



江苏产业转型升级与文化发展新路径

谭 军



江苏人文社会科学讲座

234

研究表明,经过改革开放以来的率先发展,产业结构转型升级已经成为江苏经济发展的当务之急。发达国家进入工业化中后期后,一般都经历了产业结构转型升级的阶段,并引发了全球产业分工体系的大规模重构和布局。值得注意的是,伴随着这个过程的知识经济的兴起,文化也超越了传统的认知和社会功能空间,而成为推进发达国家经济增长和产业结构转型的新引擎,不但以文化产业创造了新的财富,而且通过“文化耦合产业化”推动了整个产业界的提升,从而推动经济增长和产业结构转型。这是需要我们关注和研究的。

一、产业结构转型升级是江苏经济发展的当务之急

2008年,江苏GDP突破了3万亿元,人均GDP为5705美元;第二产业增加值占比达到55%;第一产业就业人员占比下降到22%左右;同时,城市化进程进一步加快,城市化率达到54.3%。按照划分工业化阶段的多个标准,上述数据都表明江苏已经步入了工业化中后期阶段,苏南等地方甚至已经进入工业化后期阶段与后工业阶段之间的过渡时期。步入工业化中后期的经济怎么走,理论界存在三种观点:新重工业化、服务业与工业化、高加工度化。第一种观点认为,“重工业化”是工业化进入中后期阶段工业内部



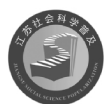


结构演变的一般规律,英国、美国、日本等发达国家在实现工业化的过程中都先后经历过该进程;第二种观点反对重化工业化道路,主张走适合本国资源禀赋特点的工业化道路,大力发展服务业,从投资驱动、资源和能源消耗转向主要依靠技术创新、提高效率和促进人力资本发展来推动新工业化;第三种观点认为重化工业阶段只是工业化初期阶段,工业化中后期后要促进工业高加工度、技术集约化。从上面三种观点看,尽管各有差异,但实际上都强调现代服务业和现代制造业的发展,强调产业结构转型升级,产业结构转型升级成为江苏经济发展的当务之急。正如原江苏省委书记梁保华在谈到江苏产业转型升级问题时指出:“要加快建立以高新技术产业为主导、先进制造业和现代服务业为支撑、现代农业为基础的现代产业体系。”

传统观点认为,工业化和城市化是经济增长的两大引擎,它们分别从产业层面、区域层面推动经济增长。工业化推动经济增长源于发展大规模高效率的制造业,可以推动农业和服务业的发展,具有“三级效应”,而城市化与人均 GDP 对数变量之间的相关系数高达 0.85。但更值得我们关注的是,随着经济发展进入工业化中后期后,由于创新驱动将逐渐替代要素驱动、投资驱动,经济发展将进入创新创意的知识经济阶段,因而“文化化”将成为推动经济增长和产业转型升级的新引擎。

二、产业结构转型与“文化化”

进入工业化中后期后,产业结构转型迫在眉睫。从世界发达国家的经验看,在这个阶段,人们超越了对文化的传统认知,文化不仅是文学艺术,而且是创新、创意的载体,是社会财富新的源泉。以





创新的价值导向,以国家战略的推进方式,以文化产业为耦合形式,文化正是步入工业化中后期国家推进经济增长和产业结构转型的新引擎。现代化理论认为:一个国家的现代化不仅要经历工业化、城市化的阶段,而且最终要进入所谓的“文化化”阶段。这里的“文化化”,是指在城市化后出现的以“人本”、“创新”为价值导向的“城市创意化”、“创意产业化”和“文化耦合产业化”这三个层面有机结合构成的一个开放的、动态的“城市创意系统”演进发展过程(见图1)。经验表明,通过文化化过程能够有效缓解工业化和城市化对资源、环境等所施加的不断强化的压力。

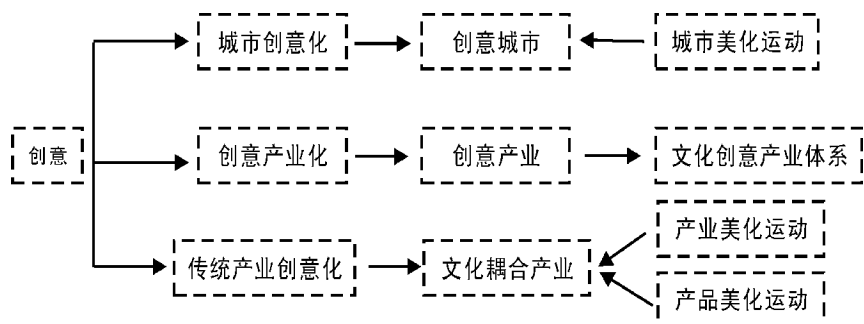


图1

文化化中的“城市创意化”就是通过“城市美化运动”、“城市重塑”,用文化创意来挖掘城市记忆,塑造城市形象,凸现城市文化特征,培育新生活方式,集聚创意阶层,打造“创意城市”。近年来,南京、苏州、扬州等城市纷纷提出建设“生态、宜居”城市,无锡还提出建设“创新、创意新城”的目标,这些就是一种“城市创意化”,对提高城市竞争力起着重要的作用。

“创意产业化”就是要通过创意和信息技术的全面嵌入,通过促进文化创意产业集群形成培育由创意链、生产链和衍生开发链





组成的文化创意产业链,鼓励消费者参与文化创意产品创作和传播,实现文化创意产业的生产性、消费性、体验性等方面功能的多样化、立体化和网络化。在推动经济增长方面,文化创意产品和服务生产的增长不但是 GDP 增长的重要组成部分,而且同时具有投资和消费的“乘数效应”。

“文化耦合产业化”就是通过“产业美化运动”把文化要素、美学要素、精神要素耦合到其他产业中,耦合到其他产业的产品和服务中,打造高度发达的文化耦合产业系统。文化创意要素耦合到其他产业能够产生新的产业,推动经济增长和产业结构转型。江苏拥有丰富的文化资源,把这些文化资源耦合到其他产业中可以催生工业旅游、文化休闲、休闲体育、工艺农业等新兴产业。文化耦合产业化还可以通过“产品美化运动”,把文化要素、美学要素、精神要素通过 CIS 系统、外形设计、品牌打造让企业获得产品或服务中的文化附加值,促进产品和服务的精细化、美学化和品牌化。

三、文化产业是产业升级的新引擎

江苏有着发达的制造业,在最新出炉的 2009 中国企业 500 强中,江苏占了 51 家,其中制造业企业占多数。但总体来看,多数产业产品附加值不高,需要通过产业升级推动往“微笑曲线”两端攀升。一般认为,产业升级主要有两条途径:一是产业集群,即基于本地网络的企业间合作、人际互动、劳动力流动等集群学习方式,有助于促进企业的成长,为产业升级奠定微观基础。二是嵌入全球价值链,即嵌入全球价值链有助于企业在与链上企业的合作过程中学到知识和实现创新,进而促进企业从全球价值链低端转向中高端。但是,近年来越来越多的研究指出,集群学习对企业成长的作用





用被高估了,集群外学习的重要性被忽略了。Oinas(2000)指出,全球价值链和集群学习只是代表着产业协作分工的两个端点,两者相互镶嵌和互动能够推动企业创新和成长,置于两端之间的超集群学习被证实在促进企业成长方面起着重要作用,超集群学习属于非本地、非集群学习。无论是集群学习还是超集群学习都需要提供学习平台,而且这种平台能够提供宽松的氛围,有助于建立信任机制,促进脑袋激荡、知识分享与知识传播,这就需要发展消费性文化产业,如休闲娱乐业、休闲体育业、文化旅游业等。

Amsden(1989)的研究指出,新兴市场的企业实现升级和创新的最佳路径是由简单的委托代工制造到研发设计,并最终建立自主品牌。Lee 和 Chen(2000)补充道:还可以通过构建营销能力、研发能力和设计能力直接向 OBM 升级。可见,要摆脱 OEM 的内在劣势,带动江苏企业及产业的整体升级,就需要大力发展设计产业。以韩国为例,上世纪 60 年代初的韩国还处于劳动密集型产业结构阶段,为了实现产业升级,韩国从 1962 年起开始大规模的工业化,确定了“输出立国”战略以促进产业升级,到了 80 年代初,韩国开始进入工业化中后期阶段。如何实现产业进一步升级呢?韩国实施了“技术立国”战略,发展以研发型产业、知识产业、高级组装型产业、流行设计产业为主的新兴产业,通过新产品开发的技术优势加上成功的外观设计实现对发达国家的赶超。发达的设计产业促进了韩国大量自主品牌的建立,并实现了自主品牌的国际化。2008 年韩国设计产业产值达到 160 亿美元,首都首尔也成了世界著名的设计之都。实际上,从韩国、德国的发展经验看,无论是品牌化,还是高端化,都需要发达的设计产业作支撑,只有这样,高端化、品牌





化、规模化才会有高附加值,才会有市场。

四、结论

江苏正在步入工业化中后期,也是城市化向“文化化”的迈进阶段,因此,从经济结构优化、产业转型升级的需要看,江苏文化已进入了一个新的发展阶段,即以文化作为“建设新江苏”的新引擎,确定“人本、创新和多样化”发展的新理念,通过“文化强省”战略来加速江苏现代化进程中的“文化化”,推进江苏的产业转型升级,促进江苏经济的又好又快发展。实施“文化强省”战略,需要采取以下措施:一是加快建设“江苏区域创意体系”。“区域创意体系”就是支持新思想、新想法和新创意不断涌现的经济社会生活环境系统,“区域创意体系”建设推动主体是政府、企业、研究机构和民间组织,建设载体是城市。目前,各城市要加快完善区域创意体系的主体性要素、资源性要素和环境性要素建设;各城市要促进区域创意体系的社会网络、契约网络、产权网络形成;各城市要根据文化资源特色,构建具有地方特色的制度安排、政策法规、基础设施水平和创新文化氛围。二是启动“文化资源‘价值再造’工程”,推动“城市美化运动”,挖掘保护城市建筑记忆、河道街道记忆、民俗记忆和人文记忆等。三是要集聚文化创意阶层,特别关注扶持具有企业家精神的创意人才,并为大规模吸引自由执业的文化创意人才提供适宜的工作、生活、创意环境。四是利用技术“蛙跳”发展新兴文化产业。分析处于工业化中后期国家发展文化创意产业的成功经验,可以发现,这些国家重点发展的文化产业门类总是能够充分利用当时的先进技术,侧重发展当时出现的新兴文化创意产业,从而实现文化产业“蛙跳”,赶超先进国家。目前,我省应该充分利用电子





信息产业发达的优势,大力推动基于数字技术、网络技术的网络文化产业发展,特别是要充分抓住 3G 网络开通带来的手机内容产业发展的机遇。五是加快文化市场“双边化”发展。发达的文化市场具有典型的双边市场特征,双边市场产生的间接网络效应有助于文化产业成长。这需要大力发展文化产业集群,包括园区、街区、主题公园、河谷和湖湾等;鼓励像 NBA、WWE 等的第三方运营商发展,使企业成为双边市场的运营主体;鼓励文化企业的“网络组织化”,特别是“大集团化”,并鼓励文化企业的兼并重组和连锁经营。六是支持文化耦合产业发展,启动“产品美化工程”,扩大文化化的二级效应。



谭军,1971 年出生,副教授,硕士生导师,在读博士,无锡市委党校副校长。主要研究方向:产业经济学、文化产业。发表论文《GME 服务模式下的中介组织专业市场集聚》、《第 X 休闲:变迁、效应与竞争优势》、《转轨经济、双边市场与文化市场一体化》、《文化市场一体化:以长三角地区为例》等。主持国家、省、市等多项研究课题。

