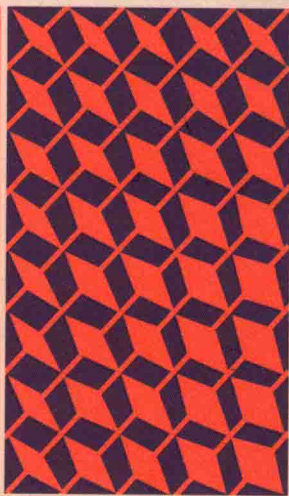


魏
飴
等
著

文化产业
发展方式
转型研究



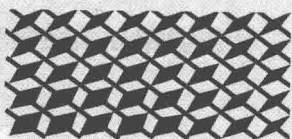
以湖南为例



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

魏 怡 等 著

文化产业 发展方式 转型研究



以 湖 南 为 例



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

文化产业发展方式转型研究:以湖南为例 / 魏飴等著.
—北京:社会科学文献出版社, 2015. 12
ISBN 978 - 7 - 5097 - 8539 - 3

I. ①文… II. ①魏… III. ①地方文化 - 文化产业 -
产业发展 - 研究 - 湖南省 IV. ①G127.64

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 295541 号

文化产业发展方式转型研究

——以湖南为例

著 者 / 魏 飴 等

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 恽 薇

责任编辑 / 王楠楠

出 版 / 社会科学文献出版社·经济与管理出版社(010)59367226

地址:北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编:100029

网址:www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心(010)59367081 59367090

读者服务中心(010)59367028

印 装 / 三河市东方印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 19 字 数: 217 千字

版 次 / 2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 8539 - 3

定 价 / 79.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误,请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究

目 录

第一章 湖南文化产业发展方式转变的实践背景	/ 001
一 湖南文化产业持续发展的几个实践问题	/ 002
二 湖南文化产业发展的外部竞争压力	/ 008
三 湖南文化产业发展的内部结构压力	/ 014
第二章 文化产业发展方式转变的理论探索	/ 019
一 “新常态”与文化产业发展方式转变	/ 019
二 消费理论对加快文化产业发展方式转变的支持	/ 020
三 产业结构理论对文化产业发展方式转变的支持	/ 023
四 文化产业理论对文化产业发展方式转变的支持	/ 025
五 文化产业评价理论研究与探讨	/ 027
第三章 加快文化产业发展方式转变的经验借鉴	/ 034
一 区域发展经验：深圳市南山区文化产业发展	/ 034

- 二 企业发展经验：华强文化科技集团产业升级之路 / 037
- 三 品牌发展经验：张家界国家旅游演出品牌解构与提升 / 048
- 四 产业空间布局经验：上海文化创意产业空间布局 / 056

第四章 湖南文化产业发展方式转变的对策建议 / 070

- 一 核心在观念：慎用计划模式，关注创意实践 / 070
- 二 强化发展主题：以我为主，超越自我 / 076
- 三 突出发展方式的若干转变 / 080
- 四 文化产业发展方式转型的具体对策 / 099

第五章 湖南文化产业发展方式转变的个案设计 / 135

- 一 高校为文化产业提供人才支撑的个案设计
——以历史学专业与文化产业对接为例 / 135
- 二 “一城一品”个案设计：“常德·梦幻桃花源”创意构想
——常德市旅游演出产业品牌的策划与创意 / 146

附录一 政策指南 / 174

- 一 习近平在文艺工作座谈会上的讲话 / 174
- 二 中共中央关于繁荣发展社会主义文艺的意见 / 196
- 三 国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的
若干意见 / 209
- 四 湖南省人民政府关于加快文化创意产业发展的意见 / 221

附录二 调研推介 / 233

- 一 《湖南文化产业印象调查》红网调查结果分析 / 233
- 二 文化品牌“武陵风韵”推介 / 242
- 三 文化及相关产业分类（2012） / 253

附录三 相关论文 / 266

- 一 以文化引领当代城市发展 / 266
- 二 农村居民文化消费需求的生成机理研究 / 269
- 三 农村文化产品供给方式的转型之路 / 279

后 记 / 294

| 第一章 |

湖南文化产业发展方式转变的实践背景

2008 年，湖南文化产业总产值首次突破千亿元，达 1395.63 亿元，文化产业增加值达 583.67 亿元，文化产业增加值占 GDP 的比重为 5.1%；2009 年，湖南文化产业总产值持续增长，达 1594.26 亿元，文化产业增加值达 682.16 亿元，文化产业增加值占 GDP 的比重为 5.2%。自 2009 年以来，湖南文化产业一直处于高速发展阶段。2013 年，湖南文化产业实现增加值约 1354 亿元，比上年增长 15% 左右，占 GDP 的比重为 5.3% 左右，增长速度高于全省经济增长速度并保持支柱产业地位，湖南成为全国文化产业发展“新十强”。2014 年，湖南文化产业增加值将近 1558 亿元。^①从总量上说，文化产业已成为湖南的支柱产业和新的经济增长点，文化产业对湖南社会经济发展的推动作用日益明显，对提升湖南综合实力和核心竞争力的作用日益显现。

在肯定湖南文化产业发展所取得成就的同时，我们注意到无论是

^① 如无特别说明，本章数据均来自湖南统计局发布于湖南统计信息网上的统计数据。

在量上还是在质上，湖南文化产业都需要不断在新的历史条件下实现新的突破，只有这样，才能实现湖南文化强省的战略目标。从湖南文化产业发展的实践来看，为推动湖南文化产业发展，2010年湖南省出台了《湖南省文化强省战略实施纲要（2010—2015年）》，提出到“十二五”末期，要实现湖南省文化凝聚力、文化创新力、文化传播力和文化竞争力的全面提升，“到2015年总产值达到3500亿元，实现增加值1900亿元，占GDP的比重达8%以上，文化产业成为我省国民经济的重要支柱产业”。但从2014年湖南省文化产业将近1558亿元的增加值及大约15.4%的增长速度来看，湖南省要在2015年实现1900亿元文化产业增加值的目标是相当困难的。这也说明，只有实现文化产业发展方式的转变，才有可能真正做大做强湖南文化产业，使之成为湖南省的优势产业，并以文化产业的先发优势为基础，带动其他产业共同发展。

加快湖南文化产业发展方式的转变，以方式转变促进湖南文化产业又好又快的发展，既是湖南文化产业持续发展的内在需要，也是由其外部竞争环境决定的。

一 湖南文化产业持续发展的几个实践问题

湖南文化产业已经取得了巨大成就，无论是在文化产业所创造的总产值上，还是在文化产业品牌的经营上，湖南文化产业都已经走在全国前列，也走在湖南省产业结构调整的前列，但正是这种走在前列的先发优势，使湖南文化产业面临持续发展的难题，这种持续发展难



题主要体现在以下三个方面。

（一）总量持续增长的难题

2010年，湖南省委、省政府在《湖南省加快培育和发展战略性新兴产业总体规划纲要》中将文化创意产业与先进装备制造产业、新材料产业并列为湖南经济发展的三大支柱产业。2014年，湖南省人民政府在《关于加快文化创意产业发展的意见》中强调：“力争到2017年，我省文化创意产业规模显著扩大，产业集群化、园区化和创新能力明显增强，产业链层次和行业盈利能力大幅提高，文化创意产业的支柱地位进一步巩固和提升，努力把湖南建设成为中部领先、辐射全国、具有一定国际影响的区域性文化创意中心。”^①文化产业之所以能够成为湖南经济发展的支柱产业，一方面是因为当前的经济结构调整，另一方面是因为文化产业在湖南产业结构中所起的作用越来越明显，文化产业增加值在全省GDP中所占比重持续上升，从2004年到2014年，湖南文化产业增加值占GDP的比重从3.8%上升到5.6%，在量上达到了支柱产业所需要的标准。

湖南文化产业曾有过快速发展的历史。据统计，“十五”期间，湖南GDP的年均增长率为10.3%，第三产业总产值的年均增长率为10.9%，而文化产业总产值的年均增长率为17.3%，分别比同期GDP和第三产业总产值的年均增长率高7个和6.4个百分点；“十一五”期间，湖南文化产业总产值的年均增长率超过20%，分别比同期GDP

^① 湘政发〔2014〕23号。

和第三产业总产值的年均增长率高 6 个和 6.1 个百分点。

但是，在湖南文化产业快速发展的同时，增长不均衡、不稳定的问题一直制约着其持续发展，2005～2009 年，湖南文化产业总产值增长率呈现较大的波动。

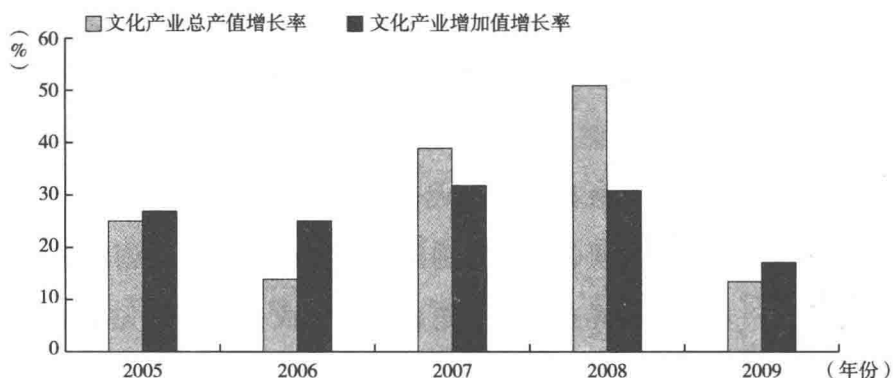


图 1-1 2005～2009 年湖南文化产业总产值和文化产业增加值增长率

图 1-1 反映出湖南文化产业总产值增长率的波动幅度相当大，这可能是因为文化产业的生产出现了大幅度的波动，也可能是因为文化消费市场出现了大幅度的波动，还有可能是因为宏观政策调整导致市场环境发生了重大变化，从而影响了文化企业的发展，但无论是哪种情况，都说明湖南文化产业在持续发展上还存在一定问题。由于增速问题未能得到及时有效解决，因此湖南文化产业在 2011 年以后出现了增速放缓的现象，没有实现政府提出的战略目标。

因此，要实现湖南文化产业的持续增长，就必须解决湖南文化产业的增速问题，特别是要使文化产业成为先发优势产业，其增速应该高于同期国民经济的整体增长速度，这样才能实现文化产业的持续增长与健康发展。

（二）质量大幅提升的难题

湖南文化产业发展特别是“电视湘军”的发展的一个明显特色是走大众化道路即“草根”路线，鼓励大众参与。这一发展战略的优势和劣势都是相当明显的。

就优势而言，“草根”式的发展道路必然使其内容贴近民众、贴近生活，能够有效提升民众的参与积极性，有利于提升湖南文化产业的影响力。以“电视湘军”的发展为例，无论是《快乐大本营》，还是当年的《超级女声》《快乐男声》，这些节目之所以深受观众喜爱，就是因为它们在内容上贴近民众生活，在参与形式上降低了门槛，给大众一个参与机会，满足了民众的参与需要。也正是因为存在这种优势，才使《快乐大本营》长盛不衰，使《超级女声》《快乐男声》这样的节目红遍全国。

“草根”式发展道路的劣势也是相当明显的，大众化路线方便民众参与，但由于参与的民众素质各异，因此这些栏目很难走“大雅”路线，而只能走“俗”的路线。大众化的“俗”的路线并没有错，但容易被人认为文化产品档次低下。

湖南文化产业发展面临的质量难题不仅存在于“电视湘军”方面，也存在于“动漫湘军”方面。“动漫湘军”经过多年发展，曾经是中国动漫界的一面旗帜，但自2009年起，在全国动漫行业整体滑坡的背景下，湖南动漫年产量从全国第一名迅速下跌，“动漫湘军”一度陷入低谷。“动漫湘军”面临的发展困境，在很大程度上就是创新不足，未能实现自身发展方式的转型，未能缩小与世界同类产品的差

距。这种状况直到“动漫湘军”大胆创新，实现发展方式转型之后才有所改变。2014年下半年，湖南动漫产业中的新企业、新品牌不断突起，成为行业领域里新的生力军，开始逐步形成涵盖动漫原创、制作、游戏、动漫消费品的营销全产业链。

“动漫湘军”的浮沉，很好地说明了文化产业的发展必须不断实现提质升级，提升文化产业的发展层次，在坚持大众化发展战略的同时，提升文化产品的质量。

（三）文化产业发展方式转变的难题

无论是从全国范围来看，还是从湖南省的范围来看，文化产业都已经成为支柱性产业，作为支柱性产业，特别是作为产业结构中优先发展的产业，文化产业需要不断地通过创新发展来带动其他产业的发展。中共中央在《关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》中强调：“在国际发展竞争日趋激烈和我国发展动力转换的形势下，必须把发展基点放在创新上，形成促进创新的体制架构，塑造更多依靠创新驱动、更多发挥先发优势的引领型发展。”但是，要使文化产业发挥先发优势而带动其他产业发展还存在较大的困难。以湖南文化产业的发展为例，从量的角度来说，湖南文化产业已经具备成为支柱产业的趋势。近年来，湖南文化产业保持高速发展态势，对经济增长的贡献率不断提高，文化产业对湖南经济的拉动作用日益增强，但一个产业能否成为支柱产业，不仅表现在它对GDP的贡献上，还应该表现在它对整个产业结构调整拉动作用上。

就湖南文化产业在湖南经济结构和产业结构调整中的作用来看，



文化产业对其他产业的拉动作用还不是很明显。以拉动就业为例，2013年，湖南省文化产业法人单位的从业人员为93.24万人，占全省第二、第三产业全部法人单位从业人员（1354.18万人）的6.9%。在文化产业法人单位的从业人员中，按单位性质分，从事经营性文化产业的人数为80.19万人，占86.0%；从事公益性文化事业的人数为13.04万人，占14.0%。按行业类别分，文化制造业吸纳的从业人员最多，达49.69万人，占53.3%；文化服务业从业人员为38.23万人，占41%；文化批零售业从业人员为5.32万人，占5.7%。但也应该注意到，文化产业的就业拉动作用与文化产业自身的增长速度明显存在差距。

湖南文化产业的拉动作用不足还表现在文化产业内部的结构分布上。以湖南文化产业增加值结构为例，2006~2012年，湖南文化产业增加值年均增长23.32%，比GDP年均增长率高4.1个百分点。分行业来看，“十二五”时期前两年，新闻服务、出版发行和版权服务、广播电视电影服务、文化艺术服务、网络文化服务、文化休闲娱乐服务的同比增长率分别为8.49%、23.97%、13.91%、22.54%、22.03%和22.71%，增长率总体较高。但产业结构不够合理，2012年，湖南省文化产业核心层、外围层和相关层三个层次的增加值比例为27.5:39:33.5，而当年中国文化产业指数排名第一的北京的这一比例为21:72.5:6.5，这说明湖南文化产业核心层和外围层对相关层的拉动作用不显著，也说明湖南文化产业的产业链条不完备。

湖南省委、省政府已决定将文化产业作为支柱产业，要充分发挥文化产业的支柱功能，就必须充分发挥文化产业在产业结构中的拉动

作用，这种拉动作用一方面是文化产业内部层次之间的拉动作用，尽可能使文化产业链条完善，另一方面是尽可能发挥文化产业在拉动就业、拉动相关产业发展中的作用，以推动湖南经济结构和产业结构的调整。

二 湖南文化产业发展的外部竞争压力

湖南文化产业之所以能够取得辉煌成就，一是源于其创意，二是源于其先发优势。湖南文化产业的先发优势使其在中国文化产业中处于市场开拓者和领先者的地位，但随着国家对文化产业发展的重视，各地纷纷出台旨在推动地方文化产业发展的政策，力求将文化产业打造成推动地方经济发展的支柱产业，随着文化产业发展环境的变化，湖南文化产业的影响力和地位发生了一系列变化。

中国人民大学文化创意产业研究中心发布的《中国省市文化产业发展指数报告》较好地反映了我国近年来各省市文化产业发展水平的变化，我们可以从中发现湖南文化产业在全国地位的变迁及外部环境的变化（见表1-1）。

表 1-1 2010~2015 年各省市文化产业发展综合指数部分排名

排 名	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
1	北京	北京	北京	北京	北京	上海
2	上海	广东	上海	上海	江苏	北京
3	广东	上海	天津	广东	浙江	江苏
4	浙江	浙江	广东	浙江	广东	浙江
5	江苏	江苏	浙江	江苏	上海	广东



续表

排 名	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
6	辽宁	山东	江苏	辽宁	山东	山东
7	福建	天津	四川	福建	辽宁	福建
8	天津	四川	山东	天津	河北	四川
9	山东	辽宁	福建	山东	湖南	湖南
10	山西	福建	辽宁	山西	江西	河北

资料来源：2010～2015 年《中国省市文化产业发展指数报告》。

从表 1-1 可以看到，湖南虽然是文化产业大省，并在我国文化产业发展史上缔造过“文化湘军”的奇迹，但 2010～2013 年连续 4 年未能进入全国前 10 名。直到 2014 年随着“文化湘军”的重新崛起，湖南文化产业的综合竞争力才挤进全国前 10 名。而随着湖南文化产业发展方式的全面转型，湖南文化产业发展的各项指数在 2015 年全面进入全国前 10 名（见表 1-2）。

表 1-2 中国省市文化产业发展指数 2015 年得分及排名情况

排 名	综合指数		生产力指数		影响力指数		驱动力指数	
1	上海	81.44	山东	82.14	北京	88.23	北京	82.47
2	北京	81.41	江苏	81.29	上海	87.67	上海	82.30
3	江苏	79.76	广东	80.37	浙江	83.56	福建	80.85
4	浙江	79.54	浙江	77.82	广东	82.03	辽宁	80.70
5	广东	79.49	四川	76.45	江苏	81.72	青海	80.20
6	山东	78.12	河北	75.04	山东	80.27	贵州	78.48
7	福建	76.24	江西	74.99	福建	75.97	海南	78.11
8	四川	75.86	河南	74.82	四川	74.81	浙江	77.25
9	湖南	75.18	上海	74.34	湖南	74.44	吉林	77.11
10	河北	74.69	湖南	74.10	河北	74.20	湖南	76.99

资料来源：2010～2015 年《中国省市文化产业发展指数报告》。

（一）文化市场“圈地”现象表明需要转变发展方式

随着文化产业对经济发展的贡献率不断提升，政府对文化产业发展的重视程度不断提高，集中出台了一系列政策措施来推动文化产业发展。政府的助力使文化产业的发展出现重大转机：政府对文化产业的资本注入及对民间资本进入文化市场的政策支持，盘活了文化产业的资本供给，在资本作用下文化产业的升级换代更加迅速；同时，文化产业发展方式转变的一个重要表现就是文化企业的重组，中小型文化企业通过兼并、收购的方式组建成大型文化产业集团，如各地纷纷成立的区域性传媒集团。在政策和资本的推动下，文化产业正逐步走向规模化经营，文化市场开始呈现巨头竞争的态势。

文化巨头的出现加剧了文化市场的竞争，文化生产与文化需求（文化市场）之间的矛盾日渐体现，为了争夺市场，文化产业的“圈地”现象越来越明显。所谓“圈地”是指为了保护自身的利益和市场，不允许外来文化产品进入本地市场，如部分地方对外地卫视节目收取巨额落地费，个别地方甚至干脆通过政策禁止外地卫视节目在本地落户，借助政策力量实行地方保护主义。

个别地方除了借助政策或非政策的力量阻止外地文化产品进入，还在想方设法地进行市场扩张。

当前文化产业的市场扩张形式主要有如下两种。第一，湖南卫视的《超级女声》《快乐男声》全国海选模式。通过举办以“草根”参与为主的选秀节目，吸引民众参与，同时提高“电视湘军”的市场占有率和市场知名度，这种模式当前已经被包括中央电视台在内的许多



电视媒体所采用，如中央电视台推出的“我要上春晚”等节目。第二，深圳华强文化科技集团的主题公园模式。该集团通过在全国各地兴建主题公园的方式来推广自己的文化产品，当前华强文化科技集团在国内已经建成的主题公园包括芜湖公园、泰安公园、汕头公园、重庆公园、株洲方特公园等。

文化市场发生的以上变化，对湖南文化产业原有的发展模式形成了一定的挑战，面对这种挑战，湖南文化产业已做出一系列调整，但仍需要增强危机感，抓住历史机遇，尽快实现发展方式的转变，以迎接文化市场更剧烈的竞争。

（二）“看不见的手”昭示文化产业需要实现发展方式转变

文化市场这只“看不见的手”不仅存在区域竞争激烈的现象，也存在企业与企业之间竞争激烈的现象。相对于物质生产而言，文化生产的一个显著特点就是很容易被复制、被模仿，而且很难通过技术手段进行排他性生产。由于湖南文化产业拥有先发优势，其开拓性的发展模式在全国范围内率先创造了一系列品牌，取得了良好的市场效益与社会效益。同时，湖南文化产业也越来越成为其他地区文化产业模仿的对象。以“电视湘军”为例，湖南卫视取得巨大成功，其节目形式迅速地被其他电视台模仿。2009年12月，湖南卫视推出“我们约会吧”栏目，马上就有电视台推出“非诚勿扰”这样的模仿节目，甚至有电视台以模仿湖南卫视的节目为其生存之道。

模仿无疑是一种恶性竞争，但由于我国文化生产领域的相关法律法规还不甚完善，加之地方保护主义的存在，对于模仿性的生产和经