

传 媒 制 度 论 丛

——《金冠军 郑涵 总主编》——

上海市重点学科（传播学）建设项目

上海市高校人文社会科学重点研究基地基金资助

上海传媒产业制度变迁

SHANGHAI CHUANMEI CHANYE ZHIDU BIANQIAN

金冠军 郑涵 主编



上海交通大学出版社

SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

上海市重点学科(传播学)建设项目(530102)

上海市高校人文社会科学重点研究基地基金资助

上海传媒产业制度变迁

金冠军 郑 涵 主编

上海交通大学出版社

内 容 提 要

新世纪以来,上海文化传媒产业正处在一个重要发展时期,文化传媒产业的快速发展和文化体制的深层次转型彼此紧紧关联,严峻的挑战与巨大的机遇同时并存。本书在文化传媒产业全球化语境中,立足于中国改革、开放、发展新形势,从新闻出版、广播电视、电影、网络游戏、文化消费、知识产权诸多方面,揭示了复杂背景下当代上海文化传媒产业制度变迁的主要方面。

本书学术规范,资料较为翔实,具有一定学术价值,不仅为国内外学术界研究中国和上海传媒制度结构转型提供重要参考,也为党政部门和传媒产业界研究传媒发展政策和经营策略提供参考文献。

图书在版编目(CIP)数据

上海传媒产业制度变迁/金冠军,郑涵主编. —上海:
上海交通大学出版社,2011

(传媒制度研究丛书)

ISBN 978-7-313-07109-5

I. 上... II. ①金... ②郑... III. 传播媒介—产
业—经济制度—变迁—研究—上海市 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 018949 号

上海传媒产业制度变迁

金冠军 郑 涵 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 951 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:韩建民

常熟市梅李印刷有限公司 印刷 全国新华书店经销

开本:787mm×960mm 1/16 印张:22.5 字数:398 千字

2011 年 4 月第 1 版 2011 年 4 月第 1 次印刷

印数:1~2030

ISBN 978-7-313-07109-5/G 定价:42.00 元

版权所有 侵权必究

前 言

作为当代世界全球化基本条件和最主要的推动力之一的当代传媒正经历着诸多伟大变迁:大众传媒产业已成为世界最重要的产业之一,与此同时,公共传媒经历着深刻的重构过程;传媒技术形态不断创新、交错、融合;地区、民族国家、区域、国际与世界性组织四大空间,在冲突与合作中彼此解构与建构;国际文化经贸全球化和世界经济一体化彼此互动与整合;国际传媒发展呈现共存共荣、多元多极的格局;广播电视普遍商业化等。与此相应,全球传媒监管体制也经历着历史性转型。

在这样的全球化语境中,制度变迁是当前国际国内传媒发展及其体制转型的基本面,其特点集中表现在转型中的公共传媒运行形态、传媒产业发展方式和传媒政策体制。传媒产业新旧发展方式与行政管理体制之间矛盾丛生,冲突层出不穷;贯穿其间的价值理念、体制框架、政策行为、技术基础等构成一幅多重复合、既充满活力、又进退维谷的传媒产业发展图景。

在这一传媒发展的历史性格局中,上海传媒产业发展及其制度变迁正处在关键时期,传媒产业的快速发展及其体制深层次转型彼此紧紧关联,严峻的挑战与巨大的机遇同时并存。

本书在当代传媒产业发展及其体制转型错综复杂的全球化语境中,立足于中国改革、开放、发展新形势,从新闻出版、广播电视、电影、网络游戏、文化消费、知识产权诸多结构性方面,揭示了当代上海传媒产业制度的重大变迁。

本书信奉马克思所坚持的批判审视精神,强调学术规范,力求资料详实,努力有所发现,以在一定程度上达到推陈出新的学术目标,不仅为国内外学术界研究中国和上海传媒产业发展及其制度变迁提供重要参考,也为党政部门和传媒产业界研究传媒发展政策和经营策略提供有价值的参考文献。

目 录



第一篇 导论:全球语境 宏观透视	1
当代上海文化传媒产业发展的宏观反思	3



第二篇 新闻出版:模式建构 结构变迁	69
上海报业集团发展模式的理性思考	71
上海出版产业发展的结构转型	118



第三篇 广播电视:产业拓展 内容管理	147
上海广播电视产业的数字化跨媒体选择	149
上海文广手机电视新媒体发展战略研究	163
探索广电传媒内容资源管理体制转型之路	181



第四篇 民营电影:政策调整 产权多元化	231
民营影视资本的“政策追认”	233
上海民营电影企业的发展现状与前景分析	238



第五篇 网络游戏:产业发展 社会透视	257
网络游戏发展的瓶颈及其突破	259



第六篇 文化消费:增加供给 促进消费	279
上海文化传媒产业发展的消费环境建设	281

消费者拉动:我国新媒体发展的必然选择	304
--------------------------	-----



第七篇 知识产权:产业危机 制度创新	321
--------------------------	-----

网络时代的文化建设与著作权保护	323
-----------------------	-----

在完善市场经济体制的语境下建立健全版权公共服务体系	341
---------------------------------	-----



后记	353
----------	-----

第一篇 导论

全球语境 宏观透视

- 当代上海文化传媒产业发展的宏观反思

当代上海文化传媒 产业发展的宏观反思

20 世纪 90 年代以来,世界全球化这一历史性变迁愈演愈烈,经济领域最引人瞩目的现象之一是文化传媒产业的兴旺发达。文化传媒产业不再是附属产业,在美国等国家属于版权经济的主体,在英国等国家构成文化创意产业的主要内容。无论版权经济,还是文化创意产业,都是世界经济的主导产业部门,已成为衡量一个国家综合国力的重要基础因素。

随着中国改革开放,中国文化传媒产业化进程逐步加快,其发展经历了三个阶段:1978~1991 年属于起步阶段;1992~2000 年初处于形成期;此后进入了第三时期,其显著特征是,国内国际经营管理联动增速,产业结构出现整体转型,产权制度多元化加速,产业兼并融合层出不穷,体制创新向纵深发展,并呈现实质性突破迹象。随着中国加入 WTO,中国文化产业在中国经济全面转型的有力推进下,面临强劲挑战,但是机遇更大,发展现实基本上不像许多人曾经忧虑的那样凶险不测,而是相当平稳,发展前景非常广阔,由此形成了文化传媒产业发展新格局。

上海位于中国沿海经济带和长江经济带交叉点上,是中国近代文化业发展的摇篮。中国的近代报纸业、印刷业、广播业、电影业、出版业、娱乐业、唱片业等都是上海孕育起来的。上海的产业结构正按三、二、一的发展顺序进行战略调整,推进文化业发展符合上海的“都市型”产业支柱化的趋势,也是寻找新的经济增长点、建设尚未充分开发的新兴产业的需要。根据对一些国家经济社会发展历程的研究,当人均 GDP 达到 3 000 美元以上时,人民群众的精神文化需求通常会产生质的飞跃。许多发展中国家在人均 GDP 达到 3 000 美元以后,始终在 3 000~5 000 美元之间的徘徊,再也无法突破。为完成从小康到中等发达国家这一经济递增,必须寻找新的经济拉动力。当今,欧美国家以及一些地区,以文化传媒产业为主体的版

权业,其产值和就业人口一般占 GDP 和总就业人口的 3%~6%。^① 以潜力而论,上海这一产业很有可能发展成为占上海国民经济总产值 5%左右的新兴支柱产业。从国际经验来看,作为一个人均 GDP 超过 5000 美元的城市,经济活动的商务成本和人力成本不断提高,经济发展将主要依靠自主创新,包括科学技术的创新和商业模式创新。文化传媒产业的发展和繁荣对于今后上海产业结构的调整与升级关系重大。目前上海农业对 GDP 的贡献已趋于零,制造业对 GDP 的贡献开始进入稳态,今后推动上海经济增长主要动力将来自第三产业,但第三产业占上海 GDP 的比重只有 50%左右,而金融服务业、文化传媒产业等高附加值产业在第三产业中的比重还很低。而在 20 世纪 90 年代,伦敦、东京、纽约、中国香港等国际中心城市的同类指标就已超过 70%。大力发展创意产业应成为上海“科教兴市”战略的重要内容和体现。上海是我国的经济中心城市,以上海为龙头的长江三角洲是中国经济最具活力的地区之一,在中国经济和社会发展中具有举足轻重的地位。改革开放以来,特别是进入 20 世纪 90 年代以后,上海的现代化建设取得了巨大成就,国民经济保持高速增长。2007 年上海人均 GDP 已超过 7000 美元,率先基本实现现代化。人民群众精神文化追求的实现程度已成为衡量生活质量的重要指标。上海文化产业发达与否将直接影响到上海城市整体发展水平。

作为国际化大都市,上海要发挥集聚、服务、生产、管理和创新 5 大功能,体现中心城市的集聚力和辐射力,很大程度上要依赖于文化传媒产业的成长和繁荣。综观世界上与上海相类似的城市,如纽约、巴黎、东京、香港、法兰克福、洛杉矶等,几乎都拥有自己独特而庞大的文化传媒产业及其市场。文化传媒产业繁荣,文化市场活跃,这从表面看是个经济和文化问题,但是,其实在深层次上反映了一个城市具有强大的创新能力,而创新是竞争力的根本。近年,党中央提出“建设创新型

^① 2005 年,国际知识产权联盟一份文件《版权业对经济发展贡献的初步调查》,综述了一些国际经济学家、学者和世界性、区域性、民族国家、地区性组织的相关研究文献,描述世界许多地方版权业发展状况、重要性以及对社会经济的深刻影响,所涉及的组织、国家和地区包括北美、欧盟、日本、澳大利亚、新西兰、墨西哥、中国大陆、中国台湾、中国香港、韩国、马来西亚、印度尼西亚、泰国、新加坡、印度、黎巴嫩以及墨西哥、巴西、智利、阿根廷、乌拉圭等一些南美洲国家。其在经济方面的基本结论之一是:版权经济贸易在许多国家已经成为经济与科技发展的关键发动机,有利于缩短相差悬殊的经济体间的经济差距,保护版权有助于显著增加版权业对各国 GDP 的贡献。数据表明:上述许多国家版权业发展情况类似于美国,在占 GDP 和就业率比重方面,一般为 3%~6%(International Intellectual Property Alliance (April, 2005), Initial Survey of the Contribution of the Copyright Industries to Economic Development. [www. iipa. com/pdf/2005](http://www.iipa.com/pdf/2005))。

国家”的重大决策,明确表达了这样的思想:“创新是一个民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭动力……自主创新能力是国家竞争力的核心……建设创新型国家,必须发展创新文化,努力培植创新精神。”^①上海未来发展的根本出路就是建设创新型国际城市,而文化传媒产业的发展是其中的必要组成部分。

当前,上海文化传媒产业正处在一个重要发展时期,文化传媒产业的快速发展和文化体制的深层次转型彼此紧紧关联,严峻的挑战与巨大的机遇同时并存。上海文化传媒产业发展是一个系统工程:首先,要以文化传媒产业发展的历史性转型为基本视角,协调主流意识形态和文化传媒产业发展的关系,在文化事业公共化的同时,适度区分文化产业和公共文化服务的发展体系,创新政府管理体制;其二,深化传媒产业领域产权制度多元化变革;其三,建立合理的市场结构和良好的市场秩序,让市场机制得以在文化传媒产业资源配置中发挥基础性作用,一方面主导商业文化,另一方面在公共文化服务中也起到积极有效的引导和调节作用;其四,强力迎接当代数字传媒技术浪潮,积极挑战传媒新技术刺激下传媒产业版权制度危机,重构传媒版权制度,以顺利利用和发展新媒体产业;其五,积极推进全球化和跨地区化及其交错整合进程,尤其要注意研究当代国际文化传媒产业转移,积极建立相应的传媒产业链条,这是上海文化传媒产业全面协调和可持续发展的必由之路,上海文化传媒产业有可能由此实现跨越式发展。

一、上海文化传媒产业发展现状

20世纪80年代中期以来,虽然并非一帆风顺,但是上海文化,尤其是上海文化传媒产业发展,在体制和产业内涵诸多方面处于加速转型与发育的过程之中,门类比较齐全,并且一定程度上彼此交错组合,最近几年更是在文化传媒产业体制上发生系统变革,愈来愈融入国际国内文化传媒产业发展主潮流,呈现出一系列符合当代中国社会主义市场经济和国际文化传媒产业发展特点及其趋势的新特征。上海文化传媒产业新发展及其所反映出来的文化传媒体制方面深层次矛盾,为今后发展建立了基础条件,并预示了发展方向。

(一) 文化传媒产业发展速度加快 规模扩大 结构转型 产权变迁

上海文化传媒产业已连续多年保持了较高的增长速度,总量和规模持续扩大,

^① 中共中央宣传部理论局. 科学发展观学习读本[M]. 北京:学习出版社,2006:46-51.

对全市经济增长的贡献明显提升,目前已形成包括演出、娱乐、音像、广播电视电影、出版、网络文化服务、广告业等在内的比较完整的产业体系。

1. 总体状况^①

近年来上海文化产业以高于上海经济平均增幅的速度迅速发展,由此可以宏观把握上海文化传媒产业的发展状况。

“2004年本市文化产业总产出达到1842.03亿元,实现增加值441.40亿元,占全市生产总值的5.47%,比上年增长15.4%,2005年本市文化产业总产出达到2081.01亿元,实现增加值509.23亿元,占全市生产总值的5.56%,比上年增长13.2%,2006年文化产业总产出达到2349.51亿元,实现增加值581.38亿元,占本市生产总值的5.61%,比上年增长13.0%,2007年文化产业总产出达到2718.95亿元,实现增加值683.25亿元,占本市生产总值的5.61%,比上年增长14.2%”,见图1。由此可见,上海文化产业有加速发展趋势。在这里要说明的是2003年由于受“非典”的影响,文化产业的发展放慢了脚步,但是2004年开始恢复,平稳过渡,进入稳步发展时期。^②

上海文化服务业增加值的增幅大于文化相关服务业增加值的增幅,文化服务业增加值所占比重逐年增加,这说明上海文化产业核心领域的能级进一步加大。2005年年末,文化服务业从业人员为26.15万人,占文化产业从业人员总数的58.8%,实现增加值307.82亿元,比上年增长14.5%,占文化产业增加值的比重为60.45%,文化相关产业实现增加值201.41亿元,比上年增长16.71%,占文化产业增加值的比重为39.55%。2006年文化服务业实现增加值为358.08亿元,比上年增长16.33%,占全市文化产业增加值的61.59%,文化相关产业实现增加值223.30亿元,比上年增长10.87%,占文化产业增加值的比重为38.41%,2007年实现增加值为436.80亿元,比上年增长21.98%,占全市文化产业增加值的63.93%,文化相关产业实现增加值246.45亿元,比上年增长10.37%,占文化产业增加值的比重为36.07%,见图2、图3、图4。

近年上海各类文化服务业增加值的基本特点是:新闻出版、文化艺术等传统文化产业增长相对比较缓慢,其增加值占全市文化服务业增加值比重呈现下滑趋势;广播、电视、电影,文化艺术服务业增加值稳中略降;网络文化呈现平稳增长态势,

^① 此处数据来自中共上海市委宣传部、上海市统计局:《上海文化统计概览2008》和《上海统计年鉴2008》。

^② 叶辛,蒯大申.上海文化发展报告—构建公共文化服务体系[M].北京:社会科学文献出版社出版,2007:5.

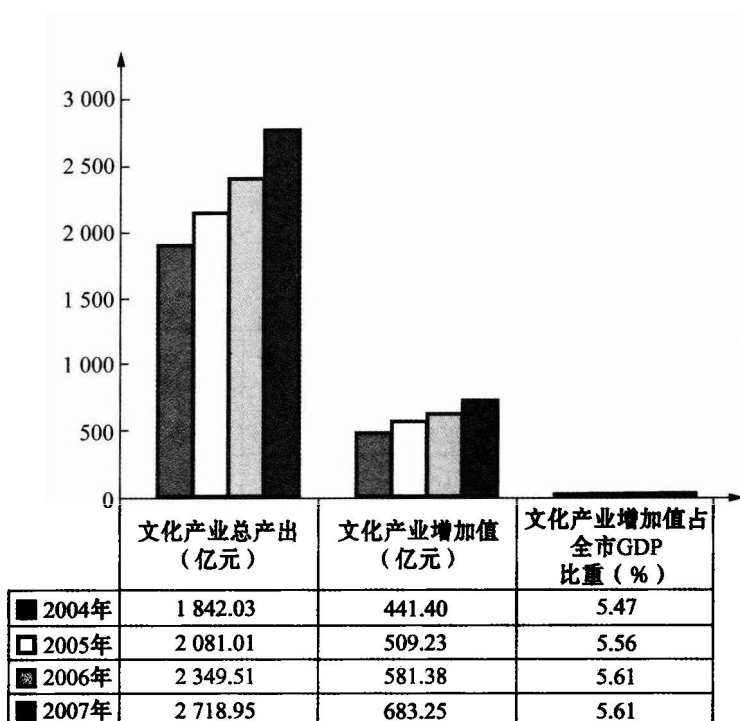


图1 上海市文化产业总产出、增加值、占全市 GDP 比重

数据来源:《上海文化统计概览 2008》、《上海统计年鉴 2008》。

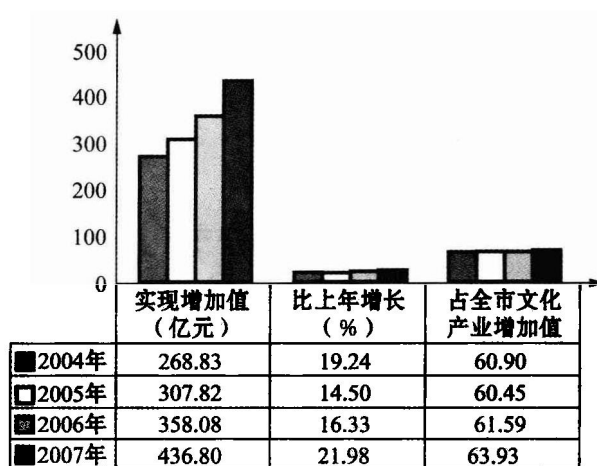


图2 上海市文化服务业发展情况

数据来源:《上海文化统计概览 2008》、《上海统计年鉴 2008》。

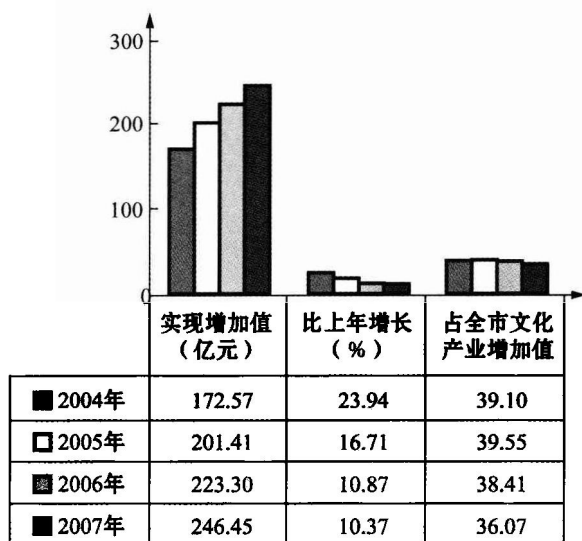


图3 上海市文化相关产业发展情况

数据来源:《上海文化统计概览 2008》、《上海统计年鉴 2008》。

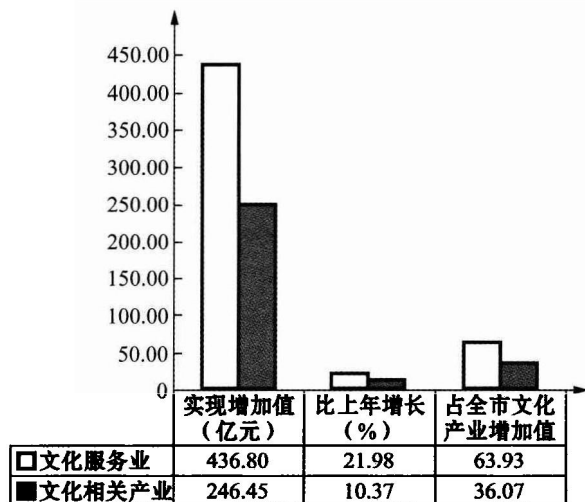


图4 2007年上海市文化服务业和文化相关产业发展状况

数据来源:《上海文化统计概览 2008》、《上海统计年鉴 2008》。

文化休闲娱乐业增长强劲,比重明显上升。2007年新闻出版发行和版权服务业实现增加值 53.19 亿元,其中新闻服务比上年增长 8%,出版发行和版权服务比上年增长 5.1%,占全市文化服务业增加值的 12.18%;广播、电视、电影服务业实现增

加值 31.85 亿元,比上年增长 5.6%,占 7.29%;文化艺术服务业实现增加值 21.09 亿元,比上年增长 6.1%,占 4.83%;网络文化服务业实现增加值 84.67 亿元,比上年增长 18.7%,占 19.38%;文化休闲娱乐服务业实现增加值 125.83 亿元,比上年增长 23.1%,占 28.81%,其他文化服务业实现增加值 120.17 亿元,比上年增长 27.5%,占 27.51%(见图 5、图 6)。

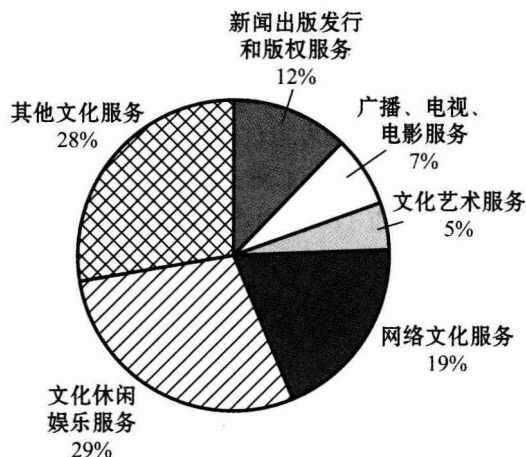


图 5 2003 年上海各类文化服务业增加值比重

数据来源:《上海统计年鉴 2008》。

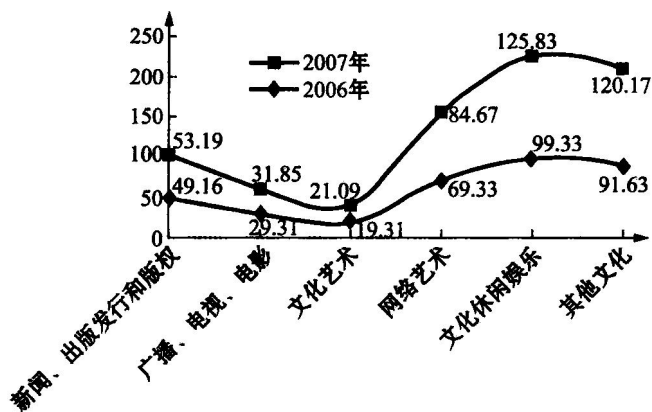


图 6 2006~2007 年上海市各类文化服务业增加值变化

数据来源:《上海统计年鉴 2008》。

2. 分类状况^①

1) 广播电视电影

2007年,上海共有公共电视节目25套,其中市级16套,区县级9套。公共电视全年播出时间172 278小时。2007年全市有线电视用户达499万户,其中数字电视用户31.01万户,比2006年增长206%,有线电视用户入户率达99.9%,比2006年增加4.61个百分点。全市共有公共广播节目21套,其中区县级10套;公共广播全年播出130 511小时^②。2006年,上海获得电视剧发行许可证33部1 229集,其中系统内生产23部949集,系统外生产23部949集,本市卡通影视生产量创国产动画全国之最,获得动画电视发行许可证10部475集7 854分钟,系统内生产6部336集5 703分钟,系统外生产4部139集2 151分钟。全年生产电影故事片9部,译制电影片24部。全市173家电影放映单位共放映电影27.3万场,接待观众1 254万人次,实现票房收入3.1亿元,连续14年领衔全国各地电影市场的票房之冠;电影发行收入为1.4亿元,比上年增长16.7%。2006年,联合电影院线加盟的85家影院票房收入、观众人次分别达到3.08亿元和1 990万人次,连续3年居全国首位。其中,《如果·爱》获得第25届香港金像奖6项大奖,《三峡好人》获得威尼斯电影节金狮奖。上海文广新闻传媒集团的动画片《虫虫》在第19届电视文艺“星光奖”评比中获优秀电视动画节目奖;集团参与拍摄的影片《生死牛玉儒》荣获第28届金鸡百花奖优秀故事片奖。

目前,上海文广集团资产规模和销售收入仅次于中国广电集团,排名国内传媒行业第二,旗下不仅有传统的电视制作机构,还有数字电视、宽频网。2004年8月该集团成为继中央电视台之后第二家获得经营许可证的全国性数字付费频道集成运营商,2005年5月获得国内第一张IPTV牌照。近来广播电视有汇流的趋势。从技术角度来讲是数字化、互动化、宽频化、E化、M化的汇流,以网络电视为代表的三网——电信网、计算机网和电视网的融合是广播电视产业的发展方向。数字电视、网际电视、宽频电视将以各自不同的特点为人们提供更多的收视选择。2007年上海有线电视总用户数达到499万户,有线电视入户率达到99.9%,有线广播电

^① 文化业涉及面非常广阔,本研究主要局限于广播影视、新闻出版、文艺演出、音像、网络游戏、广告等。

^② 此处数据来自国家广播电视总局,中国广播电视年鉴编辑委员会. 2007年上海广播电视年鉴[M]. 北京:中国广播电视年鉴社出版,2007:115;上海市统计局,中共上海市委宣传部. 上海文化统计概览[M]. 2008.

视传输网络干线总长达到 30 201 公里。^① 这在全国城市中都位于前列(见表 1)。

表 1 上海市主要年份有线电视基本情况

年 份	2000 年	2005 年	2006 年	2007 年
有线电视总用户数(万户)	303	435	477	499
有线电视入户率(%)	64.5	88.7	96.1	99.9
有线广播电视传输网络干线总长(公里)	604	21 174	28 551	30 201

数据来源:《上海文化统计概览 2008》、《上海统计年鉴 2008》。

上海影视制作机构不少。2004 年,上海拥有广播电视节目社会制作经营机构 104 家,包括 5 家《电视剧制作许可证(甲种)》持证机构,99 家《广播电视节目制作经营许可证》持证机构。其中民营影视机构达 82 家。2004 年,本市共生产广播剧 14 部 67 集,电视剧 23 部 516 集,其中国有影视机构生产了 16 部 316 集,民营影视公司生产了 7 部 200 集。^② 但是,上海影视生产与销售状况并不理想,电影尤其步履维艰。

20 世纪 90 年代以来,随着宏观经济体制向市场经济转轨,上海国有电影开始面临越来越多的困难。2001 年,由原上海电影制片厂、上海美术电影制片厂等 10 家单位联合组建了集制片、发行、放映、销售、传播及相关产业于一体的综合性集团——上影集团公司。但是迄今为止,上影集团所面临的电影生态环境,其恶劣的程度简直可以用“内忧外患”来形容,不仅无法对抗北京等其他省市的影片,更无法冲击好莱坞电影。

相比之下,直至 21 世纪初,尽管上海民营电影企业发展仍然较慢,无论在企业规模、资本实力、出品的数量、票房收入等指标上都与北京有着很大的差距,但是随着近年我国影视政策宏观环境的较大改善,锲而不舍的上海民营电影企业已经站在了发展腾飞的起跑线上,经过多年艰辛曲折,业已形成数种经营模式,并且表现出相当大的发展潜力。^③

民营影视主体异军突起,发展势头良好。2006 年全年,上海文化服务业中经

① 此处数据来自王志雄,上海市统计局. 上海统计年鉴 2008[M]. 北京:中国统计出版社, 2008:482;上海市统计局,中共上海市委宣传部. 上海文化统计概览[M]. 2008.

② 此处数据来自中国广播电视年鉴编辑委员会. 中国广播电视年鉴 2005[M]. 北京:北京广播学院出版社,2006.

③ 钟瑾,等. 上海民营电影企业的发展现状与前景分析[M]//上海文化发展蓝皮书 2005~2006. 北京:社会科学文献出版社,2006.