

# 摘要

我国文化产业已进入了加快发展的“黄金期”，已成为调整优化产业结构、推动新旧动能转换的重要力量。国家“十四五规划”中强调，在构建全面完善的现代文化产业体系的过程中，要坚持注意把社会效益放在第一位的同时，也要与经济效益相统一，不断丰富发展新型文化企业、文化业态和文化消费模式。作为国民经济支柱性产业之一，国家十分重视文化产业的建设和发展。广州是粤港澳大湾区前沿阵地，在城市文化探索出新出彩上敢为人先，亮点纷呈。如，充分利用“三旧”改造和“四个出新出彩”政策建设文化产业园区，培育许多各有特色、各有侧重的文化产业集群，具有代表性的有羊城创意产业园、T.I.T 创意园、工美港国际数字创新中心等。

广州市越秀区东山新河浦片区拥有现存最大规模的中西结合低层院落式近代建筑群，具有浓厚的历史底蕴和人文气息，是成熟的文创商业圈，SY 公司文化创意园项目正坐落于此。本文以 SY 公司文化创意园为研究对象，通过文献研究法、市场调查法、PEST 分析、市场研究等理论与实证相结合的方法，分析国内和广州文化市场环境及文化创意的供需情况，实地摸排项目周边环境和竞争态势，结合企业优势和政府资源等，提出项目发展思路和定位。

分析表明，目前国内较为成功的文化创意园区具有与城市再融合、有一定比例的公共空间、具有产业集聚与培育孵化功能及产学研销结合等四大典型特点，主要吸引艺术文创爱好者和追求生活情调的消费群体。项目将坚持依托“文化+”的产业发展特色，聚集政府大力扶持的高端文化艺术、创意设计、网红文创、品牌体验、高校创作等资源，结合文化创意园区四大典型特点，以文创商业为基础，结合文创办公、创客公寓、文创孵化等业态，打造“小、美、精”的创新创业生活生态圈。总体而言，项目具备较为全面的发展基础和空间，将带来一定的经济和社会效益，面临风险较小。

**关键词：**文化创意产业；文化创意园；产业集聚；商业模式

## Abstract

Our country's cultural industry has entered a "Golden Period" of accelerated development, and has become an important force in adjusting and optimizing the industrial structure and promoting the transformation of new and old kinetic energy. In the national "14th Five-Year Plan", it is emphasized that in the process of building a comprehensive and perfect modern cultural industry system, it is necessary to insist on putting social benefits in the first place, and at the same time, it must be unified with economic benefits, and enrich the development of new cultural enterprises, Cultural formats and cultural consumption patterns. As one of the pillar industries of the national economy, the state attaches great importance to the construction and development of the cultural industry. Guangzhou, as the forefront of the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area, dares to take the lead in exploring new achievements in urban culture, and has many bright spots. For example, Guangzhou has made full use of the "Three olds" and "Four new and brilliant" reform policy to build cultural industry parks, cultivate many cultural industry clusters with their own characteristics and emphasis, representative ones include Yangcheng Creative Industry Park, T.I.T Creative Park, Gongmeigang International Digital Innovation Center, etc.

The SY company cultural and creative park project is located in the new Hepu area of Dongshan, Yuexiu District, Guangzhou City. It has the largest existing low-rise courtyard-style modern buildings combining Chinese and Western styles. It has a strong historical heritage and cultural atmosphere and is a mature cultural and creative business circle. This paper takes the cultural and creative park of SY Company as the research object. Through literature research method, market survey method, pest analysis, market research and other theoretical and empirical methods, analyze the domestic and Guangzhou cultural market environment and the supply and demand of cultural creativity, investigate the surrounding environment and competition situation of the project, and combine the advantages of enterprises and government resources. And so on, put forward the project development ideas and positioning.

The analysis shows that the relatively successful cultural and creative parks in China have four typical characteristics: re-integration with the city, a certain proportion of public space, industrial agglomeration and incubation functions, and the combination of production, education, research and sales. The customers are art, cultural and creative enthusiasts and consumer groups who pursue the sentiment of life. The project will adhere to relying on the industrial development characteristics of "Culture +", gather resources such as high-end

culture and art, creative design, Internet celebrity cultural and creative, brand experience, college creation and other resources strongly supported by the government, based on cultural and creative business, combined with cultural and creative office, Maker apartment, cultural and creative incubation and other formats, to create a "small, beautiful and refined" innovative and entrepreneurial life ecosystem. In general, the project has a relatively comprehensive development foundation and space, will bring certain economic and social benefits, and face less risks.

**Key words:** Cultural and creative industries; Cultural and creative parks; Industrial agglomeration; Business models

# 目录

摘 要.....	I
Abstract.....	II
目录.....	IV
<b>第一章 绪论</b> .....	<b>1</b>
1.1 研究背景及意义.....	1
1.2 关键概念.....	2
1.2.1 文化创意产业.....	2
1.2.2 文化创意产业园.....	3
1.2.3 众创空间.....	4
1.3 理论基础.....	4
1.3.1 商业模式.....	4
1.3.2 商业计划书.....	5
1.4 研究方法及内容.....	5
<b>第二章 项目概述</b> .....	<b>7</b>
2.1 项目背景与基本情况.....	7
2.1.1 项目背景.....	7
2.1.2 项目基本情况.....	7
2.1.3 区域介绍.....	8
2.2 公司概况及能力.....	9
2.2.1 公司基本情况.....	9
2.2.2 公司行业经验及市场能力.....	9
2.3 项目建设方案.....	10
2.3.1 建设规划.....	10
2.3.2 改造实施计划.....	11
2.4 本章小结.....	11
<b>第三章 项目环境分析</b> .....	<b>12</b>
3.1 政治环境.....	12
3.2 经济环境.....	14

3.3 产业环境.....	15
3.3.1 国内产业园区现状.....	15
3.3.2 国内成功案例.....	16
3.3.3 文创产业园典型特点.....	17
3.4 市场环境.....	18
3.4.1 广州文化创意园主要类型.....	18
3.4.2 竞争现状调查.....	19
3.4.3 项目需求分析.....	20
3.5 本章小结.....	21
<b>第四章 项目发展方案与营销策略.....</b>	<b>22</b>
4.1 项目定位与目标市场.....	22
4.2 项目发展方案.....	22
4.2.1 项目发展规划.....	22
4.2.2 项目功能及服务.....	23
4.3 营销策略.....	26
4.4 项目招商思路.....	27
4.4.1 招商运营团队组建.....	27
4.4.2 招商及推广渠道.....	28
4.5 本章小结.....	28
<b>第五章 财务分析.....</b>	<b>29</b>
5.1 投资概况.....	29
5.2 盈利模式.....	29
5.3 财务评价数据基础.....	30
5.3.1 周边租赁市场情况调查.....	30
5.3.2 财务评价.....	31
5.4 投资回报及盈利能力分析.....	32
5.4.1 投资回报估算.....	32
5.4.2 盈利能力分析.....	36
5.4.3 不确定性分析.....	37
5.5 资金筹措.....	37

5.6 社会效益分析.....	37
5.7 本章小结.....	38
<b>第六章 项目风险及应对措施.....</b>	<b>39</b>
6.1 项目风险.....	39
6.1.1 政策风险.....	39
6.1.2 资金风险.....	39
6.1.3 工程技术风险.....	39
6.1.4 管理风险.....	40
6.1.5 运营风险.....	40
6.2 风险控制.....	40
6.2.1 工程技术风险控制.....	41
6.2.2 管理风险控制.....	41
6.2.3 运营风险控制.....	41
6.3 本章小结.....	41
结 论.....	43
参考文献.....	45
攻读硕士学位期间取得的研究成果.....	47
致 谢.....	48

# 第一章 绪论

## 1.1 研究背景及意义

从党的“十八大”报告关于扎实推进社会主义文化强国建设的要求，到党的“十九大”报告提出要激发全民族文化创新创造活力、坚定文化自信的要求以来，我国对文化软实力的重视和培育程度达到新的高度，国家文化软实力越来越强。在转变经济增长方式与传统产业升级的要求下，文化产业被赋予更高的融合度和创新意义，促进了与其他行业跨界合作的发展，如文化+科技、文化+制造、文化+旅游、文化+餐饮等等。文化产业特有的延展性、创新性和创意性带动了融合产业的发展，促进了传统产业链条的延伸，提高了产品的附加值。各大城市对城市文化的塑造也越来越重视，无论是如上海、广州等具有深厚文化沉淀的城市，还是如深圳等新建设城市，都提出“文化强市”的战略，政府结合城市规划和改造配备了更多的城市文化空间。对于民众来说，追求的不单纯只是物质文化，而是更高的生活质量和精神层面的追求。特别是在大城市，群众对生活、工作、娱乐交流的形式赋予了更高的期待。文化天然的创意属性，给民众带来多样、多变、快速的消费体验，越来越受市场欢迎。随着产业结构调整深入，文化创意产业得到了空前发展的机会。作为文化创意产业发展和宣传的重要载体，文化创意产业园如同雨后春笋，在全国各大城市纷纷登场，出现了不少初具规模化、集约化的文化创意产业园区，迎来了文化创意园区全国热的现象。不少成功的文化创意园区主体都源起城市更新制度下的三旧改造、城镇化变迁、乡村振兴、行业创新等。在这中间，有些园区冒出风头形成产业集聚，有些园区促进了消费旅游带动了当地经济，有些园区却出现有名无实、业态单一、同质化严重等杂乱的情况。

广州十分重视文化产业发展和城市文化建设，《广州市人民政府办公厅关于加快文化产业创新发展的实施意见》明确提出，要加快文化产业园区建设，聚集产业资源，优化发展文化产业园区。据不完全统计，广州目前有文化产业园区（基地）超过 220 家，拥有多个成熟知名的文化产业园，如羊城创意产业园、T.I.T 创意园、工美港国际数字创新中心、海珠 B.I.G 艺术园区等。此外，越秀区、荔湾区等广州老城区根据历史文化背景和建筑特色，在积极落实推动城市文化“四个出新出彩”，走出自己的特色。

广州市越秀区东山新河浦片区拥有现存最大规模的中西结合低层院落式近代建筑群，具有浓厚的历史底蕴和人文气息，是成熟的文创商业圈。2019 年区政府提出“东山印象”全域旅游发展理念，对片区进行整体升级改造。SY 公司顺应利好政策和区域优

势，利用自有物业改造为文化创意园，希望摆脱传统园区物业出租盈利模式，探索文创产业园区运营和项目孵化等转型道路。该文化创意园项目在前期策划中已受到广州文创市场的一定关注度。由于项目地理位置优越，恰逢是东山新河浦片区改造建设项目范围内，是片区重要的流量入口，周边文化氛围浓厚，许多新增及存量客户对项目改造后迫切入驻意愿。该项目将以深厚的历史氛围和本土生活烟火味为基础，结合文创商业和创意孵化，以文化底蕴带动文化创意，以龙头企业带动小微团队，利用企业资源带动产品孵化，打造文化创意生态圈。

本项目计划书，将讨论如何引入适应市场的创意产业同时保留其独有的广州东山文化内涵，尝试开拓创意众创空间的功能，培育“文化+”的产业集群思路。论文将以SY公司文化创意园为研究对象，通过研究国内文化产业和广州本地创意园的发展，总结文化创意园区特点和竞争态势，对项目发展前景、运营思路、特色定位、财务评价、风险分析等方面进行研究，制定一份切实可行的商业计划书，同时也希望本项目能给其他地区文化创意园的发展思路带来参考。

## 1.2 关键概念

### 1.2.1 文化创意产业

文化创意产业是一种将文化或者有文化因素的自然和人文资源通过现代技术和创意进行商业化运作的产业集合<sup>[1]</sup>。近年来越来越成为经济蓬勃发展的“朝阳产业”，成为引领创新、消费、经济转型的重要力量。郑正真，伍萌认为，文化创意产业具备一定的文化属性，同时也具有科技含量高、创意程度高、附加值高、融合度高的经济属性<sup>[2]</sup>。因此，文创产业也包含了许多不同的内容形态，如传媒影视、游戏动漫、艺术创作、工艺设计、数字技术、内容运营传播等内容。文创产业的强融合性，不仅仅局限于文化和创意，更是多产业与文化的融合，因此在国内城市经济发展中越来越受政府、企业、投资者和消费者的青睐。对文化资源进行再深度的挖掘，把文化资源与消费品、公共服务、文化活动、内容传播等连接起来，转化为产业优势，是文化产业高质量发展重要手段。郑正真，伍萌还指出，文化创意产业的高质量发展是构建产业创新体系的动力源泉。相关数据显示，2021年我国数字文化产业产值将达到9万亿左右。数字经济的兴起有效地带动文化创业的发展。在学术界，还存在认为数字经济时代文化创意产业可能会从第三产业中分离出来的观点，这说明了文化创意产业还存在很大的空间。但我国因各种社会与经济发展问题，文化产业发展不够充分，国内文化创意产业起步比较晚，整体产业大



而不强,创新力还有待提高。

西方国家有关文化创意产业的理论和实践经验都比较丰富。“创意产业”的概念最早在英国确立,提出要把英国建成世界创意中心。从 20 世纪 90 年代起,英国贸易产业局就已开始为文化创意产业提供服务。英国人约翰·霍金斯是全球创意产业之父,也是版权、媒体及娱乐业研究方面的领军人物,在其代表作《创意经济》中明确表示,创意经济近些年获得了巨大发展,则增速达到 5.0%<sup>[3]</sup>。欧美等发达国家都极为注重文化创意版权。早在 2014 年英国文化创意产业增加值规模发展至今约为 0.8 万亿元(人民币),换算成英镑则是 841 亿,在该国的经济比重中已经达到 5.2%,该产业在英国每小时带来的产值已经高达 956 万英镑(约为 0.9 亿元)的收入<sup>[4]</sup>。经过多年探索,该国已经逐步形成了区域创意产业聚集式发展,同时也对相应创意城市进行系统规划,积极探索数字科技融合式发展创新模式<sup>[5]</sup>。美国效仿英国发展创意产业,但以版权产业为核心,把 13 项文化创意产业按版权产业的分类方法几乎都列入版权产业。美国的创意经济是知识经济的核心内容,更是经济的重要的表现形式。根据相关数据显示,到了 2015 年,该国的核心版权产业增加值已经超过 1.235 万亿美元,占据该国 GDP 总额的比例,高达 6.88%,而全部的出版产业,则高达 2.1 万亿美元,占比则进一步上升至 11.0%,已经跃居成为该国核心支柱业<sup>[6]</sup>。

### 1.2.2 文化创意产业园

欧美最先引领兴起以产业园区作为一种产业集聚的形式——文化创意产业园。作为文化创意传播和集聚的重要载体,这些著名的创意产业园都是根据自身历史文化、社会经济发展而建立的。文创产业园区集生产、交易、休闲、居住于一体,具有多功能、文化关联、产业规模集聚等特点,是产业战略转型、文化软实力提升的重要内容<sup>[7]</sup>。西方国家经历了第一、第二次工业革命后,经济社会得到飞跃发展,文化产业也在这个时候快速兴起。进入第三次工业革命后,科技产业登上舞台,促进了科技产业和文化产业的相互融合,“电气时代”淘汰的旧厂房、旧仓库成为了文化创意产业园最初萌芽的地点。

19 世纪中后期,我国才进入了改革开放和社会主义现代化建设时期,经济发展水平并不能满足文化作为一种产业发展,造成文化产业落后于西方国家。近年在党中央正确领导下,我国经济水平飞跃发展,产业结构不断调整,文化产业得到了历史性发展。到了 2015 年,我国个省市区都已正式确定发展创意产业,并制定相关的产业发展政策。各地区积极模仿国外成功经验,相继建造出不少优秀的文化创意产业园,如北京“798”创意产业园、上海 M50 创意园、中关村多媒体创意产业、广州 T.I.T 创意园等。2013 年,

张学冬通过理论和实践研究得出，文创产业园必须要有文化产业支撑，产业和园区的特色相结合，园区和区域性文化发展相结合<sup>[8]</sup>。

### 1.2.3 众创空间

众创空间为典型的综合性平台，其特点体现在便捷、成本低、较高的聚合性<sup>[9]</sup>，是近年来国内出现的新词语。在业界，认为所关于创新创业的载体都可以叫众创空间。在众创空间的物理空间概念中，将一块地域或空间作为场地，提供办公设施等硬件资源共享式办公，用以提供如工商代理、项目申报、创业咨询、财务管理、法律咨询等基础性服务，其功能与孵化器相似。另外，众创空间借助于快捷服务，进一步吸引风投、新创公司关注，并进行积极匹配与对接，使得创业网络更加完善，并能高效、快速的传递价值<sup>[10]</sup>。在众创空间内创业者们通过共享办公环境、无边界办公形式、优质的内部设施以及高质量服务，把创客们聚集在一起来进行头脑风暴、信息交换，培养创意，共同参与创意思想的实现。除却要对办公场地租金费用进行收取，以及相关政府补贴之外，众创空间还对新创公司、创客等提供了重要的资源与服务支持，当然，在此过程中也收取相应费用，以实现运营获利。

## 1.3 理论基础

### 1.3.1 商业模式

“商业模式”一词几乎成为企业经营和风险投资者常用的名语。作为管理学的重要研究对象，它在上世纪 90 年代后开始被广泛使用，后来被赋予创意、产品服务、市场、营销、运营等多种概念。1998 年，学者 Timmers 率先对商业模式展开研究，并提出这种模式涉及到三个层面：第一，融合信息流、产品与服务的系统结构，能对参与商业活动的相关主体以及所呈现出的角色进行很好描述；第二，描述不同商业活动参与主体所对应的潜在利益；第三，描述收入来源<sup>[11]</sup>。原磊在总结中发现，海外学者对商业模式展开的定义，从整体角度来看，先基于经济，随后基于战略，再到基于整合，呈现出递进式特点<sup>[12]</sup>。经济类的定义大致上都是围绕公司创造利润为核心。譬如，学者 Rappa 在研究中表示，商业模式核心内涵就是公司为了实现自我维持，也就是为了后去利润而运用的商业策略，进而对公司在整个价值系统上的定位展开分析，由此获得相应利润<sup>[13]</sup>。有关运营类的定义，学者 Timmers 认为商业模式就是信息流、服务与产品共同构成的系统结构。在战略类的定义中，Bossidy 等学者则表示，该模式就是组织自体战略能力与获取财务外部要素对应的逻辑关系，属于典型的系统性蓝图，对组织行为、环境、财务目

标进行了有效的联系<sup>[14]</sup>。整合类商业模式的的研究提到了商业系统和要素集合的高度，近年来更多学者尝试用整合的角度来分析商业模式，Morris 等学者基于整合给出了定义：该模式实际上为颇为简单性的描述，目的就是公司为了实现自身战略目标，完善经营结构等而将具有关联性的内部变量进行整合与定位，从而在市场中获得竞争优势<sup>[15]</sup>。海外很多学者在有关商业模式领域的研究方面，取得了很多成果，研究热度很高，虽然至今也还没有一个标准的定义和共识，但也给国内学者带来了许多思路参考。钟耕深，孙晓静等认为，商业模式从本质上而言就是一种结构化系统，能够对商业实施与描述进行简化，它具有系统与全系统性<sup>[16]</sup>。启发我们在研究时应该更加关注商业实施的各个方面和各个要素之间的相互关系。傅世昌、王惠芬等等认为商业模式的核心即诸多制度安排与结构的综合体，从本质角度来看，就是公司组织价值生成机制，存在有效性、差异性、适应性、可持续性的特性<sup>[17]</sup>。

### 1.3.2 商业计划书

商业计划书最早起源于美国，最初的主要意图是获得融资，一家公司或一个项目通过展示具有市场前景的新产品、新服务、新形势已获得投融资或认可执行的商业可行性报告，具有计划、承诺、沟通等功能。其内容主要包括执行主体的介绍、产品服务、营销策略、管理团队、运营策略、财务投资、风险分析等。一份全方位商业计划书才能吸引投资者、战略合作伙伴、员工、政府等利益相关者的兴趣和信任。

## 1.4 研究方法及内容

本文以SY公司文化创意园为研究对象，通过文献研究法、市场调查法、PEST分析、市场研究等理论与实证相结合的方法，分析国内和广州文化市场环境及文化创意的供需情况，实地摸排项目周边环境和竞争态势，结合企业优势和政府资源等，提出项目发展思路和定位。

本文的研究内容包括六个部分：

第一章为绪论，主要介绍了SY公司文化创意园项目的研究背景及意义、研究内容和研究发方法，梳理了论文主要运用的关键概念及相关研究理论。

第二章为项目概述，主要介绍了项目的背景、建设营运方SY公司情况、转型定位的需求，项目建设方案，以求全面了解和掌握了政府政策、企业发展转型、项目区域文化特色、产业集聚升级等要求动向，为项目的落地奠定了支持基础。

第三章为项目环境分析，对项目环境进行全面综合的分析，包括宏观环境分析、区

域环境分析、竞争态势及需求分析。这部分内容主要运用了 PEST 分析法和市场调查法，主要分析广州有关文化政策、经济发展的背景，着重分析了文化产业现状，总结成功的文化产业园典型特点，摸清项目市场竞争态势和需求，为项目规划定位、方案设定、营销策略等提供判断依据。

第四章为项目发展方案与营销策略，主要是通过前面章节的分析，对项目定位和目标客户进行选定，确定了项目的长期和短期规划，也分别对区域功能、配置服务、运营模式等内容规划，完成项目发展方案规划。营销策略主要将参考 4P 模式分析框架，为项目制定全面且持续的营销推广及商户资源维护方案。

第五章为财务分析，通过对项目进行投资估算，结合租金市场调查，对投资回报率和盈利能力分析，以获得较准确客观的预期判断。

第六章为项目风险分析，预测项目可能出现的风险并提出相应风险控制方案。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/857062050160006053>