

甘肃省专业技术人员继续教育公共科目培训专用教材

文化产业发展与 文化大省建设

甘肃省继续教育公共科目培训教材编写组

肖安鹿 段建玲 主编

甘肃文化出版社

G121.42
2013/

21

阅 览

甘肃省专业技术人员继续教育公共科目培训专用教材

文化产业发展与 文化大省建设

甘肃省继续教育公共科目培训教材编写组

肖安鹿 段建玲 主编



甘肃文化出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化产业发展与文化大省建设 / 肖安鹿, 段建玲主
编. --兰州: 甘肃文化出版社, 2012.7
ISBN 978-7-5490-0331-0

I. ①文… II. ①肖… ②段… III. ①文化产业—产
业发展—研究—甘肃省 IV. ①G127.42

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 168927 号

文化产业发展与文化大省建设

肖安鹿 段建玲 主编

责任编辑 / 管卫中

责任校对 / 何荣昌

装帧设计 / 金 刚

出版发行 / 甘肃文化出版社

地 址 / 兰州市城关区曹家巷 1 号

邮政编码 / 730030

电 话 / 0931-8454870

网 址 / www.gswenhua.cn

印 刷 / 甘肃金田印刷有限责任公司

地 址 / 兰州市城关区团结新村 56 号

开 本 / 710 毫米×1020 毫米 1/16

字 数 / 232 千

印 张 / 17.5

版 次 / 2012 年 8 月第 1 版

印 次 / 2012 年 8 月第 1 次

书 号 / ISBN 978-7-5490-0331-0

定 价 / 32.00 元

如发现印装错误, 请与 0931-8478466 联系调换

编委会

名誉主任 连 辑

副主任 张余胜

学术顾问 范 鹏

主 任 庞 波

副主任 李学春 李德福 袁爱华

编 委

马定保 田 刚 王国强 王志斌 吴志强

师建民 王泽兴 李 杰 左致璜 贾雅浩

李润强 肖安鹿 段建玲

主 编 肖安鹿 段建玲

副主编 王 旻 王惠云 李晓燕

序言

中共甘肃省委常委

中共甘肃省委宣传部部长

王

文化是一个民族的血脉和灵魂，是一个国家发展的重要支撑。党的十七届六中全会站在社会主义现代化建设全局和战略的高度，对深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣作出了全面部署，具有划时代的意义。深入贯彻党的十七届六中全会精神，加快文化大省建设，努力实现科学发展、转型跨越、富民兴陇、民族团结宏伟目标，是全省各族干部群众的一项光荣使命。我们要进一步增强政治意识、大局意识和责任意识，以等不起的紧迫感、慢不得的危机感、坐不住的责任感，切实把思想和行动统一到中央和省委的重大决策部署上来，切实打好



文化建设的主动仗。

建设文化大省是国办 29 号文件对我省的战略定位,是党中央、国务院赋予我们的重大使命,是发挥我省文化资源优势、提升经济社会发展水平的必然要求,也是全省广大干部群众迫切愿望。省委十一届十四次全委扩大会议通过的《关于贯彻党的十七届六中全会精神,进一步加快文化大省建设的意见》,明确提出到 2020 年基本建成文化大省的奋斗目标,努力做到文化产业整体实力和竞争力显著增强,公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局全面形成,“十二五”期间文化产业实现超常规发展,力争到 2020 年文化产业增加值占全省国内生产总值 5%,成为全省国民经济支柱性产业。省十二次党代会再次强调“加快文化大省建设,推动文化大发展大繁荣”,并且把“深入实施文化产业培育工程”列入文化大省建设的五大工程之中。这一要求与部署,与整个国家的文化产业发展目标是一致的,也符合我省文化建设的实际。

文化产业的概念与理论诞生在上世纪四五十年代的欧洲,进入我国是在改革开放以后。三十多年以来,我国文化产业从无到有,从小到大,从城市到农村,从沿海发达地区到中西部内陆地区,发展非常迅猛。2004年—2010年,全国文化产业增加值年平均现价增长速度超过23%,远远高于同期国内生产总值的增幅。十七届六中全会后,全国又掀起了新一轮文化产业发展的热潮,很多省、区、市提出要建设文化大省或文化强省,都把推动文化产业的跨越式发展作为重要抓手。如湖北省提出,到2015年,文化产业增加值占全省生产总值的比重要达到6%以上;湖南省提出要打造湖南文化高地,到2015年,全省文化产业增加值要达到2000亿元以上;安徽省提出要继续以高于全国平均水平的增速发展文化产业,到2015年,全省文化产业增加值要超过1200亿元;北京市提出文化产业的发展速度要翻一番;山东省提出要打造全国重要的区域性文化中心,文化产业的发展速度要翻两番等等。我省文化建设的

基础比较薄弱。“十一五”期间,我省文化产业年均增长速度为 14.7%,虽然高于同期全省生产总值的增幅,但全省文化产业总量依然比较低。2010 年,全国文化产业增加值突破 1.1 万亿元,我省只有 52.08 亿元,仅占全国的 0.5%;全国文化产业增加值占国内生产总值的比重为 2.75%,我省仅为 1.26%,明显低于全国的平均水平,也低于同处西北地区的陕西(3%)与宁夏(1.95%)。所以,我们要实现文化大省建设的目标,就更应当把推动文化产业超常规跨越式发展作为突破口,努力把文化产业培育成支柱性产业,使之成为新的经济增长点、经济结构战略性调整的重要支点、转变经济发展方式的重要着力点,为推动转型跨越发展提供重要支撑。

以文化产业的跨越式发展为突破口,加快文化大省建设,要做的工作很多,如深化文化体制改革,建设较为齐全的文化产业门类,抓准文化产业发展的重点,加快文化资源的转化力度,加大文化产业发展的投资,延伸产业链条,扩大文



化消费,加强知识产权保护,加强党的领导、政策保障与人才支撑等。除此而外,还有一项十分重要的工作,这就是宣传普及文化产业的有关知识,使广大干部群众都了解文化产业、关心文化产业,为发展文化产业出主意、想办法。这是推动我省文化产业跨越式发展不可缺少的社会基础。安徽不是全国文化体制改革试点地区,但却率先完成文化体制改革的重点任务,文化产业增加值连续5年平均增长30%以上,高于全国平均水平近7个百分点,被誉为中国文化改革发展中的“安徽现象”。他们的经验很多,其中有一条很值得我们学习借鉴,这就是充分尊重广大干部群众的主体地位,充分发挥他们的积极性和创造性,形成“人人有激情、时时在状态”的局面。文化大省建设是全省干部群众共同的事业,决不只是领导机关或少数几个部门的事情。从这个意义上讲,这本教材的编写与发行,对于帮助我省广大干部群众了解文化产业的基本知识,了解当前国内外文化产业的发展态势,了解发展文化产业的



基本要求,了解省委、省政府以文化产业跨越式发展为突破口、加快文化大省建设的决心与决策等,无疑具有积极的作用。我希望通过这本教材的编写发行以及相关培训的开展,能够有效提高广大干部群众发展文化产业的意识与能力,增强建设文化大省的责任感与紧迫感,把中央和省委的要求、干部群众的期盼,转化成为我省社会主义文化大发展大繁荣的喜人现实。

二〇一二年七月

Contents

第一章 文化产业基本知识	1
第一节 文化产业崛起的必然性	1
一、国际竞争的现实挑战	2
二、国内发展的客观要求	5
三、文化产业发展对我国的现实意义	6
第二节 文化产业的定义与特征	9
一、文化产业的定义	9
二、文化产业的基本特征	13
三、文化产业的属性	15
第三节 文化产业的范围界定与衡量尺度	17
一、文化产业的范围界定	17
二、文化产业与其他产业	18
三、文化产业发展的衡量尺度	19
第四节 文化产业的主要功能	21
一、政治功能	21
二、经济功能	22
三、文化功能	24
四、社会功能	24
第二章 世界文化产业发展态势	26
第一节 发达国家的文化产业发展概况	26
一、美国文化产业发展现状	26
二、法国文化产业发展现状	30

三、日本文化产业发展现状	35
四、韩国文化产业发展现状	38
五、意大利文化产业发展现状	41
第二节 发展中国家的文化产业发展概况	46
一、印度文化产业发展现状	46
二、非洲文化产业发展现状	49
第三节 世界文化产业发展的趋势及其启示	55
一、国际文化产业发展趋势	55
二、国际文化产业发展的启示	59
第三章 中国文化产业的发展及其面临的挑战	63
第一节 中国文化产业发展的历程	63
一、探索发展阶段(1978 年—90 年代末)	63
二、积极推动阶段(2000 年—2002 年)	66
三、快速发展阶段(2003 年—2008 年)	67
四、跨越发展阶段(2009 年—)	69
第二节 当前中国文化产业发展概况	71
一、我国文化产业发展的基本情况	72
二、我国文化产业发展的主要模式	78
三、我国文化产业发展的特征与趋势	82
四、我国文化产业发展的基本经验	87
第三节 我国文化产业发展面临的挑战与机遇	88
一、我国文化产业发展面临的挑战	88
二、我国文化产业发展面临的机遇	95
第四章 文化产业发展的—般条件分析	99
第一节 文化产业发展的国家战略	99
一、国家文化发展战略及其对文化产业发展的推动作用	99

二、我国文化产业发展战略的主要内容	103
第二节 文化产业发展的政策扶持与体制保障	108
一、促进文化产业发展的政策体系	108
二、保障文化产业发展的体制转型	113
第三节 健全文化法治	120
一、文化产业发展与保护方面存在的问题	120
二、我国关于文化产业发展与保护的现行法律规定	121
三、国外文化产业发展与保护的法律规定及其启示	122
四、完善我国文化产业发展与保护的立法对策	125
第四节 扩大文化消费与健全文化市场	125
一、文化消费的当代价值	127
二、文化消费的新趋势	128
三、扩大文化消费的主要路径	130
第五节 注重对文化资源的保护与开发	132
一、正确认识和处理文化资源与文化产业发展的关系	132
二、文化资源保护与开发的主要原则与措施	135
三、从文化资源向文化产品转化的主要途径	139
第五章 文化产业发展的竞争力培育	144
第一节 文化企业的原创能力与人才支撑	144
一、原创能力是文化企业的核心竞争力	144
二、人才是文化企业的第一资源	146
三、文化企业的人才开发	147
四、加强领军人才培养	149
第二节 文化产业与现代科技的紧密结合	150
一、现代科技对文化企业的重要作用	150
二、文化企业开发利用现代科技的方式	151



三、文化企业开发利用现代科技的途径	153
第三节 文化发展的多元化资金来源	155
一、拓宽文化产业发展的资金来源渠道	155
二、国外文化产业投融资模式	156
三、文化企业发展的融资策略	160
四、文化企业的资金支持与保障	164
第四节 文化产业集聚与文化产业链条的不断延伸	167
一、文化产业集聚发展的必要性与主要措施	167
二、品牌深度开发与文化产业链条的不断延伸	170
第六章 文化建设高潮中的甘肃文化大省建设	177
第一节 文化大省建设的提出及其对甘肃的意义	177
一、建设文化大省是党中央国务院赋予甘肃的重大使命	177
二、建设文化大省对甘肃发展的意义	178
第二节 从特色文化大省到文化大省的跨越	185
一、特色文化大省建设的提出	185
二、文化大省建设步伐的加快	187
三、在新的起点上努力建设文化大省	188
四、甘肃文化大省建设的新定位、新举措	192
第三节 文化大省建设的省际借鉴	196
一、浙江省	196
二、广东省	197
三、湖南省	198
四、云南省	199
五、陕西省	200
第四节 甘肃文化产业发展与文化大省建设	202
一、文化产业是文化大省建设程度的直观显现	202

二、甘肃文化产业发展的基本情况	203
第七章 深入实施文化产业培育工程,推动甘肃文化产业	
超常规跨越式发展	212
第一节 甘肃发展文化产业的条件分析	212
一、政策叠加,机遇很好	213
二、外地经验,可供借鉴	215
三、资源丰富,特色鲜明	217
四、工作基础较好,各地热情高涨	217
第二节 甘肃文化产业发展的成功案例	230
一、《读者》从小到大	230
二、省杂技团从“死”到“活”	233
三、新华书店集团公司从弱到强	236
四、庆阳香包从“散”到“聚”	239
第三节 当前发展甘肃文化产业的重点工作	242
一、优化区域布局	243
二、发展特色优势产业	244
三、深入实施文化产业培育工程,着力培育骨干企业	246
四、加强项目建设	247
五、健全现代文化市场体系	248
六、加强文化产业人才队伍建设	251
七、建立和完善文化产业发展的考核评价机制	253
第四节 解放思想,破解难题,实现甘肃文化产业超常规	
跨越式发展	254
一、打破地域、行业壁垒,加强统筹协调	254
二、提高创意与创新能力	255
三、要形成有利于文化产业主体发育的“生态环境”	256

600	四、处理好文化事业与文化产业协调发展的关系	258
-----	-----------------------	-----

115	五、要特别注重发展特色文化产业	258
-----	-----------------	-----

参考文献	261
------	-----

后记	264
----	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

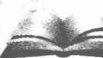
615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----

615	参考文献	261
-----	------	-----



第一章 文化产业基本知识

20 世纪 90 年代以后,“文化产业”在欧洲、美洲和澳洲蓬勃发展,亚洲各国也奋起直追。改革开放不仅带来了中国政治、经济的巨大变动,也带来了中国文化形态和文化建设的巨大变化。中国文化建设由过去单一的福利性“文化事业”,向市场性的“文化产业”和公共性的“文化事业”发展。文化产业在经济社会发展中的地位与作用日渐凸显,成为建设社会主义文化强国的重要内容之一。

第一节 文化产业崛起的必然性

文化产业的崛起是社会经济发展的必然结果。未来学家沃尔夫·伦森说:“人类在历经狩猎社会、农业社会、工业社会和信息社会之后,将进入一个以关注梦想、历险、精神及情感生活为特征的梦幻社会。人们消费的注意力将从物质需要转移到心灵需要和文化需要,从科学和技术转移到情感逸闻趣事。”现实正是如此一个以满足人类心理需要、精神需要为主体的新世纪正在来临。人们在基本的物质生活得到满足以后,必然更多地关注文化上、精神上、心理上的需要。即使是物质上的衣、食、住、行需要也开始讲究文化内涵了。比如穿衣,不再讲结实、耐穿,而是更多关注美丽、时尚和品牌;吃饭也不再是简单的果腹,而是讲究吃出健康,吃出品味,等等。目前,关于经济发展大趋势有一个很有影响的说法,这就是“经济文化一体化”。所谓经济文化一体化,主要表现在两个方面:经济的文化化和文化的经济化。经济文化化是指经济发展的文化取向越来越鲜明,如产品的包装设计与营销的文化内涵和包装,以及整个经济过程的人文精神越来越强烈等;文化的经济化就是指文化产业的崛起与发展,它不但极大地满足了人们精神、心