

香港特別行政區政府中央政策組委託顧問報告

香港文化及創意產業與珠江三角洲的關係研究

終期報告

香港大學文化政策研究中心

2006年3月

香港文化及創意產業與珠江三角洲的關係研究

許焯權 主編

香港大學文化政策研究中心
香港大學道 3 號研究生堂 P306 室

電話：852-22491306

傳真：852-22491307

電郵：ccpr@hkucc.hku.hk

網址：<http://ccpr.hku.hk>

2006 年 3 月

©版權為香港特別行政區政府所有

香港特別行政區政府中央政策組委託顧問報告

香港文化及創意產業與珠江三角洲的關係研究

終期報告

(第一部份)

香港大學文化政策研究中心

2006年3月

目 錄

報告撮要	3
第一部分	
第一章：珠三角的總體定位和一體化發展的趨勢	21
1. 珠三角經濟區的由來與特點	
2. 珠三角與香港一體化發展的沿革	
3. 珠三角與香港的文化合作態勢	
第二章：珠三角文化及創意產業發展的總體態勢	38
1. 珠三角文化及創意產業的界定	
2. 珠三角文化及創意產業的總體現狀	
3. 珠三角文化及創意產業的基本特點	
4. 珠三角文化及創意產業的空間分佈	
第三章：珠三角文化及創意產業的優秀企業、機構與代表性成果	70
1. 珠三角中具代表性的文化及創意企業	
2. 國家級文化產業示範基地	
3. 大型文化節慶和會展	
4. 文化及創意產業園區	
5. 文化及創意產業的非政府(NGO)和非牟利(NPO)組織	
第四章：珠三角與文化及創意產業相關的管理機構、法律和政策	93
1. 珠三角地區文化及創意產業的總體管理框架	
2. 與文化及創意產業相關的發展戰略、法律和法規	
3. 政府管理機制的創新	
第五章：珠三角文化及創意產業中香港投資和外國投資的情況	102
1. 香港及外國投資的比重和主要領域	
2. 香港及外國投資的代表性企業和重要成果	
第六章：珠三角文化及創意產業的隱憂和機遇	110
1. 產業的創新與活力	
2. 整合發展的組織結構	
3. 產業的科技含量	
4. 對外貿易規模	
5. 國際級的節慶會展和品牌	

第二部份

第七章：香港文化及創意產業與珠三角關係的界別分析	3
1. 廣告	3
2. 建築	11
3. 藝術品、古董及工藝品	22
4. 設計	32
5. 數碼娛樂	38
6. 電影及錄影	49
7. 音樂	58
8. 表演藝術	64
9. 出版	72
10. 軟體與電子計算	78
11. 電視及廣播	89
第八章：香港文化及創意產業與珠三角整合發展的可能性與策略	93
1. 香港參與珠三角文化及創意產業整合發展的有利條件	
2. 香港與珠三角文化及創意產業整合發展的重點	
3. 香港與珠三角文化及創意產業整合發展的切入口	
4. 香港文化及創意產業的整體發展建議	
5. 結語	
附錄	
1. 珠三角地區近期實施的有關文化及創意產業的主要發展規劃和法規、政策一覽表	
2. 《文化及相關產業分類》與《香港創意產業基線研究報告》產業分類比較	
3. 香港現行政府及非官方組織提供協助或推廣文化及創意產業的措施	
4. 書目	
5. 鳴謝	

香港文化及創意產業與珠江三角洲的關係研究報告撮要

1. 珠三角的總體定位和一體化發展的趨勢

- 1.1 珠三角文化及創意產業的發展及與香港的合作，是以珠三角經濟區的發展作為背景的。珠三角經濟區的崛起，得益於就近實現港澳資金、技術與內地廉價勞力、土地等生產要素的優化結合，建立了外向型的生產加工體系，也得益於中央政府給予深圳、珠海兩個經濟特區“先行先試”的特殊政策。深圳、珠海、廣州、佛山，共同構成珠三角的核心圈；東莞、江門、中山等構成珠三角的內層；肇慶和惠州則構成珠三角的週邊，成為中國最富有經濟活力的三大城市群之一。珠三角經濟區的土地面積只佔中國國土的0.5%，人口不到中國人口總量的2%，但是2003年的GDP佔全國總量12萬億元的9.45%，成為全國經濟的發展重鎮。隨著珠三角經濟區的資本、技術、管理、市場網路等逐漸向周邊省市擴散，該地區逐漸發展成為“泛珠三角經濟區”（簡稱“9+2”）。整個地區的面積佔全國面積的五分之一，人口超過全國的三分之一。
- 1.2 珠三角與香港的關係可以分為以下三個階段：1949年之前是第一階段，香港作為中國與世界市場之間的貿易仲介；1950—1978年是第二階段，香港同中國的貿易是有限的，香港經濟的發展由本土工業化帶動；1979—1997年是第三階段，香港把大部分製造業轉移到珠三角，自己變成服務中心，專長貿易、運輸與金融，香港與珠三角出現了區域分工。以東莞為例，九十年代末已形成的電腦生產平台，其桌上型電腦元器件、鍵盤、交換式電源器、滑鼠、監視器和機殼等已成為世界性生產基地。這種合作模式非常成功，充分調動了珠三角地區閒置的勞動力、土地等資源，創造了一種雙贏的局面，出現了一批高度專業化的產業基地，如順德的珠寶加工業、東莞的電腦製造業、佛山的燈具業和電器業、深圳的印刷和電子業、虎門的服裝業、番禺的電器業等。
- 1.3 1997年香港回歸祖國，珠三角和香港的合作出現了新的勢頭。首先是香港在廣東省的投資金額不斷上升，而且由90年代的加工製造業為主，逐步向科技、金融、保險、法律、文化及創業產業等科技含量及文化含量高的產業發展，而其中80%以上又集中在珠三角地區。由於珠三角城市的經濟快速發展，同時又有較便宜的土地、住房和勞動力，使大量香港的經濟活動逐步向珠三角轉移。大量港人北上消費，香港跨境旅客數量1997年以來不斷上升，2003年深港24小時通關，進一步方便了兩地居民的經濟和文化交往。
- 1.4 2004年開始，“內地與香港更緊密經貿關係安排”(CEPA)及其附件進行全面實施，使得珠三角和香港的合作獲得了新的機遇。兩地貨物往來的手續將更簡化，讓更多的跨國公司在珠三角和香港進行策略性投資，更加便利地進入內地市場。多個大型基建專案全面展開：港珠澳大橋的建設，大大改善珠三角西部、粵西甚至西南地區通往東部的交通條件，進一步促進西部和粵西地區的經濟發展，促進“大珠三角”和“泛珠三角”經濟圈的確立。另

外，珠三角快速軌道網構築“一小時經濟圈”，帶動了珠三角地區綜合運輸系統水準的提升。

- 1.5 香港在地理上與珠三角屬於同一史前文化系統，香港的本土文化傳統來源於嶺南文化。在思想、教育、文學、藝術、建築、工藝、方言、民俗和飲食等方面，無不體現嶺南文化的內涵與特色。兩地在文化合作方面，一直有良好的傳統，近年在文化及創意產業的民間交往，已經成為富有影響力的文化交流項目。自 2002 年，這種合作上升到了政府的層面，並且以合作協定的形式，在多個領域展開。粵港澳三地的政府文化部門加強了聯繫，積極促進彼此間的文化交流與合作，召開了多次會議，就演藝人才交流及節目、文化資訊交流、文博事業、公共圖書館數位化聯網建設及弘揚粵劇藝術作更深入的合作。三方決定共同成立專家小組，為粵劇申請世界人類口述及非物質遺產，並有意願發展相互的文化遊旅，為珠三角的文化及創意產業，提供了一個跨境發展及接軌國際的重要背景。

2. 珠三角文化及創意產業發展的總體態勢

- 2.1 在中國的國情背景下，採用的是文化產業的概念，2004 年 3 月國家統計局在與中央宣傳部、文化部等部門共同研究的基礎上，制訂了《文化及相關產業分類》，從政府統計的層面上，將文化及相關產業界定為：為社會公眾提供文化、娛樂產品和服務的活動，以及與這些活動有關聯的集合。它與香港所指的文化及創意產業大體相同，但內地並沒有把公共的文化服務系統和產業化的文化生產系統截然分開，所以分類更為寬泛。
- 2.2 它包括三大圈層：I、核心層，包含新聞服務業、出版發行與版權服務業、廣播電視電影服務業、文化藝術服務業；II、週邊層，包含網路文化服務業、文化休閒娛樂服務業、其他文化服務業；III、相關層，包含文化用品生產製造業、文化用品設備及相關文化產品的銷售業。
- 2.3 本報告結合了 2005 年《文化及相關產業指標體系框架》的材料，以及珠三角各城市對文化產業的調研成果。大體上就是中國大陸和廣東省的文化產業的範圍，同時也參照了香港文化及創意產業的界定。根據以上的分類和廣東省統計部門的材料，在廣東省文化及創意產業的經濟貢獻中，珠三角佔有 90% 以上的份額，而且是同步地在增長。
- 2.4 珠三角文化及創意產業的從業人數，佔全省 85% 以上的份額，彙聚了大批優秀人才和勞動力。珠三角和廣東省文化及創意產業從業人員佔從業總人數的比例，是全國平均水平的 4 倍以上。根據文化部的統計材料，2003 年中國文化及相關產業增加值佔 GDP 的比重為 3.1%，而珠三角的增加值佔當地 GDP 的比重，超過了全國平均水準，達到 7% 以上。
- 2.5 珠三角成為全國報業集團最集中和最強大的地區，出版業在 2003 年居於全國中上水準，在整個中國大陸開了出版業向集團化方向發展的先河，資產和規模都處於前列，營銷市場非常活躍。目前珠三角已成為中國大陸進出口音像製品最大的集散地，音像電子出版物及複製單位大部分集中在珠三角地區，光碟生產能力和市場佔有率佔了中國大陸差不多一半的市場。
- 2.6 廣東省電視系統的總資產及廣告總收入在省級電視系統中居全國之首，有

線廣播電視用戶約佔全國的十分之一。珠三角佔有全省廣播電視和電影服務的舉足輕重的位置，是中國大陸最重要、最多產的電影和電視劇製作中心之一，電視劇年產量約佔全國的 10%。珠三角也成為中國大陸演出最活躍、形式最豐富的地區之一。2004 年，民營演出公司佔據了 7-8 成的市場份額。文化服務方面，珠三角地區也佔廣東省公共圖書館 85%。

- 2.7 2004 年，廣州市初步形成市、區、街道三級政府資訊網路系統，建成全國一流的政府資訊網路交換平台。其他的相關城市在政策的支援下，也著手拓展網上資訊服務，推動電子商務發展，重點開發一批基礎性資料庫，建設一批文化資訊資源服務網站，提供文化資訊資源的鏈結服務。
- 2.8 珠三角旅遊在旅遊創匯、旅遊業總收入等主要旅遊經濟指標均居全國首位，是中國大陸主題公園最密集及最成功的地區，其經濟效益在全國主題公園中名列前茅。珠三角地區佔廣東省總體廣告經營額 91%。文化用品市場主要集中在廣州、佛山、中山、惠州等地。
- 2.9 中國文化商品的出口主要集中在硬體設備方面，內容軟體的出口還處在起步階段。珠三角地區進出口總額超過本地的文化及創意產業增加值；2002 年，出口方面約佔全省的 90%，進口方面約佔全省的 85%。文化出口產品以書籍、報紙、印刷圖畫及其他印刷品和已灌（錄）音或錄製其他資訊的唱片、磁帶及其他媒體兩大類為主。加工貿易是珠三角文化產品出口的主要方式，外商投資佔全省的七成以上，私營企業出口增長迅速；外貿依存度(指一定時期內一個國家或地區對外貿易總額占該地區國內生產總值的比重)超過全國平均水準。
- 2.10 珠三角文化及創意產業的基本特點是：(1) 文化服務業在文化產業中佔最大的經濟比重 - 珠三角文化產業的發展，在內容/版權創造和非產品類的服務方面有一定的優勢，但內容和版權的價值，還沒有及時轉移到文化產品製造業和文化產品的貿易業中，發揮文化價值的倍增效應、後續效應和聯動效應。(2) 形成一批在全省和全國有影響的文化集團 - 珠三角逐漸形成一批在全省和全國有影響的文化集團，包括深圳華僑城集團、廣州日報報業集團、廣東教育出版社、珠江電影製片廠、南方廣播影視傳媒集團等十多個大型文化集團的總部和利潤中心。(3) 形成一批具有活力的文化節慶和品牌 - 例如廣東省藝術節、深圳讀書月、佛山陶瓷節、惠州數碼節、中山花卉節，廣州出口商品交易會、及深圳文化產業博覽會等，出現國有資本、外資、民營資本和社會資本多元發展的良好勢頭。(4) 珠三角地區文化及創意產業的多元投資 - 隨著文化及創意產業吸收民營投資的管制逐漸放寬，珠三角民營資本進入文化及創意產業的步伐十分活躍，但進入的情況很不平衡。總體來說，政治敏感度高，市場管制嚴格的領域，民營資本較難進入及較難快速發展。(5) 珠三角資源與香港資本的結合卓有成效 - 在印刷、旅遊、發行、零售、娛樂等領域，香港資本和技術的導入，仍然起了重要作用。
- 2.11 珠三角的文化及創意產業的空間分佈可以分為 3 個層次：一是構成“雙中心”的廣州和深圳，是華南地區最重要的文化及創意產業中心，它們的報業、印刷業、文化旅遊業等在整個中國大陸都具有廣泛的影響，兩大城市文化及創意產業的經濟貢獻約佔珠三角總量的 70% 以上。二是毗鄰的珠海與佛

山，雖然文化及創意產業的經濟總量不大，但是具有非常鮮明的特色，例如佛山是著名的民間藝術之鄉，是中國大陸最重要的藝術陶瓷生產基地、武術文化基地和粵劇發源之地；孔雀廊是音像製品的重要生產企業。三是周邊的中山、江門、肇慶、東莞、惠州等，它們亦逐漸形成了自己的產業特點。

3. 珠三角文化及創意產業的優秀企業、機構與代表性成果

- 3.1 珠三角中具有代表性的文化及創意產業和企業包括報業集團、發行集團、影視集團、出版集團、印刷企業、網吧服務連鎖店、出版物/音像製品銷售連鎖店、文化主題公園、表演娛樂企業等，它們從小到大，以一業為主、多業經營的特點，逐漸發展成為上述產業的中堅力量。
- 3.2 廣州報業被認為是中國報業發展程度最高、競爭最激烈、最具產業化和市場化特徵的產業。**廣州日報**、**南方日報**和**羊城晚報**三大報業集團在廣州本地報刊市場的品種佔到 67.2%，控制了大部分的本地報刊市場。
- 3.3 珠三角的發行集團有越來越大的市場空間，形成了一個不斷發展的產業。其中，**廣東新華發行集團**是全國首批發行體制改革的三家試點之一，順利完成了與廣東省新華書店、廣東省外文書店的資產重組，擴大經濟規模，形成了以圖書、音像製品連鎖經營為核心的競爭力。
- 3.4 影視產業是珠三角文化及創意產業中的重點門類，其代表性企業有**南方廣播影視集團**、**珠江電影集團**與**深圳萬科影視有限公司**。後者是中國大陸著名房地產企業**萬科企業股份有限公司**的全資子公司，是有特色和實力的民營影視公司之一，專門從事電影電視的策劃和製作，在北京和香港均設有分公司。
- 3.5 出版印刷業在珠三角具有重要的定位，1999 年，**廣東省出版集團**成為中宣部、新聞出版總署確定的全國首批出版改革試點之一。2003 年集團先後被確定為中國文化體制改革試點和廣東文化產業中重點扶持的七大企業之一，逐步進行重組，2004 年正式轉制為企業，並屢獲獎項。
- 3.6 網吧服務業是新興的文化及創意產業，受到中央政府的嚴格審查和控制。2000 年開始，由政府直接控制的網吧連鎖企業開始出現，珠三角地區也逐漸發展起一批網吧連鎖服務企業，包括**廣東星盟網路連鎖經營有限公司**、**中國聯通廣州分公司**等十家網路服務公司。
- 3.7 珠三角地區是中國大陸網路遊戲市場的重點，佔有整個中國大陸 10%的網路遊戲份額。業內人士認為中國最成功的網路遊戲企業都在此。珠三角地區的**網易**、**金山**、**光通**等企業，都是以開發網路遊戲起家的，具有雄厚的科技研發能力。
- 3.8 **博恩凱**是珠三角地區代表性的音像製品銷售連鎖企業，是深圳市郵政局投資興辦的國有企業，深圳市第一家經政府批准的國有音像連鎖公司。2002 年，深圳市文化局授予博恩凱音像為“經營正版音像示範單位”的稱號，在 2003 年的發展規劃方案中明確要把博恩凱扶持成為全國著名品牌。
- 3.9 珠三角地區的文化主題公園是中國大陸投資最密集、經營最成功的主題公

園群，其中有廣州的**東方樂園**、**世界大觀**、番禺的**長隆野生動物樂園**、深圳的**世界之窗**、**歡樂谷**、**民俗文化村**、**錦繡中華**等。**歡樂谷**在2004年創下中國大陸主題公園自1997年後單一景區的最高客流量，榮獲“全國五一勞動獎狀”，被廣東省旅遊協會評為“最受廣東人歡迎十大旅遊目的地”。

- 3.10 珠三角的表演娛樂產業，是一個富有地方特色的文化及創意產業門類。從1990年代以來，珠三角地區社會資本大量投入表演娛樂產業，其中具有代表性的是**中國歌舞團東莞分團**。東莞居民對於表演娛樂消費具有濃厚的興趣。針對這一情況，2002年東莞市與中國歌舞團正式簽約組建，2004年代表國家參加了在印度舉辦的“中國——印度手拉手”演出活動，被印度前總統稱讚為“近20年來最高水準的外國文藝團體表演”。
- 3.11 國家文化部2004年在廣東省命名了5個首批國家文化產業示範基地，全部集中在珠江三角洲地區，它們是：**廣州長隆集團**、**深圳華僑城集團**、**深圳大芬油畫村**、**佛山民間藝術研究社**、**順德孔雀廊影音電器有限公司**。另外，在珠三角地區雲集國家級民族民間藝術之鄉共有16個。
- 3.12 自1990年代以來，珠三角地區形成了一系列國際化的大型文化節慶活動和會展，其中主要有：深圳國際文化產業博覽會、中國國際音像博覽會、廣州國際藝術博覽會，國際舞蹈節等。也建立了一批國家級的大型文化節慶和會展，包括：中國“金鍾獎”大賽（廣州市）和全國首屆麒麟舞大賽（東莞市）等。珠三角地區還承辦了一系列省級和市級的大型文化節慶和會展，包括：廣東省藝術節、廣州嘉年華大巡遊，深圳旅遊文化藝術節、惠州市的龍門南昆山生態旅遊文化節等。
- 3.13 文化及創意產業園區以“產業鏈”和“產業叢”的理念，來組合多個相關的文化及創意產業。珠三角大部分的文化及創意產業園區正在創建中，包括產品研發型、軟體發展型、藝術原創型等多種形態。其中，廣州市建立的“**創谷**”具有一定的代表性，是廣東聯星村全額投資打造的都市型文化產業及創意園區，由農村集體生產社發展而來，依託未來廣州市的次中心商業地帶的優勢，匯聚商、人、物及資訊流，形成設計、製作、傳播、營銷、會展、商務的產業鏈。
- 3.14 珠海市**廣東省積體電路設計生產基地**是國家級環境保護模範城和生態示範區，再加上完備的基礎設施和便利的交通，使這裏正日益成為軟體、內藏電腦晶片的“智慧卡”等開發智力密集型產業的樂土。佛山市**南海獅山科技軟體園**也是一個集資訊技術研發、IT企業孵化、創新人才吸納與培養於一體的產業學研基地，被評定為廣東省四大軟體園之一和廣東五個大學園區之一，逐步構建網路、研發、評測、出版、資訊、培訓、服務、會展八大中心。深圳**光彩事業文化傳播有限公司**是中國大陸最大的民營動畫公司之一，中山市**小欖鎮愛浪高科技工業園**是“全國十佳民營科技園”，這些產業園都為珠三角的經濟與文化增添了活力。
- 3.15 珠三角的文化及創意產業，隨着政府逐漸放開對民營資本和境外資本進入投資的限制，逐步發展出非政府NGO和非牟利NPO的民間組織來。目前，珠三角地區文化及創意產業的NGO和NPO的主體，是創意產業的行業協會，還有一些社團、俱樂部、同人機構等。比如在2003年成立的**廣東省影視節目製作行業協會**，有利於把分散的單位個別行爲，整合為統一的組織

行爲，打造“廣東品牌”。以珠海爲例，它的三大行業協會都是以促進本行業的壯大發展，自律和規範從業行爲，做好行業服務爲目標，包括：1、**珠海市印刷行業協會**；2、**珠海市出版發行協會**；3、**珠海市音像行業協會**。再以深圳爲例，除了**深圳市文聯**下屬的協會外，還有**影視動畫行業協會**、**經紀人協會**、**印刷行業協會**、**拍賣協會**等 4 個行業協會。此外，還有一些富有地方特色的組織和社團，如**深圳文化經紀人協會**、**羅湖區歌舞娛樂業協會**、**大芬美術產業協會**等，以民間方式整合各種資源，以推動行業發展、社區服務和公共利益爲目的。

4. 珠三角與文化及創意產業相關的管理機構、法律和政策

- 4.1 珠三角地區的行政管理分爲三級和二級行政管理框架兩種形式。三級行政管理框架適用於大中型城市的市、縣（區）、街道（鄉鎮）的管理，例如廣州、深圳、珠海、佛山、江門、惠州和肇慶市。二級行政管理框架適用於中小型城市的市、街道（鄉鎮）的管理，例如東莞和中山市。
- 4.2 珠三角地區的文化及創意產業，作爲一種具有很高的政治敏感性和廣泛社會影響的產業，是由中共廣東省省委宣傳部等黨委系統實施宏觀管理，指導發展方向，負責對下屬主要文化單位領導幹部的任命，對文化宣傳單位的政治導向和政策引導，對新聞單位的監督；政府有關部門則實施具體的行政管理。
- 4.3 省文化廳主要負責對新成立和新開辦的文藝演出、娛樂、網吧、群衆文化、展覽館、陳列館、圖書館、博物館等的審批和市場管理工作，以及管理直屬的文化藝術機構和團體，並且負責指導省、市、縣的群衆文化工作；省新聞出版局主要負責報刊、出版、印刷機構和企業的行政管理，省廣播電視局主要負責廣播電視、有線電視網路、數位電視發展等方面的行政管理。
- 4.4 這種在計劃經濟的背景下形成的管理框架，已經不完全適應市場經濟的發展和文化及創意產業的規律，特別是把文化及創意產業的各個行業分屬於宣傳部、文化局、教育局、廣電局、新聞出版局和旅遊局等行業部門主管，行政效率低，管理許可權重疊，把一個統一的市場加以分割，不利於文化及創意產業的發展。
- 4.5 爲了切實解決以上矛盾，2004 年珠三角地區的各副省級市與地級市的文化、廣電、新聞出版和版權的行政管理部門正在或已經合併成爲一個行政管理部門。此外，各類文化及創意產業的行業協會，作爲仲介、行業和文化研究組織，在管理、協調、組織、監督、科研等方面也逐漸開始發揮其積極的作用，不斷加強行業自律。這兩方面都值得香港參考。
- 4.6 從 90 年代初開始，中國進入了從計劃經濟走向市場經濟的轉軌時期，珠三角地區的文化及創意產業管理模式，也相應地進入了轉軌時期。目前它是一種“混和型”，即既有政府採用行政手段的直接管理模式，也有市場手段調控的間接管理模式，還有逐步建立的法制化管理體系。
- 4.7 2005 年 3 月，廣州市文化市場綜合行政執法總隊宣告正式成立，集中行使各類文化管理機構的監督管理許可權，變多頭管理爲統一管理。這是一種加強文化市場管理的新的嘗試，即集中行使原市文化局、廣電局、文管局、

體育局委託的行政處罰權、行政強制權及相關的監督檢查權；行使原新聞出版局委託的在圖書報刊、電子出版物管理方面的上述權力。

- 4.8 珠三角地區政府非常重視文化及創意產業的管理，為此他們制定了一系列與此相關的法律法規。具有代表性的規劃和法律主要有：《關於深化文化體制改革建設文化大省的若干配套經濟政策》；《關於貫徹〈國務院辦公廳關於印發文化體制改革試點中支援文化產業發展和經營性文化事業單位轉制為企業的兩個規定的通知〉的實施辦法》；《廣東省文化市場管理辦法》、《廣東省文化產業投資目錄指南》、《廣東省文化產業統計辦法》、《廣東省文化設施條例》、《廣東歷史文化名城條例》等。
- 4.9 《廣東省文化體制改革試點工作方案》明確了廣東文化體制改革試點工作的指導思想、基本要求和目標，提出了改革文化管理體制、轉換微觀運行機制、加快文化市場建設、制定和實施相關配套政策、優化文化資源配置、提升對外文化交流水平等六項改革試點工作和主要任務，確定了廣州、深圳、東莞為省文化體制改革試點地區，南方日報報業集團等 12 家單位為省文化體制改革試點單位，確定了改革試點工作的組織領導和實施步驟。圍繞加大力度扶持公益性文化事業，加快文化基礎設施建設為出發點，扶持文化事業單位轉制為企業單位，吸引社會資本進入文化及創意產業領域。其中的重點是：《公民道德建設實施綱要》和《國務院關於非公有資本進入文化產業的若干決定》。
- 4.10 珠三角地區的各個城市也制訂了不少具有特點的規章、辦法和條例。以廣州為例，近年陸續出台的規劃、規章和辦法主要有：《廣州市博物館管理規定》、《廣州歷史文化名城保護條例》、《關於廣州市加快文化事業發展若干政策的意見》、《關於加快廣州文化基礎設施建設的意見》、《廣州市扶持企業發展專項資金管理暫行辦法》等。深圳市近年陸續出台的規劃、規章和辦法主要有《深圳市文化事業發展（1998--2000）三年規劃及 2010 年遠景目標》、《深圳經濟特區文化市場管理條例》、《深圳經濟特區實施〈印刷業管理條例〉若干規定》、《深圳市文化產業促進條例》、《深圳市文化資訊化建設管理暫行規定》、《深圳市建設“圖書館之城”（2003--2005）三年實施方案》等。
- 4.11 隨著中國體制改革的深入，珠三角政府對文化及創意產業的管理模式也隨著發生了一系列的變革，逐步從微觀管理上退出，同時加大了宏觀調控、管理和服務的力度，從直接管理向間接管理過渡，從單一的行政管理手段向經濟、法律等綜合管理手段轉變，它包括以下六個主要步驟：進一步轉變行政管理部門的職能、繼續推進國營文化機構的改革、加快建立現代企業制度、深化人事制度改革、把握好文化產業與文化事業的關係和培育良好的文化市場。

5. 珠三角文化及創意產業中香港投資和外國投資的情況

- 5.1 90 年代以來中央政府的政策限制香港資本和外國資本進入政治敏感度比較高的出版、報刊、電視、網路等領域，但是在印刷、旅遊、發行、零售、諮詢、設計、娛樂等領域，允許和鼓勵香港資本和技術的導入。所以，在珠三角文化及創意產業的發展中，香港資本具有重大的作用。其特點是：

境外資金投向集中於教育培訓領域、境外投資來源的 90% 是來自於香港、吸收外資方式以中外合作企業為主、外商投資企業的文化產品出口佔全省的七成以上，私營企業出口增長迅猛。

- 5.2 香港在珠三角投資的文化及創意產業，在出口貿易方面具有比較大的優勢。當香港資本進入珠三角文化娛樂用品的製造業以後，能夠研發出適應香港、東亞和東南亞市場的大量產品。珠三角所製造的光碟、數碼照相機、CD 和 DVD 播放機、電腦硬體及其零部件等，在國內外市場上佔有很大的份額，這與香港投資的推動力密不可分。
- 5.3 外資和港資在文化及創意產業的投資中，珠海的例子有較集中的體現。珠海市吸引外資，主要集中在政治敏感度不高、市場准入管制比較寬鬆的文化休閒娛樂服務、文化娛樂設備和用品及產品的製造業、印刷業等領域，其中香港投資佔有絕對的優勢。而外資和港資幾乎沒有進入到新聞、廣播電影電視服務、出版及版權服務、網路服務等領域，即內容創造的核心領域。在大量引入外資和港資的同時，珠海市文化產品和文化服務的出口，也有了明顯的進步，比如香港有 12 家中小學、澳門有 42 所中小學採用珠海出版的教材。
- 5.4 香港及外國投資的代表性企業和重要成果包括：廣東亞視演藝專修學院、騰龍光學（佛山）有限公司、佛山市華國光學器材有限公司、佛山普立華科技有限公司、廣州天河娛樂廣場、深圳嘉禾影城、雅昌印刷公司及深圳印刷業等。
- 5.5 近年來，香港珠寶業的代表性公司，包括周大福、周生生等紛紛向珠三角投資和轉移，珠三角已成為香港最大的珠寶生產基地。2005 年 3 月，香港生產力促進局與廣州市番禺區簽署合作意向書，在番禺合作建立珠寶業研發中心、舉辦珠寶設計及製造技術培訓課程，加快向兩地珠寶業推廣使用新科技及管理系統，提升生產能力及促進兩地的產業發展和合作。

6. 珠三角文化及創意產業的隱憂和機遇

產業的創新與活力

- 6.1 中國文化及創意產業是在中國的經濟體制從計劃經濟轉向市場經濟的過程中發展的。自八十年代以來，珠三角地區在發展市場經濟有“先行先試、率先突破”的創新環境和優勢。但從九十年代後期以來，許多輻射全國的創新舉措，往往是在長三角、京津唐和其他地區率先出台。在其他文化及創意產業體制改革創新的範例上，珠三角所佔的比例也相對地少。
- 6.2 促使珠三角在文化及創意產業的發展速度落後於長三角地區的主要原因，是因為九十年代後期，上海作為長三角經濟龍頭的崛起，迅速地帶動了地區的增長，而恰恰在這段時期，香港的經濟發展放緩；況且香港與珠三角的互動關係，由於一國兩制的原因，始終不及上海與長三角的緊密。但隨著近年中央對地方政策的宏觀調控，上海的發展亦開始呈現放緩跡象，而香港與珠三角以至泛珠三角的合作，隨著香港的經濟復甦，卻不斷有升級的趨勢，故此可以預測，珠三角在文化及創意產業的創新與活力，會因為這種客觀環境的改變而得到更新換代，而香港是促成這種改變的關鍵。

整合發展的組織結構

- 6.3 相比長三角和京津唐，珠三角許多文化及創意產業需要的市場，比如網吧連鎖服務市場、廣播電視市場、書報刊市場等，都存在一定程度的地區分割，尚未形成整體發展的合力，也常常遇到地方保護主義的樊籬。至於香港與珠三角文化及創意產業的跨境合作，還存在許多法律上和管理上的矛盾和障礙。不過，相對於長三角，珠三角由於是同在一行政區域內，較容易統一及整合各界別的政策和措施。
- 6.4 2004年6月，11省區政府領導共同簽署《泛珠三角區域合作框架協定》。泛珠三角的區域面積為全國的1/5，人口的1/3，經濟總量的1/3。泛珠的合作領域，包括基礎設施、產業與投資、商務與貿易、旅遊、農業、勞務、科教文化、資訊化建設、環境保護、衛生防疫等。目前合作進展順利，成效顯著。在內地與香港、澳門簽署更緊密經貿關係安排的制度框架下，文化及創意產業如果能夠抓住這一得天獨厚的先機，珠三角必將實現經濟的再一次起飛。

產業的科技含量

- 6.5 從1990年代到21世紀初，全球文化及創意產業，往往是依託於技術的創新而進行的。上海和北京均集中力量發展文化及創意產業急需的科技專案及向有關的高科技企業提供支援等，希望以高科技含量推動創意產業及創意經濟。對比之下，珠三角地區在高新科技的研發明顯落後，文化及創意產業的科技含量不高。
- 6.6 不過，文化及創意產業以科技投入、文化創新、商業運作為三大動力機制，許多核心產業如廣播影視、出版、廣告等產業並不一定需要科技含量大的條件，反而文化創新及商業運作對以內容為主的文化及創意產業，更具決定性的意義。因此，珠三角可以憑藉在服務和貿易上的優勢，來發展文化及創意產業鏈除生產研發之外的其他環節，以突出珠三角在貿易和服務支援的產業的整體形象，走發展內容產業的道路。

對外貿易規模

- 6.7 珠三角地區經濟的國際化程度很高，具有很高的外貿依存度。特別是在印刷、文化設備、文化用品、文化娛樂器材等產品的出口額方面，更是屢創新高。但是，文化及創意產業的出口額在整個珠三角的出口額中仍然是一個較小的比重，說明它仍然有巨大的發展空間。2002年，文化產品進出口額和出口的增幅分別低於同期進出口總值和總出口增幅2.1和5.1個百分點。
- 6.8 在發達國家文化企業併購規模日盛的今天，廣東省文化企業普遍存在各自為政、力量分散的問題，集約化程度比較低，基本沒有企業開展資本運作。在對外文化交流方面，珠三角地區的藝術團體訪問演出的渠道及主動權不在自己手中。出國演出仍主要局限於華人圈內，沒有真正進入當地主流社會。珠三角涉外文化演出的國際化市場體系還未建立起來。

國際級的節慶會展和品牌

- 6.9 對比北京 2008 年奧運會、上海 2010 年世博會這兩個世界級的盛會，珠三角地區較少國際級的大型文化節慶和會展活動，對經濟社會發展的拉動作用也不強。目前，大多數的文化企業還缺少適應國際市場的經營理念、管理方式和運行機制。
- 6.10 不過在深圳和廣州，近年已逐漸舉辦了真正有國際水準的公共及當代藝術展覽。2005 年 10 月，珠海主辦“南方文化產業論壇”，成功地取得旅游、動漫等 30 個文化產業項目落戶。佛山在 2005 年 11 月舉辦「第七屆亞洲藝術節」及「第一屆亞洲文化部長論壇」，進一步奠定其地區性的文化功能地位。中山在 2005 年 11 月召開博鰲亞洲論壇 2005 國際文化產業會議，是博鰲論壇第一次主辦的文化產業會議，中山市將把文化產業發展成爲主導產業。
- 6.11 香港取得 2008 年奧運馬術比賽主辦權，這使本來令京津唐地區得天獨厚的機遇，也分享到珠三角區域來，有利於與運動產業相關的文化及創意產業的發展。這個與奧運相關的優勢，進一步在 2010 年廣州主辦的亞運會中得以延續及拓展，珠三角地區可以憑藉這些基礎在以後申辦奧運的主辦權。雖然珠三角尚未有像奧運或世博等世界級的國際盛事作地區品牌，但憑藉與港澳的特殊關係，它可透過適當的市場定位，找到在文化及創意產業的某些界別及產業鏈上的某些環節，發揮其獨特的功能和影響。

7. 香港文化及創意產業與珠三角關係的界別分析

廣告

- 7.1 本地的廣告商及市場與中國接軌，是大勢所趨，而香港的角色及定位，當前急務是如何盡快配合珠三角及廣東地區的龐大市場。香港可以與華南地區組成一個強大的中國南方廣告市場。業界對廣告業走向進珠三角發展合作，提出了以下數個要點：
- 7.2 廣告業始終是市場主導的產業，基本上不需要政府干預，讓產業自行發展便可。
- 7.3 希望政府增加大專院校廣告教育的培育渠道，加強不同類型廣告人才的培訓。
- 7.4 希望學院能放寬在教授廣告的門檻，讓有豐富經驗但缺乏學歷水平的業界人士，能在學院傳授實際的市場及工作知識。
- 7.5 希望政府在大、中、小學，加強普通話的訓練，在課程中增加有關認識中國民生、文化及社會狀況。
- 7.6 建議政府協助業界成立一些部門或機構，爲有意到內地發展的中小企，提供內地廣告市場的最新訊息及相應支援。

建築

- 7.7 相對內地同業，香港建築師對地產市場運作、建築物的商業效益、合約管理及監察工程施工的經驗較強，對建築材料、工藝、機電、結構協調等工作認識較深。CEPA 的簽署，爲香港的業界提供了發展空間。但業界反映的意見是，到內地執業仍有很多門檻及困難。

- 7.8 通過民間機構推動建築界的發展，例如舉行“建築周”、作品雙年展、電視頒獎活動、論壇和講座等，設立專項基金以發展公眾教育，及贊助香港建築師參與國際建築設計比賽、著書立說、刊登作品、參與國際展覽等。需要提供較小型的項目讓年青建築師及小型的建築師事務所有機會一展所長。
- 7.9 香港應可透過設計競賽在珠三角及其他中國地區取得更多重大的建設項目。目前缺乏機制讓業界知道內地外各類設計比賽的消息，建議設立這方面的通報管道，這措施也可惠及文化及創意產業。
- 7.10 建築署累積了許多一般建築師在私人公司未有機會參與的工程項目經驗，但這些經驗未能再加以利用及出口，建議政府成立機制，拓展參與海外類似的工程設計及建造的市場。另一方面，香港許多大型的建設項目，應多給與香港建築師參與的機會，在批出這些工程時，可以考慮要求外來的公司與香港公司合作，鼓勵技術轉移。
- 7.11 珠三角已成為與建築設計息息相關的材料及技術產業中心，並已形成龐大的建材及傢俱生產業叢集；香港建築師應在設計創意及管理的產業鏈上把關，將這塊高附加值的產業中心留在香港，作為開拓珠三角市場引入外資和人才的視窗。

藝術品、古董及工藝品

- 7.12 香港珠寶業結合以下的優勢可以實現「香港創新、珠三角生產、行銷全球」的策略：一）金飾進口免稅，成本較低，價錢較吸引；二）珠寶製作及設計達世界級水平；三）香港珠寶產品質量向來信譽良好；四）珠三角提供廉價勞工及製作成本；五）中國大陸市場開放及有個人遊的消費潛力。
- 7.13 珠三角的古董及工藝品產業已進入了穩定發展的階段，業內人士指出現在正是收藏佳期，加上中國入世後海外買家會直接到中國大陸進行貿易，對香港定必構成威脅；透過中港兩地藝術機構更緊密的合作及交流，香港可以繼續發揮中西藝術品市場交匯點的國際性市場特性，有助促進整個華南藝術品市場的發展。
- 7.14 業界有如下意見：相信政府奉行的「積極不干預」及「自由港」等政策，是產業得以蓬勃發展的因素，故此政府在現階段不需要插手干預；促請政府加強學校的藝術教育，培育下一代的藝術素質；相信西九龍文娛藝術區對產業的未來發展有極大幫助，能為大眾提供多一個接觸及認識文化藝術的機會；建議政府建立一個珠寶設計及資訊中心，集中培訓人才及為來自各地的珠寶商家提供資訊及交易平台。
- 7.15 政府或業界可以與內地合辦一些文物古玩的介紹及活動，例如轉播中央電視台的節目，及從世界各地引入文物展，不但可以增加市民對文物及古玩的認識及興趣，亦可吸引世界各地人士前來，對提升香港在文物古玩產業的發展及交易有莫大裨益。另外，透過與學院的合作成立古物鑑定課程，培訓鑑定專家，以配合市場的發展，將香港發展為亞洲的古董集散中心。

設計

- 7.16 據香港貿易發展局 2001 年對設計業的調查，香港的設計收費在內地客戶的

心目中是高昂的，一般走高檔路線或跨國企業才會使用香港的設計服務；香港在中低檔次的服務，除產品設計外均失去與內地設計行業競爭的能力。

- 7.17 香港設計行業在珠三角發展的相對優勢是：香港設計師在珠三角發展有地利之便：多能以「即日來回」的方式到內地洽談業務，語言溝通的障礙亦較少。珠三角的廠商多為香港投資者，所以會考慮聘用香港的設計師。相對內地，香港的員工比較願意留在同一崗位，流動性遠較內地為低。香港擁有歷史悠久的行業協會，為業界提供支援服務。香港的業界亦比較自主，較少官方的管理。CEPA 讓香港的公司可以獨資在內地開業，有助本地公司的業務發展。
- 7.18 但在珠三角地區經營設計也有許多困難，包括：很多產品交由大陸生產時，其設計就可能被盜用。目前保護知識產權的法例在內地執行仍存在問題。香港設計師為內地大企業提供服務的機會並不多，原因之一是香港的設計師多不能長駐內地。香港設計師與內地客戶溝通，無論在語言、文化或管理的概念上都存在一定程度的困難。一般內地客戶對履行合約的概念都比較薄弱。由於香港與內地的稅制及外匯存在差異，往往遇到一些交易上的操作性問題。業界建議政府應主動與內地攜手解決這些不便。
- 7.19 香港設計教育的技術基礎訓練未如理想，學生在語言表達能力、文化認知、溝通技巧、以至世界視野等各方面需要多加培訓。政府對協助培養本地設計師應加倍努力，特別是推行發展個人創意背後的配套措施。根據日本國際設計交流協會 2003 年的研究，中國有 400 多所大學有設計系，每年向社會輸出畢業生超過 10 萬人，加上留學回國及從歐美及亞洲陸續進入中國市場的設計師，競爭十分劇烈。香港設計師在參與內地人才培訓方面有發展的空間。

數碼娛樂

- 7.20 香港數碼娛樂產業剛起步，近半數企業在過去三年內成立，而 82.5% 的企業以本土市場為主要服務對象。業界要開發本地和內地市場，有必要提昇原創作品的內涵，開發更多元化的作品。因應內地推出“中國民族網路遊戲出版工程”，業界可爭取與內地合作，共同開發以中國文化為背景、切合兩地甚至海外遊戲市場的作品。
- 7.21 創科基金對遊戲產業的支持力度應該加強，提供更高金額的配對資金，吸引有意開發高質素遊戲產品的企業申請。更應設立出口拓展基金，拓展海外及內地市場。本地遊戲市場的另一項潛力是參與開發控台式遊戲、手機平台等類型的產品，在海外市場有頗大的潛力。
- 7.22 本港數碼港正提供各項設施和服務，藉以支援現有的數碼娛樂企業和吸引新晉的遊戲專才從事開發工作。本地的科研機構也應積極參與遊戲、動漫技術的科研工作，與業界共同開發專門的軟件，提升產業的技術含量。業界也可以爭取與內地科研機構合作，共同開發內地的遊戲技術和軟件。
- 7.23 在動畫影片製作方面，只有極小數本地企業有能力拓展區域性或海外的發行網絡，並在策劃的前期階段獲得融資的保證。本港動畫影片在提升內容能兼備本土文化特色和國際共同語言這方面的水平仍有待提高；相反，業界製作動畫片集則具備一定的優勢。業界認為應鼓勵更多的短片製作，協

助創作人參與海外的影展發表作品。

- 7.24 此外，本地動畫頻道不足是窒礙產業發展的主要障礙之一。業界期待港府可重新規劃公營電視台的角色，推動本地動畫業，設獨立頻道應是長遠的目標；亦可通過委托的方式，邀請本地創作人製作高質素和具文化特色的動畫片集。港府有需要跟中央政府、省市機關商討建立發布政策、法規訊息的制度，也應該充當中介角色，為促成兩地業界合作製造機會。此外，有需要加強動漫人才的培訓工作，拓展更多的實習空間，才能支撐產業的發展。

電影與錄像

- 7.25 本港電影業面對持續的低潮，市場仍處谷底，情況十分嚴峻。儘管如此，本地業界仍具備相當的實力，不乏編、導、演及製作人材、熟悉市場運作的企業、管理和投資者，拓展海外市場的經驗十分豐富。隨著內地影業市場的開放和發展，有利業界繼續扮演橋樑角色，一方面拓展華語電影的海外市場，另一方面通過與內地建立多層次的夥伴關係，增進內地電影市場的深廣度，具體的目標如下：

充當華語電影融資市場的橋樑

- 7.26 業界參與內地製片業務主要通過合拍方式，港方過往積極扮演資金引進者的角色，今後這個角色將有更大的需求。本港電影專才和企業的引資功能及管理經驗是寶貴的資產，也是亞洲區內少數兼備投、融資和管理經驗的專業隊伍；這種優勢將持續發揮作用，有利鞏固香港作為華語電影主要生產者的角色。近年香港業界舉辦了「香港亞洲電影投資會」，為區內電影創作人及投資者提供交流和物色投資項目的機會。相對內地其他製片機構，珠三角地區的片廠和電影創作人參與投資會的程度偏低，故仍有頗大的發展及合作空間。

推動華南影視文化區的發展

- 7.27 本港及珠三角電影製作人尙未能善用地區深厚的文化傳統和原素，豐富電影內容，以至推動粵語電影發展出華南電影文化。近年內地改革電影製作審批制度，讓審查與當地市場更趨貼近，或可讓電影製作地區市場特色、文化特點以更多元化的方式呈現，對推動「華南影視文化區」，促進兩地業界交流、市場及政策訊息互通、拓展融資和合作的空間有利。香港現時沒有專項的基金，以資助鼓勵不同種類的電影文化。政府可仿效其他國家的做法，設立不同類型的基金支持電影文化的多元化發展。

把握內地影業市場的規劃和變化

- 7.28 內地推動電影分級制、擬定電影促進法，並鼓勵數字電影的發展。業界期待港府與內地電影規管機構提供一個訊息平台，通過更制度化的方式讓業界了解內地電影政策的訊息及了解市場的變化。

音樂

- 7.29 本港各音樂機構進入內地的目標和計劃，正循以下幾條路穩步發展：四大唱片公司以歌唱業為主、「英皇集團」從跨媒體、跨娛樂行業發展策略、新媒體的湧現令音樂工業有新的市場機會、現今音樂工業跟整個出版、互聯

網絡、廣播和音像製作發行息息相關，業界需面對種種法規的限制，並希望進一步在一個開放的市場環境下作長遠的投資計劃。面對充滿變化和競爭的市場，歌手和產品都積極發展和轉型。

- 7.30 業界認為政府可在以下幾個方面，協助改善整體的營運環境：建立資訊平台，聚集業界的代表，定期商討業界面對的一些共同問題，提供各種法規內容、執行機制、相關法律訴訟和投資環境的最新資料。
- 7.31 跟內地有關單位合作，在法規和執行上繼續打擊盜版，侵權和非法下載，並定期檢討音像產品平衡進口的政策，以防止本土市場進一步萎縮，無力支援音樂機構在內地作更長久的試驗和探索。
- 7.32 游說內地機關進一步放寬對港資進入文化產業領域的限制。積極培養本地音樂人才和鼓勵多元口味，令香港更能適應內地市場千變萬化和對音樂要求日高的趨勢。

表演藝術

- 7.33 業界人士皆反映本港表演場地不足、缺乏文化交流中介機構、缺乏常設性文化交流項目、忽略文化交流的研究發展及資料保存，有需要設立文化交流機構，培育人才，對外推廣本港的藝術家。建議發展當代表演藝術中心，以較現代的方式演繹中國傳統的作品，或加入具有香港特色的元素，帶動當代藝術發展；引進具香港特色的表演節目入內地市場，與其他商品、品牌合作，並與珠三角地區共同推廣粵劇，聯辦粵劇節在各地巡迴表演。
- 7.34 業界亦建議教授藝術行政管理，滿足內地對吸取藝術行政管理經驗的需求，並開放政府的表演場地給民間管理，發展和促進管理水平；改革教育制度，推廣藝術教育，以培養未來的觀眾。根據實踐經驗，表演節目必須要文化、藝術、娛樂三者兼備才行；目前已有不少藝團為吸引不同年齡和背景的新觀眾，邀請流行音樂歌手、電影及電視演員參與戲劇和音樂會的演出。藝團在珠三角地區表演時，應發揮可選擇國語、粵語的演繹方式，以迎合不同的觀眾和場合。
- 7.35 業內人士指出，內地對兒童劇的需求甚大，也特別重視兒童劇的發展。因此，建議香港可發展兒童劇，甚至跨媒體合作。另外，預計在固定場地規劃經常性的演出，可吸引內地遊客，帶動表演藝術與旅遊、酒店、飲食和零售等多個產業。政府及旅遊發展局可考慮重點推介本地的演藝節目，吸引珠三角的市民常到這裡觀賞，建立起內地的觀眾層。同時，在資助政策上增加彈性，讓小規模的藝團能利用珠三角的區域拓展市場，從資助形式走向獨立，發揮演藝市場化的實驗功能。
- 7.36 香港可與珠三角聯手發展一個華南的文化演藝及培訓市場。已進駐珠三角的港商應可扮演比較積極的文藝贊助角色，及利用演藝活動作商業宣傳，以達致雙贏的局面。香港家長在音樂的課外培訓每年共投放 20 億港元，相信珠三角應有類似的市場需求，發展課外的藝術教育。

出版

- 7.37 大中華出版已經是一個鞏固的概念，業界對於本地出版與珠三角地區的關係，有多層次的看法。首先是珠三角／華南地區可以為自給自足的對象，

以廣東方言和港式文化為特色，發展相關產品。亦有業界提出香港和珠三角在內地整體佈局上，在全國出版業的發展提供一種獨特的刺激作用。相對以上兩種看法，亦有業界認為珠三角並無明顯的優勢，出版業的眼光最終應放在全國市場。

- 7.38 2004 年底，廣州舉行了首屆「泛珠三角出版論壇」，簽訂了《泛珠三角出版合作框架協議》，展開全面合作。最近，中國新聞出版總署表示要進一步優先對港澳機構在書報刊、光盤生產及音像產品方面開放。這些都有利增強香港跟珠三角，發展成內地出版的一個先進區域。
- 7.39 本港漫畫機構進入內地正合時機，一方面跟內地各地區的單位展開合作，另一方面，香港結合珠三角地區仍有一定優勢。香港漫畫的強處是有自己獨特的畫風和穩定成熟的商業模式。後者包括行之有序的流水線作業、嚴格分工協作的模式，令出版的品質相對穩定。香港漫畫業發展成熟，在廣東地區建立了一定的文化影響和製作班底。
- 7.40 業界人士建議政府可在以下幾方面作出幫助：建立一個資訊平台，定期聚集出版界代表商討有關業界的共同問題，讓出版業對不同範疇各種多變的法規和市場形勢有全面的掌握。遊說內地機關放寬對出版物入口和在內地投資出版事業的限制。參考內地城市對動漫產業支援的做法，積極培訓香港創作和經營人才，以優惠方式讓更多人才可加入經營。積極培養本地寫作人才和閱讀風氣，令本地出版能有更堅固的基礎。

軟件與電子計算

建立訊息平台，減低業界進入市場的訊息成本

- 7.41 相對內地其他行業如媒體業或內容產業，進入內地軟件業市場的設限較少，不需要政府積極的介入。不過，企業對內地市場的資訊仍有頗大的需求，若能提供一站式的訊息平台，將有助減低業界進入內地市場的訊息成本。針對這方面的需要，泛珠三角區域已於 2005 年 7 月建立合作信息網。

以珠三角港資企業為服務對象，開發市場針對性強的產品

- 7.42 本港服務業發展成熟，不少港資企業未來的發展方向，也以華南、華東及華北地區為重心，而在珠三角地區的六萬多家香港製造業和出入口公司對軟件服務也有持續的需求。事實上本地不少軟件商，也以加強與珠三角港商聯繫為拓展業務的手段，為該地區落戶的港資製造業和貿易公司提供軟件服務，相信是未來發展的重點。
- 7.43 珠三角的港資企業，不少屬中、小企規模，面對提升競爭力，改變生產模式的壓力，故對資訊科技有頗大的需求。港府、業界組織應扮演市場配對者的角色，一方面通過軟件展銷，向珠三角港資企業積極推介軟件服務和資訊科技，另一方面鼓勵和協助業界開發更多適用於珠三角製造業、服務業的軟件產品。

打造本港軟件業的品牌，提高本地企業的知名度

- 7.44 本港中介組織如生產力促進局、中小企發展基金努力協助業界參與內地軟件市場的展銷活動。除了支持本地軟件業建立知名度外，通過編製本地軟件業企業名冊，可提高企業的認受性和知名度，有利業界拓展內地網絡和

市場。

- 7.45 本港迄今未有就軟件業的發展進行全面的研究，例如如何通過知識產權交易制度把軟件研發成果推向市場，並結合本港高度發展的金融市場，進一步吸引珠三角的軟件業以香港作為科研、知識產權交易的中心。政府應以這些研究課題結合本地軟件業的發展方向，塑造一套完整的政策。

電視與電台

- 7.46 本港主要的電視台和電台都是採用包辦製作和廣播的「一條龍」生產模式，從規模、編制到營運開支等都十分龐大。所以他們長期以來都是以服務本地為主，並面向「大中華」市場，業務十分多元化。這種營運模式和內地以至世界上其他地方的「製播分離」做法有著顯著的分別。香港的廣播文化在珠三角地區佔據著強勢的位置，甚至在全國擁有具聲望的品牌。
- 7.47 然而，因為法規和工業結構上的差異，香港的廣播經營模式並不適用於內地。如何將文化優勢轉化成商業利潤，業界似乎仍然是在摸索的階段。香港廣播業在文化上和中國南方觀眾（尤其是說廣東話的社群）所建立的親切感，亦開始受到內地南方具實力的傳媒機構的挑戰¹，以至部分本港製作的節目，在內容或風格上，可能會有所調整。
- 7.48 直至現時為止，電視台來自中國內地的營業額和香港本地甚至海外其他市場比較，所佔的比例仍然不大。因此業界除了努力實現其在珠三角地區的商業價值之外，在數年前已開始積極地在全國各省市尋找市場和合作伙伴。業內人士指出，就經營頻道業務而言，珠三角地區是一個主要的市場；然而，就節目銷售而言，電視台早已透過內地的發行途徑接觸到全國各省市。
- 7.49 由於現時在內地單靠內容和廣告銷售帶來的收入並未算十分可觀，隨著內地廣播道法規的逐步放鬆，可預見本港的電視和電台在不久將來會和內地的製作單位發展出更多的「策略夥伴」、「聯播」或「合營」等商業模式。業界亦看準「媒體匯流」趨勢所帶來的商機，致力在內地開發和廣播有關的文化出版、網站等活動。
- 7.50 香港的地面電視經營者須於 2007 年推出數碼廣播服務。業界意見認為，由於內地的電視用戶眾多，香港的數碼電視廣播制式應該採用和內地相同的標準，才能獲得「規模經濟」的優勢。不過，由於現時內地仍然未公佈數碼電視廣播的標準制式，所以，本港業界將觀望至 2006 年底。屆時，如果內地仍未有數碼廣播制式的標準，本港的電視台將會採用一種歐洲制式進行數碼廣播。

8. 香港文化及創意產業與珠三角整合發展的可能性與策略

- 8.1 香港文化及創意產業有可能在以下五個方面與珠三角進行廣泛的合作：(一) 利用香港在法治建設方面的領先性和完備性，促進珠三角形成國際化的文化及創意產業市場，並為香港贏得更大的發展空間；(二) 利用香港的國際化環境，使香港文化及創意產業成為珠三角與國際市場接軌的重要樞紐；

¹ 業界提及的有「南方傳媒集團」和「深圳電視台」等。

(三)通過購並和兼併，使香港文化及創意產業聯合珠三角，形成拓展大陸市場的前進基地；(四)利用泛珠三角（9+2）經濟協作區的發展，加快向中國腹地，特別是中南和西南地區的輻射；(五)利用中國與東盟自由貿易區的建立，香港文化及創意產業可以獲得更豐富的資源、勞動力和商機，努力進入更廣闊的區域性市場。

- 8.2 香港與珠三角文化及創意產業整合發展的切入口包括：利用資本優勢和科技優勢，提升產品製造業；利用國際化優勢，發揮“互為廠店”的優勢；利用貿易樞紐地位，擴大對內和對外的輻射；利用相關市場，擴大服務範圍；利用培訓資源，開發人力資源；開發創意產業的國際品牌，增加無形資產；利用兩文三語的獨特優勢。
- 8.3 香港文化及創意產業的整體發展建議包括：建立香港文化及創意產業整體發展平台，民間與政府必須攜手合作，以文化及創意產業作為推動香港整體社會、經濟和文化的發展為目的，在促進這些產業或相關產業的增長外，達到以跨界別和跨部門的互動，激發個人的原創性和潛能的開發，促成和諧社會的實現和完善。建議參與打造這個平台的各個部門和持份者，包括政府、業界、商界、學界和第三部門，以實施以下四方面的工作為目的：制定相關政策；建立資訊網絡及交流；協助各部門的內部整合；及推動各部門之間的互動。
- 8.4 這個文化及創意產業整體的發展平台，可以從具體的包含各部門代表的委員會開始。委員會可由特首親自領導，或由政務司司長率領。委員會的責任範圍如下：(一)制定政策及推行措施 - 包括社會、經濟及文化政策、跨部門/跨界別的產業政策、市區重建及發展政策、教育及培訓政策、人力資源及移民政策，整合現有政策及措施，更有效地重點支持各界別或產業。
- 8.5 (二)建立資訊網絡及交流 - 委員會可成立一個資訊網站，將有關產業及人才介紹、政策、措施辦法、市場機遇、基金申請、行業需求，以致投資商機、招聘機會、研究及內地外交流渠道等資訊上網。除了網站，亦可成立一至數個實質的資訊及網絡辦公室，透過社區宣傳、展覽、以產業組織的大型活動、電視及電台廣播、報章專欄、宣傳短片等建立市民的共識。透過委員會及相關的文化及創意產業業界，連繫內地及海外相關組織，促進交流，除粵港澳或珠三角外，更可推廣至長三角、京津冀以至東盟、東南亞甚至更廣泛的國際區域。
- 8.6 (三)促進各部門的內部整合 - 政府方面，建議內部設立一個專責部門，執行文化及創意產業委員會提出的政策及措施建議。該部門可以是個全新構思、獨立運作的政策局，或由現行的政府架構內進行重組，統籌各部門之間有關文化及創意產業的合作。業界方面，建議業界組織一個「文化及創意產業聯盟」，結合現有的工會或學會組織，更好地照應文化及創意產業間的互動關係，以達到業界彼此的了解、支援及增長。商界方面，建議銀行及財經界積極研究與文化及創意產業有關的借貸及融資方案；商界亦可與政府、業界、和其他非官方或半官方的組織合作，成立文化及創意產業發展基金，亦可成立文化及創意產業的商會組織。學界方面，建議將分佈在不同院校的文化及創意產業課程作全面檢討，研究如何整合出一套完整的學術及培訓架構，或仿效海外的大學，成立一個獨立的文化及創意產業學

院，並建立配套的科研及技術開發中心。第三部門應配合社會其他部門，成立文化及創意產業的團體，利用民間力量來推動創意和這些產業。另外，政府可協助成立文化及創意產業智庫，為各部門提供政策研究。

- 8.7 (四)推動各部門之間的互動 - 促進文化及創意產業各行業之間的互動溝通，是產業突破傳統不斷創新的必然要素，故此有必要設立一個能讓各產業人員通過社交活動互相交流的聯誼架構，建立由商界和文化藝術圈共同參與的文化及創意產業「企業家會」，對推動跨界別的活動及思維有很正面的幫助。有關部門亦可以設立獎勵計劃、比賽等，讓文化及創意產業界定期有相互切磋的機會。此外，更可考慮舉辦文化及創意產業營商週、文化及創意產業博覽、展覽及研討會、招商會等。
- 8.8 香港文化及創意產業的人力資源政策需要考慮內地文化產業的發展；創意人材的培訓已不單為滿足本地市場的需要，更重要是為進入內地市場作準備，有需要引入更多內地生產環境、文化發展、產業現狀、市場規劃等內容，以至在內地交流和實習的機會。在移民政策上，應盡量配合人力資源政策，放寬與文化及創意產業相關的人才或投資者來港工作和定居。

選擇在文化及創意產業鏈上定位的發展策略

- 8.9 比起內地，香港畢竟是個彈丸之地，無論我們的人才多優秀、資源多豐富，都只能在一定的限制內發揮我們的所長；從長遠的考慮，文化及創意產業的競爭不會只限於區域的範圍內，全球化的貿易和資訊網絡的建立，會令這場競賽國際化，只有區域優勢的文化及創意產業 – 無論是服務或品牌 - 很快便會被具有國際優勢的文化及創意產業所取代。
- 8.10 故此，發展香港的文化及創意產業，我們要把著眼點放在全球，包括人才、資金和技術的引入，利用香港一直以來建立的國際優勢，包括在金融、管理及服務方面的強項，運用我們靈活變通的觸覺，選擇在文化及創意產業鏈上的定位 – 即從原創到生產到分銷，我們可以選擇在那個環節發揮作用；因為在某些產業上，我們不一定有原創的專才，更不一定有生產的條件，但假如透過香港在整個產業的管理及包裝上起到將創意轉化為「生意」的話，那本身便是一門創意產業。
- 8.11 在這種發展策略下，香港和珠三角，只是在全球不同區域選擇上其中一個戰略夥伴的關係，這個關係有其必然的地理及人文邏輯。但香港真正要發展文化及創意產業，不能只把目光放在珠三角，而要把香港結合珠三角後的實力投射到全球，這樣才能真正發揮文化及創意產業的極限，使之成為香港的支柱產業。

第一章：珠三角的總體定位和一體化發展的趨勢

1 珠三角經濟區的由來與特點

珠三角經濟區概念的由來

1.1 珠三角文化及創意產業的發展及與香港的合作，是以珠三角經濟區的發展作為重要背景的。所以，我們的報告首先要廓清珠三角經濟區的基本理念。珠江三角洲作為一個地理概念，由來已久。它泛指珠江入海口的扇狀沖積平原，數百年來就是一片肥沃而富饒的土地。而作為“珠江三角洲經濟區”的經濟概念和發展戰略，卻是在 1990 年代初開始形成的。1994 年 7 月，時任廣東省委書記謝非在省委工作會議上正式提出，珠三角地區要成為廣東首先實現現代化的一個大經濟區，對全省經濟的發展產生強大的拉動作用。¹同年 10 月，中共廣東省委七屆三次全會決定制定建設珠三角經濟區現代化的整體發展戰略。次年，省政府有關部門分別出台《珠江三角洲經濟區現代化建設規劃綱要》（初稿）和《珠江三角洲經濟區城市群規劃》。從此，珠三角經濟發展戰略正式付諸實施。

珠三角經濟區的經濟起飛 (1980-1994)

- 1.2 由於珠三角在中國大陸率先實行改革開放，引進以香港資金為主體的各類外資，珠三角經濟區的各市縣在 1980 至 1994 年間都不同程度地開始經濟騰飛。全經濟區的本地生產總值（GDP）從 1980 年的 119.19 億元人民幣，增加到 1994 年的 2,983.6 億元人民幣，增長 24 倍；外貿出口總額從 1980 年的 6.24 億美元，增加到 1994 年的 356.77 億美元，增長 56 倍；實際利用外資總額從 1980 年的 1.01 億美元，增加到 1994 年的 83.63 億美元，增長 82 倍（見下表）。²經濟的快速飛躍促進了珠三角的城市化建設，原來屬於窮鄉僻壤的鄉村小鎮東莞、順德等，被人們驚歎為幾乎是一夜之間崛起的新城。³
- 1.3 當時，香港和澳門尚未回歸祖國，珠三角整體發展戰略不可能在粵、港、澳政府間磋商的基礎上進行。因此，上述規劃都沒有將香港、澳門納入珠三角經濟區的範圍。當時的珠三角經濟區只包括廣州市、深圳市、珠海市、

¹ 「一體化·後特區時代的選擇」，刊於《南方日報》，載自南方網：
<http://www.southcn.com/news/dishi/shenzhen/szgc/200408250287.htm>。

² 吳南軍：「“泛珠三角”對望城帶來的商機」，載自湖南領導人才網：
<http://www.hnleader.gov.cn/%5Chtml%5C2004-12%5C200412224931.html>。

³ 《廣東省統計年鑒》1995 年，同時參看中國城市經濟學會網站關於珠江三角洲城市群統計資料。

東莞市、中山市、佛山市、江門市，以及惠州市的市區和惠陽、惠東、博羅，還有肇慶市的端州區、鼎湖區和四會、高要，合計包括 14 個市縣。總面積有 4.16 萬平方公里，佔全省面積的 23.4%；1993 年年底的人口有 2,056 萬人，佔全省人口 1/3。

珠三角經濟區在 1980-1994 年間的主要指標比較⁴

指標	單位	1980 年	1985 年	1990 年	1993 年	1994 年
土地面積	萬平方公里	4.16	4.16	4.16	4.16	4.16
年底總人口	萬人	1,628.66	1,756.87	1,927.82	2,056.28	2,095.26
年底從業人員	萬人	834.11	966.76	1,170.90	1,424.40	1,468.92
本地生產總值	億元(人民幣)	119.19	303.85	872.18	2,265.29	2,983.60
第一產業 ⁵	億元	30.74	57.25	129.38	206.06	261.84
第二產業	億元	53.99	148.70	404.58	1,154.22	1,529.27
第三產業	億元	34.46	97.89	338.22	891.34	1,192.49
國民收入	億元	106.98	269.75	691.66	1,757.57	2,271.42
外貿出口總額	億(美元)	6.24	16.29	81.41	150.71	356.77
實際利用外資 ⁶	億(美元)	1.01	7.36	15.38	63.38	83.63

1995 年後珠三角經濟區的總體格局

- 1.4 1995 年 6 月初，廣東有關部門完成《珠江三角洲經濟區城市群規劃》的制定工作。該規劃展示的戰略佈局是：“以珠三角有機協調的城市群為整體，以廣州為核心，以廣州至珠海和廣州至深圳的發展線為主軸，建設大廣州和珠江口東岸、西岸 3 個大都市地區，建立都會區、市鎮密集區、開敞區和生態敏感區 4 種用地類型的空間協調發展模式。”它勾畫出以廣州為領頭、以位於珠江口東岸的深圳、西岸的珠海為兩翼的“雁行陣”藍圖。其中，廣州、深圳和珠海將計劃建設成為帶領珠三角發展的三大核心。⁷
- 1.5 然而，歷史與現實的多種因素制約，促使從近代香港開埠、九廣鐵路通車以來逐漸形成的珠江東岸地區經濟領先於西岸地區的發展格局，一直延續到 21 世紀初。2003 年，珠江東岸廣州、東莞、深圳、惠州 4 城市的 GDP

⁴ 莫世祥：「珠三角戰略的擴展與城市圈的整合」，載自新浪網-深圳社科院網頁：http://sina.cbiq.com/business/show_business.asp?article_id=21161。

⁵ 第一產業：農業（包括種植業、林業、牧業和漁業）。第二產業：工業（包括採掘業、製造業和電力、煤氣及水的生產和供應業）和建築業。第三產業：除第一、第二產業以外的其他各業。根據《國民經濟行業分類》（GB/T47542002），第三產業包括：交通運輸；倉儲和郵政業；資訊傳輸；電腦服務和軟體業；批發和零售業；住宿和餐飲業；金融業；房地產業；租賃和商務服務業；科學研究；技術服務和地質勘查業；水利、環境和公共設施管理業；居民服務和其他服務業；教育、衛生、社會保障和社會福利業；文化、體育和娛樂業；公共管理和社會組織；國際組織。（載自國家統計局附屬蘇州統計資訊網頁：<http://www.sztjj.gov.cn/8.htm>）。

⁶ 實際利用外資（直接利用外資）是指實際到位的外資金額。驗資數以會計師事務所對企業的驗資報告為準。（載自國家統計局附屬蘇州統計資訊網頁：<http://www.sztjj.gov.cn/8.htm>）。

⁷ 莫世祥，如上。

總和增加到 7,660.63 億元人民幣(下同)，佔當年珠三角經濟區 GDP 總值的 67.64%；珠江西岸肇慶、佛山、中山、江門和珠海 5 城市的 GDP 總和增加到 3,665.12 億元，所佔比重預計卻略有減少，只佔 32.36%。2002 年深圳 GDP 是珠海的 5.45 倍，2003 年又增加到 5.87 倍。⁸從經濟地理的角度鳥瞰珠三角，原來想像中的以廣州為首，深圳和珠海為兩翼的“雁行陣”，已發展成以廣州—佛山為西北端，以深圳—東莞等為東南端的“啞鈴陣”。城市經濟的活力已經在九廣鐵路線及珠江東岸地區展開，並且以“啞鈴”兩端為軸心分別向毗鄰的珠江西岸城市延伸。⁹



(珠三角地圖載自 91 地圖論壇網頁: www.91trip.com)

- 1.6 珠三角經濟區的崛起，得益於就近實現港澳資金、技術與內地廉價勞力、土地等生產要素的優化結合，建立了外向型的生產加工體系，也得益於中央政府給予深圳、珠海兩個經濟特區“先行先試”的特殊政策。從 1980 年代以來，珠三角的經濟奇跡奠定了在全國的領先地位，被譽為“全球增長最快的大經濟體系內、增長最快的省份中、增長最快的地區”¹⁰。現在，位於珠江出海口盡頭的深圳、珠海兩個特區城市，與位於珠江出海口內端的廣州、佛山兩城，共同構成珠三角的核心圈；位於珠江東、西兩岸的東莞、江門、中山等城市，構成珠三角的內層；位於西江流域的肇慶市和位於東江流域的惠州市構成珠三角的週邊，成為華南地區經濟的增長極，也成為中國最富有經濟活力的三大城市群之一。¹¹
- 1.7 90 年代末以來，隨著中國加入世界貿易組織，中國面臨著進入經濟全球化

⁸ 莫世祥，如上。

⁹ 莫世祥，如上。

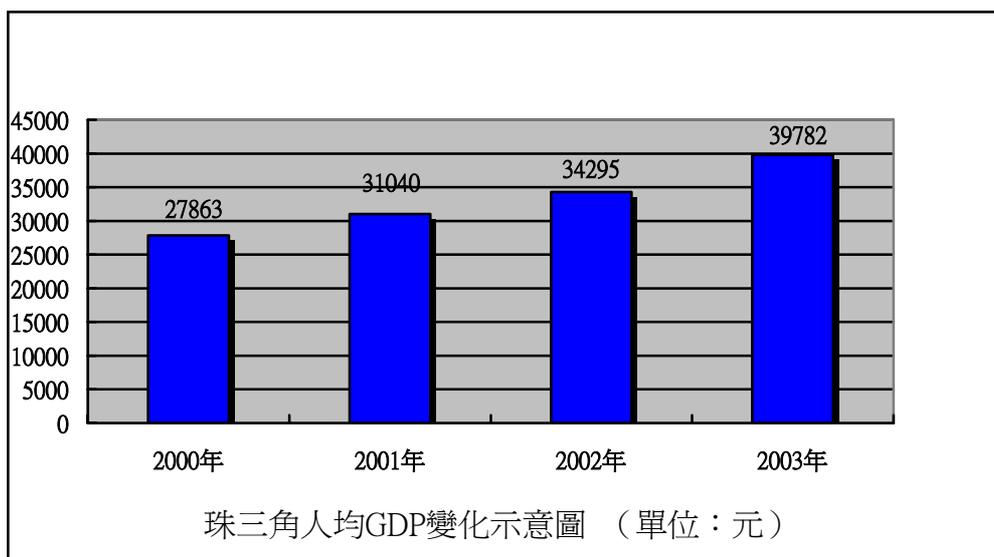
¹⁰ 恩萊特(Michael Enright)教授所說。「行政長官董建華一月九日在中央政策組舉辦的珠江三角洲論壇的致辭全文」，載自香港政府中央政策組網頁：www.info.gov.hk/cpu/chinese/papers/ce_c.rtf。

¹¹ (另外兩個城市群為長江三角洲和京津冀地區。)莫世祥，如上。

競爭的新機遇和新挑戰。¹² 從 2002 年開始，中國－東盟自由貿易區開始建設，給珠三角和華南地區提供了新的巨大的市場機遇。珠三角地區抓住了這個機遇，經濟發展的各項指標良性上升，人均 GDP 穩步增長，地區生產總值呈現了良好的遞增態勢。

珠三角地區人均 GDP 的變化 2000-2003 年

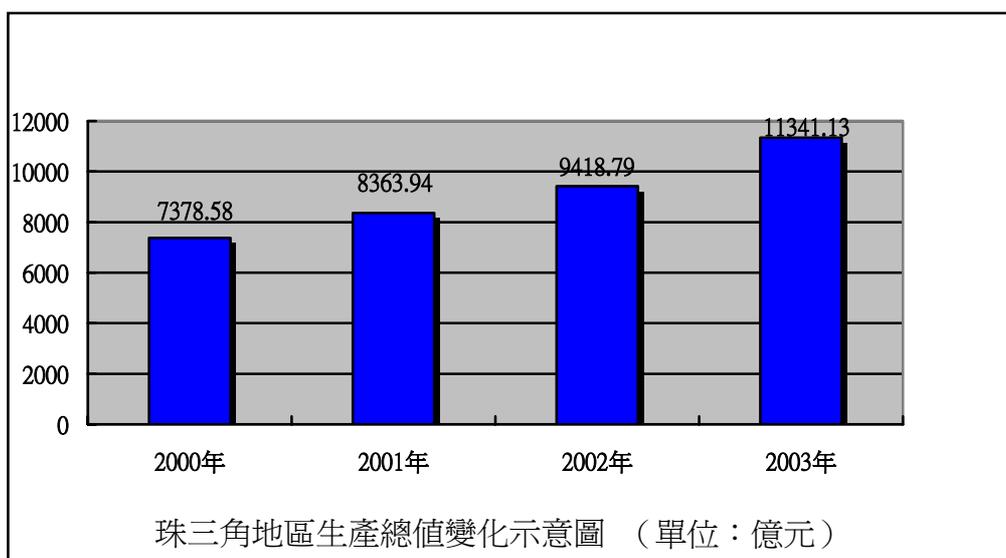
貨幣單位：元人民幣



¹² 2002 年中國總理朱鎔基率先提出：要在十年內建立中國－東盟自由貿易區。根據中國與東盟簽署的《中國－東盟全面經濟合作框架協定》，計劃於 2010 年全面建成的中國－東盟自由貿易區將擁有 20,000 億美元以上的國內生產總值和 12,000 億美元以上的貿易總額，成為繼北美、歐盟的世界第三大自由貿易區。來自中國國家商務部的統計數位顯示，東盟已連續 12 年成為中國第五大貿易夥伴，是中國在發展中國家中最大的貿易夥伴，而且雙邊貿易的增長速度遠高於其他主要貿易夥伴。

珠三角地區生產總值的變化 2000-2003 年

貨幣單位：億元人民幣



13

- 1.8 其中，廣州市和深圳市繼續在中國各城市的經濟發展中，保持了第一梯隊的領先態勢。2003年廣州以地區生產總值 3,496.88 億元人民幣，深圳以地區生產總值 2,895.41 億元人民幣，繼續保持在中國經濟實力最強的十個城市之列。引人注目的是：佛山、江門、東莞、中山、惠州等中小城市，利用中國融入世界經濟體系的機遇，不斷調整產業結構，加快發展外向型和科技含量高的產品和服務，擴大外貿出口，呈現出後來居上的姿態，這五個中小城市中每一個城市的地區生產總值在 2003 年平均超過了 500 億元人民幣，特別是佛山市更是高達 1,381 億元人民幣，東莞市也達到 947 億元人民幣，推動了整個珠三角經濟的快速發展。

¹³ 以上材料根據廣東省統計局、省文化廳等多家單位的資料整理而成。

珠三角經濟區主要城市 GDP 排序表

貨幣單位：億元人民幣

城市	單位	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年
廣州市地區生產總值	億元	2,375.91	2,685.76	3,001.48	3,496.88
深圳市地區生產總值	億元	1,665.47	1,954.65	2,256.82	2,895.41
珠海市地區生產總值	億元	330.26	366.56	406.27	473.27
佛山市地區生產總值	億元	957.20	1,068.36	1,175.92	1,381.60
江門市地區生產總值	億元	567.51	615.16	660.82	730.08
東莞市地區生產總值	億元	492.71	578.94	672.89	947.97
中山市地區生產總值	億元	312.82	362.50	415.67	501.40
惠州市地區生產總值	億元	437.24	480.35	183.79	590.98
惠陽縣地區生產總值	億元	102.12	115.13	125.48	—
惠東縣地區生產總值	億元	88.49	98.48	105.68	114.05
博羅縣地區生產總值	億元	88.49	98.49	105.68	108.92
肇慶市地區生產總值	億元	383.40	411.02	450.22	466.39
高要市地區生產總值	億元	110.94	117.13	128.82	140.43
四會市地區生產總值	億元	55.45	61.88	68.47	72.36
珠三角地區生產總值	億元	7,378.58	8,363.94	9,418.79	11,341.13

珠三角經濟區主要經濟發展概況

貨幣單位：億元人民幣（以美元計算的另外標出）

項目	單位	2000年	2001年	2002年	2003年
土地面積	平方公里	41,698	41,698	41,698	41,698
常住人口	萬人	2,306.56	2,336.79	—	—
地區生產總值	億元	7,378.58	8,363.94	9,418.79	11,341.13
第一產業增加值	億元	428.46	445.17	456.17	470.49
第二產業增加值	億元	3,657.25	4,138.99	4,866.12	5,939.63
第三產業增加值	億元	3,292.87	3,779.78	4,265.63	4,930.01
人均 GDP	元/人	27,863	31,040	34,295	39,782
實際利用外資	萬美元	125.41	141.92	150.21	170.27
外貿進出口總額	億美元	847.41	908.29	1,126.08	1,450.56
外貿依存度	%	95.1	89.9	99.0	105.9
地方財政收入	億元	595.56	745.74	768.72	848.03

14

- 1.9 珠三角經濟區的土地面積只佔中國國土的 0.5%，人口不到中國人口總量的 2%，但是 2003 年的 GDP 總量 1.134 萬億元，佔全國 GDP 總量 12 萬億元的 9.45%，成為全國經濟的發展重鎮。珠三角與長三角兩個三角洲的地區生產總值加起來，佔全國生產總值的 30% 左右，成為舉足輕重的經濟發展引擎。隨著珠三角經濟區的資本、技術、管理、市場網路等逐漸向周邊省市擴散，該地區逐漸發展成為“泛珠三角經濟區”（9+2），該區域包括福建、江西、湖南、廣東、廣西、海南、四川、貴州、雲南九個省區和香港、澳門兩個特別行政區（簡稱“9+2”）。整個地區的面積佔全國面積的五分之一，人口超過全國的三分之一，截至 2003 年底的地區生產總值合計達到 52,000 多億元人民幣（約合 6,300 億美元）¹⁵，珠三角地區對周邊地區的經濟發展帶動作用，將進一步突顯。

¹⁴ 以上材料根據廣東省統計局、省文化廳等多家單位的資料整理而成。

¹⁵ 「董建華在“泛珠三角區域合作與發展論壇”上的發言全文」，載自中華人民共和國外交部駐香港特別行政區特派員公署網頁：<http://www.fmccprc.gov.hk/chn/zt/ndhk/t127564.htm>。

2 珠三角與香港一體化發展的沿革

珠三角與香港共有的歷史傳承

- 2.1 香港在地理上一直屬於珠江三角洲。從文化傳統的意義上看，香港與珠三角屬於同一史前文化系統，具有同宗同源的歷史淵源。1955 年發現的九龍李鄭屋漢墓，其出土文物的形制和裝飾方法，與廣州一帶漢墓中的出土物品基本相同。從漢代開始，香港一直處於中國歷代皇朝的有效統治之下並與珠三角隸屬於同一行政區域。香港地區原是珠江口外的一處村落漁港，開發較晚，但依託四通八達的珠江水系，其採珠、制鹽、香木和航運業發展較快，與珠三角在很多方面都形成互補關係。比如：香港的土著居民多為珠三角一帶的移民，而香港的珠寶商業則依託珠三角腹地星羅棋佈的珍珠養殖業，香港的航運則依託珠三角地區密如枝杈的河網和碼頭，再向廣東和華南的腹地輻射。
- 2.2 香港的本土文化傳統來源於嶺南文化。嶺南文化是指五嶺以南廣東、廣西和海南一帶獨特的地域文化，並且形成了許多分支。就本土傳統而言，香港在思想、教育、文學、藝術、建築、工藝、方言、民俗和飲食等方面，無不體現嶺南文化的內涵與特色。比如：源自廣州的粵曲和“大戲”（粵劇）很早就傳入香港，成為香港市民文娛生活的主要活動之一。¹⁶最初興盛於廣州的“騎樓”（也稱“過街樓”），因為擋雨、遮陽和實用，也很早就傳入香港社會，成為香港民居和街景的一大特色。

珠三角與香港的社會經濟文化聯繫（殖民地時代）

- 2.3 在 19 世紀中葉香港成為英國殖民地後，香港與珠三角也一直保持著廣泛的經濟、社會和文化聯繫。作為英國的殖民地，香港比較完整地移植了英國的行政制度，由英國政府指派的總督管理，其社會形態具有鮮明的西式特點。但是，香港的周邊被珠三角直接環繞，香港的經濟資源包括能源、原材料、勞動力、生活資料等主要方面，都是從珠三角輸入或者通過珠三角從內地輸入。比如香港淡水的 70% 以上，市場上新鮮蔬菜的 85% 是從珠三角輸入的¹⁷。香港社會的主體是華人，而香港華人的主體大多祖籍廣東，特別是祖籍珠三角。從 1920 年代開始，香港華人經濟逐步發展起來，在紡織、制衣、運輸、糧食加工等行業建立一批華商企業，提高了華人在香港的經濟地位，這些華人大多來自珠三角。1850 年代中期，香港作為一個中轉貿易

¹⁶ 源自香港與嶺南文化網頁：<http://www.chiculture.net/0217/html/c06/1205c06.html>。

¹⁷ 以上情況根據《廣東年鑒》《深圳年鑒》等多種資料彙聚整理而成。比如：香港淡水主要由深圳等地水庫提供，並且根據香港的需求不斷增加。1960 年建成深圳水庫，當年向香港供水 1899 萬立方米；1965 年，興建了東江水經石馬河向深圳水庫然後向香港供水工程，向香港的供水增加到 6800 萬立方米；1978 年，該水庫向香港的供水增加到 1.44 億立方米；1987 年通過二期擴建工程，向香港的供水增加到 4.3 億立方米，2004 年完成三期擴建工程，向香港供水增加到 11 億立方米。

港已初具規模，直接溝通了珠三角腹地與香港乃至海外的貿易。

- 2.4 從政治和文化上說，香港與珠三角的交流更為深刻與頻繁。由於香港是英國的殖民地，許多中國的進步知識份子，就利用香港來學習和傳播“西學”，宣傳民主進步的思想觀念，比如孫中山就畢業於香港大學醫學院，而後在香港建立革命團體，當時同盟會在香港創辦了《中國日報》，又在廣州、佛山、順德、三水等地建立代理處和銷售點。香港在近代成為西方文明進入中國的橋頭堡。從民國初年到 1920 年代中期，中國大陸政局動蕩，爆發了著名的“省港大罷工”，廣東省當局與香港當局的關係一度中斷。直到 1928 年“省港復交”，兩地的聯繫才趨於正常，尤以陳濟棠主政廣東時期(1928-1936)發展最為迅速。這時期，香港對珠三角進行大量經濟投資。1935 年，在珠三角的僑匯及華僑投資額達 5.5 億港元，1927—1937 年間，港澳僑商在廣東投資企業 5,448 家，¹⁸其中絕大多數是香港華僑在珠三角的投資。
- 2.5 在文化藝術方面，香港與珠三角的交流也非常頻繁，包括粵劇、電影、書畫、教育方面。香港中文報紙的大部分讀者在廣州、佛山等珠三角城市。1935 年，由《迴圈日報》等報社組成的香港記者團到廣州等地參觀。在體育上，香港運動員參加廣東省級運動會已成慣例。抗日戰爭前期（1938 年至 1941 年）與解放戰爭中期（1946 年下半年至 1947 年上半年），香港的文化發展出現了兩次高潮。中國大批文化名人如茅盾、柳亞子、胡風、黃棠等南遷香港，令文藝空前繁榮，兩度成為南中國的新文化運動中心，¹⁹這其中有許多是來自廣州等地的文化藝術界人士，他們以抗日救亡、民主自由的內容和嶺南文化的形式，對香港產生了深遠影響。
- 2.6 1949 年中華人民共和國成立，中國政府沒有快速收回香港，從中國大陸經濟發展的角度看，是為充分利用香港的貿易視窗作用。所以，1949 年後珠三角與香港的聯繫依然沒有中斷。從 1950 年末開始，香港轉變為一個工業化城市。其後，香港經濟快速發展，其重要因素是珠三角地區以優惠價格向香港大量提供食品、日用品、淡水、燃料、工業原料和半成品。其次，珠三角也在努力吸引香港華僑投資。1955 年，在原華南企業公司、廣州投資公司等基礎上，廣東省成立了公私合營的華僑投資公司，吸引包括香港同胞在內的華僑回國投資，加強了與香港華資機構的聯繫。自 1957 年後，歷屆“廣州出口商品交易會”的絕大多數海外客商都來自香港，擴大了香港與珠三角傳統產品的貿易，也促進了珠三角工業產品的對港輸出。

珠三角與香港的社會經濟文化聯繫 (1979—1997)

- 2.7 珠三角與香港的關係可以分為以下三個階段：1949 年之前是第一階段，香港作為中國與世界市場之間的貿易仲介；1950—1978 年是第二階段，香港同中國的貿易是有限的，香港經濟的發展由本土工業化帶動，1971 年製造業的勞動力高達 47%，1981 年仍有 41.3%；1979—1997 年是第三階段，香港把大部分製造業轉移到珠三角，自己變成服務中心，專長貿易、運輸與

¹⁸ 載自廣州市志網頁：<http://www.gzsdfz.org.cn/gzsz/19/hq/sz19hq03020201.htm>。

¹⁹ 載自香港文化介紹網頁：<http://www.trip.hk.cn/2005-5-21/news2005521174303.htm>。

金融，香港與珠三角出現了區域分工，按照“前店後廠”²⁰的基本模式進行外發加工貿易，珠三角進行勞動密集的加工製造，香港則從事高附加值的設計、協調、融資和營銷。²¹

- 2.8 1980 年代初開始，中國進入了改革開放的新歷史時期，毗鄰香港的深圳和珠海成爲中國最先設立的經濟特區之一，被認爲是中國對外開放的“試驗田”。鄧小平在與英國首相戴卓爾夫人的會談中明確宣佈了中國政府收回香港的決心，香港與珠三角的聯繫也進入了一個新的時期。
- 2.9 在 1980 年代中期，“三來一補”成爲珠三角與香港合作最爲普遍的形式，所謂三來一補，即來料加工、來樣加工、來件組裝、補償貿易。這種建立在勞動密集型基礎上的經貿合作，逐漸打開了珠三角地區對外開放的視野和空間，培育了大批技術熟練的勞動力，使珠三角發展起本土的製造業和服務業。從 1980 年代末開始，“三來一補”的合作水準和層次不斷提高，一批電子資訊、精細化工、物流和航運等技術密集型產業逐漸興起，出現了“國外接單，珠三角製造，香港出貨”的價值鏈和服務鏈，帶動了產業結構調整和優化升級。
- 2.10 據《中國投資年鑒》提供的資料，以 1994 年爲例，中國吸收的外商投資專案約 24% 在珠三角、23.7% 在長三角、25.3% 在環渤海地區；再如，日本松下公司至 1995 年 7 月在中國投資 28 家企業，其中 6 家在珠三角，8 家在長三角、12 家在環渤海地區。²²九十年代末，以東莞爲例，已形成的電腦生產平台，其桌上型電腦元器件、鍵盤、交換式電源器、滑鼠、監視器和機殼等已成爲世界性生產基地，同時，服務業等第三產業成爲香港與珠三角的合作熱點。
- 2.11 在這 20 年中，在香港和珠三角地區這種合作模式非常成功，使兩地的發展水準不斷提高，充分調動了珠三角地區閒置的勞動力、土地等資源，創造了一種雙贏的局面，出現了一批高度專業化的產業基地，如順德的珠寶加工業、東莞的電腦製造業、佛山的燈具業和電器業、深圳的印刷和電子業、虎門的服裝業、番禺的電器業等。1994 年，香港的人均收入在全球排第四位，僅次於盧森堡、美國和瑞士；1997 年更位居世界前列，成爲全球第九大貿易體系，港口集裝箱吞吐量多年位居世界第一，機場客運量也名列前茅。²³

²⁰ 前店後廠，是一個比喻：形容兩個地區的經貿分工和聯繫。前者是銷售的視窗，後者是製造的基地。

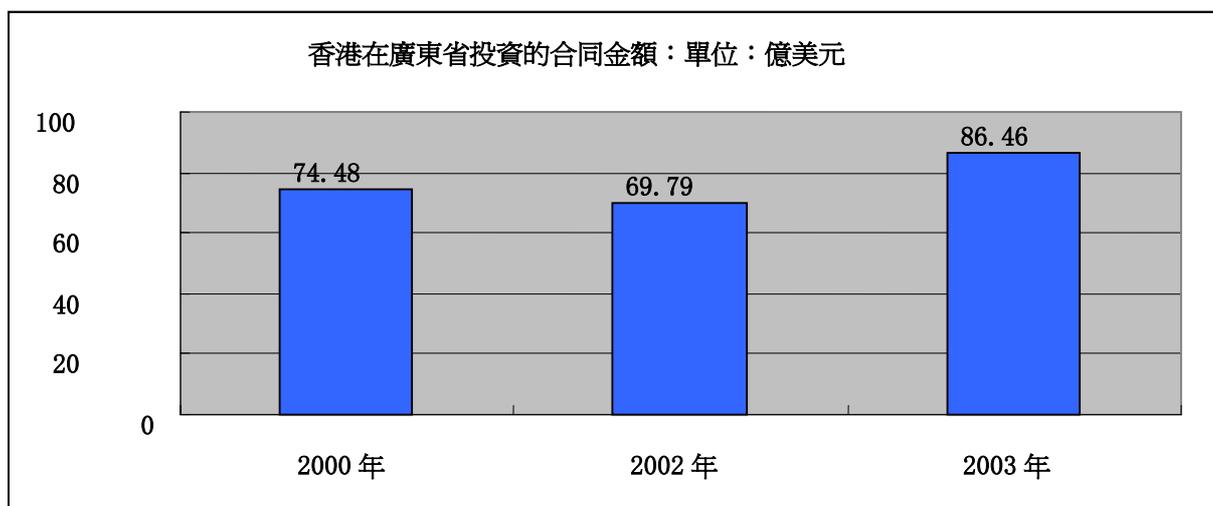
²¹ 沈建法：「跨境城市區域中的城市管治——以香港爲例」，載自城市發展與環境研究中心網頁：http://www.cass.net.cn/webnew/yanjiusuo/csxz/show_News.asp?id=342。

²² 「廣西實施東靠戰略研究」，載自網頁：www.gxi.gov.cn/propaganda/lwq/04.htm。

²³ 沈建法，如上。

珠三角與香港的社會經濟文化聯繫（香港回歸之後）

- 2.12 1997年7月，香港回歸祖國，珠三角和香港的合作在“一國兩制”的政治框架和經濟背景上展開，標誌著珠三角和香港經濟社會文化合作關係新階段的開始。從香港的角度看，1997年10月爆發的亞洲金融危機衝擊香港，使香港的樓市、股市受到嚴重打擊，隨著股票和房屋價格以及出口和轉口貿易的下跌，香港居民的購買力顯著收縮，香港供本地消費的進口額由1997年的3,749億港元下跌到1999年的2,171億港元，在同一時期，香港私人消費由13,695億港元下跌到11,651億港元，投資額更由4,459億港元下降到3,150億港元。1998年和1999年香港的本地生產總值下跌4.9%和2.5%。2000年，香港經濟開始復甦，本地生產總值增長3.2%。²⁴但是2001年「911」事件嚴重衝擊世界市場，又使香港經濟陷入困境。2001年香港第三季按照支出法計算的本地生產總值較上一年同期實質下降0.3%。²⁵
- 2.13 在這種情況下，兩地的經濟合作出現了新的勢頭。首先是香港在廣東省的投資金額不斷上升，2000年投資的合同金額74.48億美元，2002年有所下降，達到69.79億美元，2003年再次上升為86.46億美元，而且由90年代的加工製造業為主，逐步向科技、金融、保險、法律、文化及創業產業等科技含量高、文化含量高的產業發展，而其中80%以上又集中在珠三角地區。



26

- 2.14 由於深圳、廣州、珠海、東莞、佛山等珠三角城市的經濟快速發展，服務業的水準持續提高，國際化程度不斷提升，同時又有較便宜的土地、住房和勞動力，使大量香港的經濟活動逐步向珠三角轉移。例如，1994年以來深圳的港口設施不斷擴充，其中有大量香港投資的深圳東部鹽田港發展特別明顯，包括鹽田、蛇口在內的整個深圳港集裝箱吞吐量到2003年突破1,000萬標準箱，相當於香港吞吐集裝箱量的60%左右，成為位於香港、新

²⁴ 沈建法，如上。

²⁵ 沈建法，如上。

²⁶ 以上材料根據廣東省統計局、省文化廳等多家單位的資料整理而成。

加坡和上海之後的全球第四大集裝箱港。²⁷珠三角可用於發展集裝箱的港域地價和碼頭建造成本較低，碼頭營運成本便宜，香港作為世界第一大集裝箱港口，具有廣泛的運輸網路，先進的經營管理、較高的運作效率以及自由政策等明顯優勢。珠三角作為兩地港口的共同腹地，對於腹地內產生的一些低附加值加工貿易產品，貨物運輸成本對產品成本影響較為敏感，這類產品在交貨時間允許的情況下，一般會選擇深圳港等沿海港口進出，對於貨物價值較高，交貨時間緊迫的大部分產品則選擇香港進出，大家的針對性不同，從而形成良好的互補。

世界四大集裝箱港吞吐量一覽表 單位：萬標準箱

	1990 年	1998 年	2003 年	2004 年
香港	1,050	1,600	1,800	2,044
新加坡	980	1,400	1,670	1,810
上海	45	306	1,128	1,455
深圳	20	180	1,065	1,365

28

2.15 深圳豐富而便宜的商品也吸引大量港人北上消費，進一步減少了香港的本地消費份額。根據香港中文大學楊汝萬、沈建法等學者的研究，香港跨境旅客數量 1997 年以來不斷上升，陸地離港旅客數量由 1997 年的 3,260 萬上升到 2000 年的 5,100 萬。²⁹ 2000 年港人在深圳購物消費估計達到 294 億港元，到 2002 年則突破 350 億港元。這也說明在 1997—2000 年期間，香港本地出口額及外地旅客在港消費不斷下降時，港人在外地的支出卻由 781 億港元上升到 805 億港元。³⁰ 港人在深圳和珠三角置業也日趨流行，2001 年港人共在大陸買了 17,000 套住戶，涉及金額 87 億元。據香港規劃署 2001 年抽樣調查估計，8% 的香港住戶，即約 16.4 萬已經擁有大陸住房物業。³¹ 從 2003 年 1 月 27 日開始，深港 24 小時通關（皇崗），正式開始實施，進一步方便了兩地居民的經濟和文化交往。

2.16 從文化上說，香港是一個市場自由度最大的開放型國際性都市，由於其經濟的多元化、社會市場環境的自由化直接導致其文化的多樣性。多樣性的

²⁷ 「深圳港成世界大港」，深圳政府在線網頁：
<http://www.shenzhen.net.cn/jujiao/baodao/200401080517.htm>。

²⁸ 參看《集裝箱吞吐量猛增 327 萬箱 上海港穩居全球第三》，載 2005 年 01 月 05 日《東方日報》。

²⁹ 楊汝萬、沈建法、張力(2004)《香港與珠三角西部：從跨境角度看協作發展》香港特區政府中策組研究終期報告：
http://www.info.gov.hk/cpu/chinese/papers/200405%20HK%20%20The%20Western%20Pearl%20River%20Delta_c.pdf。

³⁰ 沈建法，如上。

³¹ 參看《城市規劃》2002 年 9 月出版 2002 年第 9 期 總第 176 期。

文化與珠三角的嶺南文化交融匯合，創造出更多新形態的文化。例如在傳統文化中起核心作用的家庭制度和觀念也在結構、功能上發生變化。香港文化具有中西交融為背景，因而形成多元混合文化；而且具有鮮明特點，不但本地文化人日益自覺，來自內地、台灣和海外的一批文化人也逐漸融入香港社會，他們的思維方式和文化產品具有鮮明的本土特色。這些思維結合著嶺南文化，使得傳統的藝術發展有了創新的因素。

- 2.17 從 2004 年 1 月開始，“內地與香港更緊密經貿關係安排”(英文簡稱 CEPA)³² 及其附件進行全面實施，使得珠三角和香港的合作獲得了新的機遇。它遵循了“一國兩制”的方針，符合世界貿易組織的運作規則。隨著 CEPA 的逐步落實，兩地間貨物往來的手續將更加簡化，不但有利於兩地“連成一片”，也讓更多的跨國公司在珠三角和香港進行策略性投資，更加便利地進入內地市場。³³多個珠三角和香港合作的大型基建專案全面展開，勾畫出雙方新的市場空間以及優勢互補的機遇。

粵港合作的大型基建專案進展情況

專案名稱	專案介紹	進展情況
廣深港高速鐵路	為解決廣州、深圳、香港三地大容量、高密度的旅客運輸需求，2002 年 1 月舉行的“內地與香港大型基礎設施協作”第一次會議決定興建一條連接廣州、深圳和香港的高速鐵路。	已完成第二階段的研究報告。下一步將對第二階段研究報告進行討論，提出路線走向、技術標準、建設時間、口岸選擇等推薦方案。
深港西部通道	深港西部通道主體工程包括全長 4770 米的深圳灣公路大橋（其中深圳側長約 1600 米）、佔地面積約 110 公頃的深圳側一線口岸監管區（其中深圳監管區約 71 公頃）。專案採用高速公路標準，雙向六車道，大橋全寬 33.1 米，計算行車速度 100 公里/小時，深圳側總投資約 15.44 億元。	專案於 2003 年 8 月 28 日開工。目前深圳工程總體進展順利，大橋非通航孔基礎已開工，一線口岸填海工程已全部完成。計劃完成全部基礎工程施工，與香港工程同步建成通車。
港珠澳大橋	港珠澳大橋決定採用“一橋通三地”的單 Y 型方案。大橋靜態投資至少 160 億港元，動態投資將達 200 億港元。大橋全長 29 公里，車程約 20 分鐘，將連接香港大嶼山、澳門及珠海，成為華南地區未來經濟發展的紐帶之一。	2003 年 8 月粵港澳三地已成立“港珠澳大橋前期工作協調小組”，港方為召集人，並委託“中交公路規劃設計院開展工程可行性研究報告。可行性研究報告在 2004 年年底完成，進一步的籌備工作在 2005 年全面展開。

- 2.18 港珠澳大橋的建設在 CEPA 實施後也由三方組織了工作協調小組，對專案

³² The Closer Economic Partnership Arrangement。

³³ 載自南方網網頁：<http://61.144.25.119/gate/big5/www.southcn.com/news/gdnews/hotspot/cepa/>。

進行研究和比選，之後形成了可行性研究報告，上報後付之實施。³⁴港珠澳大橋的建設可以直接影響到經濟的發展，大大改善珠三角西部、粵西甚至西南地區通往東部的交通條件，加快其經濟發展的速度。³⁵至 2004 年 5 月，江門市連接珠海、澳門的江珠高速公路及西部沿海高速公路江門至珠海段已破土動工，江肇高速公路的建設也已啓動，2005 年開工建設，因此港珠澳大橋的興建變得更為迫切，該專案的實施進一步促進珠江三角洲西部和粵西地區的經濟發展，促進“大珠三角”和“泛珠三角”經濟圈的確立。³⁶

- 2.19 另外，建立“大珠三角”“一小時經濟圈”最大的基礎建設就是軌道交通。「2004 年隨著新廣州站的開工，珠三角城際軌道交通工程建設也於 2005 年全面啓動。珠三角城際快速軌道交通的功能定位主要是承擔珠三角經濟區內各城市 and 主要中心城鎮之間的客流，兼顧城市組團、次中心城鎮之間的客流，設計最高時速達 200 公里，可以說是城際間的“公交”系統。新廣州站是未來珠三角城際快速軌道交通網絡的核心：珠三角城際快速軌道網“A”字形主骨架，由廣深、廣珠兩條主軸和小欖至虎門聯絡線組成，其廣州始發點就在新廣州客站，未來還預留了廣（州）佛（山）肇（慶）城際鐵路的引入條件。作為珠三角基礎設施現代化的重要標誌之一，珠三角快速軌道網以大容量、公交化的優勢構築“一小時經濟圈”，時空格局的“大變革”帶動了珠三角地區綜合運輸系統水準的提升。」³⁷

³⁴ 「港珠澳大橋可行性研究啓動」，刊自《廣州日報》，載自南方網網頁：
<http://www.southcn.com/news/gdnews/hotspot/cepa/js/200405160322.htm>。

³⁵ 如上。

³⁶ 如上。

³⁷ 「城際軌道明年啓動 大珠三角將成“一小時經濟圈”」，刊自《南方日報》，載自南方網網頁：
<http://www.southcn.com/news/gdnews/hotspot/cepa/bd/200412300072.htm>。

3 珠三角與香港的文化合作態勢

民間的文化合作

- 3.1 珠三角和香港在文化合作方面，一直有良好的傳統，但民間的互訪和交流一直欠缺有系統的調查和紀錄³⁸。在這裏值得一提的，是近年珠三角文化創意產業與香港的民間交往。珠三角文化創意產業的 NGO 和 NPO 的主體，是創意產業的行業協會，具有聯絡行業會員、進行科技研發、交流市場訊息、加強行業自律的功能³⁹，其他還有一些文化創意類的社團、俱樂部、同人機構、非牟利的培訓和研究機構等。
- 3.2 比如深圳書城培訓中心兼深圳文化培訓中心，是深圳書城（企業）下屬的一個獨立培訓機構，以後又接受深圳市文化局的委託，承擔文化幹部的培訓工作。他們開始時的物質條件非常簡陋，資金也非常缺乏，以後針對市場需求，邀集香港及海內外的專家參與，直接引入了香港的培訓內容和管理模式，邀請香港培訓機構的教師授課，先後開辦了電腦操作、多媒體、外語、形象設計、健美與形體、企業管理、大專自學考試等專案，還承辦了中國第一屆“速讀”比賽。經過近 10 年的發展，從無到有，已經成為深圳市規模最大、影響最廣泛的民間培訓機構之一。
- 3.3 再比如從 2001 年開始由香港民間組織發起的“四城市文化交流會議”，是以香港、台北、深圳和上海的民間文化機構為主發展起來的。每年在其中一個城市輪流舉辦，已經堅持了多年。其中，深圳方面由深圳特區文化研究中心等負責，香港方面由多家民間文化機構負責，台北方面由表演藝術聯盟等負責，上海方面由上海市文聯等負責，先後進行了“城市品牌”“創意產業”等專題研討會，及時溝通四城市的文化資訊，交流最新的創作成果，還吸引了珠三角和有關省市的許多代表出席，已經成為一個富有影響力的文化交流項目。

政府之間的合作

- 3.4 自 2002 年 9 月以來，這種合作上升到了政府的層面，並且以合作協定的形式，在多個領域展開。廣東省文化廳、香港民政事務局、澳門特區政府文化局三地的政府文化部門加強了聯繫，積極促進彼此之間的文化交流與合作。自 2002 年 11 月，三地文化部門先後在香港、澳門、廣州召開了多次粵港澳文化合作會議，廣東省文化廳和廣州、深圳、珠海、佛山、東莞、中山市文化局負責人均參加了會議。廣東省文化廳、香港民政事務局、澳門特區政府文化局先後在第 1 次、第 3 次會議上共同簽署了《粵港澳藝文合作高峰會會議紀要》、《粵港澳藝文合作協議書》。粵港澳三方分別就大珠

³⁸ 香港藝術發展局已委託敝中心負責研究本地藝團對外(特別是與中國大陸)的交流狀況。該研究應於 2006 年中完成。

³⁹ 參看本報告的第三章第 5 節“文化及創意產業的非政府(NGO)和非牟利(NPO)組織”。

三角區內藝術文化發展交換意見，並約定就以下五個合作專案作出更深入的安排：1.演藝人才交流及節目合作；2.文化資訊交流；3.文博事業的合作；4.公共圖書館數位化聯網建設；5.弘揚粵劇藝術。

粵港澳商定合作專案進展情況

- 3.2 三地的主要文化網頁開始鏈結，分別是廣東文化網、香港康樂及文化事務網、澳門特區政府文化網。三方將按需要設立藝文焦點或文化資訊專欄。
- 3.3 通過網頁連結，已經實現三地圖書館書目資料庫的聯網和查詢。廣東省立中心圖書館、香港中央圖書館、澳門中央圖書館、深圳圖書館都在要館主頁鏈結三地圖書館書目資料庫、方便三地實現網上訪問和書目檢索。深圳圖書館、香港圖書館還實現了 Z39.50 問道書目檢索⁴⁰。
- 3.4 三方回應“國際博物館日”，每年在各地舉辦相關推廣活動，包括合作印製博物館導遊冊。三地圖書館工作小組於 2004 年 6 月集中到澳門、廣州、深圳進行了為期 5 天的圖書館考察、學習和交流。
- 3.5 三地互換了各地演出場所、圖書館、博物館等文化設施以及有資質的演出公司、演出經紀公司的情況資料，以便開展合作。
- 3.6 三方定於每年 11 月 30 日在三地同時舉辦粵劇推廣活動，自 2003 年起已經成功舉行，受到三地市民的歡迎。
- 3.7 文化廳與省教育廳、香港民政事務局、香港青年協會聯合組織了粵港兩地 230 名在校大學生，於 2004 年 7 月期間在粵港兩地成功舉行了“粵港青年文化之旅”活動，行程覆蓋珠三角、粵東、粵北地區，活動形式包括參觀遊覽、觀看演出、參與互動劇場演出、旁聽社會問題公開論壇節目，聆聽文化講座等，取得了良好的反響。
- 3.8 廣東省文化廳應香港康樂及文化事務署邀請，選派了近 40 名來自廣州、中山、佛山、深圳的青年樂手於 2004 年 7 月及 8 月赴香港參加兩期“2004 香港青年音樂營”活動。

正在籌備和推動的合作專案

- 3.9 演藝人才交流、節目合作方面
 - i. 三方將繼續加強互通藝術行政人員和演藝人才舉辦培訓課程的資訊，增加各類演藝製作的實習培訓計劃，組織更多文化考察及互訪活動。
 - ii. 三方將繼續探討每年進行 1 至 2 台優秀劇目的交流演出的可行性。

⁴⁰ Z39.50 的問道：密西根大學－數位圖書館研究計劃：特別重視發展有效的方法，使得到的館藏資料，能與檢索者的檢索要求，產生高度的相關性。此計劃針對書目館藏，發展出一個 Z39.50 的問道，並提供特別的檢索引擎 (search engine) 及介面。(載自網頁：<http://www.vghtpe.gov.tw/infoshare/link/digilib.htm>)。

- iii. 三方同意進行三地的藝文消費行為意見調查，以瞭解當地市民的文化習慣，便於各自制定一套獨特及有效的觀眾推廣策略，促進三地的文化合作與交流。港方負責草擬問卷內容。

3.10 文物和博物業合作方面

- i. 三方已定於 2005 至 2006 年合辦“粵港澳文物大展—東西匯流”。該展由廣東省文化廳、廣州市文化局、香港民政事務局及澳門文化局主辦，由廣東省博物館、廣州博物館、廣州藝術博物館、香港歷史博物館及澳門博物館承辦。
- ii. 三方計劃互派考古工作人員參與考古發掘及研究。香港歷史博物館現正積極籌辦孫中山博物館，陸續派員到內地有關博物館考察，並希望能商借或複製合適的展品。
- iii. 粵港兩方成立工作小組商討編整粵劇文物資料彙編的細則。

3.11 公共圖書館數位化聯網方面

- i. 三地圖書館通過網頁鏈結，各自開展網上參考諮詢服務。中央圖書館在 2003 年已派員到廣州市立中山館考察和學習網上參考諮詢。
- ii. 三地圖書館將開設“粵港澳圖書館專訊”網頁，發佈本地圖書館停息以及外地圖書館動態。
- iii. 三方各地圖書館計劃根據各地情況建立地方文獻文庫，互相交換材料，設專人負責地方文獻交換業務聯繫。每半年資料和情況一次。
- iv. 三方初步商議合辦“孫中山圖片文獻展覽”，由廣東省立中山圖書館提供圖片檔，香港、澳門自行製作圖片，展覽在三地同時開幕。廣東省立中山圖書館負責製作網上展覽的網頁，三地圖書館網站同時鏈結宣傳。
- v. 三地圖書館在 2005 年 4 月 23 日“世界讀書日”以同一主題開展相關活動，如全民閱讀、演講、論壇等。

3.12 保護粵劇等民族傳統藝術方面

三方認為粵劇申請世界人類口述及非物質遺產代表作工作重要在申報過程，藉以帶動粵劇基礎性研究工作，推動粵劇的建設、弘揚和發展。三方決定共同成立專家小組，人員以廣州市“申遺”（申報世界遺產）辦公室為主，吸納香港、澳門專家參加，共同推進有關研究和文本寫作工作。港澳將鼓勵宣傳發動青年演員參加廣東或廣州市舉辦的青年粵劇演員大賽。

3.13 其他合作領域

三地均有意願發展相互的文化遊旅，並與三地旅遊部門商談提高文化旅遊水準的可行性。通過三地的旅遊部門，組織不同形式的文化之旅。上述的文化合作專案，為珠三角的文化及創意產業，提供了一個跨境發展、接軌國際、資源豐富的重要背景。

第二章：珠三角文化及創意產業發展的總體態勢

1 珠三角文化及創意產業的界定

珠三角文化及創意產業的內涵

- 1.1 《香港創意產業基線研究報告》(以下簡稱《基線研究報告》)描述“文化及創意產業是一個多樣化的概念，用以形容正在增長的經濟產業、產業合作動態以及就業市場的景觀變遷。與此同時，文化及創意產業的崛起強調經濟範疇基本的轉型，由以製造為主的經濟變為以消費為主的經濟，在這個轉變過程中，文化被發展成為經濟發展的重要資源。”這個討論強調了文化及創意產業是在經濟轉型的過程中形成的，是一個產生與發展的經濟流程，並指明了文化在這個發展中所起的核心資源作用。¹
- 1.2 《基線研究報告》將文化及創意產業定義為「一個經濟活動群組，開拓和利用創意、技術及知識產權以生產並分配具有社會及文化意義的產品與服務，更可望成為一個創造財富和就業的生產系統。」該報告將創意產業分成 11 個類別集中分析（見下圖）。

¹ 香港第一任特首董建華先生在 2005 年 1 月 12 日立法會上的所做的施政報告《合力發展經濟，共建和諧社會》中指出：“促進文化及創意產業發展、加快舊區更新和實施吸引精英策略，是我們轉向知識經濟的三項工作，需要整個社會一起探討，共同推動。”他特別肯定：“縱觀亞太區超過二十億人口的範圍，香港是最適合發展文化及創意產業的其中一個地方”，香港社會高度開放和多元化，資訊、資金、人才和貨物自由流通，這些都是發展文化和創意產業的重要條件。“我們的目標，是在鞏固支柱產業的同時，營造有利的社會環境，培養和吸引具備多種才藝的複合型人才，促進文化及創意產業的發展，引導香港轉向知識經濟，帶動持續繁榮和提升市民生活素質。”

第二任特首曾蔭權先生亦於其 2005 年 10 月的施政報告《強政勵治，福為民開》中強調文化及創意產業發展是長遠的發展：“我們會通過策略發展委員會，研究各種切合實際的方式，包括營造有利的環境，促進運用創意發展經濟，製造更多機會，讓創意人才交流互動...長遠而言，香港必須就種種與文化和創意產業發展有關的重大議題，進行深入探討和研究。”

香港文化及創意產業初步分佈圖

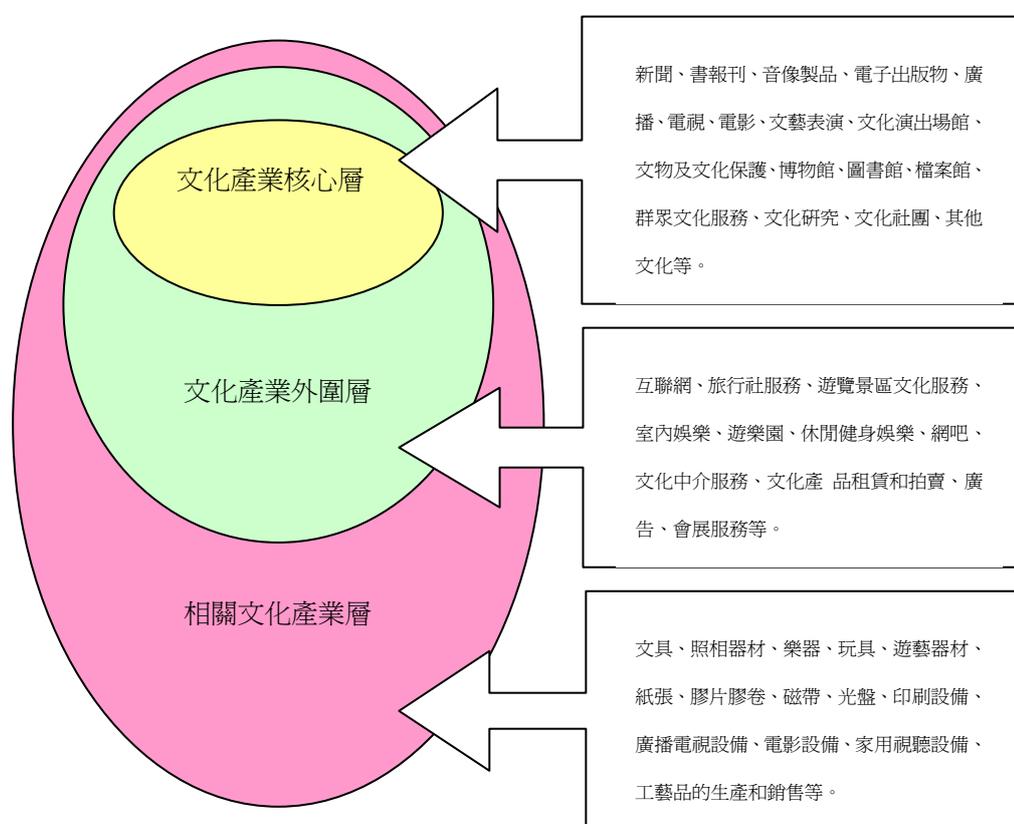
產業類別	分支部門
廣告	廣告公司與機構、公共關係服務、市場研究機構、其他廣告服務
建築	建築設計、境觀設計及結構工程
藝術品、古董及手工藝品	珠寶製造、古董、藝術與工藝品、畫廊、博物館及視覺藝術（部分）
設計	設計服務，包括時裝、平面、產品、室內設計及傢俬、鞋類、玩具及產品的設計服務
數碼娛樂	互動消閒軟件（遊戲）、動畫、教育及娛樂軟件
電影與視像	電影與視像圖案機構、電影製作室、電膠片處理及電影院等
音樂	錄音與製作、音樂表演
表演藝術	表演藝術、現場表演及戲劇娛樂
出版	印刷、出版及有關行業（包括漫畫與多媒體出版）
軟件與電子計算	軟件顧問、軟件服務、數據輸入、網頁設計、設計及互聯網應用等
電視與電台	電視與電台製成及有關服務

- 1.3 在不同的地區，文化及創意產業的發展重點與市場定位就不一樣。在中國的國情背景下，採用的是文化產業的概念，它與香港所指的文化及創意產業大體相同，但又有自己的界定和內涵，某些產業的發展有獨特的模式，尤其是與意識形態有關的媒體行業。例如，廣東省統計部門(2002 年以後)對文化產業的定義是：從事文化產品生產和提供文化服務的經營性產業。即指從事物質文化產品的生產、流通和以文化為內涵的各種服務活動或部門的集合。²
- 1.4 需要強調的是：內地和香港在文化及創意產業的定義方面有所不同，香港強調的是“一個經濟活動群組”和“一個創造財富和就業的生產系統”，非經濟性質和非生產系統的文化活動、以及創意附加值很低的製造業並沒有被列入到創意產業的範圍之內，而內地強調的是“為社會公眾提供文化、娛樂產品和服務的活動”，並沒有把公共的文化服務系統和產業化的文化生產系統截然分開，所以內地的文化及相關產業分類更為寬泛，把新聞、文物及文化保護、圖書館、檔案館、群眾文化服務、休閒健身等，以及文具、照相器材、樂器、玩具、遊藝器材、紙張、膠片膠捲、磁帶、光碟、印刷設備、廣播電視設備、電影設備、家用視聽設備等也列入其中。

² 2004 年以前，中國大陸沒有統一的文化產業統一指標體系，有關省市採用的統計指標並不一致。所以，廣東省曾經在這之前，自行制訂標準，從文化產業的生產、流通、服務三個環節來搜集文化產業的基本資料，而從 2004 年春天開始，中宣部、文化部、國家統計局等研究制訂了《文化及相關產業指標體系》，廣東省的統計部門也採用這一指標體系，開展統計工作。可參看本報告的附錄部分。

文化及創意產業與文化產業概念的相容性

1.5 2004年3月29日，國家統計局在與中央宣傳部、文化部等部門共同研究的基礎上，制訂了《文化及相關產業分類》，從政府統計的層面上，將文化及相關產業界定為：“為社會公眾提供文化、娛樂產品和服務的活動，以及與這些活動有關聯的集合。”該文件開宗明義地說明：本分類具有三大原則：第一，是以黨中央國務院關於文化事業和文化產業的方針政策和改革精神作為指導原則。第二，在滿足反映文化體制改革需要的同時，還兼顧了政府部門管理需要，同時考慮了文化活動的自身特點。第三，其主要內容來源於《國民經濟行業分類》，它是根據文化活動的特點將行業分類中相關的類別重新進行的組合，所以，該分類也是《國民經濟行業分類》的派生分類。它包括三大圈層³：



1.6 2005年3月，由中央宣傳部協調，國家統計局牽頭，文化部、廣電總局、新聞出版總署、國家文物局等部門聯合制訂了《文化及相關產業指標體系框架》，則對上述的《分類》作了細化和補充，要求對財務狀況、業務活動、就業人員和補充指標等4個方面對文化產業進行描述。當然，上述《分類》和《指標體系框架》在全國範圍內的執行，還會遇到許多問題，其資料的搜集和匯總分析，還將經歷一個不斷完善的過程。但是，它畢竟指出了一

³圖表出自「人民日報」，轉載自「中國網」網頁：
<http://big5.china.com.cn/chinese/2005/Mar/799853.htm>。

個清晰的方向和範圍。

- 1.7 我們對珠三角文化及創意產業的研究，就是結合了《文化及相關產業指標體系框架》的材料，以及珠三角各城市對文化產業的調研成果。它大體上就是中國大陸和廣東省所說的文化產業的範圍，同時也參照了香港對文化及創意產業的界定。有關兩者的異同，請參考**附錄 2**的圖表比較。

2 珠三角文化及創意產業的總體現狀

珠三角文化及創意產業的總體貢獻

2.1 珠江三角洲是廣東省提出建設“經濟強省”和“文化大省”的先導地區，是當代中國最重要、最具發展活力、最具發展潛質的區域之一，也是亞洲太平洋地區乃至全球經濟增長最快的地區之一。與此相適應，珠江三角洲也是廣東文化及創意產業的中心基地，是中國文化及創意產業最發達的區域之一，是發揮粵港經濟引擎作用，實現泛珠江區域合作構想的核心地區。廣東省統計部門在 2003 年曾經從文化產業的生產、流通、服務三個環節來分析文化產業的行業結構，包括下列具體行業：

i. 文化產品製造業

包括書報刊印刷業、記錄媒介的複製、文化用品製造業、體育用品製造業、樂器及其他文娛用品製造業、玩具製造業、遊藝器材製造業、其他文教體育用品製造業、工藝美術品製造業；

ii. 文化產品批發零售貿易業

包括文化用品批發業、工藝美術品批發業、圖書報刊批發業、文化體育用品零售業、圖書報刊零售業、首飾零售業；

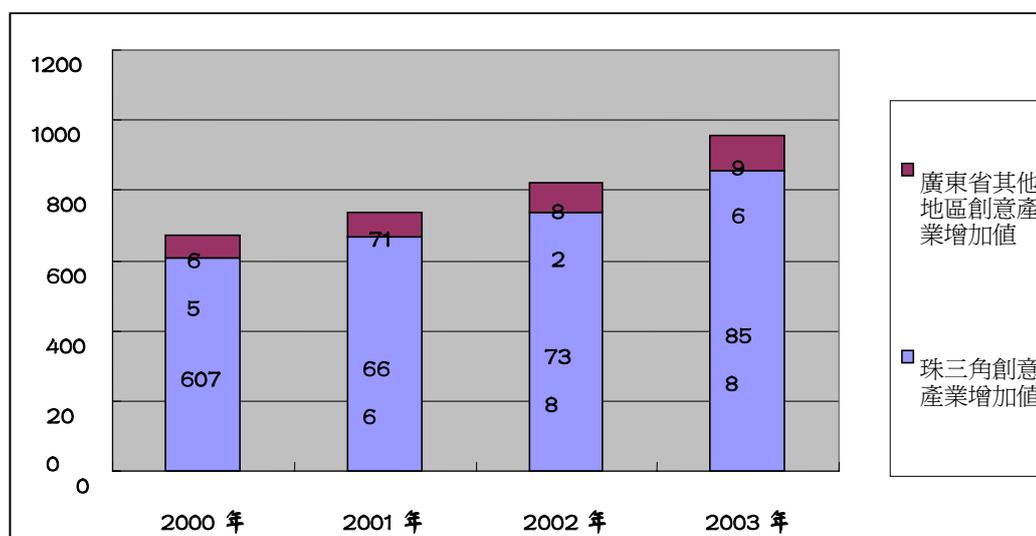
iii. 文化服務業

包括園林綠化業、風景名勝區管理業、攝影及擴印業、旅遊業、娛樂服務業、廣告業、諮詢服務業、電腦應用服務業、體育、教育、文化藝術業、廣播電影電視業、社會科學研究等。

2.2 根據以上的分類和廣東省統計部門的材料，珠三角文化及創意產業在廣東省文化及創意產業的經濟貢獻中佔有 90% 以上的份額，而且有關金額是同步地在增長。整個廣東省文化及創意產業的增加值總量在 2000 年為 672 億元人民幣(下同)，當年珠三角文化及創意產業的增加值總量佔 607 億元；2001 年廣東省為 737 億元，珠三角為 666 億元；2002 年廣東省為 820 億元，珠三角為 738 億元；2003 年廣東省為 954 億元，珠三角為 858 億元，當年全國文化及相關產業的增加值為 3,576.72 億元，可見廣東省和珠三角在全國文化及創意產業中的比重。

廣東省與珠三角地區文化及創意產業增加值的變化

貨幣單位：億元人民幣



4

2.3 再從文化及創意產業的從業人員看，整個廣東省文化及創意產業的從業人數在穩步增長，其中珠三角地區文化及創意產業的從業人數，佔有全省 85% 以上的份額，彙聚了大批的優秀人才和大量勞動力。請看下列的對比數位：

	2000年	2001年	2002年	2003年
廣東省文化及創意產業的從業人數 (萬人)	175.45	186.9	192.78	200.9
全省從業人數 (萬人)	3846.	4,058.63	4,134.1	4,210
廣東省文化及創意產業從業人員佔從業總人數 (%)	4.56	4.6	4.65	4.77
珠三角地區文化及創意產業的從業人數 (萬人)	148.30	158.08	163.18	170.33
整個珠三角從業人數 (萬人)	2,095.66	2,144.54	2,282.76	2,458.93
珠三角地區文化及創意產業從業人員佔從業總人數 (%)	7.07	7.4	7.1	6.92

5

2.4 對比之下，2003年，全國文化及相關產業的從業人數(不包括香港、澳門和台灣地區)為 1,274 萬人，佔全國從業人員 7.44 億人的 1.7%，可見：珠三角

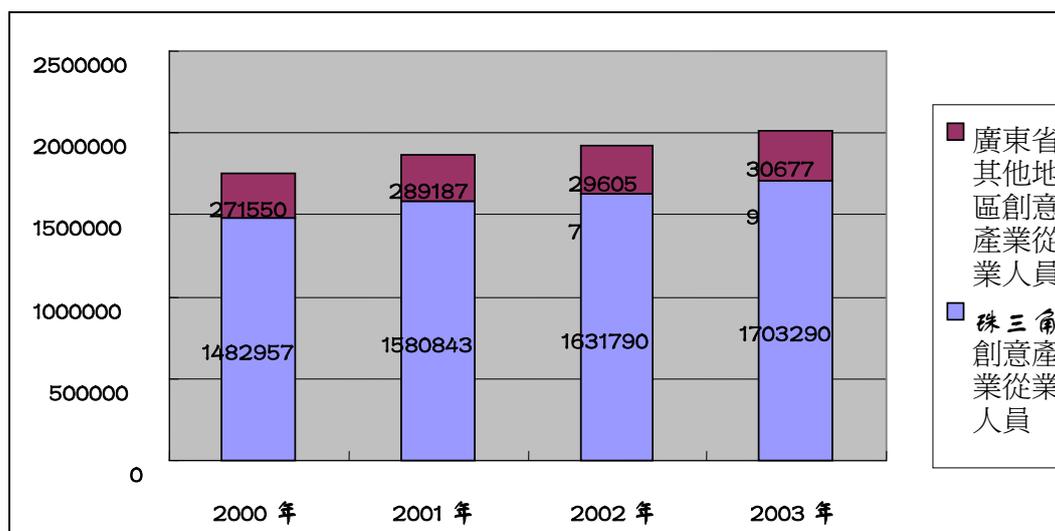
⁴ 以上材料根據廣東省統計局、省文化廳等多家單位的資料整理而成。同時，參考了文化產業統計研究課題組：《2004年中國文化及相關產業統計概況》。

⁵ 同上。

和廣東省文化及創意產業從業人員佔從業總人數的比例大大高於全國的平均水平，是全國平均水平的 4 倍以上，說明珠三角文化及創意產業從業不但是個知識和資訊密集型的產業，而且密集地吸引了大批勞動力。同時在絕對數量上，珠三角在全國也佔有舉足輕重的位置，2003 年珠三角文化及創意產業從業人員達 170.33 萬人，佔全國文化及相關產業從業人員數量 1,274 萬人的 13.37%，這對擴大就業，拉動消費，促進全國文化及創意產業的發展做出了重要的貢獻。

廣東省與珠三角地區文化及創意產業從業人員數量 2000—2003 年

單位：人



6

- 2.4 一個有趣的現象是：根據文化部的統計材料，2003 年中國文化及相關產業增加值佔 GDP 的比重為 3.1%（全國文化及相關產業增加值 3,576.72 億元人民幣（下同）；全國 GDP 總量 11,720.00 億元），而在珠三角地區，雖然製造業和服務業發展迅速，經濟總量很大，但是文化及創意產業的增加值的絕對值都在連年增長，增加值佔當地 GDP 的比重，早已超過了全國平均水準，達到了 7% 以上。請看下圖：

⁶ 以上材料根據廣東省統計局、省文化廳等多家單位的資料整理而成。同時，參考了文化產業統計研究課題組：《2004 年中國文化及相關產業統計概況》。

珠三角文化及創意產業增加值佔地區生產總值（GDP）的比重 2000—2003 年

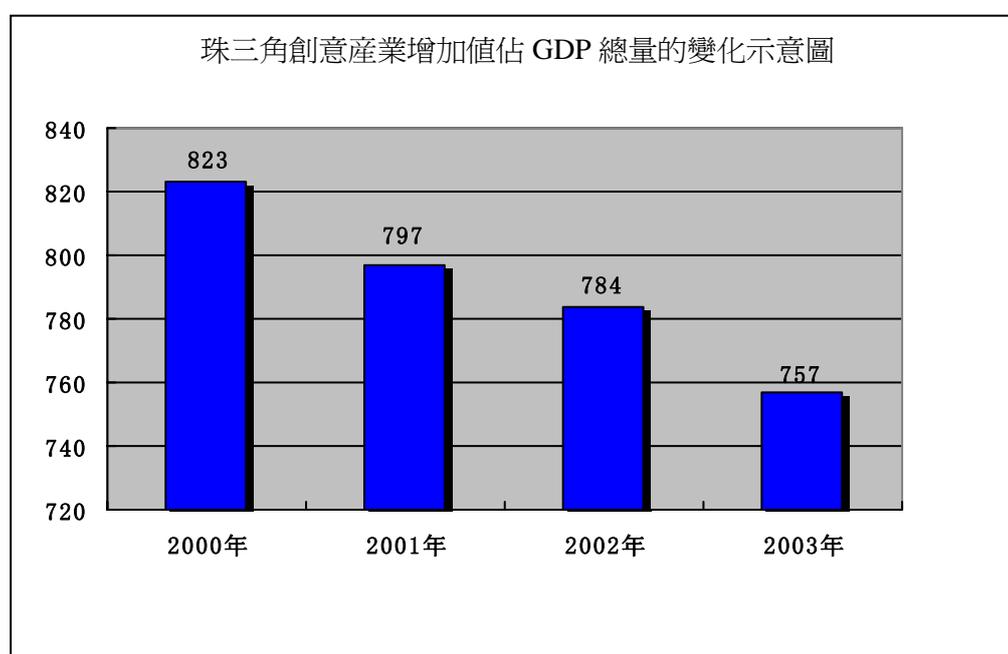
單位：億元人民幣

	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年
珠三角文化及創意產業增加值	607	666	738	825
珠三角地區生產總值	7,378	8,363	9,418	11,341
珠三角文化及創意產業增加值佔地區生產總值的比重	8.22%	7.96%	7.83%	7.27%

- 2.5 從另一個角度看，在珠三角地區，由於製造業和服務業的快速發展，推動地區 GDP 總量的快速增長，使得珠三角文化及創意產業增加值在其中所佔的相對比重，反而逐漸縮小。這一方面說明由於經濟的快速增長，衡量一個地區文化及創意產業的發展水準，不能僅僅看文化及創意產業貢獻值在 GDP 總量中的比重，需要結合它的總量、經濟效益、出口總額、比重等綜合分析；這也反過來說明：珠三角文化及創意產業的發展，仍然有非常廣闊的空間。

珠三角地區每萬元 GDP 中文化及創意產業貢獻值的變化示意圖 2000—2003 年

單位：人民幣元



⁷ 以上材料根據廣東省統計局、省文化廳等多家單位的資料整理而成。

珠三角文化及創意產業的分類概況

I 文化產業核心層

A 新聞服務業

- 2.6 在中國大陸的特定背景下，新聞業包括報紙、雜誌、廣播、電視、綜合性網站等，被首先定義為“黨和政府的喉舌”，強調它的政治工具作用和社會導向功能，然後才認可它的某些部門也兼有產業的功能⁸。在文化及創意產業的範圍內，它是最具有政治敏感性的部分，因而它的產業功能也常常被沖淡。以往論述珠三角的文化及創意產業，常常把新聞業與出版業聯繫在一起。通過上述分類，我們確定新聞業屬於文化產業核心文化層中的第一類，而出版發行與版權服務則屬於核心文化層中的第二類。這份報告就把與新聞相關的出版業也劃分進去，以便形成一個相對完整的系統。
- 2.7 珠三角的新聞業在改革開放以後得到了很大的發展，廣東省新聞出版系統的總資產年均遞增 25.1%，銷售收入年均增長 19.1%，利潤總額年均遞增 18.8%。其最重要的產業主體和經濟貢獻，都集中在珠三角地區。以南方日報、羊城晚報、廣州日報、深圳特區報為代表，相繼組建了四大報業集團，珠三角已經成為全國報業集團最集中最強大的地區。現在廣東省有報紙 134 種，期刊 379 種。報紙發行量超過百萬份的有 5 種，期刊有 6 種，廣告收入超過 1 億元的報紙有 8 種，⁹其中廣州日報報業集團在 1996 年成為中國大陸第一家報業集團，在 2003 年的總營業收入超過 30 億元人民幣(下同)，羊城晚報則成為中國大陸發行量最大的晚報報業集團，市場佔有率為全國第一位。深圳報業集團在 2003 年固定資產達到 50 億元，稅後利潤加上其他國有資產增值達到 5 億元，佔據了深圳報業 90% 的市場，成為全國經濟效益最佳的報紙之一。

B 出版發行與版權服務業

圖書、報刊和出版

- 2.8 在這個分類中，包括圖書出版、報紙出版、期刊出版和其他出版；還包括書、報、刊的製作、印刷，包裝裝潢及其它印刷、零售、批發等環節。

⁸ 參考石月平〈試論我國廣電媒體產業屬性與喉舌功能的相互關係〉，發表於「傳媒產業化發展與傳媒理論創新高峰論壇」，載自人民網網頁：media.people.com.cn/GB/22114/44378/44379/doc/40.doc；沈世緯〈輿論引導與“貼近性”原則〉，載自中國記者網：<http://203.192.6.68/2003/06/6-14.htm>。

⁹ 「我國泛珠三角地區主要省份出版業概括」，載自泛珠三角合作信息網網頁：<http://61.144.25.119/gate/big5/www.pprd.org.cn/xinwenchuban/200505120468.htm>。

- 2.9 珠三角在出版發行與版權服務方面後來居上，對以往在中國大陸獨居鰲頭的長三角地區形成強大的挑戰。珠三角出版業在 2003 年共出書 5,316 種，總印數 2.63 億冊，居於全國中上水準。¹⁰另外，廣東省出版集團、廣東新華發行集團和家庭期刊集團的組建和發展，在整個中國大陸開了出版業向集團化方向發展的先河。其中廣東出版集團在 2004 年初經過資產重組之後，現在有下屬的成員單位 27 家；總資產達到 34 億元，淨資產達到 21 億元人民幣(下同)；2004 年銷售收入達到 24 億元，利潤總額近 2 億元；全年出版圖書 4,500 多種 3.01 億冊，資產和規模都處於中國大陸出版集團前列。¹¹
- 2.10 珠三角的出版物營銷市場非常活躍。目前整個廣東省有近 1.8 萬個發行單位和零售網點，書報刊營業額達 58 億，其中珠三角分別佔 88% 和 89%。而印刷業作為珠三角的重要產業，在全國處於領導的位置，是中國乃至國際的重要生產基地。廣東省現有 15,267 家登記備案的印刷廠家，其中珠三角地區佔 11,597 家以上，固定資產佔全國的 1/6，產值佔全國 1/5，從業人員 50 萬，印刷工業總產值 486 億，固定資產總額 598 億，居全國第一。¹²中國大陸最大的民營書店—東莞永正購書中心，銷售量已經進入中國大陸十大書城¹³之列，擁有 4 萬餘名書友會員，圖書年零售量達到 10.7 萬個品種；¹⁴與東莞地區的 700 家零售單位、全國 566 家出版單位中的 500 家出版社建立了穩定的業務管道。¹⁵

音像及電子出版發行業

- 2.11 音像及電子出版物是 1990 年代開始發展起來的新型產業，它包括音像製品出版和製作、電子出版物出版與製作、音像及電子出版物複製、音像及電子出版物發行四個方面。最後的發行主要包括音像製品及電子出版物的批發與零售。
- 2.12 「目前珠三角已成為中國大陸進出口音像製品最大的集散地，整個廣東省有音像電子出版物 450 多種，全省現有光碟複製企業 53 家，各類光碟生產線 394 條，音帶複製廠 42 家，電子出版物（軟碟）複製單位 3 家。其中絕大部分集中在珠三角地區。2004 年廣東省光碟複製加工有 6.75 億片（這裏主要指納入政府文化部門管理和統計範疇、可以在大眾文化市場上批發和

¹⁰ 載自廣東省新聞出版局網頁：http://www.xwcbj.gd.gov.cn/menu/tjzl_brow.asp?id=71。

¹¹ 「廣東出版集團重組結束政企不分」，載自新華網網頁：http://news.xinhuanet.com/newscenter/2004-02/26/content_1334064.htm。

¹² 「我國泛珠三角地區主要省份出版業概括」，載自泛珠三角合作信息網網頁：<http://61.144.25.119/gate/big5/www.pprd.org.cn/xinwenchuban/200505120468.htm>。

¹³ 中國大陸十大書城，指各中心城市最大的圖書銷售中心，包括北京的中國圖書大廈、上海書城、廣州書城、深圳書城、杭州書城、成都西南書城等。

¹⁴ 「在文化產業中崛起」，刊自《華南新聞》，載自人民網網頁：<http://www.people.com.cn/GB/paper49/10591/962873.html>。

¹⁵ 如上。

銷售的音像製品、遊戲軟體、教育軟體、通用辦公自動化軟體等)，其中可錄光碟約 1.5 億片，絕大部分也集中在珠三角，它的光碟生產能力和市場佔有率佔了中國大陸差不多一半的市場。」¹⁶僅廣州的廣東音像城銷售總額就達到 16 億元人民幣，佔中國大陸的正版音像市場批發量的 70%。¹⁷

C 廣播、電視、電影服務業

- 2.13 廣播、電視、電影是集新聞、娛樂、社會服務於一身的產業活動。在本報告中，此處主要涉及到文化娛樂方面。這裏包括廣播、電視服務（廣播電台、電視台、其他電視服務），廣播、電視傳輸（有線廣播電視傳輸與無線廣播電視傳輸），電影服務（電影的製作與發行、電影放映）。
- 2.14 2003 年，廣東省有 22 家廣播電台，13 家中波廣播發射台和轉播台，24 家電視台，39 座 1000 瓦及以上電視發射台和轉播台，79 家縣、市廣播電視台。廣播人口覆蓋率 96.0%，電視人口覆蓋率 96.4%。¹⁸廣播電台節目 118 套，平均每日播出 1,848 小時，自辦節目時間 1,636 小時，新聞節目 181 小時，專題節目 316 小時，文藝節目 666 小時。外購節目 212 小時，這裏主要指的是從全國其他省市廣播電台、海內外廣播電視製作公司、仲介代理機構等購入播放的廣播劇、專題節目等。電視台共 89 套節目，平均每日播出 1,200 小時，自辦節目 872 小時，新聞節目 89 小時，專題節目 141 小時，文藝節目 438 小時，外購節目 328 小時，這裏主要指的是從全國其他省市電視台、海內外電影電視製作公司、仲介代理機構等購入播放的故事片、電視劇、記錄片、專題節目等。
- 2.15 廣東省電視系統的總資產達到 77 億元，廣告總收入 41 億元，在省級電視系統中居全國之首。有線廣播電視用戶 810 萬戶，約佔全國的十分之一。其中珠三角佔有全省廣播電視和電影服務的舉足輕重的位置，除了廣州和深圳，東莞市廣播電視局電視設備達到了中央台級的先進水準，2002 年的營業收入高達 3 億元。江門市的廣電系統已達到 8,000 萬元的規模。
- 2.16 珠三角地區是中國大陸最重要、最多產的電影和電視劇製作中心之一，從 1990 年代中期開始，中國大陸平均每年生產電視劇 6,500—7,500 集，以後逐步增長到 8,500—9,000 集左右。珠三角的電視劇年產量約佔全國的 10%。從 1980 年代開始，在中國大陸成爲播放熱點的影視劇，如電視連續劇《外來妹》、《風聲水起》、《鋼鐵是怎樣煉成的》、《林海雪原》等，電影《過年》、《蘭陵王》、《一家兩制》等，都出自珠三角的廣東電視台、廣州電視台、萬科影視公司、深圳影視公司等，有的還在國內外獲得了重要的獎項，並且獲得了良好的經濟效益。

¹⁶ 「我國泛珠三角地區主要省份出版業概括」，載自泛珠三角合作信息網網頁：
<http://61.144.25.119/gate/big5/www.pprd.org.cn/xinwenchuban/200505120468.htm>。

¹⁷ 「音像“沃爾瑪”廣東播種」，載自中華零售網網頁：
<http://www.i18.cn/newscenter/news/guoneinews/2003-8-29/9185.shtml>。

¹⁸ 「2003 年廣東省國民經濟和社會發展的統計公報」，載自國家統計局網頁：
http://www.stats.gov.cn/tjgb/ndtjgb/dfndtjgb/t20040303_402133922.htm。

D 文化藝術服務業

- 2.16 廣義來說，文化藝術服務包括與文化相關聯，以藝術命名或令人產生不同情緒反應的一切相關活動。在此報告中主要包括文藝創作及表演場所、文化保護和文化設施服務（文物及文化保護——文物保護服務與民族及民俗文化遺產保護服務、博物館、烈士陵園與紀念館、圖書館、檔案館等）、群眾文化服務、文化研究與文化社團服務以及其他文化服務。
- 2.17 在 2003 年，廣東有 144 個藝術表演團體，從業人員 6,217 人，新排上演劇目 176 個，演出場次 16,345 場，中國大陸共演出 1.5 萬場，中國大陸演出觀眾人數 2,643.8 人次，總收入 33,186.1 萬元，總支出 31,675.4 萬元；也就是說，廣東省每天各地平均就有近 50 場演出，其中大部分集中在珠三角地區，珠三角已經成為中國大陸演出最活躍、形式最豐富的地區之一。¹⁹
- 2.18 民營演出公司亦十分活躍，從 2001 年下半年起，多家民營演出公司紛紛成立。根據廣東省文化廳提供的數字，2001 年 10 月前，廣東還只有兩家民營演出公司，但是在接下去的三年內，陸續湧現出 20 家演出公司和近 10 家演出經紀公司，也就是說，平均每一個月就有一家新的演出或經紀公司成立。²⁰到 2004 年，全省的演出公司共 60 多家，其中民營的就有 30 多家，演出經紀公司更全是民營的天下。這些公司主要集中在廣州、深圳、佛山等演出市場較為活躍的珠三角地區。而由民營公司以各種形式主辦、承辦、投資的演出已佔據了 7-8 成的市場份額，而且這個比例將越來越大，“民營演出公司已經成為主流”。²¹
- 2.19 同年，廣東省有公共圖書館 129 個，公共圖書館總藏量 2,498 萬冊，其中新購藏量 189.81 萬冊，其中珠三角地區佔 85%。²²

II 文化產業週邊層

A 網路文化服務業

- 2.20 網路文化服務是近幾年才形成的新型產業形態，主要包括互聯網新聞服務、互聯網出版服務、互聯網電子公告服務以及其他互聯網資訊服務。2004 年 9 月 16 日，首屆泛珠三角省會城市市長論壇暨電子政務交流展在廣州隆

¹⁹ 這些藝術團體的表演種類包羅萬有，當中包括如舞劇《風雨紅棉》、現代舞劇《夢白》、山歌劇《等郎妹》、潮劇《德政碑》、粵劇《花月影》等優秀劇目。（「廣東省藝術表演團體推出精品，演出收入大幅增加」，資料載自文化部網頁：
<http://www.ccnt.gov.cn/whcy/?nav=whcy01&id=1102313808>）。

²⁰ 「廣東舞台·一天七十台文藝表演」，刊於金羊網，載自新快報網頁：
http://www.ycwb.com/gb/content/2003-12/15/content_614505.htm。

²¹ 如上。

²² 「廣東省圖書館人均藏書量偏低」，載自中國文化部網頁：
<http://www.ccnt.gov.cn/whcy/?nav=whcy01&id=1102315380>。

重開幕。而至 2004 年，廣州市已初步形成市、區、街道三級政府資訊網路系統，建成全國一流的政府資訊網路交換平台，82%的部門採用了網路化的公文流轉系統，實現了城市規劃、工商、海關、稅務、金融、人事、醫療保險、勞動就業等網上辦公和審批。²³

- 2.21 廣州作為珠三角的核心城市，在互聯網的應用上起到了典範作用。其他的相關城市在政策的支援下，也著手拓展網上資訊服務，推動電子商務發展，重點開發一批基礎性資料庫，建設一批文化資訊資源服務網站，重點建設網上圖書館、網上博物館、網上書店、網上劇場、網上電影院、網上演出售票系統等，提供文化資訊資源的鏈結服務。²⁴

B 文化休閒娛樂服務業

- 2.22 文化休閒娛樂服務主要分為兩類，一是指旅遊文化服務，它包括旅行社、風景名勝區管理、公園管理、野生動物保護（動物觀賞服務、植物觀賞服務）；第二是指娛樂文化服務，包括室內娛樂活動、遊樂園、休閒健身娛樂活動、其他電腦活動（網吧服務）以及其他娛樂服務。
- 2.23 珠三角旅遊在旅遊創匯、旅遊業總收入等主要旅遊經濟指標均居全國首位，2003 年廣東省旅遊總收入有 1,338.11 億元人民幣(下同)，約佔全國的 1/4。旅遊外匯收入 352.92 億，國內旅遊收入 985.19 億。國際旅遊出入境 13,934.71 萬人次，城市接待旅遊 8,688.85 萬人次，旅行社組織接待 705.68 萬人次，團體出境旅遊人數 126.20 萬人次。其中主要集中在珠三角地區。
- 2.24 從文化及創意產業的角度看，它研究的範疇比一般意義上的旅遊產業要狹一些。因為旅遊產業包括旅行社、賓館、景點等部分。而這裏所說的文化旅遊，特指兼有文化及創意產業和旅遊產業雙重性質的領域，或者說是具有很高文化及創意價值的旅遊產品和旅遊服務。它主要包括：旅行社、風景名勝、公園管理、野生動植物的保護觀賞服務、其他遊覽區管理等。

珠三角地區旅遊文化服務業增加值的變化 2000—2003 年²⁵

貨幣單位：億元人民幣

項 目	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年
增加值	11.768,81	14.347,55	14.818,38	17.309,18
實收資本	57.462,38	58.865,78	59.397,95	62.246,04
利稅總額	4.220,51	4.926,85	5.548,49	6.741,94
出口總額	2.744,61	3.224,32	3.519,07	4.210,11
從業人員(人)	30,931	32,745	33,205	34,211

²³ TOM科技網—「泛珠三角市長論壇暨電子政務交流展在廣州開幕」
<http://tech.tom.com/1121/1793/2004920-126542.html>。

²⁴ http://www.gd.gov.cn/gov_hot/whds/yf200315fj.htm。

²⁵ 以上材料根據廣東省統計局、省文化廳、旅遊局等多家單位的資料整理而成。

2.25 珠三角地區旅遊文化服務業的發達，得益於 90 年代以來，珠三角地區對旅遊文化服務的大量投入，也得益於旅行社、風景名勝、公園管理、娛樂服務等方面的服務水平綜合提升。從基礎設施建設的角度看，珠三角地區是中國大陸主題公園最密集及最成功的地區，其中包括深圳世界之窗、錦繡中華、中華民俗村、歡樂谷、明斯克號航空母艦戰爭與和平主題公園、長隆野生動物園等，其經濟效益在全國主題公園中名列前茅。

C 其他文化服務業

2.26 2004 年頒佈的《文化及相關產業的分類》把文化服務業分為三個方面，首先是指文化藝術商務代理服務，這裏面包含著文化藝術經紀代理、其他未列明的商務服務（比如說模特兒服務，演員、藝術家經紀代理服務，文化活動組織、策劃服務）；第二則是指文化產品出租與拍賣服務，它包括圖書及音像製品出租、貿易經紀與代理（藝術品、收藏品拍賣服務）；第三類是廣告與會展文化服務，包括廣告業及展覽服務。從 1990 年代以來，廣東省廣告行業呈現出持續穩定健康發展的態勢，珠三角與長三角和環北京地區一起，成為中國大陸廣告產業的三大高地。

2.27 2004 年廣東省總體廣告經營額高達 211.6 億元，較前年增長 27.5%²⁶，而珠三角地區佔 91%。在各類媒介中，報社成為廣告發佈的主角，其廣告經營額連續第三年高居首位。從省工商部門的調查顯示，與 2003 年相比，2004 年廣東省的廣告從業人員雖然下降了 9%，但專業廣告公司數量卻增長了 23%，達到 8,665 戶²⁷，這已經是廣東省專業廣告公司連續第四年出現增長²⁸，其中珠三角地區佔 7,200 多戶。廣東省的廣告行業在逐漸從“小而散”的低水準操作方式，轉變為全方位、多元化、整合型現代廣告運作模式的過程中實現了全行業效益的普遍提升，總體廣告經營額同時增長近三成。²⁹

2.28 「2004 年廣東省的廣告經營單位仍然是以個體、私營為主，佔總戶數的八成以上；而只佔總戶數一成多的國有和集體廣告經營單位經營額卻佔總經營額的 56%。廣東的報紙、雜誌、電視台、廣播去年仍主導整個廣告市場。雖然從事廣告業務的傳統四大媒介只有 502 戶，佔廣告經營單位總戶數的 3.8%，但它們的廣告經營額卻高達 106.4 億元，佔全省廣告總經營額的 50.3%。廣東省廣告業在 2004 年的一個顯著變化是外資和聯營性質的廣告經營單位發展迅速，其中外商投資廣告經營單位戶數增長 8%，經營額增長

²⁶ 經濟參考報—「廣東去年廣告經營額 200 多億元」
<http://jjckb.xinhuanet.com/www/Article/200521681422-1.shtml>。

²⁷ 經濟參考報—「廣東去年廣告經營額 200 多億元」
<http://jjckb.xinhuanet.com/www/Article/200521681422-1.shtml>。

²⁸ 新華網—「報紙仍是廣告主角 經營額連續三年高居首位」
http://news.xinhuanet.com/newscenter/2005-02/04/content_2547631.htm。

²⁹ 新華網—「報紙仍是廣告主角 經營額連續三年高居首位」
http://news.xinhuanet.com/newscenter/2005-02/04/content_2547631.htm。

4 倍多。此外，2004 年廣東省的廣告投放格局也發生了微調，全省廣告經營額投放量前五位的產品和服務依次是房地產、食品、藥品、家用電器和化妝品。」³⁰

III 相關文化產業層

A 文化用品生產製造業

2.29 文化用品，顧名思義，就是與文化相關的用品製造業。其中包括文化用品生產（文化用品製造、樂器製造、玩具製造、遊藝器材及娛樂用品製造、機製紙及紙板結製造、手工紙製造、資訊化學品製造、照相機及器材製造）；文化設備生產（印刷專用設備製造、廣播電視設備製造、電影機械製造、家用視聽設備製造、複印和膠印設備製造、其他文化及辦公用機械製造）；相關文化產品生產（工藝美術品製造、攝影擴印服務、其他專業技術服務）。

2.30 珠三角對文化及產業有相關的闡釋，而在劃分三個流通環節的時候，首當其衝的就是製造業。由此可見，廣東對與文化相關的製造業有了足夠的重視。機製紙與紙板的製造在廣州周邊的一些小城區，集中了眾多勞動力的區域均有可見性的發展，從而起到了輔助其他產業發展的作用。

B 文化用品、設備及相關文化產品的銷售業

2.31 有製造必定需要銷售，在這個分類裏主要有三個方面，它包含著文化用品銷售（文具用品批發、文具用品零售、其他文化用品批發、其他文化用品零售）；文化設備銷售（通訊及廣播電視設備批發、照相器材零售、家用電器批發、家用電器零售），相關文化產品銷售（首飾、工藝品及收藏品批發，工藝美術品及收藏品零售）。

2.32 珠三角「文化用品市場主要集中在廣州市區，其中三個較為知名的文體用品市場包括黃沙誼園文化、玩具、精品批發市場，南岸文體用品市場，一德路綜合批發市場。黃沙誼園文化、玩具、精品批發市場是 1994 年從一德路一帶轉移到黃沙，現在已發展有近千個檔位，10,000 多平方米的營業面積。1995 年被國務院發展研究中心評為“全國最大最早經營文具玩具精品批發專業市場”。而位於白雲大道南的斯普瑪辦公用品巨型超市，面積接近 5,000 平方米，經營的商品也囊括了辦公所需的各式用品，同時也經營辦公傢俱，甚至還有辦公綠化品出售，品種達到 1 萬多種。」³¹此外，在佛山、中山、惠州等地也陸續建立了一些文具用品市場。

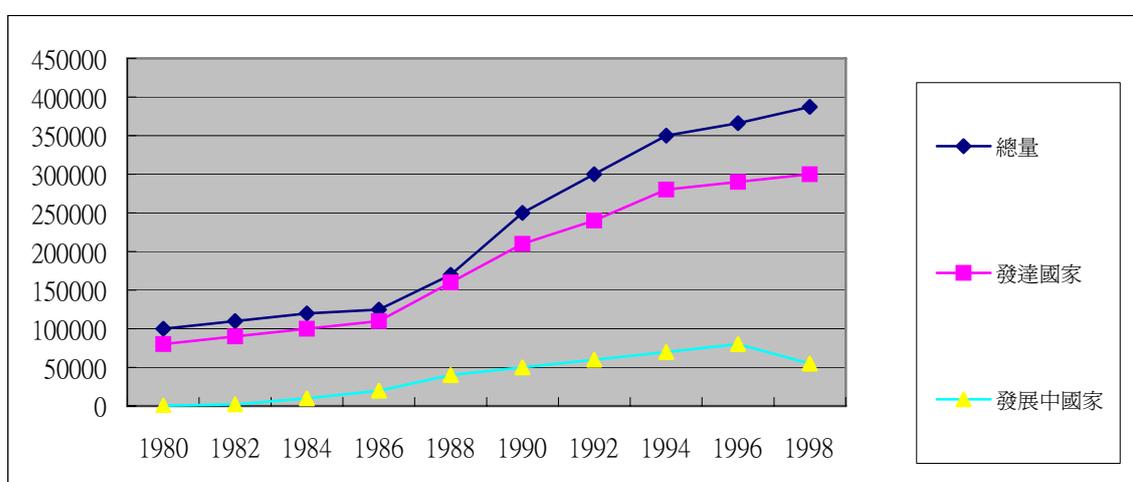
³⁰ 如上。

³¹ 南方網—「廣州四大文具批發大賣場」
<http://www.southcn.com/travel/play/gouwu/200408130832.htm>。

珠三角文化產品的進出口貿易

2.33 「在過去 20 年間，全球文化貿易總額一直在持續地增長。從 1980 年到 1998 年間，印刷品、文學作品、音樂、視覺藝術、攝影、廣播、電視、遊戲和體育用品等的年貿易額，從 953 億美元猛增到了 3,879 億美元。但是，這些貿易絕大部分在少數發達國家之間進行。1990 年日本、美國、德國和英國是最大的文化商品出口國，它們佔了全球文化商品出口總額的 55.4%，而同時，美國、德國、英國和法國又是最大的文化商品進口國，它們佔世界文化商品進口額的 47%。」³²

世界文化商品貿易（1980—1998） 單位：百萬美元³³

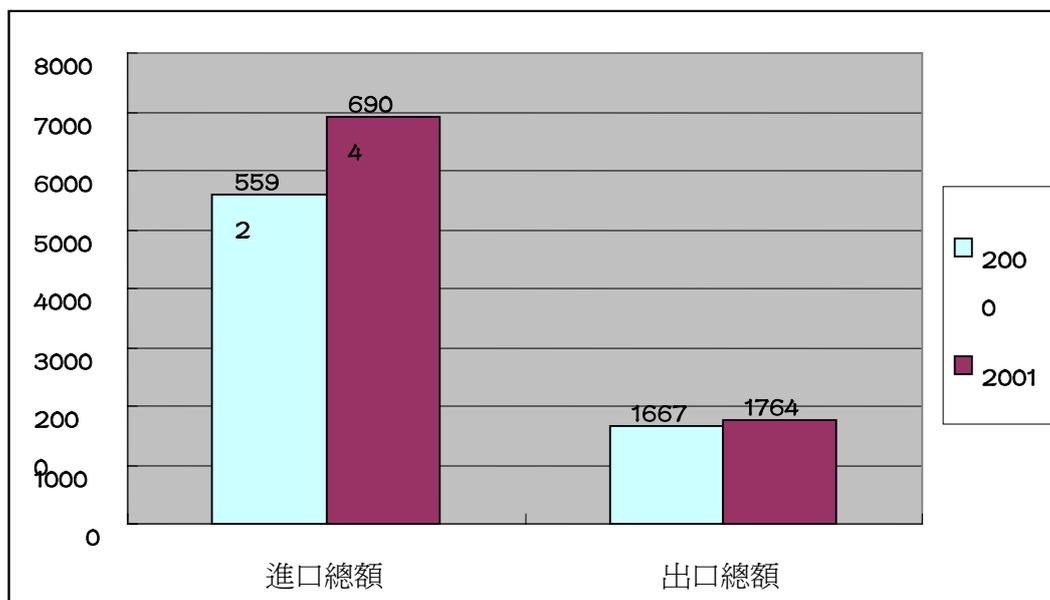


2.34 到 1998 年這種情況發生了巨大的變化：一個新的文化商品進出口大國中國出現了。但是，中國文化商品的出口主要集中在文化的硬體設備方面。中國文化產品特別是內容軟體的出口，還處在規模小、層次低、效益低的起步階段。根據抽樣調查，一些沿海發達城市，用在對外文化推廣方面的費用，與本土文化產品和服務對外出口的比例約為 10:1，而在內地欠發達地區，這一比例更是高達 15:1，甚至是 20:1。這與中國處於工業化進程起飛初期階段應有的對外直接投資水準和文化出口水準相差甚遠。根據中國統計年鑒的資料，2001 年中國大陸電影、音像製品出口總額為 0.3 億美元，而同年進口額為 0.5 億美元；同年中國大陸引進和輸出圖書版權的比例為 11.9:1；2003 年，中國大陸音像製品進出口金額之比進一步擴大到 9:1。2000 年中國大陸圖書、報紙、期刊進口額為 5,592 萬美元(下同)，出口額為 1,667 萬元，到 2001 年進一步擴大為進口額 6,904 萬元，出口額 1,764 萬元，文化貿易的逆差明顯加大。³⁴

³² 中國文化網—「發展中國對外文化貿易的歷史機遇」
http://www.chinaculture.org/gb/cn_whlt/2004-09/22/content_60821.htm。

³³ 聯合國教科文組織：《文化、貿易和全球化》，轉引自《文化研究》2003 年第 5 期。

³⁴ 人民網—外資影視公司新目標：“北京，我的愛”。
www.people.com.cn/GB/14677/40641/3043089.html。

2000—2001 年中國圖書、報紙和期刊進出口總額變化（單位：萬美元）³⁵

- 2.35 在這種情況下，珠三角文化產品進出口貿易的增長就尤為可貴。2002 年，廣東省文化產品進出口貿易總額 8.7 億美元，增長 23.2%。其中出口 5.93 億美元，增長 19.1%；進口 2.77 億美元，增長 33.3%。珠三角在文化及創意產業的進出口貿易方面貢獻突出，在出口方面約佔全省的 90%，在進口方面約佔全省的 85%。
- 2.36 廣東省文化出口產品以書籍、報紙、印刷圖畫及其他印刷品和已灌（錄）音或錄製其他資訊的唱片、磁帶及其他媒體這兩大類為主。全省書籍、報紙、印刷圖畫及其他印刷品出口 5.12 億美元，增長 19.9%，佔文化產品總出口的 86.3%；已灌（錄）音或錄製其他資訊的唱片、磁帶及其他媒體出口 0.7 億美元，增長 12.8%，佔 11.8%。兩項合計佔了文化出口總產品的 98.1%。其次是藝術品、收藏品及古物出口 0.11 億美元，增長 38.0%，佔 1.9%。
- 2.37 加工貿易是珠三角和廣東省文化產品出口的主要方式。2002 年，廣東省文化產品加工貿易出口 5.61 億美元，增長 17.5%，佔文化產品總出口的 94.6%；一般貿易出口 0.26 億美元，增長 49.3%，僅佔 4.4%。
- 2.38 外商投資企業的文化產品出口佔全省的七成以上，私營企業出口增長迅速。2002 年，全省國有、外商投資、集體和私營企業分別出口文化產品 1.55 億、4.26 億、0.58 億和 0.54 億美元，分別增長 26.4%、14.7%、1.2 倍和 6.3 倍，佔文化產品總出口的比重分別為 16.3%、71.8%、9.8%和 9.1%。
- 2.39 香港、美國、歐盟、日本和東盟是廣東省文化產品出口的國家和地區，2002 年廣東省對這幾個國家和地區的文化產品出口依次為 3.06 億、1.61

³⁵ 本處圖表根據《中國統計年鑒》和葉朗主編(2003)：《中國文化產業年度發展報告》，湖南人民出版社 2003 年版。

億、0.98 億、0.11 億和 0.05 億美元，分別佔文化產品總出口的 51.6%、27.2%、16.5%、1.9%和 0.8%。其中，對香港、美國和東盟出口增長 18.6%、53.0%和 42.5%，對歐盟和日本出口下降 7.8%和 1.2%。³⁶

- 2.40 在這種情況下，珠三角在文化創意產業的進出口貿易方面貢獻突出，它在文化創意產業方面的外貿依存度大大超過全國平均水準。所謂外貿依存度是指一定時期內一個國家或地區對外貿易總額占該地區國內生產總值的比重，它是衡量一個地區貿易開放程度的一個基本指標，也是反映一個地區與國際市場聯繫程度的尺規。
- 2.41 由於珠三角地區是全國擁有口岸最密集的地區之一，而且緊靠香港這個全球著名的金融中心、貿易中心和全球最大的集裝箱港，中南地區和西南地區的大量文化產品和服務是通過珠三角的口岸輸往境外的，其進出口總額大大超過珠三角本地的創意產業增加值。2000 年珠三角創意產業的增加值總量占 607 億元(人民幣)；2001 年為 666 億元；2002 年為 738 億元；2003 年為 858 億元，而珠三角地區文化創意產業的出口額連年增長，在 2000 年出口總額達到 1,999 億元，2001 年達到 2,211 億元，2002 年達到 2,463 億元，2003 年達到 2,939 億元。³⁷
- 2.42 珠三角文化產品和文化服務的進出口貿易中輸往香港的，又有如下幾種情況：1，直接提供給香港文化消費市場的，如深圳大芬村製作的商品油畫，2003 年達到 1.2 億港幣的銷售額，有許多是直接銷往香港市場；2，直接銷往國外市場的，如光碟、遊戲軟體、娛樂器材製作等；3，許多台商投資企業，採用“台灣接單，珠三角製造，香港發貨”的方式，形成了一個跨地區的產業鏈，把大批文化和娛樂用品和器材等，銷往國外市場，香港作為出口口岸成為其中關鍵的一個環節；4，大批香港人到珠三角地區購買文化產品和文化消費，在近年來的五一、十一和春節黃金周期間，每天過境到深圳的人數高達 20 萬人次以上。比如他們到深圳書城、南山書城等購買內地版的出版物和音像製品，已經成為深圳出版物市場的主要消費群體之一。³⁸

³⁶ 目前珠三角出口的文化產品及服務數量不多，根據香港貿易發展局發表《香港在珠三角文化產業的投資機遇》的文章(<http://www.tdctrade.com/alert/calert/cba-c0310p1.htm>)指出，2002 年，廣東文化產品進出口額僅佔全省進出口貿易總值的 0.39%。其中，文化產品出口佔全省總出口的 0.5%，進口佔全省總進口的 0.27%。至於香港目前進口自珠三角的文化產品及受惠服務，根據《香港統計年刊》內有關主要貨品類別及主要供應地劃分的進口貨值資料，輸入的主要包括手工藝品、鐘錶、金銀手飾、古董、軟件製品等。

³⁷ 以上材料根據廣東省統計局、省文化廳等多家單位的資料整理而成。

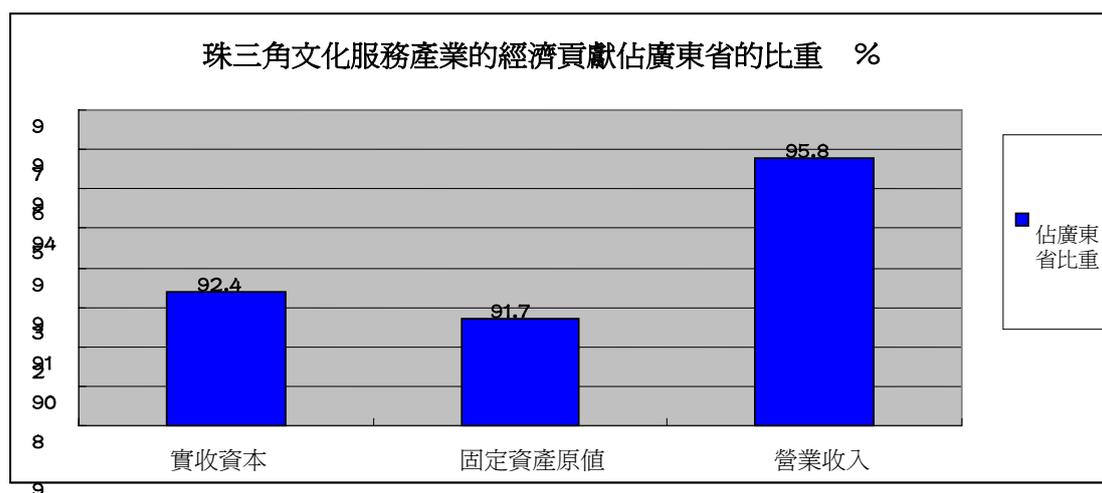
³⁸ 不過近年不少香港本地書店轉為專售或銷售更多內地圖書，並保持港元兌人民幣 1:1 之兌換率，因此專程到內地購書的情況已比往年減少。

3 珠三角文化及創意產業的基本特點

文化服務業在文化產業中佔最大的經濟比重

- 3.1 廣東省文化產業的三大組成部分中，相對於文化產品製造業和文化產品的貿易業，文化服務業佔比重最大，而在全省的文化服務業中，珠三角經濟區所佔的比重更大，資本、技術、人才和進出口額的集中度也最高，珠三角文化服務業的實收資本、固定資產原值、營業收入這三項所佔比重分別達到整個廣東省的 92.4%、91.7%、95.8%³⁹。這說明珠三角文化產業的發展，在內容/版權創造和非產品類的服務方面，有一定的優勢，但是反過來看，珠三角文化產品製造業和產品貿易業的弱小，並非一種良性產業結構，說明珠三角文化產業的內容和版權的價值，還沒有及時轉移到文化產品製造業和文化產品的貿易業中，沒有形成良好的產業鏈而發揮文化價值的倍增效應、後續效應和聯動效應。

珠三角文化服務產業的經濟貢獻佔廣東省文化服務產業的比重



形成一批在全省和全國有影響的文化集團

- 3.2 自 80 年代以來，在珠三角逐漸形成一批在全省和全國有影響的文化集團，其中首屈一指的是 80 年代中建立的深圳華僑城集團，屬下的華僑城股份有限公司被稱為全國旅遊娛樂業的上市公司“老大”，隨後，1996 年，全國第一家報業集團——廣州日報報業集團在廣州建立，1997 年以後，南方日報報業集團（在廣州）、羊城晚報報業集團（在廣州）、深圳報業集團分別建立，1999 年包括廣東教育出版社、廣東科技出版社、花城出版社等 26 家成員單位的廣東出版集團在廣州成立。

³⁹ 廣東省統計局《廣東文化產業發展現狀研究》，《廣東省文化建設與文化體制改革研討會入選論文》（2003 年 5 月）。

- 3.3 2002 年全國第一傢俱備獨立法人資格的發行行業股份制企業 — 廣東新華發行集團股份有限公司（在廣州）成立，2003 年包括珠江電影製片廠、廣東電視台、廣東廣播電台等在內的南方廣播影視傳媒集團（在廣州）成立，在這之後的 2003—2004 年，廣州廣播電視集團、深圳廣播電視集團作為省集團的子集團相繼建立，它們具有獨立法人資格，並與省集團建立資產紐帶關係；2004 年深圳發行集團成立。至此，十多個大型文化集團的總部和利潤中心全部集中在珠三角經濟區，使珠三角成為全國除北京地區和長三角地區以外，大型文化集團最集中的地區。⁴⁰

形成一批具有活力的文化節慶和品牌

- 3.4 以廣東省藝術節、深圳讀書月、佛山陶瓷節、惠州數碼節、東莞傢俱節、中山花卉節和國際燈飾節等，以及廣州出口商品交易會、深圳高新技術交易會、深圳文化產業博覽會等為代表，有的依託重大的文化藝術活動，有的依託行業交易活動，有的依託自然山水景觀，有的依託商貿展銷活動，形成文化與商業相得益彰的效果，已經成為珠三角文化產業的一大特點。
- 3.5 2004 年 11 月 18 日開幕的首屆深圳文博會，是珠三角最有代表性的大型文化節慶之一。它被中國政府定位在國家級文化產業盛會，由國家文化部、廣電總局、新聞出版總署、廣東省政府主辦，深圳市政府等承辦。聯合國教科文組織派代表向文博會致賀。香港在民政事務局的統籌下也有設香港館，介紹香港的產業情況。文博會出現萬人空巷的場面，其參觀和參加活動的海內外人潮大大超過預料，達到 47.7 萬人。⁴¹其中前來參加投資和最後簽約的，不僅僅有來自海外的企業、上海、北京、廣州的投資者，而且還有一位民營企業家，以個人名義，投資廣東清遠市的數位圖書館，說明深圳文博會的投融資，正在出現國有資本、外資、民營資本和社會資本，多元發展的良好勢頭。

⁴⁰ 珠三角大型文化集團的情況比較多樣，而且正處在向大型企業集團的轉制過程中。其中如南方廣播影視傳媒集團，廣州廣播影視集團、深圳廣播影視集團、主要報業集團等均為非企業法人的事業法人單位，而下屬機構中又有控股、參股和合資的許多企業法人單位，經營範圍涉及房地產、印刷、廣告、物流、商貿、發行等業務。華僑城集團所屬的華僑城股份有限公司則是在深圳證券交易所的上市公司，至於廣東新華發行集團股份有限公司和深圳發行集團股份有限公司則是企業法人單位。

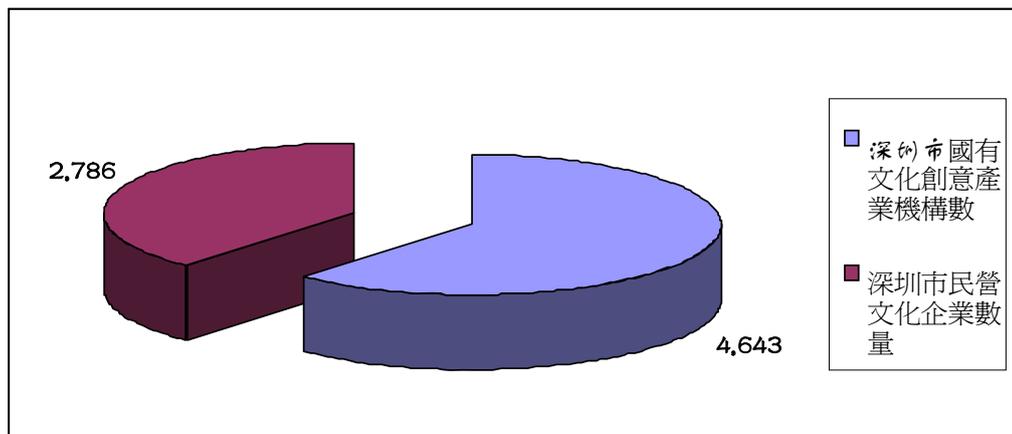
⁴¹ 首屆深圳文博會主場館 4.31 萬平方米，分場館也有 4 萬多平方米，總面積達 8 萬多平方米，1,583 個標準展位，推出了一系列富有文化及創意的重點專案：如“主流平面媒體形象展”、“國際書刊精品展”、“世界最美圖書展”、“國際印刷精品暨技術設備器材展”、“中國世界文化遺產暨歷史文化名城展”、“中華國粹—當代中國工藝美術大師精品展”、“中外文化藝術精品展”、“國際動漫畫及卡通遊戲展”等。深圳文博會向全國徵集了 700 多個文化產業投融資專案，總金額高達 380 多億元，經過推介和洽談，僅廣東省文化廳就簽訂了 17 個專案的合同，吸引資金 10 億多元。文博會發揮了中國第一屆文稿拍賣會的傳統，舉行了中國（深圳）小說影視劇改編權、電影劇本、電視劇本拍賣會。從 2006 年 5 月開始，深圳文博會將在每年春季舉行，成為一個固定的大型文化產業博覽會。深圳新聞網—「盛會作平臺交易滿堂紅 文博會落幕 47 萬多人參觀」
<http://www.sznews.com/n1/ca1284164.htm>。

珠三角地區文化及創意產業的多元投資

- 3.5 中國文化體制改革所要解決的一個重要問題，就是擺脫單純依賴政府撥款的投資模式，吸收社會的多元投資特別是民營資本，形成富有活力的投資結構。隨著中國文化管理體制和政策法規的不斷改革，文化及創意產業吸收民營投資的管制，逐漸放寬。在廣東省和各省市大量實踐的基礎上，文化部在 2004 年 10 月 18 日發佈了《文化部關於鼓勵、支援和引導非公有制經濟發展文化產業的意見》（文產發—35 號），承認在總體上仍然存在影響非公有制發展文化產業的諸多問題，比如說經濟待遇不平等，限制非公有制經濟進入等。
- 3.6 有鑒於此，《意見》明確指出：“在演出業、影視業、音像業、文化娛樂業、文化旅遊業、網路文化業、圖書報刊業、文物和藝術品業，以及藝術培訓業等行業以逐步放寬准入的基礎上，進一步降低門檻，搞好服務，鼓勵支援非公有制經濟以獨資、合資、合作、聯營、參股、特許經營等多種方式進入。逐步形成以國有文化企業為主導、多種所有制經濟共同參與、投資主體多元化、融資管道社會化、投資方式多樣化，專案建設市場化的文化產業發展新格局，”而且鼓勵非公有制經濟以技術、品牌、知識產權等生產要素作價參股，或以投資、參股、控股、兼併、收購、承包、租賃、託管等形式，積極參與轉制改企國有文化單位的資產重組，推動國有文化單位的產權結構調整。
- 3.7 在市場管制逐漸放寬的背景下，珠三角民營資本進入文化及創意產業的步伐十分活躍，已經發展成爲舉足輕重的力量。以深圳爲例，2003 年全市文化及創意產業的機構總數爲 7,429 間，而其中國有文化及創意產業機構爲 4,643 間，民營文化企業有 2,786 間，可以說佔三分之一強：

深圳文化創意產業機構數量中民營文化企業的數量

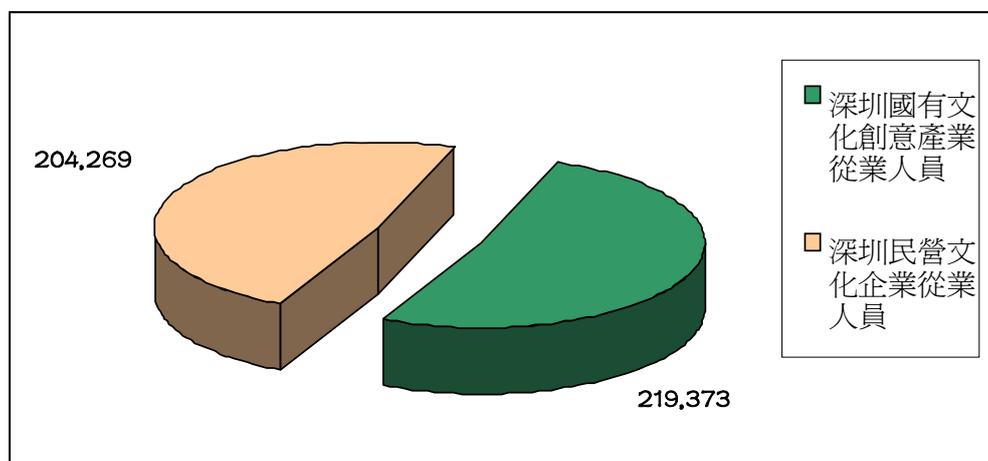
單位：間



3.8 2003 年深圳市文化及創意產業的從業人員總數為 423,642 人，其中國有機構的從業人員為 219,375 人，而民營文化企業的從業人員有 204,269 人，約佔 50%。可見民營文化企業在擴大就業方面，發揮了重要的作用。

深圳國有文化及創意產業從業人員與民營文化企業從業人員數量

單位：人



3.9 值得注意的是：民營資本進入文化及創意產業的情況，很不平衡。總體來說，政治敏感度高，市場管制嚴格的領域，民營資本較難進入，即使進入了，也很難快速發展。而在政治敏感度底，市場開發程度大的領域，民營資本就表現出很大的活力，發展迅速。

3.10 在演藝業，包括演出場所、文藝表演團體、演出經紀機構等⁴²。截止 2004

⁴² 演出經紀公司，屬於仲介公司。一般來說，演出經紀公司不擁有自己的演出隊伍和後勤服務機構，而是以代理、仲介、諮詢、顧問的形式為演出公司服務。根據大陸現行政策，民營資本可以投資成立演出經紀公司，需要有規定數量的註冊資金、擁有文化經紀人等專業人才等，可以是無限責任公司。

年底，深圳共有各類演出經營單位 85 家，其中民營 49 家，佔演藝經營總數的 57.6%。在民營演藝經營單位的從業人員 637 人，全年演出 1,716 場，觀眾人數 259 萬人次，票房收入 3,248 萬元人民幣(下同)，全年實現增加值 1,347 萬元，資產總額 19,631 萬元。

- 3.11 在歌舞娛樂業，包括歌舞廳、卡拉 OK、夜總會等，截止 2004 年底，全市娛樂業實現增加值 12.3056 億元人民幣(下同)，總產出 46.1007 億元，資產總額 55.7207 億元，從業人員 1.4108 萬人，機構數 623 家。其中，民營資本經營的歌舞娛樂場所實現增加值達 11.0751 億元，總產出 41.49063 億元、資產總額 50.14863 億元、從業人員 1.2697 萬人，機構數 560 家。整個民營企業從機構數量、經濟規模、從業人員等，均佔娛樂業的 90% 以上。
- 3.12 在音像製品發行業，從事音像製品批發、零售服務的經營單位按經營形式可分為兩類：(1) 音像製品連鎖經營單位及其直營門店。(2) 獨立的音像製品零售門店，包括音像超市、大百貨商場配套音像專櫃、其他獨立音像製品零售門店。截止 2004 年底，全市共有音像製品發行經營單位 421 家，其中由民營資本設立的有 360 家，從業人員 1800 人，資產總額達到 31,090 萬元人民幣(下同)，佔整個音像發行業的 85.5%。民營音像發行企業共實現增加值 5,847.6 萬元，總產出 25,025.7 萬元。
- 3.13 在電影放映業，截止 2004 年底，深圳共有 31 家電影發行、放映單位，行業資產總額 2.8835 億元人民幣(下同)，從業人員 442 人，其中民營電影放映單位 6 家，從業人員 33 人，資產總額 524.61 萬元，實現增加值 407.38 萬元，約佔電影行業增加值的 17.71%。
- 3.14 在文博業，即進行文物古玩收藏品的博覽、經銷的行業，截至 2004 年底的統計，全市文博業從業人員數為 2,242 人，全行業資產總額 19.6774 億元人民幣，實現增加值 8,894.1 萬元人民幣，全市共有文物經營單位 3 家，其中僅 1 家民營文物監管物品市場，即深圳市古玩城，卻佔有絕對優勢。2004 年深圳市古玩城建築面積 6 萬平方米，內有港澳台和內地來此開設的古玩品牌商店數百家，資產總額 19.6500 億元人民幣，佔全行業的 99.87%，實現增加值 8,810 萬元人民幣，佔全行業 99.05%；從業人數為 2,252 人，佔全行業 90% 以上。目前該古玩城正計劃擴建，增添設施，完善服務，發展成為全國規模最大、最具影響力的民營古玩城，成為集創作、陳列、交流、收藏和旅遊於一體的“中國古玩 MALL”。
- 3.15 在工藝美術業，截止 2004 年底，深圳工藝美術行業有民營企業 1,426 家，約佔企業總數的 81%，民營企業資本總額 52.6 億元人民幣(下同)，佔行業資本總額的 87%；民營企業從業人員 18.3 萬人，年產值達 149.5 億元。
- 3.16 在網路文化業，它可以分為網吧和網路出版兩部分。截止 2004 年底，全市民營投資的網吧有 283 家，電腦終端 24,300 台，資產總額 6.9663 億元人民幣(下同)，總產出 3.1937 億元，增加值 1.4556 億元，從業人員 2,260 人。民營資本的投入產出及從業人員在整個網吧業約佔 90%。而在網路出版領域，民營機構很少，全市從事網路出版的機構共 3 家，其中民營機構僅騰訊公司一家，而發展活力很強。⁴³

⁴³ 2004 年，騰訊公司營業收入達 12 億人民幣，淨利潤 4.5 億人民幣。騰訊公司進入“深圳知識產

- 3.17 在藝術培訓業，深圳人均收入和居民文化素質比較高，對藝術培訓的消費需求比較旺盛。截止 2004 年底，深圳特區內共有藝術培訓經營單位 182 家，其中有合法證照的民營藝術培訓機構 100 多家，佔大部分市場份額。一些民營培訓機構，如但昭義鋼琴藝術中心、蕭邦鋼琴藝術中心、藝超音樂培訓中心、孔祥東鋼琴藝術中心等，其優勢已明顯超過國營藝術培訓機構。
- 3.18 在文化會展業，由於國有會展機構的壟斷性比較強，所以直到近年，深圳才有部分民營會展公司發展起來，如華博展覽公司、優博展覽公司，佔有了一定的市場份額。
- 3.19 可以說，上述深圳民營資本進入文化及創意產業的情況，在珠三角地區具有廣泛的代表性。雖然它還處在發展的初級階段，而且還受到許多不平等的市場待遇，但是依然表現出旺盛的活力。隨著管理體制的改革，它將會有更大的發展前景。

珠三角資源與香港資本的結合卓有成效

- 3.20 由於珠三角毗鄰香港，為香港資本的進入創造了不可多得的機遇。雖然 1990 年代以來中央政府的政策限制香港資本進入政治敏感度比較高的出版、報刊、電視、網路等領域，但是在印刷、旅遊、發行、零售、娛樂等領域，香港資本和技術的導入，仍然起了重要作用。隨著 CEPA 的實施，珠三角勞動力、土地、許可證等生產要素與香港資本的結合更有成效。如引入大量香港資本的深圳印刷產業，從無到有，一躍成為繼北京、上海之後的中國三大印刷產業中心之一，參與了 21 世紀初兩大世界盛事，承擔了高質量的《中國申辦 2008 年奧運會報告》和《中國申辦 2010 年世博會報告》，獲得了包括全球印刷行業最高獎“PIA – Benny Awards 美國印刷大獎”在內的幾乎所有重大獎項。2002 年整個珠三角印刷業產值為 500 億元，其中深圳印刷業產值為 164 億元，增加值為 53 億元。深圳印刷業中以港資為主的三資企業⁴⁴數佔企業總數的 15.9%，三資企業產值佔行業總數的 58.2%，具有舉足輕重的作用⁴⁵。

權十強企業”之列。同年，騰訊還獲得德勤國際會計公司頒發的亞太地區高科技、高成長的 500 強企業榮譽，列第十七名。

⁴⁴ “三資企業”，是指中外合資企業、中外合作企業和外資企業（即外國獨資企業）。它們是根據中國的外資企業法例規定，在中國註冊登記的，具有企業法人資格的有限責任公司。

⁴⁵ 這裏引用了深圳市人民政府文化產業發展辦公室提供的統計材料，和我們對深圳雅昌企業集團公司調查的材料。

4 珠江三角洲文化及創意產業的空間分佈

空間分佈的總體態勢

- 4.1 文化及創意產業在珠三角的分佈空間，基本上符合 1995 年相關部門所完成的《珠江三角洲經濟區城市群規劃》所展示的戰略佈局，但又與地理位置的“啞鈴”陣勢稍有不同，它是以廣州與深圳為中心，廣州至珠海、深圳至珠海為發展軸線，形成了一個“雙中心”的空間分佈圖。從文化及創意產業的空間分佈上說，珠三角的文化及創意產業可以分為 3 個空間層次：
- 4.2 第一個層次是構成“雙中心”的廣州和深圳，它們是廣東省乃至華南地區最重要的文化及創意產業中心，它們的報業、印刷業、文化旅遊業等在整個中國大陸都具有廣泛的影響，兩大城市文化及創意產業的經濟貢獻約佔珠三角總量的 70% 以上。
- 4.3 第二個層次是毗鄰的珠海與佛山，雖然它們文化及創意產業的經濟總量不大，但是具有非常鮮明的特色，其中如佛山是中國大陸最重要的藝術陶瓷生產基地，武術文化基地，粵劇發源之地，佛山孔雀廊是中國大陸粵曲粵劇音像製品的重要生產企業，還是著名的民間藝術之鄉。
- 4.4 第三層次是周邊的中山、江門、肇慶、東莞、惠州等五個小城市，它們如衆星捧月一般烘托了上述的中心城市，並且逐漸形成了自己的產業特點。

珠三角主要城市文化及創意產業基本情況 2000—2003 年

項 目	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年
機構數量（個）	22,169	26,511	27,904	30,897
從業人員（人）	1,482,957	1,580,843	1,631,790	1,703,290
全年營業收入（萬元人民幣(下同)）	19,476,463	21,542,395	24,844,316	30,082,782
增加值（萬元）	6,074,636	6,667,993	7,386,358	8,587,117
實收資本（萬元）	10,844,568	11,445,059	11,696,666	12,430,489
每萬元 GDP 中創意產業的貢獻(元)	823	797	784	757
利潤總額（萬元）	1,280,913	1,387,199	1,650,128	2,003,147
利稅總額（萬元）	2,909,834	2,956,460	3,616,800	4,306,074
出口總額（萬元）	19,667,123	22,110,993	24,630,101	29,398,445

46

⁴⁶ 以上材料根據廣東省統計局、省文化廳等多家單位的資料整理而成。

廣州市的文化及創意產業

- 4.5 廣州的經濟與人口在珠三角地區有舉足輕重的地位，2002年，廣州常住人口超過1,100萬，其中戶籍人口約720.6萬。廣州市在2003年實現本地生產總值3,496.88億元，比2002年增長15%，人均GDP達到5,844美元，居全國十大城市之首。它在三次產業方面的比重分別為3:43.4:53.6，其第三產業的活力表現突出。在吸引外資與進出口貿易的發展中，廣州的創匯略遜於深圳，但它是在以自己的速度與優勢爭取外資，加大貿易力度。據相關統計資料中可以看到：廣州職工的薪資在珠三角中較深圳略低，但較其他城市而言，依然偏高。2005年一月至三月，廣州市城市居民家庭人均可支配收入為5,258.94元人民幣(下同)，比上年同期增長6.0%，增幅回落7.4個百分點。(即每月平均收入為1,752.98元，年薪為21,035.76元)⁴⁷。首季廣東城鎮居民人均可支配收入每月為1,110.53元，(即年薪為13,326.36元)，同比增長11.3%⁴⁸。
- 4.6 根據廣州市政府頒佈的《廣州市文化產業十五計劃》，廣州市在2001—2005年發展文化產業的基本目標是：大力拓展和不斷完善廣州的文化中心功能，提升現代化中心城市的文化品位，力爭廣州的文化設施建設和文化產業發展水準進入中國大陸大城市前列。到2005年，廣州市文化產業的總收入，務求從2000年的150億元增加到300億元；文化產業增加值的增長速度要超過全市GDP的年均增長率，力增年均遞增15%；文化產業增加值佔第三產業增加值的比例，從1999年的4.8%，增加到7%；人均每年文化支出佔消費性支出的比例，從1999年的3.1%增加到5%。
- 4.7 「從2001年到2005年，廣州文化產業領域的基本思路是“四個發展”：重點發展音像業、文化旅遊業和藝術培訓業；優先發展演藝業、電影業、藝術品經營業和實用美術設計業；加快發展文化會展業、文化資訊業、文化仲介業，以及科技含量高的新興文化產業門類；引導發展文化娛樂業，文物監管物品經營業等門類。廣州市還定出了發展文化產業的具體目標，比如音像業，就要重振廣州音像業在全國的領先優勢，大力推進音像業向規模化、現代化、綜合化、集約化方向發展。按照現代企業制度要求，以資本為紐帶，通過兼、購、並等多種形式組建出版製作發行一體化經營的音像集團，培育一批專業化的中小型音像企業，形成大中小型並存、協調發展的企業組織結構。特別是要大力發展音像租賃和連鎖經營網路，形成2-3個音像製品連鎖(超市)經營集團。」⁴⁹
- 4.8 在文化旅遊業方面，廣州市的目標是在全市形成以山水生態城市與歷史文化名城一體化文化旅遊景觀體系和市場運營機制。加強對歷史文化資源的挖掘、保護和利用。按照“有效保護、合理利用、加強管理”的原則，主動適應城市面貌“十年一大變”的要求，有計劃地開展對歷史文化名城的保護

⁴⁷ 資料源自廣州統計信息網：<http://www.gzstats.gov.cn/Admin/fxbg/cd0422a.htm>。

⁴⁸ 資料源自廣東統計信息網：http://www.gdstats.gov.cn/tjcx/t20050520_28055.htm。

⁴⁹ 廣州市文化產業“十五”發展計劃：www.gzwh.gov.cn/whw/channel/whzgwkg/fzjh/gzswhcyswzfzh。

和開發，切實按照文物保護單位的不同級別做好保護和利用工作。⁵⁰到 2005 年，全市博物館增加到 50 家，形成具有嶺南特色、品類齊全、藏品豐富、展示手段先進的由國家、企事業單位、社會、個人共同興辦的博物館群體。⁵¹重點鼓勵演出專案、文物開發專案與旅遊企業的結合，形成若干在國內外具有影響力的高收益的文化旅遊精品。積極開拓國際文化旅遊市場，爭取文化旅遊業的年增加值達到 8% 以上。

深圳市的文化及創意產業

- 4.10 深圳毗鄰香港，自南宋末年陸續有移民落腳，長期以來是一個偏遠的漁村。1979 年深圳建立了中國大陸第一個經濟特區，大批具有創業熱情的“新移民”彙聚到這裏，從 1990 年到 21 世紀初，深圳常住人口從 166.74 萬增長到 700.88 萬，平均年遞增 14.96%，推動了以經濟增長為動力的社會全面發展。自從深圳特區誕生以來，全市國民生產總值以每年平均 29.5% 的高速度增長，高於中國大陸其他城市平均增長率 1 倍以上。2003 年的深圳人口為 600 萬，但是實現本地生產總值 2,840 億元人民幣，超過內地一個中等省份，在中國大陸的大中城市排行榜中居上海、北京、廣州之後的第 4 位，相當於 1979 年建市時的 850 多倍，人均 GDP 達到 6,500 美元，為中國大陸人均生產總值最高的城市，財政收入為中國大陸的大中城市第三位，三產結構為 0.9: 54.0: 45.1，顯示了強勁的發展勢頭。
- 4.11 深圳市十五發展計劃（2001—2005）在深圳市委三屆八次會議正式提出，要使深圳實現五大戰略目標，即建設高科技城市、現代物流樞紐城市、區域性金融中心城市、美麗的海濱旅遊城市、高品位文化生態城市，這使深圳進一步明確了未來發展的戰略方向。

⁵⁰ 重點開發建設南越國遺址、黃埔古港古村、大元帥府、陳家祠黃埔軍校和南海神廟等文化景區，近代建築群如大小馬站古書院群、沙面、西關大屋等歷史文化保護區。有效整合歷史文化資源，開發富有廣州特色的文化旅遊產品。擴大和充實城市博物館建設網路。從 2001 年到 2005 年，逐步調整和完善市、區的博物館佈局。市、區建成一批能充分反映當地歷史文化、人文資源的專題博物館，引導和幫助社會力量興辦自然、科技類的專門行業博物館，鼓勵有一定收藏的個人建立私人專題博物館。

廣州鼓勵興辦私人博物館：www.gz-gov.org/zhuanti/2003/gzmjbgw/newszc03.htm。

⁵¹ 廣州“十五”文化發展目標：2005 年收入 300 億：news.sohu.com/10/20/news205492010.shtml。

4.12 在上述的經濟和人口背景下，深圳文化市場形成了獨特的規律：

<p style="text-align: center;">包容廣</p> <p>由四面八方移民和大量流動人口組成的社會，樂於吸收中外各種文化消費產品，從“鋼琴王子”到“魔術大師”，從世界頂級的經典藝術表演，到流行化的大眾藝術，以及高度商業化的娛樂活動，都能獲得相應的消費者群。</p>	<p style="text-align: center;">消費旺</p> <p>具有旺盛的文化消費能力，這表現在深圳人的文化娛樂消費支出，始終與經濟收入同步，並有擴大增長的趨勢；同時，高價位的文化消費長盛不衰，如少年兒童的藝術培訓已成為家庭高消費的重要組成部分。</p>
<p style="text-align: center;">青春型</p> <p>作為深圳社會的主體，平均年齡不到 30 歲的青春族，其文化消費行為具有流行化、時尚化、起伏大和發展型的特色，受流行時尚的影響非常強烈，但是，城市的文化積澱比較淺，主要的藝術門類在深圳缺乏穩定的民衆群體。</p>	<p style="text-align: center;">兩極化</p> <p>深圳常住人口具有兩極分化的特點。一部分高學歷高收入階層，具有對高層次文化的強烈渴求，而大量的“受僱人士”渴望改變自己的收入和命運，缺乏穩定的文化消費，卻有感情交流的強烈願望。</p>

- 4.13 深圳是中國當代文化及創意產業的重要萌生地之一，早在 20 世紀 80 年代初，深圳就出現了“帳篷歌舞廳”、“音樂酒廊”、廣告設計、電子遊戲等文化及創意產業的雛形，但深圳真正有規模有影響，可以稱得上是“文化創意產業”的，首推深圳的文化旅遊業。它在 80 年代中後期出現，其代表性成果就是香港中旅公司旗下的深圳華僑城集團推出的，以“錦繡中華微縮景區”(1986 年 5 月動工，1989 年 11 月開業)為代表的第一批主題公園，以後又發展成為中華民俗村、世界之窗、歡樂谷、海上田園、明斯克航空母艦和平與戰爭等多個主題公園，至今為止，它們是整個中國大陸經營最成功的主題公園之一。
- 4.14 此後，隨著深圳市場經濟的快速發展和對外開放的逐步擴大，包括文化旅遊、印刷與記錄媒介複製、新聞出版、廣播電視、電影、音像、動畫、漫畫、文化及創意設計、廣告、時裝、禮品等深圳文化及創意產業群快速崛起，深圳並形成了自己以印刷與記錄媒介複製業、廣告業、文化產品製造業、文化娛樂服務業等為代表的優勢文化創意產業。其中特別是新聞出版、廣播影視、文化娛樂成為深圳三大文化及創意產業。
- 4.15 在新聞出版業方面，深圳已經有公開出版的報紙 17 家，期刊 40 種，全年出版報紙 5.6 億份，雜誌 2530 多萬冊，是中國大陸新聞出版業最發達的城市之一，而且逐步向海外報刊市場擴展。其中如《深圳特區報》、《特區理論與實踐》、《深圳青年》、《女報》等，在整個中國大陸都有比較廣泛的知名度和廣大的讀者群。
- 4.16 在廣播影視業方面，僅深圳電視台和深圳廣播電台兩家，累計總資產就達到 20 億元人民幣(下同)，人口覆蓋率達到 100%，2002 年，兩台的經營收入達到 6.6 億元，全年利潤達到 6,100 多萬元，上繳利潤 4,200 多萬元，另外，深圳電影製片廠資產累計也達到 1,000 多萬元，民間投資興辦的萬科影視公司、聯營企業南國影聯娛樂中心等，也已經達到了一定的經營規模，

以《鋼鐵是怎樣煉成的》、《林海雪原》、《空鏡子》等著名作品，成為中國大陸影視劇生產的重要基地。

- 4.17 在文化娛樂產業方面，深圳以歌舞廳、音樂茶座、桌球室、電子遊戲機等為主要內容的文化娛樂業，已經獲得了良好的發展，吸引了包括大批香港居民在內的市民進行消費。2002年，深圳文化娛樂經營機構已經達到930多家，從業人員達到1.3萬人，娛樂場所的總投資額達到26億元，全年營業收入達到20億元人民幣(下同)，上繳利稅1.85億元，成為一個引人注目的文化及創意產業。從下面兩張表的對比中，我們可以看出深圳主要文化及創意產業的增長幅度和結構調整的特點：

2001年深圳部分文化及創意產業經濟貢獻統計（單位：億元人民幣）：

行業名稱	年收入	增加值	備註
印刷業	117	35.1	年產值
旅遊業	15.19	4.6	景點收入
報業	14	5	
期刊業	1.2	0.3	
廣播電視業	6.33	1.9	
文化娛樂業	18	5.4	
遊戲軟體業	0.1	0.025	
圖書出版業	0.24	0.061	
音像製品出版	0.12	0.018	
圖書銷售	3.48	0.85	
音像製品和電子出版物	2.7	0.81	

2003年深圳部分文化及創意產業經濟貢獻統計（單位：億元人民幣）：

行業名稱	總產值	增加值	佔全市文化及創意產業總增加值比例
新聞出版業	20.52	6.35	4.70%
廣播電視電影音像業	8.34	2.5	1.80%
文化藝術業	3.14	1.38	1%
印刷和記錄媒介複製業	189.75	55.37	40.90%
社會文化娛樂服務業	46.3	11.74	8.70%
文化旅遊業	19.04	5.77	4.30%
文化資訊傳輸服務業	2.4	0.72	0.50%
廣告業	28.61	21.59	16%
文化產品製造業	53.26	18.08	13.40%
文化產品批發零售業	7.72	2.18	1.60%
體育業	24.06	9.62	7.10%
合計	403.14	135.3	100%

其他珠三角城市的文化及創意產業

珠海

- 4.17 在文化及創意產業的空間分佈上，毗鄰澳門的珠海與珠三角腹地中心的佛山，穩居第二層次。位於珠江口西岸的珠海市，是中國大陸最早設立的經濟特區之一，它先後被評為“中國旅遊勝地四十佳”、“全國優秀旅遊城市”、“廣東現代化科技示範市”，榮獲“國家環保模範城市”、“國家生態示範城市”、聯合國“國際改善居住環境最佳範例獎”等殊榮。中國國際航空航太博覽會、國際汽車賽等國際盛事影響不斷擴大，已成為吸引國內外客商的新亮點。珠海市已經初步形成了一座環境優美、經濟繁榮、社會穩定的現代化海濱城市。
- 4.18 利用毗鄰港澳的優勢，珠海在工業方面已經形成電子及通訊設備製造業、電氣機械及器材製造業、醫藥及醫療器械製造業、石化原料及製品製造業和電腦軟體業等五大優勢產業，配合著其他城市的服務業與農產業，拉動整個珠江三角洲的經濟增長點，並且它也是外商投資的熱點地區之一。至2002年底，已有52個國家和地區的客商投資珠海，外商直接投資專案7,303項。日本的三菱商事[Mitsubishi Corporation]、三井物產[Mitsui & Co. Ltd.]、伊藤忠商事[Itochu Corporation]、東芝[Toshiba Corporation]、日通[Nippon Express Co. Ltd.]、佳能[Canon Inc.]、松下[Panasonic Corporation]，美國的埃克森美孚[Exxon Mobil]、塞拉尼斯[Celanese]、偉創力[Flextronics International Ltd.]，英國的BP公司，德國的戴姆勒克萊斯勒[Daimler Chrysler AG, DCX]、西門子[Siemens AG]，法國的家樂福[Carrefour Company]，荷蘭的飛利浦等[Royal Philips Electronics] 30多家著名跨國公司已落戶珠海。⁵²
- 4.19 從1990年代以來，珠海的文化及創意產業的發展已經初具規模。據不完全統計，截至2003年底，珠海市的文化及創意產業單位數3,226多家，從業人員68,000多人，2003年總產值出近114億元人民幣(下同)，增加值24億元。文化及創意產業的發展逐步形成體系，初步形成了新聞出版業、印刷業、文化製造業、娛樂業、電影業、電子音像業、文化旅遊業、文化經紀業、文藝培訓業、藝術品經營業文化及創意產業門類，其中社會資金較多介入、發展比較有活力的是文化娛樂用品製造業、娛樂業、印刷業、圖書發行業和電子音像製品業，近年來，文化旅遊業作為文化與旅遊互補雙贏的新興門類也獲得了迅速發展，每年接待文化旅遊的海內外遊客人次以15%的速度遞增。

⁵² 「珠海的經濟環境優勢與商機」，香港貿發局網頁：
<http://www.tdctrade.com/alert/calert/cba-c0406p1.htm>。

佛山

- 4.20 佛山市在珠三角具有重要的區位優勢和產業特色。這個中等城市，主要不是以文化及創意產業的巨大規模而著稱，而是以發展文化及創意產業的獨特資源而聞名，具有巨大的潛力。目前，它不但擁有了孔雀廊音像製品生產基地，而且是遠近聞名的粵劇發源地：粵劇是外省戲曲文化到了廣東後，與本地民間藝術相結合，逐漸形成並豐富本土文化個性而成為獨立的戲曲劇種，而佛山則是其發源地和早期粵劇戲班的大本營。瓊花會館是歷史上最早的粵劇會館，李文茂是中國戲曲史上唯一真正自立為王而不是在戲中“為將為相為帝君”的藝人，祖廟萬福台是廣東僅存的保存完好並仍在使用的古戲台，佛山粵劇博物館是中國大陸第一個也是規模最大的一個粵劇博物館。
- 4.21 佛山的文化及創意產業製造業又以“南國陶都”而聞名。佛山石灣是國家命名的“陶藝之鄉”，歷史上就有“石灣瓦，甲天下”之說。以“石灣公仔”為代表的佛山美術陶瓷歷史悠久風格獨特，在中國及東南亞影響深遠。聚集了多位“中國工藝美術大師”和“中國陶瓷藝術大師”的石灣美術陶瓷廠，其“紅獅”牌石灣美術陶瓷（石灣公仔）連續 3 次榮獲國家金質獎⁵³，不久前又獲得了中國國家質量監督檢驗檢疫總局頒發的原產地標記註冊證，這是到目前為止，廣東省首個獲得原產地地理標誌的工藝品；佛山也是世界級建築陶瓷生產中心，每年產銷量佔全國的 60% 以上，世界的 20% 以上，年產值 600 億元人民幣以上，擁有 7 個“中國名牌產品”。南風古灶是由明代沿用至今的唯一古龍窯，具 500 年歷史，是國家重點文物，已於 2003 年申報世界歷史文化遺產。
- 4.22 從文化娛樂產業的角度看，佛山是源遠流長的“武術之鄉”，在清代即武館林立，流派紛呈，名家輩出，成為南中國武術中心。這裏曾孕育了風靡世界的洪拳、詠春拳、蔡李佛拳等拳種，出現了鴻勝館、精武會等著名的武術會館，湧現出黃飛鴻、李小龍等與佛山有著深厚淵源的武術巨星。近年來，佛山十分重視對武術文化的開發利用，在保護利用精武會、太上廟（鴻勝武館）、李小龍故居等文物的基礎上，新建了黃飛鴻紀念館、黃飛鴻獅藝館、葉問堂等，創作演出了大型系列粵劇《佛山黃飛鴻》，舉辦了“世界黃飛鴻門人尋根拜祖活動”、“國際蔡李佛鴻勝館大聯誼”、“世界詠春拳門人尋根之旅”、佛山市武術文化節等活動，擴大了佛山武術文化在海內外的影響，逐步發育起一個以武術的培訓、表演、交流、競技、會展等為特色、兼備文化內涵和商業價值的文化及創意產業門類。
- 4.23 從可利用的文化資源的角度看，宋代以後佛山手工業和商業的發展，催生了佛山豐富的民間藝術。佛山木版年畫創於明永樂年間，曾與天津楊柳青、蘇州桃花塢、山東濰坊合稱中國四大年畫，有 500 年歷史。佛山剪紙在明代已有專門行業大批生產，按製作方法來分有襯料刻紙、寫料刻紙、和純色剪紙三大類，主要用於節日禮品的裝飾、刺繡圖樣、雕刻圖案稿樣、祭祀品的裝飾以及單獨的美術欣賞等，具有剔透秀麗、明靜清雅與金輝富

⁵³ 載自南方網網頁：www.southcn.com/news/dishi/foshan/jingji/200307230604.htm。

麗的特點。

- 4.24 佛山獅頭創於清朝乾隆年間。分爲文獅、武獅、小獅，追求形神兼備，浪漫誇張，是同武術、文化娛樂活動緊密結合的紮作藝術。佛山的秋色又稱“秋色賽會”，起源於明代，興盛於清代。每到秋收時節，佛山的手工業者、農民就自發組織起來，利用當地農產品或手工業剩餘材料妙手加工成各種精美的工藝品，通過巡遊形式來展示，並以表演舞龍、舞獅、十番、鑼鼓櫃等助興，讓群眾觀賞品評。年復一年，技藝越來越高超，規模越來越大，到明正統十四年間(1449年)始定名爲“秋色”。
- 4.25 具有南方濱海城市特色的惠州，具有強大的資訊製造產業基礎和消費能力的東莞，具有豐富歷史積澱和文化資源的中山，以及作爲國家級的歷史文化名城，並集奇山秀水於一身的肇慶，更有著“中國第一僑鄉”美譽的江門；它們在發展文化及創意產業方面也都具有許多獨特的資源和優勢，與廣州、深圳、珠海、佛山等城市相映成趣。⁵⁴

⁵⁴ 由於篇幅所限，這些城市資料不在本報告內補充。

第三章：珠三角文化及創意產業的優秀企業與代表性成果

1 珠三角中具代表性的文化及創意企業

- 1.1 珠三角中具有代表性的文化及創意產業和企業包括報業集團、發行集團、影視集團、出版集團、印刷企業、網吧服務連鎖店、出版物/音像製品銷售連鎖店、文化主題公園、表演娛樂企業等，它們從小到大，以一業為主，多業經營的特點，逐漸發展成爲上述產業的中堅力量。

報業集團

- 1.2 廣州報業被認爲是中國報業發展程度最高、競爭最激烈、最具產業化和市場化特徵的產業。1996年1月16日，廣州日報報業集團被中央批准爲中國大陸第一家報業集團，1998年5月18日，南方日報報業集團和羊城晚報報業集團同時掛牌成立。三家報業集團的成立爲中國大陸的報業經營掀開了新的一頁。三大報業集團在廣州本地報刊市場的品種佔到67.2%，控制了絕大部分的本地報刊市場，而中央級報刊與外地報刊只佔到廣州報刊市場的32.8%，廣州報業的競爭實力由此可見一斑。

南方日報報業集團

- 1.3 南方日報報業集團組建於1998年5月18日，爲中國大陸省級黨委機關報中的首家報業集團。¹其主報《南方日報》自1987年以來，發行量已連續十六年居全國各省、市、自治區黨委機關報首位，達到80多萬份。南方日報報業集團從1999年自辦發行，成爲全國省級黨報自辦發行的第一家。其子報南方都市報在短短的6年時間中，已在廣州地區激烈的報業競爭中脫穎而出，發行量2002年達到104萬份，其中廣州47萬份，深圳27萬份，在廣州地區報業市場中號稱“零售量第一”。²
- 1.4 南方日報報業集團在1998年成立以來，全集團的廣告營業額每年以兩億元人民幣的速度遞增。全集團實現了幾個第一：《南方日報》發行量、廣告營業額連續17年居省委機關報之首；《南方周末》發行、廣告、效益多年來在同類報紙中居第一；³南方都市報廣告從1997年初創刊時期的800萬元

¹ 在北京大學企業管理案例研究中心發起的“2001年中國最受尊敬企業”評選中，南方日報報業集團成爲入選20強的唯一內地傳媒集團。南方日報報業集團是中國第一家天天傳彩版的報社，1998年月11月，集團衛星通信傳版系統的正式投入使用，使其衛星通信傳版系統從租用發展到自己擁有，這在全國省級黨報中也是第一家。廣州報業走向市場的成功實踐透析（來源：國研網）
http://www.slibrary.com/news_detail.php?newsid=465&catid=24。

² 「三足鼎立求共贏」，南方日報2004-10-14：
<http://www.southcn.com/news/gdnews/hotspot/qhch/xgpl/200410140185.htm>。

³ 范以錦談南方日報報業集團的多品牌戰略。

人民幣(下同)發展到 2001 年的 5.73 億元。2004 年廣告營業額有 5 億多，在都市類報紙中居第一。全集團有三家報紙廣告營業額超億元。《21 世紀經濟報道》零售量，在同類報紙中也名列前茅。未實行多品牌戰略之前，經營風險集中在《南方日報》一家，現在由於有了多個品牌，形成了新的經濟增長點，從而分散了報業經營風險。

羊城晚報報業集團

- 1.5 羊城晚報報業集團於 1998 年 5 月 18 日經國家新聞出版署批准正式成立。目前已成爲擁有 6 家系列報、1 家出版社、22 家各類公司的報業集團。羊城晚報報業集團廣告總額曾長期在中國大陸報業中高居第二位，2001 年廣告額達到 7 億元人民幣。集團直屬的發行專業公司——廣東金羊發行有限公司已在廣東各縣市、海南省以及廣西建立了 150 個發行站和發行分站及近 100 個特許經營系列書店，這使羊城晚報在市場萎縮的形勢下，發行量依然超過一百萬份。
- 1.6 羊城晚報報業集團是中國大陸首家擁有可用於大規模生產應用的電腦直接製版的報社，開創了中國報業告別雷射排版膠片的時代。⁴羊城晚報報業集團旗下的羊城報業廣告發展有限公司，是惟一同時擁有內地體育賽事推廣權和體育賽事電視節目製作權的公司，擁有內地衆多賽事包括中國國家乒乓球、排球聯賽等的推廣權。羊城報業製作的中國體育報道在全國 25 家電視台播出，平均每天收看該欄目的人數超過 5,000 萬人。⁵
- 1.7 2000 年 8 月，羊城晚報在香港的合作企業“羊城報業”又與香港上市公司 TOM.COM 集團合作，以 70% 的股權置換 TOM.COM 公司 2.36 億港元資產，成爲《羊城晚報》通過資本動作進軍國際市場與網路經濟的大膽實踐，爲羊城晚報打開了更大的發展空間，這使體育事業成爲報業集團新的增長點。

廣州日報報業集團

- 1.8 在中國大陸的媒體中，廣州日報報業集團的廣告收入僅次於中央電視台，佔中國大陸報業集團廣告收入第一名。2001 年底，廣州日報的年營業總收入 17 億元人民幣(下同)，廣告收入 14.1 億元。到 2002 年，廣州日報報業集團廣告已連續 9 年在全國報業中高居第一。2002 年，廣州日報報業集團資產總值已經達到 48 億元人民幣，報業集團廣告總額達到 15 億元人民幣。⁶

<http://www.people.com.cn/BIG5/14677/22114/26417/26419/1752519.html>。

⁴ 2000 年 2 月 3 日羊城晚報社與高斯公司簽下了中國大陸報社單一廠家一次性購買印刷機組的最大採購合同，購買了世界最先進的無軸印刷機。

⁵ 中國新聞傳播學評論－「廣州報業：上演“三國演義”」
<http://www.cjr.com.cn/gb/node2/node26108/node27328/userobject15ai1616471.html>。

⁶ 新聞與傳播學院－「論新時期廣東報業的發展及其原因」
http://journal.whu.edu.cn/research/read_research.php?id=298。

- 1.9 廣州日報報業集團繳納稅收從每年 0.27 億元人民幣(下同)增加到每年近 3 億元，增加了 10 倍多，居廣州地區地稅大戶第 2 名（第一名是省供電總公司）。廣州日報 1999 年與 2000 年的廣告份額分別達到了全國報業廣告總額的 8.86% 和 8.88%。而全國的報紙有 2,000 餘種，廣州日報以一家報紙佔據了將近 10% 的報紙廣告份額，這充分說明廣州日報在中國大陸報業中舉足輕重的地位。⁷

1995 年、1999 年、2000 年、2001 年中國報業廣告收入前五名

（貨幣單位：億元人民幣）

	1995 年	1999 年	2000 年	2001 年
1	廣州日報(5.0)	廣州日報(9.93)	廣州日報(13.02)	廣州日報(14.1)
2	羊城晚報(4.6)	新民晚報(6.27)	北京青年報(8.48)	新民晚報(7.9)
3	新民晚報(3.8)	深圳特區報(5.90)	新民晚報(7.62)	北京青年報(6.5)
4	北京日報(2.2)	羊城晚報(5.62)	深圳特區報(7.03)	北京晚報(6.2)
5	解放日報(2.0)	北京青年報(5.20)	北京晚報(6.44)	深圳特區報(5.7)

- 1.10 廣州日報的發行量與廣告收入一起飛速增長。2002 年，報業集團的發行量已經達到 170 萬份，是報業集團成立前 1995 年（50 多萬份）的 3 倍多。2001 年總發行量中，個人訂閱和市外發行的比重逐步上升，2001 年總發行量中，個人訂閱（包括零售）佔 85% 以上，地區結構中，廣州市區佔 50%，珠江三角洲地區佔 45%，其他地區佔 5%，而且覆蓋到了華東、華北、東北等地區。
- 1.11 廣州日報報業集團現擁有 100 多輛送報車，3,800 多名投遞員，強大的發行力量和先進的印刷設備使集團能做到每天早晨五時半印完最後一份報紙，七時半送完最後一份報紙。與 1991 年相比，廣州日報的發行量暴增了近 8 倍，與 1996 年報業集團成立時相比，增長了近 3 倍，數量達到 97 萬份。

1991 年—2000 年廣州日報發行情況（單位：萬份）

年份	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
發行量	26	34	41	48	57	63	74	104	142	160

- 1.12 據達門市場調查有限公司的統計，廣州日報在廣州地區報紙廣告份額中佔據了 51%，而廣州日報 2000 年的閱讀率則更達到了 60.8%，在北京、上海、廣州三大城市的報紙中高居榜首，並遠遠領先於閱讀率第二位的報紙。作為中國大陸第一家報業集團，集團除了廣州日報這艘“旗艦”外，還擁有一批在中國大陸具有影響力的“明星”產品：《足球報》，1996 年足球報的收入

⁷ 廣州日報的這種壓倒性廣告市場佔有率與美國《紐約時報》的地位大體相當，美國日報廣告額為 156 億美元，《紐約時報》為 20 億美元，約佔全美日報廣告額的 12.8%。

已超過億元，成為大陸體育類報紙的最大競爭對手。集團成立後兼併的《南風窗》則為有名的時政類雜誌，廣告商趨之若鶩，年初就將雜誌全年的廣告位置訂滿，以至於 2002 年開始，刊物從月刊改為半月刊。《信息時報》在納入集團旗下後，經過精心包裝和定位，“財富獅子”的形象深得市場青睞。集團的 10 報 2 刊形成了以廣州日報為龍頭，多級梯隊共同發展的優勢結構。

廣州地區報業集團構成圖

報業集團名稱	集團下屬的主要機構
廣州日報報業集團 (1 張主報、12 張系列報、3 家雜誌社、1 家出版社、1 個網站)	廣州日報、足球報、嶺南少年報、老人報、廣州文摘報、現代育兒報、商旅導報、資訊時報、廣州英文早報、科學先驅報、美食導報、廣州商報、舞台與銀幕、南風窗、看世界、新現代畫報、廣州出版社、大洋網
南方日報報業集團 (1 張主報、7 張子報、2 個雜誌、1 個出版社、1 個網站)	南方日報、南方都市報、南方周末、21 世紀經濟報道、南方農村報、花鳥世界報、21 世紀環球報道、南方畫報、南方體育、南方日報出版社、南方網
羊城晚報報業集團 (1 張主報、4 個子報子刊、1 個網站)	羊城晚報、新快報、新聞周刊、羊城體育、廣東建設報、金羊網

發行集團

- 1.13 珠三角的發行集團有越來越大的市場空間，形成了一個不斷發展的產業。其中，**廣東新華發行集團**是全國首批發行體制改革的三家試點集團之一，於 1999 年 9 月 20 日正式掛牌成立。其母公司——廣東新華發行集團股份有限公司是中國大陸圖書發行企業中唯一按照現代企業制度要求組建的股份制企業集團，是廣東省重點扶持的國有控股的出版物發行企業。股東由省內外新華書店、出版社共 95 家法人單位組成，總股本 1 億股。廣東新華發行集團股份有限公司的總資產已達 11.1 億元人民幣。
- 1.14 廣東新華發行集團順利完成了與廣東省新華書店、廣東省外文書店的資產重組，擴大經濟規模，形成了以圖書、音像製品連鎖經營為核心的競爭力。目前，該集團在粵東、粵西、粵北地區擁有子公司 8 家、參股企業 2 家、營業面積超過 3,000 平方米的大型購書中心 18 家，發展省內及跨地區連鎖店 119 家，遍佈城鄉的發行網點 961 處。截至 2002 年底，集團擁有自有產權的經營場地 10.4 萬平方米，銷售總額達到 23.6 億元人民幣，形成了一個覆蓋整個廣東省的發行網路。
- 1.15 連鎖銷售經營是集團公司的一大特色。該集團公司在 1990 年代中期就開始探討和發展連鎖經營，在惠州、梅州、汕頭、江門、肇慶、陽江、湛江、韶關等地相繼建成區域批發中心，以廣州為中心，分級連鎖、分級輻射的連鎖格局基本成形。到 2002 年底，集團公司已與 102 個市、縣新華書店建立了教材發行連鎖經營關係，與 40 多個市、縣新華書店建立了一般出版物的連鎖經營關係。為與連鎖經營相配套，該集團在廣州市郊長進鄉建成廣

東省圖書批發中心，中心集圖書進貨、配送、結算、調劑、收退為一體，經過幾年的不斷完善，已成為年配送圖書超 10 萬種，碼洋⁸達 18 億元人民幣的大型物流配送基地。

- 1.16 2005 年，集團採取三項措施保障連鎖經營業務：通過加強連鎖總部建設，構建連鎖經營標準化管理體系，舉辦相關培訓，確保連鎖經營的規範管理和運作。該集團公司採用了以數位化、資訊化為代表的大量科技設備和運作手段，逐步運用電腦系統改造業務流程，2002 年初步實現了集團內部的網上配送、調劑、採購。目前，發行集團已在全省擁有 10 家子公司、11 家分公司和直營書城，2 家參股企業，直營網路中 1,000 平方米以上的書城有 20 個，網點總數 661 個。

影視集團

- 1.17 影視產業包括電視、廣播、電影的投資、製作、發行、播出等環節，是珠三角文化及創意產業中的重點門類，其代表性企業有南方廣播影視集團、珠江電影集團與深圳萬科影視有限公司。本報告以深圳萬科影視有限公司為代表分析珠三角影視集團的發展動態。
- 1.18 深圳市萬科影視有限公司是中國大陸著名房地產企業－萬科企業股份有限公司的全資子公司，是最有特色和實力的民營影視公司之一。其前身為 1992 年成立的萬科文化傳播有限公司，2002 年更名為萬科影視有限公司，專門從事電影電視的策劃和製作，在北京和香港均設有分公司。從 1990 年代開始，萬科採取與海內外的多家電影製片廠合作的方式投資拍片。
- 1.19 萬科公司產品包括 1990 年由宋江波導演的《離婚合同》；1991 年由黃健中導的故事片《過年》，同年由雷獻河導演的《浴血紅馬車》；1992 年由甯瀛導演的《找樂》，以及萬科投資的《冬日情話》、《深圳印象》、《陳之平和他的事業》、《特區普通人》均獲得重要獎項。1994 年萬科文化傳播有限公司被中國電影製片人協會正式接納為團體會員。在此之前，該會的團體會員都是政府直接投資和直屬管理的各電影故事片廠，該公司成為第一家民營投資的電影公司。
- 1.20 與此同時，萬科文化傳播有限公司與中國唱片總公司合作拍攝的卡拉 OK 影碟《歌迷樂》系列，成為當時的一個影碟品牌。為此，國家新聞出版總署首開先例，專門批准給予萬科製作和出版《萬科》品牌卡拉 OK 影碟系列的權利。1995 年經廣東省廣播電視廳審核批准，萬科文化傳播有限公司獲得影視製作經營許可證。它在香港註冊的“萬和影視有限公司”更名為“萬科影視有限公司”。萬科文化傳播有限公司策劃投資與上海電影製片廠合拍了故事片《蘭陵王》。該片是中國大陸民營資本對電影製片的第一次大規模投資，因此引起廣泛關注，被媒體譽為“投資國產電影的吃螃蟹者”（意思是敢於冒險而創新路）。

⁸ “碼洋”是由“定價”乘以“冊數”算出來的，是國內圖書界的統計數量名稱。資料來源：<http://tech.tom.com/1380/1385/2004114-136345.html>。

- 1.21 從 1996 年開始，公司正式進行電視劇的投資和製作。先後拍攝了 8 集電視劇《愛車愛你》、16 集電視劇《大商場》，30 集電視劇《日落紫禁城》、20 集電視劇《珍郵迷案》，展示了萬科在電視劇創作與拍攝方面的功力，特別值得關注的是 1999 年韓剛導演的 20 集電視劇《鋼鐵是怎樣煉成的》，全片在烏克蘭拍攝，幾乎囊括了中國大陸的電視劇獎項。
- 1.22 跨入 21 世紀之後，萬科公司出品的 20 集電視連續劇《空鏡子》，根據曹禺先生同名話劇改編的電視劇《日出》、表現中國女子足球的 20 集電視劇《鏗鏘玫瑰》，根據同名小說改編的《林海雪原》以及根據同名小說改編的 20 集電視劇《牛虻》，都受到廣泛的好評。萬科影視有限公司的多產與創新不僅在行業內得到認可，在促進珠三角經濟文化的發展方面也起到了非常重要的作用。

出版印刷集團

- 1.23 出版印刷業在珠三角具有重要的定位，這裏以**廣東省出版集團**為例說明珠三角在出版和印刷產業方面的發展業績。
- 1.24 1999 年 12 月 22 日，廣東省出版集團掛牌成立，成為中宣部、新聞出版總署確定的全國首批出版改革試點之一。當時集團規模偏小，主業不突出，專業不齊全；打著深深的計劃經濟烙印；國有資產管理體制不順；產品結構不合理，暢銷品種不豐富；廣東出版和發行兩集團的產業鏈相脫節；在資源配置、資產經營等方面欠缺改革力度和深度等等。
- 1.25 2003 年集團先後被確定為中國文化體制改革試點和廣東文化產業中重點扶持的七大企業之一，2004 年 2 月 2 日，廣東省新聞出版局黨組作出了《進一步轉變職能政企分開，加快廣東出版產業集團化建設的決定》：將原由省直接管辦的 5 家出版社、2 家報刊社和 6 家企業劃轉廣東省出版集團主管，將廣東新華發行集團的國家股劃歸重組後的廣東省出版集團作為政府授權經營的國有資產。
- 1.26 重組後的廣東省出版集團，成員單位有 28 家；總資產達到 34 億元人民幣(下同)，淨資產達到 21 億元；年銷售收入將達到 24 億元，利潤總額近 2 億元；年出版圖書將達 4500 多種，音像電子出版物將達 450 多種。2004 年 9 月 6 日廣東省出版集團正式轉制為企業，從組建到重組，再到整體轉制、國有資產授權經營，集團完成了一次又一次的跨越。
- 1.27 2003 年，廣東版圖書獲得國家級的 14 項大獎(其中集團獲 9 項)，獲獎數量和獎項之多都創下了歷年之最。其中《健康忠告》一本小書累計發行 130 多萬冊，並榮獲中宣部“五個一工程”獎。2004 年該集團又有 5 種圖書獲第 14 屆中國圖書獎。2004 年廣東省出版集團與出版社、印刷廠、廣東新華發行集團等加強合作，現擁有 27 個成員單位，總資產 34 億元人民幣(下同)，淨資產 21 億元。集團下屬的《家庭》期刊集團 2002 年 1 月成立，是我國第一家期刊集團，其《家庭》和《家庭醫生》形成了中國大陸的著名期刊品牌，前者發行量保持在 300 萬份左右，排行全球綜合類期刊第 8 名；後者發行量穩定在每年 150 萬份左右，是中國大陸發行量最大的科普雜誌。

網吧服務連鎖店

- 1.28 網吧服務業是 21 世紀數位化技術基礎上發展起來的文化及創意產業形態，它不但為廣大市民上網提供了便利，而且形成了一個新的經濟增長點。由於它具有巨大而快速的資訊傳播能力，所以，網吧服務業又受到中央政府在企業審批方面的嚴格限制，和在網路傳播的資訊內容方面的嚴格審查和控制。從 1990 年代開始，各地陸續出現了一批小型的營業性網吧，2000 年開始，由政府直接控制的網吧連鎖企業開始出現，並且首先在上海等地作為試點，產生了良好的商業效益。珠三角地區也逐漸發展起一批網吧連鎖服務企業，包括廣東星盟網路連鎖經營有限公司、中國聯通廣州分公司等十家網路服務公司。
- 1.29 隨著網路服務產業的興起，網路遊戲的研究開發、經營運作逐漸形成一個相對獨立的產業門類。2004 年中國大陸網路遊戲市場達到了 36 億元人民幣的產業規模，數位遊戲產業已成為 IT 和軟體業發展的主要支柱行業，網路遊戲為電信、IT 產業、媒體及出版等相關行業貢獻的產值是其自身產值的 11.7 倍。據統計，在中國大陸的網路教育、電子郵箱、搜索引擎、網路廣告、網路短信、網路遊戲等互聯網服務的幾種主要盈利模式中，網路遊戲所佔比例為 20%，具有舉足輕重的地位。
- 1.30 珠三角地區是中國大陸網路遊戲市場的重點，佔有整個中國大陸 10% 的網路遊戲份額。廣東網路遊戲研發企業主要有網易、金山和光通等，在知名度方面遠遜於上海、北京。但有關業內人士卻認為中國最成功的網路遊戲企業恰恰在珠三角地區。珠三角地區的網易、金山、光通等企業，都是以開發網路遊戲起家的，具有比較雄厚的科技研發能力，而不像上海的盛大網路公司是以代理韓國遊戲商的產品而起家的。
- 1.31 珠海的金山公司是以開發電腦工具軟體 WPS 起家，逐漸發展成為一個全國知名的規模化的軟體發展公司。2000 年，公司的負責人求伯君率領金山公司投入大量資金開發新的網路遊戲。他們研發的“劍俠情緣網路版”推向市場 1 年 5 個月，獲得良好的市場回報，在中國大陸同時在線人數達到 15 萬人。2004 年 9 月該網路遊戲登陸台灣市場，1 個月內同時在線人數突破 4.5 萬人，在台灣網路遊戲市場中排前五位，顯示了珠三角地區網路遊戲開發的潛力。

音像製品銷售連鎖店

- 1.32 截至 2004 年，廣東省有 45 家圖書音像出版社（其中有音像出版社 22 家），70% 設於廣州地區。中國音像協會評選出來的 2002 年全國 15 家“明星發行品牌”企業，有 14 家是廣東音像城的經營單位，其中僅廣州俏佳人文化傳播有限公司的年出口額就已連續 3 年保持在 1,500 萬元人民幣(下同)以上。廣東中凱公司日前正式獲得全國性音像連鎖經營牌照，從而成為廣東省第一家獲得該資格的音像發行企業。該公司 2004 年投入 5,000 萬元在中國大陸的中心城市建 50 個大賣場，並使之成為全國性的音像製品配送中心。

- 1.33 作為珠三角地區音像製品的銷售連鎖企業，**博恩凱**是一個具有代表性的機構。博恩凱於 2001 年 9 月 8 日正式成立，全稱為“深圳博恩凱音像連鎖有限公司”，它是深圳市郵政局投資興辦的國有企業，在政府部門規範管理深圳市音像製品市場的大環境下應運而生，是深圳市第一家經政府批准的國有音像連鎖公司。其店的店名英文為「Post And Culture」，分別取三個單詞的第一個字母的譯音，就成了“博恩凱”，意義為“郵政與文化”，充分顯示了它依託郵政的行業特色和經營背景。
- 1.34 其中位於華強北商業旺區的博恩凱音像製品平價商場面積達 2,600 平方米，配套設施完備，規模位居中國大陸音像製品零售商場的第一位，成為各大影視明星來深圳簽售音像製品的首選地。⁹博恩凱成立後不到一年的時間，就成為擁有 1 個大型中心店、1 個大型特賣場、1 個音像製品配送中心、12 家音像製品連鎖專賣店、7 家大型商場音像製品供貨專櫃，共計 21 個銷售網站，並且輻射珠三角地區 33 家連鎖分店的大型音像製品銷售連鎖經營企業，總投資規模達 3,500 萬元人民幣。
- 1.35 自籌辦開始，博恩凱就以推廣健康主流的正版音像作品為特色。2002 年 12 月，深圳市文化局授予博恩凱音像為“經營正版音像示範單位”的稱號。深圳市文化局在 2003 年的發展規劃方案中明確要把博恩凱扶持成為全國著名品牌。公司利用郵政自身資源優勢來打拼市場，堅持走正版音像銷售的最低價。隨著中國大陸不斷打擊盜版音像製品，正版平價的消費理念逐漸地被廣大市民接受。博恩凱音像無論是知名度、影響力和市場佔有率，在珠三角地區的同行業中都牢牢佔據領先地位。音像製品的門店連鎖零售、批發、網上銷售等是博恩凱的主要業務。預計在 2005 年底在深圳及珠三角地區的連鎖經營網點將達到 100 家以上。¹⁰

文化主題公園

- 1.36 珠三角地區的文化主題公園是中國大陸投資最密集、經營最成功的主題公園群，其中有廣州的東方樂園、世界大觀、南湖樂園等，番禺的長隆野生動物樂園等，深圳的世界之窗、歡樂谷、民俗文化村、錦繡中華、海上田園、明思克航空母艦“和平與戰爭”等。特別是深圳的世界之窗累計經營收入 27.32 億元人民幣(下同)，實現利稅 10.35 億元。¹¹深圳的歡樂谷在 2004 年中國大陸主題公園普遍不景氣的形勢下創下經營佳績，全年入園人數達 252 萬人，創下中國大陸主題公園自 1997 年後單一景區的最高客流量。
- 1.37 2004 年，歡樂谷榮獲“全國五一勞動獎狀”，成為深圳市 2004 年唯一一家榮獲“全國五一勞動獎狀”的企業，歡樂谷還被廣東省旅遊協會評為“最受廣東

⁹ 中國音像製品網上博覽會 - <企業名錄>：
<http://www.ccm.gov.cn/blh-zgyx/qyml/qyml-2.jsp?companycode=1000102>。

¹⁰ 如上。

¹¹ 9 年接待遊客 2400 萬人次 世界之窗經濟效益和社會效益雙豐收，深圳特區報，2003 年 05 月 02 日：<http://www.sznews.com/tqb/20030502/ca305427.htm>。

人歡迎十大旅遊目的地”。¹²根據中國旅遊協會的統計資料，中國從 1990 年代初開始，出現了大量建設主題公園的熱潮，但是，潮起潮落，目前中國大陸主題公園的 70% 左右，都面臨經濟效益不佳，甚至虧損經營的窘迫境地，以上海及周邊地區在 90 年代中期建設的科幻樂園、美國樂園、茜奇樂園、福樓拜爾樂園等主題公園為例，大部分已經倒閉或者挪作他用。為何珠三角地區的文化主題公園群卻保持了良好的發展勢頭呢？這與珠三角地區主題公園經營者的創新理念有密切相關。

- 1.38 以深圳的**歡樂谷**主題公園為例，它在多個層面上進行了創新，首先是專案創新，娛樂即是體驗，歡樂谷 2004 年客源市場抽樣調查結果表明：遊客對園內遊樂專案滿意度達 98% 以上；“故地重遊”的遊客達到 30%。歡樂谷的專案定位是時尚、娛樂的，它區別於傳統的旅遊專案，不僅僅於觀賞，更注重參與和體驗，他給不同年齡層的人創造了快樂溝通的環境介質。這一點首先體現在硬體設施器材上的時尚；其次是由主題營造的故事情節和環境氛圍，讓遊客可以分享的獨特體驗，留下難忘的歡樂回憶。¹³
- 1.39 歡樂谷景區規劃及專案設計遵循“體驗即是生活，生活即是體驗”的現代休閒理念。其次，歡樂谷注重服務管理創新，在 2004 年吸引了中國中央電視台以及 15 個省級電視台共 30 檔電視節目、綜藝晚會在園內成功錄播，通過全國性的電視媒體擴展了知名度；歡樂谷網站年度總訪問量已超過 700 萬人次，日均訪問量達到 19,650 人次，位居中國大陸主題公園網站的第一；根據市旅遊局組織關於內地遊客抵深景點遊覽率的第三方調查顯示，歡樂谷三年來也是節節攀升，2003 年比 2002 年上升了 10 個百分點，2004 年比 2003 年上升了 5 個百分點。¹⁴

表演和娛樂企業

- 1.40 珠三角的表演娛樂產業，是一個富有地方特色的文化及創意產業門類。但是，珠三角地區的表演機構和表演經紀公司比較分散，規模比較小。其中數量最多，品種最全，機構最集中的是廣州，它囊括了芭蕾舞、交響樂、粵劇、歌舞等多個門類，以廣州市文化娛樂業協會為例，它在 2004 年 7 月成立，下屬有 350 家會員¹⁵，說明廣州市表演娛樂機構的豐富。從 1990 年代以來，珠三角地區社會資本大量投入表演娛樂產業，其中具有代表性的是**中國歌舞團東莞分團**。
- 1.41 東莞市是珠三角地區經濟發展最快、綜合實力最強、人均收入及人均擁有小轎車最多的城市之一。¹⁶當地居民對於表演娛樂消費具有濃厚的興趣。針

¹² 深圳“歡樂谷”創近年全國最高客流量，人民網深圳，2005 年 01 月 01 日：
<http://www.people.com.cn/GB/shehui/1062/3093486.html>。

¹³ 如上。

¹⁴ 如上。

¹⁵ 廣州成立文化娛樂業協會，人民網廣州，2004 年 07 月 28 日：
<http://www.people.com.cn/GB/wenhua/22219/2672251.html>。

¹⁶ 長三角與珠三角經濟發展比較分析，惠州市統計局：

對這一情況，2002年6月東莞市與中國歌舞團正式簽約，嘗試將中國歌舞團的品牌優勢和東莞市的經濟優勢聯合起來，創辦了中國歌舞團東莞分團即東莞歌舞團，實行“背靠政府、面向市場、自我盈虧、自我發展”的運作機制。中國歌舞團負責人員編制和創作、演出、開拓市場等業務，東莞市負責提供演職員宿舍、排練廳、音響器材等硬體設施，並每年提供60萬元人民幣的辦團經費補貼。

- 1.42 歌舞團組建兩年內，共演出120多場，足跡遍佈珠三角地區和北京、浙江、湖北、河南、福建、港澳等地，受到廣泛的讚譽。該團創演的《西班牙之火》、《尼羅河之戀》、《打工謠》、《巴黎夢幻》等被譽為近年來中國歌舞創作的精品。特別是該團應邀承擔了2003年中央電視台西部頻道春節晚會、2004年中央電視台國際頻道元旦晚會、2004年文化部春節電視晚會舞蹈節目的演出。2004年還代表國家參加了在印度舉辦的“中國——印度手拉手”演出活動，該項演出被印度前總統稱讚為“這是近20年來看到的最高水準的外國文藝團體表演”。新的辦團體制使東莞市首創了地方政府辦國家級高水準文藝團體的先河。

2 國家級文化產業示範基地

- 2.1 廣東省是全國文化體制改革綜合試點地區。國家文化部 2004 年在廣東省命名了 5 個首批國家文化產業示範基地，全部集中在珠江三角洲地區，它們是：廣州長隆集團、深圳華僑城集團、深圳大芬油畫村、佛山民間藝術研究社、順德孔雀廊影音電器有限公司。

華僑城

- 2.2 華僑城是 1985 年 11 月 11 日經國務院批准成立的一個大型國有企業和經濟開發區，總部位於深圳灣畔。經過近 20 年的開發建設，華僑城城區由昔日的一片荒灘變成今天的一座綜合配套的現代化海濱城區，華僑城集團也發展成爲一個以電子通訊、旅遊和房地產業爲主導業務的大型投資控股企業集團。¹⁷
- 2.3 華僑城集團包括康佳集團、華僑城控股、華僑城地產以及錦繡中華、民俗文化村、世界之窗、歡樂谷、深圳灣大酒店和威尼斯酒店等知名企業品牌。¹⁸從華僑城的運營專案可以看出，華僑城集團逐步在文化娛樂產業方面投入資金與精力。它所經營的文化娛樂專案主要包括主題公園、藝術中心、餐飲業、歌舞廳、旅行社等。2003 年華僑城主題公園和景區在銷售額、接待遊客人數和經濟效益等方面，位居全國同行業之首，是國內最成功的主題公園。以旅遊爲主的華僑城控股公司被評爲 2003 年“200 家最具投資價值上市公司第一名”，並晉升“2002 年中國上市公司 100 強”。¹⁹
- 2.4 華僑城集團的經營業績表現良好，至 2003 年集團總資產達 177 億元、年銷售收入過 150 億元。黨和國家領導人先後多次來這裏視察。其中江澤民先後五次來這裏視察並給華僑城的三家企業題名或題詞，朱鎔基也曾對華僑城集團下屬的康佳集團連續三年作了重要批示；以彩電和手機業務爲主的康佳集團，多年來一直位居中國彩電行業前三名。華僑城集團先後獲得全國、省、部級成果獎項 300 多項，創下了衆多“中國第一”。²⁰

¹⁷ 華僑城集團-集團簡介<http://www.chinaoct.com/introduction/>。

¹⁸ 如上。

¹⁹ 如上。

²⁰ 第一家電子合資企業——康佳電子公司；第一座人文主題公園——錦繡中華公園；第一個兼併改造內地國有企業的經典模式——牡康模式；第一所校企聯辦國家 211 工程學院——暨南大學深圳旅遊學院；第一家擁有六大主題公園的上市公司——華僑城A；第一家企業建造的國家級美術館——何香凝美術館；第一個獲世界水公園“行業創新獎”的公園——瑪雅水公園；第一條城市高架單軌旅遊觀光列車幹線——歡樂幹線；第一個旅遊狂歡節——華僑城旅遊狂歡節；第一個功能最全的景觀式舞台——世界之窗環球舞台；第一家主題文化五星級商務酒店——威尼斯酒店；第一台擁有自主知識產權數位電視——康佳高清晰數位電視；第一部國有企業內部改革法規性文件——《華僑城集團憲章》；第一個旅遊主題地產品牌模式——華僑城波托菲諾；第一個獲國際主題公園大獎賽最佳優勝獎節目——《跨世紀》；第一座擁有七項中國第一專案的主題公園——歡樂谷公園。華僑城集團-集團簡介<http://www.chinaoct.com/introduction/>。

- 2.6 華僑城的投資重點是文化旅遊業，從興建中國大陸第一個主題公園——錦繡中華微縮景區起步，華僑城集團相繼成功建設了一批旅遊文化專案設施，形成一個集旅遊、文化、購物、娛樂、體育、休閒於一體的，面積近5平方公里的文化旅遊度假區，截止目前，華僑城旅遊度假區累計接待遊客超過7,000萬人次，並在中國旅遊業中實現了文化藝術、表演藝術與旅遊，以及經濟與社會效益的結合，1999年，華僑城旅遊度假區被評為全國文明示範旅遊景區。²¹
- 2.7 華僑城集團對文化及創意產業的投資和開發，體現了現代“產業鏈”“服務鏈”和“價值鏈”的理念，使文化及創意產業的品牌效應擴散到了周邊的房地產、休閒、文化娛樂用品生產等門類，提高了總體的綜合效益。華僑城的社區建設與房地產開發一開始就選擇了一條以對環境、資源、生態的充分保護利用的可持續發展模式。
- 2.8 集團秉承在“花園中建城市”，而不是“在城市中去建設花園”的開發理念，堅持“規劃就是財富，環境就是優勢，結構就是效率”的發展觀，走出了一條“以文化營造環境，以環境創造效益”的可持續發展的新路。目前，華僑城社區綠化率達53%，達到了國際城市綠化率領先水平，成為深圳乃至全國矚目的“綠色家園”，為深圳乃至全國的城市規劃建設提供了經驗和示範。華僑城房地產開發公司企業總資產由成立初期的500萬元人民幣(下同)發展到今天的25億元，是深圳市最大的房地產企業和中國房地產綜合效益30強企業之一。²²
- 2.9 1999年底，華僑城集團正式出台了邁向新世紀的行動綱領——《華僑城集團憲章》。²³《華僑城集團憲章》以未來10年為時間跨度，以創造新的生活品質為核心價值理念，對未來環境變化作出系統和積極的回應。

“中國油畫第一村”

- 2.10 深圳大芬村是地處深圳郊區的小山村，在短短的十年時間裏，它的生產和銷售額逐年攀升，到2004年創造了油畫商品年銷售額達到1.2億元人民幣的奇蹟。²⁴在大芬村不但可以見到各種各樣的油畫商品，而且可以瞭解國際油畫市場的走勢。這裏不但雲集了全國各地2,000多名畫家和畫師，而且200多家畫廊批量製造的油畫作品都是當今國際油畫市場的流行商品。目前大芬村每年生產和銷售的油畫達到了100多萬張，被國內外的藝術同行譽為“中國油畫第一村”。大芬村的油畫交易，其70%銷往國外，大部分是香

²¹ 錦繡中華、中國民俗文化村、世界之窗、歡樂谷等四大主題公園以及深圳灣大酒店、海景酒店、威尼斯水景主題酒店、何香凝美術館、暨大中旅學院、華夏藝術中心、歡樂幹線高架單軌車、華僑城生態廣場、華僑城高爾夫俱樂部、華僑城雕塑走廊、華僑城燕含山郊野公園等。華僑城集團-集團概況<http://www.chinaoct.com/introduction/>。

²² 如上。

²³ 如上。

²⁴ 中國油畫第一村：深圳大芬村，農業網：<http://county.aweb.com.cn/2005/1/20/7420345.htm>。

港、東亞、歐洲、中東地區，以及近年來開發的北美、澳洲和非洲市場。²⁵

- 2.11 大芬村成爲“中國油畫第一村”，與吸納來自香港的資本和人才具有密切關係。1989年，一位叫黃江的香港畫家兼油畫經紀商，因爲這裏便利的交通與離香港近的地理優勢，開始在這裏爲外商加工製作油畫，邁開了歷史的第一步。十幾年過去，大芬村已由製作、銷售行畫起家，以流水線作業的方式臨摹原創作品，發展成爲在海內外的油畫商品生產基地。但作爲生產價廉物美的行畫爲主的油畫村，大芬在發展的過程中也努力吸引藝術水平較高的原創畫家，比如賈和震等，這些原創的油畫人才又在不同程度上推動了油畫市場的發展。
- 2.12 目前在大芬村已彙聚了來自國內外 20 多家美術學院的畢業生，吸引著來自國內外各地的原創畫家。2004年11月，首屆深圳國際文化產業博覽會特意把國內外著名書畫展覽與交易的分會場設在大芬，大芬油畫村的 30 多名實力派畫家的作品受到了好評，其中共有 52 件作品順利成交，成交金額達 57.13 萬元人民幣。²⁶作爲地道的油畫商品生產和銷售市場，大芬村現在設立了油畫行業協會，並加大了對原創繪畫的投入，在提升市場藝術含量的基礎上實現藝術與市場對接“大芬村”的演進過程，既是深圳文化及創意產業發展的一個縮影，說明市場經濟的活力可以爲文化及創意產業提供廣闊的創新空間，即使是自然條件和傳統文化方面都不具優勢的大芬村，也可以創造具有優勢的產業形態。

佛山民間藝術研究社

- 2.13 佛山是中國古代四大名鎮之一，以手工業發達而著稱海內外。技術精緻的民間藝術歷史悠久，相傳源於明代，具有濃厚地方特色。佛山民間藝術通過剪、刻、撲、塑、紮、鑄、繪、粘等手法，製作出剪紙、紮作、彩燈、秋色（包括紙撲、雕塑、雕刻、粘砌、鑄塑等）、木版年畫、書畫等數十種藝術品，以其具有鄉土氣息而深受消費者的喜愛。²⁷
- 2.14 佛山民間藝術研究社是爲研究、繼承和發展佛山傳統工藝的機構，創辦於 1956 年。自 1990 年代以來，傳統的佛山民間藝術進一步得到了繼承和發展。中國國家領導人、外國國家元首、政府代表團、國內外專家學者、知名人士、藝術家曾到這裏參觀和作文化藝術交流，對這裏的成就給予很高的評價。多年來，佛山民間藝術研究社先後在世界各地舉辦不同形式和規模的藝術展覽，並派出工藝師舉行巡迴藝術講座或作藝術表演。
- 2.15 在 1997 年香港回歸祖國慶典中，佛山民間藝術研究社設計製作有史以來最大型的彩紮花艇及其他彩燈彩龍等，成爲全球注目的焦點。在迎接 2000 年到來之際，香港特區政府舉辦“龍騰燈耀慶千禧”大型燈會，佛山民間藝術研究社設計製作 2,000 多元件彩燈紮作藝術。燈會中騰龍長 280 米、龍頭高

²⁵ 如上。

²⁶ 如上。

²⁷ 佛山民間藝術研究社”-藝術社簡介http://www.fsfolkart.com/bg5_fsjz.asp?bigclassid=1。

14 米，佔地面積 4,800 平方米，被《健力士世界紀錄大全》確認為世界最大的龍燈²⁸。2000 年春節，廣州市政府在廣州珠江舉辦“新千年龍騰鬧珠江”大型燈火匯演。佛山民間藝術研究社為其設計製作了 38 艘彩紮花船，在珠江巡遊時綿延 5 公里。²⁹

孔雀廊影音電器有限公司

- 2.16 孔雀廊影音電器有限公司位於順德，是中國大陸從事音像行業最早及最具規模的民營企業之一，它創建於 1996 年，目前已擁有廣東孔雀廊影音文化發展有限公司、佛山市順德潤生電子有限公司、廣東金輝煌影視製作有限公司、香港泰歌娛樂唱片有限公司，成為集音樂戲曲創作、演出以及音像製品編輯、製作、生產、發行於一體的大型文化及創意產業集團。³⁰
- 2.17 孔雀廊影音電器有限公司擁有 1 萬多平方米的標準化廠房和現代化生產設備，其固定資產和版權等無形資產共 3 億多元，引進和自製節目版權 5,000 多個，年產各類音像製品光碟 5,000 萬片以上，產品遍及全國各地，遠銷北美及東南亞國家和地區。³¹它先後拍攝、錄製、發行的優秀粵劇、戲曲節目達 3,000 多個。目前孔雀廊影音電器有限公司不僅擁有廣東省大部分粵劇的節目版權，甚至收購了香港天聲唱片公司擁有的粵劇、戲曲版權。
- 2.18 公司錄製、發行的粵劇、戲曲節目，分別獲得國家新聞出版署頒發的第二屆“全國優秀文藝音像製品獎”二等獎、首屆中國國際音像博覽會優秀音像製品獎、第二十二屆中國電視金鷹獎、中南六省（區）電視藝術金帆獎等多項國家頒發的殊榮。2004 年，孔雀廊影音電器有限公司與廣東粵劇院合作，成功舉辦“孔雀廊 2004 粵劇新年盛會”。³²
- 2.19 從 2001 年開始，公司通過各種渠道逐步將自己的產品推出國門，音像製品已在香港、澳門及東南亞國家進行商標註冊和銷售，打開市場以後又相繼在美國、加拿大“登陸”，出口額連年遞增。緊接著先後與環球和滾石、BMG、EMI、VMP、銀星等國際知名唱片公司簽定長期合作的協定，引進經國家版權局認證的節目版權 2,000 多個；自行拍制以及與國內外影視和傳媒公司聯手合拍的自有版權節目 3,000 多個³³，成為全國音像行業中引進節目最多的企業。
- 2.20 公司是全國首家獲得國家新聞出版總署批准、核發的《音像製品複製經營許可證》和省新聞出版局批准、核發《印刷經營許可證》的民營企業，曾

²⁸ 佛山傳統燈色紮作藝術，先後有三件作品載入《吉尼斯世界紀錄中》。

²⁹ 佛山民間藝術研究社”-藝術社間介http://www.fsfolkart.com/bg5_fsjz.asp?bigclassid=1。

³⁰ 中國音像製品網上博覽會 - 佛山市孔雀廊影音電器有限公司
<http://www.ccm.gov.cn/blh-zgyx/tjqy/tjqy-2.jsp?id=1000133>。

³¹ 如上。

³² 如上。

³³ 如上。

獲廣東省文明經營戶、中國“十大公平交易企業”、首屆中國音像博覽會優秀分銷單位、中國音像業首屆明星發行品牌等稱號，並當選為中國音像協會理事單位、廣東音像製品分銷業商會理事單位、廣東省社會文化管理協會常務理事單位。

孔雀廊影音電器有限公司 2000 年-2004 年經營指標明細表

	單位	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
員工人數	人	80	93	102	105	250
產值	萬元					1,300.00
銷售額	萬元	250	325.00	394.00	552.00	2,200.00
出口額	萬元	10.00	76.00	111.00	121.00	570.00
利潤	萬元	13.75	-10.00	-12	44.00	40.00

2.19 2004 年 12 月 16 日，位於美國洛杉磯聖蓋博市山谷大道 828 號的美國中國音像城開始營業。它的營業面積達到 2,000 多平方米，分批運到的產品達 2 萬多種，電視連續劇、電影、音樂、戲劇、卡通、教育等門類一應俱全。它不但是中國在國外開辦的第一個大型音像城，而且還是一個多元投資的聯合艦隊。它由 8 家股東單位構成－廣州俏佳人文化傳播有限公司、廣東孔雀廊文化發展有限公司、廣東飛仕影音有限公司、廣東東和興影音有限公司、廣州音像出版社、世界電視公司、美國鉅星傳播公司和黑龍江東寶音像連鎖公司。其中俏佳人文化傳播有限公司以發行音樂節目、《激情燃燒的歲月》等老影視作品而著稱，孔雀廊文化發展有限公司則是民營企業的生力軍，擁有 6,000 多個粵劇和大批廣東音樂的版權，而世界電視公司和鉅星傳播公司則是美國本土的兩家企業，這合作的陣容，顯示了中國音像產業“走出去”即直接發展對外貿易的一次努力。

廣州番禺長隆夜間動物世界

2.20 由廣州番禺長隆集團打造的廣州番禺長隆夜間動物世界、番禺香江野生動物園等，是全國最大的包括野生動物的飼養、表演和觀賞、陸地和水上藝術表演、綜合娛樂、餐飲、禮品、遊戲、影視等的文化旅遊園區。它座落在離廣州市區幾十公里的番禺，這裏風景優美，河網縱橫，田野開闊，有 3,000 畝翡翠園和各種各樣的景觀，還有完善的酒店、餐飲、遊藝、禮品、水上舞台、體育、半球型表演場等配套設施。

2.21 該集團在文化旅遊領域的開發，具有非常強烈的創新意識。集團董事長蘇志剛於 1997 年投資 7,500 萬元，首創了夜間野生動物旅遊的新節目，以後又發展了鱷魚世界、高爾夫俱樂部等諸多節目。長隆演藝廣場的表演場呈半球型，能夠同時容納 1 萬 2 千多名觀眾，運用了國際先進的燈光、音響等高科技設備，能夠容納世界上規模最大的馬戲表演和其他綜合表演。³⁴

³⁴ 中國旅行網- <http://www.chinatravel.com/chinese/scenic-spots/guangdong/guangzhou/zoo.htm>。

2.22 夜間野生動物觀賞的新模式，讓人耳目一新。改變了過去動物“圈養”，遊人漫步的傳統模式，而是讓野生動物散養，而遊人夜間乘坐古老的小火車，在月色星光下歷經中華山地、南美河谷、南非高原、印度森林、澳洲灌木林、西非沼澤、東非草原等七大區域，置身野生動物出沒無常的大自然，去尋找和發現動物的夜晚生活，體驗動物世界探險的樂趣，同時也倡導了保護物種多樣化和生態環境、人與自然協調發展的進步理念。

民間藝術之鄉

2.23 在珠江三角洲地區雲集國家級民族民間藝術之鄉 16 個，它們分別是：

廣州市：番禺區石其鎮沙湧村鼈魚舞之鄉、番禺區沙灣鎮飄色藝術之鄉；

深圳市：鹽田區沙頭角鎮漁燈舞藝術之鄉；

佛山市：南海區鹽步街粵曲藝術之鄉、順德區容桂街書畫美術之鄉、南海區大瀝街醒獅之鄉；

惠州市：龍門縣農民畫之鄉；

東莞市：道窖鎮粵劇、曲藝之鄉、石牌鎮中坑村醒獅舞蹈之鄉、長安鎮醒獅藝術之鄉；

中山市：沙溪鎮民間藝術之鄉、小欖鎮書畫藝術之鄉、大湧鎮紅木雕刻藝術之鄉；

江門市：新會市荷塘鎮紗龍藝術之鄉、台山市鬥山鎮浮石管區擺色（飄色）之鄉；

肇慶市：封開縣大洲鎮五馬巡城舞之鄉。³⁵

³⁵ 廣東南方網：<http://www.southcn.com/news/gdnews/hotspot/qhch/whcl/200405200314.htm>。

3 大型文化節慶和會展

國際級的會展和節慶

- 3.1 自 1990 年代以來，珠三角地區形成了一系列國際化的大型文化節慶活動和會展，這是指有一定的國際藝術團體參與，在同行業中具有國際的權威性和國際影響力的節慶與會展活動。其中主要有：深圳國際文化產業博覽會、中國國際音像博覽會、廣州國際藝術博覽會，國際舞蹈節、國際童聲合唱節、羊城國際粵劇節，亞洲兒童民間藝術節、聲響亞洲文化節，廣州國際旅遊文化節、廣州國際龍獅邀請賽、廣州國際龍舟大賽、廣州國際華文文學節、廣州華語國際電視周，國際民間藝術節、國際攝影大賽、中國深圳（南山）國際兒童文化藝術周、肇慶市國際旅遊文化節，中法文化年廣州文化周活動等。

國家級的會展和節慶

- 3.2 珠三角地區也建立了一批國家級的大型文化節慶和會展，代表了國家文化藝術在該領域中的優秀水平，包括：中國“金鍾獎”大賽（廣州市）、中國“金獅獎”大賽（廣州市）、第五屆全國老年合唱節（廣州市），首屆中國家庭文化藝術節（東莞市）；全國首屆麒麟舞大賽（東莞市）。

省市級的會展和節慶

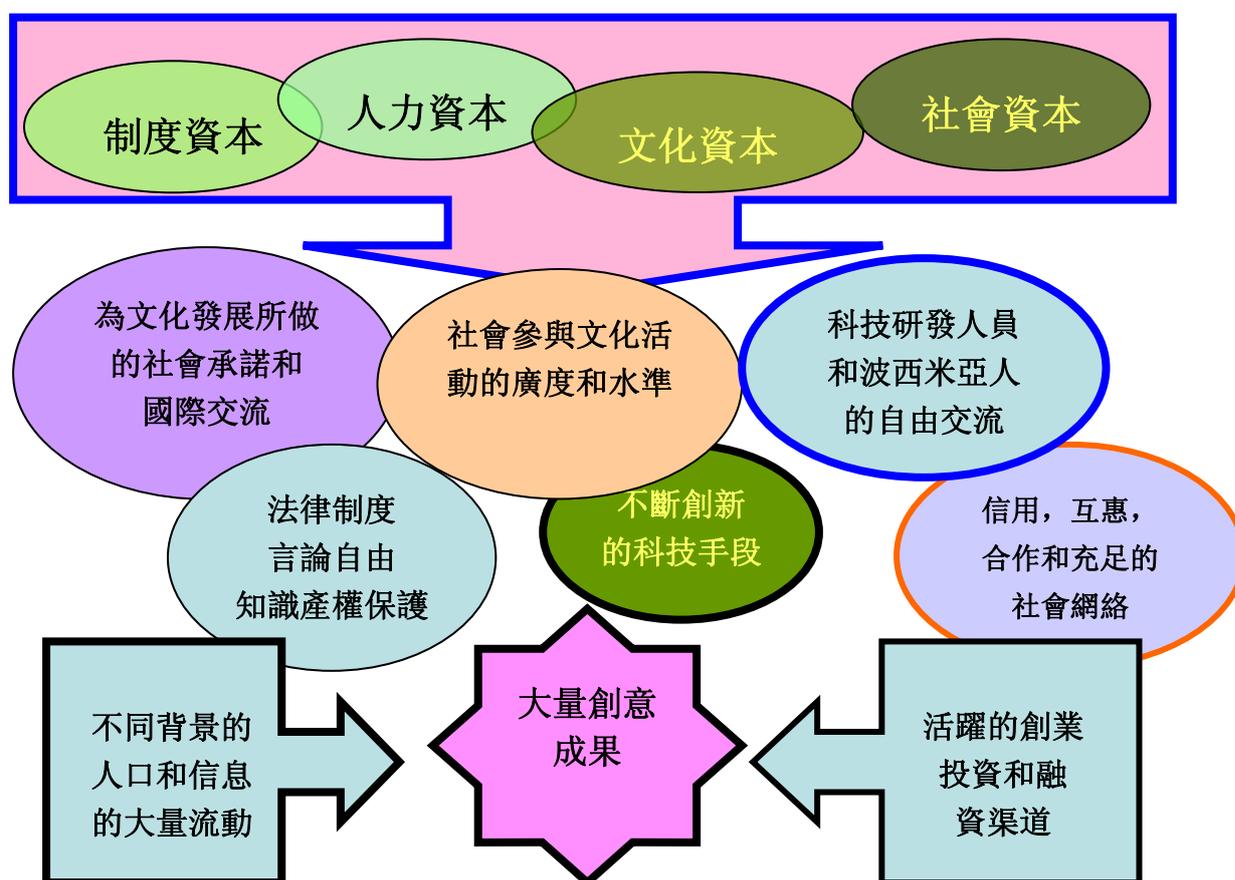
- 3.3 珠三角地區還承辦了一系列省級和市級的大型文化節慶和會展：廣東省藝術節、廣東省少兒藝術花會、廣東民間藝術歡樂節、羊城音樂花會、廣東省民間工藝品精品展、廣東消費文化節等。市級大型文化節慶和會展包括：廣州嘉年華大巡遊，深圳旅遊文化藝術節、深圳學校合唱節、深圳大劇院藝術節、深圳少兒藝術節，魅力佛山·2004 瓊花粵劇藝術節”，惠州市的龍門南昆山生態旅遊文化節，（中國）江門僑鄉旅遊節、首屆“中國（江門）僑鄉華人嘉年華”、東莞市樟木頭鎮的香港人旅遊節等。

4 文化及創意產業園區

文化及創意產業園區的特點

4.1 文化及創意產業園區是 1990 年代開始在發達國家率先興起的一種新型業態。它主要是指借鑒了工業園區與產業園區的模式，來發展的一種文化及創意園區，它以文化及創意作為最重要的資源，以“產業鏈”和“產業叢”的理念，來組合多個相關的文化及創意產業，包括設計、研發、軟體、影視、娛樂、藝術品等，降低成本，同時激發從業人員的工作熱情和文化及創意迸發。

文化及創意產業園區的組織結構



產品研發型園區

4.2 文化及創意產業園區在珠三角地區是一種方興未艾的產業形態，正處在努力探索和嘗試發展的階段。珠三角大部分的文化及創意產業園區正在創建

中，包括產品研發型、軟體發展型、藝術原創型等多種形態。其中，廣州市建立的“創谷”具有一定的代表性。

- 4.3 “創谷”是從廣東聯星村全額投資打造的都市型文化產業文化及創意園區，這個在都市化過程中，由農村集體生產社發展而來、已擁有固定資產超過 5,000 萬元人民幣的集體股份制公司，正在向投資管理公司轉變而位於海珠區中部、總面積為 250 畝的“創谷”計劃依託未來廣州市的次中心商業地帶的區位優勢，以及周圍環繞著中山大學、廣州美術學院、珠江電影製片廠等的人才優勢，匯聚商流、人流、物流及資訊流，形成設計、製作、傳播、營銷、會展、商務的文化及創意產業鏈。雖然它還在實施過程中，但從這個“城中村”的身上，依然可以看出珠三角文化及創意產業正在走向一種新型的園區形態。

軟體發展示範園區

- 4.4 **廣東省積體電路設計生產基地**設在珠海市。作為國家級環境保護模範城和生態示範區，再加上完備的基礎設施和便利的海陸空交通，使這裏正日益成為軟體、內藏電腦晶片的“智慧卡”等開發智力密集型產業的樂土。如今，包括積體電路(IC)設計、製造以及相關的清潔高智力的產業，已經形成了相當的規模，而且還在不斷發展壯大。珠海成立了以市領導為正副組長、市委辦、市政府及各職能部門領導為成員的珠海推進積體電路產業發展領導小組。在小組領導下，積極招商引資。針對美國、韓國、新加坡、以及台灣等地區展開專題招商工作。而且，市經濟貿易局主持制訂了珠海市積體電路產業發展規劃。
- 4.5 2003 年 3 月 31 日，珠海被廣東省資訊產業廳正式批准為廣東省唯一的積體電路設計與生產基地。在珠海市為積體電路產業發展所制定的規劃當中，到 2005 年，整個行業將實現 40 億元人民幣的銷售額的規模，其中設計業要佔到 15 億元人民幣。要吸引 20 家設計企業落戶，其中銷售過億元的企業達到 3-5 家。目前，該基地的建設得到了珠海市政府、廣東省科技廳和哈爾濱工業大學等機構的大力支持，擬建立的積體電路產業化基地將以人才培訓為重點、高科技技術服務為特色，建成一個集積體電路人才培訓中心、單片系統集成電路設計中心、積體電路測試中心和積體電路國際交流中心於一體的產業化基地。³⁶
- 4.6 **佛山市南海獅山科技軟體園**也是一個集資訊技術研發、IT 企業孵化、創新人才吸納與培養於一體的產業學研基地，被評定為廣東省四大軟體園之一和廣東五個大學園區之一。南海軟體科技園位於南海獅山，地處廣州、佛山、花都、三水交匯處，園區入口距離廣三高速出口僅數百米，至佛山 18 公里，至廣州白雲國際機場僅 20 公里，交通便利。它是廣東省計劃發展委員所評定的廣東省四大軟體園之一。園區規劃總面積 20 平方公里，首期工

³⁶ 珠海市是“廣東省資訊化綜合試點城市”。該市有軟體發展公司 200 多家。軟體產值逐年上升，增速在 40% 以上，形成了多層次的科技研發、示範和產業化體系。國內知名的軟體公司金山軟體就是珠海的龍頭企業，對繁榮國產軟體業功不可沒。

程於 2002 年底開發完成。

- 4.7 目前，區內建築面積已超過 38 萬平方米。在基礎設施方面，軟體園以南海資訊產業投資有限公司為投資及管理主體，向園區投放資金逾六億元人民幣，完成了園區首期工程的道路、供水、供電、排污、郵政、通訊、網路等基礎設施。園內佔地 236 畝的首期生活配套區，已建成行政服務辦公大樓、商業金融服務網點、公共交通設施、體育設施、特色商業街、醫療服務設施等。目前，園區正在興建一條貫穿整個園區的主幹道，南端接入廣三高速公路，北端接入南國桃園，配合廣州的大二環高速公路環繞四周，形成理想的交通網絡環境。
- 4.8 園區產業佈局將以國家科研專案為核心，以多種軟體研發及加工為產業主力圈層，以教育和培訓為基礎，促進園區內形成技術及科研、軟體加工與生產、人才的教育和培訓等不同層級協調發展的格局。具體專案包括：教育及培訓基地、軟體加工基地、數位元媒體基地、網路安全產業化基地、IC 晶片設計、教育軟體發展基地、電子商務與中間件基地、國家 863 專案科技成果轉化基地³⁷等，並將逐步構建網路、研發、評測、出版、資訊、培訓、服務、會展八大中心。
- 4.9 科技園既充分利用區位優勢、產業應用優勢，又積極開發市場示範優勢、人才儲備優勢。園區的建設得到了全國著名高等院校和科研機構的支援並與一大批國家知名的技術專家建立了長期的技術工作聯繫。園區建成總建築面積為 11,000 平方米的科技創業中心大樓。科技創業中心不僅是園區的窗口和伺服器，為園區企業提供行政手續辦理、資金籌措、風險投資、人才培訓、物業管理等綜合服務，更為中小型企業的成長與發展提供最完善的孵化環境。

原創動畫產業基地

- 4.10 深圳光彩事業文化傳播有限公司是中國大陸最大的民營動畫公司之一，2002 年投資 1.2 億元人民幣(下同)打造了目前內地唯一以教育、培訓、生產

³⁷ 863 計劃是中國高技術發展計劃的簡稱。1980 年代以來，以資訊技術、生物技術、新材料等高技術為中心的新技術革命浪潮衝擊著全球，許多國家都提出了發展高技術的國家戰略，包括 1983 年美國的“戰略防禦倡議”(即星球大戰計劃)，隨後的歐洲“尤裏卡”計劃，當時經互會成員國的“2000 年科學技術進步綜合綱要”和日本的“今後十年科學技術振興政策”等。1986 年 3 月 3 日，中國的王大珩、王淦昌、楊嘉墀、陳芳允四位老科學家給中共中央寫信，提出要跟蹤世界先進水平，發展中國高技術的建議。鄧小平閱後親自批示：此事宜速決斷，不可拖延。從此，中國的高技術研究發展進入了一個新階段，在此後半年內，經過 200 多位專家的嚴格論證，中共中央和國務院正式批准了《高技術研究發展計劃(“863”計劃)綱要》。該計劃堅持“有限目標，突出重點”的方針，選擇生物技術、航太技術、資訊技術、雷射技術、自動化技術、能源技術和新材料 7 個領域 15 個主題作為中國高技術研究與開發的重點。它的特點是：1、作為發展中國家的高技術計劃，確定有限的領域和目標，圍繞經濟發展和提高人民生活水平進行部署；2、在高技術基礎比較落後的情況下，學習國際上的一切有效的經驗和先進技術，積極倡導國際高技術研究與發展的交流和合作；3、施行政府主導，鼓勵企業的參與。由於科學家的建議和鄧小平的批示都是在 1986 年 3 月作出的，這個宏偉計劃被命名為“863”計劃。

為一體的大型原創動畫產業基地，投入 1,800 萬元推出原創大型動畫系列片《絕對拯救》，以表現環保和可持續發展作為主題，目前已製作了近 100 集，而且制訂了後續拍攝數千集的龐大計劃。還有一批具有實力與特色的文化及創意園區不斷地湧現，比如**中山市小欖鎮愛浪高科技工業園**，它是“全國十佳民營科技園”，為珠三角的經濟與文化增添了活力。

5 文化及創意產業的非政府(NGO)和非牟利(NPO)組織

- 5.1 自 90 年代以來，許多國際化城市都形成了一個共識，即推動社會的發展，必須有政府、企業、非政府組織和非牟利組織這“三隻手”的協同推進。如果說政府是一個代表公民利益，實施社會管理的公共機構，企業是一個按照契約方式組織起來，追求利潤最大化的經濟組織，那麼，非政府和非牟利機構，則是以民間方式整合各種資源，以推動行業發展、社區服務和公共利益為目的的社會組織。它們各有自己的特長，也各有作用，必須讓它們都有發展的空間，協調互補。
- 5.2 過去，珠三角地區的文化及創意產業處在政府的高度壟斷之下，NGO 和 NPO 沒有發展的空間。隨著文化體制的改革，政府逐漸放開了過去對於民營資本和境外資本進入文化產業投資的限制，包括鼓勵、支援和引導非公有制文化企業擴大產品和服務出口，鼓勵和支援符合條件的非公有制文化企業依法獲得文化產品和服務出口經營資格，從事書刊、影視音像製品、藝術品、文藝演出等文化產品和服務的出口業務，與此同時，文化及創意產業方面的 NGO 和 NPO 也逐步發展起來。目前，珠三角地區文化及創意產業的 NGO 和 NPO 的主體，是創意產業的行業協會，其他還有一些文化及創意的社團、俱樂部、同人機構等。
- 5.3 文化及創意產業的行業協會具有聯絡行業會員、進行科技研發、交流市場信息、加強行業自律的功能，已經在珠三角地區的各個城市開展了活動。比如在 2003 年，廣東省成立了**廣東省影視節目製作行業協會**，這在全國也屬於領先一步。它有利於把分散的單位個別行為，整合為統一的組織行為，樹立廣東文化產業的團隊意識，反映和樹立廣東影視的整體形象，打造“廣東品牌”。
- 5.4 現在加入協會的民營影視公司已達 300 餘家。該協會在協助政府的行政主管部門做好行業發展規範工作的同時，發展起一些具有行業協會特色的專案，比如通過代理會員機構，向政府主管部門申請電視劇拍攝許可的《甲種證》，進一步簡化各單位申報電視劇製作的手續，使之節約了時間，降低了成本，提高生產效率。針對部分會員機構資訊不靈的情況，協會發揮“橋樑”作用，並通過制定行業自律規範，扶持精品製作，保護會員合法權益，約束會員守法經營，樹立行業形象。
- 5.5 以珠海為例，它的三大行業協會都是以促進本行業的壯大發展，自律和規範本行業的從業行為，做好行業服務為目標，包括：1、**珠海市印刷行業協會**：印刷業是珠海比較有活力的文化及創意產業之一。該協會成立於 1999 年 2 月，2004 年已有會員企業 300 多家，印刷業總產值達 7.1 億元人民幣(下同)；2、**珠海市出版發行協會**：該協會成立於 1999 年 3 月，2004 年有會員單位 200 多個。目前珠海市有圖書出版社 1 家，報刊 6 家，圖書零售 417 家，出版發行業總產值達 1.7 億元；3、**珠海市音像行業協會**：是珠海市音像製品出版和銷售企業的行業組織。該協會成立於 2004 年 5 月，現有會員單位 100 多個。2004 年珠海市有音像零售出租 298 家，電子出版物零售單位 60 家，音像出版社 1 家，出版發行業總產值達 2.7 億元。

- 5.6 再以深圳為例，它除了**深圳市文聯**下屬的作家協會、音樂家協會、美術家協會、舞蹈家協會、書法家協會、戲劇家協會、電影電視家協會、文藝評論家協會、民間文藝家協會、攝影學會等 10 個文藝家協會外，另有**影視動畫行業協會**、**經紀人協會**、**印刷行業協會**、**拍賣協會**等 4 個行業協會。共有會員約 5,000 名，其中主要是個人會員，也有以企業、機構名義加入的團體會員，這樣就聯繫了三大行業內眾多的企業和從業人員。其中影視動畫行業協會成立於 2004 年 7 月，是我國第一家城市影視動畫行業專業協會。
- 5.7 此外，還有一些富有地方特色的組織和社團，如**深圳文化經紀人協會**，它成立於 2001 年 6 月，截至 2004 年已經發展了企業和個人 400 多個，在一定程度上緩解了深圳文化經紀人短缺的局面。再如**羅湖區歌舞娛樂業協會**，羅湖區是大批香港居民和海外遊客進入珠三角的大門，也是深圳市歌舞娛樂業的發起與興旺之地，成為深圳娛樂休閒的中心場所之一。該協會成立於 2004 年，成為深圳文化娛樂行業的第一家行業性的仲介組織，截至 2004 年已經發展了企業會員 100 多家。**大芬美術產業協會**—該協會成立於 2004 年，是深圳第一家街道辦事處下轄的文化行業協會，帶有社區文化及創意產業的社團組織性質，發揮了維護藝術工作者的權益，推廣大芬村的油畫品牌，開展對外文化交流，協調油畫工作者與村民關係的作用。

第四章：珠三角與文化及創意產業相關的管理機構、法律和政策

1 珠三角地區文化及創意產業的總體管理框架

總體管理框架

- 1.1 珠三角地區的行政管理分爲兩種形式，即三級行政管理框架和二級行政管理框架。三級行政管理框架適用於大中型城市，實行市、縣（區）、街道（鄉鎮）的三級行政管理制度，應用於廣州市、深圳市、珠海市、佛山市、江門市、惠州市和肇慶市。兩級行政管理框架適用於中小型城市，即市、街道（鄉鎮）兩級的行政管理，應用於東莞市和中山市。
- 1.2 珠三角地區的文化及創意產業，作爲一種具有很高的政治敏感性和廣泛社會影響的產業，它由中共廣東省省委宣傳部等黨委系統實施宏觀管理，政府有關部門實施具體的行政管理。具體而言，省委宣傳部負責指導宏觀的發展方向，省委宣傳部和組織部等負責對下屬主要文化單位領導幹部的任命，對文化宣傳單位的政治導向和政策引導，對新聞單位的監督。
- 1.3 省政府下轄的省文化廳、新聞出版局、廣播電視局等職能部門，行使政府的文化投資和相關的文化管理職能。省文化廳主要負責對新成立和新開辦的文藝演出、娛樂、網吧、群眾文化、展覽館、陳列館、圖書館、博物館等的審批和市場管理工作，以及直接管理省文化廳直屬的文化藝術機構和團體，如省粵劇團、省圖書館、省群眾藝術館等，並且負責指導省、市、縣的群眾文化工作；省新聞出版局主要負責報刊、出版、印刷機構和企業的行政管理工作，省廣播電視局主要負責廣播電視、有線電視網路、數位電視發展等方面的行政管理工作。以廣州市爲例，廣州的文化及創意產業由市委宣傳部統一管理，主要官員由黨委系統任命，主要政策框架由黨委制訂，市委宣傳部負責全市文化發展規劃、發展方向、全市文化發展資金和市屬新聞單位的管理。市政府的職能部門如文化局、廣電局等實施行政管理。
- 1.4 這種管理框架是在計劃經濟的背景下形成的，已經不完全適應市場經濟的發展和文化及創意產業的規律，特別是把文化及創意產業的各個行業分屬於宣傳部、文化局、教育局、廣電局、新聞出版局和旅遊局等行業部門主管，行政效率低，管理許可權重疊，把一個統一的市場加以分割，不利於文化及創意產業的發展。具體表現爲：其一，政府行業管理分工過細。各部門只管本部門的工作，難以統籌跨部門、跨行業的發展戰略和產業政策；其二，職能重疊。比如，圖書音像行業就分別屬於宣傳部、新聞出版局、文化局和廣播電視局等主管部門，結果造成實際管理效率低下。
- 1.5 爲了切實解決以上矛盾，2004年，廣東省作爲全國文化體制改革的綜合試點地區，其珠江三角洲地區的各副省級市與地級市的文化、廣電、新聞出版和版權的行政管理部門正在或已經開始試圖著手合併成爲一個行政管理

部門。此外，珠三角地區文化及創意產業的各類行業協會，作為仲介組織、行業組織和文化研究組織，在管理、協調、組織、監督、科研等方面也逐漸開始發揮其積極的作用，不斷加強行業自律，開展各類活動。¹這兩方面都值得香港參考。

主要管理模式

- 1.6 從 90 年代初開始，中國進入了從計劃經濟向市場經濟的轉軌時期，與之相適應，珠三角地區的文化及創意產業管理模式，也進入了轉軌時期。目前它是一種“混和型”，即既有政府採用行政手段的直接管理模式，也有政府採用市場手段調控的間接管理模式，還有逐步建立中的法制化管理體系。
- 1.7 就行政手段的直接管理模式而言，主要是針對政府直接投資的電視、廣播、報紙、出版等新聞機構，其人員編制、幹部調配、工資制定、職稱評定等內部人事、分配制度都受到主管部門和政府綜合部門的嚴格管制；其發展建設專案也主要由上級主管部門決定。重大事項必須報黨和政府的主管部門審批。
- 1.8 就市場手段調控的間接管理模式而言，主要是針對各類社會投資，包括外商投資、民營投資、私人投資的經營機構，政府不直接進行行政管理，而是採用頒佈投資指南，引導文化投資，建立法律法規、規範市場、打擊盜版、整肅非法經營等手段，來對市場進行引導，通過市場建設給文化及創意產業的發展打開空間。
- 1.9 就逐步建立中的法制化管理體系而言，主要包括兩個方面，其一，立法：即建立健全各種法則；其二，司法：即按照法律法規解決、審理案件的活動，通過各種法律、條令、條例和司法仲裁工作，調整文化及創意產業機構在微觀活動中所發生的各種關係。
- 1.10 由於中國經濟正處在轉軌時期，很多管理上的法規、辦法、手段還不完善。與之相適應，珠三角地區對文化及創意產業管理的許多法律手段和行政手段都不健全，體制不順，管辦不分，多頭管理，執法力量分散，這是計劃經濟體制下產生的文化市場管理中的突出問題。為此，很多地方政府為應對該狀況採取了一系列切實可行的方法，2005 年 3 月，廣州市文化市場綜合行政執法總隊宣告正式成立，集中行使各類文化管理機構的監督管理許可權，變多頭管理為統一管理。
- 1.11 這是一種加強文化市場管理的新的嘗試，即集中行使原市文化局、廣電局、文管局、體育局委託的行政處罰權、行政強制權及相關的監督檢查權；行使原新聞出版局委託的在圖書報刊、電子出版物管理方面的上述權力。它涉及演出、美術品、娛樂（包括文化娛樂和體育娛樂）、廣播、電影、電視、

¹ 珠江三角洲文化創意產業的各類行業協會和學會主要有：省或各市的文學藝術界聯合會、社會科學聯合會、演出業協會、文化娛樂業協會、音像製品分銷商會、音樂家協會、美術家協會、作家協會、電影家協會、電視藝術家協會、戲劇家協會、攝影家協會、舞蹈家協會、曲藝家協會、雜技家協會、書法家協會、民間文藝家協會、企業文化協會、民營企業文化學會、棋類協會、旅遊協會、玩具協會、廣告協會、軟體行業協會、省文化學會、文化傳播學會等。

音像製品、圖書報刊、電子出版物、文物等文化門類（2002年4月30日起又增加了“網吧”）。執法總隊主要負責查處演出和娛樂、網吧及互聯網上網服務、電子遊戲、美術品銷售、文物經營告示活動中的違法行爲；查處違法安裝和設置衛星電視廣播地面接收設施、違法接收和傳送境外衛星電視節目和走私盜版影片放映行爲；查處圖書、報紙、期刊、音像製品、電子出版、網路出版、電腦軟體等方面的違法違規出版活動和印刷、複製、出版物發行中的違法經營活動；查處盜版侵權行爲；承擔“掃非”有關工作任務等。同時，總隊還承擔對區（縣）文化稽查工作進行監督和指導的職責。

2 與文化及創意產業相關的發展戰略、法律和法規

- 2.1 珠三角地區政府非常重視文化及創意產業的管理，為此他們制定了一系列與此相關的法律法規。依法落實各項管理法規和管理制度，完善管理手段和管理方法，加強行政執法工作的力度，營造嚴格守法、文明執法的良好法治氛圍。
- 2.2 具有代表性的規劃和法律主要有：廣東省政府先後出台了《關於深化文化體制改革建設文化大省的若干配套經濟政策》（粵府辦[2003]98 號）；制訂了《關於貫徹〈國務院辦公廳關於印發文化體制改革試點中支援文化產業發展和經營性文化事業單位轉制為企業的兩個規定的通知〉的實施辦法》（送審稿）；已經著手制訂《廣東省文化市場管理辦法》、《廣東省文化產業投資目錄指南》、《廣東省文化產業統計辦法》、《廣東省文化設施條例》、《廣東歷史文化名城條例》等法律法規。其中的重點是：

《廣東省文化體制改革試點工作方案》

- 2.3 該方案明確了廣東文化體制改革試點工作的指導思想、基本要求和目標，提出了改革文化管理體制、轉換微觀運行機制、加快文化市場建設、制定和實施相關配套政策、優化文化資源配置、提升對外文化交流水平等六項改革試點工作和主要任務，確定了廣州、深圳、東莞為省文化體制改革試點地區，南方日報報業集團等 12 家單位為省文化體制改革試點單位，確定了改革試點工作的組織領導和實施步驟。圍繞加大力度扶持公益性文化事業，加快文化基礎設施建設為出發點，扶持文化事業單位轉制為企業單位，吸引社會資本進入文化及創意產業領域。

《關於深化文化體制改革建設文化大省的若干配套經濟政策》（粵府辦[2003]98 號）

- 2.4 該政策是為了全面實施中共廣東省委九屆二次全會關於加快建設文化大省的戰略部署，根據國家有關政策規定，結合廣東省的實際而制訂的。其要旨為，貫徹和落實《國務院關於支援文化事業發展若干經濟政策的通知》；加強對文化事業單位，特別是學校、科研單位、圖書館、文博單位的財政支援；加大對南方廣播影視傳媒集團、南方日報報業集團、羊城晚報報業集團這類的傳媒集團以及其他文化產業單位的信貸支援；放寬對文化事業單位的體制管理，加快文化事業單位改制的步伐，為文化事業單位的改制工作提供有利的條件；進一步放開文化產業領域，允許民營、外資等企業投資設立文化企業。此外，廣東省還頒佈了《關於貫徹〈國務院辦公廳關於印發文化體制改革試點中支援文化產業發展和經營性文化事業單位轉制為企業的兩個規定的通知〉的實施辦法》，作為配套實施的細則文件。

《公民道德建設實施綱要》

- 2.5 文化及創意產業的內容和產品具有豐富的社會道德內涵，所以，廣東省政

府頒佈的《公民道德建設實施綱要》，從公民道德建設的角度，對文化及創意產業的法律法規作了重要補充。該《綱要》強調要弘揚愛國主義精神，以爲人民服務爲核心，以集體主義爲原則，以誠實守信爲重點，加強社會公德、職業道德和家庭美德教育。大力倡導“愛國守法、明禮誠信、團結友愛、勤儉自強、敬業奉獻、開放相容、科學理性、保護環境”的公民基本道德規範，廣泛深入開展“立志、立德、立規、立業”主題活動，率先建立與社會主義市場經濟相適應、與社會主義法律規範相協調、與中華民族傳統美德相承接的社會主義思想道德體系，實現珠三角地區公民道德素質的全面提高。

《國務院關於非公有資本進入文化產業的若干決定（國發[2005]10號）》

- 2.6 有必要指出的是，政府對文化及創意產業和市場的總體趨勢，是逐步放開，特別是吸引民營資本進入。2005年4月13日《國務院關於非公有資本進入文化產業的若干決定（國發[2005]10號）》，爲進一步引導和規範非公有資本進入文化產業，逐步形成以公有制爲主體、多種所有制經濟共同發展的文化產業格局，提高國家文化產業的整體實力和競爭力，做出了十條規定，包括：
- 2.7 鼓勵和支援非公有資本進入以下領域：文藝表演團體、演出場所、博物館和展覽館、互聯網上網服務營業場所、藝術教育與培訓、文化藝術仲介、旅遊文化服務、文化娛樂、藝術品經營、動漫和網路遊戲、廣告、電影電視劇製作發行、廣播影視技術開發運用、電影院和電影院線、農村電影放映、書報刊分銷、音像製品分銷、包裝裝潢印刷品印刷等。
- 2.8 鼓勵和支援非公有資本從事文化產品和文化服務出口業務。
- 2.9 鼓勵和支援非公有資本參與文藝表演團體、演出場所等國有文化單位的公司制改建，非公有資本可以控股。
- 2.10 允許非公有資本進入出版物印刷、可錄類光碟生產、唯讀類光碟複製等文化行業和領域。
- 2.11 非公有資本可以投資參股下列領域國有文化企業：出版物印刷、發行，新聞出版單位的廣告、發行，廣播電台和電視台的音樂、科技、體育、娛樂方面的節目製作，電影製作發行放映。上述文化企業國有資本必須控股51%以上。
- 2.12 非公有資本可以建設和經營有線電視接入網，參與有線電視接收端數位化改造，從事上述業務的文化企業國有資本必須控股51%以上。非公有資本可以控股從事有線電視接入網社區部分業務的企業。
- 2.13 非公有資本可以開辦戶外、樓宇內、交通工具內、店堂等顯示幕廣告業務，可以在符合條件的賓館飯店內提供廣播電視視頻節目點播服務。有關部門要嚴格資質認定，明確經營範圍，加強日常監管。葛
- 2.14 該規定提到：非公有制文化企業在專案審批、資質認定、融資等方面與國有文化企業享受同等待遇等。該各地區、各部門都要依法清理和修訂與本決定相抵觸的規定。在這一規定的指導下，珠三角地區許多城市，都提出

了相應的辦法和舉措，除了新聞、出版、電視、廣播、網路內容等領域，給予非公有制文化企業在專案審批、資質認定、融資、申報文化及創意專案、出國、評獎、評定職稱等方面與國有文化企業享受同等待遇等，鼓勵非公有制資本進入法律和法規不限制的各種文化及創意產業領域。

廣州市的規劃和辦法

- 2.15 除制訂一系列適用於整個地區的法律法規之外，珠三角地區各個城市也制訂了不少具有特點的規章、辦法和條例。以廣州為例，它近年來陸續出台的規劃、規章和辦法，主要有：《廣州沙面保護條例》、《廣州市博物館管理規定》、《廣州傳統工藝與傳統藝術保護和扶持辦法》、《廣州市文物保護管理規定》、《廣州歷史文化名城保護條例》、《關於廣州市加快文化事業發展若干政策的意見》、《關於加快廣州文化基礎設施建設的意見》、《關於進一步做好投資工作促進廣州市經濟社會可持續發展的意見》、《廣州市扶持企業發展專項資金管理暫行辦法》等。

深圳市的規劃和辦法

- 2.16 深圳市近年來陸續出台的規劃、規章和辦法，主要有《深圳市文化事業發展（1998--2000）三年規劃及 2010 年遠景目標》、《深圳經濟特區文化市場管理條例》、《深圳經濟特區公共圖書館條例》（試行）、《深圳經濟特區實施〈印刷業管理條例〉若干規定》、《〈深圳經濟特區文化市場管理條例〉實施細則》、《深圳經濟特區文化市場管理條例(修訂稿)》、《深圳市文化產業促進條例(草案)》、《關於加快民營經濟發展的意見》、《深圳市文化資訊化建設管理暫行規定》、《深圳市建設“圖書館之城”(2003--2005)三年實施方案》、《關於貫徹落實〈中共廣東省委廣東省人民政府關於加快建設科技強省的決定〉的實施意見》等。

3 政府管理機制的創新

- 3.1 珠三角地區是中國改革開放的前沿和試驗田，也是中國最早進入體制改革和創新的地區。隨著中國體制改革的深入，珠三角政府對文化及創意產業的管理模式也隨著發生了一系列的變革，逐步從微觀管理上退出，同時加大了宏觀調控、管理和服務的力度，從直接管理向間接管理過渡，從單一的行政管理手段向經濟、法律等綜合管理手段轉變，它包括以下六個主要步驟：

進一步轉變行政管理部門的職能

- 3.2 珠三角各級政府正在積極做好行政許可的清理工作，改進管理方式，切實加強對行政許可的監督。認真落實政務公開的各項工作，進一步落實政務公開的軟體和硬體建設，要求政府對於文化的管理，既不能“缺位”，也不能“越位”。

繼續推進國營文化機構的改革

- 3.3 對於國營的文化事業單位，重點在於深化幹部、人事、分配制度改革，健全內部管理機制，優化結構，整合資源，增強活力，搞好服務。在中國的國情背景下，具有公益服務形態的所謂“事業”單位和具有商業經營形態的“企業”單位，往往混雜在一起。珠三角地區正在根據文化發展規律和文化及創意產業規律，分門別類，加以分別指導和支援。

加快建立現代企業制度

- 3.4 對於文化及創意產業中從事商業經營的機構，政府鼓勵它們通過資產重組、破產、轉讓、合併、股份制等方式轉換經營機制，建立產權清晰、權責明確、政企分開、管理科學的現代企業制度，面向市場、壯大實力。

深化人事制度改革

- 3.5 對於文化事業單位，要深化人事制度改革，貫徹國家文化部、人事部等四部委《關於文化事業單位人事制度改革的實施意見》，探索全額撥款、差額撥款及轉制企業等不同類型單位人事制度改革的做法，推動文化事業單位全面實行全員聘用制、崗位管理考核和分配制度、公開招聘制、人事帶理制。²
- 3.6 比如，珠三角地區正在對國營的大型文化機構，逐步實現政事（企）分開、管辦分離。³ 廣東省省新聞出版局已經實現政（事）企分開，管辦分離，將

² 「廣州改革文化基礎設施建設投資體制:個人可出錢建文化設施」，刊自金羊網，載自新快報網頁：http://www.ycwb.com/gb/content/2004-01/12/content_625631.htm。

³ 由於歷史的原因，中國在長期以來，一直實行政府直接管理企業的管理模式，這樣的體制模式在特定的歷史時期也起到過一定的作用。但是，隨著社會的發展，其弊端也日趨明顯。中國體制

局直屬的 5 家出版社、6 家企業和 2 家雜誌社劃轉廣東省出版集團主辦主管，將代管廣東新華發行集團股份有限公司的國家股，劃歸省出版集團作為政府授權經營的國有資產；深化行政審批制度改革，將 6 項行政許可事項委託給符合條件的地級以上市出版行政部門管理。廣東省廣播電影電視局在大力推進南方廣播影視傳媒集團組建工作、整合地市廣播電視資源的同時，按照政事分開、管辦分離的原則，正在進一步理順職能、重新制定“三定”方案⁴，調整內設機構，將在 2005 年上半年內實行局和集團分設。

把握好文化產業與文化事業的關係

- 3.7 對於體現高雅藝術的文化院團、對民族藝術遺產具有保留作用的文化院團、文物保護部門、重大公共文化設施、社會科學研究機構、文學藝術創作機構等公益性文化事業單位，加大政府投入，鼓勵社會捐助。⁵
- 3.8 對於文化活動場館、文藝演出場館等有一定經營能力的公益文化單位，要按市場機制，搞活經營，自我發展，政府以專案資助和政府採購方式為主保證必要投入，使它們能夠向社會提供必要的文化產品和文化服務。⁶
- 3.9 鼓勵文化及創意產業的企業機構建立現代企業制度，通過市場競爭，優勝劣汰，加強各自的綜合競爭力。
- 3.10 在文化企事業單位實行全員聘任制和勞動合同制，建立公開招聘、雙向選擇、競爭上崗、能上能下、能進能出的用人制度。⁷
- 3.11 實行按勞分配和按生產要素分配相結合的分配制度。允許有特殊才能、有自主知識產權、有突出貢獻的人通過管理入股、技術入股、專利入股、品牌入股等方式參與分配。大型文化企業可探索實行年薪制。⁸

培育良好的文化市場

- 3.12 目前，珠三角地區已經形成了包括娛樂市場、音像市場、書報刊市場、演出市場、藝術培訓市場、藝術品市場、網路文化市場、電影市場、文物市場、電子出版物市場等在內的文化市場體系，為了規範市場，拓展產業空間，珠三角地區政府採用了一系列管理措施：

改革的深入，第一步就是要解決好政府與企業之間的關係，在某些行業政府適當的放權，變政府管理為企業辦理。

⁴ 三定，即：定職能、定機構、定編制。

⁵ 廣東省建設文化大省規劃綱要（2003—2010 年），載自廣東省人民政府網頁：
http://www.gd.gov.cn/gov_hot/whds/yf200315fj.htm。

⁶ 廣東省建設文化大省規劃綱要（2003—2010 年），載自廣東省人民政府網頁：
http://www.gd.gov.cn/gov_hot/whds/yf200315fj.htm。

⁷ 「壯大發展文化產業 揭陽文化局局長林俊生訪談錄」，刊自揭陽日報，載自南方網網頁：
<http://61.144.25.119/gate/big5/www.southcn.com/news/dishi/jieyang/shizheng/200312231040.htm>。

⁸ 「文化品牌可入股參與分配 張廣甯談文化體制改革」，刊自南方都市報，載自南方網網頁：
<http://www.southcn.com/news/gdnews/hotspot/qhch/tz/200402250621.htm>。

- 3.13 完善文化市場管理機制，在歸口管理⁹、分級管理、屬地管理的基礎上，建立和完善責任制度，實現管理規範化、制度化。加快文化市場綜合執法體制建設，加強執法機構和執法隊伍建設，加大對執法工作的投入。建立和完善文化市場群眾監督和舉報獎勵制度。¹⁰
- 3.14 鼓勵發展演藝業、電影業、藝術教育、培訓業、藝術經營業、娛樂演出業。吸引社會各方面的資本、資源流向這些行業，有序地擴大規模、提高檔次。推動音像大力發展連鎖、超市、電子商務等現代經營方式。
- 3.15 引進互聯網上服務營業場所規模化、連鎖化、專業化、品牌化的方向發展，¹¹調整產業結構，促進市場整合。
- 3.16 進一步培育和發展文化市場，適應中國加入世界貿易組織、市場分散的情況，積極建設上規模、上檔次的影視音像、圖書報刊、演出娛樂等文化市場，形成輻射全省、香港、全國、以至與國際對接的文化市場體系。
- 3.17 嚴厲打擊盜版、非法出版、制假等各種違反行爲，保證文化市場的健康有序發展。發展文化仲介機構¹²、仲裁機構、服務機構和版權代理機構、債務代理公司、經紀人公司，使文化交易走向資訊化、法制化、規模化和網路化。
- 3.18 推動諮詢產業發展，形成以政府決策機制爲龍頭，民營與外資諮詢公司共同發展的仲介組織網路。鼓勵發展文化仲介，全面推進文化經紀人資質證書制度。

⁹ 歸口管理，指文化市場包括的領域非常廣泛，原來由省委宣傳部、文化廳、省新聞出版局、省廣播電視局、工商行政管理局等分別管理，隨著體制改革，將逐漸把管理工作分領域、分類型地集中在若干部門，以提高效率。

¹⁰ 廣東省建設文化大省規劃綱要（2003—2010年），載自廣東省人民政府網頁：
http://www.gd.gov.cn/gov_hot/whds/yf200315fj.htm。

¹¹ 「我國網路遊戲產業爆髮式起步 將加強內容審查」，載自中國網網頁：
<http://big5.china.com.cn/chinese/2003/Apr/311339.htm>。

¹²關於文化仲介機構，情況繁多而複雜。根據上海有關專家研究，分爲7個大類：1.經紀類，含藝術品經紀、投融資經紀、演出經紀、票務經紀等；2.代理類，含產品代理、廣告代理、資訊發佈代理、互聯網服務代理、版權代理等；3.諮詢類，含資訊諮詢、人才諮詢、政策法規諮詢、技術諮詢等；4.認證與資信評估類，含資信評估機構、藝術考級機構等；5.擔保類，含投融資資格擔保等；6.交易類，含產權交易所、廣告交易所等；7.社團類，含各種文化行業協會等。爲了統計的便利，把所有企業型的仲介公司和兼營仲介業務的公司，全部歸入企業類，而把行業協會及其他從事仲介服務的非盈利機構（NPO）全部歸入非企業類。

第五章：珠三角文化及創意產業中香港及外國投資的情況

1 香港及外國投資的比重和主要領域

1.1 根據統計資料¹，自 90 年代以來，珠三角地區的文化及創意產業吸收外商直接投資專案累計 200 多個，合同金額約 5 億美元，實際利用外資約 2 億多美元。90 年代以來中央政府的政策限制香港資本和外國資本進入政治敏感度比較高的出版、報刊、電視、網路等領域，但是在印刷、旅遊、發行、零售、諮詢、設計、娛樂等領域，允許和鼓勵香港資本和技術的導入。所以，在珠三角文化及創意產業的發展中，香港資本具有重大的作用。其特點是：

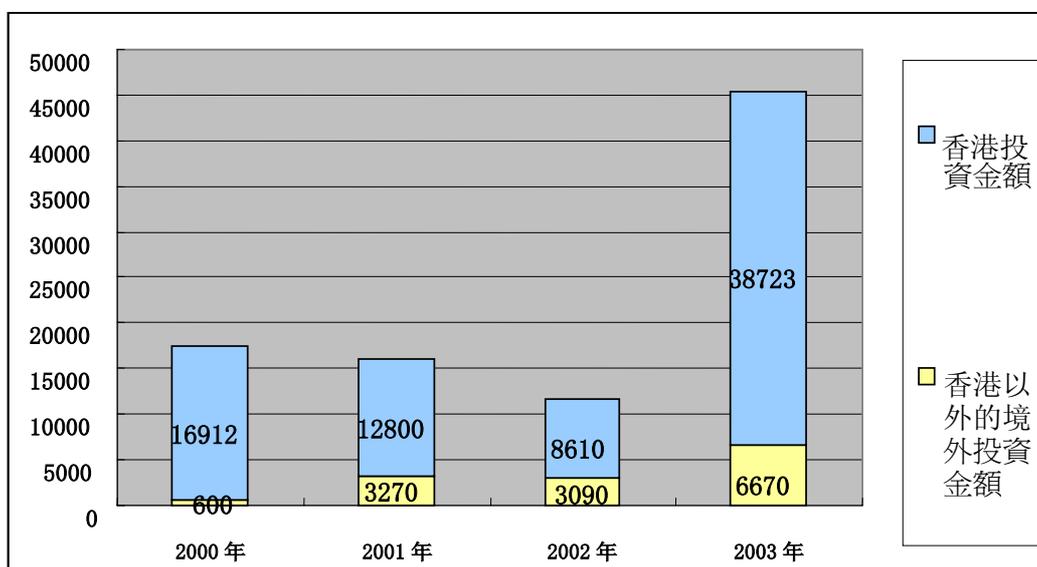
- i. 境外資金投向集中於教育培訓領域。1998 年以來新批的 12 合資專案中，教育培訓類專案 6 個，合同金額 932 萬美元，佔同期文化及創意產業中直接外商投資合同總額的 65.3%；會展類專案 2 個，合同金額 419 萬美元，佔 29.4%；軟體發展專案 2 個，合同金額 45 萬美元，佔 3.2%；印刷出版類和藝術設計類專案各 1 個，合同金額分別為 12 萬和 18 萬美元。
- ii. 境外投資來源的 90% 是來自於香港。1998 年以來新批的文化及創意產業中外合作企業共 8 家，其中 6 家是香港與內地合作；外資企業共 3 家，全部是港資。11 個合資專案合同吸收港資累計 1,299 萬美元，佔同期文化及創意產業外商直接投資的合同總額的 91%。
- iii. 吸收外資方式以中外合作企業為主。1998 年以來新批的 12 個專案中，有 8 個是中外合作企業，合同金額 1,288 萬美元，佔同期文化及創意產業直接外資合同總額的 90.3%；中外合資企業 1 家，合同金額 101 萬美元，佔 7.1%；外資企業 3 家，合同金額 38 萬美元，佔 2.6%。
- iv. 外商投資企業的文化產品出口佔全省的七成以上，私營企業出口增長迅猛。2002 年，全省國有、外商投資、集體和私營企業分別出口文化產品 1.55 億、4.26 億、0.58 億和 0.54 億美元，分別增長 26.4%、14.7%、1.2 倍和 6.3 倍，佔文化產品總出口的比重分別為 16.3%、71.8%、9.8% 和 9.1%。
- v. 香港在珠三角投資的文化及創意產業，在出口貿易方面具有比較大的優勢，香港作為國際自由港，掌握大量的國際資訊和進出口渠道，具有充沛的資金，和比較先進的技術和商業形態。當香港資本進入珠三角文化娛樂用品的製造業以後，能夠研發出適應香港、東亞和東南亞市場的大量產品。珠三角所製造的光碟、數碼照相機、CD 和 DVD 播放機、電腦硬體及其零部件等，在國內外市場上佔有很大的份額，這與香港投資的推動力密不可分。

¹ 截至 2003 年。參考香港貿易發展局發表《香港在珠三角文化產業的投資機遇》一文：
<http://www.tdctrade.com/alert/calert/cba-c0310p1.htm>。

- 1.2 以上這些特點，在外資和港資在珠海文化及創意產業的投資中，得到了比較集中的體現。珠海市吸引外資，主要集中在政治敏感度不高、市場准入的管制比較寬鬆的文化休閒娛樂服務、文化娛樂設備和用品及產品的製造業、印刷業等領域，其中香港投資佔有絕對的優勢。而外資和港資幾乎沒有進入到新聞、廣播電影電視服務、出版及版權服務、網路服務等領域，即內容創造的核心領域。同時，港資投入珠海市文化及創意產業的變化，又與香港經濟的景氣密切相關。從 2000 年到 2002 年，香港資本對珠海市文化及創意產業的投資總額，是逐步降低，特別是 2002 年的投資額，幾乎只有 2000 年投資額的 50%，而到了 2003 年以後，隨著香港經濟增長的加速，又急劇地反彈，當年的香港投資額達到前三年平均水平的 2 倍以上。
- 1.3 請看下列的示意圖，2000 年外資投入珠海文化及創意產業的金額達 1.7512 億美元，其中港資為 1.6912 億美元，2001 年外資投入的總金額為 1.6070 億美元，其中港資為 12800 萬美元，2002 年的外資投入有所回落，外資投入的總金額為 1.1700 億美元，其中港資為 0.8610 億美元，2003 年外資投入的總金額為 4.5593 億美元，其中港資為 3.8723 億美元。在投資的領域中，主要集中在文化休閒娛樂服務和文化旅遊專案之中，然後才是在文化用品、設備及相關文化產品的生產領域，以及其他玩具、文具、遊藝器材等製造業專案。

2000 年至 2003 年外資包括港資投入珠海市文化及創意產業的情況

單位：萬美元



外資和港資投資珠海文化及創意產業的情況一覽表

單位：萬美元

專案類型	外資投資文化產業的金額				其中港資投資文化產業的金額			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
新聞服務	--	--	--	--	--	--	--	--
出版發行 及版權服務	--	--	--	--	--	--	--	--
廣播電視 電影服務	--	--	--	--	--	--	--	--
文化藝術服務	--	--	--	--	--	--	--	--
網路文化服務	--	--	--	--	--	--	--	--
文化休閒娛樂服 務	4,512.36	1,690	860	25,153.8	4,512.36	1,600	510	24,923.8
文化旅遊專案	3,636.36	1,000		24,183.8	3,636.36	1,000		24,183.8
文化娛樂專案	876	690	860	970	876	600	510	740
其他文化服務	--	--	--	--	--	--	--	--
文化用品、設備及 相關文化產品的 生產	11,900	12,780	8,200	18,100	11,700	10,000	6,200	12,400
玩具製造	2,100	800		1,400	2,100	600		800
遊藝器材及娛樂 用品製造	1,300	980		2,300	1,300	400		1,800
照相機及器材製 造	4,000	8,000		10,000	4,000	6,000	3,000	7,000
家用視聽設備製 造	3,500	3,000	5,000	3,600	3,500	3,000	3,200	2,000
工藝美術品製造	1,000		3,200	800	800			800
文化用品、設備及 相關文化產品的 銷售	300	500	340	440	100	400	200	300
廣告業	--	--	--	--	--	--	--	--
建築業	--	--	--	--	--	--	--	--
印刷業	800	1,100	2,300	1,900	600	800	1,700	1,100
其他文化製造業	--	--	--	--	--	--	--	--
合計	17,512.36	16,070	11,700	45,593.8	16,912.36	12,800	8,610	38,723.8

2

1.4 在大量引入外資和港資的同時，珠海市文化產品和文化服務的出口，也有了明顯的進步。2003 年珠海文化及創意產業領域產品出口額達 14.9 億美元，2004 年達 20.9 億美元，同比增長 40%，其出口產品主要集中在文化

² 以上資料來源於《珠海統計年年鑒》及珠海市文化局、外經局、珠海市工商聯有關統計資料。

產品製造業，如玩具、遊藝器材、照相機、工藝美術品及家用視聽設備。圖書、音像製品等文化產品的出口每年在 2,000 萬元人民幣以上。比如香港有 12 家中小學、澳門有 42 所中小學採用珠海出版的教材。

2 香港及外國投資的代表性企業和重要成果

廣東亞視演藝專修學院

- 2.1 廣東亞視演藝專修學院是香港亞洲電視與廣東寶光有限公司聯合創辦的，經廣東省高教廳正式批准的一所集表演、編導、美術、攝影、舞蹈、電影動畫製作、錄音製作等多專業的藝術學院。³學院位於廣東省東莞市塘廈鎮，是中國南方最大的綜合性影視藝術學院。學校教學設備一流，各學科除了本專業所需設備外，同時還設有與其他專業相互聯繫的必備教學設施。學生可通過理論與實踐的緊密結合，逐步準確地掌握所學的專業知識。學院還配有完善、系統的影視實踐室、影視實踐攝影棚、外景實踐基地、錄音棚、多功能實踐小劇場、演出實踐大劇場和影視實踐製作室等，是香港在珠三角地區投資的一家卓有成效的文化藝術培訓機構。

騰龍光學（佛山）有限公司

- 2.2 騰龍光學（佛山）有限公司成立於 1997 年 7 月，是日本騰龍株式會社在佛山設立的獨資公司，主要生產各種光學鏡頭，屬於國內文化及創意產業分類中的文化娛樂用品製造業。目前，該公司的投資總額 4,375 萬美元。現有員工 3,200 人，公司佔地面積 17,742 平方米，建築面積 26,581 平方米，年產值超過 20 億元人民幣，2004 年產品出口額超過 2 億美元，⁴平均每天都有 1 到 2 個集裝箱產品空運日本。在 2004 中國佛山（日本）投資推介會上，騰龍光學（佛山）有限公司已經增資 1,500 萬美元。

佛山市華國光學器材有限公司

- 2.3 佛山市華國光學器材有限公司是由台灣今國光學股份有限公司投資籌辦的企業，成立於 1992 年 7 月，屬於文化娛樂用品製造業。它生產的產品有定焦鏡頭鏡片、數位相機（300 萬—800 萬圖元）鏡頭鏡片、液晶投影機、掃描器鏡頭鏡片；光碟機、攝影機、讀碼機鏡片；影印機、傳真機、天體望遠鏡、手機鏡片及其它各式鏡頭鏡片。⁵產品暢銷於海內外，客戶群涵蓋日本、歐美、東南亞。2003 年 6 月認定為廣東省高新技術企業。在 2003 佛山市投資推介會上，公司在原投資 2,997 萬美元的基礎上再增資 2,000 萬美元，用於進一步擴大生產規模。

³ 「京滬粵藝術教學三足鼎立廣東亞視演藝專修學院成立」，載自人民網網頁：<http://www.people.com.cn/GB/paper66/1714/277309.html>。

⁴ 載自珠三角聯合人才網網頁：<http://www.ujob.cn/superMemberList.asp?bh=Golden0019&sj=2005-4-12>。

⁵ 載自佛山市華國光學器材有限公司網頁：<http://www.fshuanguo.com/docf/gsjj.htm>。

佛山普立華科技有限公司

- 2.4 佛山普立華科技有限公司是創辦於 1990 年的台資企業，位於佛山市高新技術開發區，佔地 122,000 平方米，員工合計 8,000 餘人，是一家專業開發生產自動相機、數碼相機等產品的大型企業，年產量佔全球產量近 14%，年產值近 3 億元人民幣，是目前全球最大的自動相機生產企業之一，屬於文化娛樂用品製造業。⁶1999 年，普立華生產相機已突破 1,000 萬台大關；2001 年 7 月，十二萬平方米的一期工程十四幢現代化新廠正式啓用。四幢相機組裝線、一幢相機噴漆塗裝線、二十五條一貫作業生產線、十五條表面自動黏著設備線(SMT)⁷，以平均每秒產出兩台相機的生產線加入投產，達成每年約 1,350 萬台的量產規模，成爲目前世界上最大的照相機生產基地。

廣州天河娛樂廣場

- 2.5 天河娛樂廣場是香港麗新集團獨家投資專案，投資近 4 億人民幣，是目前廣州最大的集休閒、飲食、購物、娛樂於一體的高檔綜合商廈電影城。屬於文化娛樂服務業。電影城座落於廣州天河娛樂廣場，位於繁華的天河商業中心。佔地 20,000 平方米。共有 6 個專業電影廳、2 個數碼電影廳和 3 個貴賓廳，爲華南地區多廳影院之最，可同時容納近 1,800 名觀眾。天河電影城是特意根據國際一流影院聲像標準設計建造的；其大、小各個影廳和過道的整體裝修全部引進國際影院的先進設計理念進行；配置了先進的電影視聽設備。電影城採用全自動放映和大片盤放映技術，可任選 26 個電影廳進行同步放映。⁸

深圳嘉禾影城

- 2.6 香港嘉禾公司是卓越的華語電影娛樂公司，是亞洲唯一一家集電影製作、發行和放映一體的電影集團公司。迄今爲止，嘉禾已拍攝了超過 800 多部優秀的華語片電影，並締造出享譽世界的演藝巨星如李小龍、成龍、李連杰等。2005 年 1 月 21 日，深圳嘉禾影城開張營業，該影城投資達 3,400 萬元人民幣(下同)，坐落在深圳購物中心華潤萬象城中座，首期共七個影廳合 1076 個座位，佔地超過六千平方米。⁹在該影城貴賓廳，觀眾可任意調角度躺下欣賞電影，並有獨立洗手間和休息廳等設施，體驗價爲人民幣 180 元，創造了深圳最昂貴的電影消費記錄。嘉禾深圳影城二期工程還將

⁶ 可詳參佛山普立華科技有限公司網頁：http://www.premier.com.cn/company_info.htm。

⁷ SMT 的中文解釋是“表面黏著技術設備線”。佛山普立華照相機有限公司簡介，載自新華網網頁：http://myprice.xinhuanet.com/products/manu_17768.html。

⁸ 可詳參天河電影城網頁：http://guangzhou.elong.com/new_locations/8219341.html。

⁹ 「深圳最大的影院香港嘉禾影城開業」，載自廣東新聞網網頁：<http://www.gd.chinanews.com.cn/2005-01-23/8/27816.html>。

加建四到五個影廳，共超過八百個座位，成為珠三角地區香港投資的一個標誌性專案。

雅昌印刷公司及深圳印刷業

- 2.7 雅昌印刷公司成立於 1993 年，目前已經發展成為一家擁有 1,300 餘名員工，以印刷為主，兼營藝術收藏、藝術品開發、大型會展、書刊設計和出版等業務的現代化企業集團。它擁有包括深圳雅昌彩色印刷有限公司、香港(雅昌)企業有限公司、北京雅昌彩色印刷有限公司、深圳市雅昌藝術網有限公司、深圳市夢舟廣告設計有限公司，深圳中輕包裝印刷有限公司，長春吉美雅昌彩色印刷有限公司、北京人敬人書籍裝幀設計有限公司等在內的十餘家子公司及控股公司。¹⁰在 2001 年和 2002 年，雅昌公司印製了被譽為開啓“申奧”“申博”金鑰匙的《申奧報告》和《申博報告》，為中國北京成功“申奧”與上海成功“申博”。2003 年 9 月，公司摘取了被譽為全球印刷界“奧斯卡”的印刷界最高獎“Benny Award”金獎。¹¹2004 年初，“北京雅昌彩印大廈”正式投入使用。
- 2.8 以雅昌為代表，深圳市憑藉毗鄰港澳的地理優勢和經濟特區的政策優勢，其印刷業在短短 20 多年間獲得超常速的發展，不僅成為全國三大印刷基地之一，而且還成為全國最重要的高端精品印刷中心。2004 年，深圳共有印刷企業 1,580 餘家，總產值超過 180 億元人民幣(下同)，從業人員 13 萬餘人¹²，註冊資金總額 80 多億元。深圳市的印刷行業中，2000 年“三資”¹³企業數佔 16.4%，產值佔全行業的 54.6%，到 2002 年，“三資”企業數佔總行業的總數略減少到 15.9%，但總產值卻大有增長，佔到 58.2%。

珠三角珠寶生產基地

- 2.9 近年來，香港珠寶業的代表性公司，包括周大福、周生生等紛紛向珠三角投資和轉移，珠三角已成為香港最大的珠寶生產基地。2005 年 3 月 2 日，香港生產力促進局與廣州市番禺區簽署合作意向書，以進一步促進香港與內地的珠寶業發展和產業合作。根據協定，香港生產力促進局和番禺區將在番禺合作建立珠寶業研發中心、舉辦珠寶設計及製造技術培訓課程，加快向兩地珠寶業推廣使用新科技及管理系統，提升生產能力。¹⁴番禺是香港

¹⁰ 詳可參雅昌企業集團有限公司網頁：<http://www.printmarket.com.cn/gg/print-tech3/artron.htm>。

¹¹ 如上。

¹² 「年產值逾 180 億元 深圳打造印刷業“航母”」，載自深圳商報網頁：<http://www.sznews.com/szsb/20040925/ca1179163.htm>。

¹³ 在中國境內設立的中外合資經營企業、中外合作經營企業、外資企業三類外商投資企業統稱為三資企業。(載自網頁 <http://www.nkjob.com/policy/newshow.asp?id=3>)。

¹⁴ 「珠三角成為香港珠寶業最大的生產基地」載自華夏經緯網網頁：

珠寶廠商進入內地的重要樞紐之一，已成為重要的珠寶加工和出口基地。目前番禺已聚集了 200 多家香港珠寶生產企業，僱用員工超過 5 萬名，生產的珠寶首飾主要經香港出口到歐美等地。番禺珠寶首飾年加工黃金、鉑金能力達 100 多噸，年產值近 50 億元人民幣，出口總值近 8 億美元，成為內地金銀珠寶首飾出口量最大地區。在香港本地珠寶市場上，九成五以上的品牌珠寶首飾都是委託番禺的企業加工的。¹⁵

www.huaxia.com/sw/rdtz/5/2005/00294303.html。

¹⁵ 如上。

第六章：珠三角文化及創意產業的隱憂和機遇

1 產業的創新與活力

- 1.1 中國文化及創意產業起步不久，是在中國的經濟體制從計劃經濟轉向市場經濟的過程中發展的。一般來說，那裡率先建立了比較完善的市場經濟體制，那裡的商品供應和資源配置就比較充裕，投入產出率就比較高，也就容易吸引資源的匯聚。假如創新活力不強，便難以吸引更多的資本、人才和技術。自八十年代以來，珠三角地區在發展市場經濟方面“先行先試、率先突破”的創新環境，就是它強大的競爭力和生產力，有了早著先機的優勢。
- 1.2 但從九十年代後期以來，珠三角文化及創意產業的體制改革和創新活力，已經受到國內其他經濟區域的挑戰，許多輻射全國的創新舉措，並非先是在珠三角出台，而恰恰是在長三角、京津唐和其他地區率先出台，然後再移植到珠三角，這就使其失去了“領先一步”的重要機遇。比如 2000 年 11 月 27 日，我國第一家省級廣播電視集團——湖南廣播影視集團宣佈成立，開我國廣電集團的先河。¹隨後兩三年中，湖南、北京、上海的廣電集團先後成立。
- 1.3 珠三角地區相對落後了一個節拍，南方廣播影視傳媒集團直到 2004 年初才正式掛牌成立。在其他文化及創意產業體制改革創新的範例上，珠三角所佔的比例也相對地少（見下圖）：

¹ 載自湖南廣播電視集團網頁：www.whtv.com.cn/dswk/wzxc38.htm。

中國大陸文化及創意產業體制改革創新若干範例一覽表

序號	創新內容	誕生地及誕生時間
1	全國第一家文化系統的股份制企業－上海永樂股份有限公司	上海 1993 年
2	全國第一家文化行業的上市公司－東方明珠	上海 1994 年
3	全國第一家以新體制運行的電影製作機構（引進外資、自負盈虧、全員招聘，進入國內外市場等）－深圳影業公司	深圳 1985 年
4	全國第一家民營影視公司－珠海特區影視文化中心	珠海 1985 年
5	全國第一家報業集團－廣州日報報業集團	廣州 1996 年
6	全國第一家民營的採用直營和特許經營方式的全國性連鎖書店－席殊書店	北京 1996 年
7	全國第一家出版行業改革試點單位－上海世紀出版集團	上海 1999 年
8	全國第一家以電視傳媒為概念的上市公司－電廣傳媒，被投資者公認為“中國傳媒第一股”。	長沙 1999 年
9	全國第一家廣播影視集團－湖南廣電集團	長沙 2000 年；
10	全國第一家運用現代化手段和完全市場化形式進行廣告交易的大型交易場所——上海新世紀廣告交易中心	上海 2000 年
11	全國第一家國有控股的網吧連鎖經營公司－東方網點管理股份有限公司	上海 2001 年
12	全國新華書店系統第一家跨省經營的連鎖書店——博庫書城	由浙江新華書店集團到江蘇徐州等地跨省開設 2003 年
13	全國第一家國家級影視產業實驗區	浙江橫店 2004 年
14	全國第一個擁有全國範圍內的批銷許可證和集教育研究、圖書策劃發行、印刷、批發、零售於一體的民營發行企業－世紀天鴻	山東濱州 2004 年

2

- 1.4 1995-2001 年，江蘇教育、文藝、廣播電影電視業的增加值年均增長速度達 15.6%，比 GDP 增長速度高出 4.6 個百分點，而珠三角地區教育、文藝、廣播電影電視業的增長值年平均增長速度只有 10.2%，僅與 GDP 持平。到 2001 年，廣東省 GDP 總量達到 10,647.71 億元人民幣(下同)，比江蘇省多出 1,135.8 億元，而作為文化及創意產業的主要行業教育、文藝、廣播電影電視業的增加值僅為 198.23 億元，比江蘇少 51.71 億元；增長速度只有 5.7%，低於江蘇 7.8 個百分點。³按相似口徑計算，2001 年廣東文化及創意產業增加值的增長速度比浙江低 8.3 個百分點。這使人想起：不久前有一篇網上文章《誰拋棄了深圳？》⁴，在深圳引起強烈的震動。作者認為：最大的危險在於：深圳人自己拋棄了先行先試的銳氣，才逐漸被別人所拋棄。這段話，也可以說是對整個珠三角文化及創意產業的一種提示和反省。
- 1.5 促使珠三角在文化及創意產業的主要指標，包括規模、水準及發展速度都落後於長三角地區的主要原因，是因為九十年代後期，上海作為長三角經濟龍

² 以上為我們對全國文化產業進行調查獲得的材料。

³ 「廣東文化產業發展現狀分析」，載自網頁：
<http://www.zhongshan-lib.com.cn/reference/showtitle.asp?mdbname=153>。

⁴ 載自中國新浪網：<http://book.sina.com.cn/shenzhen/2003-09-03/3/16852.shtml>。

頭的崛起，迅速地帶動了地區的增長，而恰恰在這段時期，香港的經濟發展放緩；況且香港與珠三角的互動關係，由於一國兩制的原因，始終不及上海與長三角的緊密。但隨著近年中央對地方政策的宏觀調控，上海的發展亦開始呈現放緩跡象，而香港與珠三角以至泛珠三角的合作，隨著香港的經濟復甦，卻不斷有升級的趨勢，故此可以預測，珠三角在文化及創意產業的創新與活力，會因為這種客觀環境的改變而得到更新換代，而香港是促成這種改變的關鍵。

2 整合發展的組織結構

2.1 隨著中國加入世貿組織，中國的對外開放進入了多方位、多層次、雙向度⁵開發的新階段。原來中央政府給予深圳、珠海特區的特殊政策，由於其他地區的開放，而逐漸失去了領先的優勢。九十年代以後，上海及長江三角洲的崛起，以“長江流域經濟龍頭”和“經濟、金融、貿易、航運中心”的姿態，一躍而成爲中國第一、世界第六大城市群；而以北京、天津、唐山等爲核心的京津唐城市群，也逐漸形成追趕之勢。珠三角經濟區在三大城市群中的激烈競爭中，其整合發展的組織結構亦受到了嚴峻的考驗。

中國三大城市群基本情況一覽表（2002年統計資料）

區域	土地面積		人口數量		GDP 總量(億元)	人均 GDP(元)	固定資產投資總額(億元)
	絕對值 萬平方公里	佔全國 比重	絕對值 萬人口	佔全國 比重			
長三角	10.024	1.04	7,570.58	5.89	20,000	25,262	6,419
珠三角	4.1698 ⁶	0.34	2,624.92	2.04	9,600	36,440	2,758
京津唐	3.2590	0.33	2,762.34	2.15	6,600	23,721	3,011
三大城市群合計	17.452	1.81	12,957.84	10.08	35,000	—	12,188
全國	960	100	128,453	100	100,000	8,184	43,499

2.2 在比較珠三角、長三角和京津唐三個經濟區的時候，我們要留意三個區域的界定不平衡之處，珠三角與京津唐土地面積相若，約三萬平方公里，而長三角則是約三倍之大。作爲一種對比，長三角 16 個城市分屬於江、浙、滬三個省市（上海 + 江蘇 8 城市即南京、蘇州、無錫、常州、揚州、南通、泰州、鎮江和浙江 7 城市即杭州、寧波、嘉興、湖州、紹興、舟山、台州）⁸。而珠三角只屬於廣東省。但是從 1980 年代初江、浙、滬建立長江三角洲經濟協作區開始，經過 20 多年的艱苦摸索，長三角城市群在文化投資、人才、院線、服務等方面開展了踏實的文化協作，到目前明顯領先於珠三角和京津唐地區。

⁵ 所謂“雙向度開放”是指既有中國內地吸引境外投資，和吸收先進的科學技術以及管理經驗，同時，又有中國內地直接向境外投資，擴大產品和服務出口，並且輸出科學技術和管理經驗。

⁶ 這數字與另一資料來源有別：「珠三角土地面積爲 2.2 萬平方公里，佔國土總面積的 0.23%。」《我國三大經濟帶的現狀與走勢預期》北京市社會科學院 魏書華 鄧麗姝。中國網 2004 年 4 月 21 日 <http://www.china.org.cn/chinese/zhuanti/qy/549912.htm>。

⁷ 《中國數位黃皮書》，中國時代經濟出版社 2002 年版；朱榮林：《走向長三角—都市圈經濟宏觀形勢與體制改革視角》，學林出版社 2003 年版；張賽飛：《珠三角、長三角經濟實力比較》，國務院發展研究中心資訊網。

⁸ 近期長三角 16 個城市正在研究，接納安徽馬鞍山市作爲第 17 個成員。馬鞍山市是安徽省經濟增長最快的城市，緊鄰江蘇省的南京市，是長江邊重要的鋼鐵基地和航運港口，2003 年人均 GDP 達到 15,638 元人民幣。

- 2.3 從 2002 年以來，先後開設了由 16 個城市文化官員參加的長江三角洲文化論壇，發表了《長江三角洲人才開發一體化共同宣言》和《關於以籌辦“世博會”為契機加快長江三角洲城市聯動發展的意見》，寧波地區 12 家主要影院以整體市場形式加盟上海聯和院線；上海東方演藝公司和上海東方票務公司，在杭州和蘇州率先推出與上海電腦聯網的演出票務直銷點，長三角 15 座城市和安徽省黃山市召開“15+1”聯席會議，就共同做大長三角旅遊市場發表《杭州宣言》等。
- 2.4 相比之下，珠三角許多文化及創意產業需要的市場，比如網吧連鎖服務市場、廣播電視市場、書報刊市場等，都存在一定程度的地區分割，尚未形成整體發展的合力，就連《廣州日報》的發行要進入周邊市縣，也常常遇到地方保護主義的樊籬。至於香港與珠三角文化及創意產業的跨境合作，還存在許多法律上和管理上的矛盾和障礙。不過，相對於長三角，珠三角由於是同在行政區域內，較容易統一及整合各界別的政策和措施。
- 2.5 為了抗衡長三角的威脅，京津唐城市群的概念已擴展到範圍更大的京津冀城市群，包括北京、天津和河北省的唐山、保定、廊坊、承德、秦皇島、張家口、滄州、石家莊、邯鄲、邢台和衡水，共 13 個地級以上城市。京津冀地區國土面積 218,336.5 平方公里，占全國的 2.27%，2003 年總人口 9,236 萬人，占全國的 7.15%，人口密度為 423 人/平方公里。⁹
- 2.6 2004 年 6 月 1 日，首屆“泛珠三角區域合作與發展論壇”在香港開幕。6 月 3 日，11 省區政府領導共同簽署《泛珠三角區域合作框架協定》。泛珠三角區域的範圍包括：福建、江西、湖南、廣東、廣西、海南、四川、貴州、雲南九個省（區）以及香港、澳門兩個特別行政區，簡稱“9+2”。內地九省（區）的區域面積為全國的 1/5，人口的 1/3，經濟總量的 1/3。加上香港和澳門兩個特別行政區，泛珠三角區域在全國的地位一下子變得十分突出和重要。¹⁰
- 2.7 泛珠三角的合作領域，包括基礎設施、產業與投資、商務與貿易、旅遊、農業、勞務、科教文化、資訊化建設、環境保護、衛生防疫等。而自成立合作框架協定以來，已達成多項合作協議。¹¹據不完全統計，合作合同協定金額累計超過 3,000 億元人民幣，合作項目超過 1,000 個，目前合作進展順利，成效顯著。這種生機與活力來自於中央的高度重視和大力支持。¹²

⁹ 《未來京津冀優勢非同尋常發佈日期》：[2005-2-5 10:13:09] 紅色旅遊網：
<http://www.xibaipo.com/news/read.asp?id=8213>。

¹⁰ <http://www.southcn.com/news/gdnews/hotspot/fzsj/>。

¹¹ 包括九省區召開首屆知識產權聯席會議簽署合作協議、《泛珠三角區域知識產權合作協定》、泛珠三角九省區食品藥品監管合作框架協議、泛珠三角九省區食品藥品監管合作聯席會議制度、《泛珠三角九省區藥品監督稽查合作協議》、《泛珠三角九省區藥品檢驗合作協議》、《泛珠三角出版論壇》簽署出版合作框架協定、“泛珠”九省區簽署《食品藥品監管合作框架協定》及《泛珠三角媒體合作備忘錄》等。

¹² 「自 2003 年開展泛珠合作以來，黨中央、國務院對此高度重視，胡錦濤總書記 2004 年 12 月 21 日至 22 日在廣東考察工作時明確指出：“積極推動泛珠三角區域合作與發展對各方都有利，要搭建並利用好這個平臺，注意搞好戰略規劃，務求實實在在的成效。”中央有關部門也給予了大力支持和具體指導。」《第二屆“9+2”盛會開幕 張德江稱泛珠合作生命力強》2005-07-25， 07:05:27，南方日報<http://www.southcn.com/news/gdnews/hotspot/fzsj/zxbd/200507250010.htm>。

- 2.8 在 20 世紀後 20 年的改革和發展中，珠三角已經把制度改革所釋放的能量充分地發揮出來了，它進一步的發展將不是特區和特殊的優惠政策所能支撐的。珠三角正在進行動力的凝聚和結構的重組：「區域合作，包括港澳的泛珠三角大區域的合作，將為這一地區進入新一輪發展注入活力。CEPA 的簽署和實施以及包括粵港澳在內的“大珠三角”經濟區的建設，將為珠三角地區經濟的再一次崛起帶來重大發展機遇。在內地與香港、澳門簽署更緊密經貿關係安排的制度框架下，文化及創意產業如果能夠抓住這一得天獨厚的先機，珠三角必將實現經濟的再一次起飛。」¹³

¹³ 《我國三大經濟帶的現狀與走勢預期》北京市社會科學院 魏書華 鄧麗妹。中國網 2004 年 4 月 21 日 <http://www.china.org.cn/chinese/zhuanti/qy/549912.htm>。

3 產業的科技含量

- 3.1 從 1990 年代到 21 世紀初，全球文化及創意產業，往往是依託於技術的創新而進行的，而技術的創新又帶動了新的國際資本進入。科學技術作為第一生產力，用在文化及創意產業發展上更有針對性。高科技越來越廣泛地滲入到文化領域，文化產品和文化服務尤其是傳媒及資訊行業的科技含量越來越高，科技對於文化發展的貢獻越來越大。美國文化及創意產業之所以能夠領先全球，原因即在於擁有世界最先進的文化科技力量。其文化及創意產業是高文化及高科技含量的智慧產業。¹⁴
- 3.2 上海政府已經決定和張江高科技園區等合作，建立上海張江文化科技及創意產業基地，集中力量發展上海文化及創意產業急需的科技攻關專案向有關的高科技企業提供孵化場地、孵化基金、資訊服務、市場服務等，引進留學歸國科技人才，幫助他們把企業“做大”共用科技成果，逐步形成支撐上海文化及創意產業的高科技後盾。北京中關村以高新科技作後盾，成立北京工業設計創意產業基地¹⁵，目的也是希望以高科技含量推動創意產業及創意經濟。
- 3.3 對比之下，珠三角地區在高新科技的研發明顯落後，文化及創意產業的科技含量不高，缺少一批核心專長和核心產品以及宏觀的戰略和具體的措施；以玩具製造為例，佛山的玩具製造業基本上還停留在來料加工的層面，缺少具有科技含量和注重自主知識產權的研發能力。文化及創意產業單位的科技投入、產品的科技含量還很低，這大大降低了自身的影響力和市場競爭力；如有的市廣播電視科技投入強度相當低，數位化水平不到 10%。
- 3.4 不過，文化及創意產業以科技投入、文化創新、商業運作為三大動力機制，許多核心產業如廣播影視、報刊出版、廣告展覽等產業並不一定需要科技含量高、高投入、重裝備、高消耗的條件，而科技開發成功與否，對這些產業亦不一定有很大的影響。反而文化創新及商業運作對以內容為主的文化及創意產業，更具決定性的意義。
- 3.5 因此，鑒於客觀的環境，珠三角要超過長三角及京津唐，發展另一個類似張江文化科技及創意產業基地或中關村的產業研發中心不但挑戰大，而且無必要性。珠三角可以憑藉在服務和貿易上的優勢，來發展文化及創意產業鏈除生產研發之外的其他環節，加強產業內外部的互動和合作、在政府扶持和企業自主發展之間找到一條合乎產業發展的道路，以突出珠三角在貿易和服務支援的產業的整體形象。
- 3.6 長三角及京津唐發展的制高點在於新技術的研發，因此，珠三角要避其鋒芒，走發展內容產業的道路。在高技術的數位手段，與傳新內容之間，前者是媒介和途徑，後者才是消費者真正關注的焦點。消費者想得到的是文化內

¹⁴ 比如 1995 年，美國的“夢工廠”就是由 3 位大名鼎鼎的娛樂業巨頭創立的：票房奇迹創造者斯皮爾伯格，再創迪士尼春天的動畫片奇才卡森博格和唱片業高手戴維·葛芬。他們 3 人各掏 1 億美元，向微軟創始人之一保羅·艾倫和韓國三星的李氏家族集資 8 億美元，又向大通銀行開了 10 億美元的貸款額度。這是一個典型的文化及創意、科技創新、跨國資本三位一體的結合。載自看世界網頁：http://worldview.dayoo.com/gb/content/2003-06/01/content_1088455.htm。

¹⁵ <http://biz.163.com/05/0701/09/1NILCANT00021ELU.html>。

容，而非文化的介質。在這個意義上，“內容”決定了網路等媒介產業的生存能力。¹⁶內容產業的範圍包括各種媒介上所傳播的印刷品內容（報紙、書籍、雜誌等），音響電子出版物內容（聯機資料庫、音響製品服務、電子遊戲等）、音像傳播內容（電視、錄影、廣播和影院）、用以消費的各種軟體等。而這也就是珠三角要發展的優勢所在。

¹⁶ 在發展內容方面可參考韓國的KOCCA(<http://www.koreacontent.org/weben/etc/kocca.jsp>)。

4 對外貿易規模

4.1 從整體上看，廣東省特別是珠三角地區，經濟的國際化程度很高，具有很高的外貿依存度。珠三角地區進出口總額在2000年達到847.41億美元，在2001年達到908.29億美元，在2002年達到1,126.08億美元，在2003年達到1,450.56億美元。隨著進出口總額的增長，珠三角地區進出口總額對地區生產總值的比率即外貿依存度，也穩步上升，在2000年達到95.1%，在2001年達到89.9%，在2002年達到99.0%，在2003年更是高達105.9%。在不斷增長的進出口總額中，珠三角地區創意產業的出口總額穩步上升，特別是在印刷、文化設備、文化用品、文化娛樂器材等產品的出口方面，更是屢創新高。2000年為1,966.7億元人民幣，2001年為2,211.0億元人民幣，2002年為2,463億元人民幣，2003年為2,939.8億元人民幣。但是，珠三角文化及創意產業的出口額，在整個珠三角的出口額中仍然是一個較小的比重，說明它仍然有巨大的發展空間。



17

4.2 2002年，珠三角地區文化產品進出口額僅佔全省進出口貿易總值的0.39%。其中，文化產品出口佔總出口的0.5%，進口佔總進口的0.27%。文化產品進出口額和出口的增幅分別低於同期進出口總值和總出口增幅2.1和5.1個百分點。1998年以來，珠三角地區文化及創意產業新批和變更吸收外商直接投資專案合同金額約1,400萬美元，實際利用外資1,700萬美元，佔同期直接外資合同總額和實際外資的比重僅為0.03%和0.04%。從1998年到2004年，珠三角文化及創意產業領域的合同吸收外商直接投資500萬美元以上的專案只有1個。2002年廣東省音像製品出口7,000萬美元，僅佔全省總出口的0.06%；全省三家主要出版物進出口額僅338萬美元。

¹⁷ 根據廣東省統計局、省文化廳等多家單位的資料整理而成。

- 4.3 在發達國家文化企業併購規模日盛的今天，廣東省文化企業普遍存在各自為政、力量分散的問題，集約化程度比較低，基本沒有企業開展資本運作。在對外文化交流方面，珠三角地區的藝術團體訪問演出的渠道只有三條：一是政府交流協定，二是外國友好人士特別是華人朋友出面邀請，三是國外演出商包演，主動權不在自己手中。出國演出仍主要局限於華人圈內，沒有真正進入當地主流社會。珠三角涉外文化演出的國際化市場體系還未建立起來。

5 國際級的節慶會展和品牌

- 5.1 對比長三角地區的核心城市—上海，從 90 年代以來已經樹立了三大國際文化品牌：具有亞洲最大規模和最高水準的上海國際電視節；被國際電影製片人協會確認為世界 9 大 A 級電影節之一的上海國際電影節；被稱為“在中國的藝術節中是一流的，在一流的藝術節中是拔尖的”的中國上海國際藝術節¹⁸。這三大國際水平的文化節慶，對於提升長三角的國際知名度、匯聚各類資源起了重要作用。
- 5.2 北京 2008 年奧運會、上海 2010 年世博會這兩個世界級的盛會，將給京津唐地區和長三角城市群帶來史無前例的巨大機遇，並且將給珠三角帶來巨大的壓力。2005 年 3 月，國際展覽局局長、前任中國駐法國大使吳建民在演講中稱：從 1851 年第一屆世博會在英國倫敦舉行以來，每一屆成功的世博會都引領了世界性的科技和產業潮流¹⁹，實踐了“一切始於世博會”的偉大諾言。可以預料：2010 年世博會匯聚了 21 世紀世界科技和產業進步的精華，它將給上海帶來的巨大機遇，並可能延續 50 年。
- 5.3 對比之下，珠三角地區較少國際級的大型文化節慶和會展活動，有許多活動即使冠之以“國際”的名稱，也沒有獲得國際級的認可和權威度，對珠三角經濟社會發展的拉動作用也不強。目前，只有廣州文物總店、友誼劇院、深圳華僑城、天河電影城等屈指可數的幾家文化企業形成了國際化的經營特色。大多數的文化企業還缺少適應國際市場的經營理念、管理方式和運行機制，距離現代企業制度的要求還很遠。
- 5.4 不過在深圳和廣州，近年已逐漸孕育出一個前衛的視覺藝術和文化圈子，深圳以何香凝美術館為軸心，已連續舉辦了五屆真正有國際水準的公共藝術展覽；而廣東美術館自 1997 年成立以來，一直致力於推動中國當代藝術的發展與研究。2002 年 11 月舉辦了首屆“廣州當代藝術三年展”這一大型常規性當代藝術展覽的計劃，邀請到知名藝術史學家巫鴻主持策劃，以對 20 世紀 90 年代的中國實驗藝術進行史學回顧和學術闡釋為主題，名為“重新解讀：中國實驗藝術十年（1990—2000）”，獲得國際好評。
- 5.5 第二屆“廣州當代藝術三年展”2004 年 11 月至 2006 年 1 月舉行，邀請到知名華裔法籍藝術策展人侯瀚如作藝術指導，他本是廣州人，對珠三角感情深厚，故以三角洲 (Delta) 為題策展，名為“別樣：一個特殊的現代化實驗空間”。²⁰
- 5.6 2005 年 10 月 13 至 14 日，由中共廣東省委宣傳部、廣東省文化廳、廣東省廣播電視局、廣東省新聞出版局（版權局）、南方報業傳媒集團、廣東南方廣播影視傳媒集團、中共珠海市委、珠海市人民政府、教育部高等教育出版社主辦的“南方文化產業論壇”在珠海舉行。成功地取得旅游、動漫等 30 個

¹⁸ 國家文化部孟曉驪副部長的意見。這是中國上海國際藝術節辦公室提供的材料。

¹⁹ 載自網頁：<http://www.snweb.com/gb/sdc/2002/24/a2401015.htm>。

²⁰ 亞洲藝術文獻庫<http://www.aaa.org.hk/details.asp?id=3062>。廣東美術館網址：<http://www.gdmoa.org/gztriennial/2005/>。

文化產業項目落戶珠海，簽約金額 72.52 億元人民幣。包括藍色暢想發行集團、動漫制作及網絡遠程教育、中國傳媒大學與高等教育出版社全面戰略合作協議、與及香港動漫產業特思數位有限公司和香港永泰資訊技術集團也與南方軟體園發展有限公司進行項目簽約，進入由教育部高等教育出版社規劃投資 39 億元、佔地 37 萬平方米的南方文化產業園。產業園將成為珠海市文化產業發展的龍頭之一。²¹

- 5.7 佛山在 2005 年 11 月舉辦「第七屆亞洲藝術節」及「第一屆亞洲文化部長論壇」，進一步奠定其地區性的文化功能地位。
- 5.8 博鰲亞洲論壇 2005 年 11 月 18 至 19 日在中山召開 2005 國際文化產業會議，是博鰲論壇第一次主辦的文化產業會議，以「價值、發展、創意」為主題，由廣東省人民政府、中國人民對外友好協會協辦、中山市人民政府、愛浪（國際）文化產業集團承辦。大會主席龍永圖解釋選擇中山來承辦這次會議的原因，是由於中山市委市政府對於推動文化產業論壇高度重視，因為一個產業的發展，在很大程度上取決於黨委和政府的重視。²²
- 5.9 中山市將把文化產業發展成為主導產業，爭取到 2008 年全市文化產業增加值達到 100 億元，佔 GDP 的比重達到 10% 左右。其中，規劃在南朗鎮建設中山文化產業園區，以動漫、遊戲、軟件設計、影視制作、廣告創意等為主體，周邊附帶產業為輔助，配套建設適宜文化人士創作的交流場所，提供文化產業從業人員居住和創業服務設施，營造創意文化產業發展氛圍，建設一個環境優美、產出率高的文化社區。²³
- 5.10 2008 年奧運，香港取得馬術比賽主辦權，這使本來令京津唐地區得天獨厚的機遇，也分享到珠三角區域來，有利於與運動產業相關的文化及創意產業的發展。
- 5.11 這個與奧運相關的優勢，進一步在 2010 年廣州主辦的亞運會中得以延續及拓展，珠三角地區可以憑藉這些基礎在以後申辦奧運的主辦權。
- 5.12 雖然珠三角尚未有像奧運或世博等世界級的國際盛事作地區品牌，但憑藉與港澳的特殊關係，它可透過適當的市場定位，找到在文化及創意產業的某些界別及產業鏈上的某些環節，發揮其獨特的功能和影響。綜合以上的五點隱憂，我們同時亦找到相應的機遇，對珠三角文化及創意產業發展的前景是樂觀的。

²¹ 「30 個文化產業項目落戶珠海簽約 72 億元」：<http://big5.china.com.cn/chinese/CU-c/998597.htm>。

²² 龍永圖對廣東發展文化產業有些什麼樣的欠缺，這樣回答：「我說還是要在宣傳的力度上、在教育力度上、在提高人的素質問題上提高。當然我認為這些問題不僅僅適用於廣東，也適用於全國。只不過廣東的話，經濟發展很快，所以發展文化產業提高人的素質，這種緊迫性就顯得比其他地區更強烈。西部地區現在主要解決的問題是溫飽問題，吃飯的問題。所以它的緊迫性沒有像廣東這樣的地區，比較發達的地區這樣強烈。所以像廣東這些比較發達的地區，率先推動文化產業發展，我覺得這是一種規律性的東西。這也是順起整個經濟規律的發展，而做出一個重要的選擇。」<http://www.boao3351.com/big5/index/>。

²³ 中山市委書記崔國潮對發展文化產業有以下精闢的見解：「我們市委市政府，把文化產業不僅僅是作為一個方面的產業，我們相信一個城市、一個國家的文化產業發展水平，它已經遠遠超出了它自身範疇的意義了。一個國家和地區的文化產業發展水平，不僅僅代表了這個國家的文化產業發展水平，還說明了它的綜合實力。」<http://www.boao3351.com/big5/index/>。