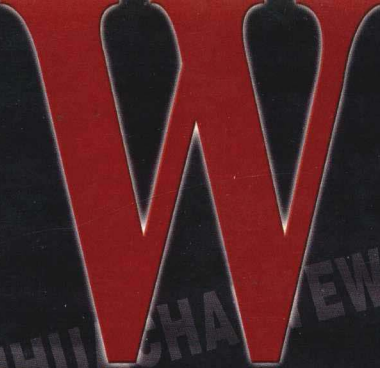




福建社会科学文化产业问题研究课题组 编撰

福建文化产业问题研究



● 海峡文艺出版社

福建社会科学文化产业问题研究课题组 編撰

福建文化产业问题研究

海峡文艺出版社



图书在版编目(CIP)数据

福建文化产业问题研究/张帆主编;管宁等编. —福州:海峡文艺出版社,2002.12

ISBN 7—80640—803—7

I. 福… II. ①张…②管… III. 文化—产业—福建省—文集 IV. G124—53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 107107 号

福建文化产业问题研究

主编:张 帆

执笔:曲鸿亮 张帆 袁和平 赖文 管宁 魏然

责任编辑:欧亚平

出版发行:海峡文艺出版社

社址:福州市东水路 76 号 14 层

邮编:350001

发行部电话:0591—7536724

印刷:福州晚报社印刷厂

邮编:350005

开本:850×1168 毫米 1/32

字数:150 千字

印张:7.875

插页:2

版次:2002 年 12 月第 1 版

印次:2002 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 7—80640—803—7/I·528

定价:20.00 元

如发现印装质量问题,请寄承印厂调换

目 录

引言:文化产业的崛起和发展对策研究 张 帆

文化产业的崛起 (1)

中国文化产业的历史与现状 (5)

全球化背景之中的中国文化产业 (9)

福建省文化产业的现状和发展对策 (16)

福建大众传媒研究 管 宁

大众传媒:概念、特征与地位 (23)

福建大众传媒发展现状与优势 (27)

福建大众传媒存在的不足及其原因分析 (33)

加快福建大众传媒发展的对策思考 (39)

福建旅游产业研究 管 宁

福建省旅游业的发展现状 (45)

福建省旅游业优劣势分析 (49)

加快福建省旅游业发展步伐的对策思考 (55)

福建体育产业初探 袁和平

两个基本概念:体育产业和体育产业化 (67)

国内外体育产业发展概况 (69)

福建省体育产业发展的历史和现状 (77)

推动福建体育产业进一步发展的对策思考 (83)

福建省文化娱乐服务业发展研究	赖 文
福建省文化娱乐服务业发展的基本状况	(95)
福建省文化娱乐服务业问题研究及思考	(109)
福建国有艺术表演团体产业化改革研究	袁和平
福建省国有艺术表演团体的概况和存在问题	(119)
国内外艺术表演团体产业化管理及改革的基本 经验	(127)
产业化改革:艺术表演团体生存和发展的必由之 路	(132)
福建省民风民俗文化产业研究	赖 文
民俗信仰文化产业发展	(141)
宗族民俗文化产业发展	(148)
红白喜事民俗文化产业发展	(149)
民俗活动与文化产业发展	(157)
民风民俗旅游文化产业发展	(159)
民风民俗研究与文化产业发展	(161)
乡村文化建设与文化产业	曲鸿亮
福建省农村文化基本状况	(163)
乡村中的文化产业	(173)
当前农村文化建设中存在的主要问题	(178)
关于农村文化建设的思考与认识	(182)
加强农村文化建设的对策建议	(184)
文化产业与社区文化	曲鸿亮

文化产业与社区:城市现代化的必然选择	(187)
形式与特点:福建社区文化概况	(191)
文化产业与社区文化的共同目标	(209)

深化管理体制改革 加快发展福建文化产业 魏 然

福建省文化产业发展的历史轨迹及其现状	(213)
福建省文化产业改革发展面临的机遇与挑战	(223)
福建省文化产业改革的总体目标与主要思路	(226)
发挥政府主导作用,完善文化产业政策支持系统	(230)
辩证认识文化产业化中的若干重要问题	(238)

引言：文化产业的崛起和发展对策研究

张帆

文化产业的崛起

“文化”是一个涵义复杂的概念。迄今为止，有关文化的定义已经有一百多种。通常，人们对于文化的界定分为广义与狭义两种。广义的文化概念相对于“自然”而言，指的是人类实践所创造的一切文明成果，既包括物质财富，也包括观念体系。狭义的文化相对于政治、经济，大致包括思想、道德、宗教、文艺、科技、风俗、学术以及一系列相关的制度和组织。这是人类精神文明的一个重要组成部分。

对于一个国家、一个民族说来，文化的功能十分重要。文化具有凝聚人心、继承传统、弘扬道德、激励人心的巨大力量。很大程度上，文化是一个民族生活方式所依据的共同观念体系。在这个意义上，文化建设意味着继承和拓展民族的文化传统，深入开掘社会发展的文化动力。这样，文化建设将为物质建设提供理论依据和情感召唤。中国是一个社会主义国家。富有中国特色的社会主义文化对于中华民族的发展和伟大的复兴具有极大的促进作用。正如江泽民总书记在“十五”大报告之中指出的那样：“有中国特色的社会主义文化，是凝聚和激励全国各族人民的重要力量，是综合国力的重要

标志,它源于中华民族五千年的文明史,又植根于有中国特色社会主义建设的伟大实践,具有鲜明的时代特点;它继承发扬我国文化的优良传统,又吸收世界各国优秀文化;它反映我国社会主义经济和政治的基本特征,又对经济和政治的发展起巨大作用。”江总书记“三个代表”的重要思想之中,“代表先进文化的前进方向”也是我们国家文化建设的纲领。

进入现代社会之后,特别是在市场经济的条件下,人们不仅清楚地认识到文化的意识形态功能,同时,文化产品的经济价值也日益为人们所重视。许多文化产品打开了巨大的市场,取得了惊人的销售量。人们惊喜地发现了一个重要的事实:文化正在成为一种能够创造利润的产业。世界上一些发达国家之中,文化产业业已成为重要的经济支柱。当然,通过文化活动换取生活费用,这种做法古已有之。从舞台上的戏曲艺人、宫廷里的画师到“著书都为稻粱谋”的文人,围绕文化产品的经济活动始终存在。但是,只有当文化产品成为一种普遍需求的商品之后,也就是说,文化产品的生产与销售都具有相当的规模之后,文化的经济效益才会成为一个显眼的亮点。

根据一批专家的分析,消费的转型导致文化市场的逐渐成熟。首先,文化——包括某些文化符号——是人类生活不可或缺的必需品。从报纸、电视连续剧到广告、招牌、商标,人们每日消费大量的文化产品。其次,随着生活质量的日益提高,人们对于文化素质的提高也产生了新的要求。20世纪90年代以后,中国居民消费结构之中的恩格尔系数降到了50%以下,文化教育消费部分愈来愈大。另一方面,闲暇时间的增多也将使精神、文化的消费随之增加。这些文化消费的需求保证了文化产品的市场。资料表明,文化产品正在创造越来越可观的利润。不少理论家乐观地认为,文化产业将在未来的经济之中唱主角。文化产业拥有一个生机勃勃的前景——他们将文

化产业称为朝阳产业。他们甚至断言,21 世纪的文化必将构成经济进步的新形象。^①资料表明,许多发达国家文化产业的产值远远超出人们的想象。据报道,英国文化产业的年产值将近 600 亿英镑,从业人员约占全国总就业人数的 5%,其中体育产业的就业人数甚至超过了煤炭、农业和汽车零件制造业的人数。日本娱乐业的年产值早在 1993 年就已超过汽车工业的年产值。美国的文化产业更加发达,其视听产品出口额仅次于航空航天等少数行业,体育经济收入超过了石油工业与证券交易所的收入。美国的文化产业甚至在国际上占据了 40% 以上的市场份额。在许多发达国家和地区,居民文化消费已占据总消费额的 30% 以上。对于许多国家说来,图书报刊出版行业竟然跃升为支柱产业,而旅游业是全世界的第一大产业。由于文化产业的发展甚至足以影响世界产业结构的排序,另一些理论家甚至将文化产业前景与高新技术产业相提并论。

根据有关部门初步测算,2000 年中国文化市场潜在的消费能力为 3000 亿元,占 GDP 的 3% 左右。但是,当年的实际消费仅近千亿元,只占消费能力的三分之一。预计未来的几年,消费者的文化产品需求将进一步加大。如果对于文化产品和服务的年均增幅达到 10%,那么,到了 2005 年,中国文化产业的潜在消费能力将达到 5000 亿元。可以看出,中国文化产业的发展空间相当大。

什么叫做“文化产业”?目前为止,人们可以看到各种各样的定义。简单地说,文化产业是为社会提供文化产品生产和服务的产业。联合国教科文组织的文化产业定义强调了文化产业与工业化的关系:文化产业就是按照工业标准,生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。英文的文化产业一词是 cultural industry,“产业”与“工业”用的是同一个

词。所谓的工业标准意味着批量的、大规模的和连续地生产。这是一种新的文化生产方式。近年来,高科技尤其是数码技术正在以一种全新的方式彻底改造文化生产。显而易见,这种文化产业是与市场的流通、交换、消费配套而行。如果文化生产和文化服务仅仅以一种小规模零散方式进行,人们很难称之为文化产业。现今,文化产业是一个涵盖文化艺术业、新闻出版业、广播电视业、电影业、音像制品业、版权业和演出业、网络及计算机服务、旅游业、教育等在内的现代产业群。如果与传统的工业做一个比较,那么,文化产业的显著特征是以文化资源为原料,同时,文化产业不存在传统工业所难以避免的环境污染。

联合国曾在《世界文化发展十年规划》中提出:“要对构成21世纪特征的重大挑战做出应答,就必须要在发展中强调两个重要目标——发展中的文化尺度和人的文化生活。”当今,随着科学技术的发展,文化已深入经济领域,成为不可或缺的生产力要素。文化已经成为世界范围内经济社会发展的价值维度。经济文化一体化是世界发展的潮流。发展、环境与文化的协调共进,已成为重要趋势。从发达国家经济转型期的经验看,文化产业在调整经济结构中发挥了重要的作用。文化不仅是思想观念、风俗习惯等软力量。许多时候,文化也可能是像科技一样产生巨大经济效益的硬力量。

欧洲国家目前已经广泛地运用文化产业的概念。欧盟执委会1996年签订了一项针对文化及促进就业机会的公报,强调文化产业发展的正面影响及保存文化传统的重要性。欧洲理事会的一份报告将文化定义为与社会、政治及经济紧密联系的产业。英国出版了一些关于文化产业的报告,探讨文化产业的经济地位,从中看出文化与艺术的经济价值。北欧各国对于文化产业的发展基本上都持肯定的态度,并且制订了一套

促进文化产业的计划。加拿大与澳洲也将文化产业的发展视为文化政策的一部分。总之,许多人共同认识到,文化产业可以带来更多的就业机会,吸引投资者,促进经济成长。另一方面,高科技的发展与文化产业之间的联动已经为许多人所关注。电子传播媒介承担的角色尤为重要。据测算,数字化的革命将使欧洲增加数百家电视频道。此外,文化产业对于旅游观光的促进作用也是许多国家的聚焦点。这一切都使文化产业拥有新的空间,甚至成为国际市场上富有竞争力的行业。

中国文化产业的历史与现状

研究中国的文化产业,必须从理论上区别文化产业与文化事业。相当长的时间里,人们通常将文化生产以及文化服务当做文化事业,缺乏产业经营的概念。如前所述,文化对于一个国家或者一个民族具有重大的意义,因此,特定的政府通常调集各种文化产品为主导的意识形态服务。多数时候,这些文化产品是以公共产品的形式出现,主管部门主要关心的是这些文化产品的社会效益。这些文化产品不是通过市场购买抵达社会成员手中。社会成员通常可以免费享用。这即是文化事业。文化事业必须以公益性为主。计划经济时代,文化生产往往遵循这种模式。无论是舞台演出、书籍出版还是电影拍摄、刊物发行,一概由政府负责投资,大包大揽,这些文化产品投放市场之后产生多少经济效益并不是一个值得重视的问题。进入市场经济之后,这种模式被打破了。文化产品开始以商品的形式满足社会的文化需求。根据市场机制从事文化生产和文化服务,充分考虑种种文化活动产生的经济回报,并且因为经济回报的目的而使用种种行之有效的经营手段,这就形成了文化产业。概括地说,文化事业与文化产业的主要区别如

引言:文化产业的崛起和发展对策研究

下:首先,文化事业强调的是国家与政府的需要,这些部门的文化生产必须根据这种需要加以安排;与此相应,文化事业的机构往往就是政府部门的附属单位。政府提出文化生产的计划,负责拨给所需经费,并且以行政方式给予管理。相对地说,文化产业强调以市场需要为转移。在法律允许的范围内,文化产业常常把利润放在首位。税收、价格、工资等经济手段是调控文化产业的有效方式,政府的行政干预往往难以奏效。文化产业的投资渠道是多种多样的,但是,追求经济效益是投资者遵循的前提。当然,多数文化产业的机构按照企业的方式管理。必须承认,许多机构至今仍然仅仅习惯于按照文化事业的观念运作——“文化产业”还是一个相当陌生的概念。

党的十五届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会事业发展第十个五年计划的建议》中提出“要完善文化产业政策,加强文化市场建设和管理,推动有关文化产业的发展”。这是第一次将“文化产业”写入中央文件。《建议》中有关文化产业的阐述内容十分丰富,主要集中在第三、第四和第十五部分。第三部分提出,要“引导文化娱乐、教育培训、体育健身、卫生保健等产业发展,满足消费需求”。第四部分提出,要“推动信息产业与有关文化产业结合”。第十五部分提出,要“坚持新闻舆论的正确导向,发展新闻出版、广播影视等各项事业”,“深化文化体制改革,建立科学合理、灵活高效的管理体制和文化产品生产经营机制”,“继续实行支持文化教育事业发展的有关政策,增加对重要新闻媒体和公益文化事业的投入”,“完善文化产业政策,加强文化市场建设和管理,推动有关文化产业发展”。总之,《建议》不仅提出了文化产业问题,而且还指出了文化产业发展的各个方向。中国社会科学院院长李铁映在《2001-2002年:中国文化产业的发展报告》的序言中指出:“将文化产业提高到代表先进生产力、先进文化,代表

最广大人民的根本利益这样的高度来认识和要求,是我们首先必须要坚持的。”^②上海交通大学校长、国家文化产业创新与发展研究基地主任谢绳武认为,文化产业的提出“在国家战略需求层面上,第一次把先进生产力的发展要求、先进文化的前进方向和最广大人民的根本利益统一在一个具有广泛的产业关联性的产业战略形态上,这就使得这一决策在未来中国进入文化发展的历史进程中,具有里程碑式的重要意义”。^③根据专家的考证,当代中国文化产业的起步可以追溯到改革开放之初的1979年。1992年,我国政府主管部门第一次使用“文化产业”这个概念。^④从1979年至今,伴随着改革开放和社会主义现代化建设过程,这个概念得到了愈来愈多的重视。显然,人们对于“文化产业”的深入认识决不是偶然的。这个概念的出现具有深刻的社会历史背景。

首先,社会主义市场经济体制的确立为文化产业的出现奠定了良好的基础。改革开放的一个重要标志即是,实行多年的计划经济全面转向了市场经济。一系列相应的体制改革和政策调整相继出台。如同许多企业一样,文化生产也开始同市场挂钩。这时,人们对社会主义文化有了进一步的认识。文化不仅是一种上层建筑,同时,文化发展也必须遵循社会主义市场经济规律,适应市场经济要求。某些文化产品同时又是商品,它的生产、分配、交换和消费等各个环节无不融入到市场经济的大循环。文化生产也要尊重市场经济的一般法则,要注重成本核算,提高经济效益。市场观念、市场意识、价格以及市场份额已经从冲击文化生产到调控文化生产。从生产规模、利润数额到文化生产者个人收入,这一切都在很大程度上受到市场的左右。一部新著的印数是2000册还是100万册,是否投资拍摄一部电视连续剧,决策者的依据不再是几个人制订的计划,而是依据市场的需求。更为广泛的意义上,市场甚至

在很大程度上改变了文化的运作方式。如同企业的产品广告一样,有条件的文化产品也在投放市场之前广泛宣传。这使文化产品、传媒之间出现了一种新型的联系。这个意义上,文化产业即是经济的一个组成部分。经济结构的战略性调整中,文化产业的比重日益增大。文化与经济相互渗透,推动经济发展,这不仅有利于优化产业结构,扩大就业,提高人民生活质量,而且有利于全面实现社会进步。

其次,科技的发展对于文化产业的形成具有重大的促进作用。历史上,印刷术的发明曾经为文化与经济的联姻提供了特殊条件。至今为止,印刷和出版仍然是文化产业之中势头不减的一支主力军。20世纪以来,电子传播媒介应运而生。电影、电视带来了新的艺术样式,录音录像、电子排版、网络传输、数字化等技术开始在文化领域的广泛应用。文化产品的批量生产是文化产业形成的一个重要条件。以往,一场舞台表演只能允许有限的观众观看。这种“生产”与“消费”的规模很难形成产业。电子传播出现之后,革命性的变化出现了。电视传播网络可以在片刻之间将某一个舞台上发生的景象传遍全世界。此外,转播、录音、录像、录音带、录像带、CD、VCD、DVD等一系列附加产品开拓了巨大的文化消费空间。事实上,电子传播媒介的复制能力和传输能力对于推动文化产业具有极大的作用。如今,计算机互联网显示了非常大的潜力。文化产业的数字化进程来势迅猛。网上电影、网上出版、网上论坛等一系列崭新的文化形态正在孕育另一种崭新的经济形式。电子传播媒介将使文化产品的传播、覆盖面达到前所未有的程度,同时也将开辟一个前所未有的巨大市场。这可能使文化产业进入一个新的阶段。

第三,文化领域改革的呼声日益高涨。随着社会主义市场经济的成熟,文化领域加大了改革的步伐。文化产业是文化领

域改革的方向之一。文化部设立了“文化产业司”,拟定文化产业发展规划和文化产业发展政策、法规;扶持和促进文化产业的发展和建设;协调文化产业运行中的重大问题。中央和一些地方制定了相关文化产业发展规划,举行各种文化产业理论研讨会。总之,“文化产业”问题正在引起有关方面的极大关注。另一方面,文化领域自身的积累也为文化产业打下了良好的基础。据统计,1990年到1998年全国文化系统文化产业的增加值增长了6倍,文化产业机构增长了35%,从业人员增长了46%。到1998年,仅文化部门管理的文化娱乐、音像、演出、艺术品等文化经营单位已达25.7万个,固定资产合计600多亿元,从业人员116万人,年实现利税47.9亿,年创造增加值148.6亿。我国现有图书出版单位500多家,出版产业总资产已达700多亿元。包括文艺演出市场、电影电视市场、图书音像市场、文化娱乐市场、文化旅游市场、艺术培训市场、艺术品市场等在内的文化市场体系初步建立。这个意义上可以说,文化产业是20年来中国发展速度最快的产业之一。

全球化背景之中的中国文化产业

中国是社会主义国家。发展先进文化是毫不动摇的方向。具体地说,我们要坚持以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论和江总书记“三个代表”的思想为指导,吸收人类一切先进的文明成果,“大力发展面向现代化、面向世界、面向未来的,民族的科学的大众的社会主义文化,不断丰富人们的精神世界,不断增强人们的精神力量”,^⑤从而满足人民群众日益增长的精神文化需求,引导广大人民群众不断前进。因此,我们必须高度关注社会主义文化宣传阵地的建设,用先进文化占领各种大众传媒,强调文化产品的社会效益。以往,各种文

化机构一律由国家全额拨款,这表明了政府对于文化宣传阵地的重视。现今,我们提出文化产业战略的时候,必须首先在理论上解决一个问题:如果文化产业强调的是市场的需要,这会不会以放弃文化产品的社会效益为代价?

这的确是一个不容忽视的问题。首先必须明确的一个原则是,文化产业的一切生产、经营、服务方式都必须在国家法律许可的范围之内进行。“二为”方向和“双百”方针是以守法为前提。任何违反法律的言论和行为都将遭受有关部门的追究和制裁。这个方面,文化产业和其他产业并没有什么本质的不同。其次,我们并不会因为投合某种市场而纵容落后的、腐朽的文化蔓延滋长。在“弘扬主旋律,提倡多样化”的方针指引下,我们始终坚持用先进的文化鼓舞人民,教育人民。某些时候,如果社会效益与经济效益之间出现了矛盾,我们必须把社会效益放在第一位。“惟利是图”的做法对于文化生产特别有害。文化产业的某些部门——例如,图书出版、音像制品,尤其是娱乐行业——必须坚决杜绝以低级趣味的文化产品和经营方式开拓市场,招徕顾客。

当然,确定上述这些前提并不是停止文化领域进一步改革的理由。应当认识到,文化产业与上述前提并不矛盾。坚持上述前提的同时,文化产业仍然拥有非常大的市场空间。我们要摒弃一种错误的观念:似乎只有低级趣味的文化产品和经营方式才有竞争力。文化产业的真正出路应当是创新的理念、高科技和优质的服务。必须形成文化产业与先进文化之间相互促进的良好条件。这个意义上,我们有必要明确以下几个观念:

第一,文化产业的机制有利于先进文化的传播。文化产业所采用的市场运作手段将形成多门类、多层次、多类型的文化生产和服务体系,使先进文化的传播更为广泛,更有活力。

第二,文化产业有助于文化领域加强自身的造血功能。引入产业机制之后,文化领域将从市场上获得生机和充足的发展后劲。实现稳定的自我积累和扩大再生产机制。

第三,文化产业的发展将破除文化机构一律由国家政府无条件地养起来的观念,建立文化领域与市场之间的联系。同时,文化管理也将从行政管理的模式逐渐转变为法制手段和市场调控。

当然,强调发展文化产业的时候,我们不能忽略文化建设之中存在的复杂层次。文化产业的特点是通过市场运作获得再生产的资金。但是,迄今为止,某些文化门类无法直接进入市场,通过市场回报产生良性循环。自然科学的基础研究,一些人文学科或者社会科学的学术研究,一些公益型的文化机构——譬如图书馆、博物馆、展览馆、科技馆等——都不可能直接赢利。但是,这并非意味着这些文化门类没有价值。一本高质量的学术著作难以在市场上和通俗小说、流行歌曲竞争,但是,它仍将对专业工作者或少数读者、观众发生深刻的影响。正是通过专业工作者和少数读者观众,这些作品的内涵和精髓才间接地传入更为广大的社会层面,产生种种启蒙式的作用。这是文化传承之中的一种特殊方式,也是“公益”的基本涵义。如果强行要求所有的文化门类按照文化产业的方式运行,那将损害文化的基础性建设。另一方面,对于某些濒临消亡的传统文化品种,政府必须拨出专项经费加以保护,从而维持文化生态的平衡。总之,能够进行文化产业改造的文化门类,一律面向市场;真正公益型的文化机构,政府出资维持和发展。这不仅可以减轻政府的负担,同时也会改变经费划拨之中“普降甘霖”的模式,有钱用在刀刃上。

近现代以来,中西文化的交融、竞争、互动持续不断。19世纪中叶以来,为了救亡图存,一大批先进的知识分子走出国