网新技术、新模式动态调整生产内容,实现供应链、消费链系统的精准对接,提升企业的运营效率。2018年广东还发布“广东省制造业大数据指数(MBI)”,是全国首个制造业大数据指数。大数据指数构建了一个与传统经济分析框架相区别的指数模型,为各类制造业的发展提供了具有科学性和实效性的动态参考体系。在粤港澳大湾区内协同创新发展层面,华为云新增香港数据中心(2018年)、腾讯云技术接入澳门(2018年)、立足广东并辐射服务粤港澳大湾区的阿里云工业互联网总部落地广州等都强化了粤港澳大湾区之间的数据整合,为大湾区加快现代文化市场体系中的

大数据技术应用,推动文化生产的动态化、实时化提供了重要支撑。

第三,现代文化市场体系的产品智能化。人工智能这一概念本身已有60多年的历史,经历了三次技术浪潮,目前第三次人工智能革命方兴未艾。随着互联网技术在文化生产中的应用,越来越多的文化产品和服务具备以大数据为支撑的智能化体验,创造了高品质的文化生活。与传统的文化产品相比,这种文化科技相融合的产品形态集中体现了现代文化产业体系下产业转型升级的发展方向。尤其是近年来,以大数据智能技术为基础的新型互联网文化业态如可穿戴设备、AR/VR产品等,丰富了文化产品的内容与形式,提升了文化市场体系的现代化水平。

粤港澳大湾区作为文化产品生产制造的重要基地,智能领域开始抢占粤港澳大湾区市场。为增强粤港澳大湾区的智能化水平,广东省出台《广东省新一代人工智能发展规划(2018-2030年)》,重点发展腾讯、科大讯飞等5大人工智能开放创新平台建设,香港和澳门也成立各自的人工智能实验室探索大数据支撑下的“智”造产品,加快区域产业体系的智能化进程。粤港澳大湾区涌现出一批优质人工智能企业,如优必选、寒武纪等,在人脸识别、表情捕捉、语音智能、视觉搜索、商品定位、消费偏好记忆等领域丰富了文化产品的智能化体验。2018年粤港澳大湾区人工智能联盟成立,不仅进一步健全了大湾区产业体系的中介服务平台,而且有利于各类智能产品的研发和孵化,增强了粤港澳大湾区在新一轮产业变革中的核心驱动力。

第四,现代文化市场体系的消费定制化。现代文化市场体系下的文化生产不是规模化、批量化的生产,因为这种生产模式无法满足个性化的消费需求。当下中国正在经历一个面向95后、00后消费群体的代际转换,他们与以往的消费群体不同,他们更加注重个性化和多元化的品质化消费。“个性化……是客体消费选择中的一项重要衡量指标。追求时尚和潮流、保持独特的风格使得他们着力体现与众不同的消费行为。”^[7]因此,把握这些极具个性化的消费信息,需要充分利用大数据对现实的挖掘功能,即通过对来自移动终端、消费终

端等数据发现和预测消费者的行为,进而将这些信息反馈给生产终端,为消费者提供个性化、定制化的服务。定制消费既是消费群体个性化的消费选择,也应是大数据时代文化企业根据消费趋向做出的战略性选择,它们共同构成了现代文化市场体系的消费特征。

文化旅游是文化消费的重要内容,近年来随着粤港澳大湾区3小时旅游圈的形成和“一程多站”旅游精品线路的不断优化,粤港澳大湾区正成为家庭短期游的重要目的地。《纲要》也提出粤港澳大湾区要构筑休闲湾区和把澳门建设成为世界旅游休闲中心城市。根据相关数据统计,有超9成的受访者在暑期有意愿选择粤港澳周边游,而“家庭‘抱团’游未来最大需求就是‘定制化’,从集中地点、行程安排、住宿选择等方面均满足家庭的需要才是未来发展的方向。”^[8]总体来说,定制化旅游是一种新的旅游形态,目前处在消费的快速生长期。由于消费者个性化需求的多样化,这就要求粤港澳大湾区应把握旅游消费定制化的时代风口,高效整合对接各类互联网平台、景区、交通、酒店等数据资源,分析区域内潜在的消费增长点,打造更多具有个性化的定制旅游方案,满足消费者对品质化、个性化旅游的消费需求,促进传统文化旅游市场向现代市场转变。

第五,现代文化市场体系的资本多元化。在现代文化市场体系的整体构成中,资本是重要的要素市场,而且是推动文化产业不断发展壮大实现高质量、专业化、规模化发展的关键要素。由于市场主体的差异化及其不同需求,现代文化市场体系的资本构成彰显出多层次、多元化的特征,粤港澳大湾区的文化资本既有一般性的政府直接投入、产业基金(如2017年粤港澳大湾区成立投资建设母基金),也有股权融资、债券发行、网络众筹、新三板上市等途径,如从新三板上市的文化企业数量来看,2017年广东新增文化企业数量74家,占比为19.12%,虽略低于北京的82家,占比21.19%(详见图1),但在全国仍属于文化资本较为活跃的区域。各类资本的汹涌进入,迫切需要金融大数据为资本与生产实现高效对接。构建金融大数据产融生态圈和进行风险控制是现代文化市场

体系重点努力的方向。目前,中小微企业信用信息和融资对接平台、股权交易平台、知识产权交易平台、创业孵化平台等均承担和发挥着投资、融资等金融作用。但也毋须讳言,通过互联网和大数据技术手段,建立以文化、科技、产业、金融为主体的更加多元化的信息共享与对接服务平台的任务,仍处在起步阶段。尤其是随着各类资本的汹涌进入,市场体系的金融风险逐步增加。2017年国内首个地方大数据金融风险监测防控平台落户广东,既体现出粤港澳地区各类金融资本具有较高的活跃程度,也为粤港澳大湾区在未来金融资本更加多元化涌入的背景下,利用大数据强化资本对接和风险监控进而保障文化产业的高质量发展做出了探索性实践。

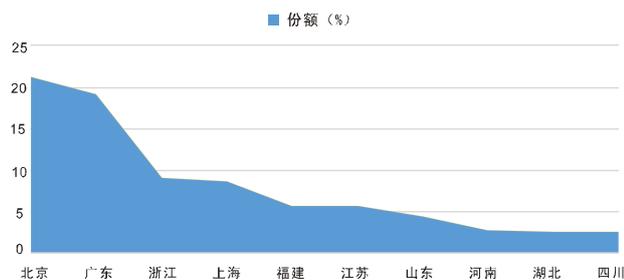


图1 2017年全国重点地区新增挂牌新三板文化企业数量占比

数据来源: 中国文化产业投融资平台 <http://xm.ccipp.org>, 2019-01-20。

从总体来说,现代文化市场体系在粤港澳大湾区文化产业高质量发展过程中呈现出的“五大表征”,涵盖人才、生产、商品、消费和资本等领域,较为集中地反映了大数据时代粤港澳大湾区现代文化市场体系建构中的要素布局。随着粤港澳大湾区建设实践的不断深入,现代文化市场体系的“五大表征”也必将会随之丰富和拓展。

三、重构理念:强化大数据资源的基础性作用

大数据的介入优化了现代文化市场体系的要素配置,并成为现代文化市场体系的重要组成部分。“一方面,对大数据的掌握程度可以转化为经

济价值的来源。另一方面,大数据已经撼动了世界的方方面面,从商业科技到医疗、政府、教育、经济、人文以及社会的其他各个领域。”^[5]这就意味着粤港澳大湾区构建现代文化市场体系不能局限在原有的体系框架内,而应打破传统文化产业体系的结构范畴,强化互联网大数据在现代文化产业体系中的基础性作用。《纲要》强调大数据在推进区域协同创新中的重要作用,着力指出构建具有国际竞争力的现代产业体系需要“推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合”。即粤港澳大湾区构建现代文化市场体系需要将大数据视为重要的产业资本和经济投入,在区域创新融合的发展过程中,通过在文化市场体系建构中引入大数据这一变量,进而撬动和更新文化市场体系的组织机制。

第一,通过大数据强化大湾区文化市场体系的现代化水平。建构文化市场体系一定是面向现代、面向未来,且粤港澳大湾区未来要在国家经济发展中发挥支撑和引领作用,这就必然要求粤港澳大湾区现代文化市场体系的构建,绝不能仅仅停留在要素健全这一层次上,而应有更高的追求。“‘现代’概念体现了未来已经开始的信念;这是一个为未来而生存的时代,一个面向未来的‘新’敞开的时代。”^[6]因此,面向未来而生的文化市场体系,必然代表着一种新的社会知识,必然要用新的标准、新的模式对固有的文化市场体系进行重构以凸显文化市场体系的现代性。

在数字化时代,数据不再是交易的痕迹,而是现代市场进行生产和资源配置的重要依据,是现代国家竞争力的战略制高点。粤港澳三地已积累了大量的数据如广东的大陆地区数据、港澳的国际化数据,但由于区域的行政分割和数据的分别持有,使得数据难以发挥其价值的最大化。粤港澳大湾区在国家战略中发挥引领支撑作用,强化文化产业的国际竞争力,必须依靠三地的数据共享构建现代化的文化市场体系。《纲要》指出共建粤港澳大湾区大数据中心和珠三角国家大数据综合试验区,不仅是基于面向未来的市场体系构建的需要,更是以此为契机,实现大数据在湾区内部的互联、共享,推动文化产业升级换代。可以说,粤港

粤港澳大湾区大数据中心和珠三角国家大数据综合试验区的构建,是整合粤港澳三地的数据资源破解数据“信息孤岛”的时代难题,在数据的互联与共享方面发挥区域示范作用。同时,又能以此为基础培育和发展大数据产业这一新型业态,并利用大数据对文化市场的文化产品、文化人才、文化服务和文化资本等多种要素进行精准配置分析,提升市场运营效率和市场的现代化水平。

第二,通过大数据强化大湾区文化市场体系的协同发展。推动粤港澳三地的协同发展是建设大湾区的重要目标,客观地说,文化资本、技术、人才、信息等产业要素在粤港澳三地已实现了不同程度的流动。2002年粤港澳三地就通过举办文化合作会议的方式推进三地文化要素的流动。但是,由于文化本身具有的意识形态的特殊性以及粤港澳三地政治制度、市场经济体制、市场化程度的差异,使得广东与港澳之间存在或隐或显的区隔和防火墙,不同的意识形态阻碍或制约着相当部分文化要素在粤港澳大湾区之间的流通。因此,在这个意义上,粤港澳协同统一的文化市场并没有真正建立起来。

建设粤港澳大湾区是探索实现文化要素、文化资源在湾区范围内自由流动的重要途径。相对其他各类要素,大数据是意识形态色彩最淡的要素,所以,构建现代文化市场体系选择大数据为切入点,有助于突破粤港澳之间存在的意识形态藩篱,联合各种文化背景的利益攸关方。2017年广东省印发《珠江三角洲国家大数据综合试验区建设实施方案》,且《纲要》再次强调珠三角国家大数据综合试验区建设,表明以大数据为核心的体制机制创新已成为探索粤港澳大湾区协同发展的重要内容,而推动珠三角国家大数据综合试验区的建设,需要粤港澳三地建立统一的数据标准,相互开放数据端口,在数据采集、数据应用、数据交易、金融服务、创业创新等领域为文化产业的发展提供共享的公共应用平台,增强区域的协同发展。

同时,在更为广泛的意义上,增强粤港澳大湾区区域不同文化背景的协同创新,也是中国为与全球文化市场对接所做的一种准备。在国家战略中,粤港澳大湾区要融入“一带一路”建设,将会面

临美欧地区价值观、中东地区价值观等为主导的多元文化和多元经济体制的挑战,其复杂程度和不确定性远超过粤港澳大湾区这一区域性市场体系建设。所以,建设大数据综合试验区,推动粤港澳大湾区文化市场体系的协同发展,既是区域自身高质量发展的需要,也是为全面对接或融合于全球文化市场所进行的一场全球化实践,这种实践在推动区域和全球协同发展的同时,也必将丰富我国社会主义市场经济体系理论和实践。

第三,通过大数据强化大湾区文化市场体系的需求导向。我国社会经济发展的主要矛盾已从生产侧转向了需求侧,文化消费的重要性凸显出来。因此,粤港澳大湾区建构现代文化市场体系必须紧紧把握这一主要矛盾的变化。粤港澳大湾区是我国文化产品生产的重要基地,尤其是港澳在近年来更是成为内地出境文化旅游消费的目的地,所以,在消费需求的导向下,强化大湾区文化市场体系需要充分利用大数据对消费行为模式进行分析,根据消费数据进行个性化、特色化和品质化的生产,提升文化市场体系的运营效率。

在利用大数据强化大湾区文化市场体系的建构中,要充分把握两个市场,一是国内市场,二是国际市场。把握国内市场,需充分把握现代科技前沿,利用大数据将生产与消费联系起来,对传统消费和新兴消费进行数字化动态分析,并将其反馈给生产企业,优化和提升文化产品质量和服务。在数据建设和共享方面,广东已建成广州开发区大数据产业园等15个省级大数据产业园;澳门与阿里巴巴公司合作共建旅游大数据,根据数据制定分流旅客措施;深港成立大数据联盟;澳门与广东建立“春节黄金周旅游通报机制”等,从消费端为粤港澳大湾区构建以大数据为支撑的文化市场体系提供了有力的保障。在国际市场方面,我们应充分利用香港、澳门对国际市场的融通平台,把握国际文化消费市场的新需求和新变化,为文化生产提供态势分析和精准预判等服务。2019年伊始,香港大数据交易所全球超级节点招募计划初步完成,极大拓宽了粤港澳大湾区与世界各地的互联互通,能最大可能地利用世界数据资源,并通过创新技术、产品、服务和模式以满足新的消费需求。

第四,通过大数据强化大湾区文化市场体系的科技支撑。以大数据为基础的现代文化市场体系注重科技与文化市场体系各要素的融合创新,这不仅是基于互联网大数据的创新应用和部署,更是文化生产方式自身升级换代、谋求高质量发展的必然需要。文化产业是粤港澳大湾区的重要产业类别,但文化产业本身的科技含量有待于进一步提升。从2015年广东省文化产业的增加值来看,尽管以“互联网+”为主要业态的文化信息传输服务业发展迅速,但占文化产业增加值比重最大的仍是以制造和珠宝首饰及有关物品制造为主的科技含量低的制造业,二者占总增加值的29.8%,互联网信息服务业、软件开发两大行业占28.4%。澳门由于博彩业掌控了澳门的经济命脉,文化产业的发展空间相对较小^[10]。香港文化产业相对于广东和澳门科技含量虽然较高,但软件、电脑游戏及互动、媒体业占文化产业增加值的比重也仅占38%^[11]。这也就意味着,在整个粤港澳大湾区文化市场体系中,文化制造业仍处在产业链的下游,内部产业结构亟待进一步优化。

四、协调统筹:粤港澳大湾区现代文化市场体系构建的机制创新

健全现代文化市场体系,推动粤港澳大湾区文化产业高质量发展,已成为粤港澳大湾区文化建设与发展的重要目标。从本质上来说,粤港澳大湾区是一个跨区域的概念,涵盖深圳、广州、佛山、东莞、肇庆、惠州、珠海、中山、江门9市和香港、澳门2个特别行政区,即“9+2”的城市空间布局。这也就意味着,统筹协调实现粤港澳大湾区的跨区域治理是大湾区现代文化市场体系建设的最为基本的前提。在大数据全面介入现代文化市场体系建构的前提下,积极推动粤港澳大湾区大数据中心和珠三角国家大数据综合试验区建设,运用大数据推动跨区域协调发展是粤港澳大湾区未来建设应重点关注的方向,集中体现为以下四个方面:

其一,协调统筹区域发展。粤港澳大湾区涵括11个城市,因此构建现代文化市场体系关键是要实现区域之间的数据共享。与京津冀、长三角等区

域不同的是,粤港澳大湾区的空间区域包括两种社会制度,即广东的社会主义经济制度、香港和澳门的资本主义经济制度,所以粤港澳大湾区的数据区域协同首先要打破制度壁垒和行政分割,实施数据共享,在此基础上构建基于大数据的城市群空间联系网络。围绕粤港澳大湾区的区域文化协调发展,应在重点领域进行突破,如利用就业数据统计创意人才供需,评估创意人才集聚程度和分析制约创意人才集聚的地区问题,进而为区域人才政策的调整提供依据。

其二,协调统筹政企关系。政企关系历来是我国经济社会文化发展的重要问题,粤港澳现代文化市场体系建设可以说是对这一问题的探索性实践。十八届三中全会提出要发挥“市场在资源配置中的决定作用”,《纲要》也提出“建立以企业为主体、市场为导向”的政企关系,这就为新时代粤港澳大湾区政企关系的调整指明了方向。广州、深圳既是大湾区的重要节点城市,又是2018年《国务院关于同意深化服务贸易创新发展试点的批复》中的首批试点城市,因此,在协调统筹政企关系层面,粤港澳大湾区可充分利用试点城市的相关优惠政策,减少政府行政干预,探索运用大数据等技术手段推动城市与进出境管理、市场监管、商务、海关、金融、交通等相关部门的数据的互联互通开放共享,并通过深入推进“放管服”、不断优化营商环境、创新服务贸易企业信用等级评定等方面,促进政府职能转变,培育新型文化市场主体,提升文化贸易、文化产品保税展示交易、文化教育等领域对外开放的程度。

其三,协调统筹产业发展。文化产业跨界融合的趋势已成为发展的共识,也日益成为文化产业提质增效的新动能。统筹区域文化产业协调发展,就是在当前文化生产和文化消费愈加创意化、动态化、智能化、数字化的时代语境下,强化“文化创意设计与装备制造业、消费品业、信息业、建筑业、旅游业、体育产业以及现代农业等跨界交融”^[12]。这就需要充分利用各个地区文化及其相关领域生产与消费的大数据资源,通过大数据资源全面掌握区域文化产业发展概况,引导企业合理布局,充分发挥香港—深圳、广州—佛山、澳门—珠海在大湾

区的引领带动作用,使得城市之间的功能互补效应实现最大化,促进区域文化产业的高质量发展。

其四,协调统筹行业配置。文化产业高质量发展需要产业自身在产业链的各个环节进行高效的要素配置,这就要求大数据全面介入文化产品的研发、设计、制造、品牌、营销、运营、消费等各阶段,提高文化及相关要素生产率和资源配置效率,促进产业链上下游的深度合作。某种意义上讲,粤港澳大湾区参与世界湾区竞争,其实质是产业链的竞争,只有确保产业链上下游的数据协同和数据的跨地域、跨系统、跨部门、跨业务的协同共享、管理,才能促使最优质的生产资源集中到优势的产业环节上,进而在整体上提升文化产业的运营效率和发展质量,实现区域发展的转型升级。

五、建构粤港澳大湾区现代文化市场体系的文化着力点

粤港澳大湾区文化产业的高质量发展需要现代文化市场体系的支撑。大数据利用有助于统筹协调粤港澳大湾区实现文化发展的跨区域治理。同时,在粤港澳大湾区全面建构现代文化市场体系、推动文化产业高质量发展的过程中,需要不断创新文化理念,做到“三个深化”,把粤港澳大湾区文化产业高质量发展推向深入。

第一,深化区域文化共识,携手共建文化湾区。

粤港澳大湾区建构现代文化市场体系,市场是核心,但市场背后深厚的文化共识是市场得以顺畅运行的逻辑。文化共识是区域社会主体在文化渊源、文化观念、生活习惯、社会风俗等方面达成的一致性认识,粤港澳三地地域相近、文脉相近,为文化共识的形成与打造奠定了文化基石。粤港澳地区在唐宋时期就是重要的对外贸易基地,并一直延续到明清,逐渐培养出大湾区重商求实的文化倾向。改革开放以来,深圳成为我国第一个对外开放的窗口城市,有力地促进了大湾区商品经济的发展和重商求实文化精神的传播。深化大湾区的文化共识,不仅仅是传承重商求实的文化传统,更重要的是在新历史机遇和条件下对其进行强化提升,利用地缘相近和文脉相亲的发展优势,

共建“人文湾区”。社会层面的文化认同是一种更深层次的认同,社会文化共识营造的最终目的就是要建立与现代文化市场体系相适应的价值文化,它不仅决定了最为广泛的社会大众参与粤港澳大湾区现代文化市场体系建设的决心,也是现代文化市场体系具有生机活力的源泉。

第二,深化产业结构调整,打造文化发展高地。

发挥粤港澳大湾区在国家经济发展和对外开放中的支撑和引领作用,应充分提升产业本身的发展质量。构建现代文化产业体系,推动文化产业高质量发展,就是通过完善和优化文化要素,剔除区域文化产业发展中低端、落后的文化产能,着力发展具有高创意、高科技相融合的文化产品,不断优化升级文化产业的产业结构,在国际文化产业竞争中从被动和附加值低的产业链的下游环节向更具主动和附加值高的产业链上游环节转移。因此,在深化文化产业供给侧结构性改革的背景下,粤港澳大湾区建设彻底改变了广东地区以“进料加工”、“贴牌生产”为“特色”的低端产品制造者形象,为打造粤港澳文化发展高地提供了重要的历史机遇。深圳、广州、珠海、香港等城市在数字文化、创意设计等“高精尖”产业领域需充分发挥比较优势,提升各类文化产品和文化品牌的供给,加快文化与科技、商务、旅游等各领域融合发展,切实推动文化产业高质量发展。

第三,深化产业载体支撑,培育文化发展动力。

现代文化市场体系需要生产企业的支撑,而这也是粤港澳大湾区文化产业高质量发展的最终落脚点。粤港澳地区文化或文化科技型企业众多,如腾讯在用户规模和收入上已成为世界第一大游戏企业,但与欧美知名的文化或文化科技型企业相比,其仍缺乏核心IP的强力支撑。这也就意味着,深化产业载体支撑,不仅仅是打造航母型的品牌企业,实现航母型企业对相关产业链、产业园区的带动,更应注重对核心文化产品的创意性挖掘、培育,即把现代文化产业体系的构建建立在最核心的文化本质内容上,而不仅仅是停留在单纯的经营或营销模式的创新上。所以,深化产业载体对现代文化市场体系的支撑作用重点是培育一批具有国际影响力和竞争力的明星企业,推出一批有特

色的具有一定内涵的民族文化 IP, 从而为文化产业的高质量发展提供动力和内容支持。

参考文献:

- [1] (英)欧文斯等.世界城市文化报告 2012[R].黄昌勇等译.上海:同济大学出版社,2013.28.
- [2] 臧志彭,伍倩颖.世界四大湾区文化创意产业结构演化比较——基于 2001—2016 年全球文创上市公司的实证研究[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2019,(1):34-43.
- [3] 广东文化产业缘何持续领跑 15 年? 文化+金融注入强动能[EB/OL].<https://www.yidaiyilu.gov.cn/xwzx/roll/68316.htm>.2019-01-30.
- [4] 李康化.建立健全现代文化市场体系的“三大表征”与“五大关系”[J].文化产业研究,2015,(1):11-23.
- [5] (英)维克托·迈尔-舍恩伯格,肯尼思·库克耶.大数据时代:生活、工作与思维的大变革[M].盛杨燕,周涛译.杭州:浙江人民出版社,2013.15.
- [6] (美)理查德·佛罗里达.创意阶层的崛起[M].司徒爱勤译.北京:中信出版社,2010.79.
- [7] 曹仕涛,刘庆帅.“95 后”消费观透视[J].青年发展论坛,2018,(1):20-25.
- [8] 家庭游最爱 粤港澳全面开启“定制化”[N].羊城地铁报,2017-05-31(A8).
- [9] 汪晖.我们如何成为“现代的”?[J].中国现代文学研究丛刊,1996,(1):1-7.
- [10] 范易飞,范宇鹏.澳门文化创意产业发展对策研究[J].经济师,2016,(7):83+85.
- [11] 赵自芳.香港文化及创意产业的发展经验及启示[J].人文天下,2016,(11):13-19.
- [12] 范玉刚.跨界融合是文化产业提质增效的新动能[J].北京文化创意,2017,(6):11-12.

【责任编辑:周琍】

Modern Cultural Market System: Approaches and Direction of High-Quality Development of Cultural Industry in the Greater Bay Area

WANG Lin-sheng

(Institute of Culture, Beijing Academy of Social Sciences, Beijing, 100101)

Abstract: Perfecting modern cultural market system and realizing high-quality development of the cultural industry in Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area is of great significance for building a dynamic world-class urban agglomeration, integrating into the Belt and Road construction, and building a pilot zone for cooperation between Chinese mainland and Hong Kong and Macao. The modern cultural market system has five major characteristics of creative talents, dynamic production, intelligent products, customized consumption, and diverse capital. To build a modern cultural market system, we need to redefine concepts and highlight the fundamental role of big data resources in terms of modernization level, coordinated development, demand orientation and technology support. Besides, we need to exercise overall coordination in regional development, government-enterprise relations, industrial development, and industry allocation so as to realize the mechanism innovation of the construction of the modern cultural market system in Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area. At the same time, efforts should be made to build consensus on regional culture, make adjustment of industrial structure, broaden industrial support, and promote high-quality development of the cultural industry in Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area.

Key words: modern cultural market system; Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area; big data; overall coordination; high-quality development