

◎欧阳友权 禹建湘 著

长沙文化产业

CHANGSHAWENHUACHANYE



41

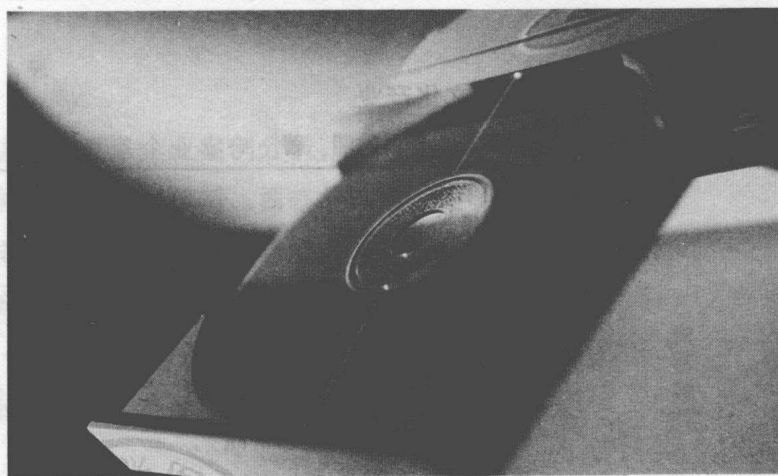
中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

◎欧阳友权 禹建湘 著

-69

长沙文化产业

CHANGSHAWENHUACHANYE



G127.641

0595

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

长沙文化产业 / 欧阳友权, 禹建湘著. — 北京 :
中国广播电视出版社, 2010.1
ISBN 978-7-5043-6078-6

I. ①长… II. ①欧… ②禹… III. ①文化-产业-
研究-长沙市 IV. ①G127.641

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 003176 号

长沙文化产业

欧阳友权 禹建湘 著

责任编辑 刘 媛

封面设计 人文在线

责任校对 李美清

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtv.com.cn

电子信箱 crt8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 北京振兴源印务有限公司

开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16

字 数 253(千)字

印 张 19.5

版 次 2010 年 4 月第 1 版 2010 年 4 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-6078-6

定 价 42.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

内容摘要

通过调查问卷、重点访谈和重点企业案例分析，深入了解长沙文化产业的发展历程和总体发展状况、发展优势、面临的问题、主要需求和发展方向。对长沙的广播电视、新闻出版、文化旅游、文娛休闲、卡通动漫、文博会展、文化体育、民间工艺等产业部类进行了分类研究。对长沙的11个产业集团和3个产业聚集区进行了调研。从发展理念、发展机制、发展对策等方面对长沙的文化产业的发展提出建设性建议。具体内容包括：

1. 对长沙文化存量和现阶段的文化产业进行整体调研，对其发展态势作出基本判断，对长沙文化产业的优势、劣势、挑战、机遇作出分析。
2. 重点对长沙的广播电视、出版发行、文化旅游、文娛休闲、卡通动漫、文博会展、文化体育、民间工艺等产业进行调研。
3. 对长沙文化产业的11个产业集团进行解麻雀式的分析，重点思考了“两江两岸”文化产业走廊的建构。
4. 提出发展长沙文化产业的一些具体举措，尤其是对长株潭两型

实验区发展提出一些建议。

5. 对长沙文化产业中的《超级女声》、《体坛周报》、“蓝猫”、长沙歌厅、长沙政法频道、“快乐购”等6个代表性品牌进行个案分析，从中剖析长沙文化产业的发展特质和发展前景。

目 录

CONTENTS

绪 言	1
第一章 长沙文化产业发展状况	6
1.1 长沙文化基础	6
1.1.1 文化存量	6
1.1.2 经济状况	9
1.2 总体面貌	10
1.2.1 产业发展早, 辐射范围广	11
1.2.2 消费观念新, 娱乐文化强	12
1.2.3 产业基础厚, 产业产值高	14
1.2.4 聚焦程度高, 综合效益好	15

1.2.5	品牌效应好, 影响力巨大	17
1.2.6	集团已形成, 产业链完整	19
1.2.7	创新能力强, 发展后劲足	20
1.3	长沙文化产业 SWOT 分析	22
1.3.1	长沙文化产业目前的优势	23
1.3.2	长沙文化产业的劣势	26
1.3.3	长沙文化产业面临的挑战	29
1.3.4	长沙文化产业发展机遇	30
1.4	长沙文化产业战略规划	35
1.4.1	长沙文化产业总体目标	35
1.4.2	发展重点	37
1.4.3	发展方向	42
1.5	长株潭两型实验区文化产业发展	43
1.5.1	发展现状	44
1.5.2	发展原则	46
1.5.3	发展目标	47
1.5.4	发展重点	47
1.5.5	总体布局	50
第二章 长沙文化产业部类		57
2.1	文化产业分类依据和标准	57
2.1.1	文化产业、创意产业概念的关系	57
2.1.2	文化产业部类划分	60
2.2	文化产业部类分述	65
2.2.1	广播电视	67

2.2.2	出版发行	73
2.2.3	文化旅游	78
2.2.4	文娱休闲	87
2.2.5	卡通动漫	94
2.2.6	文博会展	100
2.2.7	文化体育	103
2.2.8	民间工艺	106

第三章 长沙文化产业集团和产业聚集区..... 112

3.1	产业集团	112
3.1.1	湖南广播影视集团	112
3.1.2	湖南出版投资控股集团	116
3.1.3	《湖南日报》报业集团	120
3.1.4	《长沙晚报》报业集团	124
3.1.5	长沙广电集团	127
3.1.6	三辰卡通集团	132
3.1.7	中南出版传媒集团	135
3.1.8	潇湘电影集团	139
3.1.9	湖南演艺娱乐集团	145
3.1.10	湖南新华书店集团	153
3.1.11	湖南文化电子商务集团	160
3.2	产业聚集区	167
3.2.1	长沙文化功能区布局	168
3.2.2	长株潭两型实验区的“八大片区”	170
3.2.3	长沙“一江两岸”的文化走廊	174

第四章 长沙文化产业发展对策 185

4.1 树立长沙文化产业发展理念 185

4.1.1 领会精神，加大扶持力度 185

4.1.2 加快步伐，推动体制创新 188

4.1.3 加强领导，营造良好环境 190

4.1.4 规范管理，保障产业发展 191

4.2 健全长沙文化产业发展机制 193

4.2.1 政策机制 193

4.2.2 市场机制 200

4.2.3 文化机制 207

4.3 长沙文化产业发展对策 214

4.3.1 形成产业集群，培育产业园区 214

4.3.2 组建新型主体，发展新型业态 215

4.3.3 实行一业一策，强化分类研究 217

4.3.4 优化产业结构，整合各类资本 218

4.3.5 盘活产业存量，启动原创工程 221

4.3.6 培育龙头企业，强化品牌意识 222

4.3.7 立足区域发展，走向国际市场 224

4.3.8 扶持中小企业，形成促进机制 225

4.3.9 培养创意人才，建立创意机构 226

4.3.10 长株潭两型实验区文化产业定位 228

第五章 长沙文化产业品牌举隅 233

5.1 《超级女声》：电视娱乐节目品牌的先行者 235

5.2	《体坛周报》：中国体育报刊的全球领跑者	244
5.3	“蓝猫”：中国最具品牌价值的“猫”	257
5.4	长沙歌厅：大众文化英雄的崛起	275
5.5	长沙政法频道：用品牌领跑的都市媒体	282
5.6	快乐购：品牌传媒，快乐营销	289
参考文献		299

绪 言

文化产业是一种新兴的朝阳产业，在学术界与业界有很多不同的命名，如“创意产业”、“创意经济”、“文化创意产业”、“版权产业”、“版权文化产业”，等等。

英国人最早出“Creative Industry”这一概念，这其实就是文化产业，国内也有人译为“创意产业”、“创意经济”或“创造性产业”。这是通过对“文化”的诠释，发展成为一种在全球化消费社会的背景下，推崇智力创新、强调文学艺术作品的创作与传播（即文化活动）对经济的支持与推动作用的新兴理念、思潮和实践活动。当今，文化产业在世界上，特别是工业发达国家越来越受到政治界、经济界、文化界的重视。

文化产业提出的背景是，1997年，英国的布莱尔当选首相之后，为了适应后工业时代的经济形势，继续保持英国经济的增长，布莱尔宣布成立“创意产业特别工作组”，专门研究世界及英国后工业时代的经济发展形势，为英国制订在知识经济、信息时代的发展战略提供方向。这个工作组很快拿出自己的研究成果，先后于1998年和2001年发布了两份研究报告。在这两份研究报告中，英国的创意产业特别工作组给文化产业做出了如下定义：文化产业就是源于个人创意、技巧和才华，通过

知识产权的开发和运用，而形成具有创造财富和就业潜力的行业。按照英国政府和专家的意见，文化产业的范畴包括 13 个行业，即：广告、建筑、艺术和文物交易、工艺品、设计、时装设计、电影、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件、电视广播等等。

其实，“文化产业”的概念，并不是从经济学角度对文化活动的唯一概括。早在二次世界大战结束以后的一段时间里，美国一批科学家就注意到，在工业化国家只要 2% 的人生产农产品、2% 左右的人生产工业产品，就能满足全国基本的物质生活需要。于是就提出了这么一个问题，既然 5% 的人能满足社会的基本需要，剩下 95% 的人生产什么？到了 20 世纪 70 年代，日本一批学者又发现，日本人均 GDP 在 60 年代达到 1000 美元时，就可以满足日本国民受教育、看电影、每天两个苹果的基本生活消费，那么到了 70 年代，人均 GDP 已经一万美元了，那 1000 美元实际消费的又是什么？

对此，不同的国家和不同地区的学者的研究结果一致认为，当经济发展到了一定程度，实际上社会生产的和消费的全部是文化。人们的消费，都是在时尚和文化价值的引导下所进行的一轮又一轮的新行为。因此，文化的经济化、经济的文化化，才被概括了出来，也就是说，在新的时期，包括在 21 世纪里，社会经济的主流是文化经济，传统的产业要增加文化价值，新兴的产业要突出文化要素。

20 世纪 90 年代，世界经合组织（OECD）提出“知识经济”的概念与定义之后，很快将文化的各个产业都纳入到了知识经济领域之中。美国早在英国之前很久就一直使用“版权产业”概念（它包括“核心版权产业”、“相关版权产业”和“流通产业”等方面）。20 世纪 80 年代，我国知识产权界（特别是版权领域）的专家们一度将这个概念引了进来，并且演变成了“版权文化产业”和“文化产业”，而最终得到党中央和中央政府文件正式确认的是“文化产业”概念。1992 年，在国务院办公厅综合司编著《重大战略决策——加快发展第三产业》中，首次由政府文件中明确使用“文化产业”概念。2000 年 10 月，在《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》中，首次在党的正式文件中使用“文化产业”这一概念。2002年11月，党的十六大报告更加明确地提出发展文化创意产业和改革文化体制的方针、任务和要求。

对于“文化产业”、“创意产业”、“创意经济”、“文化创意产业”、“版权产业”、“版权文化产业”等概念，到底哪个更深刻、更全面、更抓住了问题的实质，学术界正存在不同的看法。一般认为，“创意产业”的概念侧重于对“智力创造行为”的肯定，“版权产业”的概念是侧重于对“智力创造成果”的肯定，而“文化产业”是对整个“智力创造行为与智力创造成果的传播”的综合。目前国内较常用的概念是“文化产业”和“文化创意产业”两种，在内涵上并无本质区别。

从各国和地区的实践看，英国早在1988年就将文化产业列为重点产业，伦敦同时将创意产业作为核心产业，创意产业更被市长肯·利文斯通誉为“今后世界经济增长的主要动力”。美国新英格兰地区于2001年6月制定《创意经济计划：新英格兰创意经济投资蓝皮书》。新加坡在1998年将文化产业定为21世纪的战略产业，出台了《创意新加坡》计划，并于2002年9月全面规划了文化产业的发展战略，称要树立“新亚洲创意中心”的声誉，要成为“一个文艺复兴城市”、“一个全球的文化和设计业的中心”、“一个全球的媒体中心”。我国香港地区2002年9月推出研究报告，全面梳理了香港文化产业的现状。澳大利亚、新西兰等国家的政府也都对文化产业进行了研究和规划。

在全球最早提出文化产业的英国，1997—2001年间整体经济增长70%，而创意产业增长93%，年增长率达到8%，是同期英国总体经济增长2.6%的3倍多，成为英国发展最快的产业，显示了英国经济从制造型向创意服务型的转变。根据英国文化媒体体育部发表的《创意产业专题报告》，2000年，英国的文化产业增加值已超过500亿英镑，占国内生产总值的7.9%，年增长率是其他产业的3倍，达到9%；提供岗位115万个，占总就业人数的4.1%。2001年，英国的文化产业产值约为

1125 亿英镑，占 GDP 的 5%，已超过任何制造业对 GDP 的贡献；2001 年，文化产业占总增加值（GVA）的 8.2%。2002 年，英国的文化产业增加值达 809 亿英镑，已经成为仅次于金融服务业的第二大产业，文化产业行业内约有 122000 家公司在“部际商业注册机构”注册。到 2002 年 6 月，文化产业雇佣总人数为 190 万，其后继续增长，成为雇用就业人口的第一大产业。以增加值计算，软件自 2002 年取代服装成为最大的文化产业。2003 年，英国“创意产业特别工作组”指出，用就业和产出衡量，伦敦的文化产业对经济发展的重要性，已经超过了金融业。一年中前来伦敦的境内外游客在艺术文化方面的花费超过了 60 亿英镑。早在 1996 年，英国的摇滚乐经济效益就已经远远超过了钢铁产业，1998 辣妹成为英国最大的出口项目，而到了 2002 年，在政府的税收优惠等政策扶持下，英国的文化产业出口额达到 175 亿美元，成功推动了英国出口，有效地抵补了货物贸易逆差。

美国联邦政府虽然没有使用“文化产业”这个概念，但是，美国有自己的“版权产业”。美国作为全球文化产业最为发达的国家，在 1977-2001 年的 24 年间，尽管其他产业平均年增长率只有 3%，但整个“版权产业”却达到了 7%。从 1996 年开始，整个“版权产业”不仅已成为美国经济中成长最快的顶梁柱，而且超过了其他所有传统产业，成为美国源源不断输向其他国家和地区的最大宗的出口产品。2001 年美国整个“版权产业”总值为 7912 亿美元，占国民生产总值 7.75%，其中“核心版权产业”，如电影、媒体、出版、广告、设计等，出口 889.7 亿美元，荣登美国最大出口产业的位置，比第二大出口产业化学原料及有关产品业的 746 亿美元高了近 143 亿美元。到 2002 年，美国“核心版权产业”产值达到 5351 亿美元，占 GDP 的比重达到 5.24%。

日本虽然最近 10 多年来，经济一直发展不足，但是，它的文化产业却一枝独秀，在 1993-2003 年期间，虽然全国商品出口额仅增长了 36%，但其文化产业的出口额却增长了 2 倍，从 5343 亿日元达到了 1.5779 万亿日元。由于动漫、音乐等流行文化在世界各地备受推崇，到

20 世纪 90 年代，日本就一跃成为世界上令人瞩目的新兴“文化超级大国”。

韩国在短短的 3 至 5 年期间，就使影视和游戏等产业的年出口额从原来几乎零的状态，迅速达到了 5.9 亿美元；到 2007 年，占到世界文化贸易市场份额的 5%，实现文化产业出口 100 亿美元，从而跻身世界文化产业 5 强。

澳大利亚 1999 年文化产业已占 GDP 的 3.3%，就业人数 34.5 万人，占总就业人数的 3.7%。新西兰文化产业占 GDP 的 3.1%，总就业人数的 3.6%。新加坡文化产业占 GDP 的比例在 2.8% 至 3.2% 之间，提供岗位 7.2 万个。我国香港文化产业占 GDP 的 2%，服务出口总金额的 3.1%，总就业人数的 3.7%。

根据经济学家约翰·霍金斯的《创意经济》一书中的统计，全世界文化创意经济每天创造 220 亿美元，并以 5% 的速度递增。在一些国家增长得更快，美国为 14%，英国为 12%。现在经济上达到一定程度的国家，几乎无一例外都把文化产业和文化经济作为整个建设的切入点和结合点，将文化产业提升到了与政治、军事、经济、外交等硬实力同等重要的高度。而正是通过文化产业这种“软实力”辐射出来的魅力、影响力、吸引力、亲和力、渗透力，促使大规模的信息流、消费流、资金流、人才流，向着有利于自己的方向涌来。

在这种情况下，湖南为了经济上的“弯道超车”以及建设长株潭“资源节约型、环境友好型”的经济实验区的需要，政府大力提倡了文化产业的发展。而长沙作为省会城市，文化产业占据了湖南省的半壁江山，并且在全国产生了深远的影响。

第一章 长沙文化产业发展状况

1.1 长沙文化基础

1.1.1 文化存量

长沙 7000 多年前就有原始先民生息繁衍，有文字可考的历史长达 3000 多年。夏商时期，这里属古三苗园地，春秋战国之际，为楚国南方经济、文化、军事重镇，公元前 221 年，秦始皇统一中国，在全国设 36 郡，长沙郡名列其内，汉朝时为长沙国首府，三国时长沙属吴国，隋、唐两朝曾几度改称潭州，宋代长沙属荆湖南路，明代改为长沙府，清代为湖南省治，公元 1922 年定为湖南省会，1933 年正式设长沙市，1949 年 8 月 5 日长沙和平解放。

长沙是一座具有悠久历史的文化名城，素有“屈贾之乡”、“楚汉名城”之美称，1982 年 2 月长沙市正式被国务院公布为我国首批历史文化名城，是国务院首批公布的 24 座历史文化名城和第一批对外开放的旅游城市之一，1998 年，长沙率先成为全国第一批优秀旅游城市。

长沙是楚文化、湖湘文化的发源地和中心舞台，“惟楚有材，于斯为盛”是其写照。屈原放逐湖南，做《离骚》开湖南人文先河，之后周敦颐、朱熹以及船山学说被广为传播，湖湘文化被正式构建起来，湖湘文化孕育了长沙这座名城。

长沙是驰誉中外的“历史古城”。古城遗址、古代墓葬、古刹名寺、古阁亭院等名胜古迹历历在目，马王堆汉墓、三国孙吴纪年简牍等震惊中外。

长沙是人文荟萃的“文化名城”。长沙湖湘文化底蕴深厚，有“屈贾之乡”、“潇湘洙泗”之誉，有“惟楚有材，于斯为盛”之称。

长沙是英雄辈出的“革命圣城”。涌现出了毛泽东、蔡和森、刘少奇等一代伟人和谭嗣同、黄兴、蔡锷等一大批彪炳史册的优秀人物。

长沙是得天独厚的“山水洲城”。全市拥有国家级风景名胜区1处，国家级森林公园2处，省级风景名胜区1处，省级森林公园2处，167处文物保护单位（其中国家级文物保护单位7处，省级文物保护单位56处，市级文物保护单位63处，县级文物保护单位41处），1000余处历史文化遗址。

长沙有丰富的文化存量：

自然风光：长沙拥有众多的山峦、河流和湖泊，长沙的湘江文化带，由湘江及江中、两岸的多个各具特色的文化景区组成，从北端的新港城到市区南端的暮云镇，总长35公里。其中著名的有：岳麓山、谷山、莲花山、鹅羊山、天际岭、湘江、浏阳河、捞刀河、靳江河、洩水、咸嘉湖、后湖、年家湖、月湖等。长沙市总的地理特征是岳麓山巍峨西峙，湘江穿城而过，桔子洲静卧江心，融山、水、洲、城于一体。“桔子洲头，看万山红遍”，自然风光极其美丽。

人文历史：长沙作为湖湘文化的中心，楚文化发源地，素有“屈贾之乡，潇湘洙泗”之称，屈原、贾谊、司马迁、杜甫、李白、韩愈、刘长卿、杜牧、李商隐、欧阳修、范成大、杨万里、袁枚等古代文化巨匠都曾“一为迁客去长沙”，为古城留下了千古绝唱和传世碑刻。长沙又