



面向2020， 中国文化产业新十年

向勇◎主编

- ◎顶级专家 Famous Experts
- ◎权威观点 Official Views
- ◎领域广泛 Various Fields
- ◎声音多样 Diverse Insights

PKU Forum: Prospects for
2020, A New Decade of
Chinese Cultural Industries



主编简介

向勇，北京大学文化产业研究院副院长，国家文化产业创新与发展研究基地副主任、北京大学艺术学院副院长，副教授，管理学博士，英国剑桥大学Judge商学院访问学者。

1977年生，四川宣汉人，北京大学哲学学士、辅修经济学，文学硕士，管理学博士。2003年留校任教，多次赴美国、英国、澳大利亚、韩国、日本和中国台湾地区、香港地区进行学术交流和访问研究。国家扶持动漫产业发展部际联席会议专家委员会委员，文化部网络游戏内容审查专家委员会委员，北京市文化创意产业发展专项资金专家评审委员会委员，北京市西城区社会科学界联合会副主席。

主要研究领域为文化产业、艺术创意管理、人力资源开发与管理等。著作成果：《创意与管理》、《区域文化产业研究》、《文化产业人力资源开发》、《创意城市发展研究》。担当第十一届国家“五个一工程奖”电影《孟二冬》总制片人、出品人。先后在《学术月刊》、《北京大学学报》、《中国行政管理》、《人民日报》、《光明日报》等国家核心报刊发表论文数十篇，参与和主持中宣部、国家发改委、国家文化部委托的研究课题和地方文化产业规划项目数十项。

《北大讲坛：面向 2020，中国文化产业新十年》

编委会

主 编

向 勇

执行主编

范 颖 钮沐联

策 划

陈黎明 左艳荣

指导专家（排名不分先后）

陈少峰 彭吉象 彭 锋 邓丽丽 王齐国 周庆山
喻文益 王筱芸

编 委（排名不分先后）

刘结成 薛 旻 唐金楠 王莫柔 刘 静 肖怀德
修 菁 汪 卷 魏轩韬 高晨昱 杨 静 李晓唱
张 慧 游惠媛 刘冠德 王黄典子 欧阳天 万永婷
杨玉娟 刘家玮

目 录

第一篇 主论坛：面向 2020——中国文化产业新十年 / 1

- 文化“走出去”的三个问题 / 3
- 新时期文化产业发展的三个重点 / 9
- 文化产业发展面临的四个战略性问题 / 14
- 数字化时代的文化产业发展路径 / 19
- 文化产业强国的模式与对策 / 25
- 从文化记忆到文化愿景 / 31

第二篇 文化贸易论坛：中国之梦——民族传承与国际视野 / 35

- 打造文化品牌，系列文化品牌才能形成文化强国 / 37
- 中国传统文化资源的现代性转换 / 41
- 旅游立市，文化强市 秦皇岛全力推动文化产业发展 / 49
- 完美时空网络游戏海外营运策略分享 / 53
- 构建中国文化贸易发展的大平台 / 59
- 华文媒体全球化的回顾与前瞻 / 65

第三篇 出版论坛：蓝海之光——资本时代与数字变革 / 71

- 中国出版产业的回顾与前瞻 / 73
- 探索、摸索、求索 数字化出版服务的再思考 / 78
- 出版转型的路径选择与资本的力量 / 86



- 中国数字出版产业十年变化与畅想 / 92
网络环境下的版权授权模式：保护与分享 / 102
中国数字出版的明天 / 112

第四篇 金融论坛：资本之翼——金融政策与产业振兴 / 121

- 构建文化产业投融资体系，推动文化产业发展繁荣 / 123
完善投融资的服务体系 / 128
传媒行政垄断使得资源难以有效整合 / 134
建立文化与金融的财富平台 / 140
将文化产业中小企业这个命题做好 / 145
从政策、产业、金融看文化产业发展 / 150

第五篇 园区论坛：问计创意——园区建设与产业动力 / 155

- 关于文化产业园建设的三点思考 / 157
文化园区的文化价值与政策思考 / 163
全产业链的文化产业集聚园 / 168
深入认识中西部地区文化产业示范园区建设的价值和作用 / 174
做中国最好的园区运营商 / 177

第六篇 文化遗址论坛：融合创新——遗址保护与持续发展 / 185

- 旧城改造应把功能性和表现性价值相结合 / 187
历史的足迹 / 191
文化资源的选择和利用 / 194
圆明园遗址的多元价值与多重身份 / 200
以科学发展观提升大遗址保护利用水平 / 203
文化遗产保护：警惕文化产业开发中的唯 GDP 现象 / 208
文化资源：会馆群的保护和开发 / 213
城市化浪潮中的大遗址保护与发展 / 216

第七篇 学科论坛：创意管理——学科建设与人才培养 / 221

文化产业学科体系建设的思考 / 223

文化产业学科建设的三个层次 / 228

高校文化产业人才培养现状与改进的思考 / 232

从梅迪奇效应谈创意领导人才的养成 / 239

文化热已经开始走向反文化 / 244



前 言

中国文化产业历经过去十余年发展，由萌芽渐至成熟。在过去十年，中国文化产业发展的重点，主要是解决市场化的问题，包括进行文化体制改革、文化事业单位转企改制、市场主体的培育等。随着2009年《文化产业振兴规划》的颁布，文化产业上升为国家的战略性产业，在下一个十年，中国文化产业的主要问题将是如何通过更多的力量和更好的途径，把中国文化产品推向国外市场，在扭转文化贸易逆差的同时增强中国的文化软实力，即解决中国文化的国际化问题。

中国文化产业未来十年，既是中国文化产业依托“十二五”规划蓝图实现自身发展的十年，也是为到2020年实现全面建设小康社会的伟大目标而奋斗的重要十年。如何把握这“黄金十年”，加快我国文化产业的发展，值得深思和探讨。

2011年1月，第八届中国文化产业新年论坛在北京大学召开，以“面向2020：中国文化产业新十年”为主题，重审中国文化产业建设至今的历程与现状，展望中国文化产业下一个十年的发展蓝图。在论坛上，十一届全国人大常委会副委员长严隽琪、十一届全国政协副主席郑万通、北京大学文化产业研究院院长叶朗等政府官员与专家学者发表了重要讲话，与八百余名国内外嘉宾共议中国文化产业下一个十年的发展蓝图，展望文化传承、产业振兴和对外文化交流的趋势和前景。

除此之外，本届论坛还分设了“蓝海之光——资本时代与数字变革”、“问计创意——园区建设与产业动力”、“融合创新——遗址保护与持续发

展”等主题论坛，就文化产业的几个热点领域和前沿话题进行了深入的交流和研讨：

“中国之梦——民族传承与国际视野”主题论坛针对蹒跚学步的中国文化产业如何在一个文化多元、产品多样、流通渠道日益全球化的新时代参与竞争，如何在现代文明的基础上传承中国文化，生产富有竞争力和市场魅力的文化产品，如何开拓国际文化市场，改善并扭转我国对外文化贸易的失衡状况等热点话题展开了讨论。中央电视台新科动漫频道运营总监杜刚、北京完美时空网络技术有限公司副总裁刘航等分别发表了观点。

“蓝海之光——资本时代与数字变革”主题论坛关注“后转企改制时期”的中国出版业的两大热点：资本融合与数字出版。伴随着几家出版集团成功上市融资，一些翘楚民营出版企业也得到了出版集团的投资或者股权基金的青睐。金融资本的加盟为传统出版带来了哪些改变，它能否成为出版业转变企业经营方式的助推器？数字出版蓬勃发展的背后又有哪些隐患，它何时能占据中国出版业的半壁江山？中共中央宣传部出版局副局长刘建生、北京方正阿帕比技术有限公司副总经理彭云飞、北京大学法学院教授张平等官、产、学界的代表汇聚燕园展开讨论。

“资本之翼——金融政策与产业振兴”主题论坛分析了《关于金融支持文化振兴和发展繁荣的指导意见》、《关于金融支持文化出口的指导意见》等一系列战略举措给处于大发展时期的中国文化产业资金困局带来的希望曙光。中华人民共和国文化部文化产业司副司长李小磊、北京市文化创意产业促进中心主任、中共北京市委宣传部副巡视员梅松等为在场嘉宾解读了金融政策为产业带来的助力。

“问计创意——园区建设与产业动力”主题论坛反思了各地掀起城市建造和改造创意产业园区的热潮中出现的一些问题，探讨了园区如何规划和定位才能实现创新引擎与“孵化器”的重任，以及社会资本和创意人才如何参与到园区建设中并有机结合。中华人民共和国文化部文化产业司司长刘玉珠、武汉大学国家文化创新研究中心主任傅才武等嘉宾发表了主题演讲。

“融合创新——遗址保护与持续发展”主题论坛探讨了日益汹涌的城市化浪潮对遗址资源的建设性破坏，同时，当前遗址保护与开发领域理论研究成果的严重不足已经导致遗址的保护开发与国家建设的高速发展不相

适应。文化遗址作为中华民族优秀文化不可复制的有形遗存，应当如何保护并通过产业化的开发找到可持续发展的模式？北京市文物局局长孔繁峙、圆明园管理处主任陈名杰、大明宫国家遗址公园建设总指挥周冰等嘉宾畅谈了自己的思考与探索。

“创意管理——学科建设与人才培养”主题论坛上，来自国内众多高校的专家学者齐聚一堂，分析了人才流动体制、跨界人才的培养等问题。

为了让更多的读者能够感受到北大讲坛的魅力，分享此次论坛的思想闪光点，我们将专家学者们的精彩演讲和学术论文结集成册，形成“文化产业前沿报告”系列丛书之六——《北大讲坛：面向2020，中国文化产业新十年》。这本书秉承了前沿报告思想前瞻、语言生动的编辑思路，真实地呈现了来自学者的思想之光和实践者的经验之谈。我们希望这本书的出版，能从不同角度反映中国文化产业发展现状与未来机遇，希望能给渴望了解或有志于从事文化产业的人士以有益的启示。

在本书的编辑中，我们要感谢所有讲稿的演讲者和论文的写作者，没有他们的慷慨赠予和分享，本书就不会拥有这些充满智慧和启迪的文字；还要感谢研究院的同事范颖以及李晓唱、王黄典子、张慧、游惠媛等研究生在前期稿件整理中付出的辛勤努力。最后，我们还要感谢金城出版社的领导以及陈黎明先生为本书的最终出版所做的大量工作。

由于时间的仓促和编者水平的有限，本书的内容整理以及整体的编撰工作必定存在诸多的问题，希望得到所录者的原谅，也诚挚地希望广大专家、读者能够提出宝贵的意见和建议。我们的联系方式：ici@pku.edu.cn。

编者

2011年4月

第一篇 主论坛·面向2020——中国文化产业新十年

文化“走出去”的三个问题

演讲者：严隽琪，女，汉族，1946年8月出生，江苏苏州人，民进成员，1967年9月参加工作。丹麦技术大学海洋工程系毕业，研究生学历，工学博士学位，教授。十一届全国人大常委会副委员长，民进中央主席，中央社会主义学院院长

中国文化产业新年论坛创办至今，已经成为政府和学界沟通交流的高层次国际学术论坛。本届论坛以“面向 2020：中国文化产业新十年”为主题，重审中国文化产业建设的历程与现状，展望下一个十年的发展。

近年来党和国家对文化建设高度重视，始终将文化建设摆在重要的位置上。今天，我从中国民主促进会的角度来做发言。有很多文化界的专家与学者，与文化的渊源很深，为推动社会主义文化大发展、大繁荣作出了贡献，体现了我们党派的特色。近年来，我们陆续就民俗民间文化、文化体制改革、文化产业发展、社区文化建设和公共文化服务体系建设等问题开展深入调查研究，积极建言献策，开展社会服务。比如，2006年，我们赴浙江就促进我国文化体制改革和产业发展进行了专题考察；2007年，我们在云南就社区文化建设进行了专题考察。今天，将我在这些工作中所获得的一些认识在这里跟大家交流。

大力鼓励文化产品出口，参与国际文化市场竞争

统筹国内国际两个大局的要求，是中国进一步发展的重要战略决策，近十年来社会各界就这一点取得了共识。“走出去”首先是在经济领域提

出的一个战略，最早明确提出是2000年10月召开中共十五届五中全会。在此次全会上通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十个五年计划的建议》中明确提出：“实施‘走出去’战略，努力在利用国内外两种资源，两个市场方面有新的突破。”

经济领域“走出去”战略的推进无疑将波及、扩大到文化领域。中国文化走出去如同中国经济走出去一样，都是中国国家利益的现实要求。在经济全球化浪潮澎湃之际，中国要屹立于世界民族之林，就一定要推动中华文化更加主动地走出国门，进入国际市场，将一个发展的中国、开放的中国、文明的中国的全新形象展示给世界；以中国文化对世界的新贡献维护人类文明的多样性，促进不同文明、不同社会制度和发展道路的国家相互交流，取长补短，和谐共处，这是中国进一步发展的重要战略抉择。

对此，党和国家领导有着清晰的思路。2003年12月，胡锦涛总书记在全国宣传思想工作会议上的讲话中指出：“大力发展涉外文化产业，积极参与国际文化竞争。”2004年9月，中共十六届四中全会通过的《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》提出：“推动中华文化更好地走向世界，提高国际影响力。”2005年10月，中共十六届五中全会通过的《关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》中再次强调：“积极开拓国际文化市场，推动中华文化走向世界。”

2009年7月，国务院常务会议讨论并原则通过了《文化产业振兴规划》，是新中国成立60年来第一次对文化产业做出的规划，它的发布表明文化产业作为国民经济新的重要增长点，已经上升到国家战略层面，标志着文化产业发展进入了一个新的阶段。可以说，这在中国文化产业发展的历程中，具有里程碑意义。也是在这一年里，文化部联合商务部、广电总局、新闻出版总署等部委，出台关于进一步支持文化出口和出台企业的重点指导意见，文化产业成为我国新经济增长点。同时，文化体制改革深入推进，使文化生产力得到进一步释放，通过推进公益性文化事业单位改革、文艺演出院团体体制改革、出版发行体制改革，推进文化资源整合，加快国有经营性文化单位转企改制的步伐，培育具有活力的文化市场主体，促进政府职能转变，形成有利于文化发展的体制环境。这一切都进一步增强了我国文化产业发展的后劲和整体实力，使经营性文化产业占国民经济比重明显增大，国际竞争力逐步增强，为推进文化企事业单位走向国际市



场创造了良好的环境。

2011 年是中国加入 WTO 十周年，也是“十二五”规划的开局之年，中共中央关于“十二五”规划的建议提出，在推动文化产业成为国民经济支柱性产业的基础上，加强对外宣传文化交流，创新文化“走出去”模式，增强中华文化的国际竞争力、影响力。这与十年前的情况相比，今天的中国文化“走出去”，正在逐渐承担起全球性背景下大国文化活力的先锋使命。这一使命要求中国文化“走出去”战略的实施，在“十二五”期间有跨越式发展和超越性突破。改革开放三十多年的历程，中国文化“走出去”从跨入国际舞台，呈现亮点，到形成规模，有所影响，现在应该进入打造品牌、讲求效益、进行长远规划的新阶段。在这个阶段，我们要重点加快推进文化企业“走出去”，借鉴和利用国际通行的商业模式和渠道，加强对两个市场、两种资源的统筹协调，政府推动与企业市场化运作的统筹协调，对外文化交流与对外文化贸易的统筹协调，要进一步完善文化产品出口和文化服务出口的资金补助、出口奖励、税收减免等政策。鼓励中国文化企业在境外兴办实体，推动海外文化阵地的本土化。做到这一点，要实现国际化，创造一个良好的政策制度环境。如何培育这样一个好环境？怎么才能使国家层面的一系列政策落到实处，需要我们认真的面对和研究。

中国文化“走出去”的三个问题

在这里，想就三个亟待解决的问题和大家交流感受，分别是“走出去做什么”、“什么应该走出去”以及“怎么走出去”。

第一个问题，“走出去做什么”。这是中国文化走出去实现跨越式发展需要解决的首要命题。

对这个问题的回答，需要我们对当今世情与国情做全面的了解和深入的把握。一方面，当今世界正处于全球性深度调整和转型的变革期，金融危机、能源资源问题、气候变化、粮食安全、公共卫生、重大自然灾害等各类全球性重大挑战和威胁凸显，在这些关于未来人类命运和世界发展的问题上各种类型的价值观交锋深刻复杂，在新的时代条件下，“国际话语权”的竞争日益走到综合国力竞争的第一线并扮演起战略主导的角色；另一方面，中国形象和地位正在发生深刻的变化，我国以令人惊叹的经济增

长赢得世界瞩目，但部分西方发达国家对中国特色社会主义道路由来已久的误读仍难消除，“中国经验”背后的文化价值观在世界范围内的认知度和认可度快速增加的同时仍面临建构国际话语权的重任，而“中国文化走出去”是这一使命责无旁贷的主要承担者之一。

纵观当今国际文化的战略竞争，已不仅是文化产品、企业实力和产业水平的竞争，更高层次也更为核心的是以文化制度理论、制度模式及相关文化法律体系为表现形式的文化话语权的竞争。回望十年来中国文化“走出去”与“引进来”的历史征程，在至今仍未扭转的文化贸易逆差之外，在伴随可口可乐、好莱坞电影等文化产品对不止一代人文化价值观的巨大影响之外，更值得关注与思考的，是我们对既有国际文化市场规则突破、创新和超越的努力直至日前近乎空白。面对新一轮的发展周期，面对当前形势下巨大的国际文化新秩序和国际文化产业制度创新机遇诸多挑战和机遇，“中国文化走出去”战略的深入实施必须完成从加强对外文化交流，扩大对外文化贸易到为中国文化价值观在全球舞台争得一席之地并争取占据主动地位的跨越，全方位建构中国文化的话语权，提升国家软实力和国际影响力，在全球文化竞争的舞台上建树中国经验、中国观念直至中国标准。

第二个问题，“什么应该走出去”。这是中国文化走出去实现跨越式发展需要把握的战略重点。

一直以来，关于传统文化走出去还是文化传统、当代文化走出去，文化价值走出去还是文化产业、文化产品走出去，精神文化走出去还是制度文化、器物文化走出去，先进文化走出去还是“有市场的”文化走出去的争论始终伴随“文化走出去”战略的实施。回答这些问题，深刻地关涉到对文化概念的理解。理论上说，文化产业结构的各个层次的产品和服务都可以走出去，都应该服务于国家文化走出去战略，但有必要对各个层次的文化产品和服务对于国家战略的贡献，做出正确的估量，否则，容易根据文化产业的总产值和贸易额的快速增长，而错误地判断文化走出去战略推进的形势，战略实施的效果，相关政策的有效性。

从以往“文化走出去”的实践来看，在对外文化交流、对外文化贸易领域都不同程度地存在着对以“中国特色”、“有吸引力”为标签的传统文化的偏重，对当代中国精神，尤其是改革开放30多年来“中国故事”背

后的中国精神、独特价值的反映与呈现则相对较少，“中国威胁论”、“文化赤字”现象的存在折射出当代中国文化价值在“走出去”战略中的短板问题已经影响到中国文化国际竞争力的提升。

今天，面对一个文化多元、产品多样、流通渠道日益全球化的新时代，我们需要在现代文明的基础上传承中华文化，生产富有竞争力和市场魅力的文化产品，更需要以与时俱进的文化价值观与国际社会进行广泛而深入的对话。这就需要未来“文化走出去”完成从文化产品走出去到文化价值尤其是当代中国文化价值走出去的跨越，对未来“走出去”的内容的合理性、全面性、针对性做战略规划，并围绕这一战略的实施制定相应的配套政策。

第三个问题，即“怎么走出去”。这是一个系统的课题，也是一个需要时刻研究的动态课题。这里，结合我们在调研中遇到的情况，简单谈几点建议：

第一，正确处理文化走出去战略与国内文化建设的关系，在“十二五”规划中明确实施文化走出去战略的重点安排。在充分考虑国际文化市场的需求和国内文化资源优势、人才优势、技术优势的基础上，明确战略重点，进而集中优势企业，抱团走出去，实现重点突破。此外，还可以尝试制定文化走出去战略的区域发展规划，以充实文化建设十二五规划。

第二，加强国家与地方的上下联动。国家层面掌握着开展对外文化交流的优势渠道和广阔平台，而地方则拥有丰富的文化资源和文化产品。加强国家和地方两个层面的联动，实现上下联动、优势互补。

第三，进一步完善、配套文化出口扶持政策。建议在认真落实现有各项发展文化产业、支持文化“走出去”政策的基础上，完善支持文化产品和服务出口的政策文件，尽快形成有利于对外文化交流和贸易的配套性政策体系。

第四，加大对文化出口企业的服务力度。建议建立由文化、广电、新闻出版、商务、外宣等部门组成的文化产品和服务出口贸易协调机制，充分发挥各部门优势，整合各方资源，为文化企业“走出去”提供服务。

第五，加快文化走出去复合型人才的培养。建议加快文化外贸人才培养和输送；加强在职培训和继续教育，提高对外文化工作者和文化企事业单位经营管理人员的综合素质和业务水平；通过多种方式、多种渠道，有

计划、有步骤地吸引一批国外高端文化人才。

当前及未来一段时期，中国文化走出去仍将处于探索和培育的阶段。一方面，我们要看到推进文化走出去是一个长期的任务；另一方面，中华文化具有强大生命力和走向世界的光明未来，新一轮的发展周期为“对内要有凝聚力和崇高的价值取向，对外要有感召力和伟岸的精神魅力”的中华文化提供了广阔的发展空间。

我们希望：中国所倡导的“和而不同”、“和为贵”的理念得到世界的理解与认同，中国与世界各国的文化关系更加紧密，在国际文化事务中的作用更加突出。这样的论坛会为我们 2011 年的工作起了一个良好的开端，我希望能和在座诸位一起努力，总结成功的经验，研究存在的困难、不足及其产生的原因，探索解决的思路与方法，为中国的社会主义文化事业尽绵薄之力。