

分类号:

学 号: 2014322005

密 级:

单位代码: 10759

石河子大学

硕 士 学 位 论 文



兵团文化传媒基地发展状况及对策研究

学 位 申 请 人	王晶
指 导 教 师	祝宏辉教授
申 请 学 位 类 别	专业硕士
专 业 名 称	工商管理硕士
研 究 领 域	组织与战略管理
所 在 学 院	经济与管理学院

中国·新疆·石河子

2017年11月

分类号:

学 号: 2014322005

密 级:

单位代码: 10759

石河子大学

硕 士 学 位 论 文



兵团文化传媒基地发展状况及对策研究

学 位 申 请 人	王晶
指 导 教 师	祝宏辉教授
申 请 学 位 类 别	专业硕士
专 业 名 称	工商管理硕士
研 究 领 域	组织与战略管理
所 在 学 院	经济与管理学院

中国 新疆 · 石河子

2017 年 11 月

**Research on the development situation and Countermeasures of
BINGTUAN culture media base**

**A Dissertation Submitted to
Shihezi University**

In Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of

Master of Business Administration

By

Wang jing

Dissertation Supervisor: Prof Zhu Hong-hui

November, 2017

石河子大学学位论文独创性声明及使用授权声明

学位论文独创性声明

本人所呈交的学位论文是在我导师的指导下进行的研究工作及取得的研究成果。据我所知，除文中已经注明引用的内容外，本论文不包含其他个人已经发表或撰写过的研究成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中作了明确的说明并表示谢意。

研究生签名：王翊

时间：2017年12月12日

使用授权声明

本人完全了解石河子大学有关保留、使用学位论文的规定，学校有权保留学位论文并向国家主管部门或指定机构送交论文的电子版和纸质版。有权将学位论文在学校图书馆保存并允许被查阅。有权自行或许可他人将学位论文编入有关数据库提供检索服务。有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

研究生签名：王翊

时间：2017年12月12日

导师签名：祝宏辉

时间：2017年12月12日

摘 要

文化传媒基地作为第三产业的朝阳产业，随着经济和社会的发展越来越满足人们的物质文化需求。新疆生产建设兵团地域资源具有深厚的中原文化意蕴，红色文化基因和边疆文化内涵，正是兵团各族干部职工群众心灵深处那对于生命、对于自然的折射和独白。在新疆兵团文化传媒基地的建设发展过程中，文化传媒基地发展模式凭借着丰富的文化支撑、丰富的地域资源，一直在行业占有重要的地位，文化传媒基地发展模式开发研究作为一种发展已久的模式，经久不衰。但是，目前新疆兵团文化传媒基地发展仍然存在着一一定的问题，如区域布局方式简单、展览雷同、管理相对落后等。

面对世界各地不断发展文化园区建设的现状，文化传媒基地发展凭借其安全性、可持续性等众多优势，也成为了当今世界各国发展文化园区开发的重要议题。在我国文化传媒基地的发展也是随着经济和社会的发展不断地发展。横向比较文化传媒基地区发展的差距，这一点的主要难度在于收集各个地区的文化传媒基地发展现状。结合对新疆生产建设兵团文化传媒基地发展的调查研究，总结出新疆地区文化传媒基地发展的瓶颈与不足。解决办法是根据目前已经出版的各地区文化传媒基地调查报告总结。

针对总结出的新疆生产建设兵团文化传媒基地发展的瓶颈与不足提出建设性意见与建议，以对新疆生产建设兵团文化传媒基地的建设发展起到建议提供的作用。探析了兵团文化传媒基地的发展模式和战略。在产业集群的理论依据支撑下，全面细致的分析了目前兵团文化传媒基地发展现状，透过现象看本质，分析了现存的问题，指出了现在发展过程中存在的现阶段文化传媒基地发展的竞争力不强、产品差异化程度较低、创新能力不足等亟待解决的现实问题，对形成这些问题的原因进行了深层次的分析。并在国内文化传媒基地发展发展的背景下分析兵团文化传媒基地发展发展受到的影响，旨在通过各项条件进行分析，从相关的产业政策、明确发展战略、转变发展模式、加快新兴产业发展、完善保障措施等多方面提出兵团文化传媒基地集群发展的对策建议。

关键字：新疆生产建设兵团；文化传媒基地；文化产业

Abstract

As the sunrise industry of the third industry, the cultural industry park is more and more satisfying the people's material and cultural needs with the development of economy and society. Xinjiang Zhuang Autonomous Region has a profound national cultural connotation, it is the people of Xinjiang Zhuang Autonomous Region in the depths of the soul of life, for the natural refraction and monologue. In the process of development of the development of Xinjiang culture media base, the development mode of cultural media base with rich historical and cultural support, rich local resources, has played an important role in the tourism industry, the development model of the development of cultural media base as a long development mode, enduring. However, there are still some problems in the development of Xinjiang cultural media base, such as the simple layout of the region, the same exhibition, relatively backward management.

In the face of the current situation of the development of energy resources in the world, the development of cultural media base with its security, sustainability and many other advantages, has become an important issue for the development of tourism in the world. With the development of economy and society. Horizontal comparison of the gap between the development of Creative Industrial Park, the main difficulty lies in the collection of various regions of the cultural industry park development. Based on the investigation and Research on the development of cultural media base of Xinjiang production and Construction Corps, the paper summarizes the bottleneck and shortage of the development of Cultural Industry Park in Xinjiang. The solution is based on the current report of the regional cultural industry park.

Summarized for the Xinjiang production and Construction Corps culture media base development bottleneck and put forward constructive comments and suggestions to the development of Xinjiang production and Construction Corps culture media base plays a role to provide advice. The development mode and strategy of Xinjiang cultural media base. In the theory of industrial clusters on the basis of support, comprehensive and detailed analysis of the current development status of Xinjiang culture media base, see essence through the phenomenon, analyzes existing problems, points out that there is now in the process of the development of the culture media at this stage in the development of the base competitiveness is not strong, the degree of product differentiation is low, lack of innovation ability to solve the practical problems, the causes of these problems are analyzed deeply. And to analyze the impact of the development of Xinjiang culture media base is in the domestic culture media base development background, aims at analyzing the conditions from the relevant industrial policies, regional resources, organizational culture, technology innovation and other aspects of Xinjiang culture media base for the development of cluster development countermeasures.

Key words: Xinjiang production and Construction Corps,cultural media base,cultural industry

目 录

摘 要	1
Abstract	11
第一章 绪论	1
1.1 选题背景、目的及意义	1
1.1.1 选题背景	1
1.1.2 选题目的及意义	2
1.2 研究综述	2
1.2.1 从文化传媒基地的概念角度切入研究	2
1.2.2 从文化传媒基地集聚机制和发展模式的角度切入研究	3
1.2.3 从文化传媒基地典型案例的角度切入研究	4
1.2.4 从文化传媒基地发展存在的问题及对策的角度切入研究	4
1.3 研究思路	4
1.4 研究方法、创新点	5
1.4.1 研究方法	5
1.4.2 本文创新点	5
第二章 发展文化传媒基地的理论基础	6
2.1 主要概念界定	6
2.1.1 文化创意产业	6
2.1.2 文化传媒基地	6
2.2 其他理论基础	6
2.2.1 集聚效应理论	6
2.2.2 规模效益理论	7
2.2.3 区域比较优势理论	7
2.2.4 区域分工与协作理论	7
第三章 新疆生产建设兵团文化传媒基地发展现状	9
3.1 兵团文化传媒基地发展背景	9
3.1.1 政策背景	9
3.1.2 文化背景	10
3.1.3 实践背景	11
3.1.4 现实背景	13
3.2 兵团文化传媒基地发展状况	15
3.2.1 发展基础	15
3.2.2 发展规模	17
3.2.3 功能定位	18
3.2.4 基地经济文化价值	19
3.2.5 发展规模	19
3.2.6 主要做法	20
第四章 兵团文化传媒基地发展存在的问题及原因	21
4.1 兵团文化传媒基地发展存在的问题	21

4.1.1 发展观念滞后，管理体制不健全.....	21
4.1.2 文化传媒基地结构不合理，发展不平衡.....	21
4.1.3 文化传媒基地市场拓展吃力，市场占有率小.....	21
4.1.4 文化传媒基地投入不够，引导不力.....	22
4.1.5 文化传媒基地人才总量不足，产业人才严重缺乏.....	22
4.2 兵团文化传媒基地文化传媒基地存在问题的原因分析.....	22
4.2.1 行政职能发挥不充分，服务能力有待提高.....	22
4.2.2 文化产业模式单一，缺乏资源整合实力.....	22
4.2.3 资源转化能力较弱，兵团优势作用未能发挥.....	23
第五章 国内外文化传媒基地发展的经验与启示.....	24
5.1 武汉市文化传媒基地发展案例.....	24
5.1.1 中国光谷文化产业基地.....	24
5.1.2 经验与启示.....	24
5.2 韩国：Heyri 艺术村.....	24
5.2.1 韩国 Heyri 艺术村发展概况.....	24
5.2.2 经验与借鉴.....	25
5.3 新疆：乌鲁木齐文化传媒基地.....	25
5.3.1 七坊街文化传媒基地.....	25
5.3.2 经验与借鉴.....	25
第六章 促进兵团文化传媒基地发展的对策建议.....	26
6.1 兵团文化传媒基地发展目标.....	26
6.2 坚持以“五大发展理念”为指引，明确发展战略.....	26
6.2.1 开放战略.....	26
6.2.2 创新战略.....	26
6.2.3 品牌战略.....	27
6.2.4 融合战略.....	27
6.2.5 可持续战略.....	27
6.3 以招商引资促进快速成长，转变发展模式.....	27
6.3.1 以产业为基础.....	28
6.3.2 以招商为平台.....	28
6.3.3 以产品为支撑.....	28
6.3.4 以电商为辅翼.....	28
6.3.5 以服务为宗旨.....	28
6.4 完善产业布局，加快新兴产业发展.....	29
6.4.1 做大主导产业.....	29
6.4.2 完善辅助产业.....	31
6.4.3 培育新兴产业.....	32
6.5 保障措施.....	32
6.5.1 强化组织保障 升级管理体制.....	32
6.5.2 明确实施主体.....	32
6.5.3 优化投资环境.....	33
6.5.4 实行灵活的投融资政策.....	33

6.5.5 加大宣传营销力度.....	34
参考文献	36
致 谢	38
作者简介	39

第一章 绪论

1.1 选题背景、目的及意义

1.1.1 选题背景

近年来，文化创意产业在我国的发展也逐渐得到重视，2009年国务院通过了《文化产业振兴规划》，标志着文化产业已经上升为国家的战略性新兴产业，将成为国民经济的支柱产业。2016年5月11日《国务院办公厅转发文化部等部门关于推动文化文物单位文化创意产品开发若干意见的通知》印发以来，文化部、国家文物局确定或备案了154家试点单位，并作出系列工作部署。文化创意产业得到了快速的发展，许多大型城市，像北京、上海、深圳等在发展文化创意产业中做出了大量的贡献。在文化创意产业发展中，文化传媒基地发挥着重要的作用，它能够将一系列与文化关联的产业整合，产生产业规模集聚，文化传媒基地的竞争力在文化创意产业发展中表现的越来越重要。

随着经济水平的提高，人们物质层面的消费需求逐步得到满足后，往往会追求更高层次的精神文化方面的消费需求。城市的人均GDP达到物质层面的消费需求完全满足的水平之后，国民经济结构将会加速升级、经济水平不断增长、城市化水平不断提高。研究西方发达国家的文化产业，表明建立文化传媒基地可以作为发展文化产业的一个有效手段，并且在文化传媒基地发展战略中表现出突出的地位。文化产业的发展在我国得到越来越多的关注，文化传媒基地作为发展文化产业的重要途径之一，在全国各地得到了蓬勃发展，国内许多城市开始大力发展文化产业。在文化传媒基地发展的热潮中，北京、上海、广州、深圳、长沙、成都等城市的文化传媒基地已经形成了规模，园区充分发挥出集群效应，不仅带动了本区域的文化传媒基地发展，也带动了经济的发展。

有关数据表明，文化传媒基地发展速度较快的城市主要是北京、上海和深圳等，这些大型城市的文化传媒基地已经成为我国文化创意产业发展的标志。受到这些文化传媒基地发展的影响，国内其他城市也根据自身优势，结合当地的文化背景和需求，建立了具有各自特色的文化创意产业。2016年一季度数据显示，全国有超过一万个文化传媒基地已经建成或待建。我国文化创意产业的发展，需要从大量不同种类的文化传媒基地中汲取经验。目前，国内的文化传媒基地种类和数目繁多，归纳总结文化创意产业的发展现状对于指导下一步的文化传媒基地的发展具有重要意义，结合区域特征和文化产业需求，分析文化传媒基地的发展状况，总结文化传媒基地的发展经验，为今后我国文化传媒基地的发展提供有效的理论基础和支持。

1.1.2 选题目的及意义

理论意义：目前，国内外针对文化传媒基地问题的研究多倾向于对理论概念的界定，问题对策的探索等方面，针对地区规划性的案例较少，尤其是在典型案例研究中，针对新疆地区尤其兵团文化传媒基地发展的案例研究非常少，所以本选题有进一步研究的必要性。

实践意义：本文的选题从文化传媒基地这样一个非常细微的主体进行切入，试图用最具有针对性的案例找到发展的共性，解释如何进行产业园区的布局、如何进行产业园区的构建、如何推动文化传媒基地的可持续性发展。

兵团先进文化示范区（以下简称示范区）建设规划纲要，根据中央和自治区党委对兵团工作的新定位新部署新要求、兵团经济社会发展总体规划、兵团党委发挥稳定器大熔炉示范区作用的总体部署编制，主要阐明建设先进示范区的目的意义，明确先进文化示范区的目标任务、功能定位、责任主体、实现路径和保障机制，是各级党政谋划和推进先进文化示范区建设的基本遵循，是各级制定各类文化建设规划措施的基本依据，是各级各类文化责任主体履行先进文化示范区职能的检验标准，是各族人民群众的共同愿景。

新疆生产建设兵团坐拥丰富红色文化、中原文化和边疆文化资源的同时，也试图借此培育新的经济增长点。然而，兵团文化创意产业以及园区和基地建设尚处于萌发阶段，目前还缺乏具有指导性的文化传媒基地发展规划，从市场经营角度而言，也缺乏龙头企业，缺乏带动力强的大项目，面临着文化产业市场化程度低、投资不足、产业环境不配套等突出问题，要通过合理规划、优化布局 and 结构、发挥政策合力等途径引导兵团文化传媒基地健康有序发展。党的十八届六中全会中提出深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣，兵团党委在深入调研、考察借鉴的基础上结合兵团实际，决定在十二师五一新区建设“兵团文化传媒发展基地”。基于上述背景，本文将在研究问题的基础上提出对促进兵团文化传媒基地发展有借鉴性意义的建议，这也是本文选题兵团文化传媒基地的发展问题进行研究的实践目的与意义。为了增强研究的针对性与可行性，本文选择兵团文化传媒基地作为案例对象展开研究。

1.2 研究综述

国内外学者对文化传媒基地的研究主要包含了以下四个方面：

1.2.1 从文化传媒基地的概念角度切入研究

当代人类社会走向了一个全新的视觉经济时代和信息时代，美国的著名传播学研究人员贝尔吉曾经说过，人类从早上起床到晚上睡觉前都在被不同的媒体所包围，因此传播媒介已经成为人们生活中的重要的组成部分，而文化产业也成为我国的一项重要产

业。我国曾经经历过长期的无战略媒介发展时期，而当前当代文化产业的发展仍然处在理论与实践的重要探索时期。产业是社会对生产领域进行的行业划分。从经济学角度分析，文化产业与其他产业相似，能够满足公众的精神文化需求而且通过这一方式实现盈利的目的；而从产业本身的角度分析，文化事业单位具有事业单位的性质和行政事务职能，在进行文化产业研究改革之前不能按照文化产业研究进行定义划分，因此当前我国当代文化产业虽然在整体意识上朝着积极方向发展，但是在内部结构以及体制方面没有实现规范的企业化和集团化发展。而随着市场经济体制的不断发展和成熟，在文化产业研究改革的浪潮当中，全国各省市的文化事业单位都在尝试着进行文化产业研究改革。

英国学者提出文化产业研究特征主要表现在产业的信息需求在稳定增长，作为文化消费品的文化事业产品的资源集中度较高，文化产业有着较强的区域性特征，产品的采集、制作与加工以及信息的传递受到时间和空间以及区域内的社会环境以及风俗、语言等影响。文化产业发展进程中受到国家的政府机构、新闻出版等相关部门的监督和管制，形成了严格的内外部约束机制。

梁达《文化消费升势强劲文化产业发展迅速》的研究指出文化产业发展的重要前提条件表现在，各级政府部门改革的深化促使文化事业传媒行业的政企分开，而政府的相关部门也从传统的控制文化事业部门的经营当中脱离出来，开始朝着宣传方向发展，当代文化产业发展开始与市场需求接轨，行业内部从规范操作转向了法制化的管理，为文化产业发展提供了必要的法律依据。加入世贸组织之后，我国的文化产业开始受到世界传媒集团的冲击，当代文化产业开始打破内部的垄断局面，引入竞争机制，实现参与主体和利益主体的多元化，政企分离和制播分离。随着信息化的发展，三网融合的产生以及独立的运营单位，已经成为文化事业的彼此兼容的地方，突破了当下行业内的诸多垄断因素。另外随着文化产业结构的内部调整转换，电视行业的制作者开始产生了文化产业研究的意识，而文化事业作为特殊的产业类型，融合了科技信息、文化宣传和知识经济，尤其当前是知识经济社会，传媒行业已经成为带动经济发展的重要产业之一。论文通过研究分析当前我国文化产业发展的现状和存在的问题，解决了我国当代文化产业发展的原因和必要性，以及未来发展策略等重要问题。

1.2.2 从文化传媒基地集聚机制和发展模式的角度切入研究

郑玲莉在《文化产业集群形成机制及对策研究》一文中，对文化产业集聚的内在机理进行了详细分析，作者认为文化资源专业化、集聚化、根植性等特征形成文化资源的集聚性从而促进文化产业集群的产生，文化产业集聚有利于创意萌生。邵培仁、杨丽萍在《中国文化产业集群及园区发展现状与问题》一文中，将文化传媒基地地区划国内文化传媒基地的发展模式分为政策导向型、艺术家主导型、开发商主导型、资源依赖型、成本导向型、环境导向型等六种，并认为这六种类型不全是独立存在的，它们互相交叉和转换，从而大多都形成了复合式的园区发展模式。

1.2.3 从文化传媒基地典型案例的角度切入研究

道略文化产业研究中心从发展历程、建设规划、运营保障等三个维度多个方面对文化传媒基地进行了深入分析，并得出文化传媒基地发展的经验与面临的问题。张京成在《中国创意产业发展报告》中，针对应该的文化产业与文化传媒基地发展的政策问题进行了解读，理顺了英国文化产业与文化传媒基地发展的政策发展趋势，对本文的对策研究有一定的借鉴意义。这一系列从理论研究、政策引导等方面全面推进英国文化产业与文化传媒基地发展的经验值得我们学习。

1.2.4 从文化传媒基地发展存在的问题及对策的角度切入研究

张书在《兵团文化传媒基地的发展现状及存在问题》一文中，从地方文化产业集聚园区入手，认为兵团文化传媒基地存在园区建设缺乏特色、准入机制不规范、园区企业网络化联系缺乏、产业链不够完善等问题，文章从政策规划、融资体系的完善、专业创意人才的培养、制定知识产权保护系统等方面提出详细的策略。张坚、周慧琳在《浅谈文化传媒基地地区开发模式》一文中总结性提出，当前兵团文化传媒基地建设中存在着同质化严重、服务配套不完善、高端创意人才匮乏、园区管理缺失、产业链不完整等问题。常晔在《金融支持文化传媒基地发展问题研究》一文中分析文化传媒基地发展与金融支持相融合的理论基础，指出资本瓶颈是制约兵团文化传媒基地发展的重要因。

综上所述，西方发达国家文化传媒基地建设的实践表明，文化传媒基地建设是区域经济和城市经济的重要生长点，其功用日益显现，新疆和兵团进行文化传媒基地的大力发展是势在必行的。文献研究表明，目前对国内外文化传媒基地建设的研究，主要集中在文化传媒基地的概念界定、集聚机制和发展模式、典型案例、问题及对策等方面。但是在典型案例研究中，针对兵团文化传媒基地发展的案例研究非常少，所以本选题有进一步研究的必要性。

1.3 研究思路

本文研究目的旨在通过了解文化传媒基地及相关理论，在我国推进文化大发展大繁荣，促进文化产业大发展、快发展，推动文化与经济社会同步协调发展的大背景下，结合兵团文化传媒发展基地的现状和存在的问题，成因分析，找出应对的办法，完成相关论文，为改善新疆生产建设兵团乃至新疆区域内文化传媒基地发展的问题提供有价值的参考意见。

1.4 研究方法、创新点

1.4.1 研究方法

文献研究法,本文通过对文化传媒基地”的相关文献的查找,从理论上分析出“文化传媒基地”发展的重要现实意义。

案例研究法,案例分析法是帮助解决所研究问题的重要补充方法。本文在写作的过程中,拟选用北京、武汉、美国等发展案例进行实践调查与研究,增强文章的可操作性。

专家调查法,专门从事于文化产业建设相关工作的人员以及此类工作研究的人员对本文写作有较强的启发性,在论文写作过程中,拟与专家进行全面系统沟通,帮助完成论文写作。

1.4.2 本文创新点

以科学发展观为指导,以构建文化传媒基地为研究视角,以我国文化事业、文化产业、文化创意产业发展历程为背景,以培育和发展兵团文化传媒基地为主线,借鉴国内外文化传媒基地发展的理论应用和实践探索经验,针对案例对象新疆生产建设兵团文化传媒基地发展的实质问题深入剖析,从新疆和兵团独有的发展优势、发展特色、发展瓶颈问题展开思路,最终提出符合新疆生产建设兵团文化传媒基地发展特色的对策建议。

第二章 发展文化传媒基地的理论基础

2.1 主要概念界定

2.1.1 文化创意产业

文化创意产业(Cultural and Creative Industries), 是一种在经济全球化背景下产生的以创造力为核心的新兴产业, 强调一种主体文化或文化因素依靠个人(团队)通过技术、创意和产业化的方式开发、营销知识产权的行业。文化创意产业在各国定义不同, 有称为文化产业、创意知识产业、内容产业等。文化创意产业是第三产业的重要组成部分, 主要包括广播影视、动漫、音像、传媒、视觉艺术、表演艺术、工艺与设计、雕塑、环境艺术、广告装潢、服装设计、软件和计算机服务等方面。面对各地不断发展创意产业的现状, 文化创意产业凭借其安全性、可持续性等众多优势, 也成为了当今世界各国发展创意产业的重要议题。在我国文化创意产业的发展也是随着经济和社会的发展不断地发展。《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》就提出了国家发展文化创意产业的主要任务, 全国各大城市也都推出相关政策支持和推动文化创意产业的发展。《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》中明确提出要优化文化产业结构布局, 开发文化创意产品, 扩大中高端文化供给, 推动现代服务业发展。

2.1.2 文化传媒基地

文化传媒基地是一种致力于积极培育市场主体, 增强微观活力, 通过先进文化企业的示范、窗口和辐射作用, 引导促进文化产业持续健康快速发展, 不断提高文化产业的总体实力和竞争力的, 融各种文化事业和产业为一体的内容生产基地。总体上看, 文化传媒基地发展的历史虽然还比较短, 但发展势头良好, 数量增加的也快。

2.2 其他理论基础

2.2.1 集聚效应理论

文化产业集群模式作为一种区域经济发展的新型模式, 伴随着民间中小地域资源以及区域经济发展的需要, 已经在经济社会加速发展的步伐下, 也越来越受到了瞩目, 作为一种强化整体和集体优势的经济发展模式, 也越来越受到民间和政府的关注。其发展也经历了一定的历程。

目前, 文化产业集群模式已经在我国部分地区实行, 这个经济发展模式主要是综合地区内相关类型的产业中小地域资源进行加工生产。这种新型的发展模式在我国兴起的时间不是很久, 因此, 现在对于这个模式没有完全统一的评价标准。在其发展过程中,

虽然优势多多，但是也存在一定的问题，需要啊得到发展和解决。需要设计一套科学、完整、能够从多方位多角度反映集群特质的指标体系。

文化产业集群发展迅速，究其原因，也在于其有巨大的经济效益，主要体现在：集体优势提高了区域内整个产业的竞争能力；数量众多的中小地域资源配合加强了地域资源间的合作；整体优势下人才和产品生产技术的提高都有了进步也促进了地域资源自身效益的提高；实现了资源的合理和优化配置，区域内品牌效益明显。

第一，趋同性。在一定的地理区域中，围绕特定的地域资源开展活动，大部分的地域资源是围绕某一个特定的产业或者相关产业而进行开发、生产和销售活动的。

第二，抢占市场。虽然在集群发展中，都是以中小地域资源为主要对象，规模小、人数少、投资少。但是因为凭借着上下游生产链的链接关系，中小地域资源的产品却能在市场上有较高的占有率。

第三，互动性强。因为在整体优势和集群产品销售力的影响下，产品在市场上是由渗透力的，在集群发展中，根据地区不同、产品不同，因此。也会形成市场与产品的互动。

2.2.2 规模效益理论

马克思率先提出了规模经济理论，该理论认为提高劳动生产率必须以规模化生产与分工协作为前提，通过产供销的联合，可以有效的降低生产成本。从我国的国情看，文化基地建设可以形成产业集聚，具有规模经济效益。通过将分散的文化企业、个体经营好统一到文化基地中，形成规模经营。一方面可以使整个产业系统获得规模优势，提高生产率和规模效益，另一方面，可以提升文化基地的综合竞争力，加快文化基地的发展。

2.2.3 区域比较优势理论

文化传媒基地具有的区域属性也就决定了在实施发展的阶段要重视其比较优势。目前，区域内的文化传媒基地发展中有重点开发的利益关系。这种相对立的现象最后的结果可能是地方政府不愿意承担发展文化传媒基地投入与管理的责任。面对比较优势，科学发展观是根据该地国家的基本国情和构建方案发展需求，提出的具有前瞻性的正确的发展原则，在改革开放和深化社会主义行政合作改革的过程中，为了保证发展方向的正确，为了坚持一条可持续发展的道路。

2.2.4 区域分工与协作理论

亚当·斯密首先提出了劳动分工的观点，并全面阐述了劳动分工对国民财富的巨大作用，这对后来的社会分工理论有着重要影响。马克思认为，分工促进了协作，协作既提高了个人生产力又创造了一种生产力。区域分工与协作理论是西方国家继新公共管理之后政府改革的新理论，可持续发展是一种注重长远发展的经济增长模式。区域分工

与协作理论是政府制定公共政策、行使公共服务职能以弥补市场缺陷的副产品，它是由政治过程产生，通过改变交易规则或产权控制从而间接改变市场性不平衡发展性，造成相应的成本和收益转移的现象。

第三章 新疆生产建设兵团文化传媒基地发展现状

3.1 兵团文化传媒基地发展背景

3.1.1 政策背景

以习近平同志为核心的党中央要求兵团要真正成为安边固疆的稳定器、凝聚各族群众的大熔炉、先进生产力和先进文化的示范区，是我党治疆方略的重要组成部分，是对兵团使命的新定位新概括，是兵团必须担当的历史责任，充分体现了党中央对兵团的高度重视和充分信任。稳定器、大熔炉、示范区三者是一个相互联系、互为依托、相互作用的有机整体，先进文化示范区为稳定器、大熔炉的作用发挥提供文化条件、智力支持和精神动力，文化的力量有利于增强稳定器的实力，文化的作用有利于强化大熔炉的功能。

新疆正处在全面建成小康社会的关键时期和“三期叠加”的特殊时期。把兵团建设成为先进文化示范区，是维护新疆社会稳定的现实需要和实现新疆长治久安的基础工程，是补齐兵团及新疆文化发展“短板”、全面建成小康社会的紧迫任务，是满足各族人民群众日益增长的精神文化需求的有力举措，是把新疆打造成为丝绸之路经济带核心区科技文化中心的重要途径，是建设中国文化走出去西部通道的重要路径，是坚持“国家利益就是兵团利益，新疆大局就是兵团大局”应有的责任担当。

兵团文化担负着对内凝聚奋斗力量、提供精神动力，对外发挥文化引领作用、维护国家文化安全的双重职能，是兵团履行屯垦戍边使命、发挥“三大作用”的重要内容。兵团文化实力是屯垦戍边综合实力的重要组成部分，统筹推动文化事业和文化产业的大发展、快发展，增强兵团软实力，是兵团更好发挥在新疆引领先进文化作用的重要途径，是实现跨越式发展和长治久安的重要任务。

长期以来，由于历史等多方面原因，兵团文化产业发展基础差、规模小，人才缺、实力弱，整体发展滞后。文化产业发展现状与兵团军垦文化积淀不相称，与担负的职能任务不相协调，与职工群众日益增长的精神文化需求不相适应。同时也要看到，加快兵团文化产业发展具有诸多有利条件。中央关于建设社会主义文化强国的战略决策，国家支持文化发展的相关政策，各支援省(市)将文化援疆纳入对口支援范畴的实际行动，等等，为发展兵团文化产业创造了良好的文化环境；兵团 60 年屯垦戍边伟大实践和新疆丰富多彩的文化资源，是发展兵团文化产业的坚实基础；兵团大力推进“三化”建设，为发展兵团文化产业搭建了广阔平台；职工群众日益增长的精神文化需求，为发展兵团文化产业提供了巨大空间。

3.1.2 文化背景

把建设文化产业园区，放在国家推进社会主义文化大发展大繁荣的大背景下，放在新疆文化发展的格局中，放在兵团经济社会发展的全局中来看，既是顺应大势之举，又有紧迫现实所需；既面临难得的良好机遇，又具有坚实的文化基础；既有建设的必要性，又有建成的可行性。

强大的动力牵引。习近平总书记在视察兵团时，要求兵团要真正成为安边固疆的稳定器、凝聚各族群众的大熔炉、先进生产力和先进文化的示范区，这是对兵团的政治嘱托和政治要求，也是兵团的政治任务。三大功能是一个相互依存、相互作用的有机整体，示范区是发挥稳定器大熔炉作用的坚实基础和有力依托。但从现实情况看，无论是自身生产力和文化的发展水平，还是发挥示范引领职能的程度，都与示范区的要求还有相当大的差距。建设文化(科技)产业园区，既能为推动兵团先进生产力和先进文化的发展起到龙头带动作用，又能为发挥示范引领作用提供支撑平台。从这个意义上，建立园区，是落实党中央和习近平总书记对兵团政治要求的具体举措，也是事关兵团职能作用发挥的政治工程。党中央和习总书记对兵团工作的一系列重大部署和要求，为园区建设提供了科学依据、行动指南和强大动力。

明确的方向指引。党的十八届五中全会《建议》中明确提出了全面小康的一系列新的目标要求，其中文化建设方面重要的目标要求是“文化产业成为国民经济支柱性产业”。这是继党的十七届六中全会、党的十八之后，中央文件再次提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业。实践证明，发展文化产业是市场经济条件下满足人民多样化精神文化需求的重要途径，也是适应经济新常态、加快经济发展方式转变的重要举措。据统计，2014年文化产业占国民经济比重达到3.77%，增长速度明显高于同期国内生产总值增长速度。建设文化产业园区，是加快培育骨干文化企业、完善现代文化市场体制、发展新型文化业态、促进文化产业结构优化升级的内在要求，是推动文化产业快速发展的必要举措，是顺应国家经济发展大势的必然选择。

有力的政策支撑。早在2009年国务院就出台了《文化产业振兴计划》，明确了发展文化产业的指导思想、基本原则、重点任务和保障措施，之后中央国家有关部门又相继出台了发展文化产业的若干专项文件、支持文化企业发展的税收优惠政策和金融扶持政策，中央财政专门设立了“扶持文化企业发展专项资金”，使文化产业的发展环境不断优化，支撑政策不断完善。这一系列政策措施，既是建设文化产业园区的政策依据，又是制定兵团文化产业发展政策措施的基本遵循。

强劲的战略带动。“一带一路”既是经济之路，又是文化之路；既是商业贸易的经济带，也会是文化产业的经济带；既是中国文化对外展示的重要窗口，也是中国文化走出去的西部通道。新疆作为“丝绸之路”经济带上的核心区，确定了打造“五大中心”的战略目标，其中之一就是“科技文化中心”。一方面，为我们对外展示兵团、展示兵

团乃至中国文化科技发展成果提供了契机，沿路国家对中国文化、中国文化产品兴趣日益浓厚，无论是接受文化及相关产品的定单加工还是输出文化科技产品、文化科技服务，对兵团来说都是商机无限。另一方面，也要求我们开设集中展示的“窗口”，搭建相互交流的平台，提供产业合作和文化商品贸易的载体。产业园区集展示、交流、贸易等多种功能于一体，必将成为新疆“科技文化中心”的重要组成部分，必将成为“一带一路”上的重要文化科技产业和文化科技贸易、文化科技交流的基地。

广阔的市场前景。新疆的文化产业滞后全国，同时也寓示着巨大的发展空间；新疆的文化市场发育不全，同时也寓示着众多的市场先机；随着国家向西开放和援疆战略的深化实施，新疆的文化产业市场将不断扩大，“一带一路”的沿路地区和国家将有更多的文化产品需求，而新疆目前尚没有一个成规模的文化（科技）产业园区，这也寓示着文化产业园将赢得市场先机。产业园区的建成，必将吸引国内外的众多文化企业入驻兵团投资兴业，也必将带动和引领兵团文化产业与国际接轨。

旺盛的供给需求。旺盛的需求，是文化产业的强大拉力。富裕起来的人民群众已不满足传统的文化娱乐方式和文化消费，渴望有更高层次、更加丰富的精神文化生活和文化产品，渴望享受到国家文化发展繁荣的成果，而从新疆、兵团目前的文化产品供给情况看，显然难以满足大众的需求。加快兵团文化产业发展，为新疆各族群众提供丰富的精神文化产品和多样性的文化服务，必将牵引、推动兵团文化产业的发展。因此，建设文化(科技)产业园，既符合供给侧结构性改革的要求，也是适应人民大众文化需求的惠民举措。

3.1.3 实践背景

建设先进文化示范区，兵团具有良好的现实基础、发展潜能和外部条件。融红色基因、中原文化、边疆风情于一体的兵团文化，是中华优秀传统文化在边疆地区的发扬光大，继承了中华民族特有的理想信仰、精神追求、价值准则，传承了中华民族的文化基因；是中国共产党领导下的新中国屯垦戍边创新实践的结晶与升华，具有独特的思想内涵；是中国革命文化的延续和发展，传承了井冈山精神、长征精神、延安精神、西柏坡精神和抗战精神的精神内核，具有革命文化独有的精神特质和先进本质。兵团文化的精神内核、价值取向和价值追求所具有的民族性、革命性、先进性，是建设先进文化示范区和发挥文化引领作用的决定因素。

兵团文化秉承了中华文化兼容并蓄的文化品格，在 60 多年的屯垦戍边实践中，始终高举中国特色社会主义文化旗帜，汇聚吸收中原文化与边疆文化、南方文化与北方文化、汉族文化与少数民族文化、历史文化与现代文化、以及世界文明的发展成果，创造了以先进生产力和生产方式为代表的物质文化，以党政军企合一为存在形式的制度文化，以兵团精神为主要内容的精神文化，以多种文艺形式繁荣发展为标志的艺术文化，

以站在教育科技制高点为标志的科教文化，以戍边维稳为神圣使命的军垦文化，以及城市文化、校园文化、企业文化等多种文化形态。丰富的文化内涵，是建设先进文化示范区的坚实基础。

60多年来，兵团始终以主动担当的文化自觉，积极发挥先进文化的示范引领、辐射带动作用，为新疆注入了崭新的政治文明，开创了现代农业文明，开启了现代工业文明，发展了新疆生态文明，带来了现代社会文明。新时期特别是中央新疆工作座谈会以来，兵团积极推进兵地融合发展战略，不断丰富示范引领的内涵，拓宽文化共建的途径，加大各民族文化交流力度，为建设先进文化示范区积累了经验。

党的十八大以来，中央高度重视新疆和兵团的文化建设，不断加大对新疆和兵团文化的投入，纳入对口支援的总体规划，在重大政策、重大文化工程项目、人才培养和资金上给予倾斜支持。对口援建兵团各省市加大文化援建力度，大力开展文化交流合作，促进了兵团文化的发展。兵团党委把文化建设纳入经济社会发展的“五位一体”总体布局、纳入领导班子和领导干部的绩效考核体系，出台推动文化繁荣发展、加快推进兵团文化产业发展、构建公共文化服务体系、提升公共文化服务能力水平等一系列重大举措，引导各方面力量和生产要素向文化集聚，创造了有利于先进文化示范区建设的良好氛围和条件。

与此同时也必须清醒的看到，兵团文化发展现状与发挥示范区作用存在明显差距。兵团宣传文化工作体制机制不顺、机构不全，必将导致示范区的功能缺位；队伍数量不足、素质不高，必将导致示范区建设缺乏有力的人才支撑；公共文化服务体系和思想文化阵地缺项较多、覆盖面不广，必将导致示范区示范带动能力有限；文化产品原创和输出能力不强、活力不强，必将导致示范区的服务供给功能弱化；文化产业底子薄、实力弱，必将削弱示范区的辐射带动功能；尤其是对真正成为先进文化示范区的认识不足、重视不够、行动不力，直接影响建设示范区的积极性、主动性和创造性。为此，必须进一步增强文化自觉，提升文化自信，不断强化建设先进文化示范区的紧迫感、责任感和使命感。

随着改革开放以及我国经济的发展，文化产业有了快速的进步，实力快速增强。我国也正在成为一个传媒大国，尤其是加入世界贸易组织之后，文化产业的发展正在面临着极大的机遇与挑战。在参与国际竞争的过程当中，从适应文化产业的全球化角度分析，我国的文化产业研究已经成为必然的趋势，但是在发展过程中仍然面临着种种问题。

围绕兵团全面建成小康社会的目标任务，进一步优化文化产业发展环境，增强传统文化产业活力，加速发展新兴文化产业，繁荣文化市场，提高职工群众文化消费水平。建立具有较强集聚效应的重点文化产业园(区)，培育一批具有后发优势的骨干文化企业，打造一批具有鲜明兵团特色和新疆地域特色的重点文化产品。文化产业在调结构、转方式、促发展中的作用显现，文化产业增加值在生产总值中的比重到2015年达到2.8%，2018年接近5%，2020年达到5%以上。

3.1.4 现实背景

兵团全面建成小康社会需要文化产业的加速发展。兵团提出 2018 年率先在西北地区全面建成小康社会，从目前文化指标的实现情况看，无论是文化事业还是文化产业、特别是与“成为国民经济支柱性产业”的要求比差距还比较大，表现为：文化市场发育不全，缺乏支柱文化企业，文化产业规模小、效益低，现有文化企业均为传统的文化服务业和文化产（用）品制造业，缺乏强劲市场竞争力。文化与相关产业尤其是文化与科技融合度不高，缺少现代科技文化产品和具有兵团特色的文化产品。文化及相关产业增加值占生产总值的比重 2013 年为 1.03%，2014 年下滑到 0.83%，与 2018 年达到 5% 的预期目标相差甚远，必须加快补齐文化产业这块“短板”，确保兵团如期建成全面小康。

兵团经济转型升级需要文化产业的拉动支撑。文化产业是国民经济的有机组成部分，既直接推动文化产品创作、生产、传播、消费，日益与旅游、体育、信息、物流、建筑、设计等产业融合，在经济社会发展中的地位和作用越来越突出，特别是与其它产业相比，文化产业具有创意性、引领性、低投入、低消耗的鲜明特点和优结构、扩消费、增就业、促转型、可持续的独特作用。经济新常态下，文化与经济日益交融，相互促进，已成为不可逆转的大趋势，文化产业已成为新的经济业态。尤其是在供给侧结构性改革中，发展文化产业对于寻找新的经济增长点、调整经济结构、改善供给矛盾，具有十分重要的现实意义。建设文化产业园带动文化产业发展，对于兵团经济发展至少具有四个方面的直接作用：一是有利于优化兵团经济结构和产业结构。在推进“三化”建设过程中，兵团党委下大力气调整经济结构和产业结构，目前三产比例已从“十一五”期间的 36: 34: 30 调整为“十二五”末的 22: 45: 33。这个比例仍然具有较大的调整空间，尤其是需要增加第三产业的比重。文化产业是现代服务业的重要组成部分，既为生活服务，又为生产服务。文化产业，能为兵团特色农产品提供深加工、精包装和宣传服务，延伸产业链，增加附加值；能为工业企业提供产品设计、包装、宣传服务，提升工业经济效益；特别是文化创意，是推动其他相关产业发展的重要动力，文化与科技结合，能够催生新业态、形成新产业；同时，能够充分利用新型工业化、农业现代化的发展成果和平台，发展特色军垦农业、工业文化旅游产业。因此，抓住了文化产业，就抓住了优化产业结构和经济结构新的突破口。二是有利于兵团增加就业、扩大创业。随着兵团城镇化进程的提速，大批一线农业生产职工将“洗脚上岸”，向城镇聚集；随着兵团影响力、凝聚力和吸引力的增强，大批兵团职工子女从学校、打工的内地返回兵团，大量内地就业困难的高校毕业生也奔赴兵团谋求创业的机会。这些都为扩大创业、增加就业提出了新的要求。文化产业投入更多的是智力资源，产出的是知识产权，不需要更多厂房和土地就能够创造很多的就业机会。三是有利于兵团的可持续发展。兵团经济发展面临的资源、能源、环境等瓶颈制约越来越突出，尤其是在有限的土地资源不能再大量开发、占有的矿产资源有限、保护生态责任重大的情况下，如何走出一条可持续的资源节约型、

环境友好型发展道路，是必须面对和解决的难题。而文化产业的一大特点就是资源消耗低、环境污染小，是受资源、能源、环境制约不大的新型产业之一，最能够实现人与自然协调发展，是典型的低碳经济、环保经济、绿色经济。这与兵团选择的科学发展路径具有高度的一致性。因此，抓住了文化产业，就可以进一步推动兵团走可持续的健康发展之路。四是有利于提升“城镇化”的质量和水平。城市(镇)是文化的载体，文化是城市(镇)的灵魂，文化产业是城市(镇)发展的重要产业支撑。发展文化产业，有利于完善城市(镇)功能，有利于激活城市(镇)的创业和就业，有利于提升城市的文化魅力。建立文化产业园区，是推动兵团文化产业的必要举措，必将直接为兵团的经济社会发展提供有力支撑和较大贡献。

发展兵团文化产业需要一个牵引带动的“龙头”。借鉴全国各地发展文化产业的共同经验：一是以园区基地建设提升文化产业规模化、集约化、专业化水平。普遍把文化园区作为文化产业发展的平台，打造龙头文化企业，拉动区域内文化产业的整体发展。如西安曲江文化产业园，已聚焦了近 2000 家文化企业入驻，构筑起庞大的文化产业群，形成了强大的产业凝聚力，产生了良好的经济和社会效益，成为国家级的文化产业园区。二是以独特文化资源打造特色文化产业。深入挖掘本地的历史、文化、民族、山水文化资源，打造文化产业亮点。以《印象刘三姐》为代表的“印象系列”，就是其中的成功之作。三是以文化与科技的融合打造新的文化产业业态，促进文化产业转型升级。通过文化与科技融合，提高文化产业自主创新能力，提升文化内容和形式的表现力、感染力和吸引力，改造传统文化产业，催生新的文化业态，推动文化产业结构升级。动漫、网络游戏就是文化与科技融合的产物，北京中关村、深圳华强的动漫产业城是其中的典型代表。四是以重点行业带动文化与相关产业的共生共荣。文化与旅游、体育、设计、制造、商贸、休闲、餐饮、养生健身、养老益寿等相关产业紧密结合，形成以文化内容消费为核心的产业链和产业群。兵团文化产业的最大症结在于没有“龙头”产业的牵引，没有骨干企业的带动，没有孵化文化企业的基地。建设产业园，就是打造龙头产业、培育骨干企业、构建孵化基地的具体举措，有利于提升兵团文化产业的集约化、专业化、现代化水平。

文化领域的供给侧改革需要一个高层次的生产供给基地。供给侧结构性改革，是适应和引领经济发展的新常态的重大创新，是适应国际金融危机发生后综合国力竞争新形势的主动选择，是适应我国经济发展新常态的必然要求，对文化领域的改革同样具有很强的现实针对性，同时也对提升文化供给能力、提高文化产品供给质量和效益、打通文化供给要素流动通道提出了严峻挑战。从供给侧看当前文化供给与人民群众需求之间的矛盾，一方面传统的文化产品因缺乏内涵和创新已不能满足人民群众日益增长的精神文化需求，另一方面符合人民群众所要的现代化、多样性文化产品又缺乏生产供给，再一方面由于流通渠道不畅，已有的文化产品供给不平衡，难以送到所需的人民群众面前。建立文化产业园区，将有利于传统文化产品的升级换代，有利于丰富人民群众所需现代

文化产品的生产供给，有利于通过市场手段畅通文化产品流通渠道，从而消解各族人民群众文化需求旺盛与文化产品供给不足、供给不畅的矛盾。

发挥先进生产力与先进文化示范区作用需要一个集中展示的窗口。示范区是一个复合概念，既有公共文化服务的惠民服务，也有文化产业发展的示范带动；既有中华优秀传统文化的无形传承，也有先进科技文化的有形传播；既要能起到示范引领作用，又要具备融合发展的能力。建设一个用现代理念主导的、集先进文化和现代科技于一体的产业园区，既包含理念、价值、精神等意识形态层面的引领，又是文化创作、生产、创播等物质形态方面的示范；既有助于强化示范区的精神价值引领功能、优秀中华文化的传承功能、先进文化的传播功能，也有助于强化示范区的文化惠民服务功能、助力发展的经济功能和示范效应功能，有利于示范区作用的充分发挥，具有一举多得之效。

丝绸之路核心区建设需要文化先行。新疆是国家的西陲边疆，又是亚欧的地理中心，毗邻八国。在中国成为世界经济大国、外交强国、国际事务自觉担当者的大背景下，新疆作为丝绸之路经济带的核心区，成为周边国家解读中国外交政策、判断中国经济发展走向、观察中国社会形势变化、研析中国文化气象的“窗口”，成为与中国展开贸易和外交的“热点”，成为学习中国经验、中国文化、中国科技的“捷径”，其地位和影响越来越大。而文化最具影响力和感染力，是经济和外交的桥梁和纽带，加之受跨国民族的影响，周边国家与新疆文化有许多共同点和相似处，更应成为核心区建设的先行方面。建设一个面向丝绸之路沿途各国的文化产业园区，将为关注中国的周边国家提供一个观察了解中国政政治、经济和文化的“样板”，以文化交流带动经济贸易和国家外交。同时文化园区在国际文化交流贸易方面的成功实践，也有助于坚定各国和地区共同建设、经营“一带一路”的决心和信心。

3.2 兵团文化传媒基地发展状况

3.2.1 发展基础

日益浓厚的文化自觉氛围。兵团自成立之日起，就有建设文化和担当文化引领的高度自觉性。党的十七届六中全会以来，兵团党委在推动文化发展上进一步形成共识、加大力度，先后出台了推动文化发展繁荣的意见、加快推进兵团文化产业发展的意见、设立了文化产业发展专项基金，特别是今年，围绕加强兵团重大文化工程建设、完善公共文化服务体系、改善公共文化服务等方面出台了一系列文件。在兵团党委的引导下，各级对文化建设的重要性紧迫感认识越来越深刻，对兵团示范区的定位越来越准确，对文化建设的投入保障越来越到位，各级领导干部特别是主要领导把文化建设作为“一把手工程”来抓，像抓经济建设一样抓文化建设，像开发工业产业一样开发文化产业，像改善民生一样实施文化惠民，把文化建设纳入经济社会发展的总体布局，纳入领导班子和领导干部的目标考核体系，引导各种力量和生产要素向文化集聚，文化的自觉意识越来越

越强、氛围越来越浓，为建设文化(科技)产业园区提供了组织保证。

深厚的文化底蕴。兵团文化及丝路文化的先进性、丰富性和独特性，为建设产业园区提供了文化条件和坚实依托，具体体现在四个方面：一是先进的精神内核使文化产业园具有了文化之“魂”。以兵团精神为核心的兵团文化，继承了中华民族特有的理想、信仰、精神追求、价值准则，传承了中华民族的文化遗传和精神基因，承接了中华民族仁爱、厚德、大同等思想精华；是中国共产党屯垦戍边理念的物化与形化，是党领导下的屯垦戍边创新实践的结晶与升华；与中国革命文化一脉相承，又不断发扬光大。兵团文化的精神内核成为兵团人的共同价值取向和价值追求，也必将社会各界和各族人民群众所认同和珍视，为文化产业园发挥社会效益奠定了文化基础，提供了思想保证。二是丰富的文化内涵使文化产业园具有了创意之“源”。兵团 60 多年的屯垦戍边史，也是一部文化发展史。融红色基因、中原风情、边疆特色为一体，创造了以先进生产力为表现形式的物质文化，以党政军企合一为存在形式的制度文化，以兵团精神为主要内容的精神文化，以多种文艺形式并存的艺术文化，以站在科技制高点为标志的科技文化，以戍边维稳为神圣使命的军垦文化，以及城市文化、校园文化、企业文化等多种文化形态。这种包容性、丰富性的文化特征，正是文化创意产业所要求的文化特质。因此，具有丰富内涵的兵团文化，是文化产业园打造特色文化产业的创意之源、创新之本、创造之根。三是生动的文化载体使文化产品创作具有了可发掘之“矿”。兵团文化植根于丰富的屯垦戍边实践之中，波澜壮阔的屯垦戍边实践是承载兵团文化的载体。60 年屯垦戍边历史，既是战胜自然、开垦荒原、建设生态的创业史，又是弘扬民族精神、发扬时代精神、形成兵团精神的心灵史；既有建设边疆的艰苦卓绝，又有保卫边疆的牺牲奉献；既有波澜壮阔的历史画卷，又有可歌可泣的人间故事，为包括小说、戏剧、美术、书法、摄影、电影、电视剧、动漫、游戏在内的一切精神文化产品的创作生产提供了取之不尽的素材，是发展文化产业难得的资源宝库。四是多元的文化汇聚使文化旅游具有了可造可赏之“景”。从文化视角看，丝绸之路是中华文化、印度文化、阿拉伯文化、欧洲文化的交流之路，是佛教、伊斯兰教、基督教、天主教等宗教文化的传播分化之路，也是各民族文化的交融之路，形成了多元多样文化相互融合影响的独特景观，成为丝绸之路独特文化魅力所在。这些文化现象，既是打造文化景观、发展文化旅游不可多得的宝贵资源，也是进行文艺创作和文化产品创作生产的多彩素材，更是开展国际文化交流、文化研究的宽广领域和永恒课题。将各种文化元素、文化景观集于一园，必将成为丝绸之路上一道独特的文化风景线，成为一个国际性的文化交流平台。

多样的文化元素。新疆，诞生过远古神话传说，上演过群雄纷争的人间活剧，经历了沧海桑田的历史变迁，留下了大量蕴藏着人类、历史、文化信息的遗迹，两千多年屯垦戍边历史贯穿其中，在兵团辖区内就有不可移动文物 526 处，有的是神话传说的发源地，有的是西域古国的遗址，更多的是中华民族在这里繁衍生息的深深足迹，既有中华民族共同开展西域的历史见证，又有两千多年屯垦戍边的历史踪迹；既有中华文化传

播的历史脉络，又有各民族文化共同发展的大量信息，是增进“五个认同”的历史教材和铁的见证。不仅具有很高的社会价值，而且具有极大的文化旅游开发价值。兵团近 60 年屯垦戍边，从地窝子到高楼林立，从二牛抬杠到现代化农业，从手工做坊到现代工业，从第一栋楼到数座城市……见证着新疆科技文化的发展、时代的变迁和社会的文明进步。这些遗址、遗迹和成就，不仅是新中国屯垦戍边事业的历史见证，也是兵团精神、兵团文化的载体。还有在各族职工群众中传承的 5 项国家级、24 项兵团级非物质文化遗产项目，承载着人类文化的基因。这些既是开发红色文化旅游和特色旅游的基础，又蕴藏着文化产业的巨大潜力，为建设中国屯垦戍边博物馆、建设文化产业园区、开发文化产品提供了丰富资源。

良好的文化条件。党的十八大以来，中央把促进新疆、兵团的文化发展，作为维护新疆社会稳定、实现长治久安的基础工程和“灵魂工程”，加大文化发展的投入支持力度，纳入对口支援的总体规划，专门成立“宣传文化小组”，具体组织实施宣传、文化、广电、新闻出版的对口援建工作，每年分别召开一次对口援建工作会议，在重大政策、重大文化工程项目、人才培养和资金上给予倾斜支持。启动了环塔里木文化传播与共建共享工程、“一带一路”文化发展工程、基础设施覆盖工程、边境文化长廊工程。在中央的统一领导下，对口援建兵团的十省市把文化援建纳入对口支援的总盘子，设立专项资金，给予项目援建，助力人才培养，开展文化合作互动，提供智力和技术支持，为加快兵团文化产业发展提供了机遇，也为园区建设创造了条件。

坚实的科技支撑。兵团科技在新疆一直处于领先地位，有着丰富的科技资源和科研成果。现有独立科研机构 18 个，各类重点实验室 15 个，工程技术研究国家级中心 1 个、兵团级 23 个，重点领域科技创新团队 20 个，国有独立科研机构 18 家，各类专业技术人才 15 万余人，拥有 27 项国家科技进步奖、授权专利 4124 件，农作物优良新品种 484 个等科研成果，特别是美利奴羊繁育、棉花栽培、节水灌溉、机采棉等先进技术，具有极高的推广应用价值，为科研成果向科技产业转化、进行国际科技交流和科技产权交易，奠定了坚实基础，为园区发展科技产业提供了有力的技术支撑。

3.2.2 发展规模

兵团文化传媒基地占地面积 191 亩，总建筑面积 98573 m²，总投资 116634 万元。主要由兵团新闻出版大厦、广播电视制播中心、文化艺术中心三部分组成。其中，新闻出版大厦建筑面积 15560 m²，项目投资 8557 万元；广播电视制播中心建筑面积 38939 m²，项目投资 50825 万元；文化艺术中心建筑面积 44074 m²（因剧院座位数增加，扩大面积 2372 m²），项目投资 57252 万元。文化传媒发展基地涵盖兵团日报社、兵团广播电视台、当代兵团杂志社、生活晚报社、胡杨网、兵团歌舞剧团、杂技团、秦剧团、豫剧团、兵团文化馆等兵团直属宣传文化单位。建设项目包括报、刊、台、网采编、制作、演播、传输等媒体设施，还包括兵团文化馆、演艺大厦、中型剧场（暂定 1143 座）、

音乐厅、电影院等文化设施，还具备艺术创作生产、出版发行、影视制作、文艺演出、宣传教育、社会服务等功能。

远期规划将拓展为打造“一个中心”（兵团文化中心）、“四大示范区”（现代化小城镇、现代农业、创新创业产业集聚、先进文化示范区）、“五大基地”（现代农业示范基地、文化传媒基地、生态文化基地、基础教育基地、创新创业基地），“七大产业”（文化传媒、基础教育、都市农业、生态旅游、康复养老、金融服务和现代商业），使其发挥乌昌腹心地带的独特区位优势 and 资源优势，成为聚业兴业的黄金区域。

3.2.3 功能定位

兵团文化传媒基地作为兵团重点规划布局的发展动力引擎，既要为推动兵团先进生产力和先进文化发展起到龙头带动作用，又要为发挥示范引领作用提供支撑平台。坚持以“文化+”为发展理念，以文化为灵魂，以产业为载体，注重文化传播与产业带动功能兼备，把传播弘扬中华文化、社会主义先进文化和兵团文化的主体功能贯彻于文化产品创作生产供给之中，促进传统文化、先进文化、红色文化与产业业态有机融合，促进中国文化与世界文化的交流交融。具备以下六大功能：1、先进生产力和先进文化的示范窗口。把先进文化和科技熔铸于园区建设之中，熔铸于每一个文化(科技)企业之中，熔铸于文化产品的创作生产和科技产品的研发之中，使每一个企业、每一个项目都成为先进生产力和先进文化的代表。全力打造承载和传播中华优秀传统文化的有形载体和平台，通过建设专门展馆、文化会展等途径，聚合中华民族民俗民间文化艺术，用通俗易懂的语言、群众喜闻乐见的方式、形象生动的文艺作品全面推介、展示和宣传优秀传统文化。整合各类传播资源，创新现代传播手段，建立完善现代传播体系，扩大中华优秀传统文化和先进文化的传播。推动文化(科技)内容形式的创新，探索更好发挥示范作用的路径方法，把园区打造成为先进生产力和先进文化的承载高原、传播高地和示范窗口。2、文化产业企业的孵化培育基地。着眼促进文化创意形成、培养文化产业企业和企业家，把园区建设成为文化产业企业的孵化基地。积极借鉴国内外孵化器的成功经验，创立形成多样的孵化模式。以兵团文化创业企业为主要服务对象，提供创业培训、辅导、咨询以及政策、法律、财务、企业管理、人力资源、市场推广、加速成长等方面的服务，提供经营场地和共享设施，为有意创业的团队、作家和艺术家、企业家提供政策和资金等多方面的扶持。优化有利于文化创意、创业的环境条件，为文化企业提供全方位、多层次和多元化的一站式服务，广泛吸收企业入驻。针对文化与科技融合产业，建立公共技术服务平台和专业服务体系，不断提升服务质量和水平。3、“文化+”产品的创新与生产基地。坚持文以载道与业以载道相统一，以“文化+”的理念为引领，促进文化产业与文化产品的转型升级，发展具有创意性和创造力的文化产业和产品。重点开发具有丰富文化内涵、自主知识产权和国际竞争力的影视、动漫、游戏产品，开展直抵世界科技发展前沿的科技试验和产品研发。4、文化贸易与文化合作的交流平台。重点建设以历代

屯垦戍边文化展示和研究基地，以文艺创作、文艺培训、文艺演出、文艺交流为重点的中外文化艺术创作交流基地，以非物质文化遗产传承保护为重点的文化遗产展示及保护交流基地，广泛开展国际国内的文化交流活动。着力构建国内外文化产品版权交易、文化会展、产业融资、文化贸易等贸易支撑平台，为国内外文化企业提供文化商品出口加工、国际贸易与仓储等服务，将园区打造成国际文化产品贸易中心。5、都市文化旅游和文化消费的体验中心。推进文化和旅游深度融合，打造满足国内外各层次游客的都市田园、生态健身、休闲娱乐的文化旅游项目，推出群众乐于消费的文化项目和产品，打造具有丰富文化内涵的旅游环境和独具特色的城市旅游品牌，建设首府游、购、娱、吃、住、行俱佳的旅游目的地。

3.2.4 基地经济文化价值

牢牢把握国家实施“一带一路”战略和新疆核心区建设的重大机遇，着眼建设先进生产力和先进文化示范区及各民族共有精神家园，遵循“五大发展理念”，瞄准国际国内文化(科技)产业发展方向，依托兵团文化的深厚底蕴和科技资源优势，以传播弘扬优秀传统文化为使命，以先进生产力和发挥先进文化示范引领作用为己任，以集聚文化(科技)产业要素、发展新型文化(科技)产业业态、培育重点文化(科技)骨干企业、创作和提供特色文化精品为目标，以开放联动、融合互助、示范带动、创新驱动为发展路径，打造中华文化氛围浓厚、兵团文化特色突出、牵引驱动有力、集聚效应显著的先进生产力和先进文化的示范窗口，文化(科技)产业的乳化培育基地，文化贸易与文化合作的交流平台，都市文化旅游和文化消费的体验中心。

3.2.5 发展规模

现期(2016-2018年)，成为全疆示范。完成详细规划和专项规划，启动实施一批重大基础设施工程，培育和引进一批龙头企业，建设一批文化旅游重点项目，空间发展框架初步形成，文化(科技)产业发展政策环境基本配套，新兴文化(科技)产业形态初步形成，实现文化产业增加值10亿元，建成新疆第一个文化产业的示范园区。

中期(2019-2023年)，实现全国示范。特色文化产业体系基本形成，全面实施中华文化传播、产业发展、文化创作、文化交流、文化论坛、文化旅游、医疗养生养老等特色精品项目，建成独具特色的文化产业基地和文化创新发展高地，实现文化产业增加值20亿元，成为国家级文化产业示范园区。

远期(2023-2028年)，扩大国际影响。成为中华优秀传统文化现代复兴的窗口，成为丝绸之路经济带上国际文化交流战略平台，成为中华文化和兵团文化走出去的重要窗口和通道，打造若干全国知名文化产业品牌，实现文化产业增加值50亿元，成为全国一流的国家级文化产业示范园区之一。

3.2.6 主要做法

为把兵团的文化资源优势转化为产业优势，兵团党委制定并实施了一系列加快发展的政策措施，使兵团文化传媒基地取得了较好的发展。

一是抓好规划策划，多方融合发展，重点打造文化传媒基地。

二是抓好项目建设，提升文化传媒基地品质。

三是抓好宣传营销，扩大文化传媒基地知名度。

四是抓好特色开发，推介文化传媒产业产品。

第四章 兵团文化传媒基地发展存在的问题及原因

4.1 兵团文化传媒基地发展存在的问题

4.1.1 发展观念滞后，管理体制不健全

与蓬勃发展的内地文化传媒基地或者文化产业园区相比较，兵团文化传媒基地的市场意识和竞争意识明显要偏低，这导致文化产业和传媒基地的管理者在经营和管理方面主要依赖于行政职能部门，这种传统观念比较严重的制约兵团文化传媒基地市场的发展。

在传统计划经济之下发展起来的兵团文化体制在转型过程中不可能全部改变，目前仍然存在产权不清晰，以及责任和权利不明确的现象，无法很好的适应市场经济的发展需求。目前，传媒基地从机构设置到内部的组织架构以及人才的引进等方面都缺乏市场的活力，虽然整个文化产业朝着市场化的方向发展，但是由于体制机制的不灵活导致无法很好地与市场接轨，尤其是在人才的培养和激励机制等方面仍然需要打破旧的体制和模式。

兵团文化传媒基地属于借船出海型的“文化传媒基地”发展模式，相对于其它模式来说发展困难更大，面临更多障碍必须突破观念滞后。一是体制性障碍，“文化传媒基地”合作模式牵涉到兵地行政权和管辖权，有效协调和沟通存在障碍；二是观念性障碍，兵地干部职工群众在思维方式、价值取向以及改革开放程度上有所不同，互信共赢的理念和观念需要破壁；三是财力性障碍，兵团财力有限，发展与吃饭要兼顾，经济与社会要统筹，基地建设资金和后期发展收益的长期性保障还需探索。

4.1.2 文化传媒基地结构不合理，发展不平衡

当前兵团的文化产业经营仍然有 80%以上的收入依赖于广播电影电视报刊收入，其他少部分的收入源自于产业的多元化经营。兵团文化传媒基地欠缺文化产业链的整体协调，产业结构不合理，电视报刊出版占比较大，漫画、动漫、影视、新媒体文化、文化衍生品行业的发展相对薄弱；文化企业商业模式单一，营利水平偏低，利润率不高；急功近利、盲目跟风等现象较为普遍。

4.1.3 文化传媒基地市场拓展吃力，市场占有份额小

由于兵团文化传媒基地发展的时间不长，并且伴随着文化传媒基地发展集群产业发展不平衡不全面不充分，同时缺乏市场化运作的动力和途径，导致市场占比相对较少，发展速度相对迟缓。

4.1.4 文化传媒基地投入不够，引导不力

当前，兵团文化传媒基地对于产业内的资本运作和市场规律还不清楚，缺少基本运作经验，作为事业单位，存在文化事业的内部建设和经营不分离，公益事业和经营产业不明晰，投入和产出之间存在脱节的现象，而在资本运营方面也无法充分实践，同时，民营资本和个人资本参与文化传媒基地发展的途径和操作方式不成熟。

4.1.5 文化传媒基地人才总量不足，产业人才严重缺乏

目前，兵团相对于经济发达地区的发展相对滞后，由此导致经济技术人才储备不足与管理理念滞后，快速培育一支适应发展需求的管理团队迫在眉睫。对于相关建设团队的人才培养不到位导致对文化传媒基地建设认识不够，不能充分了解园区建设在文化传媒基地发展中的重要作用，进而直接导致了文化传媒基地发展进程缓慢，无法充分发挥园区建设的优势。另外由于在文化传媒基地发展中给工作人员所提供的工资和福利待遇相对不足，导致建设人才的吸引力不足，也减缓了文化传媒基地发展的整体过程的进度。抓好兵团文化传媒基地建设最关键的因素还是团队的问题。必须统一认识，必须下决心在全兵团抽调和疆外引进工业与城镇经济人才，培养和储备一批具有项目策划、招商引资、建设与管理、服务与协调能力与经验的行家里手。通过 3-5 年的努力，培养一支不但善于全面了解国际国内经济大环境，而且能准确把握全疆、全兵团经济形势，熟知园区经济管理和善于创新、甘于奉献，具有兵团荣誉感、使命感和破釜沉舟精神的精诚团结、精益求精、精简高效的传媒基地人才队伍。

4.2 兵团文化传媒基地文化传媒基地存在问题的原因分析

4.2.1 行政职能发挥不充分，服务能力有待提高

一是机构不健全。兵团文化传媒基地目前在发展中存在着机构不健全的现象。这种现象主要体现在由于机构设置不足以及管辖范围较大、管理内容较多，存在着一些矛盾和不足。虽然根据需求，已经在不断的完善相关的组织管理机构，但是，因为缺少编制，在人员配备以及整体的管理机构设置上仍然存在不足。机构不健全导致管理服务能力都有所降低，效率相对不高。

二是职责权限不对等。受到立法以及执法的影响，兵团文化传媒基地发展处于较为弱势的地位，在文化传媒基地的建设过程中，由于资金投入是由行政部门实现，但是收益部分又是以集体为主，这样就造成了资金投入者与受益者相脱离，因此，导致市场运作动力不足，发展速度相对迟缓。

4.2.2 文化产业模式单一，缺乏资源整合实力

一是配套设施不完善。兵团文化传媒基地配套设施和政策相对不够完善，无法满足

市场需求。当前形势下，文化传媒基地尚未具备大规模聚资的能力，无法满足建设发展的需求。为此，应当减少对文化传媒基地创新形式的相关限制，鼓励文化传媒基地机构进行创新，创建新的文化传媒基地融资体系。

二是项目引进的拓展性思维不足。就目前的总体情况而言，民间投资渠道较少，即使能够进行投资，资金需求量也相对较大。应该适宜的考虑考虑承受能力，开辟多种的投资渠道，达到活跃市场，吸引资金，增加财政收入的目的。但园区受自身开发条件的限制，配套功能不全，产业积聚能力不强，对客商的吸引力不大，影响了大型优质项目的快速引进和落户。

三是融资渠道不健全。文化传媒基地的融资渠道主要来自于国家的财政补贴，这是国家发挥其公共服务职能以及发挥公共财政作用所必须的，不仅有利于经济发展也有利于社会的稳定，但想要灵活运用资金，盘活融资渠道，目前仍然存在一定的问题。

4.2.3 资源转化能力较弱，兵团优势作用未能发挥

一是区域布局方式简单化、程式化。兵团文化传媒基地区域布局方式简单化、程式化，忽视了文化传媒产业基地功能的完善。就如同我国其他的传统文化传媒基地模式一样，兵团对自己信息传播形式注意不够，在区域布局方式上缺少能够使参与者沉浸其中进行体验的空间，不能形成丰富而有针对性的空间体验，缺失信息表达形式的艺术性和趣味性。

二是文化传媒基地模式缺乏吸引力。兵团文化产业的模式对于体验者而言缺乏吸引力。如果第一次参观文化传媒基地时没能留下好的印象，来访者很容易以偏概全，避免以后再去文化传媒基地模式。兵团文化传媒基地发展模式还处于一个比较初级的发展状态，这对文化传媒基地发展模式形成了巨大的挑战。

三是文化产品类型单一。兵团地域资源虽然丰富，但来访者能亲身参与和体验的活动却很少，观光几乎就成了最主要的游览方式。在这样一个个性化和多元化的文化市场中，单一的文化产品类型很难满足体验者日益增长的需求。

第五章 国内外文化传媒基地发展的经验与启示

5.1 武汉市文化传媒基地发展案例

5.1.1 中国光谷文化产业基地

中国光谷创意产业基地位于武汉市东湖新技术开发区关山大道 20 号，是武汉光谷文化传媒基地的主体部分。2008 年 2 月，为实现产业转型，按照市委市政府“集中资源、形成合力，以东湖高新区为核心，以主城区为主体，以动漫产业为突破口，建设创意产业基地，积极打造千亿产业”的要求，中国光谷创意产业基地正式挂牌成立。

5.1.2 经验与启示

(1) 增强文化产业投资的周边开发能力

文化产业投资的周边开发能力增强，广告商与企业文化产业形成良好的互动就能实现宣传资源的有效利用，因此，投资商愿意在文化产业产业基地与目的地实现有效的资源整合，促进发展。

(2) 坚持国家文化传媒基地发展政策，落实促进文化传媒基地发展的措施。

为了保证文化传媒基地的快速和健康发展，我国自 2006 年开始就开始了文化传媒基地发展发展的立法保护。一系列指导性文件都是为了促进我国文化传媒基地发展集群经济迅速发展而推行的政策。这些政策一方面强调的是要为文化传媒基地发展集群产业发展创造一个良好的发展环境，另一方面，是为了促进产业结构调整，实现经济发展方式的转变，实现从粗放型向集约型的转变，重视科技和技术的力量，不断发挥自主创新的能力，节约能源，降低能耗，坚持开源与节约并举。在实现产业结构优化升级的过程中，积极引导中小地域资源实现经济增长方式的转变、重视高科技人才的使用、重视核心技术的自主知识产权，研究促进文化传媒基地发展发展的政策措施，通过落实政策和措施，推进文化传媒基地发展的健康发展。

5.2 韩国：Heyri 艺术村

5.2.1 韩国 Heyri 艺术村发展概况

Heyri 艺术村——艺术家们的集聚地。这里聚集了数百位韩国知名作家、电影制作人、建筑师和音乐家等，是目前韩国最大规模的艺术村，面积大约在 495, 868 平方米左右。在这里能欣赏并感知韩国一切的艺术，一切的时尚。目前，Heyri 艺术村内共有包含博物馆、展览馆、音乐厅、书店等在内的 40 多栋多功能复合空间，预估 3~4 年内会大规模增加到 400 多栋。此外，Heyri 艺术村还有 10 多家咖啡厅和餐厅。

5.2.2 经验与借鉴

由于市民是否对整体服务期待是属于一种心理感知层面的东西，对于这样一种不具备直观的保存性以及可参考性的重要的体系的建立，首先最重要的就是要做改进展示手法，增加服务项目，做好科学性的设定，坚持科学性的重要原则。提供丰富的配套设施和产业。媒体的广泛运用和展示手段创新会进一步增强自然内地文化传媒基地的文化旅游吸引力。由于文化传媒基地发展在这个全球范围内仍然是一种不平衡的方式发展的，发展中国家在发展中，如果要得到更长足的发展，加快国际间的交流，加强与发达国家的联系，充分利用发达国家的先进技术等、拓宽融资渠道、扩大产品销售市场、利用国际资金和技术，鼓励地域资源利用资本市场融资，实施资产重组，改善地域资源资本结构，增强自我发展能力。

5.3 新疆：乌鲁木齐文化传媒基地

5.3.1 七坊街文化传媒基地

7坊街创意产业集聚区位于乌鲁木齐市水磨沟区温泉西660号，占地约7000平米，目前有50个艺术空间，近60位艺术家进驻。进驻艺术门类包括书法、动漫、影像、艺术火柴等，该文化创意区利用原七纺企业闲置厂房组建乌鲁木齐的文化创业区，注重园区规划，不断拓展文化产业内涵，文化传媒基地取得了快速发展，由最初的十几间工作室的小坊街发展成为拥有万平方米的综合文化传媒基地。园区目前功能齐全，包括动漫服务、文化产品交易输出等多个平台。基地不断拓展辐射范围，先后与北京宋庄、上海田子坊等多个文化机构达成了合作协议，园区的发展进入了新阶段。

5.3.2 经验与借鉴

(1) 做好示范性工程建设

在全国已经有了许多的文化传媒基地模式带动的内地文化传媒基地发展模式、优秀体系和案例。在这些案例和体系中不乏具有全局指导意义和示范作用的工程，对于这些发展较好的工程建设，需要不断的鼓励和引导，发挥其在行业中的指导和示范作用；对于尚未建立具有引导性和示范性的领域内的则需要政府给予政策和经济上的支持，来树立具有全国性指导性意义的示范性工程。

(2) 鼓励宣传

基地通过设计精美的宣传手册，在一些人流较为广泛的公共场所进行发放和宣传，供宣传和参观者使用，提高了文化创意基地的知名度和市场影响力。

(3) 邀请代言

当今社会名人效应十分明显。内地文化传媒基地能邀请名人做内地文化传媒基地形象代言，提升内地文化传媒基地的公众形象。也能邀请名人来内地文化传媒基地游玩来增加人气。

第六章 促进兵团文化传媒基地发展的对策建议

6.1 兵团文化传媒基地发展目标

兵团文化传媒基地占地面积 191 亩，总建筑面积 98573 m²，总投资 116634 万元。主要由兵团新闻出版大厦、广播电视制播中心、文化艺术中心三部分组成。其中，新闻出版大厦建筑面积 15560 m²，项目投资 8557 万元；广播电视制播中心建筑面积 38939 m²，项目投资 50825 万元；文化艺术中心建筑面积 44074 m²（因剧院座位数增加，扩大面积 2372 m²），项目投资 57252 万元。文化传媒发展基地涵盖兵团日报社、兵团广播电视台、当代兵团杂志社、生活晚报社、胡杨网、兵团歌舞剧团、杂技团、秦剧团、豫剧团、兵团文化馆等兵团直属宣传文化单位。建设项目包括报、刊、台、网采编、制作、演播、传输等媒体设施，还包括兵团文化馆、演艺大厦、中型剧场（暂定 1143 座）、音乐厅、电影院等文化设施，还具备艺术创作生产、出版发行、影视制作、文艺演出、宣传教育、社会服务等功能。

远期规划将拓展为打造“一个中心”（兵团文化中心）、“四大示范区”（现代化小城镇、现代农业、创新创业产业集聚、先进文化示范区）、“五大基地”（现代农业示范基地、文化传媒基地、生态文化基地、基础教育基地、创新创业基地），“七大产业”（文化传媒、基础教育、都市农业、生态旅游、康复养老、金融服务和现代商业），使其发挥乌昌腹心地带的独特区位优势 and 资源优势，成为聚业兴业的黄金区域。

6.2 坚持以“五大发展理念”为指引，明确发展战略

兵团文化传媒基地是一个文化经济实体概念，其主要任务是有效地发挥“带动兵团及新疆文化(科技)产业发展、履行示范区职能、拓展中华文化走出去通道”的作用。为此，明确发展战略是解决方向性的对策。

6.2.1 开放战略

顺应国家扩大向西开放、实施“一带一路”战略的大趋势，坚持开门建园区，面向丝绸之路沿路的省份和国家开放，实现园区的“大门”开放、市场开放、平台开放、服务开放，吸引更多的文化产业和企业入驻，真正建设成为立足兵团、面向全国、走向世界的文化产业园。

6.2.2 创新战略

着眼文化的创新特质，坚持以创新理念、创新内容、创新手段、创新模式推动园区建设；注重以特色优势文化资源为依托，以骨干产业和企业为龙头，以项目建设为载体，

提高园区创新能力和水平；整合兵团及沿路省份、国家和对口援疆省市的优势资源，链接各地的产业市场，加快兵团文化产业发展，力争在文化产品的研发、生产、供给及物流配送等方面实现共享共赢；坚持以文化和科技提升产品附加值，提升产业和企业的发展潜力，提升园区核心竞争力。

6.2.3 品牌战略

充分利用世界范围内兵团性质和组织形式的唯一性、新疆影响的特殊性、丝绸之路品牌的广泛性，实施品牌战略，打造“兵”字号文化产业、企业和产品品牌。挖掘和发挥中国历代屯垦戍边、丝绸之路文化资源的无形价值，以学术研究、博览会展为平台扩大品牌影响力，以国际国内交流合作提升品牌的有形价值。围绕品牌战略培育产业集群，加强与国内外知名文化企业的战略合作，打造文化兵团、艺术兵团、绿色兵团等系列品牌，延伸上下游产业链。

6.2.4 融合战略

顺应国家区域化合作大势，促进丝绸之路沿路省份和国家的文化与产业的全面融合，不断拓展兵团文化产业的市场，形成丝绸之路一体化发展的战略协作格局。顺应自治区和兵团党委推进兵地融合发展大势，加强与周边乌鲁木齐、昌吉及疆内各地州(市)的文化产业融合，形成兵地一盘棋的文化产业融合发展格局。顺应产业融合发展大势，以“文化+”的理念，推动文化与科技、文化与旅游、商贸、饮食、生态、农业、体育的深度融合，构建多元文化产业共生、相容、共存的文化生态环境和产业发展格局。

6.2.5 可持续战略

抓住供给侧结构性改革的良好机遇，发挥文化产业在经济结构调整和转型升级中的积极作用，确立文化产业的主体地位和主导地位，以文化产业为龙头和核心，发挥文化产业对文化创意、文化生产、文化交流的拉动作用，发挥文化产业对都市旅游、商贸流通、服务及相关产业的带动效应，发挥文化产业对公共文化服务体系的“反哺”功能，形成独具特色的文化产业体系。加强园区及周边生态环境的建设、保护和利用，开发都市生态文化旅游产业。加强中华文化的传承与保护，加强兵团文化的弘扬和发展，加强丝路文化的挖掘和运用，坚守主流思想文化阵地，切实维护国家文化安全。

6.3 以招商引资促进快速成长，转变发展模式

建立“以产业为主体，以招商为平台，以产品为支撑，以电商为辅翼，以服务为宗旨”的发展模式，形成有限的区域、无限的空间，有限的资源、无限的产业，有限的产品、无限的市场，有限的形式、无限的内容。

6.3.1 以产业为基础

以重点文化产业为纽带，积极引导国内外重点文化企业向园区集中，重点发展文化艺术、广告传媒、咨询策划、城市规划产品设计、出版发行、展览展示、体育娱乐、主题公园、养生养老、传统工艺等主导产业，同时完善职业培训、公共文化服务等辅助功能，建立企业之间的专业分工和协作体系，注重提高产业关联度，拉长产业链，发挥产业集聚效应。

6.3.2 以招商为平台

在确保兵团为投资主体和经营主体的前提下，实行国有经济为主、多种所有制经济并存共赢的建设和经营模式。在土地一级开发过程中，以采取 BT 模式为主，并辅以土地补偿模式、利润分成模式，缓解兵团本级投资上的压力，减轻债务负担。在基础设施建设过程中，以 PPP 模式为主，面向社会公开招标，鼓励和吸引社会资本以合资、独资、特许经营等方式参与建设营运。在发展文化企业过程中，以优惠政策吸引大型文化企业入驻，兵团以控股、参股的方式与国内外文化企业共同组建和经营企业。

6.3.3 以产品为支撑

借助新的视角、新的技术、新的包装和新的产业运作模式，把抽象的文化内容变为具象的文化产品，实现兵团文化和丝路文化的再生。以创意为核心，注重在影视类产品、演艺类产品、创作类产品、规划设计类产品、旅游观赏类产品、养生养老类产品、游戏体验类产品中体现文化的功能和特色，不断加强文化创意类产品的研发，逐步完善文化创意研发设计、产品生产、推广销售等文化创意产业链，并将其打造为主导产业，培育一批骨干文化创意企业。

6.3.4 以电商为辅翼

立足大数据、云计算等创新技术平台，依托各类文化科技资源，建立数字化共享平台，推进动漫游戏、数字出版等文化衍生数字产品的开发制作。积极开拓文化产品及工农业名优产品的在线网络营销平台，提供信息发布、产品展示、网上交易、咨询服务和管理。大力推进从“在地文化产业”向“在线文化产业”的转变，优先发展“在线产业”，以“在线兵团文化产业”带动“在地兵团文化产业”两翼协同发展。

6.3.5 以服务为宗旨

坚持共享为本、服务至上的发展理念，在服务中提升“两个效益”，在服务中提升核心竞争力。坚持为兵团党委中心工作服务，围绕兵团经济转型升级提速，布局文化产业，提高文化产业对兵团经济的贡献率。坚持为文化企业服务，以完善服务基础设施为抓手优化硬环境，以完善政策措施和服务手段为抓手优化软环境，增强园区的吸引力。

坚持为基层和新疆各族人民群众服务，为基层提供公共文化服务支持，为各族群众提供多层次多样性的精神文化产品，以园区良好的经营效益促进兵团公共文化服务水平的提升。

6.4 完善产业布局，加快新兴产业发展

6.4.1 做大主导产业

(1) 文化创意产业

文化创意业，是一种在经济全球化背景下产生的以创造、创作、创新为根本手段，以文化内容和创意成果为核心价值，以知识产权实现或消费为交易特征，为社会公众提供文化体验的具有内在联系的行业集群。主要包括广播影视、动漫、音像、传媒、视觉艺术、表演艺术、工艺与设计、环境艺术、广告装潢、服装设计、软件、网络和计算机服务的创意集群。国家在文化发展纲要中明确提出了要以文化创意产业为文化产业发展主要任务，并给予相应的政策支持。文化创意产业是投资回报最好的行业之一，是园区的主攻产业和核心产业。坚持把 2000 多年历代屯垦戍边、新中国 60 年屯垦戍边以及丝绸之路留下的丰厚文化遗产，作为文化创意的源头和素材，促进文化的创意价值和经济价值的提升，其主攻方向是：

①影视传媒。依托丝绸之路和历代屯垦戍边文化的深厚底蕴、兵团波澜壮阔的屯垦戍边实践、新疆丰富的人文地理资源，以兵团影视传媒集团为主体，联合国内外知名的影视制作集团，共同打造丝路题材、兵团题材的影视作品，形成影视拍摄、后期制作和院线发行紧密结合的产业链体系。

②文艺精品创作。培育壮大兵团艺术院团、演艺公司，以演艺集团为主体，引进国内外名编剧、名导演、知名艺术团体、知名娱乐公司等来兵团汲取文化精华、挖掘文化资源、从事艺术创作、开展商业演出，打造以丝绸之路为背景、以兵团故事为题材的大型歌舞、杂技、戏剧等文艺精品，重点支持面向国外演艺市场的歌舞、杂技、戏剧剧目。

③文化数字服务。顺应兵团信息化发展趋势，依托“智慧兵团”平台建设，以报业出版集团为主体，推进科技信息与出版业的融合，积极发展数字图书、数字报刊、数字音乐、数字教育和互联网出版、手机出版、数据库出版、跨媒体复合出版等以数字化内容、数字化生产和数字化传输为主要特征的新兴业态。

④动漫游戏。引进动漫游戏创作生产团队，大力发展原创漫画、影视动画、网络动漫、手机动漫、动漫舞剧演出和动漫软件制作、动漫游戏产业，打造动漫游戏体验中心，丰富表现形式，延伸产业链条，拓展传播方式，推进动漫产业快速发展。

⑤创意设计。创意设计主要针对兵团及新疆的工厂企业、农副产品和城镇建设，提供工业设计、建筑景观设计及平面设计等服务，重点发展广告设计、小商品设计、印刷

包装设计等设计产业业态。

(2) 文化旅游产业

文化旅游是指以人文历史为内容、以休闲娱乐、会展活动为消费内容的体验旅游活动的集合。园区文化旅游业，以园区的空间布局、功能组合为依托，打造丝路文化、兵团文化、现代文化、生态文化体验式休闲旅游。围绕文化旅游，按照“统一规划、统一招商、统一管理、统一服务”的思路，充分利用新疆作为丝绸之路重要节点、多民族融合聚居之地、多元文化交流汇集、多宗教并存的社会生态和文化景观，以“屯垦印象”“丝路印象”为主题主线，在园区着力构建丝路历史文化旅游区、中华传统文化旅游区、兵团文化旅游区，完善旅游观光、旅游购物、旅游休闲、旅游娱乐等服务。同时，充分利用文化旅游资源的所有权、开发经营权和收益权，促进文化旅游生产要素的合理配置，形成文化旅游产业链。

① 丝绸历史文化旅游区。着重介绍丝绸之路的历史与文化，展现丝绸之路沿途各省及各国的风土人情，展示和销售各地的文化商品，加强各地的文化交流和产业融合，搭建文化交流和产品交易的平台，构建一园之内穿越千年历史，浏览各地文明的文化景观。

② 中华传统文化旅游区。以建筑、雕塑、园林和展陈等方式，介绍中华民族的历史源流特别是优秀传统文化，展示 56 个名族的特色文化，集中推出中华传统经典并进行少数民族语言文字的翻译出版。推出多种形态的文化体验与文化互动，构建中华文化的传播窗口和体验基地。

③ 兵团文化旅游区。以中国屯垦博物馆为主要载体，介绍 2000 多年的屯垦历史及文化，尤其是新中国屯垦戍边的发展成果及兵团文化成果，打造兵团文化的特色景观。

④ 生态文化旅游区。打造都市田园景观和观光农业，提供在欣赏自然，亲近自然中放牧心灵的优美环境。

⑤ 休闲旅游区。以游乐园、游戏中心和绿色健身步道、植物园区为依托，打造大众体育健身场所，打造民众休闲娱乐场所，打造青少年增智益智场所。

⑥ “五雕”产业园区。充分利用本地的地矿资源和少数民族的生活习性特点，集聚当地和外地的雕塑雕刻艺术家、企业家和能工巧匠，发展玉雕、石雕、木雕、铜雕、瓷雕文化产业，成为奇石欣赏、雕塑雕刻工艺展示、雕刻产品交易和来料加工综合园区，发展雕塑雕刻文化产业。

(3) 文化产品制造产业

文化产品制造业是指以物质生产材料为加工对象，以满足消费者精神文化需求为目标，批量生产具有一定文化内涵的物质产品的制造行业。充分利用园区文化元素集中的优势，积极推动文化创意与文化产品创作生产的融合，重点打造辐射全疆乃至中亚地区的文化产品物流集散中心；按照百花村模式打造富有新时代兵团军垦特色的影视文化体验

一条街，开发兵团酒文化等特色产品展示，搭建与援疆省市合作交流的平台。

①文化产品研发设计。以市场为导向，以丝路文化和兵团文化为元素，积极促进文化研究成果和非遗项目的商品转化，促进商品科技附加值的增加，促进文化生产企业的合作，在“专、精、特、新”上下功夫，提高自主创新能力，不断拓展文化产业的广度和深度。

②文化产品及土特产品展销。全面展示和销售丝绸之路沿途各地的特色文化产品、兵团的优质土特产品和文化产品，现场展示非遗项目的生产制作，建设国际文化产品产权交易平台。

③中华饮食文化园。荟萃中华美食代表，打造中华美食一条街，充分展示中华饮食文化的深厚底蕴和丰富内涵，既品鉴美食，又欣赏文化，使其成为中华文化园的组成部分和文化旅游产业的重要载体。

6.4.2 完善辅助产业

(1)文博会展业。文博会展是提升文化内涵，拉动旅游，招商引资，增加人流和物流，提升园区产业水平，丰富人民群众精神文化生活的重要平台。以展览中心为依托，举办绿博会、绿洲产业论坛等重要会展活动，坚持市场化办节思路，通过提供注册商品、出售冠名权、媒体广告宣传、广告市场租赁等措施，促进会展活动企业化、产业化、商业化。通过会展，为企业品牌宣传、产品贸易、投融资等文化经贸活动搭建良好平台，积极延伸产业链，拓展盈利渠道，实现办节活动社会化，办节资金市场化，办节效益共享化的产业模式。

(2)文化物流业。立足园区良好的区位优势，大力发展丝路特色、兵团特色的文化产品展销与物流产业，建设立足新疆、面向中亚的文化产品交流与展销基地。建设物流园区，吸引大型物流企业入驻，最大程度地借鉴和吸收义乌模式，形成文化产品物流为主、多重物流形式并存的产供销一体化的文化产品营销网络和产业体系。

(3)印刷包装业。立足服务和配套园区文化企业，尤其是出版行业，引进数字印刷、纳米印刷、绿色印刷、3D印刷等最新前沿印刷技术，打造新疆现代化印刷包装基地。

(4)养生养老产业。适应现代人的生活需要，挖掘和利用中华传统养生方法和现代养生技术，建设环境优美、服务配套的综合养生养老基地，宣传养生文化，展销养生产品。

(5)工艺美术产业。利用丝绸之路各国和新疆各少数民族特色工艺美术较为发达的优势，围绕家居用品、装饰装修、旅游纪念品，发展创意设计、加工生产和消费“一条龙”的工艺美术产业。

(6)酒店服务业。引进信誉良好的星级连锁酒店，为文化旅游、招商引资提供配套服务。

6.4.3 培育新兴产业

(1)文化产业企业孵化培育基地。为推动文化产业发展，在园区发展到一定规模后，自觉担负起兵团中小企业的孵化器责任。通过入驻孵化的形式，提升企业与经营者发展文化产业的能力，为中小文化企业提供人才培训，技术支持和运营经验，发展具有创意性和创造力的文化产业和产品。

(2)教育培训产业。针对兵团文化业经营与创业人才缺乏的实际，把园区打造成为培育文化产业人才的基地。根据兵团文化产业发展的需要，开展订单式人才培养和针对性文化人才培训工作。加强与中央文化干部培训机构及援疆省市文化培训机构的合作，提高人才培训能力。

6.5 保障措施

兵团文化传媒基地作为兵团级的园区，它的后期建设和发展应置于兵团经济社会发展的总体布局、示范区建设的总体格局、兵团文化发展繁荣的总体战略中，举全兵团之力，由兵团层级组织协调推进，着力打造文化产业发展平台；推进体制机制创新，构建相应的组织领导、平台服务、政策支持等多方面的保障体系。

6.5.1 强化组织保障 升级管理体制

(1) 建立领导协调机制。建议将“兵团文化传媒基地协调领导小组”直接升格为“兵团文化(科技)产业园区协调领导小组”，在兵团党委的领导下，具体负责园区建设发展运营规划论证、决策和建设发展运营过程中协调、督查工作，负责制定完善和落实相应的保障政策。

(2) 建立工作机构。成立园区管理委员会，为常设正处级全额拨款事业单位，为兵团派出机构，受园区协调领导小组的领导，具体负责组织拟定园区控制性详细规划和产业规划，负责园区的日常管理、政策研究和招商引资等工作，负责与兵地有关部门的具体协调。管委会下设园区办公室、政策研究室、融资工作办公室、招商工作办公室。

(3) 完善规划体系。请相关专业机构编制《兵团文化(科技)产业园区建设发展总体规划》及其环境评估报告、各分区建设实施规划及重大主体建筑的设计方案，用以指导园区建设和发展运营。

6.5.2 明确实施主体

(1) 管理主体。建议明确园区为兵团级文化产业园区，兵团为园区的投资和管理主体，园区的规划、项目和经营等重大事项必须报兵团批准。

(2) 运营主体。园区以企业化方式运作，由兵团、十二师和其余各师共同成立园区运营公司，公司作为园区的经营主体，由兵团主导经营，负责管理和经营园区的土地、

固定资产和投资等资产，通过资本运作和项目经营，统筹园区各业态之间的协调和链接，形成共同维持和利益共享的文化旅游产业链，实现相关资产的长期保值和增值。通过优惠政策和优化投资环境调动各师及社会资本参与园区建设的积极性，同时兵团在规划、投融资、招商等方面给予相应的配套优惠政策。

(3) 项目主体。建议园区的项目建设，以市场化运作为主要方式，以企业作为项目主体。通过优惠政策和优化投资环境，引入一批实力雄厚、信誉良好、带动性强、具有战略意义的重大基础设施和产业发展项目，以项目带动集聚生产要素，以项目促进投资增长，以项目推进园区管理体制创新，以项目拓展发展平台。根据国家相关政策，凡是符合 PPP 建设模式的项目全部采取 PPP 模式建设。不能采取 PPP 模式的，采用 BT、BOT 模式进行建设。

6.5.3 优化投资环境

(1) 协调地方落实相关政策。由于兵团政府职能缺项，园区企业注册登记、税收等方面必然受制于地方，给“以优惠政策招商引资”带来落地落实困难与障碍。在“五一新区”尚未建立前，建议：一是将园区作为五家渠市的“飞地区”，园区的工商、税务、质检、对外进出口等有关事项由五家渠市办理；二是将园区建设中涉及的规划、工商、税务、质检、进出口贸易、电力供应、消防、电信等一揽子问题，依据文化部《强文化产业园区基地管理，促进文化产业健康发展的通知》等文件精神，协调乌鲁木齐出台相关文件，予以特殊对待。

(2) 降低准入门槛。按照国家关于鼓励非公有资本、外资进入文化产业的有关规定，出台园区招商引资的实施办法，通过独资、合资、合作等多种途径，积极吸收社会资本和外资进入政策允许的文化产业领域，形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局。

(3) 建设现代文化市场体系。发展文化资本市场，建立产权、人才、信息、技术等要素市场，探索建立适应现代文化市场发展的融资体系，加强中介机构和行业组织建设，重点发展资信评估、咨询、产权交易等中介机构。加强现代流通体系建设，推行连锁、量贩、电子商务等现代经营方式，推进物流配送体系建设。

(4) 完善园区服务功能。建议由兵团有关领导和部门积极协调落实引入设立兵团一中、二中分校区，以及建设交通枢纽中心和综合服务中心工作，完善园区生产生活设施配套和社会化服务功能，推动规划纲要的落实落地。

6.5.4 实行灵活的投融资政策

(1) 加强银企合作。根据文化部、中国人民银行、财政部《关于深入推进文化金融合作的意见》，引导金融机构加大对符合产业政策导向的文化企业的信贷支持。与兵团农业银行合作，成立小额贷款公司，开发文化产业信贷产品，对融资规模较大、项目

较多的文化企业提供金融支持，探索建立符合文化产业特点的金融服务模式。

(2) 鼓励跨国跨区域合作

①扩大招商引资。以市场运作方式，面向社会和丝路沿线国家招商引资，鼓励各类投资公司、大型文化企业参与重点文化产业项目的投入；鼓励产业投资基金、私募股权基金(投资公司)、创业投资机构以及信用担保机构面向中小文化企业开展业务。

②扩大对外文化贸易。根据国务院《关于加快发展对外文化贸易的意见》，除国家明文规定限制的文化领域外，支持外资以合资、合作、参股、项目招标等形式进入园区兴办文化企业。积极争取建立“保税区”，发展国际保税物流业务。

③借壳上市。建议在园区建设之初，以土地作为资本，建立产业基金，借兵团一家优质上市公司之“壳”，带上文化(科技)产业园区上市，面向社会融资。

(3) 完善入园优惠政策

①放宽注册资本要求。

对文化企业组建企业集团，降低注册资本金(母公司最低放宽 1000 万元，母、子公司合并注册的放宽至 3000 万元)；对文化企业以股权向改制、重组公司投资的，允许以股权出资的形式新设公司。

②放宽注册登记。

允许文化企业名称体现行业特点，使用表明其文化产业内容和经营方式的各类新兴行业用语；允连锁企业使用总部符号；允许以个人名义作为企业字号登记注册。

③实施税收优惠政策。

落实《关于支持文化企业发展若干税收政策问题的通知》(财税[2009]31号)和《关于继续实施支持文化企业发展若干税收政策的通知》(财税[2014]85号)，给予税收优惠。

④给予适当优惠和补贴。

对自行投资入园建设的文化企业，给予土地使用金优惠补贴。对与兵团合资的文化企业，给予占股分红等让利性补贴。对租赁基础设施入园企业，给予住房、物业、电价、交通等方面的补贴。

⑤给予专项资金扶持。

根据国家和兵团《文化产业发展专项资金管理暂行办法》设立文化产业基金，对符合条件的企业和重大项目，优先给予专项资金扶持，提供项目补助、贷款贴息、保费补贴和绩效奖励。

6.5.5 加大宣传营销力度

(1) 加强舆论宣传。利用党报、党刊和互联网，广泛宣传园区建设发展的重大意义、总体规划和优惠政策，扩大社会影响。

(2) 加强在对口援疆省市的推介宣传。积极争取把支持兵团文化产业发展纳入文化对口支援范畴,通过政府引导和市场运作相结合,促成当地的大型文化企业或文化项目在园区落地,并在园区打造展示对口援建省(市)文化的“窗口基地”。

(3) 加强国际宣传。利用亚博会、深圳文博会、哈交会等商贸平台,“推销”园区,引进企业和项目。

参考文献

- [1]陈少峰.文化产业战略与商业模式[M]. 湖南文艺出版社, 2006: P107-121
- [2]常晔.金融支持文化传媒基地发展问题研究[J]. 经济研究导刊. 2014(12)
- [3]刘维公《为什么我们需要创意文化园》.
- [4]陈铭,笪玮,伍超.基于文化传媒基地的城市空间集聚研究——西方城市经验对新疆地区的启示[J]. 华中建筑. 2013(07)
- [5]褚劲风.上海文化传媒基地地区的空间分异研究[J]. 人文地理. 2009(02)
- [6]褚劲风,周灵雁.地理学视野中的上海创意产业空间集聚[J]. 上海师范大学学报(自然科学版). 2008(02)
- [7]崔静.美国文化创意产业发展的启示[J].商情(教育经济研究),2007,(03)
- [8]范周.北京文化创意产业解析[J].建筑与文化,2007,(08)
- [9]高宏存.文化创意,从概念到产业[J].政工研究动态,2008,
- [10]黄江,胡晓鸣.创意产业企业空间分布研究——以杭州市为例[J]. 经济地理. 2011(11)
- [11]蒋三庚,王晓红.文化创意产业研究[M].北京: 首都经济贸易大学出版社, 2006
- [12]孔建华.北京文化产业集聚区发展研究[J]. 中国特色社会主义研究. 2008(02)
- [13]罗靓.发展文化产业与金融支持[J]. 农村金融研究. 2008(05)
- [14]刘彬.文化创意产业发展中的政府职能研究——以杭州市为例[D]. 硕士学位论文,浙江大学,2010 (05)
- [15]李俊江,范硕.创意产业发展的国际比较及其对我国的启示[J]税务与经济,2008,(3)
- [16]兰建平,傅正.创意产业、文化产业和文化创意产业[J]. 浙江经济. 2008(04)
- [17]刘西怀.知识产权保护机制研究[J]. 创新科技.2010 (4)
- [18]牛维麟.国际文化传媒基地发展研究报告[M],2013: P85-96
- [19]邵培仁,杨丽萍.中国文化产业集群及园区发展现状与问题[J],2010
- [20]佟贺丰.英国文化创意产业发展概况及其启示[J]. 科技与管理. 2005(01)
- [21]王俊,汤茂林.创意产业的兴起及其对我国城市发展的启示[J]. 现代城市研究. 2006(09)
- [22]王义宏.创意产业发展路径[J]. 中国国情.2010 (5)
- [23]王兆鹏.创意,文化产业的灵魂[J].政工研究动态,2008,(05)
- [24]翁加坤,王红扬.上海文化传媒基地地区空间集聚特征研究[J]. 华中师范大学学报(自然科学版). 2012(06)
- [25]向勇,刘静.中国文化传媒基地实践与观察[M].红旗出版社, 2012: P12-13
- [26]方田红,曾刚.上海文化传媒基地地区空间分布特征及空间影响[J]. 社会科学家. 2011(08)
- [27]熊澄宇.文化产业研究: 战略与对策[M].清华大学出版社, 2006: P47-50
- [28]姚东旭.文化创意产业的界定及其意义[J]. 商业时代. 2007(08)
- [29]约瑟夫·熊彼特.经济发展理论 [M] .何畏,易家详,译.北京:商务印书馆,1990

- [30]余晖.政府与企业:从宏观管理到微观管[M].福州:福建人民出版社,1997
- [31]于启武,蒋三庚主编.北京 CBD 文化创意产业发展研究[M].首都经济贸易大学出版社,2008 年版
- [32]赵弘,张西玲.发展文化创意产业要高度重视知识产权保护[J]. 经济论坛. 2006(13)
- [33]周学政.我国创意产业发展模式比较研究[J]. 学术论坛.2010 (7)
- [34]张京成.中国创意产业发展报告(2010).北京:中国经济出版社.2010
- [35]郑玲莉.文化产业集群形成机制及对策研究[J].商场现代化.2009(05)
- [36]张京成.中国创意产业发展报告[M].中国经济出版社, 2006:P201-207
- [37]张京成.中国文化创意产业发展报告(2009)[M].中国经济出版社,2009 年版
- [38]张书.兵团文化传媒基地的发展现状及存在问题[J]. 河海大学学报(哲学社会科学版).2011(02)
- [39]张坚,周慧琳.浅谈文化传媒基地地区开发模式[J]. 山西建筑. 2008(09)
- [40]D Black.Capitalizaing on culture:critical theory for cultural studies. Canadian Journal of Communication . 2007
- [41]Frith,S.Knowing one's place:the culture of cultural in-dustries. Cultural Studies From Birmingham . 1991
- [42]Kong L.The society of cultural industries. International on the Journal of Cultural Policy . 2005
- [43]Lorenzen,M.,Frederiksen,L. Why do cultural industries cluster? Localisation,Urbanization,Products and Projects. Creative cities,Cultural Clusters and Local Economic Development . 2008
- [44]MommaasHans.Cultural Cluster of the Podt-industrial City:Towards the Remapping of Urban Cultural Policy. Urban Studies . 2004
- [45]PumhiranNolapot.Reflection on the Disposition of Creative Milieu and its Implications for Cultutal Clustering Strategies. Planning Practice Research . 2006
- [46]PumhiranNolapot.Reflection on the Disposition of Creative Milieu and its Implications for Cultutal Clustering Strategies. Planning Practice Research . 2006
- [47]Kong L.The society of cultural industries. International Journal of Cultural Policy . 2005
- [48]POTTS JASON D,CUNNINGHAM STUART D.Fourmodels of the creative industries. International Journal of Cultural Policy . 2008

致 谢

时光荏苒，岁月如梭，三年的研究生学生生涯即将终结。三年来，石河子大学以其优良的学风、严谨的科研氛围教会我认知，以其博大的包容胸襟、浪漫充实的校园生活教会我做人，让我不断地收获和成长。值此毕业论文完成之际，我谨向所有关心、爱护、帮助我的人们表示最诚挚的感谢与最美好的祝愿！

首先，最深的谢意献给我的导师祝宏辉教授，感谢祝教授对我的亲切关怀和悉心指导。从论文题目的选择、研究资料的收集，到论文结构的组织、论文主体的撰写，直至最后论文的反复修改、定稿，每一个环节都凝聚了导师的大量心血；在祝教授的悉心指导和帮助下最终使论文得以顺利完成。祝教授严谨的治学态度、渊博的知识、平易近人的学者风范、认真勤奋的工作作风，使我不仅学习了专业知识，还学到了许多做人的道理，这将成为我乐于科研和学习的不竭动力。在此，我向我的导师祝宏辉教授表示深深的谢意。

其次，我要感谢研究生学习期间经济管理学院各位老师，正是因为有了他们严格、无私、高质量的教导，我才能在这几年的学习过程中不断地汲取专业知识，快速地提升学习能力；感谢我的各位同学，正是因为这个集体团结友爱，志向高远，我才能在求学的道路上充满力量。

此外，感谢我的家人对我生活上的支持，让我有幸拥有更宽裕的时间和更好的学习平台提升自己的能力，也是他们无私的爱、让我顺利在这三年间学有所成。

最后，衷心感谢为评阅本论文而付出宝贵时间和辛勤劳动的专家和教授们，感谢你们给了我一个审视自己学习成果的机会，感谢你们对论文的指导和提出的宝贵意见！在今后的岁月里，我将加倍努力，以期获得更多的成果回报你们、回报社会！

作者简介

王晶，男，共产党员，生于 1982 年 5 月，籍贯陕西。2000 年 9 月至 2004 年 7 月就读于新疆财经大学工商管理系行政管理专业，获管理学学士学位；2004 年 8 月至 2005 年 5 月就职于新疆天地集团杭州分公司，2006 年 1 月至今就职于新疆生产建设兵团党委宣传部。

2014 年 10 月参加在职人员攻读硕士研究生学位全国联考，目前就读于石河子大学经济与管理学院 MBA 专业。

在校期间发表的文章：

《事业单位资产管理问题及对策的研究》

商情杂志 刊号：CN13-1370/F, 2017, 8 月刊.

作者：石河子大学经管学院 MBA 教育中心 王晶

