

中国文化产业发 展对策研究

Research on Countermeasures of Chinese Culture Industry Development

向志强等◎著

新 华 出 版 社

中国文化产业发 展对策研究

Research on Countermeasures of Chinese Culture Industry Development

向志强等◎著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国文化产业发展对策研究/向志强等著.

北京: 新华出版社, 2016. 12

ISBN 978-7-5166-2279-7

I. ①中… II. ①向… III. ①文化产业—产业发展—研究—中国 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 320830 号

中国文化产业发展对策研究

作 者: 向志强等

责任编辑: 赵怀志

封面设计: 臻美书装

责任印制: 廖成华

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

邮 编: 100040

网 址: <http://www.xinhupub.com> <http://press.xinhuanet.com>

经 销: 新华书店

购书热线: 010-63077122

中国新闻书店购书热线: 010-63072012

照 排: 彩丰文化

印 刷: 北京凯达印务有限公司

成品尺寸: 170mm×240mm

印 张: 25.25

字 数: 380 千字

版 次: 2016 年 12 月第一版

印 次: 2017 年 2 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5166-2279-7

定 价: 48.00 元

版权专有, 侵权必究。如有质量问题, 请与出版社联系调换: 010-63077101

目 录

CONTENTS

摘 要	1
第 1 章 绪论	5
1.1 研究背景与研究意义	5
1.1.1 研究背景	5
1.1.2 研究意义	7
1.2 文献综述	7
1.2.1 国外文献	7
1.2.2 国内文献	19
1.2.3 文献述评	31
1.3 研究思路与研究内容	33
1.3.1 研究思路	33
1.3.2 研究内容	34
1.4 研究方法与创新之处	35
1.4.1 研究方法	35
1.4.2 创新之处	36
第 2 章 中国文化产业市场体系的构建与完善	38
2.1 中国文化产业市场体系的构成	38

2.1.1 中国文化产业主体市场	38
2.1.2 中国文化产业客体市场	41
2.1.3 中国文化产业生产要素市场	43
2.1.4 中国文化产业时间市场	47
2.1.5 中国文化产业空间市场	49
2.2 中国文化产业市场体系的构建环境与原则	52
2.2.1 中国文化产业市场体系的构建环境	52
2.2.2 中国文化产业市场体系的构建原则	69
2.3 中国文化产业市场体系发展现状与对策	82
2.3.1 中国文化产业市场体系发展现状	82
2.3.2 中国文化产业市场体系存在的问题	86
2.3.3 中国文化产业市场体系构建与完善对策	93
第3章 中国文化产业链的成长与升级	100
3.1 中国文化产业链的表现形态与成长阶段	100
3.1.1 中国文化产业链的表现形态	100
3.1.2 中国文化产业链的成长阶段	109
3.2 中国文化产业链发展现状与成长困境	111
3.2.1 中国文化产业链发展现状	111
3.2.2 中国文化产业链成长困境	122
3.3 中国文化产业链成长与升级的条件与动力	124
3.3.1 中国文化产业链成长与升级的条件	124
3.3.2 中国文化产业链成长与升级的动力	129
3.4 中国文化产业链成长与升级的路径与保障	135
3.4.1 中国文化产业链成长与升级的路径	135
3.4.2 中国文化产业链成长与升级的保障	149
第4章 中国文化产业跨区域发展的模式与路径	157
4.1 中国文化产业跨区域发展的必要性与制约因素	157

4.1.1 中国文化产业跨区域发展的必要性	157
4.1.2 中国文化产业跨区域发展的制约因素	161
4.2 中国文化产业跨区域发展的现状与存在的问题	164
4.2.1 中国文化产业跨区域发展的现状	164
4.2.2 中国文化产业跨区域发展存在的问题	175
4.3 中国文化产业跨区域发展的条件与模式	179
4.3.1 中国文化产业跨区域发展的条件	179
4.3.2 中国文化产业跨区域发展的模式	183
4.4 中国文化产业跨区域发展的路径与保障	188
4.4.1 中国文化跨区域发展的路径	188
4.4.2 中国文化跨区域发展的保障	194
第5章 中国文化产业新业态发展的技术创新推动机制与路径	200
5.1 中国文化产业新业态发展与技术创新的内促关系	200
5.1.1 文化产业新业态成长与技术创新周期	200
5.1.2 技术创新推动文化产业新业态发展	209
5.1.3 文化产业新业态发展助推技术创新	210
5.2 中国文化产业新业态发展技术创新推动的机制与条件	212
5.2.1 中国文化产业新业态发展技术创新推动的机制	213
5.2.2 中国文化产业新业态发展技术创新推动的条件	216
5.3 中国文化产业新业态发展技术创新推动的路径	219
5.3.1 中国传统文化产业提升的技术创新推动路径	220
5.3.2 中国文化产业子产业融合的技术创新推动路径	223
5.3.3 中国全新文化产业创造的技术创新推动路径	227
5.4 中国文化产业新业态发展技术创新推动现状与对策	229
5.4.1 中国文化产业新业态发展技术创新推动的现状	229
5.4.2 中国文化产业新业态发展技术创新推动存在的问题	243
5.4.3 中国文化产业新业态发展技术创新推动的完善对策	245

第 6 章 中国文化产业生产引导的模式与运行	248
6.1 中国文化产业生产引导的作用与价值	248
6.1.1 生产引导提升中国文化产业的竞争力	248
6.1.2 生产引导提升中国文化产业的传播力	250
6.1.3 生产引导提升中国文化产业的影响力	251
6.2 中国文化产业生产引导的主体与模式	252
6.2.1 中国文化产业生产引导的主体	252
6.2.2 中国文化产业生产引导的模式	256
6.3 中国文化产业生产引导的原则与运行	266
6.3.1 中国文化产业生产引导的原则	267
6.3.2 中国文化产业生产引导的运行	269
6.4 中国文化产业生产引导的现状与对策	272
6.4.1 中国文化产业生产引导的现状	272
6.4.2 中国文化产业生产引导存在的问题	273
6.4.3 中国文化产业生产引导的改进对策	278
第 7 章 中国文化产业风险规避的模式与运行	282
7.1 中国文化产业风险规避的特征与类型	282
7.1.1 中国文化产业风险规避的概念与特征	282
7.1.2 中国文化产业风险规避模式的类型	291
7.2 中国文化产业的风险分担模式与运行	293
7.2.1 中国文化产业风险分担模式的构成要素	293
7.2.2 中国文化产业风险分担模式的运行过程	297
7.2.3 中国文化产业风险分担模式的运行特征	301
7.2.4 中国文化产业风险分担模式的运行效果	302
7.3 中国文化产业的风险控制模式与运行	304
7.3.1 中国文化产业风险控制模式的构成要素	304
7.3.2 中国文化产业风险控制模式的运行过程	305
7.3.3 中国文化产业风险控制模式的运行特征	311

7.3.4 中国文化产业风险控制模式的运行效果	313
7.4 中国文化产业的风险转嫁模式与运行	315
7.4.1 中国文化产业风险转嫁模式的构成要素	316
7.4.2 中国文化产业风险转嫁模式的运行过程	317
7.4.3 中国文化产业风险转嫁模式的运行特征	324
7.4.4 中国文化产业风险转嫁模式的运行效果	326
第8章 中国文化产业发展保障体系的建构与完善	329
8.1 中国文化产业发展保障体系的特征与构成要素	329
8.1.1 中国文化产业发展保障体系的内涵与特征	329
8.1.2 中国文化产业发展保障体系的构成要素	334
8.2 中国文化产业发展保障体系建构与完善的依据和原则	338
8.2.1 中国文化产业发展保障体系建构与完善的依据	338
8.2.2 中国文化产业发展保障体系建构与完善的原则	344
8.3 中国文化产业发展保障体系的系统设计	347
8.3.1 中国文化产业发展保障体系的框架设计	347
8.3.2 中国文化产业发展保障体系的 subsystem 设计	349
8.4 中国文化产业发展保障体系建构与完善的措施	366
8.4.1 中国文化产业发展保障体系建构与完善的微观措施	366
8.4.2 中国文化产业发展保障体系建构与完善的宏观措施	375
参考文献	382
后 记	393

摘 要

经过近二十年的快速发展, 中国文化产业已取得了巨大成就。但与国外特别是与欧美等发达国家相比仍存在很大差距。由于中国文化产业诞生于计划体制, 长期以来既被行政体制分割又受到各种政策保护, 因而表现出经营单位众多、产业集约化程度较低、规模小、产业链不完善、资源极度分散以及经济效益不高等突出特点, 这些问题已制约中国文化产业进一步发展, 因此如何整合文化产业资源, 发展和壮大中国文化产业, 已成为亟待解决的重大课题。本书立足中国文化产业发展的现状, 依据经济学、管理学、新闻学、传播学、文化学的理论和方法, 基于中国当前转变经济发展方式这一宏大背景, 系统分析和阐释中国文化产业存在的问题和成因, 并提出促进中国文化产业发展的对策。具体来说, 本书在以下七个方面展开研究并取得了相应的研究成果:

1. 中国文化产业市场体系的构建与完善。依据市场结构理论, 结合文化产业的概念与内涵, 系统考察了文化产业市场体系的主体市场、客体市场、要素市场、时间维度市场以及空间维度市场, 探讨了文化产业市场体系的构建环境、原则和策略, 分析了中国文化产业市场体系的现状、问题及原因, 提出了完善中国文化产业市场体系的具体对策和建议。本文研究认为目前中国文化产业市场主体竞争力不强, 客体市场集约化程度低, 要素市场培育和发展相对滞后, 时间市场仍处于低水平阶段, 空间市场发展不平衡, 文化贸易逆差巨大, 因此完善和发展中国文化产业市场体系, 应深化文化企事业单位的产权制度改革, 用现代理念、现代科技和现代经营方式改造客体市场, 深化劳动制度改革, 推进文化资源配置的国际化程度, 强化增量资本的

调整和优化存量资本结构，提升现货市场建设水平，建设国内统一市场，扩大国内市场 and 国外市场的对接。

2. 中国文化产业链的成长与升级。依据产业链相关理论，分析了中国文化产业链的发展现状和成长升级困境，探讨了中国文化产业链成长升级的外部条件与内部动力，阐述了中国文化产业链成长升级的根本动力，构建了中国文化产业链成长升级的具体路径。通过研究，本书认为政策支持、市场需求、技术进步为中国文化产业链成长升级提供了良好的生态环境，而资源内生力、文化凝聚力、知识生命力为中国文化产业链成长升级提供了强大支撑。内容创意作为文化产品生产的首要环节，是文化产业链成长升级的关键。推动文化产业链优化升级，应从内容创意开发入手，营造内容创意氛围，培养内容创意人才，加大内容创意资金投入，构建内容创意保障体系，完善内容创意制度环境，健全内容创意产权保护。实现文化产业供应链合理化、文化产业知识链高级化以及文化产业价值链延伸化，是推动中国文化产业链成长升级的三条主要路径。在“三链”协同下，中国文化产业链将实现由高耗低效的低技术水平、低附加值运作模式向低耗高效的高技术水平、高附加值运作模式转型升级，并最终推动中国文化产业健康快速发展。

3. 中国文化产业跨区域发展的模式与路径。依据区域经济学与产业经济学的相关理论，分析了中国文化产业区域发展现状和存在的问题，阐述了中国文化产业跨区域发展的必要性及制约因素，探讨了中国文化产业跨区域发展的基本条件，探究了中国文化产业进一步跨区域扩张的路径和保障措施。通过研究，本书认为中国文化产业跨区域发展亟需提升市场化水平、扩大产业规模以及开放区域市场，另外也还需要通过科技创新全面提升硬件和软件的水平。目前中国文化产业跨区域发展的三种模式中，异地发展是最直接的模式，合作发展是使用最广泛模式，兼并重组是最能实现规模效应模式。中国文化产业实现跨区域的市场分工和资源配置，主要通过文化企业的纵向分工、横向互补和资源共享等三种形式进行。在中国文化产业跨区域发展的进程中，需要政府和企业从政策、人才、资金、科技等多方面共同努力，双方协作。

4. 中国文化产业新业态发展的技术创新推动机制与路径。依据技术创

新的相关理论,探讨了文化产业技术创新的时间周期,分析了文化产业新业态的成长过程,阐释了中国文化产业新业态发展中的技术创新的现状与问题,并提出了促进中国文化产业新业态发展技术创新的措施和对策。通过研究,本书认为技术创新与文化产业新业态发展之间存在互促关系,技术创新与文化产业新业态发展紧密关联,其中技术创新推动文化产业新业态发展主要包括技术创新提升传统文化产业、推动不同文化子产业及相关产业间融合、创造全新文化产业等三个方面,而在产业生命周期的不同阶段,这三个方面要遵循相应的机制,在经济、政治、文化环境等各项条件满足的情况下,依照切实可行的路径,才能实现文化产业新业态大发展大繁荣。在以上理论分析的基础上,结合中国文化产业新业态的现状及目前呈现出的高新技术含量不高,产业规模效应不够,相关产业立法尚不健全,人才供需缺口大、原创力疲软等问题,提出切实可行的对策。

5. 中国文化产业生产引导的模式与运行。依据内容生产以及制度经济学的相关理论,探讨了文化产品生产引导主体与引导原则,论述了文化产品生产引导模式,阐释了文化产品生产模式组成要素与作用机制,分析了中国文化产品生产引导的现状与问题,提出中国文化产品生产引导的改进对策。通过研究,本书认为文化产品生产的引导模式可划分为诱致性模式和强制性模式,中国文化产品生产引导模式存在市场开发和资源利用不合理、知识产权保护不够、人才缺乏、内容创新力不足、生产管理体制陈旧等问题;实现文化产品生产引导模式的有效运行,应提高市场资源配置的作用力、增强知识产权的保护力、加强人才资源的整合力、强化产品内容的创新力、完善管理监督的执行力等对策,优化文化产品生产引导模式。

6. 中国文化产业风险规避的模式与运行。依据风险规避的相关理论,系统构建了中国文化产业风险规避的三种模式,分析了三种风险规避模式的运行机制。其中,风险分担模式是以无形资产作为可流通的风险中介、以外源融资为主要手段,通过增加承受风险的经济主体数量,分享不确定收益来转换自身的不确定性风险,进而加速文化产品的孵化,减少文化企业的损失,但会在一定程度上限制文化生产的独立性;风险控制模式是通过对产业链的各个环节实施控制,筛选内容、建立协作体系、开发衍生品,以提高文

化产品质量、降低风险概率、限制风险范围,但也将相应增加文化生产的成本;风险转嫁模式是以保险类风险转嫁策略为主要手段,预先承担确定额度的成本,将不确定性的风险转嫁给第三方,从而减少或弥补自身的损失,疏通文化企业的融资渠道,实现其产品的保价增值,但其转嫁行为具有独立性,转嫁范围具有局限性。本书认为,文化企业合理规避文化产业的高风险,应充分了解三种模式的特点,并结合企业情况予以运用,充分发挥主观能动性,最大限度地释放发展潜力,拓展发展空间,从而提高生产效率。

7. 中国文化产业保障体系的建构与完善。明确了以政府为主导、企业为核心、第三方参与支持的中国文化产业发展保障模式,厘清了由保障主体、保障客体和保障内容组成的中国文化产业保障体系构成要素;依据公共产品理论、产业生命周期理论和产业竞争力理论,探讨了中国文化产业发展保障体系的依据,分析了构建中国文化产业保障体系的基本原则,即先进性原则、创新性原则、分权管理原则、双重效益原则、可持续发展原则、分类指导与统筹兼顾相结合原则;并且在上述理论研究基础上,建构了由资源保障系统、技术保障系统、资本保障系统、环境保障系统等四个子系统所构成的中国文化产业保障体系的总体框架,并就每一个系统的内容构成进行系统解剖;最后从宏观和微观两个层面探讨了中国文化产业发展保障体系构建的措施,认为构建中国文化产业保障体系,必须重塑市场主体,完善市场机制;转变政府职能,提升服务意识;改革行业协会,夯实社会基础;只有这样才能真正实现保障主体的功能,最大限度发挥保障体系的效用。

第1章 绪论

1.1 研究背景与研究意义

1.1.1 研究背景

国内外文化产业发展的经验证明，文化产业具有许多其他经济产业所不具备的重要特征。一是资源消耗低、环境污染小。文化产业以创意为动力、以内容为核心，其发展主要依靠精神成果和智力投入。同时，文化产品无论在生产还是消费过程中，都不会对生态环境造成明显的负面影响，反而会提升人们的文化素质，是典型的绿色经济、低碳产业。二是需求潜力大、市场前景广。随着经济的发展、收入的增加和生活水平的提高，人们对文化的需求将呈现出快速增长的态势。国际经验表明，当人均 GDP 达到 3000 美元以上时，文化消费将会出现跳跃式的“井喷”，并且保持长期的增长势头。2008 年，中国人均 GDP 已经突破了 3000 美元，进入中等收入国家行列，这就意味着城乡居民消费结构将不断升级，文化消费的比重将大幅增加，这就为文化产业发展提供了广阔的市场空间。三是进入门槛低、吸纳劳动力强。文化产业门类众多、产业链长，既可以发展拥有高新技术装备的现代化大型企业集团，也可以接纳个体式的工作室或家庭式的生产作坊；既可以吸纳掌握高新科技的高端人才，也能满足具有一技之长的普通劳动者的就业要求。这就是说，文化产业在发展过程中具有很强的适应能力和应变能力。四是经济回报高、受益时间长。文化产业是艺术加技术的产业，其投入主要是智力和科技。文化产品一旦受到人们的认可，就会产生较高的经济回报。另外，文化产业具有一次投入、一次研发而成果却可以多次转化的特点。一个

故事、一个人物形象，可以转化为出版物、影视作品、动漫游戏、舞台演出等系列衍生产品，使成本不断分摊，在经济收益上产生叠加效应。五是能对内增强凝聚力、对外扩大影响力。优秀的文化产品能够激发出巨大的文化认同感和民族自信心，从而增强民族的凝聚力；同时又能不断扩大和增强本国文化的传播力和影响力，逐渐树立起良好的国家形象，促进国家综合实力的提升。六是具有逆势而上的特点、反向调节的功能。文化产业是能够带给人希望和光明的产业，文化产品具有愉悦身心、提振信心、缓解压力的功能。在经济下滑时期，文化产业所具有的反向调节的功能表现得更加明显，文化消费往往不减反增，文化产业也会呈现出逆势而上的发展态势。上述这些特点决定了加快发展文化产业是转变经济发展方式能否成功的最为关键的因素之一。

随着文化产业政策逐渐推行，中国文化产业进入迅速发展阶段。2013 年中国文化产业增加值达到 2.1 万亿元，约占国民生产总值比重的 3.77%，比 2012 年增加 0.3 个百分点，所占 GDP 比重进一步增加，但是中国文化产业诞生于计划体制之下，长期以来既被行政体制分割又受到各种政策保护。在这种情况下形成的总体格局，表现出经营单位众多、产业集约化程度不高、规模小、产业链不完善以及资源极度分散和经济效益较低的突出特点，在文化产业迅速发展的今天，这些特点全部转化成了中国文化产业进一步发展的瓶颈，特别是在中国经济发展方式转型的今天，这些特点更成为中国文化产业发展的困境。目前中国文化产业正处在快速发展阶段，并且“入世”后新的游戏规则，使中国文化产业传统的管理体制和经营理念等发生变化，与文化产品相关的一系列壁垒被逐步打破，实现对外开放，中国文化产业将面临着更为激烈的市场竞争。而目前无论规模、资金、人才、管理，还是产品的数量与质量，中国文化产业都无法与国外传媒大鳄抗衡。因此，如何整合各种文化产业资源，发展和壮大中国文化产业，已成为急待解决的重大课题。本书力图立足中国文化产业发 展现状，依据文化学、新闻学、传播学、经济学以及管理学的理论和方法，针对中国文化产业在转变经济发展方式这一背景下发展壮大中存在的一系列问题提出相应的对策，为有关决策部门提供参 考。

1.1.2 研究意义

(1) 理论意义

总的来看, 尽管目前各国高度重视文化产业研究, 并提出了文化产业发展对策, 但研究者大多局限于本国或本地区的个性研究, 对文化产业共性研究较少, 特别是对文化产业发展普遍性规律研究较少, 而且由于研究者未能将本国或本地区的文化产业放置全球背景下加以考察, 因此很难得出文化产业发展一般性规律, 所得到的理论解释性不够、前瞻性不强。目前国内和国外文化产业的研究文献虽然非常纷繁, 但大多数的研究仅仅只是对文化产业发展做一般性的描述, 特别是中国文化产业研究更多仅仅局限于文化产业发展现状、问题以及对策的研究, 而且所提出的对策几乎千篇一律, 深入系统的研究并不多见。而从研究方法来看, 目前有关文化产业的研究更多的是规范性研究, 实证研究以及定量研究相对较少。因此, 本书以中国经济转型为背景, 通过数理统计等定量研究方法, 全面系统地探讨中国文化产业发展的对策和建议, 寻求中国文化产业在经济增长方式转型下的内在发展规律, 具有重要的理论意义。

(2) 实践意义

本书系统分析了中国文化产业在经济转型背景下发展的生态环境, 探讨中国文化产业又好又快发展最为关键、最为核心、最为紧迫的七方面问题, 提出包括重构文化产业体系、促进文化产业链成长、发展文化新业态、提升文化生产引导、完善文化产业风险管理体系、促使文化产业跨行业跨区域发展、建立文化产业发展保障体系在内的一整套促进中国文化产业持续快速发展的措施和对策, 为决策部门提供具有一定咨询和推广价值的决策依据。

1.2 文献综述

1.2.1 国外文献

1947年, 西方马克思主义的法兰克福学派阿多诺(Theodor Adorno)和霍克海默(Max Horkheimer)在他们联合撰写的论文《文化工业: 欺骗的公众的启蒙精神》中首次使用了“文化产业”一词。自此, 文化产业开始作

为一门新兴产业被世界各国广泛研究,许多国家和地区相继成立了文化产业研究机构,特别是20世纪90年代以来,文化产业在经济发展中的作用日益突出,许多国家把文化产业的研究提上了议事日程,研究的广度和深度也取得了突飞猛进的发展。目前有关文化产业的研究主要集中在以下几个方面:

1. 文化产业内涵、分类与体系

由于各国所处的历史环境、知识语境以及国情的差异,对文化产业内涵和外延的界定差别较大,并且对文化产业的称呼也有所不同。美国将文化产业称作“版权产业”,即以版权为基础的产业部门。按照国际知识产权联盟的分类,版权产业主要包括核心产业和外围产业,其中核心产业是指报纸、期刊、图书出版及相关产业,广播电视传播业,音乐、歌舞剧表演业,动画片及录音、录像制品生产业,广告业,以及电脑软件产业和数据处理产业等;而外围产业分为三大类:不完全版权产业、版权资料的分配产业、产品的生产和分配与版权产品基本相关的产业(尚永,2002)^①。英国将文化产业称作“创意产业”,即“源于个体创造力、技能和才华的活动,而通过知识产权的生成和取用,这些活动可以发挥创造财富和就业的潜力”。包括广告、建筑、艺术和古董市场、手工艺、设计、时尚设计、电影、互动休闲软件、音乐、电视和广播、表演艺术、出版和软件等13个部门(斯图亚特·坎宁安,2003)^②。韩国将文化产业定义为“文化内容产业”。文化产业是与“作为与文化产品的开发、制作、生产、销售、消费等有关的服务产业,是与音乐、动画、游戏、电影、卡通、漫画、广播有关的产业”(崔永昊,2001)。

除了政府外,各国专家学者也从不同角度对文化产业的内涵与外延提出了自己的看法。西伯利亚学院的提摩·坎泰尔(Timo Cantell)博士(1986)从产业角度为文化产业下定义:“文化产业指那些使用同类生产和组织模式如工业化的大企业的社会机构,这些机构生产和传播文化产品和文化服务。”英国伦敦经济和政治学院学者安迪·C·普拉特(Andy C. Pratt)

^① 尚永. 美国的版权产业和版权贸易 [J]. 知识产权, 2002 (6).

^② [澳] 斯图亚特·坎宁安. 从文化产业到创意产业: 理论、产业和政策的涵义 [EB/01]. <http://creativeindustries.qut.edu.au/research/cirac/documents/>.

(1991)从文化产业链角度对文化产业进行了考察,认为是文化产业与以文化形式出现的材料生产中所涉及的各种活动有联系,在全球化时代构成一个巨大的产业链,包括内容的创意、生产输入、再生产和交易四个链环,相互交融构成庞大的文化生产体系。加拿大的弗朗索瓦·科尔伯特(2001)则分别从广义与狭义角度分析了文化产业:“文化企业的概念有狭义和广义之分。狭义观点认为,文化企业是生产、制造文化产品并对其进行销售的专业性机构,譬如以戏剧、音乐及舞蹈为特征的表演艺术团体,展示视觉艺术的画廊和博物馆,还有公共图书馆和文化遗产所在地。文化企业广义的概念还可涵盖文化产业(电影业、音像业、出版业及工艺美术业)和传媒业(广播、电视及报纸期刊)。”日本学者日下公人(1982)从经济学理论出发,把文化产业定义为:“文化产业的目的是创造一种文化符号,然后销售这种文化和文化符号。”从整体来看,目前世界上大部分国家都以“文化产业”来命名。不论是版权产业、创意产业还是内容产业,其研究的内容实际上与文化产业属于同一范畴,只是所涉及的行业因各国国情的不同而有所不同。从文化产业的具体形态来看,其核心内涵无疑是知识密集和技术密集的新兴服务业。

在探讨文化产业内涵以及外延的基础上,学者对文化产业的分类以及体系给予了高度关注,特别是随着文化产业在国家和城市经济发展作用中的愈发凸显,寻求合适的文化产业体系,以对文化产业的就业、经济量做出准确的测度,更是成为政府和学术界共同关注的议题。首先,从历史发展的角度看,文化产业体系的建构经历了从初步探索到体系构建的发展阶段。20世纪70年代到20世纪80年代是探索阶段。这一阶段的研究工作,主要是由联合国教科文组织(UNESCO)来完成的。1972年,在赫尔辛基由联合国教科文组织举办的欧洲文化部长会议上,提出了建立文化统计框架的建议。1974年,在日内瓦举办的文化统计联合工作组的第一次会议上,首次提出了文化统计框架的范围。对于框架的设计,会议给出了三点意见:(1)文化统计必须完整地包括文化现象的社会和经济两方面,比如文化产品和服务的生产、发行、消耗和需求;(2)文化统计的制定必须严谨,同时必须基于以下原则:保证它与相关统计体系的关联性(社会人口统计体系、国民核算平