

李军民 主编

陕西文化 产业现状与 发展研究

■ SHAANXI WENHUA

■ CHANYE XIANZHUANG YU

■ FAZHAN YANJIU

陕西人民出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

陕西文化产业现状与发展研究 / 李军民主编. —西安:
陕西人民出版社, 2008
ISBN 978-7-224-08478-8

I. 陕… II. 李… III. 文化—产业—发展—研究—陕西省 IV.G127.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 080875 号

陕西文化产业现状与发展研究

主 编 李军民

出版发行 陕西人民出版社(西安北大街 147 号 邮编:710003)

印 刷 西安市新城区兴庆印刷厂

开 本 787mm×1092mm 16 开 28.5 印张 4 插页

字 数 460 千字

版 次 2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月第 1 次印刷

印 数 1-3000 册

书 号 ISBN 978-7-224-08478-8

定 价 45.00 元

序

在以信息为基础的全球化经济中，文化产业的发展已经成为国家经济实力、综合国力和国际竞争力的重要标志之一。当今社会，世界经济的发展正在经历着从产品经济到服务经济，再到体验经济的转变过程。而体验经济，本质上就是以文化产业为支柱的现代经济。现代经济的发展，相当重要的就是第三产业的发展；而第三产业的发展，要以文化产业为支撑。在世界发达国家中，GDP的60%至80%源于第三产业，其中文化产业扮演了主要角色，在GDP中占10%至25%，成为推动经济社会发展的重要动力。在政局稳定的发展中国家，文化产业在国民经济总产值的份额也在不断增加，正在向着支柱产业的方向发展。尽管在提法上有所不同，像美国用“信息经济”、“知识经济”或“新经济”，欧盟则普遍采用“文化产业”的概念，但制定有效的战略，大幅度提高文化产业的国际竞争力，则是许多国家的共识。进入21世纪，文化产业更是被各国视为“朝阳工业”，成为未来世界经济的新的增长点，备受关注和青睐。

我国的文化产业是伴随着改革开放逐步起步的，其概念提出最早见于《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》和“十五”计划纲要中，纲要指出：“要完善文化产业政策，加强文化市场建设和管理，推动相关文化产业发展”。此后，党的十六大报告明确提出：“要积极发展文化事业和文化产业”，“要完善文化产业政策，支持文化产业发展，增强我国文化产业的整体实力和竞争力”。在党的十七大报告中，更进一步提出：“大力发展文化产业，实施重大文化产业项目带动战略，加快文化产业基地和区域性特色文化产业群建设，培育文化产业骨干企业和战略投资者，繁荣文化市场，增强国际竞争力”。这为我国文化产业的持续发展指明了方向，对推动我国经济建设和社会发展有着十分重要的意义。

陕西地处中国西部，丰富的文化资源为陕西的文化产业发展提供了得天独厚的条件。改革开放以来，特别是在实施西部大开发战略中，陕西的文化

产业迎来了特殊的发展机遇，在促进文化产业发展方面积极探索，大胆实践，抓住机遇，开拓创新，积累了宝贵经验，取得了一定的发展，出现了良好的发展势头，呈现出广阔的发展空间，初步形成了具有陕西特色的文化产业发展的新路子，为繁荣陕西文化事业和促进社会经济发展作出了贡献。

面对陕西文化产业实践，理论界立即做出了反应，出现了许多研究成果。主要有西安交通大学管理学院周冰的《西安曲江新区文化产业集群的内生机制研究》，西北大学方光华的《陕西文化产业研究与实践》，西北大学张阿利主持的《中国西部电影文化与产业化研究》、《大西北电视剧发展研究》、《陕西影视产业发展研究》，陕西省委党校薛引娥主编的《陕西历史文化与陕西文化产业发展》等，这些研究或是对陕西文化产业的某个领域或某个区域的发展和实践进行了及时总结，或偏重于陕西历史文化资源论述，对陕西文化产业发展产生了一定的影响。但截止目前，还没有一部对陕西文化产业进行全面梳理和论述的著作问世，这不能不说是一种缺憾。

当《陕西文化产业现状与发展研究》书稿放在眼前时，我真是有说不出的兴奋。于是我如饥似渴地阅读起书稿来。随着阅读的深入，我的心中渐渐涌出一种感动和快慰。感动的是陕西省艺术研究所的同志们勇于担当，迎难而上，关注现实，研究和探讨文化产业的实践和理论问题；快慰的是终于看到了一部全面论述陕西文化产业现状与发展的研究专著。

粗阅《陕西文化产业现状与发展研究》，觉得有以下几个突出特点：一是立足陕西文化产业实践，在充分调研的基础上，将其放在我国乃至世界文化产业发展的背景下进行研究，从宏观到微观介绍了陕西文化产业发展的历程，在详尽占有第一手资料的基础上，深入分析陕西文化产业发展的历史、现在和未来；分门别类地论述了陕西文化产业所取得的成绩、做法、运营、投融资渠道以及制约其发展的瓶颈和应对措施，通过梳理其中所反映出的经济、文化和社会之间的复杂关系，考量陕西文化产业在各个不同阶段的表现、得失，为陕西文化产业提供鲜活的经验、教训，给读者以丰富的信息含量和较为明晰的理论分析。二是涉及学科众多，研究者运用了经济、文化、管理、传播、政策、营销等方面的理论，对陕西文化产业进行了跨学科研究，且理论与实践结合，既有理论的阐释，又有实际数据，既有定性描述，又有定量分析，具有较强的可操作性。三是本书几乎每章后都有典型案例研究，运用综合研究方法，在典型案例中详细介绍了陕西不同文化产业领域中优秀企业

在经营战略、品牌塑造、资本运营和管理模式上探寻产业发展的新尝试、新探索。以翔实的数据，揭示了纸质传媒、广播影视音像、文化旅游、休闲娱乐、文艺演出、工艺美术、会展等不同文化产业门类的业态现状与经营管理方式。通过这些文化企业的经营行为及其相关结果的研究和分析，总结其可持续发展的产业规律，寻找特定文化产业行业内资源优化配置模式，探索特定文化产业行业内最优发展路径，这对于我省文化产业的市场化提升具有一定的启迪和借鉴意义，显示出理论研究的实践指导意义。四是尊重实践，关注现实，回应文化产业发展中的实际问题。本书对世界文化产业的起源和发展现状，我国文化产业发展历史，陕西文化资源现状，文化体制改革的轨迹，陕西发展文化产业的战略举措，陕西文化产业发展中存在的瓶颈和问题，陕西文化产业发展的趋势和文化产业发展的对策，陕西文化产业出现的新局面、新问题，都进行了深入的研究。这些都对陕西文化产业的发展具有一定的借鉴和指导意义。五是借鉴发达国家和地区的文化产业发展理念，拓宽陕西文化产业的研究视域。本书始终保持对国际文化产业发展大势和中国文化产业总体发展状况的关注，注意引入问题分析意识，注重用材料说话，尽量避免过于空疏的理论演绎、不着边际的空泛议论，对做强做大陕西文化产业提出了战略思考和具体策略。

文化产业作为当代人类社会新的财富创造形态及其所产生的巨大乘数效应，正在引起世界各国的普遍关注和激烈竞争。陕西文化产业在经济全球化的大背景下要发展、要壮大，要建立起真正市场化的文化产业体系和规模，还有很长的路要走，还有很多的问题要面对、要解决。正因如此，《陕西文化产业现状与发展研究》的问世，就显得特别有意义，它是市场化背景下陕西文化产业现状与发展的一个描述与研究。尽管本书对陕西文化产业现状与发展的研究在融合经济学、管理学、营销学等方面还显得有些生硬，但这部专著的多数作者都来自艺术研究领域，他们能有跨学科研究的勇气和精神，能够脚踏实地地做真学问，就已经难能可贵了。我感佩于研究者们勇往直前的精神。我相信，这部专著将成为记录陕西文化产业发展的见证，研究者们孜孜不倦的努力终将在陕西文化产业发展史上写下浓重的一笔。

谨为序。

秦天行

2007年10月4日

目 录

绪 论	(1)
第一章 文化产业的历史与现状	(9)
第一节 异军突起的文化产业 /9	
第二节 文化产业与文化市场 /12	
第三节 文化事业与文化产业 /17	
第四节 域外文化产业借鉴 /18	
第五节 我国文化产业的发展 /23	
第二章 发展中的陕西文化产业	(33)
第一节 资源与优势 /33	
第二节 政策与实践 /35	
第三节 成绩与特点 /46	
第四节 区域结构与所有制结构 /50	
第五节 机遇与挑战 /51	
第六节 思考与对策 /55	
第三章 广告业	(59)
第一节 陕西广告业的发展概况 /60	
第二节 陕西广告市场分析 /70	
第三节 陕西广告业整体估价 /76	
第四节 广告业未来发展趋势 /82	
第四章 会展业	(87)
第一节 陕西会展业发展历程 /88	
第二节 会展经济功能分析 /92	
第三节 陕西(西安)会展业发展概况 /96	
第四节 陕西(西安)会展业发展对策 /101	

附:典型案例 中国农业科技领域的“奥林匹克盛会” /105

第五章 广播影视及音像业 (115)

- 第一节 陕西广播产业 /116
- 第二节 陕西电视产业 /122
- 第三节 陕西电视剧产业 /135
- 第四节 陕西电影产业 /140
- 第五节 陕西音像产业 /144

第六章 纸质传媒业 (149)

- 第一节 陕西纸质传媒业发展概况 /149
- 第二节 陕西纸质传媒业的结构现状 /153
- 第三节 陕西纸质传媒业的人力资源 /157
- 第四节 陕西纸质传媒业的产品和服务 /160
- 第五节 陕西纸质传媒业的市场运营与经营业绩 /163
- 第六节 陕西纸质传媒业的投融资渠道 /166
- 第七节 陕西纸质传媒业的发展对策 /167

附:典型案例 陕西文化产业的一张“名片”——《华商报》 /168

第七章 动漫业 (175)

- 第一节 国外动漫业发展概况 /175
- 第二节 我国动漫游戏产业发展现状 /176
- 第三节 国家以及地方的动漫业政策 /178
- 第四节 我国动漫业存在的问题 /182
- 第五节 陕西动漫游戏产业发展现状 /184
- 第六节 陕西发展动漫业的主要优势 /191
- 第七节 陕西动漫业发展的主要困难 /193
- 第八节 陕西动漫业的产业政策 /194

第八章 民间美术品业 (196)

- 第一节 民间美术概述 /196
- 第二节 陕西民间美术业发展概述 /200
- 第三节 陕西民间美术业发展现状 /204
- 第四节 陕西民间美术业存在的问题和根源 /219
- 第五节 陕西民间美术业发展策略与措施 /224

附:典型案例 充满活力的户县农民画 /231

第九章 网络文化业 (241)

第一节 网络文化业的概念内涵 /241

第二节 发展网络文化业的重要意义 /243

第三节 网络文化业发展状况 /245

第四节 陕西网络文化业存在的主要问题 /251

第五节 陕西网络文化业的发展趋势及对策 /255

第十章 文化旅游业 (260)

第一节 陕西文化旅游业发展概况 /260

第二节 陕西文化旅游业存在的问题 /270

第三节 陕西文化旅游业的景点开发与产品服务 /274

第四节 陕西文化旅游业面临的机遇与挑战 /278

第五节 陕西文化旅游业发展策略分析 /281

附:典型案例 西安曲江:走在“西部文化品牌”的大路上 /289

第十一章 艺术演出业 (294)

第一节 陕西艺术演出(市场)业发展概况 /295

第二节 陕西艺术演出(市场)业的产品与服务 /298

第三节 演艺经纪(公司)人的产品与服务 /302

第四节 陕西艺术演出(市场)业的投融资渠道 /304

第五节 陕西艺术演出(市场)业的发展策略 /308

附:典型案例1 以艺术表演为中心 促进文化产业发展 /316

典型案例2 西安儿艺:以真诚开拓市场 以信誉赢得观众 /321

第十二章 娱乐休闲业 (325)

第一节 娱乐休闲业的相关概念 /325

第二节 陕西娱乐休闲业发展概况 /328

第三节 陕西娱乐休闲业的结构特征 /333

第四节 陕西娱乐休闲业的产品与服务 /340

第五节 陕西娱乐休闲业的政策与发展对策 /352

附:典型案例 中国西部第一文化娱乐休闲品牌——大唐芙蓉园 /357

第十三章 艺术培训业 (369)

第一节 艺术培训业的相关概念 /369

第二节	陕西艺术培训业发展概况	/370
第三节	陕西艺术培训业的结构现状	/374
第四节	陕西艺术培训业的产品与服务	/378
第五节	陕西艺术培训业的发展措施	/382
附:典型案例 兰州军区西安老战士大学实录		/384

第十四章 陕西文化产业政策 (388)

第一节	我国文化产业政策	/388
第二节	陕西文化产业政策	/397
第三节	完善陕西文化产业政策	/402
附:陕西省文化产业发展纲要		/410

第十五章 做强做大陕西文化产业 (418)

第一节	文化产业未来发展趋势	/418
第二节	影响陕西文化产业发展的主要原因	/424
第三节	陕西文化产业发展战略	/429

后 记 (442)

绪 论

改革开放不仅给中国的政治、经济带来了巨大变革，也给中国的文化形态和文化建设带来了巨大变革。中国文化建设开始由过去计划经济单一的福利性文化事业向市场经济多元的文化产业和文化事业共同发展，并向文化产业推动文化事业发展的方向转变。进入 21 世纪以来，文化产业对整个文化建设、社会经济发展的作用日益显现，在整个国家经济建设中的地位也日益提高。随着文化市场的全面开放和扩容，随着知识经济、信息经济价值的被发现，文化产业发展已成为中国经济发展、综合国力、国际竞争力的重要组成部分。在这样的背景下，陕西文化产业现状与发展，便成为我们重要的研究对象。

文化产业（Culture Industry）这一概念最早是由西方的法兰克福学派的霍克海默（M.Max Horkheimer）与阿多诺（Theodor Wiesengrund Adorno）在 1947 年出版的《启蒙的辩证法》中提出的，他们从否定和怀疑的角度使用“文化工业”这一概念。书中专门列出“文化工业，欺骗群众的启蒙精神”一章，系统地、分析性地使用“文化工业”这一概念并对其加以批判，认为在资本主义社会，“电影和广播不再需要作为艺术”，而成为“工业”。文艺创作成为一种机械化和自动化的作业。文艺作品的这种批量复制和生产就是文化工业。它是资本主义社会中新的文化现象，是文化发展到资本主义社会的特有形式。但文化工业以追求利润最大化为目标，导致文化产品标准化，创作过程程序化，从而使艺术先天禀有的超越性和批判性减弱，不可实现自由创造，使消费者被动地接受而失去个性和主体意识。阿多诺和霍克海默对文化工业的阐述是放在其对资本主义社会的批判理论中进行的，所以带有强烈的否定意味。而且由于当时文化产业发展尚未完善，他们研究的重心主要集中在传播学和文化工业领域。法兰克福学派指称“文化工业”与“大众文化”范畴接近，也就是指借助于大众传媒（广播、电视、电影、报刊、杂志、广告等）得以

在大众中流行的通俗文化。

法兰克福学派之后,西方的文化产业的研究进入新的阶段,基本形成了以伯明翰学派为代表的文化产业基础理论研究和20世纪80年代兴起的文化产业应用理论研究两个派别。伯明翰学派以学者雷蒙·威廉姆斯(Raymond Williams)、斯图亚特·霍尔(Stuart Hall)和约翰·费斯克(John Fiske)为代表,着重从文化研究角度研究文化产业,提出了与法兰克福学派不同的理论。它首先对“大众”重新理解。认为“大众”应该是一种关系,包含了各种各样由具体利益关系、政治立场和社会联系形成的群体,是一个杂多异质的关系组合。其次,对“文化”进行重新考量。认为“文化”在特定社会中受权力结构和统治意识形态的作用。“文化”中所谓“高雅”的部分,与统治意识形态相近,属于权力结构上层,低俗的部分则反之。所以,“文化”侧重在政治,而不是美学。费斯克将文化定义为意义在特定社会中的产生和流通,它不再以经典为标准。文化产品也不过是大众进行意义生产和流通活动所需要的资源和材料,所以,高雅文化与通俗文化、经典作品与文化工业产品在大众眼里没有区别。大众在接受的同时,创造性地生产和流通各种不同的意义。大众只是能动地、选择性地接受已有的文化资源和材料,而非直接进行文化产品的生产。再次,重新解释消费。大众虽然无法控制文化的生产,但是却有能力控制文化的消费,既然大众选择了对文化产品的消费,那么就是从内心深处接受了文化生产本身。

在伯明翰派对文化产业基础理论深入研究的同时,文化产业的应用理论研究也得到长足发展。其代表人物是查尔斯·兰蒂(Charles Landry)和安迪·C·普拉特。查尔斯·兰蒂将“价值生产链分析法”引入文化产业的应用研究,从而提出了文化产业的五个环节:创意的形成、文化产品的生产、文化产品的流通、文化产品的发送机构和消费者的接受。安迪·C·普拉特将文化产品生产体系视为一个生产链,它包括内容的创意、生产输入、再生产和交易四个部分。

如果说法兰克福学派开了文化产业理论的先河,那么,伯明翰学派则在借鉴法兰克福学派理论的同时,矫正了先行者的偏颇,且以更开阔的视野对文化产业理论作了补充。而文化产业应用理论学派,对文化产业的策划、经营、运作等实际应用问题的探讨,更是对文化产业理论在实践方面的进一步完善。

在当代西方社会中,文化产业这一概念的一般涵义是:第一,文化产品完

全推向市场,从生产到交换到消费具有一般商品属性。第二,文化产业按资本运行的逻辑进行生产,以追求最大限度的利润为目的。第三,文化产业的产品既具有一般商品的属性,也具有意识形态的属性。从当前世界的现状看,不管人们消费怎样的文化产品,也不管人们作为怎样的消费者进行消费,这种巨大的消费本身造成了巨大的全球文化消费市场,这已经成为一个不争的事实。文化产业越来越成为衡量一个国家文化竞争力的重要标志,各国都竞相把文化产业作为国民经济的支柱产业和抢占国际文化市场的重要法宝。

随着世界经济一体化和我国市场经济的建立与发展,我国对文化产业的认识越来越深入。1992年,政府主管部门第一次使用“文化产业”这个概念。1998年7月,文化部成立了文化产业司,专门负责文化产业发展过程中的各项问题,把文化产业的管理与发展纳入到与文化事业其他职能部门同等重要的位置上。2000年,中共中央在《关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》中,第一次提出要把文化产业发展纳入到国家整体发展规划之中,作为国家发展战略的一个重要组成部分。2002年的国务院《政府工作报告》,在阐述如何“进一步解决经济发展的结构性矛盾和体制性障碍”的相关政策时,把“大力发展文化产业”确定为解决我国经济发展的结构性矛盾和体制性障碍的重要政策措施,提出了文化产业在国民经济发展中的功能性战略定位。2003年,中国共产党第十六次全国代表大会报告,进一步明确提出“全面提高我国文化产业的整体实力和综合竞争力”,把发展文化产业作为建设有中国特色社会主义文化的重要途径;2007年,胡锦涛总书记在中国共产党第十七次全国代表大会所作报告中指出:“坚持社会主义先进文化前进方向,兴起社会主义文化建设新高潮,激发全民族文化创造活力,提高国家文化软实力,使人民基本文化权益得到更好保障,使社会文化生活更加丰富多彩,使人民精神风貌更加昂扬向上。”

目前,我国文化产业已由改革开放初期的“以文补文”、“以文养文”进入了向产业集团、产业集群全面发展的快车道。据国家统计局公布的统计资料显示:2001年国内生产总值为95933亿元,其中第一产业占15.2%,第二产业占51.1%,第三产业占33.6%。第三产业中很大一部分是文化产业,全国文化产业总产值占GDP的2.96%。2004年,全国文化产业增加值已达4140亿元,占GDP的3%,比2003年的3577亿元增长15.7%。部分综合性试点地区文化产业发展迅速,到2004年,北京市文化产业实现增加值290亿元,占

北京市 GDP 的 6.8%；上海 445.7 亿元，占上海 GDP 的 6%；浙江 669.7 亿元，占浙江 GDP 的 6%；广东 1123 亿元，占广东 GDP 的 7%。2006 年我国国内生产总值突破 20 万亿元，文化产业实现增加值 5123 亿元人民币，比上年增长 17.1%，高出同期 GDP 增长速度 6.4 个百分点，高出同期第三产业增长速度 6.8 个百分点。2006 年文化产业增加值占 GDP 的 2.45%，比 2004 年增长 0.3%。2006 年我国文化产业从业人员达到 1132 万人，文化产业从业人员占全部从业人员的比重为 1.48%，比 2004 年提高 0.16 个百分点。但与发达国家相比，我国文化产业在国民经济中所占比重较低，还存在着很大差距，还有很长的路要走。以美国和日本为例，美国近 30 年来文化产业一直保持强劲增长，其影视和音像产品的产值，1985 年在国民经济中排行第 11 位，1994 年跃居到第六位，成为仅次于飞机出口的第二大出口产品，并在 2000 年前后终于超过航天航空业，成为第一大出口产业。美国在前几年文化产业占 GDP 的 18%—25%，比重排在所有产业的第四位。日本近 20 年来，特别是 20 世纪 90 年代以来，经济一直低迷徘徊，一些传统支柱产业不断萎缩。1995 年，日本文化政策推进会议发表重要报告——《新文化立国：关于振兴文化的几个重要策略》，提出了 21 世纪“文化立国”的战略方针。目前，日本的文化产业体系已较为完善，包括文学艺术、广播影视、新闻出版，也涵盖休闲娱乐、体育、教育、旅游乃至科技、宗教、社会科学等领域。发展“大文化”产生了规模效应和连锁效应，文化产业成为国民经济中仅次于制造业的第二大支柱产业。1998 年，日本文化产业总产值高达 78 亿美元，占 GDP 的 22%；2001 年度日本文化产业总产值约占 GDP 的 18.3%；2002 年，日本仅电影业全年的国内发行收入就达 2000 亿日元，而动画片在影院上映、电视播放、录影带的销售和出租方面的收入则高达 1500 亿日元。

陕西地处中国西部，丰富的文化资源为陕西文化产业的发展提供了得天独厚的条件。改革开放以来，特别是在实施西部大开发战略中，陕西的文化产业迎来了特殊的发展机遇，在促进文化产业发展方面积极探索，大胆实践，抓住机遇，开拓创新，积累了宝贵经验，取得了一定的发展，出现了良好的发展势头，呈现出广阔的发展空间，初步形成了具有陕西特色的文化产业发展的新路子，为繁荣陕西文化事业和促进社会经济发展作出了贡献。据统计，2003 年文化产业增加值 164 亿，占 GDP 的 6.4%。截至 2004 年底，全省文化产业机构 12792 个，从业人员 55822 人，年总产值 14.29 亿元，年增加值 8.23

亿元,年上缴税金 2.63 亿元。特别是非公有制文化产业的发展取得了新突破,2004 年总产出 10.77 亿元,年增加值 7.82 亿元,年上缴税金 2.61 亿元。2005 年,陕西省出台了《陕西省文化产业发展纲要》,在文化产业的众多行业中,文化旅游业、广播影视业、新闻出版业已成为战略重点,同时积极发展文艺演出业、娱乐休闲业、会展业、广告业、网络文化业、工艺美术业,使文化产业成为陕西国民经济新的增长点和重要支柱。2006 年陕西文化产业营业额突破 260 亿元,占 GDP 的 6%。截至 2006 年底,仅全省文化系统文化产业机构就有 11872 个,从业人员 61763 人,年总产出 20.53 亿元,年增加值 12.64 亿元,年上缴税金 1.19 亿元。初步形成了包括文艺演出、文化娱乐、电影发行放映、广播电视业、网络文化、文化旅游、艺术培训、工艺美术业和对外文化交流在内的文化产业体系,为在新的战略机遇期实现跨越式发展奠定了基础。

目前,陕西文化产业正处在一个大发展的重要战略机遇期,现代文化产业集团和产业园正处在催生之中。陕西“十一五”规划中指出,陕西将以资源为依托,以市场为导向,以资本为纽带,以体制机制创新为动力,推动文化产业的跨越式发展。构筑以西安为中心,陕北红色经典和黄土风情文化、关中历史文化和现代文化、陕南汉水文化和绿色文化三大板块联动,以文化旅游、广播影视、新闻出版、文艺演出为发展重点,以陕西旅游集团、陕西广电集团、西部电影集团、陕西出版集团、陕西新华发行集团、陕西日报报业集团等为支撑的产业发展格局,形成“一个中心城市辐射、三大板块联动、四个重点行业推进、一批产业集团支撑”的文化产业发展新局面。并建设十大文化产业园区:即西安曲江新区文化旅游产业区、西安临潼旅游文化产业园、西安高新区现代文化产业创业园、延安革命圣地、黄帝陵人文始祖文化园、法门寺文化园区、杨凌现代农业观光休闲区、中国西部影视城、西安印刷包装产业园、西安御苑生态旅游区。

2007 年 5 月 21 日,在中国共产党陕西省第十一次代表大会上,省委书记赵乐际代表中国共产党陕西省第十届委员会向大会作了题为《推动科学发展 促进社会和谐 为把陕西建成西部强省而努力奋斗》的报告。报告指出,把陕西建成经济强、科教强和文化强的西部强省。通过实现这一宏伟目标,使全省经济更加发展,民主更加健全,科教更加进步,文化更加繁荣,社会更加和谐,最终目的是让广大人民群众过上更加富裕美好的生活。报告指出:

当前，陕西经济社会呈现出又好又快的发展态势，已经站在一个新的历史起点上，必须全面落实科学发展观，转变发展观念，创新发展模式，提高发展质量，做到又好又快发展，努力把陕西建成西部强省。而建设西部强省，是一个综合性目标和总体要求，涉及经济社会发展的各个方面，主要体现在经济强、科教强和文化强三个方面：经济强，就是要使经济保持较快增长速度，运行质量效益显著提高，综合实力位居西部前列；经济结构更趋合理，装备制造、能源化工、高技术、现代服务业的规模和水平在西部处于领先地位；资源利用效率不断提高，环境治理取得突破性进展，资源节约和污染减排水平处于西部领先地位；城乡发展更趋协调，以西安为中心的城市功能全面提升，农村生产生活条件显著改善，城镇化进程和新农村建设位居西部前列。经过五年努力，生产总值达到 9000 亿元以上；到 2020 年，基本实现工业化，建成比较完善的社会主义市场经济体制和更具活力、更加开放的经济体系，城乡、区域、经济社会发展更趋协调，全省生产总值超过 20000 亿元。科教强，就是要把我省的科教优势充分发挥出来，使其成为经济社会发展的强大动力。各级各类教育协调发展，全民教育水平在西部地区领先；创建具有国内先进水平乃至国际知名的一流高等学校和学科，把我省建成全国高等教育、职业技术教育重要基地。建设创新型陕西有实质性进展，形成以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系；拥有一批国内外领先的创新成果，拥有自主知识产权的核心技术水平居全国前列，科技进步对经济增长的贡献率达到 50% 以上。文化强，就是要建立起与经济社会发展水平相适应的文化发展格局，文化事业整体水平和文化产业实力处于西部前列。社会主义核心价值体系建设取得明显成效，先进文化的引领作用充分发挥，人们的思想道德素质得到普遍提高；文化艺术和哲学社会科学事业全面繁荣，推出一批在全国具有较大影响的精品力作；文化基础设施建设进一步加强，形成覆盖全省的公共文化服务体系；文化资源得到有效整合，形成若干具有核心竞争力的文化产业集团，打造一批具有陕西特色的优势文化品牌，文化产业实力和竞争力显著增强，成为我省经济新的增长点和重要支撑。从现在开始到 2010 年，努力使全省文化产业的产值、税收、从业人数明显提高，增长速度高于全省 GDP 的增速，力争到 2020 年，实现全省文化产业增加值翻一番的目标。为此，陕西将重点从四个方面着力推进：一是加快文化体制改革步伐，努力在破解改革的重点难点问题上取得新突破，进一步解放和发展文化生产

力。二是创新公共文化服务方式,努力在打造公共文化服务体系上取得新突破,进一步推动文化事业和文化产业协调发展。三是加大精品生产力度,努力在大戏、大片、大剧、大作生产上取得新突破,进一步扩大陕西文化的影响力。四是加快发展优势特色产业,努力在文化产业基地、产业园区和产业名牌建设上取得新突破,进一步推动文化产业做大做强。

陕西文化产业作为中国区域文化产业,在其发展过程中,受陕西政治、经济、文化的影响,呈现出陕西的区域特点。研究陕西文化产业的现状及发展,我们可以清楚地看到,陕西文化产业经历了一个什么样的发展道路,陕西在文化产业发展上的宏观控制和管理,在体制机制上的改革历程,在资本运营上的方式方法,在文化市场体系建设上的政策法规,在文化产业发展保障方面的法律、经济、行政手段的完善以及文化产业人才高地的构筑。更重要的是,可以看到陕西文化产业发展中的成败得失。

《陕西文化产业现状与发展研究》共十五章,计46万字。由于文化产业是一个跨学科的研究领域,研究牵涉文化学、社会学、经济学、传播学、新闻学、管理学、法学、政策学等方方面面的知识,加之每个产业都需要进行详尽的调查与梳理,该课题历时四年,研究期间碰到了许多困难。诸如要对全省文化产业布局、民营文化企业的发展、文化产业政策等方面必须全面把握,以及对全省文化产业的整体估价、文化产业各个产业发展过程中存在的问题、文化产业发展策略和对策等必须深入了解。期间撰稿人员深入各市进行调查,多次开会讨论大纲,反复进行修改,即使如此,书中在运用管理学和经济学知识研究文化产业方面依然欠缺,在跨学科知识的融合上还不能得心应手,书中还有许多不尽人意的地方,比如各个产业的投融资渠道,产业发展各阶段所呈现的特点,由于承担该课题的大多是艺术研究领域的研究人员,难免受到学科知识的局限,分析得还不是很清晰明了。但不管怎么说,《陕西文化产业现状与发展研究》必定是建立在对陕西文化产业详细调研的基础上,并对陕西文化产业发展进行了分门别类的梳理与论述,力求全面反映陕西文化产业的发展现状和发展趋势,分析陕西文化产业发展过程中在市场运作、产品服务、企业发展、政策建设等方面存在的问题,并提出了建设性的意见和建议,这对陕西文化产业的发展不无裨益,为后人研究陕西文化产业和我国文化产业提供了鲜活的例证资料。

参考文献

1. 叶朗. 中国文化产业年度发展报告. 湖南人民出版社
2. 陕西省决策咨询委员会文化产业课题组. 以体制机制创新为动力, 做强做大陕西文化产业
3. 赵乐际. 推动科学发展 促进社会和谐 为把陕西建成西部强省而努力奋斗
4. 李军民. 依托文化旅游资源 推动文化产业建设
5. 陕西省文化产业发展纲要
6. 陕西省“十一五”规划