

文化产业市场体系及竞争力研究

向志强 等著



湖南大学出版社
图书出版基金资助项目

湖南大学出版社



湖南大学出版社图书出版基金资助项目

文化产业市场体系及竞争力研究

向志强 等著

湖南大学出版社

内 容 简 介

依据经济学、管理学、传播学以及文化产业学等学科知识和理论,运用文献资料法、比较研究法、案例分析法等研究方法,在阐释文化产业的特征和类型的基础上,研究了文化产业市场体系的构成与培育原则及策略;探讨了文化产业竞争力的内涵、评价指标体系及评价方法;分析了文化产业核心竞争力的内涵、构成要素与培育策略;提出了文化产业核心竞争力培育的措施和对策。

图书在版编目(CIP)数据

文化产业市场体系及竞争力研究/向志强等著. —长沙:湖南大学出版社, 2014. 12

ISBN 978 - 7 - 5667 - 0798 - 7

I. ①文… II. ①向… III. ①文化产业—市场结构—研究—中国 ②文化产业—竞争力—研究—中国 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 003004 号

文化产业市场体系及竞争力研究

WENHUA CHANYE SHICHANG TIXI JI JINGZHENGLI YANJIU

作 者: 向志强 等 著

责任编辑: 王桂贞 责任印制: 陈 燕

特约编辑: 卢付林 王湘平

印 装: 长沙利君漾印刷厂

开 本: 710×1000 16 开 印张: 11.25 字数: 221 千

版 次: 2015 年 5 月第 1 版 印次: 2015 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5667 - 0798 - 7/G · 824

定 价: 28.00 元

出版人: 雷 鸣

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山 邮 编: 410082

电 话: 0731 - 88822559(发行部), 88821 (编辑室), 88821006(出版部)

传 真: 0731 - 88649312(发行部), 88822264(总编室)

网 址: <http://www.hnupress.com> 电子邮箱: wanguia@126.com

版权所有, 盗版必究

湖南大学版图书凡有印装差错, 请与发行部联系

目 次

第一章 绪 论

- 一、研究背景与研究意义····· (1)
- 二、国内外文献综述····· (4)
- 三、研究思路与研究内容····· (15)
- 四、研究方法与创新之处····· (16)

第二章 文化产业特征与分类

- 一、文化产业概念····· (18)
- 二、文化产业特征····· (20)
- 三、文化产业类型····· (21)

第三章 文化产业市场体系的构成

- 一、文化产业主体市场····· (28)
- 二、文化产业客体市场····· (30)
- 三、文化生产要素市场····· (33)
- 四、文化产业时间市场····· (36)
- 五、文化产业空间市场····· (38)

第四章 文化产业市场体系的培育

- 一、文化产业市场体系培育环境····· (41)
- 二、文化产业市场体系培育原则····· (55)
- 三、文化产业市场体系培育策略····· (63)

第五章 文化产业竞争力评价指标构建原则和测评方法

- 一、文化产业竞争力的概念与构成要素····· (75)
- 二、文化产业竞争力评价指标构建目的····· (79)

三、文化产业竞争力评价指标构建原则·····	(79)
四、文化产业竞争力评价结果的测评方法·····	(82)
第六章 文化产业竞争力评价指标体系	
一、资源型文化产业竞争力评价指标体系·····	(86)
二、能力型文化产业竞争力评价指标体系·····	(94)
三、技术型文化产业竞争力评价指标体系·····	(100)
第七章 湖南省资源型文化产业竞争力测算与排序	
一、评价指标的量化与处理·····	(108)
二、评价结果的综合·····	(112)
三、各市州旅游业竞争力综合得分及其排序·····	(128)
四、湖南省各市州旅游业存在的问题及发展对策·····	(128)
第八章 文化产业核心竞争力的构成及培育	
一、文化产业核心竞争力的内涵与构成·····	(134)
二、文化产业核心竞争力培育过程与培育策略·····	(144)
三、文化产业核心竞争力培育环境·····	(151)
四、湖南省文化产业核心竞争力培育措施·····	(153)
参考文献 ·····	(167)
后 记 ·····	(175)

第一章 绪 论

一、研究背景与研究意义

(一) 研究背景

法兰克福学派的阿多诺与霍克海默在 1947 年出版的《启蒙辩证法》中最早提出“文化产业”这一概念。“文化产业”一经提出就显示出对经济发展强大的推动作用。20 世纪后半期,全球迎来了知识经济时代,知识、技术、信息开始成为经济增长点。进入 21 世纪后,随着文化产业与信息产业的结合,文化产业进入飞速发展时期。在美国,1996 年,其文化产业的产值已占 GDP 的 18%~25%,文化产品出口超过汽车、农业和航空等传统行业,每年拉动经济效益达到 369 亿美元,提供了 130 万个就业机会。在英国,2001 年,十三项文化创意产业值达 1120 亿英镑,占 GDP 的 8.2%。在日本,文化产业的规模比电子业和汽车工业还要大,2000 年,其文化产品出口总值达到 150 亿美元。在法国,旅游业是一项非常重要的文化产业,拥有大约 1.4 万座历史古迹、4000 多个博物馆,1998 年,就吸引了超过 7000 万名国内外游客,连续三年成为世界第一旅游大国。由此可以看出,文化产业作为一种新的人类社会财富创造形式,产生的经济效益和就业机会十分可观,在国民经济中的地位越来越重要,逐渐成为国民经济的支柱产业。

与其他产业相比,文化产业具有市场规模巨大、投资回报丰厚的特点。有学者将文化产业和高科技产业并称为世界上两大“最挣钱的产业部门”,因此,无论是发达国家还是发展中国家都已把大力发展文化产业作为新的经济增长点。文化产业已成为国家软实力的重要组成部分和国与国之间竞争的利器。一些学者甚至认为,发展文化和文化产业与欧洲文艺复兴有同等重要的意义。因此,抓住机遇,促进文化产业发展是当务之急。日本国会在 2000 年通过了《信息技术基本法》,2001 年通过了《文化艺术振兴法》,2003 年通过了《文化产业促进法》。目前,日本的音像产业已成为国民经济的第二大产业,从业人

员占全社会从业人员的近 8%，文化娱乐业经营收入已超过了汽车工业，成为日本新兴支柱产业。韩国提出了“文化立国”战略，把文化产业作为 21 世纪发展国家经济的战略性支柱产业全力培育，不仅在研究规划、政策制定上，而且在资金扶持、营销网络建立等方面制定了切实可行的措施，使文化产业呈迅速发展之势，目前其动画片出口已成为世界主要出口国之一。

中国文化产业兴起于 20 世纪 70 年代，开始于 20 世纪 80 年代。进入 21 世纪后，由于文化产业在国际经济中的影响力不断提升，文化产业的经济作用不断凸显，再加上人们对精神产品的需求不断增加，中国政府越来越重视文化产业的发展。中国共产党的十七大报告明确指出，要“大力发展文化产业，实施重大文化产业项目带动战略，加快文化产业基地和区域性特色文化产业群建设，培育文化产业骨干企业和战略投资者，繁荣文化市场，增强国际竞争力。运用高新技术创新文化生活方式，培育新的文化业态，加快构建传输快捷、覆盖广泛的文化传播体系”。十八大报告确立了全面深化改革的总目标，提出了文化软实力要显著增强的目标，其中关于文化产业的发展要求为：文化产品更加丰富，公共文化服务体系基本建成，文化产业成为国民经济的支柱性产业，中华文化走出去迈出更大步伐，社会主义文化强国建设基础更加坚实。十八届三中全会则进一步提出，紧紧围绕建设社会主义核心价值体系、社会主义文化强国，深化文化体制改革，加快完善文化管理体制和文化生产经营机制，建立健全现代公共文化服务体系、现代文化市场体系，推动社会主义文化大发展大繁荣。

随着中国经济结构调整和产业结构转型，文化产业在促进经济社会发展中的战略作用受到人们的高度重视。2008 年，中国文化产业增加值超百亿元的省（区、市）已达二十多个；2011 年，中国文化产业总产值超过 3.9 万亿元，所占 GDP 比重首次超过 3%；2013 年，中国文化产业增加值增长 15% 以上。促进文化产业快速发展，增强中国文化的总体实力和竞争力已经成为国家文化发展的战略之一，发展文化产业逐渐成为一股潮流，“文化大省”“文化强省”“文化立市”“文化兴市”也已经被许多省市提到了战略的高度。当前，发达国家的文化企业已经通过并购和重组等手段，在世界范围内瓜分市场，形成遍布全球的产业市场，市场潜力巨大的中国成为它们进入的目标。这一方面给中国的文化产业发展提供榜样示范和机遇，另一方面也使中国文化产业面临更加激烈的竞争和强大的压力。在这样一种背景下，文化产业如何在竞争中保持优势，实现可持续发展，并在竞争中赢得更大的市场份额，是一个急需研究的问题。

(二) 研究意义

随着文化产业政策逐渐推行, 中国文化产业进入迅速发展阶段。《中国文化产业年度发展报告(2014)》预测, 2015年中国文化产业增加值将达到2.1万亿元, 约占国民生产总值比重的3.77%, 比2012年增加0.3个百分点。但是, 中国文化产业与国外特别是欧美等发达国家相比还存在很大差距。

目前中国文化产业市场体系已粗具规模, 但仍存在着很多问题和不足。主要表现有: 其一, 文化市场发育程度相对较低而且发展不平衡。不同地区、不同文化行业之间的市场化程度不同, 从而阻碍了文化产业国家市场的建立。其二, 市场运行不规范。文化产业由于受计划经济体制的影响和约束, 导致文化市场运行机制不健全, 约束机制不完善, 市场秩序混乱。其三, 外部环境不协调。市场体系所需要的宏观调控体系不完善, 制约了文化产业市场体系的运行效果。其四, 文化产业市场融资渠道不畅, 资金投入不足, 制约了文化产业发展。基于以上问题, 研究文化产业市场体系培育方式, 提高文化产业市场资源配置效率, 不仅有利于文化产业的可持续发展, 也有利于满足消费者的文化需求。

制定科学系统的文化产业竞争力评价指标体系十分重要。一方面可以发现文化产业的优势与劣势、机遇与挑战, 从而扬长避短, 促进产业发展; 另一方面可以保障经济安全, 不仅有利于文化产业的安全, 也有利于整个国民经济的安全。目前中国已构建的文化产业竞争力评价指标体系, 大多从整体出发, 把文化产业作为内部行业无差别的产业对待, 使评价指标可操作性与实用性不强。事实上, 文化产业涵盖很广, 从广播电视到文物拍卖, 从图书出版到体育表演, 产业形态纷繁复杂, 产品种类多样, 因此很难探寻各文化产业的共同属性及发展的一般规律。本书按照投入的资源、能力、技术这三种要素的不同比例和贡献, 将文化产业分为三种类型, 即资源型文化产业、能力型文化产业、技术型文化产业, 分析三种文化产业类型之间的区别, 构建能体现差异的三套竞争力评价指标体系, 使评价指标更具操作性和实用性。

核心竞争力作为文化产业保持持久竞争优势的核心能力, 具有不可模仿性和不可替代性。文化产业核心竞争力的形成是提高文化产业竞争力的前提和基础。经过二十多年的发展, 中国文化产业已由粗放型发展阶段, 逐步进入到集约型发展阶段。当文化产业进入集约型发展阶段之后, 培育核心竞争力成为保持竞争优势、实现可持续发展的主要措施。美国、英国等文化产业发达国家之所以能保持文化产业的持久发展, 关键就在于他们拥有文化产业核心竞争力。因此, 尽快培育中国文化产业核心竞争力, 是当前中国文化产业发展的主要

措施和任务之一。目前中国有关文化产业的研究仍主要停留在现状、问题及对策等一些表面问题上,对文化产业竞争力及核心竞争力等深层次问题的研究仍基本处于空白阶段。本书一方面构建中国文化产业核心竞争力研究的理论分析框架,从而为文化产业核心竞争力研究提供一些思路和启示;另一方面提出中国文化产业核心竞争力培育对策,从而为中国文化产业核心竞争力培育的具体实践提供理论指导。

二、国内外文献综述

文化产业概念的提出始于20世纪40年代,而中国的文化产业研究始于20世纪90年代,与西方相比,整整晚了近半个世纪。随着经济不断发展,特别是经济全球一体化,文化产业越来越受到学界的关注,越来越多的文化产业研究团体与机构不断涌现。从目前国内外文化产业的研究现状来看,学者对于文化产业的研究主要集中在文化产业概念与分类的研究、文化产业发展战略研究等方面。

(一) 国内文献

伴随着中国改革开放的深化,国家对发展文化产业日益重视,许多省市都将文化产业作为支柱产业来发展。国内学者对中国文化产业发展的内在规律进行了有益的探索与研究,取得了丰硕的成果。目前国内研究主要表现在以下几方面:

1. 文化产业市场界定的研究

这是国内学者对文化产业研究较多的角度。张元忠在《文化市场管理》一书中从市场性质角度将文化产业市场划分为资本主义文化市场和社会主义文化市场。杨运泰在《文化市场的培育与管理》一书中对文化产业市场进行了广义和狭义的划分,认为狭义的文化市场是指文化产品和文化服务交换与流通的场所,而广义的文化市场是文化产品和文化服务在交换过程中所反映的各种经济关系的总和。朱希祥在《文化产业发展和文化市场管理》中从文化产业市场细分角度对文化产业市场进行了界定,认为文化产业市场是其子市场的集合体,包括演出市场、文化娱乐市场、图书市场、旅游市场、文物市场、艺术培训市场、对外文化交流市场。此外,还有部分学者依据国家统计局《文化及相关产业分类》将文化市场分为核心市场、外围市场、相关市场。

2. 文化产业市场投融资的研究

对文化产业市场投融资问题,已有的学术文献或专著研究较多,也较详

尽。宋奇慧在《健全文化市场体系,加快文化产业发展》一文中主要论述了建立文化产业市场融资体系的必要性,认为文化市场的投融资体系已经成为当前中国文化市场体系建设中最为紧迫的任务之一,并提出建立投融资体系的相关措施。王希刚在《文化传媒产业融资问题的分析与对策》一文中主要分析了中国文化产业市场的融资困难,如融资渠道狭窄、民营企业融资存在“制度性歧视”,并提出了解决措施。卫兴华、孙咏梅在《改革投融资体制,促进文化产业市场化》一文中认为文化产业投融资体制改革是中国文化产业市场化的关键,也是当前文化产业发展的重点和难点,其核心是在投融资领域导入市场机制,改变主要依靠政府直接投资格局,放开社会资本进入文化产业的准入限制。喻文益、向勇在《中国文化产业融资的冷静思考》一文中从金融业与文化产业相结合的角度提出文化产业金融总体形势有紧有松,松的是各界都在支持文化产业的发展,紧的是金融业基本规范,银行不肯放款,其理由是文化产业的现代企业制度建设不健全,预期收益的评估难于进行。此外,纪建悦的《中国文化产业融资机制问题的探讨》、谭震的《中国文化产业融资方式的创新研究》都对文化产业的投融资有各自的见解,不再一一赘述。

3. 文化产业市场培育研究

中国对文化市场培育的研究开始于20世纪90年代晚期,目前对文化市场培育的研究著作比较少。杨运泰在《文化市场的培育与管理》一书中从文化市场建设的基本方针入手,结合建设原则、建设措施、文化经营三个方面对文化市场的培育进行探讨,对文化产业市场的培育方式提出了如下看法:一是发展文化产品市场,完善文化要素市场;二是发展市场中介服务机构;三是鼓励和引导文化消费;四是综合运用市场政策,开发和培育文化消费市场。李高峰在《文化产业市场主体的培育和发展》一文中认为,文化产业的生产与需求矛盾突出,总量规模偏小,社会化、产业化程度低,经营管理水平相对较低,技术发展和创新能力不足,发展缺乏要素支撑体系,因此要着重加强对市场主体的培育,加快体制改革,拓宽融资渠道,调整优化所有制结构,发展大型文化产业集团。

4. 文化产业市场管理研究

这是国内研究较多的角度,很多专家学者提出了自己的看法。王仲尧在《文化市场管理》一书中详细论述了中国网络文化市场、旅游文化市场、农村文化市场、少数民族地区文化市场、大城市文化市场等各类文化市场的管理,并提出了自己的观点。刘玉珠在《文化市场管理指南》一文中着重论述了文化产业市场的管理方法和管理体制,认为由于“文化市场”的概念界定和分类模

糊,影响到了相关法律法规的制定和行政管理权的行使,因此,必须客观完整地认识和界定文化市场。廖奔在《文化市场的理论定性与文化市场的定位及其管理》一文中提出了文化的非市场管理,认为文化的非市场管理主要是指那些不能被市场所包容的文化因素的管理,诸如纯艺术的生产、文化产品非商业性质的流通(如借助于图书馆、博物馆等),以及高雅文化的非赢利性传播等,这些都需要国家职能部门通过恰当的手段,发挥各方面的力量来支持。苗丽静的《文化产业、文化市场与文化管理》、吕海波的《论改进文化市场管理》、刘丁蓉的《浅谈文化市场管理的功能与方法》等文,也从相关角度提出了文化产业市场管理的措施。

5. 文化产业市场营销研究

中国对市场营销的研究已经非常深入,借助营销学相关理论,学者提出了文化产业市场营销的基本理论。方明光的著作《文化市场与营销》对营销环境、市场的需求和预测、市场的营销目标和战略、市场的价格机制等进行了详细的论述,为把握文化产业市场规律、洞悉文化市场营销机制提供了理论依据和运作方法。李康化的著作《文化市场学》涉及营销环境、文化市场营销信息系统、市场调查与目标选择、文化市场竞争者、文化产品营销组合、文化企业营销、市场细分等方面,提出由于文化市场有其特殊性,一般市场营销理论并不能完全适应,因此,要引入国外先进的管理,结合中国实际,培育符合中国文化市场发展阶段的理论体系。孙安民的著作《营销文化》依据营销学的相关理论对文化市场的营销进行了论述,他从文化产业发展方法论的角度,探索了消费者、生产者、经营者之间的内在联系,所涉及内容包括:文化产品的本质特征、消费需求、市场细分、客户关系、营销组织等诸多方面,该书还分门别类地深入剖析了中外影视业、娱乐业、演出业、会展业等文化产业部门的典型案例,运用理论与实践相结合,对营销文化问题进行了剖析。

6. 文化产业概念和类型研究

目前国内学者已从多个角度对文化产业概念和类型进行了界定。其中,叶郎教授从文化产品性质角度认为文化产业是指文化产品与文化服务的生产经营活动以及为这种生产和经营提供相关服务的行业^①;陈立旭从产业角度来定义文化产业,把文化产业定义为“生产和经营文化产品的企业群”^②。万里认为“提升人类生活尤其是精神生活品质而提供的一切可以进行商品交易的生产与

① 叶郎. 充分重视文化产业在经济建设中的重要地位 [A]. 2001年3月全国政协大会发言.

② 陈立旭. 论文化产业的社会功能 [J]. 山东理工大学学报, 2004, 20 (4): 61-65.

服务,都可以称之为文化产业”^①。对文化产业分类研究较权威的是国家统计局的《文化及相关产业分类》,它将文化产业分成三类:核心层,包括新闻、出版、广电和文化艺术等;外围层,包括网络、娱乐、旅游、广告、会展等新兴文化产业;相关服务层,包括提供文化用品、文化设备生产和销售业务的行业,主要指可以负载文化内容的硬件产品制作业和服务业。

7. 中国文化产业现状、问题及对策研究

目前中国学者更多的是将精力放在中国文化产业现状、存在的问题及发展对策的研究上。其中既有从国家层面研究中国文化产业整体发展状况,也有从微观层面研究中国各省市文化产业现状。国家宏观层面研究最全面也最具权威性的是由中国社会科学院文化研究中心和上海交通大学共同出版的《文化蓝皮书》。该书以发展报告的形式,系统介绍当年中国文化产业现状。微观层面的研究文献主要有:向阳的《湖南文化产业现状与对策研究》、李珍的《长春文化产业发展与创新》、李丽萍的《河北省文化产业发展的困境与对策》、杨旭涛的《实现辽宁文化产业快速发展的对策思考》以及霍淑华、白翔的《以文化产业园区带动山西文化产业发展》等,这些文献都分析了各省市的文化产业发展现状和发展对策。

8. 文化产业竞争力研究

文化产业竞争力已逐渐成为中国文化产业研究的重点和热点。花建提出了中国文化产业竞争力的四大能力和七大内容,四大能力分别为:创新能力、市场拓展能力、成本控制能力以及可持续发展能力;七大内容为:产业实力、产业效益、产业关联、产业资源、产业能力、产业结构以及产业环境。^②对于提高文化产业竞争力问题,花建指出,为了提高文化产业竞争力的整体创新、市场拓展、成本控制以及可持续能力,需要采取切实可行的对策。要提高文化产业竞争力,就要提高文化产业的知识创新能力、知识流动能力、成果转化能力、创新服务环境、创新经济效益,加速形成人力资本,建立吸引优质资本的渠道;政府要转换职能,培育产业集团,统一文化市场;企业则需要在创新文化品牌上下功夫。徐浩然、雷琛烨认为提高文化产业竞争力的核心能力需要坚持以内容为主,注重内容的差异性与创新性,吸引更多的注意力资源,打造出一批名牌文化企业。

① 万里.关于“文化产业”定义的一些思考[J].湖南第一师范学报,2001(1):17-20.

② 花建.文化产业竞争力的内涵结构和战略重点[J].北京大学学报,2005(2):9-16.

9. 文化产业国际竞争力研究

2000年,祁述裕在《国际文化竞争力与中国文化产业发展》一文中指出:“谁买下了文化,谁就可以控制时代”,强调文化竞争力在综合国力的竞争中占据着越来越重要的位置。国际日趋激烈的文化竞争使强势文化如潮水般冲击着中国的文化市场,中国的文化产业发展面临着严峻的挑战,因而中国要利用得天独厚的文化资源创新文化,发展文化产业,提升国际文化竞争力。

雷光华在《关于提升中国文化产业国际竞争力的思考》一文中借鉴产业国际竞争力的概念,从侧重于国际竞争市场条件的角度界定了文化产业国际竞争力概念:一国文化产业在自由和公平的市场条件下,争夺有利的生产条件和销售条件,在竞争中获得最佳利益的能力,它是国际竞争优势的表现。文化产业国际竞争力直接表现为一国文化产品在国际市场上的占有份额和出口竞争力以及文化产业的利润率和劳动生产率等。中国文化产业的生产效率普遍低于国际水平,出口竞争力弱,出口份额低,劳动生产率低,国际竞争力低下。这种状况的出现主要是由管理体制缺乏活力、缺乏规模经济、科技水平较低、市场开发不力等原因造成的,因此要从体制创新、创造产业发展环境、加快产业重组、技术革新、创立品牌等方面来提升中国文化产业的国际竞争力。

郑琳在《探解提高中国文化产业的国际竞争力》一文中着重分析了如何提高中国文化产业的国际竞争力。在文化产业成为21世纪国际竞争的主战场的时代背景下,提高中国文化产业在国际竞争中的地位,要做到拓宽融资渠道,加大投入力度,挖掘文化资源,创新文化产品,提高文化产业的科技含量,合理利用全球性文化产业资源,积极培育和开拓国外文化市场,培育文化品牌,适度保护文化产业,充分发挥文化行业协会的作用。这些观点与其他学者的观点有许多相似之处,但其重视行业协会在提高文化产业竞争力中的作用是其他学者没有提到过的。

10. 区域文化产业竞争力研究

王亭亭、文明在《打造河北文化产业的竞争力》一文中从文化产业的环境竞争力、深层竞争力和核心竞争力的角度出发,探讨了如何发展河北文化产业。该文提出的打造河北文化产业竞争力措施大而全,不够细致、深入。韩秀红在《对提升昆明文化产业竞争力的路径思考》一文中做了较为细致的分析,认为提升昆明文化产业竞争力的路径主要是深化文化体制改革,调整文化产业结构,拓宽融资渠道,提高产业创新能力。

还有学者从比较优势的角度探讨如何提升区域文化产业竞争力。宋彦麟在《提高辽宁文化产业竞争力综论》中指出,提高辽宁文化产业竞争力,要明确

发挥比较优势,打造比较优势,全面提高辽宁文化产业竞争力。这篇文章带来了新的视角,但总体上可操作性低,对文化产业发展借鉴作用不大。张立伟在《提升成都文化产业竞争力的“钻石体系”》中,依据美国哈佛商学院著名的战略管理学家迈克尔·波特所提出的决定国家或区域竞争力的“钻石体系”理论模型来分析提升成都文化产业竞争力的途径。这篇论文与当地的实践情况联系紧密,强调消费者、企业战略对产业竞争力的影响,具有可操作性,实际指导作用较大。

11. 文化产业核心竞争力研究

欧阳友权在《文化产业通论》一书中将文化产业的核心竞争力定义为:文化企业和文化经营性组织在发展中所积累的一种对外界环境和文化市场迅速做出应对的智能体系和综合素质,它从根本上促进着企业和组织因时而变,有效整合文化资源,不断推出适合大众需要的优质文化产品和文化服务,并使自身获得持续竞争优势及资本积累。欧阳友权还指出,文化产业的核心竞争力要通过文化企业或经营性组织一系列的核心特长或关键能力表现出来,最终以市场占有率及品牌公信力为标志。郑海在《构建云南文化产业的核心竞争力》一文中指出,核心竞争力建立在比较优势之上,通过走特色之路、区域联动和一体化发展提高核心竞争力。吴飞在《传媒竞争力》一书中从中国媒体的竞争力形态、如何打造传媒的核心竞争力、激活媒体无形资产的竞争优势等方面解析了传媒的核心竞争力。姚争、魏珑在《区域文化与电视产业核心竞争力》一文中从电视频道化生存和文化全球化语境等视角入手,对中国区域文化与电视产业核心竞争力的关系进行了分析。

12. 文化产业竞争力评价指标体系研究

花建在《文化产业竞争力》一书中将文化产业竞争力评价指标体系分为产业实力、产业效益、产业关联、产业资源、产业能力、产业结构和产业环境七大板块。花建的文化产业竞争力评价指标从产业的效益、实力、关联、资源、能力、结构着眼,充分显示了产业的内部竞争力。祁述裕在《中国文化产业国际竞争力报告》一书中,依据波特的决定国家或区域竞争力的“钻石体系”理论,从生产要素、需求状况、产业集群、产业策略、政府行为五个要素出发,将文化产业竞争力分成人力资源、文化资源、需求结构、营运基础等17个方面。该书分别对这17个方面构建评价指标,共构建了67个评价文化产业竞争力的具体指标。还有学者从市场占有、产业规模、生产效率、经济贡献、创新能力、成长能力、文化需求等方面构建文化产业竞争力评价指标体系(徐萍,2006)。

有的学者在构建文化产业竞争力评价指标体系的基础上,对产业竞争力进行了实证研究。祁裕述在《中国文化产业国际竞争力评价和若干建议》一文中对美国、日本、中国、印度、韩国、法国、巴西等 15 个国家的文化产业竞争力指数进行测评,分析了中国文化产业在国际竞争中的地位以及与欧美等国之间的差距。李宜春在《省城文化产业竞争力评价指标体系初探——以安徽省为例》一文中对安徽省文化产业竞争力水平进行了测算,得出安徽省文化产业在全国居于中等水平的结论。

此外,有学者还研究了指标的分析方法。徐萍在《陕西文化产业竞争力报告与分析》中运用因子分析法对文化产业竞争力进行综合评价。具体步骤是:将原始数据标准化,建立变量的相关系数短阵;计算相关数阵的特征值和方差贡献率,并根据累计方差大于 85% 的要求建立因子载荷阵;对因子载荷阵实行方差最大正交旋转,使因子变量更具有可解释性;计算因子得分,并以各因子方差贡献率为权数算出竞争力的综合得分。祁裕述在《中国文化产业国际竞争力报告》中研究了文化产业竞争力整体性评价的计量模型,分别列出了评价指标竞争力指数、文化产业竞争力方面指数、文化产业竞争力要素指数的计算公式。

(二) 国外文献

1947 年,法兰克福学派阿多诺和霍克海默在他们联合撰写的文章《文化工业:欺骗的公众的启蒙精神》中首次使用了“文化产业”一词。自此,文化产业开始作为一门新兴产业被世界各国广泛研究,其发展历程大致可分为三个阶段:第一个阶段,即 20 世纪三四十年代,以法兰克福学派为代表对文化产业的批判阶段,主要针对资本主义工业化生产和文化的商业化对艺术的影响问题;第二个阶段,即 20 世纪六七十年代,以英国文学学派为代表对文化产业的中立阶段,开始侧重文化产业意识形态方面的探讨,辩证地看待大众文化的消极和积极影响;第三个阶段,即 20 世纪 90 年代,对文化产业开始实践层面的研究,也是对文化产业的全面肯定阶段。在这三个阶段中,国外学者对文化产业进行了大量的研究,主要集中在以下几方面:

1. 文化产业概念和类型研究

美国认为文化产业是以版权为基础的产业,包括核心产业和外围产业。其中,核心产业是指出版业、广播电视业、表演业、动画片及录像制品业、广告业以及电脑软件产业和数据处理产业等;外围产业有不完全版权产业、版权资

料分配产业、产品的生产和分配与版权产品相关的产业。^① 英国认为文化产业是“源于个体创造力、技能和才华的活动，而通过知识产权的生成和取用，这些活动可以发挥创造财富和就业的潜力”，包括广告设计、建筑、艺术和古董、手工艺、互动休闲软件、音乐、广播影视、表演艺术、出版和软件等 13 个部门。^②

除政府外，专家学者也对文化产业的概念与分类提出了看法。有代表性的是英国学者安迪·C·普拉特从文化产业链角度进行的分析：“文化产业与以文化形式出现的材料生产中所涉及的各种活动有联系，在全球化时代构成一个巨大的产业链，包括内容创意、生产输入、再生产和交易四个链环，相互交融成庞大的文化产业生产体系。”^③ 英国曼彻斯特大学的贾斯廷·奥康纳从经济角度为文化产业下定义：“文化产业指以经营符号性商品为主的那些活动，这些商品的基本活动源自于它们的文化价值。”^④ 日本学者日下公人从经济学理论出发，把文化产业定义为：“文化产业的目的是创造一种文化符号，然后销售这种文化和文化符号。”^⑤

2. 文化产业政策研究

以德法为代表，欧洲国家认为在文化发展方面不要太相信市场的作用，而要相信国家的扶持作用，因此，他们强调国家应该制定政策以规范文化市场的发展。为此，法国颁布了《出版和交流自由法》，德国颁布了《德国文化政策》。亚洲国家采取的策略主要是官民并举，大力培育文化市场。如日本、韩国先后通过了《文化产业促进法》《文化产业发展推进计划》等文件，大力培育文化市场，并鼓励民间资本进入文化行业。

对文化产业研究的另一重要内容是文化产业对就业的作用和影响，尤其是欧洲各国对其进行了系统全面的研究。伯克曼基金会研究员卡西·布里克伍德对文化产业政策、文化产业与就业的关系进行了系统论述。他一方面认为就业政策实际上是文化政策，另一方面认为国家必须建立文化扶持和资助政策来

① 尚永. 美国的版权产业和版权贸易 [J]. 知识产权, 2002 (06): 43-46.

② [澳] 斯图亚特·坎宁安. 从文化产业到创意产业: 理论、产业和政策的涵义. 见: 世界文化产业发展前沿报告. 北京: 社会科学文献出版社, 2004: 134-147.

③ [英] 安迪·C·普拉特. 文化产业: 英国与日本就业的跨国比较. 见: 世界文化产业发展前沿报告. 北京: 社会科学文献出版社, 2004: 208-218.

④ [英] 贾斯汀·奥康纳. 欧洲的文化产业和文化政策. 见: 世界文化产业发展前沿报告. 北京: 社会科学文献出版社, 2004: 8-19.

⑤ 郝相礼. 以文化产业化促进产业文化化. 文化电影信息. http://www.library.hn.cn/jbzt/jb/bj_data/whdyxx/wh17.htm, 2004-5-14.

“刺激和强化文化产业的研究与开发”，而实现的关键要素是把新技术运用到文化活动中去，并指出就业与培训是文化产业与文化体制改革所面临的共同问题。^①

美国学者认为国家没有权利剥夺公民的言论自由和出版自由，因此，美国在制定文化市场政策方面十分谨慎，至今没有制定正式的官方文化市场政策文件，美国因循的市场政策是“无为而治”。与欧洲相比，它在文化产业政策方面的研究相对薄弱，美国文化产业政策“领域”仍处在形成阶段，它关注更多的是文化产业的资助和文化产业的经济效益等问题。

3. 文化产业市场管理研究

国外对文化产业市场管理基于立法、行政、司法三权分立的思想，倾向于非行政管理模式，即指国家不通过行政，而主要通过文化行业协会等社会团体的自律和自治或通过司法执法来对文化发展进行必要的干预，对文化产业市场进行必要的监管。主要观点有：在市场经济条件下，对文化产业市场的管理应尽量依靠市场主体及其社团的自律功能和司法功能来解决；非行政模式符合市场经济体制所要求的“精干政府”原则，政府只对文化发展和文化市场进行有限的管理，而把对文化产业市场的日常监管权赋予社会力量和司法机关，这样有利于精简行政机构，也能彻底解决行政执法的复杂法律问题。

4. 文化产业资本市场研究

哈佛大学教授塞缪尔·亨廷顿在“防卫中的美国国家安全利益”的基础上提出了“文明冲突论”，认为当今最重要的冲突不是意识形态的、政治的或经济的冲突，而是文化的冲突。资本市场是文化产业发展的助推器，政府应该借助资本市场大力发展文化产业。美国是当今文化投资最大的国家，也是国际文化资本流入最多的国家。同时，美国政府通过法律法规和政策杠杆来鼓励各州、各企业以及全社会对文化事业进行赞助和支持，并明确规定与文化公益事业相关的单位或群体一律享受免税待遇。欧盟为支持文化产业发展制定了“企业政策”，给从事文化和文化旅游业的中小企业以资金投入，给从事内容和视听业的公司提供银行贷款或风险资本。欧洲投资银行还给文化产业方面的投资项目提供长期贷款。

5. 文化产业市场运作研究

由于多年在市场经济制度下运行，美国能够按照市场经济规律进行文化产

^① [芬] 卡西·布里克伍德. 信息社会中的文化政策与就业. 见：世界文化产业发展前沿报告. 北京：社会科学文献出版社，2004：20-33.