

我国网络文化产业组织

研究与实践

姬宇 著



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

我国网络文化产业组织 研究与实践

姬 宇 著

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

我国网络文化产业组织研究与实践 / 姬宇著. —北京:
中国商务出版社, 2008. 5

ISBN 978-7-80181-899-7

I. 我… II. 姬… III. 计算机网络—文化—产业—研究—
中国 IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 095800 号

我国网络文化产业组织研究与实践

姬 宇 著

中国商务出版社出版

(北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码: 100710

电话: 010—64269744 (编辑室)

010—64266119 (发行部)

010—64295501

010—64263201 (零售、邮购)

网址: www.cctpress.com

E-mail: cctp@cctpress.com

北京中商图出版物发行有限
责任公司发行

北京开和文化传播中心排版

* * * *

787 毫米×980 毫米 异 16 开

7 印张 182 千字

2008 年 7 月 第 1 版

2008 年 7 月 第 1 次印刷

ISBN 978-7-80181-899-7

F · 1145

定价: 14.00 元

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64212247

代 序

当前，我国信息产业蓬勃发展，已经成为国民经济和社会发展的朝阳产业；文化产业迅速兴起，正在成为我国国民经济新的增长点。随着世界范围内信息产业与文化产业、网络产业与内容产业的融合发展，当代信息产业已不再是单纯的信息技术产业，而是信息技术产业与信息文化产业的统一。信息文化产业的崛起是当代信息革命最为突出的标志之一。

为网络注入文化的灵魂，为文化插上网络的翅膀。为了促进信息产业与文化产业进行战略合作，引导网络产业与内容产业实现融合发展，推动我国信息文化产业和网络内容产业健康发展，我们要秉承“繁荣网络文化市场，发展信息文化产业”的主题，将中国之门向世界敞开。让我们共同迎接信息文化产业的崛起！

孫家正

目 录

1 导 论	(1)
1.1 问题的提出	(1)
1.2 国内外研究综述	(6)
1.3 研究内容与主体框架	(17)
1.4 研究方法与技术路线	(18)
2 产业组织研究的理论基础	(20)
2.1 产业组织相关概念	(20)
2.2 SCP 分析范式	(21)
2.3 垄断竞争及有效竞争理论	(24)
2.4 本书的分析框架	(30)
2.5 本章小结	(32)
3 我国网络文化产业的发展与特征	(33)
3.1 文化产业的形成与发展	(33)
3.2 我国网络文化产业的形成与发展	(38)
3.3 我国网络文化产业的组成与特征分析	(42)
3.4 本章小结	(47)
4 我国网络文化市场的绩效模型及应用研究	(48)
4.1 网络文化市场的绩效评价体系	(48)
4.2 基于绩效的市场结构模式的选择	(55)
4.3 网络文化市场的目标组织模式	(70)
4.4 面向目标模式的网络文化市场行为分析	(71)
4.5 本章小结	(72)
5 我国网络游戏产业组织实证分析	(74)
5.1 我国网络游戏产业分析	(74)

5.2	内容市场的产业组织分析	(81)
5.3	运营商市场产业组织分析	(85)
5.4	渠道商市场产业组织分析	(89)
5.5	本章小结	(94)
6	我国网络文化企业组织与产业整合	(95)
6.1	网络文化企业的组织模式研究	(95)
6.2	网络文化产业的整合	(102)
6.3	数字文化工程	(106)
6.4	本章小结	(116)
7	结论与展望	(118)
附 录		(121)
参考文献		(160)
后 记		(168)

1 导 论

1.1 问题的提出

1.1.1 网络文化产业的兴起

文化的产业化,是文化在现代社会的变革和发展。在西方发达国家,文化已成为社会文明中最具活力的成分,其能量已超过技术本身,文化产业已取得合法地位。当前一个重要的全球趋势就是经济与文化的一体化,即经济的文化化趋势和文化的经济化趋势^[1]。经济中文化的、知识的、信息的、科技的乃至心理的因素将越来越具有重要的、主导的,甚至某种决定性的作用,而文化作为日益强大的产业,已成为整个国民经济的重要的乃至支柱的产业。当今世界,各国政府对文化产业都非常重视。1995年,日本文化政策推进会议在其重要报告《新文化立国:关于振兴文化的几个重要策略》中确立了日本在21世纪的文化立国方略。韩国最近也提出知识密集型和高附加值的文化产业是最适合韩国发展的支柱产业。美国《读者文摘》已发展成年收入25亿美元的国际性大企业,美国的视听产品已成为仅次于航空航天业的主要换汇产品。所以,文化产业被视为21世纪的“朝阳产业”^[2]。

以数字化、网络化和多媒体化为代表的当代信息革命,广泛而深刻地影响着人类的生产方式、生活方式和思维方式,影响着社会生活的各个领域和各个层面。它不仅带来了崭新的经济形态——网络经济,而且带来了崭新的文化形态——网络文化。当今世界,高新科技在文化领域的广泛应用,造就了众多新的文化形态,为传统的文化地图开拓了大片生疏的领土,推动着人类文明不断迈向更高的境界,通达更远的边疆。多数文化产品属于内容产品,天生具有虚拟特性,被认为最适合于网上生产、流通和消费。这些文化产品可以在网上完成从生产、交易直到消费的全部过程,网络文化市场便成为最符合网络世界本性的市场。所以,在信息技术发展的推动下,在经济文化化的同时,文化的本体形态、经济形态和技术形态都正在发生变革。

一方面,高文化呼唤高科技。我们要通过技术应用和创新,动员高科技

人才,运用高科技手段整合与提升各种人文资源,提供现代网络文化产品,为文化产业乃至整个精神文明建设开辟新道路;另一方面,高科技呼唤高文化。我们要通过内容的开发和创新,聚合高文化人才,赋予高文化内容,扭转当前片面地强调信息技术发展方向,为信息产业乃至整个国民经济发展开辟新天地。总之,我们要突破文化产业的技术瓶颈和信息产业的内容瓶颈,彻底改变文化产业的技术贫困和信息产业的文化贫困状态,实现高科技与高文化的联姻,实现信息产业和文化产业的双重跨越和共同发展。

现在我国信息产业蓬勃发展,已经成为国民经济和社会发展的支柱产业,而文化产业才刚刚起步,还是一个幼稚产业和弱势产业。我国内地于1994年4月20日正式接入互联网,1995年5月向社会开放网络接入并提供全面服务。有数据显示,近年来互联网在我国呈现出持续快速发展的局面,而涵盖网络游戏、网络音乐、网络动漫、网络娱乐、网络教育、网络硬件等诸多方面在内的“网络文化”也在人们社会生活的每个领域开始显现其巨大的影响力。据中国互联网网络信息中心(CNNIC)2005年7月第16次互联网发展状况统计报告显示,截至2005年6月底,我国网民数量已经达到10300万;我国www站点数为677500个,参与网上购物的网民比例也增长到47.6%,网上购物者半年内累计购物金额达到100亿元。用户半年内购买的网络游戏虚拟物品(包括装备、武器、身份等)平均费用总额为178元,而网民中玩网络游戏的人的比例达到了23.4%,这意味着这是一个半年超过40亿元的销售市场。网络文化流金淌银^[3]。另外,网络文化产业对其他相关产业具有极大的带动作用。据国际数据公司(IDG)报告,我国2002年网络游戏用户数已达807.4万,营业额已从2001年的3亿元猛增到9.1亿元,而电信业务由此产生的直接收入则达68.3亿元,PC、网络游戏服务器、网络及存储产品、软件及服务等行业产生的直接收入为32.8亿元,出版和媒体行业也由此产生18.2亿元的直接收入。网络游戏对相关产业的带动为1:13。由此可见,网络产业发生的深刻变化已使网络产业形成一个完整的产业链,并对上下游产业发展蕴涵着巨大的商机。数据显示,新兴的网络文化产业已在不经意间轻松超越传统文化产业,成为文化产业的领头羊。2002年电影业的总票房收入才不到9亿元,文化部官员预计2003年网络游戏产业的产值将超过20亿元,在超过电影产业产值后还将超过年产值18亿元的音像业,不久并将超过电视业,成为名副其实的文化产业老大。

2003年5月7日,温家宝总理在国务院常务会议上强调指出要培育新的消费热点和经济增长点,并把网上文化娱乐列入其中。因此,建设与当今世界新的经济形态和技术形态相适应的新型文化产业形态——网络文化产业,成为我国经济发展的重要战略目标和任务。

网络文化产业作为一个极富发展潜力的文化产业新兴领域,同样引起了世界各国、社会各界的高度关注。例如,全球电脑游戏行业迅猛发展,已成为与电影、电视、音乐等并驾齐驱的最为重要的娱乐产业之一,其年销售额已超过好莱坞的全年收入。2002年,全球电子游戏产业产值已超过300亿美元。网络游戏凭借其信息双向交流、速度快、不受空间限制等互联网优势,具有诱人的互动性、仿真性和竞技性,已成为网络业盈利优厚的三大领域之一。网络文化产业已经逐渐成为各界公认的互联网新的盈利支点,一个全新的虚拟文化市场或者新的经济文化形态正在兴起。

中国改革开放20多年取得了举世瞩目的成绩。在温饱阶段,我们解决了农产品短缺;在小康阶段,我们解决了工业品短缺;在新世纪,我们肩负全面建设小康社会的重大使命,解决信息文化产品短缺,将是摆在我们面前的一项重要而紧迫的战略任务。以信息化带动产业化,以产业化促进信息化,走新型产业化道路,用先进科技传播先进文化,实现高科技与高文化的和谐发展,是中国文化产业发展的战略选择。网络文化产业的崛起是当代信息革命最为突出的标志之一。为网络注入文化的灵魂,为文化插上网络的翅膀^[4],促进信息产业与文化产业的快速融合发展,推动我国网络文化产业健康发展和有序繁荣,是本书研究的初衷之一。

1.1.2 我国网络文化产业发展面临的挑战

网络文化产业是一支生力军,拥有巨大的包容性,可以在推动其他文化产业发展的同时,不断扩大自己的阵地,最终利用最先进的传播手段超越其他文化产业。当然,我国网络文化产业在迅速崛起的同时,也面临着一系列挑战。

1. 文化产业本身存在的问题影响了网络文化产业的健康发展

长期以来,我国一直把文化作为事业来办。党的十六大第一次把“文化事业”与“文化产业”明确区别开来,并作出了积极发展文化产业的决策。然而,由于长期以来形成的“办文化”的事业管理理念还没有完全调整到“管文化”的产业理念上,造成我国的文化产业在发展中面临一系列问题^[5]。诸如原有文化事业单位转制的问题、政府对文化的管理问题、文化市场的管理问题和文化产业政策制定等,这些问题的存在进而也影响了我国网络文化产业的健康发展。

2. 网络文化的全球化与国家的文化安全问题

随着世界信息化的不均衡发展,信息技术高度发达的美国等西方国家利用对信息资源及其相关产业的垄断地位,加剧了对信息技术领域发展相对落后的国家实行信息技术控制、信息资源渗透和信息文化产品倾销,文化霸权

主义显而易见。这使网络中的文化交流失去了平等交互性,变成了不平等的单向渗透。许多国家没有防范信息霸权的能力,国际“数字鸿沟”日益迅速扩大。全球互联网业务有90%在美国发起、终接或通过。互联网的全部网页中有81%是英语的,其他语种加起来不到20%。全球互联网管理中几乎所有的重大决定都由美国主导作出。美国在信息业中的主导地位 and 英语“网络第一语言”身份使其成了名副其实的信息与文化产业霸主,中国文化形态在互联网上处于整体性“失语”状态。西方国家依托互联网这一文化传播的“制高点”,一方面控制国际舆论,另一方面源源不断地向其他国家和地区“倾销”它们的价值观念和精神文化产品,实行“文化侵略”^[6],从而严重影响了包括我国在内的这些国家和地区的文化安全。

3. 网络文化的发展与知识产权保护问题

互联网是一个充分自由的网络虚拟空间,它能超越国界、超越意识形态、超越国家管理的控制。但由于管理滞后,侵犯知识产权问题十分普遍且严重。全球因盗版损失的销售额达1/3,在一些国家与地区,音像制品盗版与正版的比例远远超过1:1,有的甚至80%~90%的音像制品都是盗版。同时,商业网站在发布新闻过程中也暴露出严重的问题,最主要是规范的新闻发布和知识产权保护得不到有效的保障。由于商业网站本身不具备传统新闻媒体的资源,因此通常只能采取“整合新闻”的办法,即以最快的速度转发新闻。因此,随着互联网的快速发展,知识产权保护问题也越来越严重。中国除以上情况外,还存在着由于技术滞后,版权严重受制于他人的现象。业内有关人士已经发出了中国有可能成为海外游戏产业甚至整个内容产业的下游市场的预警^[7]。

4. 不良网络文化的泛滥对人类精神文明进步构成威胁

网上黄毒肆虐,众多色情网站兜售淫秽图书和图片,对网民特别是青少年网民构成严重毒害。另外,在许多网络游戏中,为了“生存”,必须大量杀人,那些酷爱玩血腥打杀电子游戏的未成年人在仿效的过程中更容易表现出极强的侵犯性。娱乐软件普遍存在的暴力和色情问题,严重影响了未成年人的身心健康,诱发了一系列社会问题。这也一直是社会各界关注的热点。网上犯罪问题十分严重,利用互联网实施的犯罪包括网上诈骗、色情服务、色情信息、虚假广告、网上洗钱、非法交易、窃取国家机密、网上毁损商誉等屡见不鲜。说网络色情与暴力泛滥并不过分。互联网在带给人们信息社会福祉的同时,也成了一个犯罪非常猖獗、任何扭曲的欲望都能得到满足的地方,对人类精神文明的进步构成威胁。

5. 外资觊觎中国巨大的网络文化市场

中国具有全球最为广阔并且利润最为丰厚的IT市场空间,对于极具有增

长潜力的网络文化产业，外资自然不会放过。日前，国内网民所熟识的网络游戏《传奇》、《反恐精英》、《石器时代》、《魔力宝贝》及年轻人热衷追逐的“流氓兔”、“炸酱面女孩”等憨态有趣的卡通形象，无一不是国外网络文化向中国扩张与渗透的典型代表。

1.1.3 问题的提出与研究的目的

中国的网络文化产业正在崛起，网络文化市场正在形成，崛起和形成的同时带来了上述诸如内容不健康、版权保护失控、文化安全受到威胁、低层次的恶性竞争等一系列问题。透过这些问题的现象看本质，更确切地说从经济学的角度和眼光看，我国网络文化产业面临种种问题的症结是产业组织问题。具体表现在：

(1) 产业规模小，抵抗不住大规模外资的进入。日前，我国的网络文化产业才刚刚兴起，规模小，技术含量低，产品质量差，无法与国外同类产品和企业相竞争。因此，在大量的市场被实力雄厚的外资企业占据的同时，也带来了国家文化安全的隐患。

(2) 市场过度分散，无序竞争严重。由于产业初始的进入门槛过低，没有规模限制，因此许多企业争相进入该市场。然而，因为缺乏基础和没有经验造成企业产品雷同，低档次、低质量竞争严重，最终造成市场结构过度分散，难以形成规模优势。

(3) 企业规模太小、质量较低。以内容市场为例，进行游戏开发、多媒体设计、网站内容服务、教育内容服务的公司一般都是只有几个人组成，开发的内容基本是同质化程度高、风格和内容相似的产品，质量普遍较低，在较低的层面上进行竞争。

(4) 政府缺乏有效的监管模式。网络的特点使网络文化产业不同于其他产业，而我国政府对网络文化市场的监管尚缺乏有效的模式，对网络产业的走势也缺乏明确的引导。因此，这造成不良文化传播的严重和盗版的泛滥。

总之，当前网络文化产业发展存在的最根本的问题是市场结构的不合理、市场行为的不规范、市场监管的不得力。从宏观来看，在中国特色文化产业发展的环境下，目前网络文化产业健康发展该形成什么样的市场结构、如何对市场进行管理尚不清楚。此外，网络文化产业发展所需的市场化运行机制、文化市场体系不完善，市场配置资源的能力较弱，市场主体不明确、不规范。

如何解决中国的网络文化产业发展中的问题，选择什么样的市场结构，政府如何加强管理和引导，从而促进网络文化产业的茁壮成长，是本书网络文化产业组织研究的初衷。从产业宏观管理的角度出发，本书网络文化产业

研究具有以下目的:

(1) 探索有中国特色的网络文化产业发展之路, 分析网络文化产业市场特征, 明确网络文化市场的绩效表现, 从而给出网络文化市场规范的标准和评价依据;

(2) 以网络文化市场的绩效表现为基准, 选择合适的市场结构与市场行为, 明确网络文化市场的目标组织模式, 即产业组织模式, 避免网络文化产业低层次恶性竞争, 促使其快速健康的发展;

(3) 基于产业现状, 研究并设计与网络文化市场目标模式相符合的企业组织模式, 实现我国网络文化产业的快速健康发展;

(4) 研究促进我国网络文化产业快速、规范发展的产业整合方式, 探索政府管理方式和政策体系, 为政策制定提供参考。

1.2 国内外研究综述

1.2.1 国外产业组织理论研究

国外产业组织理论主要是西方产业组织理论, 它经过不断的发展已日臻完善。今天, 产业组织理论已成为现代经济学最活跃的领域, 并在现实经济生活中得到广泛应用, 成为政府进行宏观经济管理的主要理论基础之一, 为政府制定市场竞争与组织管理的法律规范及政策措施提供了依据。

1. 产业组织理论的萌芽

追根溯源, 产业组织理论的渊源一直可以追溯到资本主义自由竞争时代的经济学家亚当·斯密 (Adam Smith) 有关劳动分工理论和市场机制的论述。《国富论》阐明了亚当·斯密学说的模式: 经济人——看不见的手——自然秩序。亚当·斯密认为, 自由竞争是经济运动的原动力, 竞争的结果总是使价格与成本一致。

但是, 一般认为马歇尔 (A. Marshall) 开始的新古典经济学说才是产业组织理论的源头。马歇尔和其夫人合著的《产业经济学》一书中, 第一次把产业内部的结构定义为产业组织。其后, 马歇尔于 1890 年发表了他的名著《经济学原理》, 在萨伊 (J. B. Say) 的生产三要素 (劳动、资本和土地) 学说的基础上, 提出了第四生产要素——组织, 并在分析规模经济的成因时, 发现了被后人称之为“马歇尔冲突”的矛盾^[8], 即追求规模经济和自由竞争的冲突。马歇尔冲突所揭示的竞争活力与规模经济性两者的关系, 成为现代

产业组织理论所要讨论的核心问题。

20 世纪初,随着生产的日趋集中,企业规模不断扩大,垄断、寡头垄断的市场支配已经是发达资本主义国家中的普遍现象^[9],卡特尔、托拉斯等垄断组织和形式已有了相当的发展。因此,垄断问题吸引了许多经济学家的关心和瞩目。1933 年,张伯伦(Chamberlin)和罗宾逊夫人(J. Robinson)分别在《垄断竞争理论》^[10]和《不完全竞争理论》^[11]中提出了纠正传统自由竞争概念的“垄断竞争理论”。书中的一些概念和观点成为现代产业理论的重要来源。

1940 年克拉克(J. M. Clark)的有效竞争概念的提出,对产业组织理论的发展和体系的建立产生了重大影响^[12]。克拉克的有效竞争理论提出了如何形成既有利于维护竞争又有利于发挥规模经济作用的竞争格局^[13]。

尽管如此,当时的产业组织理论仍然处于萌芽阶段,尚未形成完整的理论体系。

2. 产业组织理论的形成

比较完整的产业组织理论体系是 20 世纪 30 年代以后在美国逐步形成的。影响最大的是以梅森(E. Mason)、贝恩(J. Bain)和谢勒(Scheler)为代表的哈佛学派。

1939 年,梅森在《大企业的生产价格政策》一书中提出了产业组织的理论体系和研究方向。

1959 年贝恩在他出版的《产业组织论》中首先提出了“结构——绩效”范式。这是第一本系统论述产业组织理论的教科书,被认为是当时产业组织理论研究成果的集中体现^[14]。谢勒在 1970 年出版的《产业市场结构与市场绩效》一书中,提出了完整的“结构(structure)——行为(behavior)——绩效(performance)”范式。该范式以实证研究为主要手段把产业按结构、行为和绩效三个方面分解为特定的市场,是一个既能深入具体环节又有系统逻辑体系的分析范式(简称 SCP 分析范式)。

哈佛学派 SCP 范式的形成标志着产业组织理论体系的初步形成。从这一阶段起,产业经济学就逐步成为一门相对独立的经济学科。哈佛学派的产业组织理论理所当然地成为产业经济学的主要流派,被人们广泛接受,并且影响了整个一代的经济学家和决策者。

当然,这一时期,在哈佛学派占据主导地位的同时,也孕育和存在着其他的产业经济学流派,只是影响有限而已。

3. 产业组织理论的发展

随着对哈佛学派的批判与完善不断深入,以及一批一流经济学家加入到产业经济学研究的行列,产业组织理论取得了长足的进展。博弈论、交易费

用理论的运用也为产业理论的发展提供了新的方法论。

芝加哥学派是20世纪60年代后期在对哈佛学派的批判中崛起的,是以芝加哥大学教授施蒂格勒(G. Stigler)、德姆塞茨(Dernsetz)、布罗曾(Y. Brozen)等众多经济学家为代表的阵营,是在美国乃至整个西方经济学界都有影响的重要学派。以施蒂格勒为主要代表的芝加哥学派认为,即使市场中存在某些垄断势力或不完全竞争,只要不存在政府的进入规制,长期的竞争均衡状态在现实中也是能够成立的^[15]。该学派主张维护市场机制、鼓励竞争、反对政府干预等^[16]。

鲍莫尔(Baumol)等人创立的“可竞争理论”^[17],克服了传统产业组织理论中市场结构与厂商行为那种单一的和既定的逻辑关系。他们主张一方面要积极研究能够减少沉没成本的新技术、新工艺,另一方面要排除一切人为的进入和退出壁垒。

近年来崛起的以科斯(R. H. Coase)的交易费用理论为基础,从制度角度研究经济问题的“新制度产业经济学”^[18],也被称为“后SCP流派”,其代表人物有科斯、诺斯(North)、威廉姆森(O. E. Williamson)、阿尔钦(Alchian)等人。该学派引入交易费用理论,对交易费用经济学的理论体系、基本假说、研究方法和研究范围作了系统的阐述,彻底改变了只从技术角度考察企业和只从垄断竞争角度考察市场的传统观念,为企业行为的研究提供了全新的理论视角,对产业组织研究的深化起了直接的推动作用。该学派将研究重点深入到企业内部,从企业(公司)内部产权结构和组织结构的变化来分析企业行为的变异及其对市场运作绩效的影响^[19]。

博弈论方法是20世纪70年代以后产业经济学的主要研究方法。产业组织经济学过去几年来在理论方面的重大进展都是由于博弈论的广泛运用而取得的。同时,博弈论及机制设计、不完全合同理论的应用也使得产业组织经济学的理论基础大大加强。如果说经济计量学方法主要适合于实证研究的话,那么博弈论方法则主要适用于理论分析。20世纪80年代以法国学者泰勒尔(Tirole)为代表的西方学者就应用博弈论分析的方法对整个产业组织理论体系进行了再造。博弈论被引入产业经济理论的分析中,意味着那种过去认为只能依靠市场实现的瓦尔拉斯均衡现在可以通过组织内部结构调整等来解决市场问题。理性预期学派为这一客观事实提供了理论上的支持。企业行为不仅仅取决于市场结构还取决于企业对自己的行为可能引致的其他企业反应行为的预期,即企业的行为是其心理预期的函数。用博弈论的术语来说就是企业的行为是各个企业所共同拥有的信息结构或判断概率的函数。这些突破性的进展使产业组织理论对现实经济中厂商的行为有更强的解释力。

值得一提的是, 20 世纪 90 年代以来产业组织理论又进入一个快速发展时期。产业经济学家们重新运用实证研究来解决分歧、填补漏洞和提炼思想, 一批新的理论成果大量出现, 使人们对“市场上和企业中会发生什么”有了空前的认识^[20]。最重要的是, 过去截然划分理论研究者与实证研究者的分水岭崩塌了, 实证研究者越来越愿意吸纳和利用经济学理论和经济计量学的新成果, 理论研究者也能更多地接触实际。卡布尔 (J. Cable) 1994 年组织出版了《产业经济学前沿问题》一书, 全书综述了 20 世纪 90 年代以来产业组织理论领域最新的发展动态和最前沿的研究成果^[21]。

1.2.2 国内产业组织理论研究

与国外产业组织理论研究和发展的相比, 我国理论界对产业组织理论的研究起步较晚。我国的学科体系是 20 世纪 50 年代从苏联引进的。那时产业的概念主要指计划经济中的行业、部门, 相应的学科专业也设立了农业经济学、工业经济学、商业经济学等门类, 没有明确的“产业经济学”名称。直到改革前, 我国一直缺乏对产业组织理论进行系统的研究。但由于在经济建设中我们仍然遇到与产业组织有关的问题需加以解决, 因此, 经济学界还是在不自觉的状态下对产业组织问题在苏联范式下进行过一些分析和研究, 如对工业经济领域的社会分工和专业化生产与协作问题的研究, 以及对工业生产的联合化和集中化等问题所进行的研究。

最早介绍到我国的产业组织著作是美国学者 W. G. 谢佩德 (W. G. Shepherd) 的《市场势力与经济福利导论》(易家祥译)。1985 年, 中国人民大学经济学教授杨治编著的《产业经济学导论》出版, 这是国内第一本以产业经济学为名、在国内影响较大的著作。与西方不同, 它的研究范围较宽泛, 将产业结构、产业发展、产业关联、产业布局、产业政策等都纳入了产业经济学的研究领域, 这种做法并不符合主流经济学的要求。同年, 世界银行经济发展学院和清华大学经济学院联合举办经济管理讲习班, 编印了《产业组织经济学》, 比较系统地对西方产业组织理论进行了介绍。1988 年, 日本学者植草益的《产业组织论》(卢东斌译) 出版。这是国内第一本系统介绍国外产业组织理论的译著, 虽然篇幅不大, 只有不到 10 万字, 但结构框架比较完整。随后, 国内又陆续翻译出版了几本西方学者研究产业组织的著作, 如 K. W. 克拉克森和 R. L. 米勒的《产业组织: 理论、证据和公共政策》(上海三联, 1989)^[22]、丹尼斯·卡尔顿和杰弗里·佩罗夫著的《现代产业组织》(上海三联, 1998)^[23]、J. 施蒂格勒的《产业组织与政府管制》(上海三联, 1989)。上述著作的翻译出版, 对我国产业组织范式的转变起到了推动作用。

进入 20 世纪 90 年代以后,进入一个新范式下产业组织理论研究的繁荣阶段。这一时期的研究相对活跃,出现了一批分析比较规范的研究成果,如陈小洪、金忠义主编的《企业市场关系分析—产业组织理论及其应用》(1990,北京科技文献出版社)。这是国内学者编著的针对国内读者的第一本系统介绍产业组织理论和国外产业组织状况的专著。王慧炯、陈小洪主编的《产业组织及有效竞争——中国产业组织的初步研究》(中国经济出版社,1991)和马建堂的《结构与行为——中国产业组织研究》(中国人民大学出版社,1993),同时荣获了第六届孙冶方经济学奖(1994)。夏大慰的《产业经济学》(复旦大学出版社,1994),是国内第一部系统介绍和分析产业组织理论、方法以及产业组织政策的教材。将体制因素包括在产业组织的研究框架内,试图建立一个包含体制因素在内的新分析范式是我国产业组织理论研究的一大特色与创新。金碚在这方面的研究比较系统,在其编著的《产业组织学》(经济管理出版社,1999)中,全面考察了我国的产权制度、产业管理制度、劳动人事制度、流通体制、金融体制、外贸体制对产业组织的影响,使产业组织学的分析范式更加完善。

市场结构与产业绩效是传统产业组织研究的核心问题,也是我国早期产业组织的研究重心。2003 年魏后凯撰写的博士论文《市场竞争、经济绩效与产业集中》,刘小玄发表的《中国转轨经济中的产权结构和市场演进》和《中国转轨过程中的企业行业和市场均衡》,冯丽、李海舰发表的《从竞争范式到垄断范式》等文,继续了市场结构与产业绩效关系的讨论。魏后凯的《市场竞争、经济绩效与产业集中》对我国产业集中度的动态变化进行了讨论。根据一些国家的经验,作者提出了产业集中与经济发展之间的倒 U 型假说。也就是说,随着工业的不断演进,特别是大规模生产体系的采用,大企业因具有多方面的优势而获得了迅速发展,由此导致产业集中度日趋提高。当经济发展进入到成熟阶段,工业化达到较高水平,产业集中度将逐步趋于稳定,并进而在随后的阶段中趋于下降。

综上所述,产业经济学在美英等西方国家,是以产业组织为主要内容的,产业经济学与产业组织是同一含义。相比之下,我国早期的产业经济学受前苏联和日本的影响,把产业组织理论与产业结构、产业关联等其他理论放在一起,形成比较宽泛的产业经济学。国内学者,一般把前者称为“产业组织”范式的产业经济学,把后者称为“组织——结构”范式产业经济学。

围绕着这两种范式,我国产业经济学理论界形成了“宽”、“窄”两派:宽派以杨治等人为代表,支持“组织——结构”范式产业经济学,认为产业经济学是以“产业”为研究对象,研究产业之间、产业内企业之间的关系结

构及其经济运行的规律性,认为产业经济学不仅包括产业组织理论,还包括产业结构、产业关联和产业发展等理论。窄派以汪祥春和于立等人为代表,支持“产业组织”范式产业经济学,认为产业组织理论也就是产业经济学。产业经济学主要研究市场结构、企业行为、经济绩效和产业政策。产业经济学作为一门新兴学科,在争论中前进,在碰撞中升华。

产业组织理论是一门应用学科,近年来案例研究有所增强。罗润东就国有企业的减员进行了案例研究^[24],夏大慰等则运用 SCP 范式对我国石化工业产业组织问题进行了研究^[25],刘志标等对我国现阶段用户垄断现象进行了研究^[26]。

在我国随着许多高等院校产业经济学教材的出版和课程的开设,加快了产业经济学的发展和普及。尤其是 1996 年研究生专业目录调整,产业经济学作为应用经济学下的一个二级学科被收入其中,这标志着产业经济学的学科地位在我国正式被确立。此外,2002 年由山东大学主办的《产业经济学》的创刊也标志着我国产业经济学研究进入了一个新时期。

1.2.3 网络文化产业相关研究

1. 关于文化产业的研究现状综述及评析

(1) 国外文化产业的研究现状综述及评析。法兰克福学派的观点很长时间内在西方精英知识分子中得到了广泛认同。有关这个题目的学术论著,除了极个别的之外,大都倾向于追随阿多诺,把议题集中于文化商品的大众消费所带来的文化和社会的影响。

法兰克福学派对文化工业基本持否定态度。它们认为,文化工业的存在和发展是资本主义社会衰退的标志,是一种严重的异化现象。它们从以下几个方面对文化工业进行了批判:

- 第一,金钱是文化工业运转的枢纽和动力,是它存在的目的和根源;
- 第二,文化工业消除了人的个性,使人成为“单向度的人”;
- 第三,文化工业已丧失了艺术的超越性精神,立足于世俗的基础;
- 第四,就艺术技巧论,所有文化工业的作品都是以完善的技术为后盾的;
- 第五,由上可见,文化工业中的创作必然走向程式化,程式化的创作又必然带来语言的限制^[27];

第六,它首先表现在个人在大众传播媒介的包围、改造下,日益失去自己的头脑和判断能力,成为纯粹被动的文化受众和消费者^[28]。

综上所述,法兰克福学派首次提出了“文化工业”理论,并从艺术和哲学价值评判的双重角度,对“文化工业”予以否定。他们认为,文化工业受满足“大众”需要的商业力量所操纵,以娱乐消遣为目的,丧失了作为艺术