

本书努力贯彻目的性原则、整体性原则、相互联系和制约原则及最优化原则，以实现文化产业发展、满足人民精神文化生活需要为目的，充分考虑生产与消费、产业与政策体制、国内与国外的联系与制约，把它们作为一个整体进行全面研究，并探索如何完善体制机制、政策，如何实现规模、结构、分布等的优化……

文化产业发展研究

WENHUA CHANYE FAZHAN YANJIU

邓安球 著



YZLI0890113448

中国社会科学出版社

文化产业发展研究

WENHUA CHANYE FAZHAN YANJIU

邓安球 著



YZLI0890113448

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

文化产业发展研究/邓安球著. —北京: 中国社会科学出版社, 2010. 12

ISBN 978 - 7 - 5004 - 9214 - 6

I. ①文... II. ①邓... III. ①文化—产业—发展—研究—中国 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 202804 号

策划编辑 卢小生 (E-mail: georgelu@vip.sina.com)

责任编辑 卢小生

责任校对 李 莉

封面设计 杨 蕾

技术编辑 李 建

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

电 话 010 - 84029450 (邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂

装 订 广增装订厂

版 次 2010 年 12 月第 1 版

印 次 2010 年 12 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

插 页 2

印 张 13.5

印 数 1—6000 册

字 数 222 千字

定 价 28.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

序

文化产业是新兴产业，在中国的兴起时间不长，但它的迅猛发展和重要意义使其成为人们关注和研究的焦点。文化产业作为处于上升发展阶段的新兴产业，以其涉及领域之广泛、情况之复杂而区别于其他产业，其发展规律乃至许多重要问题亟须人们研究解决。邓安球同志用三年时间潜心研究若干文化产业发展理论的重要问题，心得颇多，遂著作成书。

综观全书，有如下几个方面的特色：一是思路上，以发展为中心，以生产与消费为主线，遵循发展问题提出—发展问题界定—发展机理研究—发展前景分析—发展措施研究的逻辑，思路清晰，中心突出，内容系统。二是内容上，既有理论研究的高度，又有实践分析的深度。理论方面，在对国内外已有的研究成果进行评述的基础上，着重对文化产业的基本问题、文化产业发展机理进行了研究，具有理论价值；实践方面，着重研究了中国文化产业的发展前景和发展措施，以及全面分析总结了湖南文化产业的发展实践经验，具有现实意义。三是理论和方法运用上，进行了产业经济学、消费经济学、文化学、社会学、政策学、管理学等跨学科的研究，按照目的性、整体性、相互联系和制约、最优化等原则，实行理论与实践、定性与定量、实证与规范、静态与动态、归纳与演绎等相结合，综合运用比较研究、案例分析、演化和行为、价值、可行性研究等方法。

目前，国内文化产业研究处于起步阶段，其理论体系尚未形成。本书把发展这个首要问题作为文化产业理论的研究对象，既探讨文化产业发展的实践问题，又为构建文化产业理论体系提供必要的有价值的理论研究成果，是一部较全面系统的专门研究文化产业发展问题的著作。本书提出了文化产业的概念、发展实质和特征，阐述了文化生产、文化消费、文化产业组织、文化产业布局、文化产业外部环境与文化产业发展的关系机理，提出了文化消费主体格局、文化消费结构的构建以及文化产业扇式发展模

式,进行有价值的理论发掘,其研究视角及观点多有新意。

本书关于文化产业理论与实践一些基本问题和发展动向的认识,对于构建文化产业发展理论、发展中国特色文化产业有着积极意义,而其跨学科研究的方法符合文化产业学科的性质和特点,无疑可以成为文化产业理论建设的基本手段。近代以来,湘人屡开风气之先,影响社会潮流。今天,我国文化产业发展正方兴未艾,湖南文化产业又雄踞全国各省前列,本书对湖南文化产业和文化企业转变发展方式、调整结构、加强经营管理,以及政府规划、政策制定和管理等方面实践经验的有关结论具有普遍性意义,对其他地方发展文化产业有参考借鉴价值。

邓安球同志刚进入江西财经大学攻读博士学位的时候,我曾与他探讨文化产业“湖南现象”问题,就其起因、影响因素、产业特征、经济和社会影响,以及政府的产业政策等问题进行讨论。此后,身为湘籍学子的他选择了湖南文化产业发展问题作为博士学位论文的选题进行研究,三年苦读,踏实求知,刻苦钻研,学业有成,在总结和剖析湖南文化产业发展实践经验的基础上,拓展领域,深入考察,研究文化产业发展理论中若干带规律性的基本问题,取得不少优秀研究成果。如今,他的专著问世,作为他的导师和好友,我十分欣慰。我希望他以此为新的起点,不懈努力,在产业经济理论方面继续深入钻研,为教育和研究事业作出更大的贡献。

史忠良

于江西财经大学 青山园

2010年5月1日

目 录

第一章 导论	1
第一节 问题背景和研究意义	1
一 国际文化产业发展的现实挑战	1
二 国内文化产业发展的客观要求	5
第二节 国内外研究现状评述	8
一 关于文化产业概念、分类与特征	9
二 关于文化产业发展	15
三 关于文化政策和文化产业政策	22
四 关于中国文化产业	25
五 总结	30
第三节 研究内容和研究方法	31
一 主要内容和框架	31
二 研究方法	32
第二章 文化产业的基本认识	34
第一节 文化产业的概念与分类	34
一 概念与分类的重要意义	34
二 基本原则与客观依据	36
三 文化产业的概念	38
四 文化产业的分类	39
五 文化产业的类别属性	40
第二节 文化产业的特征	41
一 文化产业的功能特征	41

二 文化产业的运行特征	46
三 文化产业的发展特征	54
第三节 文化产业发展的界定	60
一 文化产业发展的内涵	60
二 文化产业发展的衡量	61
第三章 文化产业的发展机理	66
第一节 影响文化产业发展的主要因素和矛盾	66
一 影响文化产业发展的主要因素	66
二 影响文化产业发展的矛盾	68
第二节 文化生产与文化产业发展	69
一 文化生产是文化产业发展的基础和主要力量	69
二 文化生产满足和制造需求促进文化产业合理化	71
三 文化生产集约形态促进文化产业高度化	73
四 文化产业内部协调发展促进文化产业发展	75
第三节 文化消费和出口与文化产业发展	77
一 文化消费是文化产业形成发展的源泉	77
二 文化消费能力提高拉动文化产业发展	78
三 文化消费需求结构决定文化产业结构	80
四 文化出口带动文化产业发展	81
第四节 文化产业组织与文化产业发展	83
一 单一产业市场结构不能满足文化产业发展要求	84
二 文化产业市场有效竞争组织推动文化产业发展	85
第五节 文化产业布局与文化产业发展	88
一 文化产业布局的依托、集中和辐射规律	88
二 文化产业布局规律的作用带动整个文化产业发展	90
第六节 文化产业外部环境与文化产业发展	91
一 文化产业发展以其他产业和社会发展为条件	91
二 文化产业发展以体制政策供给为保障	93

第四章 中国文化产业的发展前景	94
第一节 文化产业的发展趋势	94
一 成为经济、文化、社会发展的重要力量	94
二 市场配置和多种所有制共同发展格局逐步形成	98
三 跨业融合和价值链延伸明显	100
四 经营集团化和产业集中度提高	102
五 跨区域扩张经营和产业聚集加快	103
六 消费需求和生产供给多样化、服务化、品牌化	106
七 文化产品和服务数字化、信息化和特色化	107
八 国际化水平提高和文化安全更加严峻	109
第二节 文化产业的发展机遇	111
一 党政重视和国家的国际地位形象作用提高	111
二 经济发展和文化需求提升	113
三 文化资源丰富和先进文化建设	114
四 发展方式转变和结构调整	116
五 技术不断进步	118
六 全球化不断扩展和深入	119
第三节 文化产业的发展挑战	120
一 发展方式	120
二 市场主体	122
三 国际竞争	123
四 文化消费	124
第五章 中国文化产业的发展措施	127
第一节 文化产业发展政策	128
一 文化发展政策	129
二 文化生产发展政策	131
三 文化消费发展政策	140
第二节 文化产业体制机制	145
一 文化产业市场体制机制	146

二 文化产业管理体制·····	151
第三节 文化产业创新·····	154
一 人才培养使用创新·····	155
二 发展模式创新·····	156
第六章 湖南文化产业发展实践·····	161
第一节 发展情况·····	161
一 发展历程·····	161
二 发展成效·····	167
三 发展特点·····	175
第二节 存在的问题及其原因·····	178
一 存在的问题·····	179
二 原因分析·····	183
第三节 发展经验与启示·····	188
一 发展经验·····	189
二 实践启示·····	197
参考文献·····	200
后记·····	210

第一章 导论

发展问题历来是被理论界和实践界所关注、所要解决的问题。文化产业是新兴产业,对文化产业发展问题研究既有着国内外文化产业实践与理论研究的背景,又有着国内文化产业实践与理论进一步发展创新的要求。本书拟通过借鉴国内外文化产业的研究成果,考察国内外文化产业的发展实践,从产业经济学视角,结合消费经济学、文化学、社会学、政策学、管理学等基本理论和方法,着重对文化产业发展理论与实践进行研究。

第一节 问题背景和研究意义

文化产业在发达国家兴起于20世纪初,在我国则是在改革开放后才出现,近十多年才成长起来的一个新兴产业。根据当今国际文化产业的发展状况及其对中国的挑战,根据中国文化产业自身发展的客观要求,对文化产业发展问题进行理论研究有着现实的必要性和重要的意义。

一 国际文化产业发展的现实挑战

经济全球化背景下,国际竞争上升到文化产业和文化领域。各国文化产业发展不均衡,形成非对称的竞争格局。发达国家文化产业强势,使处于初步发展阶段的中国文化产业面临着越来越现实的严峻挑战。

(一) 文化产业国际竞争加剧

1. 文化竞争成为国际竞争的重要领域

经济的全球化运动,表现为资本、产品、服务、劳动力的全球流动,同时也引起和带动了文化的全球交流。随着这种交流进程的加快,不同文化的矛盾凸显,体现在文化内容、文化形式和产品认可上,以及更深层次的价值观念、意识形态上。全球化条件下,以文化吸引他国,将获得所需

的更多资源和能力,以文化为基础的“软实力”成为国际竞争的重要方面;同时,文化的稳定和发展也是一个国家稳定和发展的基础。正是文化的这种价值性和根基性,促使各国政府把文化坚守和保护,特别是文化发展和文化占领作为重要的目标与任务加以推动,从而使文化全球化、同质化与文化多元化、多样性成为现实的国际冲突,使国家间文化的暗中较量公开化,成为国际竞争的又一主要领域。胡锦涛同志在2006年11月10日中国文联第八次全国代表大会、中国作协第七次全国代表大会上的讲话中明确指出:“谁占据了文化发展的制高点,谁就能够更好地在激烈的国际竞争中掌握主动权。”这是对国际竞争形势的正确判断。

2. 文化产业竞争成为文化竞争的主要手段

在市场经济下,经济活动对经济财富的追求,资本对利润的追逐,市场对文化的需求,引起企业和资本进入文化领域,促使文化经济化、产业化,文化产品和服务进入流通市场,成为经济贸易的一部分;随着经济、科技、信息与市场全球化,产业组织、产业布局和市场运营得以在全球性进行,使文化生产、贸易、消费不可避免地全球化,带来文化产业国际化、全球化。因而,以经济手段、产业手段进行国家间的文化竞争成为主要手段,文化竞争上升到文化产业竞争地位,文化产业的强弱成为一个国家文化竞争力大小的标志和反映。法国学者尚-皮耶·瓦尼耶(Jean-Pierre Warnier, 2003)认为,文化全球化,“事实上,它只是美、欧、亚洲三角地区,受到其所属国家鼓励的私人产业霸权式支配下的一种大型的文化交融现象”^①。国际文化产业竞争加快了国际文化贸易的发展。2000年联合国《1980—1998年国际文化产品流量报告》显示,1980—1998年期间,印刷品、文学作品、音乐、视觉艺术、电影、摄影、广播、电视、游戏和体育用品等文化产业产品的年贸易额从953.4亿美元增加到3879.27亿美元^②。联合国教科文组织《1994—2003年文化商品和文化服务的国际流动》的统计数据显示,2002年全球核心文化商品出口额达到

^① [法] 尚-皮耶·瓦尼耶:《文化全球化》,吴锡德译,(台北)麦田出版社2003年版,第92页。

^② UNESCO, Institute for Statistics, 2000, *Study on International Flows of Cultural Goods between 1980-1998* (<http://unesco.org/cultural/industries>) .

546.7 亿美元,比 1994 年增长了 50.9%^①。国际文化贸易的发展反过来又加剧着国际文化产业的竞争。

3. 文化产业国际竞争影响国际文化、经济、政治格局战略重组

一国文化产业的强弱,不仅影响着国内居民文化需求的满足程度、文化产业在国民经济中的地位和本国产业结构的变化,而且在一定程度上关乎世界文化格局的战略重组^②,决定着该国在国际经济、贸易、政治中的地位和在产业结构中的位置。因此,一方面,各国沿着文化产业这条线展开竞争,加快了文化产业的发展;另一方面,各国文化产业发展不平衡导致非对称的竞争,加剧了国际经济、贸易、政治格局的不平衡。当前,美国、英国、日本等国家的文化产业高度发达,引领国际经济贸易、产业结构升级以及文化先潮,占据国际经济、文化、政治等重要而有利位置,制约着发展中国家国际地位与作用的提升。在国际文化贸易方面,《1980—1998 年国际文化产品流量报告》显示,1998 年,发达国家文化产品进出口总额为 2918 亿美元,发展中国家的文化产品进出口总额为 962 亿美元,前者是后者的 3 倍。

(二) 发达国家文化产业强势

1. 发达国家文化产业处于强势地位

当代世界,发达国家凭借其在国际的地位和优势,构筑产业发展的经济贸易自由规则,掌握产业升级、国际产业转移,处于世界产业高端;以其科技、经济、产业领先的基础率先发展文化产业,主导文化产业发展潮流,处于文化产业强势地位,其中以美国最为强势,而发展中国家则处于弱势地位。在全球化背景下,这种强弱造成强势国家的文化流向弱势文化地区,而且文化流的数量和内容掌握在强势文化一方,超出弱势方的控制范围^③。如发达国家的时代华纳、迪斯尼、贝塔斯曼等全球 50 家最大的跨国文化公司,占据了当今 95% 的国际文化市场。发展中国家面临着发达国家利用文化贸易、文化产业的优势进行文化渗透所带来的文化安全问题。

^① 杨京英、王金萍:《中国与世界主要国家文化产品进出口统计比较研究》,《统计研究》2007 年第 1 期。

^② 范玉刚:《试析文化产业对提升中国文化竞争力的意义》,《学习与实践》2006 年第 11 期。

^③ 解学芳:《文化安全与文化产业的关系悖论及价值选择》,《理论与改革》2007 年第 4 期。

题,面临着发达国家通过经济操作、产业植入等带来的经济安全、产业安全问题。

2. 中国文化产业现处于成长阶段

中国是发展中国家,加之文化体制改革滞后于经济体制改革,文化产业起步晚,所以,文化产业化、规模化、集约化水平比较低,与发达国家相比有较大的差距。在文化贸易上,中国是引进的大国,不是输出的强国,文化贸易逆差大。从而,在文化产业上,文化产业强势国家利用经济全球化和中国改革开放,通过文化投资、文化资源开发,对中国文化产业不断渗入;在文化上,利用贸易全球化及其带来的更为开放的市场,通过文化贸易、信息传播媒介和网络,进入中国文化市场,影响中国部分人的文化消费偏好、年轻人的价值观念和生活方式,正如英国学者弗里德曼(Friedman, 1994)指出的,文化帝国主义是“帝国主义本质内容的一部分,是特定的以美国文化为中心的西方文化,不断通过文化霸权增加其影响力,使美国的价值观、消费产品及其生活方式广为流传到世界其他地方”^①。不少学者的调查和分析也表明,20世纪90年代中后期以来,中国老百姓消费的美国文化制品,明显超过消费美国的其他产品^②。文化产业强势国家对中国文化产业发展和文化发展构成了挑战和威胁。

(三) 各国文化产业政策支持

1. 发展文化产业提升为各国的国家战略

从国际角度看,1982年,联合国教科文组织(UNESCO)在墨西哥城召开“世界文化政策大会”,明确把人文—文化发展纳入全球经济、政治和社会的一体化进程,并把推动文化发展当做各国政府面临新世纪所应当作出的承诺;1997年,教科文组织《联合国世界文化发展10年(1988—1997)》提出,要提高对全球人类共同体的人文—文化关怀,进一步促进经济—政治—文化的融合。从国家角度看,基于文化的地位和作用,文化产业带来的经济、文化、政治利益,面对文化和文化产业激烈的国际竞争,世界各国不仅已经把文化发展作为国家战略,而且把促进文化

^① J. Friedman, *Cultural Identity and Global Process*, London: Sage, 1994, p. 195.

^② 董娅:《西方文化在中国经济转型社会中的存在状态》,《中国特色社会主义研究》2006年第5期。

产业发展提升到国家战略,力图通过发展文化产业来获得新的比较优势,提升国家综合竞争实力,掌握竞争主动权。如日本、韩国实施“文化立国”战略,新加坡把发展文化创意产业作为举国战略。

2. 各国对文化产业提供政策支持

从国际背景看,1998年,联合国文化与发展委员会在斯德哥尔摩举行“促进发展的文化政策”(Cultural Policy for Development)的政府间会议,敦促各国“设计和出台文化政策或更新已有的文化政策,将它们当做可持续发展中的一项重要内容”。从各国看,各个国家基于各自战略的实施,普遍为本国文化产业提供支持,特别是运用政策促进本国文化产业加速发展。比如,美国采取自由主义政策,放宽对文化产业的管制,实行投资主体多样化,支持文化企业面向全球市场进行商业化运作,其中,联邦政府给予直接资助、税制优惠式的财政支持,同时通过法律法规和政策杠杆鼓励各州、各企业以及全社会对文化产业进行赞助和支持;英国则实行出口推广、教育、技能培训、协助融资、税收减免及开放规则、保护知识产权和容许每个地区保留本地文化发展的自主权等政策措施,进行引导和调控;日本政府设立公共支援制度,通过政策投资银行的融资、债务担保和奖励、表彰等,向公司提供资金保证和激励;法国用巨额的政府支出来保护文化发展,通过文化产业信贷、建立文化合同制进行扶持和庇护;德国给予税收和立法上的支持;韩国通过税收、基金、法律提供支持。此外,各国还从文化研究方面对文化产业提供支持。自20世纪50年代起,西方理论家就致力于大众文化的研究^①。

二 国内文化产业发展的客观要求

面对国际文化产业发展与竞争态势及其挑战,必须大力发展中国文化产业,这也符合中国贯彻落实科学发展观的基本要求,符合中国全面协调、持续发展的客观要求。

(一) 全面科学发展的客观要求

1. 经济体制改革不断深化、社会主义市场经济机制不断完善的逻辑要求

历史上,经济、文化相伴而生,经济与文化具有内在的联系和相互作用。经济发展到一定程度后,必然要求文化发展,消除文化的制约,解放

^① 周宪:《文化研究:西方与中国》,《中国社会科学》2006年第6期。

文化生产力,释放文化的力量,以进一步推动经济发展。随着中国经济体制不断改革,必然深化到文化体制,要求建立与社会主义市场经济体制机制相适应的文化产业体制机制;通过经济、文化体制的配套改革,以解决经济发展过程中出现的经济与文化的矛盾和冲突,促使两者协调发展,发挥文化对经济的促进、支撑和增强作用。市场经济的深层次发展,也必然深入到文化领域,引出文化的经济问题,使文化具有经济属性,文化产品和服务具有商品性质,从而使文化市场和文化产业成为市场经济的组成部分,社会主义市场经济的完善也需要社会主义文化市场经济的完善。因此,发展文化产业是在中国深化改革、文化建设进入新的历史发展时期被提出来的^①。

2. 全面发展的需要

当今世界,文化的意识属性和经济属性,使“文化与经济和政治相互交融”^②,文化的根基性和价值性,使“文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉、越来越成为综合国力竞争的重要因素”^③。国家之间的竞争是经济、文化、社会、政治的竞争,一个国家的发展必须是经济、文化、社会、政治的全面发展和进步。同时,文化生活已成为人民生活的重要组成部分,文化需求逐步成为社会主流的消费需求,个人全面发展的实现,必须保障、满足和发展人民的文化基本权利和需要,这也是社会主义的本质和生产目的。而且,人的素质已经成为决定经济发展和社会进步的重要因素,发展文化产业可以促进人的创造性工作,增强人民的凝聚力。为此,党把文化建设提升到关系国家兴衰的战略高度,在党做十七大报告中,将中国特色社会主义经济建设、政治建设、文化建设、社会建设作为实现全面建设小康社会奋斗目标的新要求,其中,对文化建设进一步提出了“文化产业占国民经济比重明显提高、国际竞争力显著增强,适应人民需要的文化产品更加丰富”的要求。2009年9月发布《文化产业振兴规划》,将发展文化产业提高到国家战略高度。因此,必须大力发展

① 胡惠林:《当前中国文化产业发展的特点与趋势》,《开发研究》2006年第1期。

② 《十六大以来党和国家重要文献选编》(上),人民出版社2005年版,第30页。

③ 胡锦涛:《高举中国特色社会主义伟大旗帜,为夺取全面建设小康社会新胜利而奋斗——在中国共产党第十七次全国代表大会上的报告》,人民出版社2007年版,第33页。

适应全面发展需要的具有现代文化机制和文化高度的文化产业。

3. 科学发展的需要

中国发展的历史实践和国外的发展经验已经证明,实行科学发展是经济社会建设和发展的基本要求。中国文化产业产生于市场经济,脱胎于文化事业,是文化经济化和文化体制改革的产物,解放文化生产力使中国文化产业迅速发展。同时,也要看到,当前中国文化产业中存在着文化体制与文化产业发展不相适应、文化产品和服务生产提供与人民精神文化消费需求不适应、文化产业结构不协调、文化产业区域城乡发展不平衡等问题,解决这些问题必须坚持发展文化产业,坚持文化产业以人为本,坚持文化产业全面协调可持续发展,也就是说,必须坚持在文化产业领域实行科学发展。

(二) 经济持续健康发展的选择

1. 产业结构调整 and 升级的选择

根据科林·克拉克(Colin Clark)和西蒙·库兹涅茨(Simon Kuznets)研究发现的——由于需求、效率的变化而产生的劳动力、产业重心和产值比重转移的规律,新兴产业的产生、产业结构的变化,是与社会需求结构的变化趋势、自然资源的禀赋状态、生产要素的供求变动、传统产业开发的边际空间等多种要素相关的。文化需求的日益增加,产业化的文化生产效率趋高,新兴业态的不断产生,发展文化产业将直接改变整个产业结构。而且,发展文化产业使文化成为资本,进入到其他产业之中,改变其他产业的价值创造链条,促进其他产业的提升。因此,文化产业的发展以及与其他产业的互动就成为调整产业结构、促进产业升级、推动整个产业发展的重要力量。发展文化产业是在中国经济结构的战略性调整中提出来的,对中国产业结构调整 and 升级将产生深远的影响。

2. 经济持续发展的选择

1992年联合国环境和发展大会通过的《21世纪议程》指出:“全球环境持续退化的主要原因是不可持续的消费和生产形态造成的。”面对资源和环境的瓶颈,建立资源节约型和环境友好型经济社会成为中国经济社会发展的取向。必须逐步转变将劳动力、土地、矿产等资源,以及投资和规模生产作为主要驱动力的经济发展方式,要把技术创新和文化发展作为主要的驱动力。德鲁克(Peter F. Drucker)指出:“今天真正占主导地位

的资源以及绝对具有决定意义的生产要素,既不是资本,也不是土地和劳动,而是文化。”^①而且,文化生产是一种清洁、可持续的生产,文化消费是一种实体资源消耗少、环境污染低的可持续消费方式。因此,发展文化产业既创造就业和经济财富,又促进文化发展,提升经济的文化含量与文化价值,提升整个社会经济的质量和优势,进而促进国民经济长远发展,是中国经济社会持续发展的选择。同时,文化产业是以消费为主的产业,发展文化产业能刺激文化消费、增加消费需求,是扩大内需特别是消费需求的重要选择,是经济发展方式从出口主导向消费主导转变的重要选择。

(三) 文化产业自身发展的要求

1. 文化产业发展规律的要求

人类经历了物质生产的商品化,服务活动的商品化,到现在的文化的商品化,人类社会不断向高级化发展,这是人类社会的发展规律。文化产业的产生、发展与其他产业一样,也有着普遍和特殊的客观规律,它是劳动分工、市场需求、技术、商品经济等发展的产物,也是文化发展的结果,有着发展的内在要求。因此,发展文化产业是遵循社会、经济、文化客观规律的结果和文化产业自身发展的要求。

2. 提高文化产业国际竞争力的要求

融入全球化的中国,文化、文化产业不可能闭门发展,事实上,我们也一直与国外有着文化交流和合作,有文化进口和出口,如出版物、影视娱乐产品。面对国际文化产业竞争,必须积极参与,加快发展,提高中国文化产业和文化的国际竞争力,缩小与发达国家的差距,并以此提升中国的“软实力”和综合国力,增强文化安全,提高国际地位。

第二节 国内外研究现状评述

源于法兰克福学派对大众文化的艺术和哲学价值批判,20世纪30年

^① [美] 彼得·德鲁克:《大变革时代的管理》,转引自辜胜阻等《区域经济文化对创新模式影响的比较分析——以硅谷和温州为例》,《中国软科学》2006年第4期。