

Wenhua ChanYe
Guihuaxue

丛 书 主 编

王育济
韩英

高等院校文化产业基础教材



民出版社出版的这套“高等院校文化产业基础教材”是山东大学文化产业管理学系成立伊始即已启动多年方才完成的一套大学本科基础教材。首批品种分别是：《文化产业概论》、《文化产业管理》、《文化资源学》、《文化产业文献导读》、《文化知识产权》、《文化产业管理案例》、《文化产业规划》。这六种教材都是山东大学文化产业管理专业核心课程的教学用书。同时，这六种教材也是山东大学文化产业管理专业教师完成基础课程教学的主要教材。此外，山东大学文化产业管理专业的一些特色课程也采用了这套教材。我们希望通过这套教材，以追溯“文化产业”意义。现代“工业文明”形成的一种产业形态，提供了强大的生产工具，如留声机、照像机、印刷机、播放器、摄影机等。把一件文化产品按产业的需求量复制，火车、轮船又是以把海量文化产品的营销链条无限延展。正工业文明体系的建立，才产生了真正产业意义上的文化产业。②认为“农业文明”关联的是“文化”，“工业文明”关联的是“现代文化产业”，而“当代文化产业”则与“数字经济”对文化产业的巨大影响，就是使文化产品彻底突破时间与空间的限制，从而创造出巨大的利润，“文化产业”也成为“朝阳产业”、“黄金产业”，或“最后一英里”。但是，这也同时提醒我们，不能笼统地认定“朝阳产业”，只有数字技术所定义的“当代文化产业”才是“朝阳产业”。从这一意义上讲，“三屏产品”（电视屏、网络屏、手机屏）为数字文化产业，应该成为当代文化产业发展的主战场。

第二，关于文化产业的公众认知和理论导向，我有四点：1. 认为“文化、创意、财富”是文化产业的本质表达元素，也是“文化产业”最通顺的诠释。②认为“文化”经过“创意”而产生“财富”，这之间并不存在“阿里巴巴”式的神话。存是《资本论》中所描述的从商品到货币的“惊险一跃”。而且，与工业、农业相比，文化产业的市场弹性而非“刚性”的，这就意味着这一产业的高风险性。因而在宣传文化产业是“黄金产业”、“最有利蛋糕”的同时，更应突出“文化产业的高风险性”这一往往被忽视的观点。③认为文化产业的发展始终是一把双刃剑，既有普及、提升文化的功能，始终包含着强烈的“反文化性”。④高度认同文化资源的丰富是中国文化产业的最大特点和最优势所在。2002年的中国共产党第十六次全国代表大会首次在大会报告中提出发展文化产业的战略部署。1月，时任中共中央政治局委员、中国社科院院长铁映撰文指出：“中华民族有着五千年悠久的灿烂的文化，其文化累积之丰厚，文化形态之多，哲学之深刻，是世界上其他国家少有的。这是估价也不过分的宝贵的文化资源，是我们得天独厚的优势。对于中国新兴的文化产业来说，启动并整合这些文化资源，就有可能形成具有中国特色的文化产业，并在全球市场的激烈竞争中占有可观的优势。”这体现了对中国文化产业优势与特征的科学认识，至今仍然具有重要的导向意义。当下中国文化产业最现实、最紧迫的策略就是如何将“历史文化资源大国”变为“文化强国”。这其中，“历史文化资源与数字技术的结合”是最值得关注的方向。第三，关于近30年中中国学界的“学理建构”和当下的学科建设，手书认为“文化产业”这一概念在近30年中并不是“生成”的，可以直接追溯到改革开放之初的认定。由于当时知识分子已从“臭老九”、“臭老十”的一部分，于是各个“知识份子”、如文学、艺术、音乐、舞蹈、戏剧、电影、电视、出版、印刷、设计、广告、会展、旅游、体育、动漫、游戏、网络、数字、信息等，也就与“农业”、“工业”一样，成为

文化产业规划学

管胜锋 编著

海峡出版发行集团 | 福建人民出版社
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP | FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE



丛书主编

王育济
韩英

C114
76

文化产业规划学

智胜锋 编著



海峡出版发行集团 | 福建人民出版社
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP | FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

文化产业规划学/管胜锋编著. —福州: 福建人民出版社, 2016. 7

高等院校文化产业基础教材

ISBN 978-7-211-07413-6

I. ①文… II. ①管… III. ①文化产业—规划—高等学校—教材 IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 155761 号

文化产业规划学

WENHUA CHANYE GUIHUAXUE

作 者: 管胜锋

责任编辑: 江叔维

出版发行: 海峡出版发行集团
福建人民出版社

网 址: <http://www.fjpph.com>

地 址: 福州市东水路 76 号

经 销: 福建新华发行(集团)有限责任公司

印 刷: 福州万达印刷有限公司

地 址: 福州市仓山区金山大道 618 号橘园洲工业园 19 号楼

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张: 16

字 数: 261 千字

印 数: 1—3000

版 次: 2016 年 7 月第 1 版

电 话: 0591-87533169(发行部)

电子邮箱: fjpph7211@126.com

邮政编码: 350001

2016 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-211-07413-6

定 价: 32.00 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换
版权所有, 翻印必究

序

2004年1月，教育部新设“文化产业管理”本科专业，山东大学历史文化学院成为全国首批承担这一专业的四所院系之一，并于当年实现了本科招生。次年春，山东大学文化产业管理学系成立。

任何一门学科的基础与范式，都只能建立在对研究史的总结之上，这是学科建设的第一块基石。山东大学已故史学名师郑鹤声先生有言：历史系每成立一个教研组，其首要工作必是整理学界相关著述之索引。基于这种办学传统，山东大学文化产业管理学系成立伊始，即会同历史系、档案系、考古系等，着手基础资料库的编辑。于新近启动《中国文化产业学术年鉴1979—2008年卷》的编纂工作。《中国文化产业学术年鉴》按学术编年史的框架，通过“年度学术论著选编”“评价集成与结论”“研究总目索引”等形式，对改革开放30年来中国文化产业研究的学术历程进行了系统的梳理。《中国文化产业学术年鉴》的编纂工作历时7年，出版后获得学术界、文化界的广泛好评，被认为是“涵盖了近30年相关领域中最完整的学术信息和最丰富的理论内容，既包括文化产业的概念、定义、逻辑内涵、行业边际、学科特点等学理方面的研究，又包括中国文化产业的历史、现状、行业模式、区域布局、新兴业态、业内典范等方面的宏观理论、政策和案例研究……近700万字的各类索引，更是为文化产业的学术理论研究和文化产业的发展提供了海量资讯”（《光明日报》2010年3月31日）；产业界、政府管理层，甚至央视《新闻联播》等，也对这套历时7年而成的学术年鉴给予了特别关注。

与《中国文化产业学术年鉴》相类似，现由福建人民出版社出版的这套“高等院校文化产业基础教材”，也是山东大学文化产业管理学系成立伊始即已启动，历时多年才完成的一套大学本科基础教材。该教材所对应的都是山东大学文化产业管理专业的核心课程，从最初的备课教案、自编讲义开始，经历过2004年至2012年间的若干轮授课实践和若干轮修改。

同时，这也是目前国内唯一一套由同一所院系的一线授课教师完成的本科基础教材。因而，除了相对严谨、扎实之外，这套教材也非常适合大学本科教学。

作为一套完全由山东大学一线授课教师所完成的教材，自然还会表现出某些“山大特色”，即山东大学师生有关文化产业的某些共识性的理念。

第一，关于“文化产业”自身的发展历程，我们的共识有两点：

1. 认为“文化产品”的历史可以追溯久远，但“产业”意义上的“文化产业”则是现代“工业革命”后形成的一种产业体系。工业革命提供了强大的能源动力，如留声机、照相机、印刷机、播放器、摄影机等可以把一件文化产品按产业的需求海量复制，火车、轮船、飞机又足以把海量文化产品的营销链条无限延展。正是伴随着工业文明体系的建立，才产生了真正产业意义上的现代文化产业。

2. 认为“农业文明”关联的只是“文化产品”，“工业文明”关联的是“现代文化产业”，而数字技术关联的则是“当代文化产业”。数字技术对文化产业的~~最大影响~~，就是使文化产品彻底突破了时间与空间的限制，从而创造出巨大的利润，“文化产业”也因此而成为“朝阳产业”“黄金产业”，或“最后一块暴利蛋糕”。但是，这也同时提醒我们，不能笼统地把“文化产业”认定为“朝阳产业”。只有数字技术所催生的“当代文化产业”才是“朝阳产业”。从这一意义上说，以“三屏产品”（电视屏、网络屏、手机屏）为代表的数字文化产业，应该成为当代文化产业发展的主要方向。

第二，关于文化产业的公众认知和理论导向，我们的共识有四点：

1. 认为“文化、创意、财富”是文化产业三个最为本质的表达元素，也是“文化产业”最通俗、最平实的诠释。

2. 认为“文化”经过“创意”而产生“财富”，这之间并不存在“阿里巴巴”式的神话，存在的永远是《资本论》中所描述的从商品到货币的“惊险一跃”。而且，与工业、农业相比，文化产业的市场需求是“弹性”而非“刚性”的，这也就意味着这一产业更大的风险性。因而在宣传文化产业是“黄金产业”“最后一块暴利蛋糕”的同时，更应突出“文化产业的高风险性”这一往往被忽视的观点。

3. 认为文化产业的发展对“文化”始终是一把双刃剑，既有普及、提升文化的功能，又始终包含着强烈的“反文化性”。

4. 高度认同“历史文化资源的丰富是中国文化产业的最大特点和最大

的优势所在”。2002年的中国共产党第十六次全国代表大会，首次在大会报告中提出发展文化产业的战略部署。2003年1月，时任中共中央政治局委员、中国社科院院长的李铁映撰文指出：“中华民族有着五千年悠久的历史 and 灿烂的文化，其文化累积之丰厚、文化形态之多样和文化哲学之深刻，是世界上其他国家少有的。这是一笔怎么估价也不过分的宝贵的文化资源，是我们得天独厚的优势。对于中国新兴的文化产业来说，启动并整合、包装这些文化资源，就有可能形成具有中国特色的文化产业，并在全球市场的激烈竞争中占有可观的优势。”这些关于中国文化产业优势与特征的科学认识，至今仍然有着强烈的导向意义，当下中国文化产业最现实、最积极的发展策略就是如何将“历史文化资源大国”变为“文化产业强国”。这其中，历史文化资源与数字技术的结合，可能是最值得关注的方向。

第三，关于近30年中国文化产业理论研究的“学理架构”和当下的学科建设，我们的共识有三点：

1. 认为“文化产业”这一概念在近30年的中国出现，并不是对法兰克福学派“文化工业”概念的简单转译，它的生成，可以直接追溯到改革开放之初对知识分子地位的认定：由于当时知识分子已从“臭老九”跃升为工人阶级的一部分，于是各个“知识部门”，如教育、文化部门等，也就与“农业”“工业”一样，成为“一种生产部门，一种产业部门”。正是在这种理论思维的推动下，“第三产业”的概念在1980年前后即为中国学术界所关注。“第三产业”作为一个包含着“知识生产”在内的术语，又直接导致了“文化产业”这一概念的生成。因而早在1981年就出现了“文化的产业化”的说法，出现了“第四产业”与“精神经济学”之间的讨论，至1987年就出现了“文化产业”的概念。尽管当时尚无学者对这一概念进行定义，但是这一概念所具有的“望文生义”的优势十分明显，与中国传统思维的路数亦十分吻合——无需定义和解说，即可粗知内涵。正因如此，“文化产业”这一概念才能超越“第四产业”“精神经济学”，以及后来的“文化工业”“创意产业”“内容产业”“版权产业”等外来概念，被中国学术界和社会普遍接受。“文化产业”这一概念在中国首度出现的时间是1987年，远早于20世纪90年代末才为学界所引介的“文化工业”，因而“文化产业概念的内生性”，是近30年来中国文化产业理论最重要的“学理性起点”。

2. 认为作为国家战略层面上的文化产业发展起始于近十年，但关于文



化产业的学术研究则贯彻于近 30 年。其中重要的节点是：1979 年以来经济学界关于“精神产品”和“知识价值”的讨论；20 世纪 80 年代学术界关于“第三产业”“第四产业”“精神经济学”“文化市场”“文化个体户与经纪人”“文化搭台与经济唱戏”“大众消费文化与精英文化”的讨论；20 世纪 80 年代中期“文化产业”概念的首度出现，以及 20 世纪 90 年代有关“文化产业”“创意产业”“版权产业”“文化经济学”“文化管理学”的诸多讨论；2000 年以来关于“文化事业与文化产业”的讨论，以及党的十六大以后国家战略层面上的文化产业研究；等等。对这些节点进行整合性梳理，可以为当下中国文化产业学科奠定坚实的基石，也是创立有中国气派、中国风格的文化产业理论体系的必由之路。

3. 认为文化产业管理专业作为教育部新设的一个十分年轻的应用型专业，就其人才培养目标而言，可以简单表述为：既要有纵贯古今的文化视野，也要有策划经营的文化理念，以及现代产业意识和经营思路的复合型人才。但就课程的设置和教学的重心而言，文化产业管理专业显然应该与具体的工艺艺术设计、图书编辑出版、游戏创意、景区规划，以及演艺产业、广告产业、体育产业、旅游产业等有所区别。所以，在文化产业的教学、科研和学科建设中，应该突出“通识意识”“学问意识”和“经典意识”，要从学术史的梳理中奠定这一应用学科的学理基础；要引导学生关注工业革命以来有关“文化工业”“文化产业”的经典文献，关注近 30 年来中国学术界在文化与文化产业问题上的深度思考，从而保持大学教育应有的内在思想的活力、反省能力、质疑能力和价值动力。换言之，“文化产业”这一学科所面对的问题可能非常现实、非常政治和非常经济，但大学教育和学科建设仍应该与“现实”“政治”“经济”拉开距离，要努力建立并坚持大学自身的学术话语，并依据大学应有的治学逻辑设计学科建设的路径。

以上理念和观点主要体现在《山东大学关于增设“文化产业管理”本科专业的建议报告》（2003 年）、《山东大学关于建立山东省文化产业研究基地的论证报告》（2003 年）、《培养文化产业管理专业的合格人才》（2004 年）、《文化产业：学术阐释的原则与目的》（2006 年）、《加强文化产业的基础理论研究》（2006 年）、《文化·创意·财富：三论“文博会”主题词》（2006 年）、《论文化、创意、财富三者之间的关系》（2006 年）、《关于文化创意产业的几点认识》（2006 年）、《也谈文化与文化产业的关系》（2006 年）、《1987：中国文化产业的重要节点》（2009 年）、《中国文化产业学术

年鉴 2003—2008 年卷出版说明》(2009 年)、《中国文化产业学术年鉴 1979—2002 年卷特别说明》(2009 年)、《文化产业学科建设要有四大意识》(北京大学第七届文化产业新年论坛主题发言)(2010 年)、《济南历史文化资源与文化产业》(济南市政策研究室委托课题结项报告;文化部基层文化干部培训班讲义)(2012 年)、《数字技术与当代文化产业》(济南市第三届青年科学家论坛主题发言)(2012 年)等相关文献和著述中。山东大学的各位同仁在教学和研究中对这些方面的问题思考和讨论也较多,所形成的共识也都以这样或那样的方式渗透、沉淀在这套教材的相关章节之中。这也使得这套教材有了一些区别于其他著述的显著特色。

这套“高等院校文化产业基础教材”的出版,得益于福建人民出版社的全力支持和赖炳伟先生的促成,从选题调研、审定编写提纲、编稿到今天的付梓,时间已过去了一年多,这期间,赖炳伟先生以及责任编辑们的工作热忱和辛劳,感动了我们每一位作者。可以说,没有他们的努力,这套教材可能还会以内部讲稿的形式存在若干年。

《中国文化产业学术年鉴 1979—2008 年卷》的编纂和这套教材的出版,大致夯实了山东大学文化产业学科建设的基础,但能否在这一基础上更筑层楼,显然还有待更多的努力。

是为序。

王育济

2012 年 8 月 23 日

目 录

第一章 文化产业研究与规划	(001)
第一节 相关研究与规划	(001)
第二节 规划的学科支撑	(017)
第三节 规划内容和工作流程	(025)
第二章 文化供需分析与预测	(034)
第一节 文化市场供需调查	(034)
第二节 文化市场需求分析	(042)
第三节 文化市场预测	(050)
第三章 文化产业资源调查与现状评价	(061)
第一节 文化资源和产业资源	(062)
第二节 文化产业资源调查与评估	(067)
第三节 产业现状分析	(070)
第四章 文化产业规划的总体要求	(085)
第一节 指导思想及原则	(085)
第二节 发展战略	(090)
第三节 产业定位和目标	(097)
第五章 文化产业空间布局	(102)
第一节 空间结构的基本理论	(102)
第二节 总体布局	(109)
第三节 功能分区设计	(116)
第四节 空间生态系统构建	(121)
第六章 文化产业结构规划	(127)
第一节 产业结构基本理论	(127)



第二节	文化产业相关门类	(130)
第三节	文化及相关产业融合	(138)
第四节	重点行业的设计	(149)
第七章	文化产业载体建设	(159)
第一节	文化设施	(159)
第二节	产业园区	(165)
第三节	文化企业	(171)
第四节	重点项目	(180)
第八章	文化产业保障体系	(188)
第一节	保障措施的重要性及构成要素	(188)
第二节	文化产业保障措施的编制	(195)
第三节	文化产业保障措施的实施	(204)
第九章	文化产业规划的评估与实施	(216)
第一节	文化产业规划的评估	(216)
第二节	文化产业规划的实施	(220)
第三节	文化产业规划的延伸	(227)
主要参考文献	(236)
后 记	(241)

第一章 文化产业研究与规划

第一节 相关研究与规划

一、文化产业

(一) 文化产业概念的提出

“文化产业”这一概念诞生于20世纪初。西方马克思主义法兰克福学派的阿多诺(Theodor Adorno)和霍克海默(Max Horkheimer)在《启蒙的辩证法》(1947年)一书中首次提出了“文化工业”(Culture Industry)的概念,认为文化产品在工厂中凭借现代科学技术手段,以标准化、规格化的方式被大量生产出来,并通过电影、电视、广播、报纸、杂志等大众传播媒介传递给消费者,最终使文化不再扮演激发“否定意识”的角色,反而成为统治者营造满足现状心态的社会控制工具。^①阿多诺和霍克海默从艺术和哲学的双重角度对文化工业进行了否定性的批判。

随着科技现代化、经济全球化、文化多元化发展,文化工业批判性理论的时代局限性日渐凸显,应该用辩证思维观察和理解新的变化。1980年,欧洲议会所属的文化合作委员会首次组织专门会议探讨“文化产业”的含义、政治与经济背景及其对社会与公众的影响等问题,“文化工业”由批判性概念转变成为中性概念——“文化产业”。从此,文化产业这一专用名词正式脱离其母体并产生了新的语义,成为广泛意义上的“文化经济”“文化资本”等概念。从本书涵盖的内容来看,“文化产业规划”已然成为更加复杂的“文化经济规划”。

^① 黄辉:《巴黎文化产业的现状、特征与发展空间》,《城市观察》,2009(3),28—37页。

（二）国外的文化产业概念

澳大利亚昆士兰技术大学创意产业研究和应用中心主任斯图亚特·坎宁安将文化产业的观念发展史划分为四个阶段^①：法兰克福学派的否定性批判时期（20世纪30—40年代）；重新用文化来界定古老的商业产业时期（20世纪70—80年代）；撒切尔城市重建等实用主义艺术实践时期；新古典主义经济学对艺术的应用时期。综合目前的研究来看，学术界的代表性观点主要有以下几种。

英国曼彻斯特大学大众文化研究所执行主任贾斯汀·欧康纳（Justin O'Connor）认为：“文化产业是指以经营符号性商品为主的那些活动，这些商品的基本经济价值源于它们的文化价值。它首先包括了我们称之为‘传统’的文化产业——广播、电视、出版、唱片、设计、建筑、新媒体，和‘传统艺术’——视觉艺术、手工艺、剧院、音乐厅、音乐会、演出、博物馆和画廊。”^②英国著名媒体理论家尼古拉斯·加纳姆（Nicholas Garnham）在1983年把文化产业定义为：“那些使用同类生产和组织模式如工业化的大企业生产、传播文化产品和文化服务的社会机构，如报纸、期刊和书籍的出版部门、影像公司、音乐出版部门、商业性体育机构等。”^③美国大卫·赫斯蒙德夫指出：“文化产业通常指的是与社会意义的生产（the production meaning）最直接相关的机构，主要指营利性公司，也包括国家组织和非营利组织。”^④日本学者日下公人认为文化与产业是一辆车子的两个轮子，一般来说是由产业创造文化经验，但当社会经济达到一定水平时，文化的需求程度将大于原有产业的需求，此时便是文化创造产业以及维持产业了。^⑤

国外学界虽在文化产业的概念和定义上存在分歧，但在文化产业的要素与内涵、属性与形式等方面基本达成了共识。大体说来文化产业是指给

^① 苑捷：《当代西方文化产业理论研究概述》，《马克思主义与现实》，2004（1），98—105页。

^② 钱勇：《浅议媒体与文化产业的发展》，《现代企业文化》，2008（26），231—232页。

^③ 吴学丽、李秀金：《文化产业：从文化批评到产业实践》，《生产力研究》，2010（7），198—199页。

^④ [美]大卫·赫斯蒙德夫：《文化产业》，13页，北京，中国人民大学出版社，2007。

^⑤ 霍步刚：《国外文化产业发展比较研究》，11页，东北财经大学博士学位论文，2009。

社会提供文化产品和服务的集合，强调版权、创意、知识产权等因素的作用。20世纪中叶以后，随着发达国家经济转型，以第三产业为主的新经济比重不断上升，各国政府也开始从宏观经济层面推动文化产业发展。

1997年，英国推出文化产业的相关政策。为了突出文化产业的知识性特征，英国文化传媒和体育部将其称为“创意产业”，涵盖了广告、建筑、电影、音乐、表演艺术、电视和广播、设计、时尚设计、手工艺、艺术和古董市场、互动休闲、出版、软件等13个部门。日本政府把文化产业统称为娱乐观光业，包含了电影、电视、影像、音响、书籍、音乐、艺术等内容。美国虽然没有官方认定的文化产业的说法，但是作为美国经济发展重要支柱的“核心版权产业”，就其行业来看近似于文化产业，主要包括文化艺术业、影视业、图书业、音乐唱片业。加拿大遗产部对文化产业做了如下概述：“包括以国家社会、经济及文化为主题的出版、广播、电影、电视、图书、杂志、音像在内的印刷、生产、制作、广告及发行；包括表演艺术、视觉艺术、博物馆、图书馆、档案馆、书店、文具用品商店等在内的服务。”以后又在其中增加了信息网络、多媒体等内容。^①

（三）国内的文化产业概念

在我国，对文化产业的概念也同样存在着广泛争议，其伴随着产业实践而有不同的侧重点。

自20世纪90年代以来，国内学界广泛讨论了文化产业的内涵与范围。山东大学王育济教授认为，文化产业的本质是“创意”，是以“文化创意”为核心，通过技术的介入和产业化的方式制造、营销不同形态的文化产品的行业。中国社科院张晓明研究员把文化产业分为三个层次：文化创作业、文化制作与传播业和一切以文化意义为基础的产业。上海社科院花建研究员认为：“文化产业指以物化的文化产品和各种形式的文化服务进入生产、流通和消费的产业部门。包括文化产品的制造部门；文化产品流通部门，如电影和报刊发行业、图书零售业；消费部门，如大众娱乐业、广播电视业。”^②

2012年7月，国家统计局出台了《文化及相关产业分类（2012）》，从统计学意义上重新对文化产业的定义和范围进行了权威界定：文化及相关

^① 苑捷：《当代西方文化产业理论研究概述》，《马克思主义与现实》，2004（1），98—105页。

^② 花建：《上海文化产业的发展趋势和政策导向》，《毛泽东邓小平理论研究》，1998（4），70—79页。



产业是指为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合。该文件延续了 2004 年的分类方法，调整了类别结构，增加了与文化生产活动相关的创意、新业态、软件设计服务等内容和部分行业小类，减少了少量不符合文化及相关产业定义的活动类别。分类将我国文化及相关产业分为五层^①：

第一层包括“文化产品的生产”和“文化相关产品的生产”两类；

第二层依据管理需要和文化生产活动的自身特点分为 10 个大类，即新闻出版发行服务、广播电视电影服务、文化艺术服务、文化信息传输服务、文化创意和设计服务、文化休闲娱乐服务、工艺美术品的生产、文化产品生产的辅助生产、文化用品的生产、文化专用设备的生产等；

第三层根据文化生产活动的相近性分为 50 个中类；

第四层是 120 个具体的活动小类；

第五层是含有部分文化生产活动的 29 个小类的延伸层。

二、我国文化产业研究的方向

目前，国内文化产业研究有偏宏观的研究视角：文化产业政策及体制、行业现状与国际趋势、存在问题与发展的对策研究，文化产业与经济发展关系研究，等等。同时，也有偏微观的研究领域：文化企业、细分行业、文化产业园区、区域性文化革新等问题。可以说，宏观和中微观理论层面上的解读，在一定程度上支撑了文化产业规划的产业实践工作。

（一）文化产业政策及体制机制研究

一直以来，对文化产业制度设计、扶持政策以及文化体制机制改革的研究是文化产业研究的重要内容，也是政府管理和文化产业规划关注的重点。针对目前国内文化产业发展中暴露的相关问题，国内学者从文化产业政策和体制的角度做了相关研究。

1. 文化体制改革研究。傅守祥指出，文化体制已成为当前制约我国文化发展的瓶颈，推进文化建设的关键在于把握好经济与文化相互作用的辩证关系，进一步深化文化体制改革，加快文化产业市场化的步伐。^② 张晓明提出，只有实现文化体制和社会主义市场经济体制的统一，只有通过发展文化产业，我们的文化才能够获得巨大的发展。谢名家提出，要建立符

^① 根据国家统计局 2012 年 7 月颁布的《文化及相关产业分类（2012）》文件整理。

^② 张佼：《湖南省文化产业综合评价与发展对策研究》，河北农业大学硕士学位论文，2010。

合我国国情和文化产业规律的导向机制，建立与社会主义市场经济相适应的文化产业运行机制，建立调动文化产业大军积极性的动力机制。

2. 文化相关政策研究。李道中认为，文化政策包括文化平等政策、文化自由竞争政策、促进文化社会效益和经济效益相统一的政策、坚持文化对外开放和民族文化立场相统一的政策，文化产业也应根据社会经济发展的需要逐渐健全政策体系。^① 祁述裕、范周、欧阳坚、李炎等学者也有精辟见解。

虽然众多学者关于文化产业体制和政策的观点不一，但在文化在中国现代化进程中的重要作用、通过文化凝聚人心建设社会主义文化强国、不断推进文化体制改革、尊重市场规律合理发挥市场机制作用、加快文化创意产业发展步伐做大做强文化创意产业的紧迫性上存在共识。

（二）文化产业内生增长与发展战略研究

现阶段文化产业的发展概况与趋势、存在问题和对策等问题也是文化产业研究关注的重点。深入剖析产业载体形式对文化传承发扬的作用，预测文化产业的主要发展趋势，探求文化需求新变化，打造文化产业核心竞争力，同样是文化产业规划需要夯实的基础工作。

1. 文化产业现状及趋势研究。王育济认为，“文化、创意、财富”是文化产业三个最为本质的元素，也是“文化产业”最通俗、最平实的诠释。国家战略层面上的文化产业发展起始于近十年，但国内关于文化产业的学术研究已发展近 30 年。

2. 文化产业商业模式研究。陈少峰认为文化资源并不是最重要的。管胜锋论述免费问题时提出，对我们每一个消费者来说，免费是一种涤荡旧有思想商业体验；对企业来说，免费更像是一种生存法则，主动或被动地去完成，这是一种可以改变旧有发展思维方式而实现凤凰涅槃的发动机。关于双边市场，管胜锋提出，建立以嵌入式广告为主导的双边市场商业模式，通过嵌入广告，实现对电影双边市场的初始投资，进而打造电影精品，并可以通过低门票价格吸引消费者，完成双边市场平台建设；在受众客户基扩大基础上继续发展贴片广告，进而完善网络版权、书刊等衍生产品链条，最终实现从创意、设计、营销到产业链的打造。李康化对文化产业商业模式也有深入研究。

^① 李道中：《提高建设社会主义先进文化的能力》，《理论视野》，2005（2），17—20页。

除此之外，章建刚、花建、顾江、陈少峰、李凤亮、向勇等学者也有相关文献论述。由于这些问题不是本书研究重点，兹不赘述。

（三）文化产业外部协同与融合发展研究

关于文化产业与经济发展关系，有学者认为在国民经济结构调整和转型中，文化产业已成为新的经济增长点和可持续发展的新兴产业，文化产业与其他产业融合将形成强大的经济竞争力。^① 祁述裕、殷国俊通过建立文化产业国际竞争力评价指标体系，对国际上包括中国在内的 15 个有代表性国家的文化产业竞争力指数进行测算和比较，分析中国文化产业在国际竞争中的比较优势和劣势，并对提高我国文化产业国际竞争力提出若干建议。^②

关于文化产业与新型城镇化、关于产城一体的研究：针对当前城镇化进程中地域空间急剧扩展、经济超常规增长、社会治理滞后与社会保障不健全等问题，范周提出在我国“积极稳妥推进城镇化，着力提高城镇化质量”的战略方针下，要充分理解城镇发展的文化诉求，因地制宜，因时制宜，走出新型城镇化与文化发展的特色之路。

近年来，文化产业与数字技术、网络信息、金融、工农业等产业的互动与结合以及非遗创意、乡村文化产业等也成为热点，文献有：单世联的《论文化观念与文化生产》，范周的《中国文化产业新思考》，向勇、陈名杰的《文化创新战略，创意与科技》，纪建悦、燕欣春的《我国文化产业融资机制问题的探讨》，李炎的《再显与重构——传统民族民间工艺的当下性》，陈玉玲的《创新发展农村文化产业》，等等。

除此之外，文化及相关产业研究的著作、译著数量也大幅增加，如：约瑟夫·派恩的《体验经济》、郝斯蒙德夫的《文化产业》、柯可主编的《文化产业论》、花建等主编的《文化产业竞争力》。多家研究机构的年度报告形成了连续性研究，如张晓明、胡惠林、章建刚等主编的《中国文化产业发展报告》、范周等主编的《中国文化产业年鉴》、李凤亮主编的《中国文化科技发展报告》、管胜锋等主编的《创意中国调研报告》系列等。北京大学、上海交通大学、中国传媒大学、山东大学、深圳大学、武汉大学已经形成连续性年度报告系列。

^① 成立芳：《文化产业与经济发展关系探讨》，《辽宁工学院学报（社会科学版）》，2004（5），34—35页。

^② 刘筠梅：《新世纪以来我国的文化产业研究综述》，《内蒙古大学学报（哲学社会科学版）》，2011（6），119—123页。

柯可主编的《文化产业论》站在科技进步与信息产业革命的历史高度，借鉴西方发展文化产业的实践和理论成果，以及国际大都市香港文化产业繁荣的经验，对中国文化产业的资源开发、集团化生产与市场竞争，中国文化产业面临的问题和制约因素与解决方法、中国文化产业的发展战略等重大的理论问题做了深刻思考，提出了有益的建设性意见。^①

张晓明等编撰的《中国文化产业报告（2012—2013）》指出，十八大的召开开启了我国文化产业新的发展周期，我国的文化产业已经进入拐点，出现了四个方面的重大变化：一是文化市场已经从总体“短缺”转向“短缺”与“过剩”并存，将迎来大规模洗牌和兼并重组浪潮；二是文化产业已经从“分业发展”走向了融合发展，文化产业内各个行业主管部门主导的发展将逐步被跨行业的融合发展取代，甚至为文化经济普遍融合发展所取代；三是文化产业将从区域性竞争发展走向统一市场条件下的整体协调可持续发展，地方政府本位的发展模式将为国家层面的、由综合经济管理部门主导的发展模式所取代；四是文化管理体制将从行政性的“行业分层管理”走向面向市场的综合性大部制管理，部门合并将成为必然。^②

在理论研究进程中，文化产业的宏观管理和顶层设计成为大势所趋，内生增长和跨界融合是文化产业发展的永恒话题，文化产业如何更好地服务于新型城镇化、提高城市居民生产生活质量更是应有之义。

三、文化产业规划

（一）规划的概念及其分类

关于规划，不同学者给出了不同的定义。Robinowitz（1969）指出，规划是一个战略选择的过程，体现出对未来的预期和应付无法预料情况的安排。C. West Churchman（1971）认为，规划是人们对未来的考虑及基于此的行动。Hall（1974）则提出，规划旨在完成某些目标，并由一系列活动来完成。《朗文当代英语辞典》对规划的解释为：制订或实施计划的过程，社会或经济单元（企业、社区）等确定目标、政策与程序的过程。我们认为：规划是指一个不断进行战略设定、目标制定、路径安排的过程，它贯穿决策、选择、实施的全过程，它旨在利用有限的资源、空间和人力资本，在未来一段时期内或某个特定的节点完成某个一定的目标或

^① 李本钧：《文化产业研究的一部力作》，《学术研究》，2001（5），122页。

^② 张晓明等：《中国文化产业报告（2012—2013）》，北京，社会科学文献出版社，2013。