

R

Report on International
Competitiveness of
China's Cultural Industry

中国文化产业 国际竞争力报告



主编/祁述裕

社会科学文献出版社
Social Sciences Documentation Publishing House

国家社会科学基金项目课题

中国文化产业国际竞争力报告

Report on International
Competitiveness of China's
Cultural Industry

社会科学文献出版社

Social Sciences Documentation Publishing House

中国文化产业国际竞争力报告

主 编 / 祁述裕

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市东城区先晓胡同 10 号

邮政编码 / 100005

网 址 / <http://www.ssdph.com.cn>

责任部门 / 皮书事业部

(010) 85117872

项目经理 / 张大伟

责任编辑 / 邓 加

责任印制 / 同 非

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部

(010) 65139961 65139963

经 销 / 各地书店

读者服务 / 客户服务中心

(010) 65285539

法律顾问 / 北京建元律师事务所

排 版 / 北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787×1092 毫米 1/16 开

印 张 / 24.25

字 数 / 354 千字

版 次 / 2004 年 8 月第 1 版

印 次 / 2004 年 8 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 7-80190-235-1/F·101

定 价 / 45.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误，
请与本社客户服务中心联系更换



版权所有 翻印必究

编 委 会

主 编 祁述裕

编 委 殷国俊 康小明 翁 杨 宋奇慧

撰稿人

导 论	祁述裕
第一章 文化产业发展宏观概述	宋奇慧
第二章 中国文化产业竞争力整体性研究	殷国俊 祁述裕
第三章 中国文化产业竞争力评价	康小明 翁 杨 祁述裕
第四章 中国电影业竞争力分析	张江艺
第五章 中国广播电视业竞争力分析	肖 旺 丁文阁
第六章 中国音像业竞争力分析	王 炬
第七章 中国报刊业竞争力分析	唐艾华 陈 宜
第八章 中国图书出版业竞争力分析	蔡继辉
第九章 中国娱乐(游戏)业竞争力分析	宋奇慧
第十章 中国广告业竞争力分析	黄升民 姚志飞 范素锋

主 编 简 介

祁述裕，1994年毕业于北京大学中文系，获中国当代文学博士学位。毕业后曾先后任中国改革报社总编助理、《中国改革》杂志主编等职。现在国家行政学院研究室工作，任研究室副主任、研究员。

主要从事中国当代文化研究。出版专著《市场经济条件下的文学艺术》（北京大学出版社出版）。发表各类论文、文章数百篇，共100多万字。另主编和参与主编多项研究课题和书籍。

序 言

文化是一个民族生存的土壤,也是一个民族赖以维系的精神纽带。文化的力量,熔铸在民族的生命力、创造力和凝聚力之中,是一个民族生存和发展最为持久和关键性的因素。文化不仅是一种精神力量,也是生产力。文化产品的生产是社会生产的重要组成部分,文化产业作为新兴产业,已经显示出巨大的发展潜力。随着经济全球化进程的加速,科学技术日新月异,文化的传播更加便捷,各国之间文化的相互影响更加深刻。文化在推动经济发展、社会全面进步中的基础性、战略性作用日益凸显,在综合国力竞争中的地位越来越突出。

世界各国都把文化发展作为国家发展战略的一个极为重要的组成部分,予以高度重视。美国历来把文化作为维护其世界霸权的软力量,不遗余力地在全球推销其文化价值观和文化产品。为了打破美国文化在国际上的垄断地位,法国历来非常重视在世界上传播法兰西文化。为建设一个强大的俄罗斯,2000年初,当时还是俄罗斯代总统的普京就提出要振兴和发展俄罗斯民族文化传统,确定了积极的对外文化政策。日本和韩国等一些国家为促进文化发展,专门成立了文化振兴机构,在政策和财政上给予文化产业以强有力的支持。联合国教科文组织在1998年提出的《文化政策促进发展行动计划》中指出:“无疑,未来世界的竞争也将是文化或文化生产力的竞争,文化将成为21世纪最核心的话题之一”。

在我国,党和政府历来高度重视文化建设。改革开放以来,我们党始终坚持物质文明、精神文明两手抓。党的十六大进一步把文化建设与经济建设、政治建设,作为全面建设小康社会的三大目标。要求全党同志要深刻认识文化建设的战略意义,推动社会主义文化的发展和繁荣。党的十六届三中全会提出要树立和落实全面、协调、可持续发展观,文化建设和发展被放在更加重要的位置。胡锦涛总书记强调指出,必须从全面建设小康社会的全局和实现中华民族伟大复兴的高度,深刻认识加强文化建设的战略意义,在推进社会主义

物质文明和政治文明的同时,更加自觉地推进社会主义文化建设。

改革开放以来,我国的文化建设取得了巨大成就,出现了前所未有的繁荣局面。但也要看到,随着改革开放的不断深入,文化赖以生存和发展的经济基础、体制环境、社会条件发生了深刻变化,出现了以下三种情况:其一,社会思想空前活跃,文化价值观呈多元化趋势,各种思想文化互相渗透、互相激荡,呈现出十分复杂的局面。其二,随着经济的不断发展,人民群众生活水平的逐步提高,人们的精神文化需求迅速增长,呈现出多方面、深层次、高要求的特点。其三,随着我国加入世贸组织,文化市场的逐步开放,我们正面临着日趋激烈的国际文化竞争,面临着西方文化产品占优势的压力。因此,文化建设的任务繁重而紧迫。

当代文化发展,也出现了一些值得关注新的特点:一是文化与经济和政治互相交融,联系越来越紧密。文化发展的意义已远远超出文化本身,国际文化竞争同时也是经济和政治的竞争,反之亦然。二是科学技术与文化互相融合。现代科技特别是信息技术与文化相结合,有力地促进了文化产业的发展,极大地丰富了文化产品和文化服务。文化发展水平成为科技发展水平的一个重要标志,也成为一个国家创新能力的一个重要标志。三是文化产业在国民经济中占有越来越大的比重。在经济全球化和科技革命的推动下,文化产业高速发展。在发达国家,文化产业已经成为国民经济中重要的支柱产业,成为重要的出口商品。目前,美国的文化产业产值占 GDP 的 20% 左右,其音像产品占据了 40% 以上国际音像市场份额。日本仅动漫产业的年总产值已超过 1 兆亿日元,成为日本排名第六的国民经济支柱产业。我国文化产业起步较晚,据测算,2002 年,我国文化产业中仅电影、广播电视、音像、报刊、出版、娱乐、广告等 7 个行业年度总产值就已达 2448.39 亿元,约占当年度我国国民生产总值 10.6 万亿元的 2.4%,这说明,我国文化产业在国民经济中具有不可忽视的重要地位。

当代文化发展出现的新情况、新特点,迫切要求我们要关注世界文化发展的状况,深入研究社会主义市场经济条件下文化发展的规律,解决我国文化发展面临的新问题。

首先,要重新认识文化产品的属性。在社会主义市场经济条件下,文化产品具有意识形态和商品的双重属性。文化产品的意识形态属性,使文化产品具有引导社会的功能。因此,要始终坚持把文化产品的社会效益放在首位。同时,也要高度重视文化产品的商品属性。在市场经济条件下,文化产品的生产和传播,绝大部分都要遵循市场规则,通过商品交换,转化为群众的消费。因此,只有把文化产品变成群众喜闻乐见的商品,才能最大限度地实现文化的

宣传教育功能。

其次,要研究公益性文化事业与经营性文化产业各自的特点和发展规律。按照文化产品的属性,可以将文化产品分为公益性文化产品和盈利性文化商品。文化行业也可以划分为公益性文化事业和经营性文化产业两大类。文化事业和文化产业构成文化发展的两个轮子。前者由政府主导,后者由市场主导。要根据两者的不同功能和特点,采取不同的做法,使两者互相促进,共同繁荣。

三是要深入研究文化建设在促进经济社会协调发展中的重要作用。要通过推进文化建设和其他软建设,建设廉洁高效的政务环境,民主公正的法治环境,公平诚信的市场环境,安全稳定的社会环境,舒适便利的生活环境,可持续发展的生态环境,努力提高国家和区域综合竞争力。

四是要深入研究如何适应完善社会主义市场经济体制的需要,深化文化体制改革,转变政府职能。改革开放以来,尽管文化领域的改革成果丰硕,但总体来说,文化体制改革仍然明显滞后于经济体制改革,文化管理体制与管理方式与完善社会主义市场经济体制的要求仍然不相适应,迫切需要深化文化体制改革。公益性文化事业,要以增加投入、转换机制、增强活力、改善服务为重点,完善各项支持公益事业发展的政策措施。经营性文化产业,则要以创新体制、转换机制、面向市场、增强活力为重点,推动我国文化产业跨越式发展。要转变政府管理文化工作的方式。要坚持分类管理,不搞一刀切。总的来说,政府对文化活动的管理要从直接管理向间接管理转变,由微观管理向宏观管理转变,由原来单纯运用行政手段向运用经济手段、法律手段和必要的行政手段、进行综合管理的转变。

大力推进文化建设是全面建设小康社会重要内容,是各级政府义不容辞的职责。毋庸讳言,目前一些同志对文化领域发生的深刻变革认识不足,对文化建设对促进经济建设和政治建设的重要作用认识不足。一些地方仍普遍存在着重视基础设施等硬环境建设,忽视文化等软环境建设;对经济建设等一些硬指标关注较多,对文化建设等软指标关注较少;对经济发展规律研究较多,对文化发展规律研究较少的现象。经济建设和文化建设存在着一条腿长,一条腿短的问题。这是当前我国经济社会发展中存在的一个十分突出的问题,也是贯彻和落实科学发展观必须解决的问题。因此,要把文化建设作为干部培训的重要内容。让广大干部了解中国当代文化发展的现状以及世界文化发展的现状,把握文化发展的规律,努力提高他们在社会主义市场经济条件下管理文化工作的能力。

祁述裕同志主持的国家社科基金项目《中国文化产业国际竞争力报告》,

从比较我国文化产业竞争力与世界上有代表性的国家文化产业竞争力状况入手,对我国文化产业发展状况和文化产业竞争力状况进行了较为客观、准确的评价。并在此基础上,对发展我国文化产业、提高我国文化产业竞争力提出了一些很有见地的意见和建议。在我国文化产业发展和文化产业理论研究尚处于起步阶段的情况下,该项研究富有开创性,十分难得。该项成果的出版也很及时、很有意义,它对各级政府深化文化体制改革,推进文化建设,有较强的借鉴意义,对提高干部管理文化工作的能力也很有参考价值。

我曾多年从事政策研究工作,并在文化系统工作过,深感加强文化建设的重要和紧迫,也深感提高广大干部文化管理能力和水平的重要和紧迫,这是祁述裕同志请我为本书作序,而我欣然应允的原因,是为序。

陈福今

2004年5月4日

导 论

一 问题的提出

早在 20 世纪 40 年代,法兰克福学派学者就敏锐地发现,文化生产一旦与科技结合在一起,形成工业化体系,就会产生影响社会的巨大力量。20 世纪下半叶,随着经济全球化进程的加速,以知识、信息、娱乐、休闲为主要特征的文化产业,得到了极大的拓展,新的分支层出不穷。文化产业在国民经济中所占的比重越来越大,已经成为国民经济的支柱产业之一。

以下三种因素成为文化产业加速发展的主要动力:

(1) 工业型社会向服务型社会过渡,使文化产业的重要性日益凸显。20 世纪中叶以后,发达国家开始由工业型社会进入服务型社会。包括文化产业在内的第三产业在 GDP 中的比重逐年增加,第二产业的比重逐年减少。根据世界银行统计,目前,世界各国第三产业平均达到 60% 左右,发达国家约占国民经济的 70% 以上。第三产业不仅成为国民经济的主导,也已成为社会就业的主体。

(2) 科技与文化的融合,为文化产业的发展注入了强大的动力。现代信息社会从科技创新发轫,起初是信息收集和传送手段的革命,随后其重心向传播内容转化,使信息技术与文化产业越来越紧密地交融,带来以传媒业为核心的文化产业的空前繁荣。在信息时代,信息技术产业与文化产业,互为犄角,互相促进。信息技术的发展,有力地促进了传媒业的现代化;而文化产业的发展,又刺激着信息技术的不断进步。其结果是,一方面文化产业越来越多地运用科技手段,另一方面新的文化行业不断涌现。

(3) 经济全球化使文化产业获得了广阔的发展空间。经济全球化使文化产业的市場空间获得了极大的拓展。联合国教科文组织在其 2000 年出版的《文化、贸易和全球化:问题与答案》一书中表明,在过去 20 年中,文化商品的国际贸易额呈几何级数增长。英国文化产业的年产值近 600 亿英

镑；美国的文化产业更加发达，产值占 GDP 20% 左右，其音像产品占据了国际音像市场 40% 以上份额。由于国际市场的作用，过去 5 年中，美国娱乐业的国际市场收入，约占美国主要电影公司收入的 40%，较 1988 年的 34% 提高了 6 个百分点。不仅发达国家文化产业发展迅猛，发展中国家文化商品也获得了高速增长。根据联合国教科文组织的统计，1980～1997 年，其贸易量增长了 10 倍。国际知名的会计和咨询服务公司——普华永道公司，在世纪之交发表的预测报告说，在互联网这一新兴媒介的推动下，全球娱乐与传媒业在今后 5 年内，将以每年 7.2% 的速度增长，其增长速度大大高于同期世界平均增长速度。到 2005 年，全球娱乐业和传媒业将达到 1.2 万亿美元的规模。经济全球化和技术进步为文化产业注入了其他产业无可比拟的强大动力，这就要求人们必须重新审视文化在社会生活中所扮演的角色。21 世纪利用文化资源的方式正在发生着前所未有的变化。文化被生产、传播和消费的方式将越来越取决于技术创新和全球化市场。

经济全球化使文化产品、文化资源、文化消费时尚、文化市场日趋国际化，文化产业国际竞争更加激烈。在国际文化产业竞争力中，超级大国居于主导地位，在占领他国文化市场、牟取高额利润的同时，也竭力输出其政治观念和文化观念，对他国的文化观念和文化时尚产生了极为深刻的影响。发展中国家则只能处于外来文化冲击之下，其政治安全和文化安全面临着新的威胁。因此，提高国家文化产业竞争力具有双重意义：一方面，文化产业竞争力状况反映了一个国家的经济实力、科技水平和创新能力；另一方面，文化产业竞争力也是一种文化影响力和精神控制力。冷战结束后，军事威胁相对减弱，不同民族和国家文明之间的冲突仍在继续。文化产业国际竞争是这种文明冲突极为重要的表现形式。一个国家文化产业在国际竞争中处于优势地位，在文明冲突中将必然处于有利地位。正是出于上述考虑，发达国家都高度重视发展文化产业，提高文化产业竞争力。

文化产业是国民经济的重要组成部分，是精神文明建设极为重要的内容。中共十六大报告把文化建设与政治建设、经济建设并列为全面建设小康社会的三大目标。发展文化产业、提高文化产业竞争力是全面提升国家竞争力的必然要求，也是促进经济社会协调发展、全面建设小康社会的迫切需要。随着我国对外开放的不断扩大，特别是互联网、现代通讯系统、广播电视等现代电子媒体的广泛应用，使知识信息在世界范围内广泛传播，思想文化交流呈现出分散、便捷、跨国等特点。这有利于我们加强同各国人民的文化交流，但同时也使我们面临着更为激烈的文化竞争，特别是面临西方国家进行文化扩张和渗透的更大压力。加入世贸组织后，面对西方文化产品和文

化服务在更大程度和更广领域的挑战,如何在日趋激烈的文化产业国际竞争中,发展我国文化产业,提高文化产业竞争力,是全面建设小康社会过程中迫切需要解决的重大课题。胡锦涛同志 2003 年年底在全国宣传思想工作会议上指出:目前,我国能够提供的文化产品和文化服务还远不能满足社会需要。我们的宣传思想工作 in 体制机制、思想观念和方法手段上还不能适应时代条件变化的要求。要“积极发展文化产业,是发展社会主义市场经济条件下繁荣社会主义文化、满足人民群众精神文化需求的重要途径。要以体制和机制创新为重点,深化文化体制改革,进一步革除制约文化产业发展的体制性障碍,完善文化产业政策,加快结构调整,优化资源配置,提高集约化经营水平,运用高新技术促进产业升级,推动我国文化产业跨越式发展,逐步提高文化产业在国民经济中的比重,不断增强文化产业的整体实力和竞争力。”

应该看到,我国发展文化产业有许多有利因素。深厚的文化传统,丰富的人力资源和广阔的文化市场,这些得天独厚的文化资源是我国发展文化产业坚实的基础。随着人民生活水平的不断提高,人们的消费结构正在发生重大变化。文化消费在各种消费中所占比重将越来越大。还要考虑到,文化产业是环保产业。我国人均占有自然资源相对较少,而人力资源极为丰富。充分发挥智力优势,大力发展文化产业,也是符合我国国情的一种战略选择。

发展文化产业的核心问题是提高我国文化产业竞争力。文化产业竞争力是一个国家文化环境、文化市场状况、文化企业生产率、利润率、文化产品市场占有率等多方面因素的综合反映,是文化产业发展状况的晴雨表。在经济全球化背景下,提高文化产业竞争力的重要性显得尤为突出。要提高我国文化产业竞争力,首先要对我国文化产业国际竞争力状况有一个准确、客观的估价。由于我国文化产业起步较晚,文化产业研究尚处于起步阶段,对文化产业竞争力问题少有涉及和探讨。因此,加强对文化产业竞争力的研究,为促进文化体制改革,加快文化产业发展提供理论依据,是当前一项十分紧迫的任务。

二 本课题研究重点

文化产业包括电影、广播电视、报刊、图书出版、音像、娱乐业、广告业等众多主体产业,还包括发行、印刷、金融、咨询、文化经纪人、教育培训等相关服务配套行业。文化产业是由主体产业、相关产业,以及延

伸行业所构成,是一个结构复杂的开放性系统。在组织结构上,文化产业包括了以政府部门、行业协会、管理咨询机构为主的行业管理系统;以记者、作家、艺术家、编辑、计算机技术人员、节目制作机构、印刷机构、拷贝机构为主的文化生产系统;以发行机构、专业商店、文化经纪人、广告公司、代理机构为主的商品推销系统;以相关设备制造机构、技术咨询机构、研究开发机构、舆论研究机构、数据统计机构、学术研究机构为主的技术支持系统等。

作为提供精神产品为其基本内容的文化产业,文化产业与一般产业有着明显的不同。与此同时,文化产业又具有一般产业的共同属性,文化产品的生产、流通和消费,必须遵循基本价值规律,文化产业在其发展过程中,同样受到供求机制、价格机制和竞争机制的制约,等价交换原则、利润最大化原则必然渗透到文化生产、流通和消费的全过程,并对文化生产的社会效益和经济效益、文化产业的投资方向、文化生产者的行为选择、文化产业发展方向产生深刻影响。以市场为基本取向,通过市场调节文化产业各种资源,是价值规律作用于文化产业的基本形式。

本课题主要研究我国文化产业竞争力问题。力图通过对影响文化产业发展的各主要方面,通过对文化产业中主体产业的深入研究,将我国文化产业与世界上有代表性的国家文化产业竞争力进行比较分析,对我国文化产业竞争力进行尽可能准确的定位,并提出提高我国文化产业竞争力的建议。

本课题包括整体文化产业竞争力研究和主体产业竞争力研究两部分。

整体文化产业竞争力研究着重分析文化产业各基本构成要素、制约文化产业发展的各个方面,对我国文化产业发展产生什么样的影响,并通过与主要国家相比较,分析我国文化产业竞争力的现状。

主体产业竞争力研究包括电影、广播电视、报刊、图书出版、音像、娱乐业、广告业等七大产业。之所以选择上述文化产业,是因为在我国文化产业集群中,这七大产业市场化程度相对较高。更重要的是,我们认为,这七大产业最能体现文化产业区别于其他产业的基本特点:创造性和精神性,其发展状况也最能反映一国文化产业最核心的竞争力——文化创新能力,可称为文化产业的核心产业集群。文化产业中的其他产业,如旅游产业、体育产业等,就其产值来说,在文化产业乃至整个国民经济中,均占有举足轻重的地位,但从产业属性来说,这些产业只能处于文化产业核心产业集群的外围。可以用图1来表示这几大产业在整个文化产业中的地位。

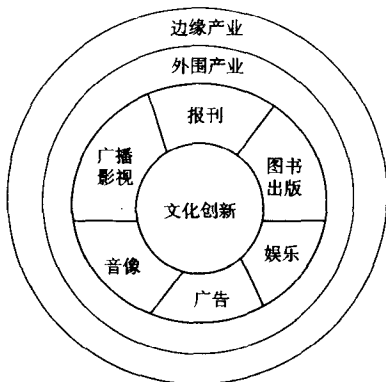


图1 核心文化产业集群

三 文化产业竞争力的基本内涵和 本课题的研究思路

（一）文化产业竞争力基本内涵

文化产业竞争力是个比较概念，从国家角度谈文化产业竞争力，是指与其他国家相比，我国文化企业通过生产和销售文化产品，提供各种文化服务，占有市场和获取利润的能力。它既是一种现实竞争能力，也包括可持续发展的能力。

文化产业竞争力的表现形式是多种多样的。从投入产出的角度来看，文化产业竞争力表现为以最小的投入获得最大的收益；从市场占有的角度来看，文化产业竞争力表现为在国内和国际市场上占据越来越大的份额；从文化产业的内部结构来看，文化产业竞争力表现为文化产业各种生产要素的合理有效的组合。从文化产业所具有的精神性来看，文化产业竞争力表现为为公众提供越来越丰富的文化产品，满足公众的精神需求，激发国民的想像力和创造力。

考察世界各国文化产业可以看到，一个国家文化产业竞争力状况取决于该国整体环境，是该国生产力发展水平、各种生产要素、文化需求、文化市场发育程度、企业治理结构、政府政策和法律状况、文化传统等多种因素综合作用的结果。因此，从国家的角度研究文化产业竞争力，不仅要研究我国文化产业竞争力的实际状况，还要探讨上述多种因素在文化产业发展过程中

所起作用的状况。

首先,一个国家经济发展水平对提高文化产业竞争力具有基础性的作用。经济发展水平直接影响着该国文化需求状况。而一个国家公众对文化产品和服务的需求内容和需求程度,对该国文化产业的发展具有决定性的影响。其次,一个国家文化市场发育程度,也与该国文化产业的发展紧密相关。包括人力资源、资本、文化资源等各种生产要素的配置方式,文化产品和服务的流通情况等。其三,竞争机制对提高文化竞争力尤为重要。文化产业只有在竞争中才能发展,离开了竞争也就没有竞争力可言。激烈的市场竞争迫使文化企业必须不断推出新产品,提供新的服务。市场竞争是促进文化产业发展的基本动力。其四,政府行为和法律状况。一个国家政府行为和法律状况,是构成文化产业发展外部环境极为重要的组成部分。政府管理体制、产业政策、税收政策、财政政策、投融资政策、行政效率,以及法制健全程度等,直接影响着文化产业的发展。其五,文化传统。与其他产业相比,一个国家文化传统与文化产业有着更为深厚的联系,对文化产业发展产生着更为深刻的影响。如此等等。

(二) 国外有关竞争力问题的各种理论

西方国家对竞争力问题的研究由来已久。20世纪以后,随着经济全球化迅猛发展,国与国之间的竞争日趋激烈,竞争力问题更成为各国政府和理论界关注的一个热点问题,有关竞争力问题的理论层出不穷。

(1) 熊彼特的创新说。美国学者熊彼特提出了经济创新的概念,强调创新,尤其是技术创新在提高竞争力中的突出作用。创新来源于对知识和技术的开发。他认为,新技术、客户新需求、新的产业环节、压低上游成本、政府法令规章的改变等,都是形成竞争优势的重要因素。

(2) 迈克尔·波特的竞争力优势理论(钻石理论)。美国学者波特认为,一个国家的生产要素、需求条件、支援与相关产业、企业策略、结构与同业竞争、机会变数与政府行为是形成国家竞争优势的关键要素。波特认为,第一个关键要素是生产要素。生产要素包括人力资源、天然资源、知识资源、资本等。波特认为,在经济全球化时代,诸如天然资源、气候、地理位置、廉价劳动力、融资能力等初级要素的重要性大大降低。人员素质、开发和创新能力以及信息化程度等一些高级要素,在提高国家竞争力中的作用越来越重要。第二个关键要素是国内市场需求。旺盛的内需市场是产业发展的动力,也是提高产品质量、提高竞争力的最直接的动力。第三个关键要素是相关支持性产业。具有竞争力优势的相关产业之间,有着互相提升的效果。第

四个关键要素是企业策略、结构与同业竞争情况。提高产业竞争力，最终要落实到提高企业竞争力。企业竞争力状况主要取决于企业发展战略、企业结构和同业竞争状况。第五个关键要素是政府行为。政府在促进产业改善和刺激创新方面，具有极为重要的作用。过分的干预和极度的放任都是不可取的。机会变数是影响国家竞争优势的第六个关键要素。

(3) 道格拉斯·诺斯的制度说。美国诺贝尔经济学奖得主道格拉斯·诺斯强调制度对于提高国家竞争力的重要性。诺斯不赞成把产业革命的原因归结于技术革命的看法。他认为，“有效率的经济组织”是一个国家经济增长的关键。要保持经济组织有效率，调动个人的积极性，需要在产权制度上进行变革。美国另一位经济学家曼库尔·奥尔森也强调制度的重要性，他认为国家竞争力归根结底与该国制度有关，一个国家制度的质量在根本上决定了其经济成效。

(4) 世界经济论坛（WEF）和瑞士洛桑国际管理发展学院（IMD）有关竞争力的观点。世界经济论坛和瑞士洛桑国际管理发展学院是两个研究国际竞争力的权威评价机构。

世界经济论坛的《全球竞争力报告》认为，国际竞争力的基础是支持高速度经济增长的制度和经济政策。从微观来看，竞争力是一系列支持繁荣的制度、市场结构和经济政策的结果。报告把生产率增长视为竞争力的核心。根据上述理论，《全球竞争力报告》的竞争力共有两部分：一部分是增长竞争力，主要是由技术竞争力、机构竞争力和宏观经济环境三部分构成。另一部分是微观经济竞争力，主要是对企业的评价，其指标由三大类构成：公司运营和战略指数以及经济宏观环境质量指数。瑞士洛桑国际管理发展学院主持的《世界竞争力年鉴》认为，一个国家竞争力的基础是各国所创造和保持的一种能够使企业竞争力能力得到持续的环境。在评价各国竞争力时，报告强调制度的重要作用。

有关竞争力的理论还有综合国力论、政府政策论、管理文化论、劳工组织论等。

在上述各种研究竞争力的理论中，波特的竞争力优势理论在学术界具有广泛的影响。而世界经济论坛和瑞士洛桑国际管理发展学院则将其理论运用于各国综合国力的具体分析，为各国政府，包括学者所瞩目。本课题从我国转轨时期经济社会发展的实际状况和文化产业自身的特点出发，以波特的竞争力理论为主要依据，吸收国际上其他有关竞争力理论的成果和方法，通过比较国外主要国家文化产业发展，重点从文化产业各生产要素及其组合情况、市场需求、政府在发展文化产业中的作用、企业战略、相关产业的发展

等五个主要方面,对我国文化产业竞争力状况进行尽可能全面、准确的分析和评价,并在此基础上,提出发展我国文化产业,提高文化产业竞争力的意见和建议。

四 研究方法和目的

为了尽可能全面准确考察我国文化产业竞争力,本课题主要采取以下两种研究方法。

(1) 定量分析与定性分析相结合。主要体现在构筑理论模型、建立文化产业竞争力评价指标体系上。本课题把文化产业竞争力分为基础竞争力、环境力、核心竞争力三个方面,以生产要素、需求状况、企业战略、相关产业、政府行为等5大基本要素、17个竞争面、67个竞争力评价指标为基本内容,借鉴目前测算国际竞争力指数时常用的评价原则、方法和评价指标体系,即采取多指标综合评价的方法,通过收集文化产业竞争力评价指标的有关数据,并对这些数据进行分类、整理、计算(标准化、权重加权汇总),得出一个指数或分值,同时结合定性分析,对我国文化产业竞争力进行分析和评价。为了更清晰地反映出我国文化产业竞争力的实际状况,我们选择了世界上14个国家的文化产业作为比较对象,来与我国文化产业竞争力进行比较分析。这14个国家是:美国、英国、德国、法国、俄罗斯、意大利、加拿大、日本、印度、韩国、新加坡、巴西、澳大利亚、南非等。之所以选择上述国家,首先是面上的考虑,即比较国家应覆盖五大洲。其次,也因为这些国家均处在当代国际文化产业发展的前沿位置。比较的结果具有典型性和说服力。

本课题收集文化产业竞争力评价指标的有关数据所设定的竞争力评价指标分为硬指标和软指标(专家意向指标)两种。其中,硬指标主要是由各种数据、统计资料等组成。软指标主要是各种调查,包括专家评判、公众评判、抽样调查等。在数据选择和社会调查方面,我们注重权威性与时效性相结合。尽可能选择2003年的统计数据。在2003年数据缺失的情况下,我们也尽可能选择最新的权威统计数据。

(2) 整体研究和具体产业研究相结合。为了更全面、准确地把握我国文化产业竞争力状况,本课题分上、下两篇。从整体研究和具体产业研究两个方面对我国文化产业发展状况进行分析。整体研究侧重从文化产业各构成要素进行分析。具体产业研究选择电影、广播电视、音像、报刊、图书出版、娱乐业、广告业等七个文化产业的支柱行业作为主要研究对象,就竞争力问