



CSSCI来源集刊
CNKI来源集刊

文化产业研究

Cultural Industry Research

主 编 顾 江
副 主 编 周 锦
姜 照 君

文化经济学的起源和研究方法

王志标

文化资源、文化势能及我国西部地区文化产业发展
误区探析

熊正贤 吴黎围

融合：制造业与文化产业高质快速发展的可行路径

郭际 张扎根 刘慧

文化折扣对我国文化产品出口贸易的影响

叶琳 王增涛 王玉革 华迎曦

机制与模式：电影艺术如何影响城市创意产业

张经武



南京大学出版社

10



文化产业研究

Cultural Industry Research

主编 顾江
副主编 周锦 姜照君



南京大学出版社

10

G114-53

01
v10

图书在版编目(CIP)数据

文化产业研究. 10 / 顾江主编. — 南京 : 南京大学出版社, 2015. 5

ISBN 978-7-305-15053-1

I. ①文… II. ①顾… III. ①文化产业—中国—文集
IV. ①G124-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 079995 号

主 编 顾 江

副主编 周 锦 姜照君

编 辑 郭新茹 朱文静 张苏秋 吴建军

高莉莉 阮南燕 秦宗财 陈 广

王亚楠 马 卿 贺 达 水心勇

出版发行 南京大学出版社

社 址 南京市汉口路 22 号

邮 编 210093

出 版 人 金鑫荣

书 名 文化产业研究(10)

主 编 顾 江

副 主 编 周 锦 姜照君

责任编辑 李廷斌 束 悦

编辑热线 025-83686308

照 排 南京南琳图文制作有限公司

印 刷 江苏凤凰数码印务有限公司

开 本 787×1092 1/16 印张 16.25 字数 279 千

版 次 2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-305-15053-1

定 价 38.00 元

网 址: <http://www.njupco.com>

官方微博: <http://weibo.com/njupco>

官方微信号: njupress

销售咨询热线: 025-83594756

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

《文化产业研究》编委会

(以姓氏笔画为序)

丁 帆	王家新
王燕文	左 健
王廷信	王月清
刘志彪	刘玉珠
李怀亮	李凤亮
李 炎	李友根
张异宾	向 勇
张建康	杨 忠
陈昭全	吴江波
花 建	沈坤荣
金鑫荣	金元浦
范从来	孟 建
周安华	周 宪
洪银兴	胡惠林
徐耀新	徐 宁
高书生	贾旭东
顾 江	黄昌勇
梁 勇	于 平
傅才武	熊澄宇

主办单位

文化部—南京大学国家文化产业研究中心

江苏文化产业研究基地

江苏省文化产业学会

南京大学文化产业发展研究所

南京大学商学院

编者寄语

“新常态”意味着我国经济发展增长速度的改变、经济发展方式的改变,十八大以来,我国的新型城镇化、“一路一带”、长江经济带和京津冀一体化协同发展等战略,不仅推动着区域经济社会发展,也为区域文化产业、特色文化产业和文化走出去提供了新的发展路径。文化板块是十八届三中全会十五项改革之一,表明了国家对文化体制改革的重视,明确了文化产业的地位。文化产业是现代经济重要的增长点之一,文化产业的发展一方面可以提高文化软实力、增强国家综合实力,另一方面可以推动经济结构调整、加快经济发展方式转变。当前,随着国民经济的持续增长,居民的社会消费结构发生转变,发展文化产业能够满足人民群众日益增长的多样化文化消费需求,也满足了人们对于更高精神文化生活的追求。在创新驱动发展的背景下,文化产业发展的动力之一就是不断地开拓和创新,只有创意和创新,才能提升文化产品的附加值,才能真正做大做强我国的文化产业。在“互联网+”时代,网络文化产业全面兴起,文化产业与互联网、移动互联网的结合产生了新的文化消费习惯,创造了新型的文化产业业态。互联网改写了经济运行方式,与文化产业正在深度融合,延伸和扩展了新的文化产业链。

《文化产业研究》是由文化部—南京大学国家文化产业研究中心、江苏省文化产业研究基地、江苏省文化产业学会、南京大学文化产业研

究所、南京大学商学院联合主办的 CSSCI 来源集刊。《文化产业研究》融合了现代经济学、管理学、社会学、艺术学、历史学等多学科的理论与方法,从多角度、多学科研究国内外文化产业最新发展态势。自问世以来,集刊秉承百年南大浓厚的学术氛围,厚积而薄发,以规范、严密、扎实、创新的风格得到国内外学者的高度评价,为丰富国内外文化产业理论与实践的研究增添了新的亮点。

《文化产业研究》(10)围绕文化产业学术前沿、市场消费、产业创新、文化金融、文化贸易、版权经济、博士论坛七个板块,从多学科视角,探析文化产业发展的新理念、新动向和新特征,力求关注全球文化产业理论和实践动态,跟踪区域文化产业发展进程,把脉文化企业发展态势。

感谢国家自然科学基金项目“演化经济地理视角下创意产业空间演化动力机制研究”(71373119)的资助。

希望《文化产业研究》搭建的学术交流平台,以其精准的定位、开阔的视野、前沿的视角服务于国内外文化产业研究学者,推动我国文化产业的规模化、集约化、专业化发展。

顾 江

目 录

学术前沿

- 影响文化产业发展的五大关键问题 王廷信 周 锦 / 2
- 沿海城市邮轮旅游产业的发展前景与对策 赵玉忠 / 10
- 文化经济学的起源和研究方法 王志标 / 18
- 应用型本科高校文化产业管理专业人才培养模式创新 王 芳 / 34

市场消费

- 文化资源、文化势能及我国西部地区文化产业发展误区探析.....
- 熊正贤 吴黎围 / 42
- 农业创意品的价值估计及其产业前景 印永龙 姜 蕾 王树进 / 55
- 电视与新媒体融合背景下城市形象传播研究 高山冰 / 65

产业创新

- 融合:制造业与文化产业高质快速发展的可行路径.....
- 郭 际 张扎根 刘 慧 / 78
- 文化产业集中度与地方政府“有形之手”:基于工具变量法的一个实证研究.....
- 李 琦 / 91
- 文化遗产与文化产业集聚关系实证研究 梁 君 / 104

文化金融

- 我国文化创意产业发展的税收优惠政策
——基于“营改增”试点效应的经验证据研究 陈智明 郭永济 李伯钧 查华超 / 114
- 创意众筹融资模式的动力机制研究 胡慧源 / 127

文化贸易

- 文化折扣对我国文化产品出口贸易的影响 叶 琳 王增涛 王玉革 华迎曦 / 138
- 日本创意产业贸易结构与竞争力演变研究 王洪涛 贺勤志 贺 达 / 152
- 上海自贸区制度创新与我国文化产业开放发展对策研究 缪锦春 / 166

版权经济

- 网络视频版权资源的增值模式——以乐视网为例 秦宗财 刘 力 / 182
- 艺术内在的结构性传播取向分析 孙玉明 / 192

博士论坛

- 机制与模式：电影艺术如何影响城市创意产业 张经武 / 204
- 中国电影产业的国际竞争力提升与全球化战略路径研究 冉景刚 / 216
- 基于数字科技的文化创意产品创新发展研究 秦 枫 / 234

CONTENTS

Academic Frontier

- The Five Key Issues Affecting the Development of Cultural Industries
..... Wang Tingxin Zhou Jin / 2
- The Development Prospect and Strategy of Cruise Tourism in Coastal Cities ...
..... Zhao Yuzhong/ 10
- Origin and Research Methods of Cultural Economics Wang Zhibiao / 18
- Innovation of Talents Cultivation Mode in Management of Cultural Industry at
Applied Undergraduate University Wang Fang / 34

Market Consumption

- Cultural Resource, Cultural Potential Energy And Development Errors of
Cultural Industry In West China Xiong Zhengxian Wu Liwei / 42
- Value Assessment and the industry prospects of Creative Agriculture
Products Yin Yonglong Jiang Lei Wang Shujin / 55
- A Study on City Image Communication in the Context of Convergence of TV
and New Media Gao Shanbing / 65

Industrial Innovation

- Fusion: Feasible Path for High-quality and Rapid Development of
Manufacturing and Cultural Industry
..... Cuo Ji Zhang Zhagen Liu Hui/ 78

The “Visible Hand” of Local Government and Concentration Ratio of Cultural Industry: An Empirical Investigation Based on Instrumental Variable Approach	Li Qi / 91
Empirical Research on the Agglomeration Relationship between Cultural Heritage and Cultural Industry	Liang Jun / 104

Culture Financial

China’s Development of Tax Incentives and Policies for Cultural and Creative Industries based on the Effects of the Empirical Evidence of the “Business Tax to VAT Reform” Study	Chen Zhiming Guo Yongji Li Bojun Zha Huachao / 114
Study On The Drynamic Mechanism Of Creative Crowdfunding	Hu Huiyuan / 127

Culture Trade

The impact of Culture Discount on The Export of China’s Culture Goods	Ye Lin Wang Zengtao Wang Yuping Hua Yingxi / 138
The Research for Japan’s Creative Industry Trade Structure and Competitive Evolution	Wang Hongtao He Qinzhi He Da / 152
A Study on the Relationship between Institution Innovation of Shanghai Free Trade Area and Development and Openness of Culture Industry	Miu Jinchun / 166

Copyright Economic

Research on the Value-added Patterns of Copyrighted Resources of Online Videos: Example of LETV’s Perspective	Qin Zongcai Liu Li/ 182
The analysis of internal structure communication orientation of artistic	Sun Yuming / 192

Dr. Forum

- Mechanism and Mode: How the Film Art affects the City Creative Industry
..... Zhang Jingwu / 204
- Research on China movie industry's international competitiveness and
globalization development strategy path Ran Jinggang / 216
- Study on Cultural and Creative Product Innovation Based on Digital Technology
..... Qin Feng / 234

术前沿

影响文化产业发展的五大关键问题

王廷信 周 锦

摘 要:文化产业要获得发展,主要要解决好五个关键问题:意识、机制、平台、内容、人才。这五大问题相互依赖,缺一不可。其中人才是关键中的关键。

关键词:文化产业 关键问题 机制 平台

2013 年,我国文化产业步入快速发展轨道,同时进入历史发展转折点。2013 年 11 月,党的十八届三中全会在京召开,文化板块被单列为十五项改革之一,体现了国家越来越重视文化行业的发展。预计未来国家对于文化行业相关的投入将会持续增加,行业的长期向上态势可以继续保持。党的十八大报告提出,要推动文化产业迅速发展,制定规划,到 2020 年使文化产业成为我国经济发展的支柱产业。

一、引 言

20 世纪三四十年代,西方马克思主义重要分支的法兰克福学派创始人霍克海默和阿多诺认为文化工业就像是一个提供电影、广播节目、杂志等标准文化产品的工厂,是可以进行复制、大批量的工业化生产,并对其进行了批判。这是学界首次出现 culture industry 这一概念,但此时只能是文化工业,带有控制社会意识形态和思想的贬义色彩^[1]。

直到 1978 年,联合国教科文组织成立文化产业专门小组,用 culture industry 来指代文化在社会发展中的存在和应用时,才可以译作“文化产业”,成为一种文化发展类型。按照联合国教科文组织的定义,文化产业是指按照工业标准生产与再生产,连同储存及分配文化产品和文化服务的一系列活动。这一定义只包括如书籍报刊等印刷品和电子出版物、有声制品、视听制品等及其相关服务之类标准化精细化的产品^[2]。

由于各国对文化产业的界定不同,称呼不一,国外相关文献多以 Cultural and Creative Industries(CCI),即文化创意产业为研究对象。Potts 与 Cunningham

(2008)认为,不同于传统制造业,文化创意产业的主力资金或资源是知识和技术经验,创造力和天赋^[3]。Drake(2003)使用定性访谈调查的方式,采访了英国工艺金属制品和数字设计领域的工人,重点研究文化创意产业的小微型企业中地域与个性化创造力之间的关系,注意到当时关于创意产业的空间理论对集体的创造力和方法的强调,他分析认为,地方和创造力之间的联系在创作过程是重要的,理论需要扩展,应更多考虑个人的创造力和方法,使地方产业集聚,可以成为个人的创造性的催化剂^[4]。Chuluunbaatar 等(2014)从社会资本角度整合研究文化产业集聚理论来解释驱动文化产业发展的关键动力。该研究以蒙古马戏行业为例进行分析,得出的结论是文化产业发展不仅依赖于经济地理中已经预定的集群,社会方面的人才创新同样对产业发展有显著帮助,因此不应该被忽视^[5]。

我国学者胡惠林(2000)认为,文化产业是一个以精神产品的生产、交换和消费为主要特征的产业系统^[6]。叶南客(2004)认为,文化与经济是“车之双轮”,应该同步发展;文化与经济相互渗透融合,趋向于我中有你、你中有我;文化经济相互促进,实现社会与经济双重效益的共同提高^[7]。陈瑾瑜等(2012)对我国文化产品的产业化发展中的困境与突破进行研究,提出要对文化进行深度挖掘和生态开发,打造文化产业链并依据产业链进行价值创造和延伸^[8]。

近年来,随着文化体制改革的深入推进,各项扶持政策不断出台,我国文化产业规模不断壮大,增加值逐年稳步提升,占 GDP 的比重也越来越大。根据测算,2012 年我国文化产业增加值为 18 071 亿元,比 2004 年产业增加值增加了 14 631 亿元,增幅达 425%,文化产业正逐步成为我国经济增长一个新的亮点。

二、文化产业的五大关键问题

知识经济正成为时代的主流,文化产业发展必将成为未来世界经济增长的新动力。目前欧美发达国家文化产业发展日益成熟,早在 20 世纪八十年代学术界关于文化产业的讨论就已兴起。相比较而言,我国文化产业发展较晚,虽然近几年国家大力支持发展相关产业,文化体制改革也提上日程,但文化建设中存在的问题依旧严峻,例如财政支出中文化投入费用的比例偏低,严重缺乏文化专业复合型人才,文化发展城乡区域结构不均衡的问题突出等。

中国提倡发展文化产业已经十多年了,尤其是在近四五年间,国家逐步从实质上重视文化产业发展。从文化产业发展大事件的角度,我国文化产业发展可分为初步发展、进一步发展和快速发展这三个阶段,具体见表 1。

表 1 我国文化发展历程总结归纳表

发展阶段	文化产业发展大事件
初步发展 (1979—2001)	1979 年,第一家音乐茶座出现在广州市,传统文化开始与市场经济相结合。 1988 年,国务院相关部门陆续颁布文化市场管理办法条例,文化市场概念在我国正式确立。 2000 年,“文化产业”一词首次出现在中央文件中。
进一步发展 (2002—2008)	2002 年 11 月,党的十六大报告作出深化文化体制改革的重大战略决策,提出积极发展文化事业和文化产业,首次把文化事业与文化产业分别开来。 2003 年 7 月确定北京、上海、深圳等 9 地和国家图书馆等 35 家单位为文化体制改革试点。2006 年新增 89 个地区和 170 个单位。
快速发展 (2009—至今)	2009 年 7 月,我国第一部文化产业专项规划——《文化产业振兴规划》由国务院常务会议审议通过,标志着文化产业已上升成为国家战略性产业。 2011 年 10 月党的十七届六中全会提出把文化建设纳入经济社会的发展规划。 2012 年 11 月,党的十八大指出增强文化整体实力与竞争力,提出文化产业成为国民经济支柱型产业是全面建成小康社会的新要求。 2013 年 11 月,党的十八届三中全会在京召开,将文化板块单列为十五项改革之一。

资料来源:根据现有资料整理。

而就目前的情形而言,文化产业要获得发展,主要要解决好如下五个关键问题:第一,要有意识;第二,要有机制;第三,要有平台;第四,要有内容;第五,要有人才。这五点缺一不可。

1. 发展文化产业的意识

就目前而言,中国发展文化产业的意识有了,政府出台了不少政策,希望文化产业在国民经济总产值中的地位提升;民间诸如文化、科技、传媒、金融、地产等行业逐步向文化产业领域渗透。这说明文化产业这个相对新生的事物已在中国人的意识当中产生了重要影响,人们对于文化产业的期待值已经到了较高的状态。但我们的意识还停留在生产领域;也就是说,我们的政府也好,民间各行业也好,还是处在想生产出优秀文化产品的阶段,而我们的国民还缺少文化产品的消费意识。富起来的人顾不上消费,还处在温饱线上的人们没有能力消费。但归根结底,都是因为缺乏消费意识,富起来的人不明白文化产品对提升自己的生活品质有多少价值,温饱线上的人也不理解文化产品可以为自己带来什么。因此,从多种层面让人们树立文化产品的消费意识是十分必要的。

2. 文化产业的发展机制

而就机制而言,我们国家的机制可以说是初见规模,近年来政府在这方面下了不少功夫,一开始还只是文化部门推进,后来又扩展到多部委联合推进。但行之有效的机制尚未真正形成,因为文化产业领域尚未涌现出多少可以让人振奋的成果。而成果是检验机制的最为根本的标准,没有成果,或成果不突出,就很难说我们的机制很好。因此,机制探索与建设依然是文化产业的软肋。我们还没有像韩国文化产业振兴院那样的专门机构。虽然我们国家许多部委都在提倡文化产业,但文化产业在这些部委中都不占据重要地位。后来把文化产业划为由文化部总牵头,但文化部在国家各部委中的地位很低,文化部也不是只负责文化产业的专门部门,所以我们的机制还不够完善。有人说,美国连文化部都没有,他们的文化产业为何影响这么大?美国的体制不一样。美国的资源配置不是由国家统一进行的,而中国则不一样。在机制建设方面,知识产权也是中国文化产业发展的一个短板。这个问题不解决,中国的文化产业就很难说有前途。你的产品或模式稍微露出点苗头,就在一夜之间被模仿或盗用。文化产业需要强大的创造力支撑,一个模仿、盗用成风的国家极不利于人的创造力的发挥。所以,知识产权保护应当先文化产业而行。

3. 文化产业的发展平台

就平台而言,我们目前最常见的是园区。全国每个省份都有不少文化产业园。而这些园区多数依靠地产与政府的支持而存在,入住园区的文化企业品质还不是太高,能够持久产生效益的文化企业更是寥寥无几。而在文化产业领域较为优秀的平台主要还停留在国企,尤其是各类传媒企业,如央视以及各省省会和条件较好的非省会城市电视台、出版集团。这些企业依靠其垄断地位和数十年在资金和经验等方面的积累而长期占据文化产业领域的高地。近年以来,这类国字头的传媒企业大多数还是在模仿国外的模式而经营,很少有原创性的东西出来。而就民营文化产业企业而言,近年来虽然涌现出诸如本山传媒这样的企业,但其影响力还仅仅停留在国内。本山传媒推出的以刘老根大舞台和系列电视剧《乡村爱情故事》为代表的“二人转”风味的作品在中国很接地气,拥有不少观众。但这种风味能走多远还很难说。因为“二人转”风格所体现的“乡土式故事”“乡土式诙谐”“乡土式口音”,在中国文艺史上也曾有盛行一时的山西山药蛋派、湖南湘西派,但时间一长,都成为历史记忆了。