

文化产业生态学

CULTURE INDUSTRY ECOLOGY

陈霞红 林日葵 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

文化产业生态学

CULTURE INDUSTRY ECOLOGY

陈霞红 林日葵 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

文化产业生态学 / 陈霞红, 林日葵著. — 杭州 :
浙江工商大学出版社, 2012. 7

ISBN 978-7-81140-547-7

I. ①文… II. ①陈… ②林… III. ①文化产业—生态学—研究—中国 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 149196 号

文化产业生态学

陈霞红 林日葵 著

策划编辑	钟仲南
责任编辑	何海峰
封面设计	影·设计工作室
责任印制	汪俊
出版发行	浙江工商大学出版社 (杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012) (E-mail: zjgsupress@163.com) (网址: http://www.zjgsupress.com) 电话: 0571-88904980, 88831806(传真)
排版	杭州朝曦图文设计有限公司
印刷	杭州杭新印务有限公司
开本	710mm×1000mm 1/16
印张	14.75
字数	227 千
版次	2012 年 7 月第 1 版 2012 年 7 月第 1 次印刷
书号	ISBN 978-7-81140-547-7
定价	36.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804227

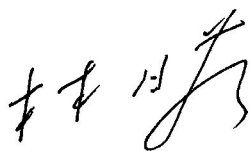
序

随着我国社会经济和文化产业的发展,人们已经开始认识到文化是一个民族的灵魂和国家的软实力,是大众精神生活消费的基本权益,是世界的新兴生产力和经济引擎。因此,在这样一个社会历史背景下,加快发展我国文化产业与大力发展文化艺术经济,已经成为国人的一种共识。所以,我们研究和探索发展我国文化产业和文化艺术经济的道路和路径,有着极其重要的历史意义和现实意义。

现在我们党和国家已经把发展文化产业提高到一个非常重要的战略地位。从近几年来国家陆续出台的一系列鼓励发展文化产业的方针政策分析来看,内容涉及各个领域,这为我国文化的大发展和大繁荣创造了良好的社会环境和条件。特别是在国家的“十二五”规划中,明确把文化产业作为一个“支柱性产业”。由此可以看出,我们党和国家已经把发展文化产业作为“文化立国”的一种理念和思想了。因此,研究和探索发展文化产业是历史和时代赋予我们这一代人的历史使命和社会责任。所以,我们对发展我国的文化产业,不仅要有使命感和责任感,还要有危机感和紧迫感。这样才能后来居上,赶上发达国家,把我国建设成为一个文化强国,为中华民族的伟大复兴作出应有的贡献。

文化产业的内涵和外延很广,内容也非常丰富,而且它在发展中也不断呈现出一些规律性与层次性。因此,我们选择研究文化产业生态问题,就是在深入研究和探索文化产业的理论过程中,根据文化产业学科和领域的特点、规律、层次提出来的。我们已经认识到文化产业生态在文化产业发展中的重要作用,所以,试图从生态学的角度来分析和研究文化产业学与文化产业生态理论,不断完善和丰富文化产业学的理论体系,并建立文化产业生态学这门相对独立的新学科。这既是一个探索,也是一个创新,更是一个创

造。它将直接为文化产业生态学这门新学科的发展与探索提供思路,也将为文化产业学这个新的领域增添光彩。当然,文化产业生态学是一个全新的概念和范畴,我们对它的逻辑结构、研究内容、理论体系等方面还要在实践中不断地概括和总结,使它成为文化产业学体系中的一个重要分支和一门相对独立的学科。



二〇一二年五月十日

Preface

With the society, economy and culture industry of our country developing, people have realized that culture is the soul of a nation, the soft power of a country, the basic right and interest of public spiritual consumption, the burgeoning productivity and the economic engine of the world. Therefore, under this social and historical background, accelerating developing our country's culture industry and prompting developing cultural and artistic economy have become the consensus of Chinese people. Hence, studying and exploring the way and route of our country developing culture industry and cultural and artistic economy are of great historical and realistic significance.

In my opinion, our party and country have heightened developing culture industry to a very important strategic position. In recent years, our country has put forward in succession a series of policies that involve various fields, which creates favorable social environment and condition to the great development and prosperity of our country's culture. Especially "the 12th Five-year Plan" of China explicitly suggests that culture industry is a pillar industry of our country. As far as I am concerned, our party and country have regarded developing culture industry as the concept and the thought of a cultural nation. Hence, researching and exploring culture industry is the historical mission endowed by the history with us and the social responsibility imparted by the times to this generation of us. So we should have the sense of mission and responsibility, as well as the feeling of crisis and urgency to develop our country's culture industry. Thus, we can catch up from behind, catch up with the developed country and build our country as a powerful country in culture, making due contributions to the

great revival of Chinese nation.

The connotation and extension of culture industry are very extensive, and its content is also extremely abundant. What's more, it presents constantly some regularity and hierarchy in the process of its development. Therefore, choosing to research the issue of culture industry ecology is put forward according to the characteristic, regularity and hierarchy of culture industry's discipline and field, in the process of deep researching and exploring the theory of culture industry. We have realized the importance and the function of culture industry ecology to the cultural industry development. So we make an attempt to analyze and research the theory of culture industry and culture industry ecology from the angel of ecology, to perfect and profound incessantly the theory system of culture industry, and to establish culture industry as a relatively independent new discipline. I think it is not only an exploration, but also an innovation and a creation. It will increase directly the strength of culture industry ecology as a new discipline, and also add luster of culture industry as a new field. Of course, as a totally new concept as well as a wholly new domain, we should constantly summarize the logical structure, research content, academic system of the culture industry ecology in practice, making it an important branch and a relatively independent course in the discipline system of culture industry.

Rikui Lin

May 10th, 2012

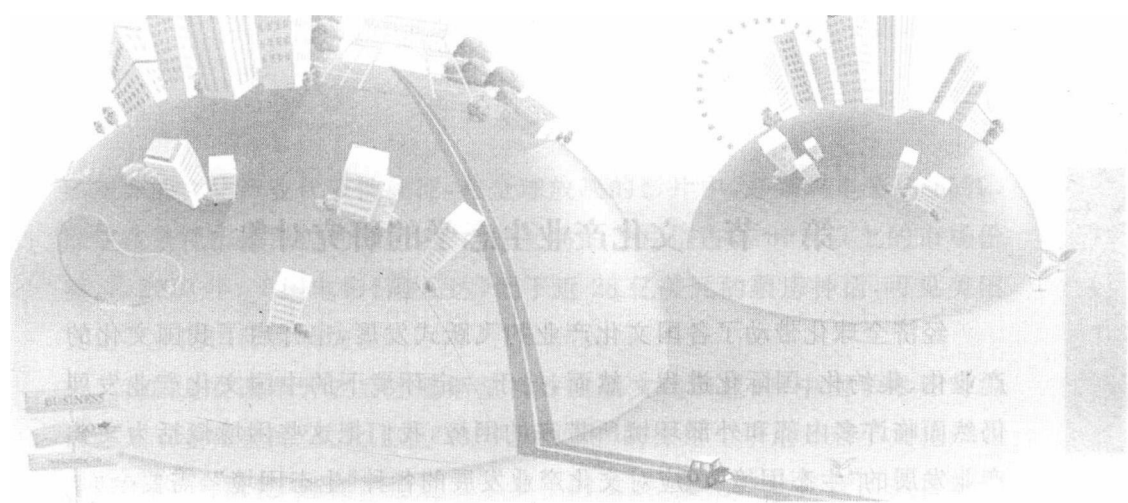
目 录

第一章 绪 论	1
第一节 文化产业生态学的研究对象	2
第二节 文化产业生态学与其他学科的关系	12
第三节 文化产业生态学是一门独立的学科	15
第二章 文化产业生态学的发展	22
第一节 从文化到文化生态	24
第二节 从文化生态到文化产业生态	36
第三节 从文化产业生态到文化产业生态学	44
第三章 文化产业生态的资源	51
第一节 文化产业生态资源的概念	53
第二节 文化产业生态的物质资源	59
第三节 文化产业生态的非物质资源	72
第四章 文化产业生态的环境	82
第一节 文化产业生态的客观环境	83
第二节 文化产业生态的主观环境	89
第三节 文化产业生态环境的保护	93
第五章 文化产业生态的区域	98
第一节 文化产业生态区域的划分	99
第二节 文化产业生态区域的建设	108
第三节 文化产业生态区域建设的目标	118

第六章 文化产业生态链	127
第一节 文化产业生态链的形成	128
第二节 文化产业生态链的特点	136
第三节 文化产业生态链发展的规律	144
第七章 文化产业生态圈	150
第一节 文化产业生态圈的形成	151
第二节 文化产业生态圈的发展	159
第三节 文化产业生态圈的开发	167
第八章 文化产业生态发展战略	173
第一节 制定文化产业生态发展战略的依据	174
第二节 实施文化产业生态发展战略的条件	184
第三节 执行文化产业生态发展战略的意义	191
第九章 文化产业生态保护与管理	198
第一节 建立文化产业生态的保护机制	199
第二节 健全文化产业生态的管理制度	205
第三节 加强文化产业生态的法规建设	213
主要参考文献	221
后 记	226

Catalogue

Chapter 1	the Introduction	1
Section 1	the Investigative Object of Culture Industry Ecology	2
Section 2	the Relation of Culture Industry Ecology with Other Courses	12
Section 3	Culture Industry Ecology is an Independent Discipline	15
Chapter 2	the Development of Culture Industry Ecology	22
Section 1	from Culture to Culture Ecology	24
Section 2	from Culture Ecology to Culture Industry Ecology	36
Section 3	from Culture Industry Ecology to the Discipline of Culture Industry Ecology	44
Chapter 3	the Resources of Culture Industry Ecology	51
Section 1	the Conception of Culture Industry Ecology Resources	53
Section 2	the Material Resources of Culture Industry Ecology	59
Section 3	the Intangible Resources of Culture Industry Ecology	72
Chapter 4	the Environment of Culture Industry Ecology	82
Section 1	the Objective Environment of Culture Industry Ecology	83
Section 2	the Subjective Environment of Culture Industry Ecology	89
Section 3	the Environment Protection of Culture Industry Ecology	93
Chapter 5	the Area of Culture Industry Ecology	98
Section 1	the Partition of Culture Industry Ecology Area	99
Section 2	the Construction of Culture Industry Ecology Area	108
Section 3	the Construction Target of Culture Industry Ecology Area	118



第一章 绪 论

当今社会,文化“产业化”与产业“文化化”日益成为各国政府关注的焦点与政策制定的着力点,发展和繁荣一国的文化产业,增强国家的文化“软实力”已经成为国际社会的共识。从生态学的角度来看,文化产业的发展依赖于一定的政治、经济、社会环境,生态环境的好坏一定程度上决定着各国文化产业的发展水平。我国的文化产业经过最近二十多年的发展,已经初步进入跨越式发展的新时期,文化成为“支柱性”产业的战略定位在中国已经确立。但是,我国文化产业的发展仍然面临国际与国内一系列环境因素的限制与制约,因此研究文化产业生态,探索建立文化产业生态学,对实现中国文化“产业化”和产业“文化化”,解决我国文化产业发展面临的深层次矛盾,实现我国文化大发展大繁荣意义重大。在这一章中,我们首先阐述文化产业生态学的研究对象,在明确研究对象的基础上,从多个角度探讨文化产业生态学与其他相关学科的区别,进而提出文化产业生态学是一门独立学科的命题。

第一节 文化产业生态学的研究对象

经济全球化带动了各国文化产业的飞跃式发展,也开启了我国文化的产业化、集约化、国际化进程。然而,处于一定环境下的中国文化产业的发展仍然面临许多内部和外部环境所带来的困境,我们把这些困境概括为文化产业发展的“生态困境”。应对文化产业发展的各种“生态困境”,需要全面、深入解析文化产业所处的“生态环境”,分析造成各种“生态困境”的原因,进而才能提出解决这些困境的对策措施,并尝试建立文化产业的“生态学”,把文化产业发展的实际以及文化产业发展与外部环境的互动效应上升到理论层面,形成系统的文化产业生态学理论。可以说,这是对文化产业的一项创新性研究,也是推动文化产业实践向纵深发展的一次开拓性探索。当然,探索和研究一门新的学科,首先需要了解该学科产生的背景,认识它的过去,才能客观地把握学科的现状,也才能科学预测学科发展的未来。其次,研究和探索一门新的学科,需要准确界定该学科的概念和研究对象,这是系统研究的前提,连研究对象都含糊不清的研究算不上是一门“学科”。最后,研究和探索一门新的学科,还需要领悟研究该学科的意义,越是具有理论和现实意义的研究,就越能激发起研究者的兴趣和学习者的求知欲望。

一、文化产业生态学的缘起——中国文化产业面临“生态困境”

在经济全球化和知识经济的浪潮中,各国综合国力的竞争已经上升到文化领域甚至文化产业领域,以文化为基础的“软实力”竞争日益成为国际竞争的制高点。文化产业是当代文化发展的主要载体,因而,当今世界文化的竞争说到底又是文化产业的竞争,文化产业的强弱已经成为一个国家文化竞争力大小的标志和反映。然而,文化产业在东西方之间、发达国家和发展中国家之间发展并不均衡,其竞争格局是非对称性的。当前,美国、英国、日本等国家的文化产业高度发达,在世界文化“软实力”竞争中占据着绝对的领先地位,在文化贸易、产业结构升级等方面也走在世界前列,进而带动了其政治、经济、文化等国际竞争力和影响力的提升,制约着广大发展中国家文化产业的发展。美国有好莱坞、迪士尼、《时代》周刊、硅谷等全球人耳

熟能详的文化产业代表性象征,在全球放映的影片中,好莱坞电影占 85%,即使在重视市场保护的欧盟,来自好莱坞的大片也占据 80%以上的市场份额。^① 2010 年,美国电影《阿凡达》创下近 28 亿美元的票房神话,可见美国文化产业的国际影响力。

我国是在改革开放后才逐渐重视并发展文化产业的,中国学术界对源自西方工业社会的“文化工业”和“大众文化”的探讨与争论开启了文化产业在我国“合法化”进程。经过二十多年的发展,文化产业在我国从自发性探索到合理化推进,从改革壮大到如今的“支柱性”产业建设,基本上实现了跨越式发展。然而,在目前的世界文化市场上,美国占 43%,欧盟占 34%,日本约占 10%,韩国占 5%,中国仅占不到 4%,这与我国作为一个文明古国的历史地位和世界第二大经济体的经济规模很不相称。^② 2010 年,中国文化产业产值为 1.11 万亿元,占 GDP 比重为 2.78%。而美国文化产业产值占其 GDP 的比重为 15%—18%,仅好莱坞电影就长期占有全球电影市场 70%的份额;英国的文化创意产业成为仅次于金融服务的第二大产业,每年创造超过 7%的国内生产总值,其年均增速达 5%以上,远高于其他产业。^③ 中国与美、英等文化产业大国的差距可见一斑。作为发展中国家的中国发展文化产业,面临着发达国家利用文化贸易、文化资源开发等优势进行文化渗透所带来的文化安全问题,也面临着国内文化产业体制机制不健全、文化产业市场主体不完善等环境方面的不足带来的困境。从生态学的角度来看,我国文化产业的参与者组成的生物群落之间及其与外部环境之间尚未实现和谐相处,从而制约了我国文化产业的发展,导致了我国文化产业化、规模化、集约化的水平不高,文化产业发展面临一系列的“生态困境”。

(一)我国文化产业发展面临制度性困境

在相当长的历史时期内,我国实行的是计划经济体制,没有独立完整的文化市场,文化事业与文化产业之间没有严格的界限;我国意识形态领域强

① 王军:《美国文化产业化探析》,详见新华网, http://news.xinhuanet.com/fortune/2011-11/08/c_111153906.htm。

② 张玉玲:《2012 年文化产业的悬念》,《光明日报》2012 年 2 月 2 日第 2 版。

③ 王涛:《英国:“创意”推动文化产业发展》,详见中国经济网, http://intl.ce.cn/right/jcbzh/201111/17/t20111117_22845608.shtml。

调阶级斗争,因而,我国文化管理体制的制度和功能设计,也是为了意识形态斗争的需要。1998年,文化部设立文化产业司,中国的文化建设才开启了文化事业和文化产业并进的新格局,中国的文化产业才由民间探索阶段过渡到政府推动阶段。此后,我国的“十五”“十一五”“十二五”规划以及党的“十六大”“十七大”等历次会议,逐步提及“文化生产力”“文化软实力”“文化大发展大繁荣”“文化支柱性产业”等概念与命题,这充分说明了我国对于发展文化产业、实现文化产业振兴、建设文化强国的决心,也说明了文化产业对于实现我国经济结构战略性调整与国民经济新的增长点培育的重要意义。近年来,在党和政府的推动下,文化产业在我国国民经济中的比重稳步提高,我国的文化产业日益步入又好又快发展的新时期。然而,在看到文化产业发展总体成绩及其对我国国民经济发展的重大意义的同时,我们不能否认,我国的文化产业管理体制依然存在着许多与经济社会发展整体要求不相适应的地方,我国的文化产业发展仍然面临诸多制度性困境。

1. 文化产业管理存在着权责不明、多头管理的现象

目前,我国的文化产业分属文化部门、新闻出版部门、广播电视部门、信息产业部门等多部门管理,文联、作协等机构也承担着一一定的文化管理职能。我国的地方政府文化管理体制则实行省(市)委宣传部领导文化厅(局)实行共同管理的模式。这种中央与地方的文化管理体制固然分工明确,权力集中,专业性强,但是也会导致多头管理、权责不明、效率不高,出现问题就扯皮推诿等各种弊端。特别是在文化产业的发展已经逐渐走向产业融合的今天,这种条块分割的管理方式已经不适应时代与产业发展的新形势了。如何对加强党的领导、坚持正确的政治导向,适应市场经济的要求,促进文化产业发展、服务文化企业,以及提供公共产品、满足公共文化需求这三个方面的职能进行适当的区分,调整行政管理架构,有效解决职能交叉,使各部门各司其职、相互配合、协调一致,是目前深化我国文化管理体制的突出问题。^①

2. 地方文化管理体制改革滞后,对文化产业的法规与政策执行不力

根据我国的实际,一方面,我国地方文化事业单位改革的具体办法是地

^① 祁述裕:《中国文化产业发展战略研究》,社会科学文献出版社2008年版,第301—302页。

方根据本地的实际情况制定的,改革成本也由地方财政负担。因而,各地文化体制改革的效果相差很大,经济比较发达、地方财力充足的地方,文化事业单位的改革也许比较顺利,但是在地方财力不足的地区,相比于经济建设与经济体制改革,地方政府对文化体制改革的重视与支持力度就没有那么明显,往往会出现对现有的文化事业单位“一刀切”,不分情况,一律市场化的盲目改革现象。另一方面,综观我国各省、市、自治区根据中央文件出台的地方性文化产业发展规划或纲要,不难发现,这些规划与政策的执行力较低,各种配套措施的落实情况也不尽如人意,实施效果与预期目标存在着较大的差距。^①究其原因,固然与财政、国土、税务、工商等各部门之间的配合及协调不力有关,但最根本的还在于一些深层次的体制、机制问题尚未得到解决,中央与地方的文化体制改革职责尚未明确。

(二)我国文化产业发展面临结构性困境

为应对全球性的经济危机,我国提出了“保增长、扩内需、调结构”的方针,从“保增长”到“调结构”的过渡,凸显了文化产业作为新兴的服务业,对于经济复苏与振兴的重要意义。然而,文化产业在一些领域也存在着泡沫化的趋势,文化产业发展本身也面临一些结构性的困境,这是与经济领域同样性质的“GDP挂帅”和“增长主义倾向”导致的,这种情况必须加以改变,文化产业领域也需要“调结构”。我们认为,制度性的困境是制约一个国家文化产业发展的根本因素,然而,结构性的困境也是文化产业发展过程中不容忽视的。我国文化产业发展的结构性困境主要表现为文化产品的结构性困境、文化企业的结构性困境以及文化产业区域的结构性困境。

1. 我国的文化产品面临结构性困境

当今社会,高新科技已经成为生产力发展的重要动力,在文化产品的生产领域,科学技术从内容到形式、从生产方式到传播方式,都极大地促进文化产品生产的发展和创新。而我国的文化产业,使用的大多都是发达国家淘汰下来的技术,很少使用高新技术,这就使得我国的文化产品科技含量低,市场竞争力差。虽然我国的文化产业经过多年的发展,已经基本完成了绝大部分文化产品的市场化过程。然而目前,我国的文化产品结构还不尽

^① 范周:《中国文化产业新思考》,光明日报出版社2010年版,第12—13页。

合理,尚不能满足人民群众日益多样化的文化消费需求。突出表现在我国文化产品的科技与文化含量不足,文化品牌缺失,从而导致了我国作为一个文化产品制造大国,却不是文化产业大国,我国生产的大量文化产品仅仅处于全球文化产品开发与制造最低端的局面。一方面,在全球性的经济危机的影响下,我国沿海地区大量的文化产品制造企业面临海外订单的萎缩或者订单优化的局面,文化产品的生产和出口都受到限制。另一方面,2008年的全球性金融危机爆发,我国政府出台了一揽子刺激经济的政策后,文化消费已经成为拉动国内消费的一大动力。在这样的背景下,人们对文化产品和服务的质量及创新要求不断提高,原有的文化产业的发展方式以及文化产品的开发制造模式已经难以为继。实现中国文化产业质与量并重、以质为主的发展方式,调整我国文化产品的结构,是“调结构”在文化产业领域的具体化。

2. 我国的文化企业面临结构性困境

我们认为,我国文化产业发展的结构性困境还表现在我国现有的文化企业的结构性困境。目前,我国文化产业各门类、各区域的文化企业之间发展结构趋同,同质化竞争的现象十分突出,各文化企业之间缺乏协调合作,各自为政,使得文化产业各环节孤立、断层发展,不能形成完整的文化产业链,不能形成滚动发展的良性循环。这种现象既存在于传统文化产业中,也出现在新兴文化产业中,还体现在文化产业园区或基地建设中。例如,根据各种不同口径的统计,20世纪80年代开始,我国大地上前前后后出现过2000—3000个主题公园,而目前中国相当于地级市的行政区域大约只有300个,在这种过剩的背后是残酷的淘汰。目前,全国主题公园的亏损面达到70%左右,20%处于勉强维持状态,真正赢利的项目只有10%,最终能够收回投资的项目只有1/3。我国文化企业发展存在的结构性困境还表现为我国传统的文化企业数量偏多,新兴高科技、创意型的文化企业数量偏少。据统计,美国的文化娱乐业年收入4000亿美元,占GDP的1/5,为美国第二大产业,而我国的文化娱乐业、广告及会展业、网络游戏业等新兴文化产业才起步,我国的新兴文化企业与国外成熟的文化企业之间还存在很大的差距。