

——经济转型与创新发展论丛

江苏文化产业发展路径分析

张 敏 著

 南京大学出版社

————— 经济转型与创新发展论丛

江苏文化产业发展路径分析

张 敏 著



南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

江苏文化产业发展路径分析 / 张敏著. —南京:
南京大学出版社, 2013.11
ISBN 978-7-305-12306-1

I. ①江… II. ①张… III. ①文化产业—产业发展—
发展道路—研究—江苏省 IV. ①G127.53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 251382 号

出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093
网 址 <http://www.NjupCo.com>
出 版 人 左 健

书 名 江苏文化产业发展路径分析
著 者 张 敏
责任编辑 吉 潇 王抗战 编辑热线 025-83592193
照 排 南京紫藤制版印务中心
印 刷 南京京新印刷厂
开 本 880×1230 1/32 印张 6.75 字数 132 千
版 次 2013 年 11 月第 1 版 2013 年 11 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-305-12306-1
定 价 32.00 元

发行热线 025-83594756
电子邮箱 Press@NjupCo.com
Sales@NjupCo.com(市场部)

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

本书为作者主持完成的江苏省哲学社会科学规划基金项目（07EYB014）“做大做强重点文化企业，把文化产业培育成为江苏国民经济的支柱产业研究”、江苏省哲学社会科学重大项目重点课题（08WTA001—3）“中国特色社会主义文化建设在江苏的成功实践”、南京都市圈招标课题（2008年度）“基于微观基础的南京都市圈文化产业优化研究”、江苏省高校哲学社会科学研究重点项目（2010ZDIXM009）“江苏文化产业发展战略研究”以及江苏省文化科研项目（11YB15）“江苏文化产业品牌发展战略研究”的相关研究成果经整理汇总而成。

本书出版获得了江苏省高校优势学科建设工程项目的支持。

作者简介

张敏，1970年2月出生于上海市。1992年6月毕业于安徽财贸学院（今安徽财经大学），获工学学士学位。1992年7月至1999年8月工作于安徽蚌埠宏发大酒店。1999年9月至2001年11月就读于安徽财经大学并获管理学硕士学位。2001年12月至2002年8月工作于安徽财经大学市场营销系。2002年9月至2005年6月就读于南京大学并获管理学博士学位。2005年7月开始工作于南京财经大学营销与物流管理学院，从事教学研究工作。

引言

党的十六大以来，江苏省委省政府高度重视发展文化产业，先后组建了六大文化产业集团，出台了一系列加快发展文化产业的政策措施，江苏文化产业发展呈现出速度加快、主体壮大、集聚发展、总量不断扩增、内部结构进一步优化的态势。近年来，江苏文化产业总体规模、发展速度和发展潜力均居全国前列。江苏动漫游戏业、演艺业、工艺美术业、影视业等优势门类依靠科技创新和重点扶持优势彰显，发展加快。2010年，江苏动漫游戏产业继续位居全国第一、江苏广电集团收入跃居全国省级台第一、江苏新闻出版业营业收入约占全国新闻出版产业的十分之一。2010年，江苏文化产业增加值达到1385亿元（含个体），文化产业连续多年保持30%左右增幅，高于GDP和服务业增速，江苏文化建设已在全国形成率先发展的势头。预计到“十二五”末，全省文化产业总收入超过1万亿元，增加值占GDP比重超过6%，其中新兴文化

业态在文化产业中的比重达 60%，文化产业将成为江苏国民经济的支柱产业。

2010 年，江苏省国民生产总值（GDP）达到 40516 亿元，仅次于广东 45963 亿元位居全国第二。但与江苏的经济总量相比，江苏文化产业所占比重较小，对国民经济的贡献水平偏低，与江苏经济总量在全国的地位相比极不相称。2010 年，在人均 GDP 超过 5000 美元的 10 个省市中，江苏文化产业增加值占 GDP 的比重为 3.34%，位于北京（13.5%）、上海（9.6%）、广东（6.4%）、福建（4.2%）、浙江（3.8%）、山东（3.7%）等省市之后，位列第 9，文化产业尚未成为江苏国民经济的支柱产业。目前国内已有北京、上海、广东、湖南、湖北、云南 6 个省市文化产业增加值占 GDP 比重超过 5%。同时，我省知名文化企业和驰名商标少，文化产品和服务的市场竞争力还不强。截至 2008 年，文化部命名三批国家文化产业示范基地共 134 家，我省仅有 6 家企业入选国家文化产业示范基地，其中江苏六大文化产业集团仅占 2 家，而北京和广东则分别有 10 和 12 家重点文化企业入选，差距显而易见。此外，在世界品牌实验室公布的 2011 年中国 500 最具价值品牌（传媒行业）名单中，北京和广东分别有 18 家和 9 家文化企业上榜，品牌价值总额分别达到 2131.77 亿元和 707.04 亿元，我省

只有广电集团、扬子晚报（新华日报报业集团）和凤凰传媒集团三家文化企业入选，品牌价值总额仅为234.25亿元。

文化产业的迅速发展是经济社会发展的必然结果。从世界范围看，文化产业在经济发展中的地位越来越重要，它已成为世界经济中的支柱产业之一。数字技术的崛起，传播媒介的高速发展和信息时代的来临，为文化产业突破传统模式的全新超速发展提供了技术平台，使得文化产业的发展前景更为广阔，使文化产业具有了经济力、科技力的属性，成为社会生产力中的一个重要组成部分。文化与经济和政治相互交融，在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出。

从我国的具体情况来看，近些年来文化产业发展较快，但总体发展水平仍然较低，突出表现在文化产业发展规模小，科技含量少，竞争力差，市场机制不健全，市场对文化资源的基础配置力较弱，文化要素市场流通不畅，文化资源没有得到充分有效的利用，不能很好地满足人民群众日益增长的精神文化需要。因此，我国文化产业的发展水平还不高、活力还不强，与人民群众日益增长的精神文化需求还不相适应，与日趋完善的社会主义市场经济体制还不相适应，与现代科学技术迅猛发展及广泛应用还不相适应，与我国对外开放不断扩大的新形势还不相适应。党的十八大明确提出，要坚持把社会效益放在首

位、社会效益和经济效益相统一，促进文化和科技融合，发展新型文化业态，提高文化产业规模化、集约化、专业化水平，推动文化事业全面繁荣、文化产业快速发展。而预计到“十二五”末，我国文化产业增加值有望占 GDP 的 5% 左右，届时，文化产业将成为国家支柱性产业。因此，作为 GDP 全国排名第二的经济大省，江苏文化产业的发展目标不能仅仅局限于成为国民经济支柱性产业，而应在此基础上，推动文化产业实现跨越式发展，使之成为新的经济增长点、经济结构战略调整的重要支点、转变经济发展方式的重要着力点。简言之，从江苏建设文化强省的总体要求和长远目标出发，对江苏文化产业发展现状及影响因素进行研究，具有重要的理论和现实意义。发展文化产业，是繁荣先进文化、建设和谐文化、满足人民群众精神文化需求的重要途径。同时，发展文化产业，促进文化与经济相互融合，也是调整经济结构、转变增长方式的必然选择，是抢占制高点、增强国际竞争力的迫切要求。

目 录

第一章 相关文献综述.....	1
第一节 文化产业的内涵、特征及主体构成.....	1
一、文化产业的内涵	1
二、文化产业的特征	4
三、文化产业的主体构成	6
四、重点文化企业：文化产业发展的战略性 内核	8
第二节 文化产业的区域发展特性和产业集群特征 ...	11
一、文化产业的区域发展特性	11
二、文化产业的集群特征	13
第三节 文化产业发展的影响因素分析	15
一、文化生产要素条件	16
二、文化产业的微观基础	18
三、相关支撑产业条件	20

四、制度条件	20
第二章 改革开放 30 年江苏文化产业发展路径分析	22
第一节 改革开放 30 年江苏文化产业发展的历史	
路径	22
一、1978 年至 1995 年：群众文化事业快速发展， 文化市场稳步形成	23
二、1996 年至 2000 年：文化产业实现了在概念 和实体上的初步构建	24
三、2001 年至 2008 年：文化产业快速发展 阶段	25
第二节 江苏省改革开放 30 年文化产业发展取得的 伟大成就	27
一、文化体制改革取得重大突破	27
二、文化市场体系进一步完善	29
三、文化产业集团化效应初步显现	29
四、文化产业发展基础条件不断完善	30
五、新兴文化产业发展方兴未艾	31
第三节 改革开放 30 年江苏文化产业发展的成功 经验	31
一、文化产业政策的科学性	32

二、文化资源的有效配置	33
三、文化市场体系的有效构建	35
四、文化产业的集聚和园区建设	36
五、各级政府的强力推动	38
第三章 江苏文化产业发展现状的调查分析	40
第一节 江苏文化产业发展区域性空间布局的调查 ...	41
一、功能法确定的江苏省文化产业发展区域性 空间布局	41
二、断裂点法确定的江苏省文化产业发展区域 性空间布局	42
三、结构形态法确定的江苏省文化产业发展区 域性空间布局	46
四、基于区域性空间布局的江苏省文化产业发 展现状分析	50
第二节 江苏文化产业省内外发展现状的调查分析 ...	52
一、江苏文化产业省内发展评价指标体系设计 ...	52
二、江苏文化产业省内发展现状的实证研究	54
三、江苏文化产业竞争力发展现状的国内比较 (10 个省市)	60
第三节 基于调研分析的江苏文化产业发展战略	

对策探讨	65
一、整合文化资源，促进文化产业区域性的互动 与合作	65
二、激发文化企业市场主体性，提升其文化生产 能力	67
三、引入风险投资，构建覆盖全省的多元化的投 融资平台	68
四、着力培育新型文化市场主体，锻造新的文化 产业链	68
五、大力发展新兴文化产业	69
第四节 文化体制转轨中的人力资源管理：江苏演艺 集团的案例研究	70
一、案例企业背景及管理问题介绍	71
二、人力资源管理变革的指导思想	74
三、人力资源管理变革的具体做法	75
四、现实意义	79
第四章 江苏重点文化企业发展现状及对策研究	81
第一节 江苏省重点文化企业发展的实证研究	81
一、江苏省重点文化企业发展的主要影响因素 ...	81
二、江苏省重点文化企业发展影响因素的指标	

体系设计	82
三、江苏省重点文化企业发展的实证研究：基 于区域的比较分析	84
第二节 江苏省重点文化企业发展的对策建议	90
一、尽快建立和完善现代企业制度	90
二、激发企业市场主体性，提升江苏重点文化 企业的文化生产能力	92
三、加快完善文化产业市场体系，提升江苏文化 产业的消费能力	94
四、积极锻造新的文化产业链	97
五、整合文化资源，完善区域性文化产业发展 的保障条件	98
六、依托制造业优势，做大做强文化企业	100
第三节 我国文化创意产业本土化策略分析	102
一、文化创意产业本土化的背景	103
二、我国文化创意产业本土化发展的路径选择	106
三、启示	111
第五章 基于微观基础的南京都市圈文化产业优化研究	113
第一节 都市圈理论与实践研究的最新进展	114

一、都市圈的概念	114
二、都市圈的相关理论研究	115
三、南京都市圈简介	116
第二节 南京都市圈文化产业优化的指标体系设计	120
一、指标体系构建的原则	120
二、指标体系的设计及相关解释	123
第三节 南京都市圈文化企业优化的实证研究	126
一、理论假设与模型构建	126
二、样本选择与数据采集	128
三、计算结果与实证发现	134
第四节 基于微观基础的南京都市圈文化产业优化 机制研究	136
一、基于微观基础的南京都市圈文化产业优化 的机制构成	136
二、基于微观基础的南京都市圈文化产业优化 的路径分析	141
第六章 江苏文化产业品牌发展战略研究	148
第一节 品牌及品牌战略理论在文化产业领域的 应用	148

一、品牌与文化品牌	149
二、文化产业品牌符号的内涵和特性	151
第二节 江苏文化产业品牌发展战略指标体系设计	153
一、基于区域经济发展的文化产业品牌发展战略 比较研究	153
二、江苏文化产业品牌发展战略指标体系构建	158
三、指标体系的设计及相关解释	160
第三节 江苏文化产业品牌发展战略实证研究	162
一、样本选择	162
二、计算结果	163
三、实证发现	167
第四节 江苏文化产业品牌发展战略与路径分析	172
一、充分发挥地域文化资源特色，打造文化 精品	172
二、认真借鉴发达国家打造文化产业品牌的成功 经验	174
三、科学评估与主动传播	175
四、加快文化产业人才队伍的建设	177

结束语	178
附表 1 江苏文化产业发展战略影响因素指标体系（2009 年实际调查数据）	181
附表 2 区域视角下江苏文化产业竞争力评价指标体系（全国 10 省市 2009 年实际调查数据）	184
附表 3 南京都市圈文化产业优化评价指标的原始数据资料	186
附表 4 南京都市圈文化产业优化评价指标的数据分析表	188
附表 5 南京都市圈文化产业优化指标相关系数矩阵	189
附表 6 江苏文化产业品牌竞争力评价指标体系（全国 10 省市 2010 年数据，部分数据为 2011 年）	190
主要参考文献	192