

CHANYEJIEMIANSANG
DE
WENHUAZHIWU
花建 / 著

产业界面上的 文化之舞

上海人民出版社

NOTHING ON EARTH
COULD COME BETWEEN THEM



产业界面上的 文化之

花建/著

舞

上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

产业界面上的文化之舞/花建著.

—上海: 上海人民出版社, 2001

ISBN 7-208-04000-1

I. 产... II. 花... III. 文化-产业-研究

IV. G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 079879 号

责任编辑 刘 影

封面装帧 甘晓培

产业界面上的文化之舞

花 建 著

世纪出版集团

上海人民出版社出版、发行

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

新华书店上海发行所经销

商务印书馆上海印刷股份有限公司印刷

开本 890×1240 1/32 印张 11 插页 4 字数 279,000

2002 年 1 月第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷

印数 1-5,100

ISBN 7-208-04000-1/G·770

定价 20.00 元

无论在英文还是中文里，
文化 Culture 都是一个涵义最丰富的词。
就仿佛是一个超级软件，
包含了许多界面：文化心理、文化艺术、文化传统……
其实，它还有一个最富于活力的界面，
那就是“文化产业”(Cultural Industry)！
现在，让我们在这个界面上开始一次思维之舞吧！

——作者题记

序 综合竞争力和文化贡献力

大江浩荡向东，大海晨风入怀。从 20 世纪跨入 21 世纪，文化的力量已经在全世界许多重大事件中扮演了重要角色。不但在每一年的全球 500 强中，总有一些跨国公司是直接经营文化产业的，而且许多非文化类的公司，也积极投资影视、媒体、娱乐领域；不但在综合国力的配比中，文化作为“软权力”，与“硬权力”即自然资源、经济实力、科技实力和军事实力共同发挥着重大作用，而且从科索沃战争到亚太经济合作，都能看到不同文化形态的多种存在形式，包括冲突和调适、共存和共赢。

尤其在知识经济蓬勃发展的大背景下，知识、信息和知识型的劳动者已经成为基本的生产力要素。以通讯、电脑、网络集成为三大技术手段，一个全球化的资源网络开始形成。依靠高素质的人力资源，一个国家可以跨越空间和国界，去组合更多的资金、技术和市场，推动低成本和高回报的增长。而这种高素质的人，不但是掌握了现代科技和操作技术的能手，而且被创新的热情所驱动，具有良好的文化素质，也就是说他们不仅是“高技术的人”，而且是“高文化的人”。而提高劳动力的文化素质，不仅仅靠提高基础教育水平，而且靠各种基础设施、文化传播、艺术熏陶、远程教育、社区活动和良好的文化环境来吸引人才。

综合国力包括文化力。21 世纪一个国家的综合竞争力将是经济实力、科技实力、军事实力和文化实力的综合。而文化发展力也是

2 产业界面上的文化之舞

一个综合的概念,它不但包括了公益形态的文化,也包括了产业形态的文化,也就是以生产和提供具有文化内涵的商品和服务为特征,以文化市场作为导向,以文化的生产性和经营性企业为主体,通过大规模的投入和产出,提供文化产品和文化服务的经济门类。它不但可以贡献 GDP,而且可以成为新科技成果的载体,为其他产业提供大量附加值,为人民群众提供丰富的文化消费品。为此,随着时代的发展,我们一方面要突破传统的文化发展观念,另一方面要确立一个适应 21 世纪潮流的文化产业理论。

一个国家是这样,一个城市也是这样。目前,国际中心城市的产业结构大多体现出后工业化发展阶段的主要特征。其第三产业在 GDP 中的贡献逐步提高,例如:伦敦约为 77%,东京约为 70%,香港约为 87%。在第三产业内部,其结构也在不断升级,金融、管理、法律、研究与开发、通讯等高层次服务业所占比重大,而且一般都是教育中心、科技中心、文化艺术中心、医疗保健中心和旅游服务中心。就文化产业的特质而言,它本身的内部结构也在调整,它不但包括知识型的生产领域,也包括文化产品的制造产业,以及文化产品的销售产业,还包括亚文化产业,也就是文化的边缘产业。如广播影视、新闻出版、综合娱乐、信息服务等,既可以成为高新技术成果的载体,也能依托高科技的力量扩张市场,比如和软件业、信息服务业紧密结合,形成对上下游产业的拉动关系。

再参照上海的情况看,自从进入改革开放的新时代,它从人均 GDP1000 美元到 2000 美元走了十多年,从人均 2000 美元到 3000 美元走了 5 年,从人均 3000 美元到 4170 美元只用了短短 3 年!而从 2001 年到 2005 年,上海将一举跨越人均 GDP6500 美元。如此加速度的发展,和上海经济增长方式的转变有密切关系。上海不但连续 5 年保持投资总额 2000 亿人民币左右,而且根据城市形成综合竞争力的要求,不断寻找新的增长点,以保持经济和社会的持续稳定健康发展;而寻找这一个生长点的根本出路,在于以知识、金融和产业

这三大资本的结合起来找到新一轮发展的突破口,其中,发展文化产业也是上海着力探索的一个重要方面,并且已经向世人展示了蓬勃的活力,为上海走向 21 世纪的经济中心、金融中心、贸易中心和航运中心,做出了积极的贡献。我们完全有理由相信:不久的将来,上海将以国际级的文化创造活力和文化辐射力而屹立在亚洲的太平洋海岸上。

伟大的实践呼唤着创新的理论,前瞻的理论又反过来指导着广阔的实践,这在文化产业领域也是一样。我们上海社会科学院的学者们很早就关注着文化产业的研究,完成了许多有关文化产业、文化政策、文化发展的重点科研课题,成为国家和上海市发展文化产业的重要思想库,并开展了广泛的国际学术交流。花建正是该领域中积极开拓的研究骨干,看到他又有新的理论著作出版,我很欣慰,在祝贺之时藉此写下自己的一点思考。是为序。

上海社会科学院院长、教授 尹继佐

2001 年 9 月 15 日

目录

序 综合竞争力和文化贡献力 尹继佐 1

第一章 财富是一种文化

——文化产业研究的缘起

- | | | | |
|---------------|----|-----------------|----|
| 1 世纪之交的“洗牌” | 1 | 2 知识经济时代的“适者生存” | 4 |
| 3 请问：你在哪一个台阶上 | 13 | 4 科技增长的推动力 | 21 |
| 5 印刷品比坦克更厉害吗 | 26 | 6 跨国经营的企业文化 | 33 |

第二章 产业界面上的文化之舞

——文化产业的构造

- | | | | |
|--------------|----|-------------|----|
| 1 文化的产业界面 | 39 | 2 不像抽屜,更像陀螺 | 44 |
| 3 快给忙人让路 | 50 | 4 一根增加价值的链条 | 55 |
| 5 从核心内容到边缘产业 | 62 | 6 打造“跨媒体平台” | 70 |

2 产业界面上的文化之舞

第三章 临渊羡鱼,不如退而结网!

——文化产业的投资奥秘

- 1 寻找市场曲线的上升点 80
- 2 为有源头活水来 84
- 3 “制高点”和“分段吃” 97
- 4 在金融圈里“圈钱” 105
- 5 积小优势为大优势 115

第四章 “知本家”在行动

——文化产业的资源配置

- 1 创意是产业之源 120
- 2 内容是金,智能是核 124
- 3 在信息化的湍流中 130
- 4 面向全人类的广阔需求 141
- 5 世纪末最大兼并案的启示 151

第五章 好戏需要大舞台

——文化产业的发展空间

- 1 生态型的空间需求 159
- 2 政治准则的围栏 165
- 3 可伸缩的法律边界 170
- 4 心理需求的福地 175
- 5 在闲暇的时空中 182

第六章 千军易得，一将难求

——文化产业的领军人物

- | | |
|----------------|-----------------|
| 1 创业的带头人 189 | 2 强者才能生存 194 |
| 3 抱着炸弹睡觉的人 202 | 4 唯一不变的是“变” 208 |
| 5 人性化的管理趋向 213 | 6 呼唤决策能手 218 |

第七章 巨人之战

——文化产业的集团建设

- | | |
|-----------------|----------------|
| 1 从主流化到集团化 225 | 2 大坝需要一个底座 233 |
| 3 扎根本业，超越本业 238 | 4 船大更要调头快 245 |
| 5 新模式是怎样炼成的 252 | |

第八章 运筹帷幄一盘棋

——文化产业的政府调控

- | | |
|---------------------|--------------------|
| 1 从“管制化”到“非管制化” 266 | 2 e-book 引发的争论 272 |
| 3 后发国家的选择 277 | 4 政府干预的量和度 283 |
| 5 维系不同的利益主体 292 | |

第九章 迎着太平洋的风

——经济全球化与中国文化产业

- | | | | |
|----------------|-----|-------------|-----|
| 1 经济全球化的浪潮 | 296 | 2 新旧战略观念的碰撞 | 299 |
| 3 顺应 WTO 的游戏规则 | 305 | 4 大国决战岂止在战场 | 310 |
| 5 快把那炉火烧得通红 | | 319 | |

主要参考书目 331

跋 [美] J. C. 金介甫 334

后记 338

第一章

财富是一种文化

——文化产业研究的缘起

1

世纪之交的“洗牌”

在 20 世纪最后一次“财富”聚会上，巨头们驾驶着小型的公务机，飞临灯火辉煌的浦东，远眺海平线上最后一缕落日的余晖，兴致勃勃地讨论明天的娱乐业；到底是谁掌握了 21 世纪的金钥匙？哪一只是最被人看好的绩优股？这是一次对新世纪文化产业的大展望，透露了它日益增长的勃勃生机。

在高耸入云的东方明珠电视塔下，坐落着一栋历史性的建筑——上海国际会议中心。有人说：那晶莹的巨大圆球，象征旋转的地球；也有人说：那是世界的眼睛，注视着经济腾飞的中国；还有人幽默地说：它象征信息化时代的符号——@，呼唤知识经济的大潮涌动！

1999 年 9 月 27—29 日，它成为世界瞩目的焦点——’99《财富》论坛全球年会在哪里举行。20 世纪的最后一次“财富”大聚会，其规模之庞大，场面之隆重，议题之丰富，超过了以往任何一次：

中国国家主席江泽民亲临开幕式并致词；

350 家跨国大公司总裁或首席执行官到会；

名列 500 强的通用、索尼、福特、戴尔电脑、时代华纳、CNN、可

2 产业界面上的文化之舞

可口可乐、百事可乐等跨国大集团首脑到会；

基辛格、李光耀等政界要人出席盛会；

42架总裁座机直达浦东机场，其中第一个到达上海的美国 Rich 公司董事长兼首席执行官(CEO)罗伯特·里奇，亲自驾驶 FAL900 三引擎喷气式飞机，经过 6 小时的空中航程，从塞班岛飞抵上海。

这一次“财富”大聚会，又称全球 500 强会议，集中反映了全球经济结构的变化和企业竞争的强大潮流。人们发现：出席会议的全球 500 强代表中，产业结构的比重有了明显的变化。1989 年的 500 强中，汽车、机电、石油、化工等企业是绝大多数；而 1999 年的 500 强中，微软、英特尔、思科、戴尔、阿尔卡特等信息产业的后起之秀，已经奋起直追，后来居上，特别是后者的市场值已经远远超过了其本身的资产总值。

此外，媒体、娱乐、出版等企业界的巨子们，组成了一个强大的文化产业军团。其中包括列世界 500 强第 31 位的日本索尼公司总裁出井伸之，名列第 341 位作为全球最大出版商之一的德国贝塔斯曼公司总裁托马斯·米德霍夫，美国时代华纳有限公司董事长约瑟夫·科林斯，CNN 有线电视巨头特纳国际的总裁菲尔·肯特，美国新干线影院公司董事长罗伯特·谢以及大大小小的高级和低级随从、部门经理们。

《多伦多环球邮报》的一篇评论说：“《财富》论坛有一个古老而新鲜的问题：财富是什么？在知识经济和数字化的时代，或许，财富就是一种文化！经过产业结构调整的大‘洗牌’，许多昨天的巨头离开了 500 强的位置，而传媒和娱乐行业将成为 21 世纪赢利最多而且持续增长的行业之一。”^①如日本的索尼公司，它也是全球最大的音像制品和音像设备业巨头之一，曾经包揽了美国大片《泰坦尼克号》的

^① John. Dell, “The fresh topics of ‘Fortune’”, *Toronto Global Mail*, October 3, 1999.

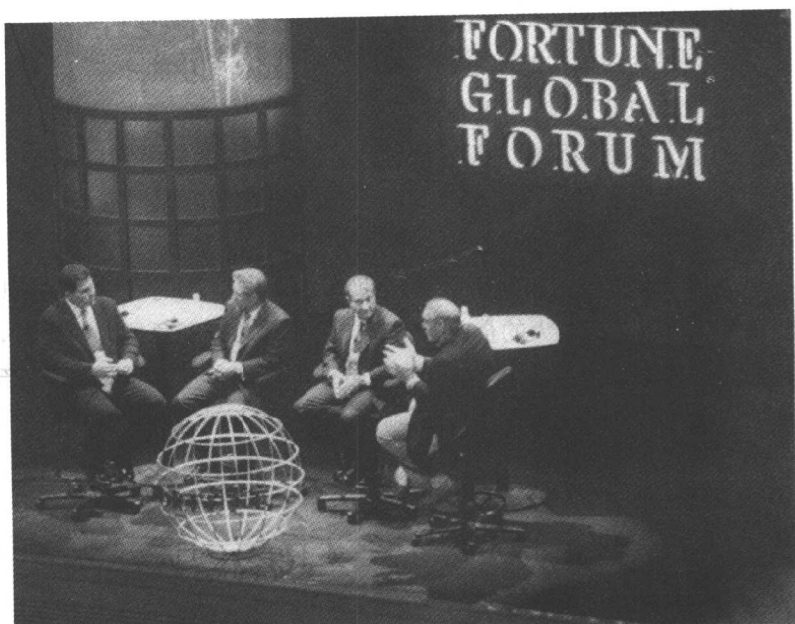


图 1-1-1 1999《财富》论坛全球年会在上海举行

全部音乐制作,1999 年营业额高达 531.56 亿美元;以创造米老鼠和唐老鸭起家的沃尔特·迪斯尼集团,它分布在北美、西欧和亚洲的 4 大迪斯尼乐园至今已经接待了 2 亿 5 千万游客,还拍摄了数以千计的动画片,销售了 10 亿多张唱片和录音带,以滚滚财源而名列 500 强第 150 位,1999 年营业额高达 226.76 亿美元;时代华纳集团占第 282 位,旗下拥有《财富》杂志、《时代》杂志、华纳电影公司、CNN 有线电视网络等一批强势的文化企业,随后又和美国在线公司合并,成为世纪末最大的一次兼并案;传媒业巨子默多克旗下的澳大利亚新闻集团名列第 333 位,它也是香港凤凰卫视的大股东;号称全球第三和德国第一的传播和出版业巨头德国贝塔斯曼集团名列第 341 位,它的读者网络——贝塔斯曼集团书友会,在 1999 年已经拥有近 9000 万会员,遍布世界五大洲,成为一个独特的市场占有形式;维亚

拉姆集团名列第 374 位,西格拉姆集团名列第 417 位,它们控制了全世界 5 大唱片公司中的 4 家,好莱坞 8 大电影公司中的 7 家,以及全世界最重要的电视、报刊和出版集团,像巨大的章鱼控制了全球总量 71.5% 以上的电影市场、65.9% 以上的电视市场和 52.7% 以上的出版市场。作为经济全球化时代的重要标志,这些跨国公司的投资动向和发展趋势,在很大程度上代表了文化产业发展远景。

为什么文化产业在世纪之交,会焕发出如此巨大的经济活力,甚至诞生了世界上最强大的企业呢?为什么在全球产业急剧调整之时,许多第一和第二产业如冶金、纺织、服装业等逐渐衰落,而属于第三产业的媒体、娱乐、出版业等,却像动画片中的恐龙一样越来越庞大呢?

2

知识经济时代的“适者生存”

美国可口可乐公司作为饮料巨头,偏偏设立了一个“创意部门”,收罗了一大批媒体精英、策划高手、咨询顾问、广告专家,付以高薪,以“知识套汇”的形式催促他们不断提出“创意大风暴”。这就是知识经济时代的竞争方式:从一般意义上的技术创造,发展成为面对市场的创造“新奇特”。知识经济作为一种高度人性化的经济体系,迫切需要大量文化资源的投入,从而直接刺激了文化产业的繁荣及与其他产业领域的融合。

在知识经济蓬勃兴起,21 世纪产业结构大调整的背景下,冶金、纺织、化工等一些“夕阳产业”面临着新兴产业的巨大冲击。而从世界范围来看,文化产业却仿佛是时代的弄潮儿,与新崛起的生物、航天、医药、信息、金融等产业,显示出蓬勃的发展活力。

据《华尔街日报》2000 年 4 月的一次调查表明,最近 5 年美国投资回报率最高的 5 大行业是:因特网、电脑软件、半导体、证券经纪、

广告业。这些行业对美国经济持续八年的增长,起到了强大的带动作用,其中因特网行业的5年平均投资回报率是148.8%,电脑软件是54.1%,半导体是48.4%,证券经纪业是44.7%,广告业是43.6%。在投资回报率排行榜的前10名中,科技业占了7位,除上述前三个以外,还有电脑、广播和有线电视、生物科技和移动通讯等。而广告业、广播业、有线电视业恰恰是属于文化产业的范畴,把诸如化妆品业、服装业、建筑业、养殖业等的投资回报率远远地抛在后面,显示出它们在产业结构大调整中的巨大潜力,在未来的知识经济时代有着广阔的发展前景^①。

从世界范围看,随着知识经济的增长,从事传媒、休闲、娱乐等文化产业的从业人员在整个就业结构中占的比例越来越大。请看表1.1^②:

表 1.1 从劳力变化看知识经济的发展

农业经济 前工业期→初期		工业经济 发展期 成熟期→早期		知识经济 发展期→成熟期	
农业	农业	农业	农业	农业	农业
		家庭手工业	制造业	制造业	制造业
		制造业	家庭	家庭	家庭
家庭手工业	家庭手工业	家庭	服务业	服务业	服务业
		大众运输	大众运输	大众运输	大众运输
		营造业	营造业	营造业	营造业
		贸易	贸易	贸易	贸易
		金融、	金融、	金融、	金融、
		不动产	不动产	不动产	不动产
服务业	服务业	健康、教育	健康、教育	健康、教育	健康、教育
		商业、休闲	商业、休闲	商业、休闲	商业、休闲

① 《东方城乡报》2000年4月5日报道。

② 《人才经济》,四川大学出版社,1998年版,转引自张国《中国新战略》,华夏出版社1999年版。

从中国的国情看,也有相似的情况。以上海、广州、深圳为例,产业利润近年来逐步流入新兴的第三产业,其中体育、保险、银行、出版、报刊等新兴产业的利税率一般超过了20%,而咨询服务等方面的利税率超过了30%,相比之下,绝大部分第二产业的利润相当微薄,利税率能够超过15%已经相当可观了^①。正因如此,国家计委三产办已经把文化产业列为我国第三产业的十大增长点。有关方面负责人指出,今后相当长一段时间里,中国第三产业的发展有两大方向:一是大力发展就业容量大的;二是积极开拓潜力大、预期效益好的。其中特别是10个新增长点^②,应该大力加快发展。

1. 旅游业。旅游是仅次于食品和住房的第三大消费。1996年中国旅游业的外汇收入突破100亿美元。2000年1—5月间中国旅游外汇收入就达64.9亿美元,比1999年同期增长18.53%。国家旅游总局计划用20年时间,实现从亚洲旅游大国向世界旅游强国的转变,旅游总收入从4000亿人民币增长到33000亿人民币。到2020年,全国旅游总收入将达到33000亿人民币,相当于国内生产总值的8.64%,旅游消费占国民总消费额的6.7%,真正成为国民经济的新支柱产业^③。

2. 住宅业。据分析,住宅业可以带动建筑、建材、运输、设计等50多种行业的发展,连带效益明显。

3. 新型流通业。到2000年,全国连锁企业和特许经营企业将发展到1500多家,各种形式的网点将从1万个发展到6万个,占零售总额的比重从1.5%提高到5%,年增长速度达到40%。

4. 社区服务业。从1989年开始,中国开始把社区服务业作为

① 《新闻报》1998年7月14日报道。

② 《我国第三产业十大新增长点将日益明显》,载《中国企业报》1999年2月10日。

③ 《财经时报》2000年5月17日报道。