

图书在版编目(CIP)数据

文化产业 兰州论剑:中国民间文化艺术产业建设研讨会论文集/白庚胜,许柏林主编.——北京:民族出版社,2006.4

(中国民间文艺家协会学术丛书/冯骥才,白庚胜主编)

ISBN 7-105-07641-0

I. 文… II. ①白… ②许… III. 民间文化-产业-中国-学术会议-文集 IV. G122-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 034150 号

文化产业 兰州论剑

——中国民间文化艺术产业建设研讨会论文集

主 编:白庚胜 许柏林

执行主编:吴 薇 王登勃

责任编辑:罗 焰 尹 俊

封面设计:吾 要

民族出版社出版发行

(北京市和平里北街 14 号 邮编 100013)

<http://www.e56.com.cn>

北京绿冬青文化传播有限公司微机照排 迪鑫印刷厂印刷

各地新华书店经销

2006 年 4 月第 1 版 2006 年 4 月北京第 1 次印刷

开本:787 毫米×1092 毫米 1/16 印张 21.5 字数:500 千字

印数:0001—1500 册 定价:58.00 元

该书如有印装质量问题,请与本社发行部联系退换
(汉文二编室电话:64228001;发行部电话:64211734)

目录

Contents

序 覃志刚 1

研讨会领导讲话

具有时代内涵的沉重使命

..... 中国文联书记处书记 冯 远 1

关于发展我国文化产业的指导思想与基本思路

..... 文化部文化产业司司长 王永章 5

民间文化产业建设的有关问题——在中国民间文化艺术产业建设研讨会上的讲话

..... 中国民间文艺家协会常务副主席、分党组书记 白庚胜 16

在中国民间文化艺术产业建设研讨会开幕式上的讲话

..... 中共甘肃省委宣传部副部长 张瑞民 22

在中国民间文化艺术产业建设研讨会闭幕式上的讲话

..... 甘肃省文联副主席、党组书记 冯树林 24

在中国民间文化艺术产业建设研讨会闭幕式上的讲话

..... 中国民间文艺家协会党组成员、副秘书长 黄美荣 27

研讨会论文(按音序排序)

从娜仁图雅蒙古民族服饰企业的崛起看民间文化艺术产业的发展

..... 白金昌 34

民间文化遗产的抢救与开发 曹保明 38

培育发展少数民族贫困地区文化产业建设的几点思考

..... 陈元龙 44

民间文化产业发展思路之我见

..... 邓光泉 50

重视地域文化的认定、发掘与保护——房陵文化圈启示录	傅广典 57
加强民间文化艺术产业建设必须注意的几个问题	冯树林 63
特色文化是旅游服务的灵魂	尕藏桑吉 66
走向产业化的“山西锣鼓”	韩起祥 69
打造丽江木府 弘扬民间文艺——丽江古城博物院发展文化产业的实践和思考	和福兰 李文晓 张继云 74
对民间文化产业化建设的若干思考	胡 颖 王登渤 80
粤韵又何难？——以粤剧《六国大封相》作为启蒙	黄大钊 85
关于广东文化产业现状和发展的思考	黄健平 90
关于民间文化产业化的三点思考	柯 杨 95
活着的文明 待兴的产业——福建土楼文化及其产业化	赖 琳 林春香 100
庆阳民间艺术产业的实践与思考	李建荣 110
“通渭现象”及其产业化发展的思考	李丽娜 123
广东凉茶的前世今生——从凉茶的申遗成功谈民间文化产业的发展	刘向阳 袁 晋 133
由二人转的变形谈民间文艺产业的与时俱进	刘 强 137
科学地研究与保护风水文化	鲁承发 142
非物质文化遗产的物质传播——民俗精华与现代文明结合的思考	陆穗岗 149
发展城市文化产业体系的思考	缪 力 156
节庆展销·会议评介·旅游推助——甘肃民族民间文化艺术产业及其产品开发	马自祥 173

关于实施非物质文化遗产保护工程的若干思考	彭金山	180
马扎·胡床·太师椅——传统坐具的发展与展望	庆振轩 张馨心	187
浅论甘肃民俗文化旅游产业的开发与创新	孙立群	192
中国唐卡艺术的抢救与保护	索南多杰	199
浅谈民间文化的产业保护	谭白薇	208
黑龙江省民间工艺产业化初探	王益章	214
试论关陇地区民间文化艺术产业建设问题	王知三 王莲喜	219
浅析商丘火文化与产业的发展	吴楠	227
民间产业化的经济人类学的思考——政府导向与市场导向的双维度结构	刘文江 武文	235
试论社会与和谐社会建设的理论要点	许柏林	243
守望民间,发展特色文化产业——纳西族东巴文化保护与发展个案研究	杨海涛	251
阿坝藏族羌族自治州文化产业发展状况及对策研究	杨文健 庄春辉	259
从香港的老字号说起——漫谈民间文化产业的传承	袁晋	269
香包民俗产业为民间文化开辟了广阔前景	姚自昌	274
广灵剪纸在文化产业中的作用和地位	张多堂	279
湖南民俗文化旅游资源及其开发利用	张劲松	283
民博会——长春文化产业发展的新品牌	张守智	287
打造中国传统情人节——七夕的文化内涵及其现代观照	张馨心	293

民间文化与旅游及其产品开发	张鹏宇	301
思考与方略——中国民间文化产业发展实战论	赵剑文	307
大九寨国际旅游区民族民间文化遗产保护利用的价值及对策	郎建扎西 杨文建 庄春辉	314
对培育发展文化产业的几点思考	张改琴	324
后 记		331

序

由中国民间文艺家协会组织编撰的《文化产业——兰州论剑——中国民间文化艺术产业建设研讨会论文集》即将出版。这为探索民间文化艺术产业发展做了一件好事，一件实事。我谨致以衷心祝贺！

20世纪70年代，美国哈佛大学著名学者丹尼尔在《后工业社会的来临》一书中提出文化产业的概念之后，随着世界经济的迅速发展和社会文明的不断进步，文化产业在经济发达国家已经成为推动社会经济发展的重要产业，并且在其社会经济结构中形成了支柱产业的态势。20世纪90年代初，世界经合组织在提出“知识经济”的概念与定义之后，很快将文化产业纳入到知识经济领域中。随着“知识经济”理论与实践的不断升华与深入，文化产业在人类物质文明与精神文明建设中所发挥的作用越来越令世人关注，并被视为知识经济时代社会发展的动力。在我国，随着文化体制改革的深入进行，对文化产业所进行的理论探讨和具体实践正在不断深化。作为中国文化产业重要组成部分的中国民间文化艺术产业，虽然尚处于起步阶段，但也以其深厚的资源和巨大的发展潜力为世界所关注。

在这本论文集里，辛勤耕耘在民间文化艺术领域并颇有收获的专家学者和企业家们围绕中国民间文化艺术产业的发展趋势、传承与保护，以及民间文化艺术产品的开发、设计、生产、经营等议题进行了深入研讨。其中，既有理论阐述，也有实践总结；既有宏观论述，也有微观洞察；既有

对过去的深刻反思,也有对未来的细致筹划。作者们或高屋建瓴,或从微见著,从不同的角度和侧面反映出当前民间文化艺术产业理论研究和具体实践取得的成果,体现出较高的学术水平和宽阔的研究视野。我相信这本论文集的出版,对民间文化艺术产业的研究和实践将起到积极的促进作用,对广大的民间文化艺术工作者开阔思路、拓展视野会有所帮助。

大力开发民间文化艺术的产业建设,将使文化与经济互动、传统与现代互动、事业与产业互动,有利于整合资源并打通国内国际资本通道,做大做强中国民间文化产业。希望全国广大的民间文化艺术工作者在抢救和保护传统民间文化艺术的同时,对民间文化艺术的产业建设也予以高度关注,并采取积极措施,加快民间文化艺术产业建设的步伐。

中国文联党组副书记、副主席、书记处书记:



2006年4月5日

具有时代内涵的沉重使命

上的讲话

冯 远

(2005 年 10 月 15 日)

各位领导、各位来宾：

由中国文联理论研究室、中国民间文艺家协会、甘肃省文联联合主办的中国民间文化艺术产业建设研讨会今天在金秋十月的兰州，在神六登天、普天同庆的日子里开幕，这使我们的会议增添了喜庆气氛和民族自信精神，我受中国文联党组书记李树文同志的委托，代表中国文联党组对本次会议的召开表示热烈的祝贺！

本次研讨会邀请了国内外在民间文化艺术产业理论与实践方面具有重要影响及作出重大贡献的专家、企业家，共同探讨中国民间文化艺术产业的发展途径，引导我国民间文化艺术产业健康有序发展，并通过交流有关经验、加强民间文化艺术产业队伍的建设、与时俱进、开拓创新、提高水平、增强本领，从而提升民间文化艺术产业的整体规模层次和竞争力，扶持、推动全国各地、各民族民间文化艺术产业的均衡发展，走出一条中国民间文化艺术产业两个效益并举的道路。

我们知道，发展文化艺术产业在今天已经成为我国一项带有战略性的经济建设举措。近年来，在党中央和国务院的高度重视下，我国文化产业取得长足进展，多种文化艺术产业积极主动融入社会生活，成为市场经济条件下繁荣社会主义文化，满足人民群众文化需求的重要途径，也成为各地国民经济发展的新的增长点。有人说，19世纪是强权政治加军事手段的竞争时代，20世纪是经济较量和竞争的时代，而21世纪则是国际间文化竞争和较量的时代。文化，作为国家综合实力的重要部分已经走向前台，并且成为关系到国家可持续发展的潜力和助推力。

中国的民间文化艺术丰富多彩，源远流长，既是我们先辈千百年来代代相传的伟大文化遗产，也是当代中国人民活的文化创造和创新。民间文化有着活泼的生命力，它经过不断流传和淘洗，又不断生长出新的样式，在中国文化艺术的各种形态和门类中，民间文化占有着非常重要的部分，事实上，中国文化本身来自于民间文化。无论是民间文学、民间音乐、民间舞蹈、民间美术、民间戏曲、民间曲艺、民间建筑、民间工艺、民俗文化、民间节庆，形态多样，种类繁多；民间文化艺术是中华民族传统文化的母体，是根本、基础，也是源头。民间文化艺术是民众的文艺、来自生活原生态的文艺、民族特有的文艺，与大众生活息息相关，它得之于能工巧匠，得之一代代优秀的文化传人，它长在民间，生在田野，流传于坊间市井，犹如烂漫山花在祖国的美丽山川遍野开放。这是一笔巨大的文化资源，也是在不断流失、沦丧着的文化记忆，我们的使命就是要积极贯彻落实党中央、国务院提出的关于民间文化艺术的十六字方针，做好挖掘、抢救、保护、继承、弘扬和合理开发利用民间文化艺术的工作。

作为中国文联团体会员的中国民间文艺家协会，成立于20世纪50年代初，成立伊始中国文联主席郭沫若同志就同时兼任中国民协主席。半个多世纪以来，中国文联、中国民协以及有关文艺家协会为中国民间文化艺术的抢救和保护、搜集和整理、

出版和研究、继承和弘扬做了大量卓有成效的工作,取得了举世瞩目的成就。中国各民族的神话、史诗、歌谣、谚语、传说、故事等民间文学作品得到全面调查,民间文化研究跻身国际学术前列,民歌民乐、民间戏曲、民间舞蹈也获得了空前的文化地位,中国曲艺家协会、中国杂技家协会的成立更使这两类民间艺术从民间一跃而入艺术圣殿。进入 21 世纪以来,中国文联与文化部、国家民委等联合开展了中国民族民间文化保护工程,中国民间文艺家协会主持和实施了中国民间文化遗产抢救工程,在全社会再次引起广泛关注。中国民协主持的抢救工程已经在全国展开,并且获得了大量有价值的成果。这些年来,随着改革开放的不断深入和社会主义市场经济的发展,民间文化艺术也进入了一个活跃而繁荣的时期。中国文联连续举办四年一届的中国国际民间艺术节,中国文联和中国民协联合举办了六届中国民间艺术节、举办过多次中国国际民间工艺博览会等,均取得了良好的效果;中国民协更是在民间文化艺术的各个门类、各项工作中为全方位推进民间文化艺术事业的繁荣做出了不懈的努力,取得了可喜的成绩。

但是,正如我们浩如烟海的民间文化遗产正面临急速消失的情势需要进行努力抢救和保护一样,相当多的民间艺术还处于一个自生自灭的状态,一如世界的物种每年每月每日在减少;更是由于城市化发展,大批人口进城、土地开发、建设性拆迁等等,以及当代文化的都市化、时尚化倾向,包括生活习俗潜移默化情况的越趋严峻。我们在坚持科学发展观,构建社会主义和谐社会,适应社会主义市场经济体制变革,应对如何发展文化事业和文化产业的课题方面,面临着新的任务、新的考验、新的困难和新的机遇。而在现实状态中,说是一回事,转变观念和理论认识是一回事;而具体做、如何做,又是一回事,民间文化艺术产业的开创、探索、开发、构建、完善,就是这样在一个在特定历史条件下具有时代内涵的沉重使命。

今天,民间文化艺术产业已经是我国文化产业的有机组成部分。而要发展和壮大民间文化艺术产业,就要在六个必须上认真下工夫:一,必须学习和借鉴国外文化产业和其他门类文化产业发展的成功经验;二,必须及时融入社会主义市场经济体制改革和完善的进程中去;三,必须立足民间文化艺术事业繁荣的时代背景;四,必须花大气力探索出将丰富的民间文化艺术资源优势转化为市场优势和产业优势的有效经验、方法和手段;五,必须培育和扶植一大批民间文化艺术开发的实体和有实力的企业;六,必须拥有越来越多的民间文化艺术名牌产品。但是关键是要有一批决心为发展文化艺术产业贡献智慧的优秀人才,不光要有热情、要有眼光,还要有经营运作能力,这需要几方面的人才:挖掘保护、研究需要专业人员;继承、发展、创新,让民间文化在现当代不是消极被动地停留在基本的原生态,而是像昆曲艺术那样继续有所发展提高,进而转化为产品,将可利用开发、产生效益的那部分真正有效地用市场运作方式利用起来,发展起来,形成规模效应。所有这些,还有待于我们去探索、试验和创新。参加本次会议的同志,有来自民间文化企业、各省民间文艺家协会、地方党政部门、专家学者的代表,大家共同探讨和交流发展民间文化艺术产业的实践经验和问

题,这对推动民间文化艺术产业建设将起到积极的作用。虽然民间文化艺术产业还处于起步、萌芽和草创之中,但边实践、边总结、边研究则不无意义,民间文化艺术产业的前景是可以预见和畅想的。比如,民间文化作为文化产品它所具有的直观化、符号化、象征化的特色,民间文化所拥有的巨大资源是任何一种文化形态都不可比拟的,民间文化所特有的民族性、地域性、大众性与市场的辐射度天然契合,民间文化中的节日文化、文化旅游对推动节日市场、旅游经济具有的巨大经济杠杆的功能,民间文化作品通过现代科技和产品生产线转化为现代电子、音像、图书、动漫、影视、娱乐、服装、装饰、饮食、工艺等产业产品,具有广阔的前景。当然,看到这些可能性是令人鼓舞的,但是,真正要经营发展起来,逐步做大做强,则是需要一大批有志于此的人们共同努力才能达成。又由于处于发展之中的中国人民群众的生活水平南北东西尚不平衡,受文化教育与社会发展经济条件影响,不同地区在文化观念、文化消费方面也存在差距,这必然需要一个过程,过程的长短有赖于我们上上下下各个部门的通力协作,包括文联机构、民间文艺家协会做好联络、协调、服务工作,通过有志于文化艺术产业的广大从业人员的共同努力取得成绩。总之,民间文化艺术产业和市场大有可为,可有大为。希望我们本次研讨会的成果能为方兴未艾的全国民间文化产业发展推波助澜。

祝中国民间文化艺术产业建设研讨会圆满成功!

谢谢!

关于发展我国文化产业
的指导思想与基本思路
(2005年10月16日兰州)

今天,有机会给在座的各位介绍一下有关文化产业的情况,我感到很高兴。我主要谈两个问题,一是谈谈我国发展文化产业的指导思想;二是谈谈工作中的一些基本思路。

一、发展文化产业的指导思想

现在党和国家对文化产业工作越来越重视,党的十六大提出发展文化产业的战略任务。十六届四中全会在强调不断提高党的建设社会主义先进文化的能力时,提出要深化文化体制改革,解放和发展文化生产力,促进文化事业全面繁荣和文化产业快速发展。为什么要发展文化产业,发展文化产业需要遵循哪些原则、达到什么目的?随着工作的不断深入,党和国家发展文化产业的指导思想越来越清晰,我把它归纳为五句话,即“确立两个目标、遵循两个规律、坚持两个原则、树立两个意识、达到两个目的”。

1. 确立两个目标

一个目标是满足人民群众的精神文化需求和促进人的全面发展。近几年来,文化产业在我国之所以这样热,原因很多,但主要的原因是两个,一是市场经济的不断完善,二是国家经济的迅速发展。改革开放二十多年来,我国经济持续增长。2004年我国国内生产总值为13.65万亿元,按可比价格计算,比上年增长9.5%,人均GDP达到1270美元,提前一年实现“十五”计划。按照经济学家的说法,人均GDP超过1千美元之后,城乡居民的消费结构就会发生很大的变化。现在人们用于文化教育的消费支出越来越多,这是一种历史性的进步。发展文化产业首先是满足人民群众日益增长的多样性多元化多层次的精神文化需求。无论文化产业怎么发展,利润怎么巨大,首先它的使命是为了人的全面发展。人越全面发展,社会的物质文化财富就会创造得越多,人民的生活就越能得到改善,社会就越和谐,而物质文化条件越充分,又越能推进人的全面发展。

另一个目标是努力使文化产业成为国民经济新的增长点。改革开放以来,我国所取得的巨大经济成就举世瞩目,不容置疑。但是我们应该看到,我们的经济增长很大程度上是依靠“高消耗、高排放、低效益”的粗放增长方式。正因为如此,党的四中全会强调要坚持以人为本、全面协调可持续发展的科学发展观,推动建立统筹城乡发展、统筹区域发展、统筹经济社会发展、统筹人与自然和谐发展、统筹国内发展和对外开放的有效体制机制。提出要促进结构调整,扭转增长方式。我认为,文化产业就是一种新的经济增长方式。文化产业在我国既有潜力很大的市场空间,又有众多的消费群体,基本属于“无污染、低消耗、高效益”的无烟产业、朝阳产业。日本、美国等发达国家的成功经验已经告诉我们,文化产业完全可以成为支撑一个国家经济发展的支柱产业。2002年,日本推销到美国的动画片及相关产品的总收入高达43.6亿美元,

动画片形象权收益 39 亿美元,动画片对美出口收入是钢铁出口收入的四倍。美国的文化娱乐业年收入 4000 亿美元,为美国第二大产业,仅其视听(影视和音像)产品产值在国民经济中的排行,在 20 世纪末超过航天航空业,成为第一大出口产业,每年高达 800 亿美元。日本 2001 年文化产业总值约占国内生产总值的 18.3%,成为国民经济中仅次于制造业的第二大支柱产业。韩国自称为“世界第五文化生产大国”。中央提出要解放和发展文化生产力,文化生产力就是指生产文化产品和提供文化服务的能力。去年 11 月,中央领导同志在视察深圳大芬村时说,现在看来,有三个经济增长点,一个是高新技术产业,一个是现代物流业,一个是文化产业。

2. 遵循两个规律

一是遵循社会主义精神文明建设的特点和规律。任何文化产品与精神创造都属于精神文明建设的范畴,决不能以牺牲精神文明为代价去换取一时的经济增长;发展文化产业不等于说可以牺牲文化的本质与精神的高度去迎合市场,完全由市场去决定一切。

二是遵循社会主义市场经济的发展规律。过去我们把文化艺术作为单纯的宣传教育和公益性事业看待,而对其所具有的商品属性和服务功能认识不足。现在我们认识到,文化不仅具有意识形态属性,而且具有经济属性和商品属性;不仅具有公益事业的属性,而且具有服务业生产经营的特征。注意以下三点:

第一,要增强市场意识。既然文化产业是在市场经济条件下进行的,就必须面向市场。目前,文化系统的同志往往习惯于从政治上考虑问题,不太善于从经济角度上去分析问题和研究问题,更缺乏市场观念。有的地方一说发展文化产业,只想我想干什么,我能干什么,惟独不想市场上是否需要这个什么。因此,各级领导干部要增强按市场经济规律领导经济工作的意识和能力,增强按国际通行规则办事的意识和能力,增强主要运用经济、法律手段调节经济运行的意识和能力。

第二,要提高市场运作能力。前些年,文化系统“以文养文、以文补文”,赚钱不多,教训不少。仅凭简单的情感和机关的作风,不可能搞好文化产业。有一位领导同志深有感触地说,文化人往往“一签合同就上当,一打官司就赔钱”,这个教训应该认真汲取。要大力发展文化产业,必须彻底扭转这种被动局面。要教育引导我们的干部认真学习掌握市场经济知识和经济运行规律。

第三,要加强市场管理。文化产业存在的重要外部条件是市场,文化企业只有通过市场的具体运作,实现了文化产品和文化服务的经济价值,才会有生命力。因此,四中全会强调健全文化市场体系,依法加强管理。为文化产业发展创造一个良好的文化市场环境。要加快文化产品市场和生产要素市场建设,发展市场中介组织。同时要加大文化市场执法力度,完善文化市场管理机制。对依法经营、管理规范的文化企业,给予积极支持并提供良好服务,对扰乱市场秩序的要依法处罚,形成有利于企业公平竞争的市场环境。

3. 坚持两个原则

一是贯彻发展先进文化的原则。文化产品和文化服务承载着一定的文化精神和文化传统。加入 WTO 后,由于西方国家对我国实施“西化”、“分化”的方针始终没有改变,资本主义社会所宣扬的人生观和价值观不可避免地要随着外国文化产品和文化服务的进入,而给我国意识形态带来一定的负面影响。如美国近年来一直企图通过“文化渗透”,用自己的政治理念、价值观念和生活方式影响其他国家,由于他们经验丰富,资金投入较大,加上运用大量的高新技术,他们的文化产品的娱乐性、观赏性和知识性,明显好于我们的,使我国广大消费者在欣赏的同时,思想上受到潜移默化的影响,这对我国加强对全体公民特别是未成年人的思想道德教育极为不利。

二是坚持把社会效益放在第一位的原则。在市场经济条件下,其实任何商品进入流通和消费领域,都存在两个效益问题。那么,为什么偏偏文化产业要强调把社会效益放在首位呢?因为其他商品所满足的是人们生存、生理、安全、健康等方面的需求,体现的是物质层次的社会效益,对人们的思想观念和社会意识形态影响不大,而文化产品和文化服务满足的是人们文化、精神、心理上的需求。

文化产品和文化服务只要走向市场,为大众所消费,就不可避免地要对人们的思想、意识、观念、心理、行为带来潜移默化的影响。这种影响可能是积极的,也可能是消极的。因此,文化产品的生产者和文化服务的提供者必须以对社会高度负责的态度,重视加强文化产品和文化服务所产生的正面效益,努力减少或避免文化产品和文化服务所带来的负面效益。

4. 树立两种意识

一是改革创新意识。目前,文化赖以发展的物质基础、社会环境、传播条件发生了深刻的变化,如果思想观念仍停留在计划经济条件下依靠政府办文化的基础上,将一事无成。目前文化滞后,主要是改革意识不强,安于现状,不求进取。同时,文化产业是一项全新的产业,国外的做法不能照抄照搬,前人又无成功的经验可以借鉴。只有创新才能实现文化产业快速发展,创新是文化产业发展的核心。美国的宝丽莱公司是全球最大的一次成像相机生产企业,20 世纪 70 年代股票价格曾达到 3 位数,1997 年还每股 60 美元,到 2001 年 10 月,跌到了 28 美分,到了申请破产保护的地步。原因就是缺乏创新精神,对数码时代反应迟钝。另外,文化产业本身就是一个内容产业,创新是源头。

二是求真务实意识。求真,即积极探索文化产业的发展规律,走中国特色的文化产业发展道路。务实就是不搞形式主义,不搞花架子,扎扎实实地做,实实在在地干。特别要充分考虑地区之间的文化差异和经济不平衡性,因地制宜地发展文化产业,利用当地文化资源,发展优势文化产业和特色文化产业。不搞“一刀切”,不提过高的不切合实际的指标要求,避免一个药方吃药,用一个办法来发展文化产业,做到人无我有、人有我特。甘肃庆阳香荷包做成大产业,每年 5000 多万;河南宝丰县只有 48 万人口,近年来发展民间演出,现有魔术、小品、杂技、歌舞、武术、气功等表演团体 1200

家,从业人员 5 万多人,每年外出演出收入 2.86 亿元,占当地农民人均纯收入的 70%以上,3.2 万农民甩掉了“穷帽子”;广西《印象·刘三姐》,去年 3 月 20 日正式上演,“五一”期间场场爆满,晚上 12 点排队买票,阳朔的旅游和过夜人数分别增加 11%和 16%,到去年年底接待游客 40 多万,票房收入约 4000 万元。

5. 达到两个目的

一是达到增强我国文化总体实力的目的。过去在计划经济体制下,我们只讲文化事业,现在我们讲文化建设。文化建设既包括公益性的文化事业又包括经营性的文化产业。现在强调发展文化产业,决不能忽视文化事业。十六大报告强调:“国家支持和保障文化公益事业,并鼓励它们增强自身发展活力。”同时,又提出“四个扶持重点”。从总体上看,我们国家对文化事业的投入还是偏低的。温家宝总理去年政府工作报告谈到“社会事业发展滞后”,今年又说,“社会发展中的问题突出。一些地方特别是广大农村教育、卫生、文化等社会事业需要解决的问题较多”。当然,仅仅依靠国家投入,文化建设不可能做大做强,只有大力发展文化产业才能使我国文化的总体实力得到增强。

二是达到提高我国文化产业竞争力的目的。我国是一个文化资源大国,但是与西方发达国家相比,我们不得不承认,在文化产业方面仍是一个弱国。我国文化产业基本处于起步、探索、培育、发展阶段,发展水平比较低。去年 10 月,我随孟晓驷副部长到日本访问,与四季剧团的董事长浅利庆太进行了会谈。四季剧团有 8 个专用剧场、演职人员 1100 多人。2001 年演出 3000 多场、观众 260 万人次,演出收入 189 亿日元(约合人民币 13 亿)。这是个什么概念?相当于我们全国国有和集体的 2587 家文艺表演团体,2001 年演出总收入 5.7 亿元的 2.3 倍。其成功的经验为:剧团企业化、演员专业化、演出产业化、售票商业化。而我们“政府是投资主体,领导是基本观众,获奖是惟一目的,仓库是最后归宿”。

这里我再讲一个出版业的例子。大家都知道美国出版的《哈利·波特》这本少儿读物,这本书是英国一个单亲妈妈罗琳写的。1997 年美国学者出版公司花 10.5 万美元买下此书的版权,而前三集就卖了 4.8 亿美元。美国华纳兄弟公司发现商机很好,用 50 万美元买下电影及相关产品版权,投资 1.25 亿美元拍电影,带来 10 亿美元的经济效益。前三部片子总共赚了 25 亿美元。今年 7 月 16 日,第六集《哈利·波特与混血王子》在全球发行,创出一次印刷 1080 万册、24 小时卖出 690 万册的世界记录,平均 8 秒卖一本。现在该作品全球已被译成 60 多种语言,总印数突破 2.7 亿册,在 200 多个国家发行,总共创收 30 亿美元。这就叫产业运作。中央领导同志曾在一份关于出版业情况的资料上批示:“美国是文化资源的小国,为什么其文化能输出到世界各国,而我们是文化资源大国,古代文化在东方也有很大影响,现代文化的影响力似不如古代。我想,其中有个重要原因就是,在现代市场经济形势下,文化和经济紧密融合以产业的形式迅猛发展,在这种形势下,传统的文化小国能够成为大国,传统的文化大国可能成为文化小国。中宣部、社科院要研究这种国际现象,推动人们的

思想观念与时俱进,善于通过发展文化产业加快发展先进文化,使我国成为现代文化大国。”我们只有加快发展文化产业才能尽快缩小这个差距。

二、工作中的一些基本问题

第二个部分,我想谈谈工作层面的问题。文化部在1998年机构改革时成立文化产业司。七年来,在党和国家的关怀支持下,在文化部党组的领导下,我们的工作思路越来越清楚,我也把它概括为五句话:“打好两个基础、完善两个体系、突出两个重点、打造两个平台、面向两个市场。”

1. 打好两个基础

一是理论基础。理论是行动的指南,没有理论指导的行为是盲目的。1999年和2002年,文化部依托上海交大和北京大学成立了两个国家文化产业创新与发展研究基地。上海交大和中国科学院合作,每年编撰出版一本《中国文化产业蓝皮书》,北大基地从前年开始每年出一本《中国文化产业年度发展报告》,组织各种研讨会,写入十大。

开始,人们连什么是文化产业也争论不休,现在逐步统一了认识。2003年9月4日,文化部制定下发的《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》对文化产业的概念做了界定。“文化产业是指从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业。文化产业是与文化事业相对应的概念,两者都是社会主义文化建设的重要组成部分。文化产业是社会生产力发展的必然产物,是随着我国社会主义市场经济的逐步完善和现代生产方式的不断进步而发展起来的新兴产业。”《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》,将文化产业的范围界定为演出业、影视业、音像业、文化娱乐业、文化旅游业、网络文化业、图书报刊业、文物和艺术品业以及艺术培训业等九大行业门类。

关于文化产业,世界各国的表述是不一样的。美国没有文化产业的提法,他们一般说是文化娱乐业。日本政府则认为,凡是与文化相关联的产业都属于文化产业。他们称娱乐观光业,除传统的演出、展览、新闻出版外,还包括休闲娱乐、广播影视、体育、旅游等。韩国现在称之为文化内容产业,指与文化内容产品开发、制作、生产、流通、消费有关的服务产业,包括音乐、动画、漫画、卡通、游戏、网络、手机、广播电视、电影音像等相关产业。如韩国在文化观光部中专门成立了文化产业局,该局设有文化产业政策科、出版报刊科、广播广告科、映像振兴科、游戏唱片科和文化项目振兴科等6个科。今年7月6日,韩国文化观光部部长郑东采向总统卢武铉报告了该部近日提出的韩国《文化强国2010培育战略》,提出三大目标:一是使韩国成为世界五大文化产业强国之一;二是迅速发展成为东北亚观光中心;三是跻身于世界休闲体育发达国家行列。到2010年,上述三大产业的产值要达到225万亿韩元,吸纳就业人员383万。英国称文化产业为“创意产业”,包括广告、建筑、艺术和文物交易、工艺品、设计、时装设计、电影、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件、电视广播等13个行业。