DOI:10.19789/j.1004-9398.2015.04.020

北京创意产业集聚区空间分布特征及发展模式研究

郑美丽
(首都师范大学资源环境与旅游学院,北京 100048)

摘 要

创意产业集聚区是一种新型产业空间组织形式,20世纪以来因其群体竞争优势和集聚区发展的规模效益使其迅速发展. 北京创意产业集聚区处于快速发展阶段,以政府挂牌为主要发展途径,经历了自发集聚区到政府引导的发展过程. 空间分布呈现中心城区集聚、远邻区县均有分布且沿高校、科研机构集聚分布的特点,进而讨论得出北京创意产业集聚区发展模式为资源集聚自发形成、原有资源改造利用、依托城市景观和全新规划建设的四种发展模式. 北京创意产业集聚区发展现状及规律,折射出北京创意产业发展道路.

关键词: 创意产业,集聚区,空间分布,发展模式,北京.
中图分类号: K901.2

0 引 言

创意产业集聚区,是指诸多艺术、设计、广告、公关等以创意为主的个人工作室或服务性公司,集中在一个特色区域,形成多元文化生态和创意服务产业链[1]. 因其具有明显的竞争优势和集聚发展的规模效益,从而在一些国际著名大都市中得到迅速的发展. 正在朝世界城市方向发展的北京同样把创意产业集聚区的发展放在重要地位. 作为中国的首都,北京拥有优越的政策保障,丰富的文化艺术资源,先进的科学技术条件,充足的资金和人才支持,发展创意产业得天独厚,探索一条创意产业的发展道路,为我国创意产业发展做出典范,具有重要意义.

在关于创意产业集聚的研究中,国外学者研究成果较丰富. 柯里德、司各特分别以纽约和好莱坞为研究对象,分析两地艺术、文化行业易形成集聚并指出地理接近性和人口密度是两城市发展形成创意产业集聚区主要原因[2-3];不少学者研究表明创意集聚趋向于开放度高、容忍度高、进入障碍低、文化多样化的、公共服务完善的城市地区,并具有特定大城市吸引特定创意产业集聚区的特征[4-8];另外一些学者研究表明创意产业集聚区偏好大都市的旧仓库、旧工厂和内城等贫民区[9-12];还有学者论述了创意产业集聚区的空间变化现象:房租低廉的旧城区集聚一批贫困却不失才华的艺术家,逐渐成名后吸引知名艺术家及富有客户等入驻,逐步成为高消费时尚地区,房租暴涨后尚未知名的艺术家向周围地区迁移[13-14];

国内学者研究中关于集聚区形成演化影响因素及形成机制方面研究较多. 王重远、陈秋玲借鉴生态学的一些理论,从产业生态学的角度探讨创意产业形成演化的机制[15-16];不少学者从知识创新和流动的角度探讨产业集聚区形成的机制[17-21];还有部分学者从经济学产业链的角度和博弈角度探讨创意产业集聚区形成演化的机制[22-23];关于创意产业集聚区形成影响因素研究,多以某城市、地区为研究对象加以分析. 褚劲风对上海创意产业集聚区的地缘空间研究,经济增长方式的逐步转型及产业发展空间秩序的优化、海派文化的积淀、移民城市人才的多样性为创意产业集聚区提供了各种空间[24];李学鑫等以河南民权"画虎村"为例,探讨了中国农区创意产业集聚区形成演化的影响因素,结果发现由血缘、亲缘与地缘关系构成的非贸易性联系、文化传统、偶然性历史事件,在我国农区创意产业集聚区的形成初期起着关键作用,而政府的适时介入则是创意产业集聚区后继发展的"催化剂"[25-26];张杰认为北京CBD功能区创意产业集聚区的成因在于合适的地理区位、广阔的市场资源、潜在的消费需求、独特的

收稿日期: 2013-12-03

(C)1994-2019 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

人文环境、适当的政府引导[27]; 陈倩倩、王辑慈通过瑞典斯德哥尔摩的音乐产业集聚区分析了创意产业集聚区的发展必须具备的主要条件包括: 良好的产业发展环境、紧密的企业合作网络、强大的销售系统及消费市场、运用先进技术的能力、有效的知识产权保护系统[28].

通过文献梳理发现,创意产业集聚区形成的前期离不开地域的文化及区位条件,也就是地域的根植性,政府扮演的角色是适时的引导. 创意产业集聚区化的地域根植性强调信息和知识空间分布不均匀,基于知识类型和质量结构整合区域产业,实现产业知识质量结构的高级化[29]. 本文通过对北京创意产业集聚区的发展现状进行梳理,探讨集聚区形成的影响因素及区位特征,从地理学视角总结北京创意产业集聚区的空间分布特点及空间效应,进而讨论其发展模式. 通过简要分析,折射出北京创意产业发展道路,为政府决策提供理论指导.

1　北京创意产业集聚区发展现状

自 2005 年北京市委九届十一次全会做出大力发展创意产业的战略决策以来,经过六年的发展,创意产业已经成为首都经济的重要支柱和新增长点. 2006 年至 2010 年时间内北京分四批次先后为30 个创意产业集聚区挂牌,圆满实现了《北京市“十一五”时期创意产业发展规划》中提出的“到 2010 年市级创意产业集聚区力争达到 30 个”的工作目标,形成了初具规模的产业集聚区(表 1).

表 1　北京创意产业集聚区地区分布及主要行业

行政区	集聚区名称	认定批次	类型(功能)	集聚区主要涉及行业
海淀	中关村创意产业先导基地	No. 1	生产型	软件、网络及计算机服务
	中关村软件园	No. 1	生产型	软件、网络及计算机服务
	清华科技园	No. 2	生产型	软件、网络及计算机服务
朝阳	北京 798 艺术区	No. 1	消费型	文化艺术
	北京潘家园古玩艺术品交易园区	No. 1	生产型	艺术品交易
	惠通时代广场	No. 2	生产型	新闻出版
	北京时尚设计广场	No. 2	生产型	设计服务
	北京欢乐谷生态文化园	No. 2	消费型	旅游、休闲娱乐
	北京 CBD 国际传媒产业集聚区	No. 2	消费型	广播、电视、电影
	奥林匹克公园集聚区	No. 3	消费型	旅游、休闲娱乐
	北京音乐创意产业园	No. 4	生产型	文化艺术
东城	中关村科技园区雍和园	No. 1	生产型	软件、网络及计算机服务
西城	琉璃厂历史创意产业园区	No. 2	消费型	艺术品交易
	前门传统文化产业集聚区	No. 2	消费型	文化艺术
丰台	北京大红门服装服饰创意产业集聚区	No. 2	消费型	设计服务
	卢沟桥创意产业集聚区	No. 4	消费型	旅游、休闲娱乐
石景山	北京数字娱乐产业示范基地	No. 1	生产型	设计服务
	北京 DRC 工业设计创意产业基地	No. 1	生产型	软件、网络及计算机服务
	首钢二通厂中国动漫游戏城	No. 3	生产型	软件、网络及计算机服务
房山	北京(房山)历史文化旅游集聚区	No. 2	消费型	旅游、休闲娱乐
通州	宋庄原创艺术与卡通产业集聚区	No. 1	生产型	文化艺术
	北京出版发行物流中心	No. 2	生产型	新闻出版
昌平	十三陵明创意产业集聚区	No. 4	消费型	旅游、休闲娱乐
顺义	顺义国展产业园	No. 2	生产型	广告会展
大兴	国家新媒体产业基地	No. 1	生产型	新闻出版
密云	北京古北口国际旅游休闲谷产业集聚区	No. 4	消费型	旅游、休闲娱乐
怀柔	中国(怀柔)影视基地	No. 1	生产型	广播、电视、电影
延庆	八达岭长城文化旅游产业集聚区	No. 4	消费型	旅游、休闲娱乐
平谷	中国乐谷-首都音乐创意产业集聚区	No. 4	生产型	文化艺术
门头沟	斋堂古村落古道文化旅游产业集聚区	No. 4	消费型	旅游、休闲娱乐

数据来源: 根据《北京文化创意网》和《中国创意产业发展报告》整理

(C)1994-2019 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

第一批认定的集聚区,不仅规范了集聚区的建设、发展标准,而且明确了政府支持的重点. 期间为带动文化创意企业形成集聚规模,促进北京创意产业更好的发展,北京出台了创意产业集聚区认定和管理办法. 集聚区的认定条件是: 有科学的规划、鲜明的产业特色和定位、相当的产业规模、先进的产业形态、合理规范的管理机构和运营机制、较完善的基础设施和公共服务支撑体系及良好的产业发展前景. 这次认定为以后的工作提供了理论指导.

第二批的认定肯定了首批集聚区的集聚和辐射带动作用,其在分布上提高了区县的覆盖率,并向南城(崇文、宣武、丰台)和新城(顺义)倾斜. 第三批与第四批认定时间间隔不长,此次认定覆盖了北京市的全部区县,保证了各个区县的协调发展.

2 北京创意产业集聚区空间分布特征

2.1 集聚态势明显,多集中于首都功能核心区和城市功能拓展区

北京市各地区因资源禀赋差异,功能定位不同,创意产业发展水平不一,各有特色. 从地区分布上看,北京市创意产业 30 个市级集聚区分布在全市 16 个区县中(表 1),其中朝阳区 8 个,涉及原创艺术、艺术品交易、广播影视、新闻出版、设计服务、旅游休闲等较多的功能,集聚区多为消费型. 海淀区 3 个集聚区,功能集中在软件、网络及计算机服务,均为生产型集聚区. 石景山发展较快,区内含三个各有侧重的创意产业集聚区,未来发展潜力巨大. 东城、西城作为首都核心发展区,创意产业发展也较快,尽管东城区仅有中关村科技园区雍和园一个生产型集聚区,但其规模以上创意产业实现收入 1 048.4 亿元,占全市比重 13% 左右,从业占全市比重约为 9% 左右. 西城区拥有两个市级消费型创意产业集聚区,收入比重和从业人员比重均位于全市前列.

2.2 远郊区县均有分布,呈现协调发展态势

北京市政府在审批第三、第四批创意集聚区时,注重了各区县创意产业发展的平衡性,在除了城八区外每个远郊区都至少建有一个特色创意产业集聚区,目前远郊区县共有十一个创意产业集聚区,即保证了各区的协调发展也在不同程度上带动了当地相关产业的成长,可以说这更多的是从政策层面来考虑.

远郊区县的创意产业集聚区的类型主要集中在旅游休闲娱乐业,将创意产业与历史古迹、自然风光相结合,不仅提高了旅游收入,更重要的是提高了旅游附加值,给北京旅游业指引了新的发展方向,代表集聚区是八达岭长城文化旅游产业集聚区,手工艺者以长城为模型制造一件件精美的雕塑品,为世界各地的游客提供极具中国特色的工艺佳品. 但是,值得注意的是,在众多郊区旅游创意产业中,如何进行错位发展是下一步的难点; 消费型创意产业集聚区在郊区主要以影视、音乐、绘画这种精神消费产品的行业为主,远离市区使得创意工作者可以远离喧嚣,静下心来创作作品,特别要提出的是宋庄原创艺术与卡通产业集聚区,现已发展成为了以艺术家集聚区为核心,以艺术品交易服务机构为周边,以艺术品制造,集画材、画框生产等为一体的国内知名动漫创意产业集聚区.

2.3 沿高校、科研机构等集聚分布

众所周知,北京是全国知名学府、科研机构的聚集地,有近百所的大学,特别是清华、北大这样历史悠久高校具有很强的知识溢出效应,可以为创意产业输送高素质的创意人才,成为创意迸发的集聚地. 而且,高校科研机构也可以依托集聚区,将创意想法付诸于实践,检验其合理性和可行性,对于创意的产生起到至关重要的作用.

北京创意产业集聚区在空间上与高校是紧密相邻的,目前共有 14 个集聚区是紧邻着高校及科研机构的,占了近一半的份额. 特别是研发设计类的创意产业集聚区的分布与高校等科研教育机构呈现出了很强的相关性,5 个研发设计类集聚区都在高校及科研机构的辐射范围内. 在空间上,北京市初步形成了一个西北高校创意产业圈层,它依托清华大学、北京大学、中国人民大学等众多高等院校以及中科院旗下的多个科研院所,深度进行产学研模式的合作,在促进中关村科技园、清华科技园、北京 DRC 工业设计创意产业基地等三个创意产业集聚区快速发展的同时,也带动了高校相关专业、人才的成长. 北京西北高校创意产业圈层在吸取优秀经验的基础上融入本地特色,逐步形成一个具有中国特色的高校依赖型发展模式; 除此之外,北京高校等科研机构在与研发设计类保持亲密的合作基础上,可以逐步向广播电视、电影、音乐等文化传媒类行业渗透,加大产学研模式的推广及运用,促进集聚区快速成长为成熟的产业孵化器. 例如 CBD 国际传媒产业集聚区汇集了中央电视台、时代华纳、凤凰卫视等一批国内外

(C)1994-2019 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

传媒巨头,在未来可以加大与中国传媒大学的产学研合作,全面培养产业前向、后向专业人才,逐渐发展形成创意产业集聚区的典型示范.

3　北京创意产业集聚区发展模式研究

北京创意产业集聚区的发展虽然存在趋同化、制造业化等问题,但这些集聚区在发展过程中仍然具有共同的特点及一定的规律. 通过上述分析北京创意产业集聚区发展现状及空间分布特点,总结出北京创意产业集聚区的四种发展模式:

3.1　资源聚集自发形成模式

资源聚集自发形成模式是企业或者创意产业从业人员包括艺术家由于对某块地域的环境具有相当的认同感,自发聚集于某地从而形成集聚效应的过程. 典型例子如宋庄原创艺术与卡通产业集聚区、潘家园古玩艺术品交易园区等. 宋庄原创艺术与卡通产业集聚区,随着艺术家的聚集,被人称为“画家村”,目前入驻画家村的创意产业企业有中国最大的动漫企业三辰卡通集团、日月星画材制作公司等近 30 家,形成了一个产值 3 亿元以上,集现代艺术作品创作、展示、交易和服务为一体的艺术品市场体系.

一般来说,市场主体自发集聚区需具备以下关键条件: 一是具有适宜特定产业发展的环境. 如宋庄恬静秀美的环境、粗犷淳朴的民风为画家等艺术家的创作活动创造了良好的艺术氛围,其居民的宽容精神也是艺术家们在此聚集的重要因素之一. 二是具有旺盛的人气. 宋庄画家村通过举办艺术节、画展等方式,将聚集区内的艺术家和艺术作品向社会推介,吸引国内外艺术爱好者的关注. 三是集聚成本低廉. 例如宋庄地区的房屋租金价格相对较低,这对于许多“清贫”艺术家来说非常具有吸引力. 该模式的集聚区在形成过程中往往具有某种程度上的无序性,需要有关政府部门规范市场交易秩序,引导市场主体有序集聚,并给市场主体创造良好的外部生存环境.

3.2　原有资源改造利用模式

原有资源改造利用模式是创意产业市场主体通过对原有资源如闲置厂房、旧仓库等经过简单改造和装修直接利用,作为创作、经营活动场所而逐渐聚集形成的过程. 这种模式最典型的例子是 798 艺术区. 798 艺术区是在原 718 工厂工业建筑闲置空间的基础上逐渐发展起来的. 2002 年伊始,廉价的租金吸引大批艺术家工作室和当代艺术机构进驻,逐渐发展成为画廊、艺术中心、艺术家工作室、设计公司、时尚店铺等各种空间的集聚区,截至目前,提升为国内最大、最具国际影响力的艺术区,成为现代北京城市的标志.

原有资源改造利用模式最突出的特点就是成本低廉且集聚速度快,其发展基础是具有成本低廉的可供利用的旧有资源. 当然,知名机构或知名艺术家的示范带动效应也是该模式成功的重要条件.

3.3　依托城市景观提升模式

依托原有资源提升模式是指一些区域已经具备了发展创意产业的主要条件,通过在原有资源中加入新的要素或依托原有资源拓展新的产业领域,提升原有资源的利用价值,打造新的产业链条,形成创意产业的集群效应. 这种模式在北京创意产业集聚区建设中相对较多,如中关村科技园区雍和园、北京数字娱乐产业示范基地、国家新媒体产业基地和中关村创意产业先导基地.

北京数字娱乐产业示范基地位于石景山区,是在现有游乐园、国际雕塑公园等资源中加入了数字创意的要素,大力发展以网络游戏、动漫制作、数字影视为主导的创意产业. 目前,集聚区引入了华录、汉銘无线、搜狐网游等业内实力企业,推出了以《魔法精灵》、《小马过河》等为代表的 500 款数字娱乐精品. 中关村创意产业先导基地利用原来的海淀图书城,在其中加入创意元素和高科技手段,打造了一个全新的主题文化广场,并向周边创意产业带辐射.

依托原有资源提升模式的一个基本条件是,在集聚区里面原本就有一些标志性的资源,如数字娱乐产业示范基地的石景山游乐园、国家新媒体产业基地的星光集团、中关村科技园雍和园的歌华有线、中关村创意产业先导基地的海淀图书城等. 而集聚区建设要取得成功则需要依托这些标志性资源,拓展与之相关的、具有广阔市场前景的新兴创意产业,改造提升原有产业,形成新兴主导行业,以推动集聚区的建设与发展.

3.4　全新规划建设模式

全新规划建设模式是政府相关部门新划出一块区域进行规划,集中发展某类型创意产业,并集中大量投资建设基础设施,为企业搭建良好的公共服务平台,实行招商引资特殊优惠政策,吸引行业内重点龙头企业入驻,最终形成集聚区. 北京市 DRC 工业设计创意产业基地、中国(怀柔)影视基地和中关村

(C)1994-2019 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

软件园就属于全新规划建设模式.

全新规划建设创意产业集聚区需要注意以下问题: 一是要依托现有的产业基础和区域资源环境特点来规划聚集区产业发展方向. 如中关村软件园的发展离不开海淀区良好的软件产业基础以及丰富的软件研发人才资源. 影视基地一定要选择环境较好的地方作为外景拍摄现场,而怀柔影视基地选择落户环境优美、交通便利的怀柔区杨宋镇就非常相宜; 另外,北方地区最大的外景拍摄地飞腾影视城,百汇演艺、中视腾飞等演员培训学校,这些资源也为影视基地的发展奠定了良好的基础. 二是要注重发挥市场机制的作用,根据市场需求,加强宏观规划引导. 如北京 DRC 工业设计创意产业基地在政府宏观引导的基础上,充分发挥市场对资源的配置作用,针对成长型的中小型设计机构、设计师的实际需求建立设计专业孵化器,为其提供共性技术平台、信息数据库等各种服务; 在基地运作上,由政府与企业共同成立 DRC 基地运营管理企业,实行独立运营,从机制上保障了基地按照市场化运行规律来开发建设.

4 北京创意产业集聚区发展的建议

第一,加强政府在创意产业集聚区过程中的引导作用,但是在规划建设集聚区时也应以市场机制为导向,充分考虑企业的意愿和需求. 政府引导时应避免出现集聚区缺企业、有集聚区缺效益、有管理缺服务等现象.

第二,发挥市场在创意产业集聚区过程中的推动作用. 创意产业的生存环境一般与经济中心城市的密切相关,良好的市场运营有利于创意产业的良性发展.

第三,重视城市文化在创意产业集聚区过程中的作用. 一个城市的历史积淀和文化涵养是创意人员成长的沃土. 创意阶层自发的集聚区不仅保护了城市老工业历史建筑,还形成了各自独具特色的主体产业和配套产业链. 城市旧厂房、老建筑之所以受到创意人员的推崇是因为其宝贵的历史文化价值,因此保护城市的文化,对城市整体的发展和城市形象的塑造都有十分重要的作用.

第四,树立品牌意识,打造世界级创意产业集聚区. 品牌竞争力是企业综合素质和能力的体现,品牌价值对于产业发展和区域发展地位不容忽视. 北京应该树立品牌意识,从战略高度重视集聚区的品牌建设. 中关村地区一系列科技创意产业集聚区素有“中国硅谷”之称,但是与世界著名集聚区仍然有差距,可以通过树立世界级品牌的途径实现产业整体升级.

5 总 结

北京创意产业的发展仍处于起步阶段,但是产业的空间集聚已经比较明显,无论是自发形成的还是政府引导的,创意产业作为新兴经济空间组织,预示了未来产业发展的基本趋势,即产业空间集聚. 创意产业集聚区的发展模式是现阶段中国发展创意产业的主要途径. 北京创意产业集聚区的集聚效应正在形成. 通过本文的研究可以得出:

第一,北京产业集聚区空间分布呈现中心城区集聚、远郊区县均有分布且研高校、科研机构分布的特点. 经过 4 批次的政府挂牌,北京创意产业的发展初步形成了集聚模式.

第二,通过对集聚区空间分布特点及由此产生的空间效应的研究总结出北京创意产业集聚区发展模式为资源集聚自发形成、原有资源改造利用依托城市景观和全新规划建设的四种发展模式. 从而折射出北京创意产业发展道路,为政府规划提供理论指导.

第三,对北京创意产业发展提出如下建议: 加强政府在创意产业集聚过程中的引导作用; 挥市场在创意产业集聚过程中的推动作用; 重视城市文化在创意产业集聚过程中的作用; 树立品牌意识,打造世界级创意产业集聚区.

参 考 文 献

[1] 肖雁飞. 创意产业区发展的经济空间动力机制和创新模式研究 [D]. 上海: 华东师范大学人文地理学博士学位论文,2007.

[2] 理查德 E 凯夫斯. 创意产业经济学 [M]. 北京: 新华出版社, 2004: 6 - 20.

[3] Carried. NewYork as a global creative hub: A competitive analysis of four theories on world cities [J]. EconomicDevelopment Quarterly,2006,20: 330 - 350.

[4] Mitchell, W. E-Topic [M]. Cambridge, MA: MIT Press,1999: 15 - 20.

(C)1994-2019 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

[5] Molotch, H. LA as design product: how art works in regional economy, In Scott, A. CA: university of California Press, 1996: 225 – 275.
[6] CharlesLandry. Thecreativecity: Atoolfor urban innovations [M]. Earthscan Publications Ltd, London, 2000, 9.
[7] Horal, Bethalto. Toward a multidimental conception of clusters, the case of the Leipzig media industry, Germany, Cultural Industriesand the Production of culture [M]. Roultedge, 2004: 147 – 168.
[8] Brian Knudsen. Richard Florida etc. Urban density, creativity, andinnovation [M]. 2007: 3 – 20.
[9] Hutton, T. Reconstructed production Landscapes in the postmoderncity: applied design and creative servicesin the metropolitan core [J], Urban Geography 2000, 21(4): 285 – 317.
[10] Hutton, T. The new economy of inner city [J]. Cities, 2004, 21(2): 89 – 108.
[11] Hutton, Thomas A. Spatiality, built form, and creative industry development in the inner city. Environment & Planning [J], 2006, 38(10): 1819 – 1841.
[12] Caves R. Creative Industries: Contracts between Art and Commerce. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2002: 10 – 30.
[13] 王重远. 基于产业生态学的创意产业集聚区形成机制研究 [D]. 华中科技大学博士学位论文, 2010.
[14] 陈秋玲, 吴艳. 基于共生关系的创意产业集聚区形成机制—上海 18 个创意产业集聚区实证 [J]. 经济地理, 2006: 84 – 87.
[15] 郑颖昊. 创意产业集聚区的知识流动研究 [D]. 北京交通大学, 2010.
[16] 鞠颂. 创意产业集聚区的知识创新研究 [D]. 北京交通大学, 2010.
[17] 连玮佳, 李健. 隐性知识传递对于我国创意产业集聚区的影响 [J]. 科学学与科学技术管理, 2009(8): 113 – 116.
[18] 王发明. 创意产业集聚区化: 一个基于知识溢出的解释 [J]. 科技管理研究, 2009, 29(11): 372 – 374.
[19] 刘文佳. 信息化对创意产业集聚区的影响 [D]. 北京交通大学硕士学位论文, 2009.
[20] 王发明. 互补性资产、产业链整合与创意产业集聚区——以动漫产业为例 [J]. 中国软科学, 2009(5): 24 – 32.
[21] 毛磊. 演化博弈视角下创意产业集聚区企业创新竞合机制分析 [J]. 科技进步与对策, 2010, 27(8): 104 – 106.
[22] 褚劲风. 上海创意产业集聚区的地缘空间研究 [J]. 上海经济研究, 2009(5): 92 – 98.
[23] 李学鑫, 陈世强, 薛诺稳. 中国农区创意产业集聚区形成演化的影响因素研究——以河南民权"画虎村"为例 [J]. 地域研究与开发, 2010, 29(2): 16 – 21.
[24] 李学鑫. 中国农区创意产业集聚区形成演化机理: 以民权县王公庄绘画产业集聚区为例. 地理科学进展, 2010, 29(8): 1011 – 1017.
[25] 张杰. 北京 CBD 功能区创意产业集聚区成因研究 [J]. 中国商贸, 2010(12): 216 – 217
[26] 陈倩倩, 王缉慈. 论创意产业及其集聚区的发展环境——以音乐产业为例 [J]. 地域研究与开发, 2005, 24(5): 5 – 8, 37.
[27] 王发明. 创意产业集聚区化: 基于地域根植性的理论演进及其政策含义 [J]. 经济学家, 2010(5): 63 – 66

Study of Spatialdistribution and Develop Pattern of Creative Industries Agglomeration in Beijing

Zheng Meili

(College of Resource Environment and Tourism, Capital Normal University, Beijing 100048)

Abstract

Creative Industries is a form of spatial organization of new industries, because of its population since the 20th century the development of competitive advantages and agglomeration economies of scale to develop rapidly. Beijing Creative Industries in the rapid development stage, the government listed as the main development paths, through the spontaneous gathering of government-led development process. Showing the spatial distribution center city agglomeration, the development of better North City, Metro has the characteristics of the distribution. These characteristics make it a certain spatial effect: raising effect, symbiotic effect, radiation effect. Through the above

(C)1994-2019 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

discussions that the development of creative industries in Beijing to demand self-concentration model, government planning guidance, and guidance of spontaneous synergy of the three development models. Beijing Creative Industries Development and Law, Beijing reflects the creative industries development.

Key words: creative industry, agglomeration, spatialdistribution, develop pattern, Beijing.

(上接第 84 页)

Guanzhong Region in Traditional Snacks Classification and Development Thinking

PengKe shan

(Institute of Soil and Water Conservation, Chinese Academy of Sciences and Ministry of Water Resources, Yangling 712100)

Abstract

With the continuous improvement of people's income in our country and the accelerating pace of life, the industry is also more and more attention to the traditional snacks. Traditional snacks for the development of the catering market in our country, the improvement of people's life quality and even the entire social and economic development is of important significance. In central shaanxi plain is the rich land, known as the "eight hundred li qinchuan", in a variety of cooking ingredients of traditional snacks, and more complete variety, have different anecdotes, portrayed as elegantly diet culture which has a beautiful picture. This paper introduces the general situation of shaanxi guanzhong traditional snacks, key analyzes the main types, puts forward the development thoughts of traditional snacks.

Key words: catering market, Administrator, Traditional snacks, Main species, Development of thinking, The guanzhong region.

(C)1994-2019 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net