

嵌入性视角下创意产业发展研究述评

文 嫒, 桂亚娜

(湖南大学经济与贸易学院, 长沙 410079)

摘 要:伴随经济地理学发展的制度、文化及关系转向,新经济社会学中的“嵌入性”理论在经济地理学研究中得到广泛应用。以创意产业发展研究为例,首先分析了嵌入性概念在经济地理学界的运用和发展状况;其次,结合创意产业特性,从经济地理学学科发展的层面,探讨了从嵌入性视角开展创意产业发展研究的必要性;然后,从文化制度嵌入、地域嵌入、网络嵌入3个维度,对国内外创意产业相关文献进行梳理和回顾,并对该领域研究成果进行了总结和评述;最后,对未来的创意产业的相关研究提出展望,并进一步指出,区域经济的嵌入性研究,既是中国学者参与国际经济地理学理论构建、对话和争辩的重要领域,也是推进主流经济地理学本土化建设的重要方向。

关 键 词:嵌入性;创意产业;经济地理学;述评

doi: 10.11820/dlkxjz.2014.03.010

中图分类号: K902

文献标识码: A

1 引言

人类经济行为并非出现于社会真空,而是始终镶嵌于非经济的社会、文化、历史与制度环境之中(Polanyi, 1957; Castells, 2001)。20世纪90年代开始,经济地理学发展进入多元化时代,迎来了“制度、文化、关系转向”的研究热潮(Yeung, 2005; 李小建等, 2007; 苗长虹等, 2011)。“新区主义”经济地理学、文化经济地理学、关系经济地理学、演化经济地理学等理论体系正逐步构建和完善(苗长虹, 2004; Essletzbichler et al, 2007)。在这一过程中,新经济社会学的“嵌入性”概念成为一个关键词,被借鉴并吸收到新经济地理学的理论框架中来(Liu et al, 2006; James, 2007)。

2 “嵌入性”概念与经济地理学研究

嵌入性概念的提出者——社会学家 Granovetter(1992)指出,“一切经济行为都是嵌入于社会关系之中”,人既存在经济理性,又受非经济关系影响。他提出,嵌入性应包括两个维度:①关系性嵌入(Relational Embeddedness):经济行为者总是嵌入在

与他人的二元交往关系中,其彼此交往的行为特征,受所在地域的文化传统、制度的影响。②结构性嵌入(Structural Embeddedness):经济行为者总是嵌入各种正式和非正式联系交织形成的网络,其行为受网络结构和自身在网络中位置的影响。

嵌入性理论与经济地理学的研究议题十分契合。虽然不一定确切地冠以“嵌入性”的名称,但这一概念早已被经济地理学者广泛用于对区域经济发展动力机制的研究(Saxenian, 1994; Storper, 1995)。随着20世纪末新区主义经济地理学者对新产业区、产业集群研究的兴起,地理邻近(Audretsch et al, 1996)、组织邻近(Torre et al, 2005)、集体学习(Capello, 1999)、社会资本(Tsai et al, 1998)、制度厚度(Amin et al, 1995)、创新环境(Maillat, 1998)、根植性(王缉慈, 2001)、社会网络(方永恒等, 2013)等概念都频繁地强调小尺度区域经济行为者之间基于血缘、地缘、业缘的正式和非正式联系,以及地方特有制度、文化环境产生的信任和非贸易相互依赖对区域创新能力的推动。这些研究实际上就是从关系性嵌入视角对区域发展动力进行探讨。

同时,伴随全球产业组织模式的巨大变革,以灵活和专业化特征的“后福特式”弹性生产模式

收稿日期:2013-09; 修订日期:2013-12。

基金项目:国家社科基金重大项目(11&ZD012);湖南省社科基金重点项目(12ZDB36);湖南大学“青年教师成长计划”项目。

作者简介:文嫒(1977-),女,湖南长沙人,博士,副教授,主要从事地方产业网络发展研究, E-mail: wenhuhu@sina.com。

迅速发展。经济地理学者们注意到,不论是在地方还是在全球层面,具有弹性与专精特征的网络组织已经成为经济舞台的主角(Amin et al, 1992; Coe et al, 2004; Yeung, 2009)。在这一过程中,全球和地方经济快速融合和对接,地方产业网络引发区域经济的勃勃生机,并正在不同程度地嵌入全球价值链,即通过大量的外部联系与全球产业网络融合(Humphrey, 2003; Dicken et al, 2001; 文婷等, 2007)。学者们初步用“马歇尔式”、“轮辐式”、“卫星平台式”或“层级式”、“半层级式”来描述产业网络结构(Humphrey, 2003; Markusen, 1996; 文婷等, 2003);用“治理”和“被治理”,“核心”和“边缘”,“价值链低端”和“价值链高端”等概念初步分析行为者在网络中的不同位置所产生的不对等权力关系,及其对企业行为的影响(Adrian, 2003; Bathelt et al, 2002; Gereffi et al, 2005; 景秀艳, 2007; 文婷等, 2011)。

在引入上述概念的同时,经济地理学家也发展了嵌入性概念。在 Granovetter 之后,社会学家 Zukin 等(1990)将嵌入性概念细分为制度嵌入、社会嵌入、文化嵌入和认知嵌入;但地理学者认为,这一四维分类框架有欠清晰,容易造成概念的交叠和模糊(Hess, 2004)。随着新区域主义学派的崛起,经济地理学家提出,经济行为的嵌入性与“地方”这一空间尺度分离不开,提出了“地域嵌入性”的概念(Amin et al, 2007; Paasi, 2002)。几乎与此同时,随着全球化推进,全球生产网络(GPN)、全球价值链(GVC)研究日渐兴盛。经济地理学家又提出,嵌入性不仅仅只有地方单一空间尺度,跨越地方的全球尺度的制度、文化、组织模式对经济行为的影响也不容忽略(Henderson et al, 2002; Hsu et al, 2000)。在此基础上,地理学家 Hess(2004)从地方经济和全球产业网络融合的角度,提出了3种维度的嵌入

性:地域嵌入、网络嵌入和文化制度嵌入(表1)。这一研究得到经济地理学界的广泛认同(Liu et al, 2006; Jones, 2008)。从这个角度来说,地理学家的嵌入性概念强调了空间尺度的分类,更多有价值的空间研究得以拓展。

由此可见,嵌入性是经济地理学中“制度、文化、关系转向”研究的重要领域(赵继敏等, 2009)。它能有效地融合、处理地方化—全球化、微观—宏观、结构—能动这类二元关系(苗长虹等, 2011)。因此,嵌入性的研究能为理解地方经济发展动力、地方经济与全球经济的融合和抗争提供新颖而独特的视角,具有重要的理论研究意义。

3 从嵌入性视角研究区域创意产业的必然性

伴随知识经济时代的来临,创意经济正在全球兴起。在这一背景下,学术界有关文化与经济对立的传统认知被突破,文化与经济的结合更为紧密(李蕾蕾, 2010)。究竟什么因素影响着一个地区的创意产业发展?以往经济地理学家对区域创意产业发展的研究主要围绕要素禀赋(Florida, 2002)、空间分布(Spencer, 2012; 褚劲风等, 2011; 马仁锋, 2012)展开,侧重对人才、技术、企业数量的地理集聚状态,以及由此带来的规模经济报酬递增和外部经济效应的研究(Piergiovanni et al, 2012)。然而,这些研究大多忽略了创意产业本身的文化和产业组织特征视角,未能对创意产业“创新”来源的本质和内在机理开展深入分析。

由于创意产业本身的文化特性和产业组织特征,从创意的萌发到创意产品的形成,并不是单纯依赖单个经济行为个体,而是有赖于其周围共同制

表1 经济地理学者对嵌入性的分类
Tab.1 Classification of embeddedness in economic geography

嵌入类型	特征
地域嵌入	主体的经济行为嵌入其所在的地域社会关系当中;其与所在地域的其他经济行为主体有密切的非正式联系,其行为受地域特有的社会关系影响
网络嵌入	主体的经济行为嵌入结构性的“网络组织”当中(例如:资本所有权的网络、供应商网络、生产网络等),而不考虑节点来源地域和目前所在的地域;对于这种跨越地理空间,但从属于同一网络组织的节点,其行为受网络联系和结构特征影响
文化制度嵌入	主体的经济行为嵌入其所成长的民族文化、制度环境之中;民族文化、制度、历史、伦理,以至宗教等人文因素对结点的影响如同植入其体内的“基因代码”;无论身处世界何处,结点经济活动都被打上了其成长所经历的文化和制度的烙印

资料来源:(Hess, 2004)。

度、文化环境影响下的多个体之间的频繁互动,因此,从嵌入性视角探讨区域创意产业发展的动力机制逐渐成为研究的热点。具体研究体现在以下方面:①区域特有的创意氛围(Creative Milieu)。学者们提出,创意产生于开放度高、容忍度高、进入障碍低、文化多样化的社会文化制度环境当中(Camagni, 1995; Florida, 2002; Olfert et al, 2011)。②弹性专精网络(Flexible Specialization Network)。学者们发现,围绕项目而产生的灵活的、专业化的产业网络是创意产业成功发展的载体(Manning, 2007; Scott, 2006; Wilson, 2010; 李蕾蕾, 2010)。从上述研究可以看出,嵌入性与创意产业成功之间具有紧密的内在逻辑联系,难以分离。

中国悠久的历史,孕育出了不同于西方的独特文化环境和社会制度;而一个社会越是具有文化、制度的独特性,便越会受其影响,从而独立于其他社会来演进,经济组织的形式也就越特殊(Castells, 2001; 张其仔, 1997)。因此,开展嵌入性研究,能为理解全球化背景下的中国地方创意经济发展提供新颖而独特的视角,具有重要的理论研究意义。

在现实层面,嵌入性研究对于中国创意产业的发展也有重要意义。2008年国际金融危机以来,从中央到地方的各级政府都期望新兴的创意产业成为中国经济新的增长极。据统计,除西藏、青海之外,中国大陆29个省市区均已明确提出发展创意产业。截至2011年,各地区创意产业园数量达到846个(邵培仁等, 2012)。然而,简单复制、粘贴西方创意产业发展模式效果不佳,一些创意园区、基地、公园、购物中心、文化展示中心的建立和发展,实际上很难说与真正的创意有关(Keane, 2009);大量政府划出的创意产业园甚至沦为盲目圈地的失败案例。只有立足于区域独特的社会结构和文化特征,才能制定出真正有利于创意产业发展的政策。因此,从嵌入性视角对创意产业开展研究,也有助于中国“创新型国家”和“文化强国”战略目标的实现。

4 国内外研究现状

由于经济地理学家进一步发展了嵌入性的概念,将其进一步细分为文化制度嵌入、地域嵌入和网络嵌入,因此,以下从这3个层面,分别对国内外嵌入性与创意文化产业发展研究进行综述。

4.1 创意产业的文化制度嵌入研究

4.1.1 创意产业的文化性嵌入

经济活动并非出现于社会真空,它们根植于文化之中(Castells, 2001)。许多学者都关注到创意产业本身特有的文化属性,因此这个领域的研究成果最为丰富。早在20世纪末,经济地理学者Scott(1999)就指出,当地文化资源禀赋条件会使个人对区域产生强烈的依恋,并对个人的设计和美学创新有催化作用。在此基础上,Florida(2002)提出了著名的“3T”理论,其中的一个“T”代表“宽容”(Tolerance)的社会文化环境。Florida尝试采用同性恋指数、波西米亚指数、文化熔炉指数、种族融合指数来衡量社会文化的宽容程度,并发现“宽容”激发了不同类型知识交流(Florida, 2002)。

随着这一脉络理论研究的深入,一些国外学者扩展了宽容的内涵:开放度高、容忍度高、进入障碍低、文化多元化、非稳定性强、人口集中、公共服务完善。Camagni(1995)、Landry(2008)等学者将这种环境称为“创意氛围”,而Scott(2006)等另外一些学者将这种环境称为“创意场域”(Creative Field)。虽然名称略有不同,但都强调文化因素对创意产业发展的重要性。具体来说,“宽容”主要可归纳为3个层面:

(1) 多元性

Drake等(2003)证实,文化多元化(地方文化发展程度、文化活跃程度)上的差别是造成不同地区创意产业发展水平差距的重要原因。Smallbone(2005)通过对伦敦从事创意产业的23名亚洲企业家深入采访,指出种族多样性可能被视为一种潜在的资源,它可以产生文化多元性,从而促进创意阶层的创造力和竞争力。另外,Olfert等(2011)也从文化多元性出发,通过统计加拿大创意产业从业人员在不同地点的分布状况,并检测相应地区在社区水平上的民族多样性指数,发现在城市中,民族多样性的程度越高,文化多元性越强,创意行业的比例也越高。

(2) 包容性

许多学者强调了政府营造的宽容氛围在区域创意产业发展中所起的作用。如Keane(2009)肯定了北京的政府官员对南锣鼓巷的艺术家和创意人才集聚和非正式交流给予“包容”。张纯等(2008)对北京市南锣鼓巷的深入研究发现,酒吧和咖啡店等提供的宽松、独特的创意氛围促进了创意交流活动

的产生。Olfert等(2011)的研究发现,在文化创意产业包容性强的城市和社区,最初包容氛围产生于对种族的多样化的容忍。

(3) 开放性

O'Connor等(2006)指出,创意发展需要开放的环境。政府需要建立一些能让新思想、新创意产生和交流的场所和机构,比如大学、学校周边的俱乐部、图书馆等来促进开放;另外,对人才、投资等外部资源的大量吸引和接纳,也是社会开放性的一个重要体现。Campbell(2011)对利物浦创意产业的研究发现,“欧洲文化之都”这一开放的称号对利物浦创意产业增长的带动作用正在加强,它犹如一面开放的旗帜,改善城市形象,吸引其他国家和地区的投资,促进自身创意产业的发展。

相对于外国学者把创意文化环境高度抽象为“多元”、“包容”、“开放”,为数不多的中国学者对创意产业嵌入的文化特征进行了区域差异化研究。例如,周尚意等(2008)分析了北京美术产业区在作品风格、市场定位、企业制度等方面是如何受当地文化影响;并指出,相对于上海、深圳,北京美术产业集聚区产品的“政治波普”特征明显,体现了北京作为中国政治中心的文化特征。

4.1.2 创意产业的制度性嵌入

制度是一系列被制定出来的规则、守法程序和行为的道德伦理规范。通常制度可以分为正规和非正规制度两类。正规的约束被称为规则,包括法律、政策等;而非正规的约束被称为习惯、惯例、伦理准则、道德约束等。新制度经济学认为,制度是一种稀缺要素,它将提供激励或者影响成本与收益,从而支配经济活动和经济增长(小罗伯特·B·埃克伦德等, 2001)。

目前,学术界在创意经济活动所嵌入的正式制度层面的研究比较丰富。大量研究表明,创意产业发展过程中,政府政策起着不可或缺的作用。具体表现在制定吸引投资的政策、土地产权制度(Rumpel et al, 2010; Phil et al, 2011),实施能够促进创意产业发展的财税政策、融资政策(张蕾, 2013),以及提供良好的基础设施、优质高效的公共服务和法律环境等方面(Wenting et al, 2011; 张炜等, 2011),从而对创意产业集聚产生吸引。Wong等(2009)以新加坡为例,指出政府鼓励外来投资和其他形式的企业间战略合作政策,对电影产业发展起到很大作用。Ponzini等(2010)以美国巴尔的摩市为例,分析

了政府市政设施规划政策对城市创意产业发展的影响,指出制度环境对文化环境的塑造有着巨大的影响。洪启东等(2011)基于对上海 M50 与田子坊的个案研究,认为土地产权制度的政策转化对创意产业的孵化有重要意义。郭振东(2010)将中国动漫产业政策变化分为3个阶段,着重分析了各阶段政策的不同特点及其对上海静安区动漫产业繁荣与衰退的影响。

在创意经济活动所嵌入的非正式制度层面,国际和国内研究都比较缺乏。部分中国学者关注了传统家族制度的延伸和衍生出来的地缘、血缘、业缘关系,以及互利互惠的人情法则所产生凝聚力和信任等社会资本对经济行为者的影响(文婷等, 2003);也有学者关注到了中国传统的儒家“仁、义、礼”3个核心概念所构成的道德准则,以及佛教所宣扬的“因缘”、“因果相承”的思想对区域内经济行为的约束和规范作用(张其仔, 1997)。但这些研究多局限于传统产业和高新技术产业的研究,而没有应用到对创意产业的研究中。

4.2 创意产业的地域性嵌入研究

全球化背景下,地方经济由于分工和专业化的发展而异军突起。在这一背景下,一些学者抛弃传统的艺术天才论和创作个体论,开始强调文化经济的社会集体性,并尝试借助地方产业集群理论,描绘创意产品产生的过程。

例如,Smallbone(2005)通过对伦敦的研究指出,地方创意公司间基于项目的地方合作非常普遍,如联合制作、联合营销、联合购买、设备和材料共享、同盟发展,但这些大多都基于非正式联系而不是正式联系。Gina(2005)以硅谷软件产业为例,强调了地方社区中人与人之间的社会联系(Social Network)对创意产业发展的作用。Scott(2006)强调地理邻近有利于默会知识的传播、吸收和转化对创意产生的作用;揭示了艺术创新和创作常常发生在本土由自由职业者、临时雇佣者、销售商、小公司等共同构成的相互依赖、非正规的联系之中。钱紫华等(2006)在大芬油画村的个案研究中,初步涉及了油画产业的本地联系。Manning(2007)指出,创意产品市场具有周期短、变化大、竞争激烈、风险大的特点;因此,以具体项目为核心构筑的地方创意生产系统,普遍出现在电视、广告与软件、电影行业当中。Heur(2009)则通过分析伦敦和柏林的音乐产业,探讨了创意分工和协作受所在地关系网

络的作用和影响。朱华晟等(2010)以上海9个地方创意产业集聚区为研究区域,利用74份企业问卷和16家企业访谈采集数据,较为抽象地总结了本地联系的基本特征:垂直联系是本地联系的主体,从而把创意产业地域嵌入的微观定量研究推进了一步。

4.3 创意产业的网络嵌入研究

伴随经济发展和科技进步,产业组织模式逐步发生改变。国内、外学者们普遍关注到创意产生的重要特性:差异化思考、思维交叉、异质性知识生产、边界外溢、对话和反馈等等。可见,灵活而富于弹性的工作方式与创意产业发展天然相配,使得创意产业网络组织特征明显(Daskalaki, 2010; Wilson, 2010; 李蕾蕾, 2010)。同时,随着全球化的推进,一些学者指出,创意产业的发展不仅立足于地方网络,还有赖于全球生产网络(Keeble et al, 2002; Kong et al, 2009; Scott, 2006)。

网络组织结构意味着身处其中的结点间必然存在关联和互动,从而产生信任、互惠等社会资本,并对结点行为产生重要影响。Scott(2006)认为,跨国知识流、多国文化碰撞、全球融资管道使得创意产品创造过程中出现全球合作网络,并且此种生产联合丝毫不比集聚本身产生的潜在力量弱。Coe等(2004)有关温哥华和曼彻斯特影视业的研究,揭示了跨区域网络联系在融资、流通乃至创意产品生产领域的重要性,认为本地创意产业嵌入超地方尺度的社会经济关系网络中,通过在网络中产生的信任、互惠来降低成本、加速知识流动。Daskalaki(2010)指出,创意产业网络具有短期、临时的特点,网络联系微妙且复杂。网络联系的异质性、差异性、开放性,对于网络成员的创意实践是必不可少的。Lee(2011)对英国独立电视制作产业的研究显示,创意企业在网络中的位置所产生的社会资本对企业影响巨大。网络组织是一个权力动态圈,它不仅有利于企业彼此的交流,还可以帮助企业获取地位和控制能力。

5 研究述评与展望

根据上面的文献综述不难发现,国内外经济地理学家对嵌入性理论的关注度日益提升,在嵌入性与创意产业发展方面的实证成果也已十分丰富,但相关研究还存在进一步拓展的空间。

5.1 文化制度嵌入理论有待进一步深入

(1) 中国特有的文化、制度环境尚未深入研究

中国历史悠久,幅员辽阔,创意产业形成的历史、文化、制度背景比西方更加复杂,地域特征十分鲜明。社会文化、制度涵盖面很广,包括道德、习惯、风俗、信仰、宗教等等,是民族精神风貌、心理状态、思维方式和价值取向等精神成果的综合反映。传统的儒家思想、家族制度,以及佛教、道教等宗教文化,对中国社会经济发展有着深远的、根深蒂固的影响(费孝通, 2007; 张其仔, 1997)。根据地理位置的不同,传统地域文化可以大致分为荆湘文化、岭南文化、燕赵文化、吴越文化、齐鲁文化、巴蜀文化、中原文化等,尽管历经千百年的融合,并共同接受现代文明的深刻洗礼,但时至今日,各地截然不同的地域特色依然一望可知。

创意产业是一个文化特征非常明显的产业;同时,创意阶层也有不同的文化、制度偏好取向(Comunian, 2011)。中国特有的、风格各异的文化、制度环境对创意企业的经济行为的影响是否有所差别呢?目前,国内学者多是继承和借鉴了西方理论,较笼统地将创意氛围概括为开放、多元和包容,较少结合中国特有的文化、制度环境,也没有对比各个区域所特有的文化、制度环境来分析创意企业的文化制度嵌入对其发展的影响。因此,基于欧美经验的西方理论范式是否适用于中国,仍有待探究;自身理论构建更有待加强。

(2) 缺乏文化制度嵌入的度量研究

创意企业行为对制度、文化环境的依赖程度有多深,文化制度嵌入对企业发展影响程度有多大,这些涉及如何度量文化制度嵌入的关键科学问题还少有研究者触及,亟需进一步的研究。

(3) 已有对创意产业与文化制度嵌入之间关系的研究结果仍有待检验

经济地理学界的已有研究结果多数显示文化制度嵌入和创意产业发展之间呈现正相关关系,即前者对后者为促进作用。但笔者在长沙的实地调研中发现,某些创意企业受本地社会、文化,特别是制度环境的影响很大(如潇湘电影制片厂与湖南省省政府之间),在初期对创意企业发展非常有利。然而,随着时间推移,彼此过于频繁的“强联系”,反而使双方的社会理性超越经济理性,阻碍节点合作伙伴的选择和交易行为的变更,导致成本升高和效率下降。这一现象与社会学者 Uzzi(1997)提出的

“嵌入悖论”相吻合:嵌入性强度与企业绩效呈现倒“U”型分布。因此,当前经济地理学界笼统认定文化制度嵌入一定促进创意产业发展的结论尚有待更多实证研究的检验。

5.2 网络嵌入研究缺乏对网络结构本身的分析

经济地理学家重视从空间层面对网络嵌入的研究,而缺乏对网络结构本身的分析。由于创意经济活动带有强烈的文化标识,其各种正式和非正式网络联系构成较为复杂。目前,经济地理学家无论在地域还是全球层面,对网络嵌入都无法较科学地界定其网络边界和范围,对网络结构如何影响创意产业发展的分析也只是初步涉及。例如,朱华晟等(2010)虽然走出了微观层面网络结构分析的第一步,但其研究路线是比较被动地根据回收的问卷情况,来随机选择访谈企业(被选择企业之间很可能根本就没有联系),而不是主动根据创意项目价值链联系来选择访谈企业;加之受限于多数受访企业的商业保密性顾虑,仍然难以构建清晰的网络拓扑图系,网络结构依然处于黑箱之中。

5.3 地域嵌入研究产业特色不鲜明

创意产业是以创造力为核心的,与传统制造业有着鲜明的区别。同时,创意产业门类众多,涵盖影视传媒、动漫、工业设计、出版发行、表演艺术等纷繁复杂的子行业。因此,以其为依托的地方非经济关系特征可能存在重大差异。但当前学术界就地域嵌入中各种社会关系对创意发展影响的分析,只是较为粗略、抽象地套用了一般制造业产业集群的概念和术语(李蕾蕾, 2010),没有紧扣创意产业的自身特征,更没有深入挖掘其各个子行业本身的特征来分析特有社会联系对当地产业发展的影响。

5.4 嵌入性影响创意产业发展的机制探讨匮乏

国内外学术界就“嵌入性对创意产业发展具有重要影响”这一结论已经达成共识,但对嵌入性影响创意产业发展的机制分析方面缺乏足够的研究。只有对影响机制的深入探讨,才能真正揭示嵌入性影响创意产业发展的一般规律。因此,在使用更加科学的工具来测度嵌入性对创意产业发展影响程度的同时,还应该加强嵌入性“如何”影响创意产业发展的相关机制探究,从而更好地完善相关研究,建立更成熟的理论体系和研究范式,也使得到的研究结论能够更好地被用于指导产业的发展。

5.5 研究方法需要定性与定量相结合

经济地理学者对创意产业嵌入性的已有研究,

始终停留在基于案例的定性研究层面。尽管一致强调嵌入性对企业的经济绩效、市场竞争优势的发挥具有关键作用,但这一结论缺乏足够的实证,尤其是大样本的定量分析支持。因此,选取适当指标来定量表征嵌入性,可望成为该领域研究方法创新的突破口。目前,还很少有地理学者借用相邻学科的研究方法,例如,利用社会学的网络分析法来表征和度量创意企业的嵌入性,或利用经济学计量方法,建立多元回归模型对创意企业的嵌入性与创意产业发展进行分析,并测量嵌入性对创意企业发展的影响程度。

总之,嵌入性在经济地理学的制度、文化、关系转向过程中成为最重要的研究议题之一,也是创意产业研究领域的重要内容。嵌入性研究能为理解全球化背景下的中国地方创意经济发展提供新颖而独特的视角。因此,嵌入性既是中国学者参与国际经济地理学理论构建、对话和争辩的重要领域,也是推进主流经济地理学本土化建设的重要方向,有待学者们继续投入热情和精力开展深入研究。

参考文献(References)

- 褚劲风, 高峰. 2011. 上海苏州河沿岸创意活动的地理空间及其集聚研究. 经济地理, 31(10): 1674-1679. [Chu J F, Gao F. 2011. A study on agglomeration of the creative industry along Suzhou Creek in Shanghai. Economic Geography, 31(10): 1674-1679.]
- 方永恒, 李文静. 2013. 文化产业集群的社会网络嵌入性研究. 科技管理研究, 33(3): 171-174. [Fang Y H, Li W J. 2013. Study on the social network embeddedness of cultural industry cluster. Science and Technology Management Research, 33(3): 171-174.]
- 费孝通. 2007. 费孝通论文化与文化自觉. 北京: 群众出版社. [Fei X T. 2007. Fei Xiaotong's theory of culture and cultural consciousness. Beijing, China: People Publishing Press.]
- 郭振东. 2010. 制度转向下上海市静安区动漫产业空间演变与分异研究[D]. 上海: 上海师范大学. [Guo Z D. 2010. A study on spatial evolution and difference of animation industry of institutional turn in Jingan District[D]. Shanghai, China: Shanghai Normal University.]
- 洪启东, 童千慈. 2011. 文化创意产业城市之浮现: 上海M50与田子坊个案. 世界地理研究, 20(2): 65-75. [Hong Q D, Tong Q C. 2011. The alternative city planning concept of created cultural industry urban Shanghai since two millennium: M50 factory and Tian-zi-fang community. World Regional Studies, 20(2): 65-75.]

- 景秀艳. 2007. 网络权力及其影响下的企业空间行为研究 [D]. 上海: 华东师范大学. [Jing X Y. 2007. A study on network power and the enterprises spatial behavior under its influence[D]. Shanghai, China: East China Normal University.]
- 李蕾蕾. 2010. 文化经济地理学进展与“项目网络地理学”的提出. 人文地理, 25(2): 1-7. [Li L L. 2010. The development of cultural economic geography and the emergency of "Project Network Geographies". Human Geography, 25 (2): 1-7.]
- 李新建, 罗庆. 2007. 经济地理学的关系转向评述. 世界地理研究, 16(4): 19-27. [Li X J, Luo Q. 2007. A review on relational turn in economic geography. World Regional Studies. 16(4): 19-27.]
- 马仁锋. 2012. 大都市创意空间识别研究: 基于上海市创意企业分析视角. 地理科学进展, 31(8): 1013-1023. [Ma R F. 2012. The identification of creative spaces in Shanghai: based on the space relation of creative enterprise. Progress in Geography, 31(8): 1013-1023.]
- 苗长虹. 2004. 变革中的西方经济地理学: 制度、文化、关系与尺度转向. 人文地理, 19(4): 68-76. [Miao C H. 2004. Western economic geography in transformation: institutional, cultural, relational and scalar turns. Human Geography, 19(4): 68-76.]
- 苗长虹, 魏也华, 吕拉昌. 2011. 新经济地理学. 北京: 科学出版社. [Miao C H, Wei Y H, Lv L C. 2011. New economic geographies. Beijing, China: Science Press.]
- 钱紫华, 闫小培, 王爱民. 2006. 城市文化产业集聚体: 深圳大芬油画. 热带地理, 26(3): 269-274. [Qian Z H, Yan X P, Wang A M. 2006. Urban cultural production agglomeration: a case study of Dafen commercial painting industry. Tropical Geography, 26(3): 269-274.]
- 邵培仁, 李思屈. 2012. 中国娱乐与创意产业发展报告蓝皮书. 杭州: 中国传媒报告杂志社. [Shao P R, Li S Q. 2012. Blue book of China media report. Hangzhou, China: China Media Report Press.]
- 王缉慈. 2001. 创新的空间: 企业集群与区域发展. 北京: 北京大学出版社. [Wang J C. 2001. Innovative spaces: enterprise clusters and regional development. Beijing, China: Peking University Press.]
- 文嫣, 李新建. 2003. 非正式因素影响下的中小企业网络学习与区域发展: 河南省偃师市翟镇针织业的研究. 人文地理, 18(3): 73-76. [Wen H, Li X J. 2003. Informal factors, SME networks and regional development: a study of textile enterprises in Zhaizhen, Henan Province. Human Geography, 18(3): 73-76.]
- 文嫣, 杨友仁, 侯俊军. 2007. 嵌入性与FDI驱动型产业集群研究: 以上海浦东IC产业集群为例. 经济地理, 27(5): 741-746. [Wen H, Yang Y R, Hou J J. 2007. Study of embeddedness and FDI-driven industrial cluster: case of Pudong IC industrial cluster. Economic Geography, 27 (5): 741-746.]
- 文嫣, 张生丛. 2011. 中间环节市场结构对全球产业价值链治理者决定的影响研究. 经济经纬, (5): 33-39. [Wen H, Zhang S C. 2011. A research into the influence of market structure of intermediate link on the decision of global value chain governors. Economic Survey, (5): 33-39.]
- 小罗伯特·B·埃克伦德, 罗伯特·F·赫伯特. 2001. 经济理论和方法史. 杨玉生, 张凤林, 刘君, 等, 译. 北京: 中国人民大学出版社. [Ekelund R B Jr., Hebert R F. 2001. A history of economic theory and Method. Yang Y S, Zhang F L, Liu J, et al, Trans.. Beijing, China: China Renmin University Press.]
- 张纯, 王敬甯, 陈平, 等. 2008. 地方创意环境和实体空间对城市文化创意活动的影响: 以北京市南锣鼓巷为例. 地理研究, 27(2): 439-448. [Zhang C, Wang J N, Chen P, et al. 2008. The impact of local creative milieu and space on cultural and creative activities in cities: the case of South Luoguxiang in Beijing. Geographical Research, 27 (2): 439-448.]
- 张蕾. 2013. 中国城市文化创意产业现状、布局及发展对策. 地理科学进展, 32(8): 1227-1236. [Zhang Q. 2013. City's cultural and creative industry in China: status, distribution, and development strategy. Progress in Geography, 32(8): 1227-1236.]
- 张其仔. 1997. 社会资本论: 社会资本与经济增长. 北京, 社会科学文献出版社. [Zhang Q Z. 1997. The social capital: social capital and economic growth. Beijing, China: Social Sciences Academic Press.]
- 张炜, 姚海棠. 2011. 试析北京文化创意产业的影响因素. 北京社会科学, (3): 20-25. [Zhang W, Yao H T. 2011. The empirical analysis on the influential factors of Beijing cultural and creative industries. Social Science of Beijing, (3): 20-25.]
- 赵继敏, 刘卫东. 2009. 文化创意产业的地理学研究进展. 地理科学进展, 28(4): 503-510. [Zhao J M, Liu W D. 2009. Progress in the study of cultural/creative industries by geographers. Progress in Geography, 28(4): 503-510.]
- 周尚意, 沈小平. 2008. 北京美术产业对地方文化的嵌入性程度分析. 人文地理, 23(2): 26-32. [Zhou S Y, Shen X P. 2008. Local cultural embeddedness of the fine arts industry in Beijing. Human Geography, 23(2): 26-32.]
- 朱华晟, 吴骏毅, 魏佳丽, 等. 2010. 发达地区创意产业网络的驱动机理与创新影响: 以上海创意设计业为例. 地理

- 学报, 65(10): 1241-1252. [Zhu H S, Wu J Y, Wei J L, et al. 2010. Creative networking in developing countries: a case study of design industry in Shanghai, China. *Acta Geographica Sinica*, 65(10): 1241-1252.]
- Adrian S. 2003. Power relations, industrial clusters, and regional transformations: Pan-European integration and outward processing in the Slovak clothing industry. *Economic Geography*, 79(1): 17-40.
- Amin A, Thrift N. 1992. Neo-marshallian nodes in global networks. *International Journal of Urban and Regional Research*, 16(4): 571-587.
- Amin A, Thrift N. 1995. Globalisation, institutional "thickness" and local economy//Healey P. *Managing cities: the new urban context*. Hoboken, NJ: Wiley: 91-108.
- Amin A, Thrift N. 2007. Cultural-economy and cities. *Progress in Human Geography*, 31(2): 143-161.
- Audretsch D B, Feldman M. 1996. R&D spillovers and the geography of innovation and production. *The American Economic Review*, 86(3): 630-640.
- Bathelt H, Taylor M. 2002. Clusters, power and place: inequality and local growth in time-space. *Geografiska Annaler: Ser. B*, 84(2): 93-109.
- Camagni R. 1995. The concept of innovative milieu and its relevance for public policies in European lagging regions. *Regional Science*, 74(4): 317-340.
- Campbell P. 2011. Creative industries in a European capital of culture. *International Journal of Cultural Policy*, 17(5): 510-522.
- Capello R. 1999. Spatial transfer of knowledge in high technology milieus: learning versus collective learning processes. *Regional Studies*, 33(4): 353-365.
- Castells M. 2001. Local and global: cities in the network society. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 93(5): 548-558.
- Coe N M, Hess M, Yeung H W. 2004. "Globalizing" regional development: a global production networks perspective. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 29(4): 468-484.
- Comunian R. 2011. Rethinking the creative city: the role of complexity, networks and interactions in the urban creative economy. *Urban Studies*, 48(6): 1157-1179.
- Daskalaki M. 2010. Building "bonds" and "bridges": linking tie evolution and network identity in the creative industries. *Organization Studies*, 31(12): 1649-1666.
- Dicken P, Kelly P F, Olds K, et al. 2001. Chains and networks, territories and scales: towards a relational framework for analyzing the global economy. *Global Networks*, 1(2): 89-112.
- Drake C, Heni J B E. 2003. Synchronizing with music: intercultural differences. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 999: 429-437.
- Essletzbichler J, Rigby D. 2007. Exploring evolutionary economic geographies. *Journal of Economic Geography*, 7(5): 549-571.
- Florida R. 2002. *The rise of creative class: and how it's transforming work, leisure, community, and everyday life*. New York: Basic Books.
- Gereffi G, Humphrey J, Kaplinsky R, et al. 2005. The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 12(1): 78-104.
- Gina N. 2005. The changing place of cultural production: the location of social networks in a digital media industry. *The Annals of the American Academy of Political Social Science*, 597: 134-152.
- Granovetter M. 1992. *Problems of explanation in economic sociology*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Henderson J, Dicken P, Hess M, et al. 2002. Global production network and the analysis of economic development. *Review of International Political Economy*, 9(3): 436-464.
- Hess M. 2004. "Spatial" relationships: towards a reconceptualization of embeddedness. *Progress in Human Geography*, 28(2): 165-186.
- Heur B. 2009. The clustering of creative networks: between myth and reality. *Urban Studies*, 46(8): 1531-1552.
- Hsu J Y, Saxenian A. 2000. The limits of guanxi capitalism: transnational collaboration between Taiwan and the USA. *Environment and Planning A*, 32(11): 1991-2005.
- Humphrey J. 2003. Globalization and supply chain networks: the auto industry in Brazil and India. *Global Networks*, 3(2): 121-141.
- James A. 2007. Everyday effects, practices and causal mechanisms of "cultural embeddedness": learning from Utah's high tech regional economy. *Geoforum*, 38(2): 393-413.
- Jones A. 2008. Beyond embeddedness: economic practices and the invisible dimensions of transnational business activity. *Progress in Human Geography*, 32(1): 71-88.
- Keane M. 2009. Creative industries in China: four perspectives on social transformation. *International Journal of Cultural Policy*, 15(4): 431-443.
- Keeble D, Nachum L. 2002. Why do business service firms cluster: small consultancies, clustering and decentralization in London and southern England. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 27(1): 67-90.

- Kong L, O'Connor J. 2009. *Creative economies, creative cities*. New York: Springer.
- Landry C. 2008. *The creative city: a toolkit for urban innovation*. London: Comedia Earthscan Publication.
- Lee D. 2011. Network, cultural capital and creative labour in the British independent television industry. *Media, Culture & Society*, 33(5): 549-565.
- Liu W, Dicken P. 2006. Transnational corporations and "obligated embeddedness": foreign direct investment in China's automobile industry. *Environment and Planning A*, 38(7): 1229-1247.
- Maillat D. 1998. Innovation milieux and new generations of regional policies. *Entrepreneurship and Regional Development*, 10(1): 1-6.
- Manning J. 2007. Transforming creative potential in project networks: how TV movies are produced under network-based control. *Critical Sociology*, 33(1-2): 19-42.
- Markusen A. 1996. Sticky places in slippery space: a typology of industrial districts. *Economic Geography*, 72(3): 293-313.
- O'Connor J, Xin G. 2006. A new modernity: the arrival of "creative industries" in China. *International Journal of Cultural Studies*, 9(3): 271-283.
- Olfert M R, Partridge M. 2011. Creating the cultural community: ethnic diversity vs. agglomeration. *Spatial Economic Analysis*, 6(1): 25-55.
- Paasi A. 2002. Place and region: regional world and word. *Progress in Human Geography*, 26(6): 802-811.
- Phil C, Lisa D. 2011. A policy agenda for EU smart growth: the role of creative and cultural industries. *Policy Studies*, 32(4): 365-375.
- Piergiovanni R, Carree M A, Santarelli E. 2012. Creative industries, new business formation, and regional economic growth. *Small Business Economics*, 39(3): 539-560.
- Polanyi K. 1957. *The economy as instituted process*/Polanyi K, Arensberg C M, Pearson H W. Trade and market in the early empires. New York: The Free Press: 243-270.
- Ponzini D, Rossi U. 2010. Becoming a creative city: the entrepreneurial mayor, network politics and the promise of an urban renaissance. *Urban Studies*, 47(5): 1037-1057.
- Rumpel P, Slach O, Koutsky J. 2010. Creative industries in spatial perspective in the old industrial Moravian-Silesian Region. *E+M Ekonomie a Management*, 13(4): 30-46.
- Saxenian A. 1994. *Regional advantage: culture and competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge, MA: Harvard University Press: 61-67.
- Scott A. 1999. The US recorded music industry: on the relations between organization, location, and creativity in the cultural economy. *Environment and Planning A*, 31(11): 1965-1984.
- Scott A. 2006. Entrepreneurship, innovation and industrial development: geography and the creative field revisited. *Small Business Economics*, 26(1): 1-24.
- Smallbone D. 2005. Diversification in ethnic minority business: the case of Asians in London's creative industries. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(1): 41-56.
- Spencer G M. 2012. Creative economies of scale: an agent-based model of creativity and agglomeration. *Journal of Economic Geography*, 12(1): 247-271.
- Storper M. 1995. The resurgence of regional economics, ten years later: the region as a nexus of untraded interdependencies. *Urban & Reg Studies*, 2(3): 191-221.
- Torre A, Rallet A. 2005. Proximity and localization. *Regional Studies*, 39(1): 47-59.
- Tsai w, Ghoshal S. 1998. Social capital and value creation: the role of intra-firm networks. *Academy of Management Journal*, 41(4): 464-476.
- Uzzi B. 1997. Social structure and competition in inter-firm networks: the paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42(1): 35-67.
- Wenting R, Atzema O, Frenken K. 2011. Urban amenities or agglomeration economies: locational behaviour and entrepreneurial success of Dutch fashion design. *Urban Studies*, 48(7): 1333-1352.
- Wilson N. 2010. Social creativity: re-qualifying the creative economy. *International Journal of Cultural Policy*, 16(3): 367-381.
- Wong C, Matthews J. 2009. Learning through collaboration and co-production in the Singapore film industry: opportunities for development. *Australian and New Zealand International Business Academy Conference: The Future of Asia-Pacific Business: Beyond the Crisis*. Brisbane, Australia: 15-17 April.
- Yeung H W. 2005. Rethinking relational economic geography. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 30(1): 37-51.
- Yeung H W. 2009. Regional development and the competitive dynamics of global production network: an East Asian perspective. *Regional Studies*, 43(3): 325-351.
- Zukin D. 1990. *Structures of capital: the social organization of the economy*. Cambridge, UK: CUP Archive.

Review of creative industries from perspective of embeddedness

WEN Hu, GUI Yana

(School of Economics and Trade, Hunan University, Changsha 410079, China)

Abstract: Economic activity is socially constructed and historically determined by individual and collective actions expressed through organizations and institutions. Along with the development of economic geography, institution and culture tend to be hotspots in this subject realm. The theories of new economic geography that contain new regionalism economic geography, cultural economic geography, relationship economic geography, evolution economic geography among others are gradually being built and improved. More scholars began to pay close attention to the non-economic factors that influence regional economic development. In this process, the concept of "embeddedness" that came from the new economic sociology is increasingly becoming a key word. And it has gained much prominence in economic geography over the last decade, as much work has been done on the social and organizational foundations of economic activities and regional development. This article analyzes the progress in research of creative industry development from the perspective of embeddedness. It starts with the use and development of the concept of "embeddedness" in economic geography. Economic geographers developed the conception of "embeddedness". They pointed out that it includes three dimensions: (1) "Cultural and institutional embeddedness", which means that economic behaviors are always affected by the special culture, institution, religious and morality, which are like genes embedded in the action of economic behaviors. The degree and behaviors of interpersonal trust, dependence and information sharing are affected by cultural tradition and value criterion and institution. (2) "Territorial embeddedness", that is, economic behaviors are always embedded in the local environment. The territorial related relationship will affect the behavior of economic actors. (3) "Network embeddedness", that is, a lot of formal and informal contacts between economic actors form network organizations. So everyone in the network is always affected by the network structure and his position in the network. Those new conceptions put forward by geographers are more detailed and have "space" meaning when compared with the traditional conception of economic sociology. The article also discusses the necessity and importance of doing research on the development of regional creative industry from the perspective of embeddedness. Based on the three dimensions of "embeddedness", this article reviews related literature and summarizes as well as comments on related research achievements in this field. In the end, the article discusses the outlook of future economic geography research of creative industry development from the perspective of embeddedness. Furthermore, the article points out that the research of "embeddedness" of the regional economics is not only an important area where Chinese scholars are able to participate in international economic geography theory building, dialogues and debates, but also an important direction for mainstream economic geography to promote its localization construction, hence it has important significance both theoretically and practically. Scholars should continue to put into energy to carry out in-depth studies.

Key words: embeddedness; creative industry; economic geography; review