

内蒙古自治区社会经济发展研究报告丛书·第一辑

总主编：张亚民 侯淑霞

NEIMENGGU ZIZHIQU WENHUA
CHANYE FAZHAN BAOGAO(2013)

内蒙古自治区 文化产业发展报告 (2013)

主 编：柴国君 张智荣



经济管理出版社

内蒙古自治区社会经济发展研究报告丛书·第一辑

总主编：张亚民 侯淑霞

内蒙古财经大学科研资助

NEIMENGGU ZIZHIQU WENHUA
CHANYE FAZHAN BAOGAO(2013)

内蒙古自治区 文化产业发展报告 (2013)

主 编：柴国君 张智荣



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

内蒙古自治区文化产业发展报告(2013)/柴国君,张智荣主编. —北京:经济管理出版社,
2014.7

ISBN 978—7—5096—2908—6

I. ①内… II. ①柴… ②张… III. ①文化产业—产业发展—研究报告—内蒙古—2013
IV. ①G127.26

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 311173 号

组稿编辑:王光艳

责任编辑:许 兵

责任印制:黄章平

责任校对:超 凡

出版发行:经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址:www. E—mp. com. cn

电 话:(010)51915602

印 刷:三河市延风印装厂

经 销:新华书店

开 本:720mm×1000mm/16

印 张:19.5

字 数:355 千字

版 次:2014 年 7 月第 1 版 2014 年 7 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978—7—5096—2908—6

定 价:98.00 元

• 版权所有 翻印必究 •

凡购本社图书,如有印装错误,由本社读者服务部负责调换。

联系地址:北京阜外月坛北小街 2 号

电话:(010) 68022974 邮编:100836

《内蒙古自治区社会经济发展研究报告丛书》

第一辑·编委会

总主编：张亚民 侯淑霞

编 委：（按姓氏笔画排序）

冯利英 许海清 杜金柱 张丰兰

张启智 张智荣 严存宝 金 桩

侯 岩 赵秀丽 柴国君 郭亚帆

韩 猛

《内蒙古自治区文化产业发展 报告 (2013)》编委会

主 编：柴国君 张智荣

成 员：王志强 曹 鲲 屈燕妮 刘建军 张国强
邬少君 张启智 于亚娟 王葱葱 冯守宇
孔春梅 吕 君 高红梅

总 序

习近平总书记在深入内蒙古自治区兴安盟、锡林郭勒盟、呼和浩特市视察指导工作,沿途做了一系列重要指示,并做了重要讲话。习近平总书记的重要讲话,充分肯定了党的十八大以来自治区提出的“8337”发展思路和取得的成绩,深刻阐述了内蒙古自治区在全国发展大局中的战略地位;明确指出了当前和今后一段时期内蒙古自治区的前进方向和工作重点,是内蒙古自治区改革开放和现代化建设的根本指针。为了充分展示内蒙古自治区社会经济发展的成果,进一步探索制约内蒙古自治区社会经济发展的瓶颈,为“8337”发展思路的进一步贯彻提供科学决策依据,由内蒙古财经大学专家学者编写的《内蒙古自治区社会经济发展研究报告》丛书,先期推出工业、对外贸易、金融、文化产业和区域竞争力等系列发展研究报告。该丛书的出版,对于贯彻落实好自治区党委、自治区人民政府关于加快自治区经济发展的一系列政策措施,推动内蒙古自治区社会经济科学发展、和谐发展、跨越发展,必将起到积极的作用。

内蒙古自治区地处祖国北疆,作为新中国最早成立的省级少数民族自治地方,不仅幅员辽阔、自然资源富集,而且独具古老而丰富的草原文化。在中国共产党的领导下,内蒙古自治区各族人民走过社会主义革命、建设、改革与发展的光辉历程,将一个只有“茶布水盐糖,骆驼牛马羊”的内蒙古,发展成为地区经济快速发展、综合实力显著增强、人民生活不断改善的内蒙古。改革开放特别是实施西部大开发和振兴东北地区等老工业基地战略以来,内蒙古自治区抢抓机遇,开拓进取,经济社会发展取得巨大成就。据《内蒙古自治区 2013 年国民经济和社会发展统计公报》显示:2013 年内蒙古自治区农牧业双丰收,粮食总产量达 2773 万吨,增长 9.7%;牲畜存栏头数达 11820 万头(只),增长 4.9%。以工业为主导的第二产业保持较快增长,全年实现工业增加值 7944.4 亿元,增长 11.3%。第三产业稳步发展,全年第三产业增加值 262204 亿元,增长 8.3%;城乡人民生活水平进一步改善,全年城镇居民人均可支配收入 25497 元,增长 10.1%。农牧民人均生活消费支出 7268 元,增长

13.9%;各项社会事业取得较大进步。内蒙古自治区不仅成为巩固国防、繁荣边疆的先进,而且已经成为我国经济社会发展最具活力的地区之一。

今天的内蒙古自治区已经站在了新的历史起点上。但内蒙古自治区在发展中仍存在基础设施建设滞后、生态环境脆弱、产业结构单一、区域发展不平衡、公共服务能力不强等突出困难和问题。第一产业大而不强,绿色高效农牧产业尚未成为产业主要力量;第二产业发展水平仍有待提高,在产品附加值和对自然环境的影响方面都亟待提升;第三产业方面,服务业发展水平和层次较低,在市场竞争中处于弱势地位。以上种种产业发展现状,对内蒙古自治区的社会经济发展都提出了更高的要求。《内蒙古自治区社会经济发展研究报告》丛书,以内蒙古自治区工业、对外贸易、金融、文化产业和区域竞争力的发展现状分析为背景,基于大量实地调研数据,对内蒙古自治区工业及战略性新兴产业发展、内蒙古自治区金融发展中的农村金融及民间金融和产权市场发展、内蒙古自治区区域综合竞争力的评价指标体系、内蒙古自治区盟市对外经贸与对外经济合作机制、内蒙古自治区各盟市文化产业发展现状等进行了实证分析,在内蒙古自治区产业转型升级目标及战略重点、内蒙古自治区金融发展中的新领域与难点、提升内蒙古自治区区域经济综合竞争力、内蒙古自治区对外贸易发展的未来、推动内蒙古自治区文化产业发展的战略举措等方面提出了内容具体、切实可行和科学有效的对策建议。

《内蒙古自治区社会经济发展研究报告》丛书与其他一些相关专著相比,具有简明扼要、系统性和针对性强、形式新颖等特点,是内蒙古财经大学学术研究特色与成果的一次集中展示。本丛书秉承学术精神,观点上各抒己见,内容上兼容并蓄。坚持学术视角、专家立场,讲求实事求是、客观公正,体现科学性、应用性与丰富性。

本丛书的研究成果或结论均属个人或课题组观点,不代表单位或官方结论。由于研究者自身的视野和水平有限,特别是面对纷繁复杂的世界经济和社会形势的诸多不确定因素,对未来预测的难度大大增加,因此研究结论难免不当、不足、不准确,恳请读者批评斧正。

编委会

2013.12

前言

内蒙古自治区位于中国的北部边疆，是在中国共产党领导下成立的第一个少数民族自治区。素有“东林西铁、南粮北牧、遍地矿藏”的美称，经济发展潜力巨大，生态区位独特，在全国经济社会发展和边疆繁荣稳定大局中具有重要的战略地位。

内蒙古大草原是中国北方草原的重要组成部分，自古以来是北方游牧民族生产生活、创造文明的大舞台，历史上先后有十多个民族在这里繁衍生息，创造了许多光辉灿烂的文化，成为中华文明的重要发祥地。其特殊的自然环境和生产生活方式，在这个地域上造就了与黄河文化、长江文化交相辉映的草原文化。草原文化集中体现了北方游牧民族的性格和自强不息、豪迈刚健的民族精神。而正是这种民族精神，成为维系草原民族在历史交替中相互继承、相互超越，一代代生息繁衍、持续繁荣发展的重要精神纽带。时至今日，这种民族精神依然是包括草原民族在内的中华民族建设现代文明的重要力量源泉。

“十一五”以来，内蒙古自治区党委、自治区政府根据建设民族文化大区的总体目标，按照理论先导、规划预案、项目跟进的基本思路，以实施“九大工程”和“九个一批”任务为切入点，为民族文化大区建设提供了抓手、指出了路径并确立了路标。目前，“九大工程”等具体内容得到全面落实，“九个一批”任务正在逐一变成现实。全区文化事业的蓬勃发展和文化产业的迅猛崛起，为内蒙古自治区经济社会发展注入了强劲的活力，业已形成推动区域经济高速增长不可或缺的文化软实力。文化产业已经成为新的增长极，增加值超过百亿元，可以说走出了一条事业与产业并举、保护与发展同步、特色与品牌共赢的发展道路，实现了以建设民族文化大区为总体目标的历史性跨越。

但作为欠发达地区，内蒙古自治区文化产业仍落后于全国文化产业总体发展水平，滞后于自治区第二产业、第三产业发展速度，对国民经济的贡献率较低，没有形成特色产业体系。这些需要在实践中不断探索适宜于自身的发展方式，努力将资源优势转化为产业优势，推进文化产业快速发展，为自治区经济社会又好又快发展做出更大的贡献。这是未来内蒙古自治区文化产业发展的战略选择，也是摆在文化产业理论工作者面前的重大课题。

目前对于内蒙古自治区文化产业的研究较多，但大多集中在行业、区域文化产

业发展的研究,较少对内蒙古自治区文化产业进行综合的、系统的研究。《内蒙古自治区文化产业发展报告(2013)》建立在广泛调研和深入分析的基础上,研究成果填补了内蒙古自治区文化产业系统研究的空白。《内蒙古自治区文化产业发展报告(2013)》站在国际视野,对内蒙古文化产业发展的现状和成功经验进行了全面梳理,并在对内蒙古文化产业发展的现实条件和外部环境做出综合判断的基础上,提出了繁荣内蒙古自治区文化产业的诸多战略举措。该研究成果既可以作为政府制定支持文化产业发展政策的依据,又可以为文化企业的经营活动提供决策依据。

全书共分为九章,分别从内蒙古自治区文化产业发展的宏观环境、总体运行、区域发展、行业发展、产业园区建设、投融资状况等角度进行系统研究和分析,并在以上研究的基础上,有针对性地提出了内蒙古自治区文化产业发展的对策和建议。

总之,在国家大力促进文化产业发展的宏观背景下,内蒙古自治区文化产业发展的蓝图日渐清晰。立足于内蒙古自治区的民族文化资源优势,抓住机遇,突出特色,是内蒙古自治区文化产业可持续发展的必由之路。

编 者

2013·呼和浩特

目 录

第一章 文化、文化事业、文化产业	1
一、文化事业	2
二、文化产业与创意产业	3
三、文化事业与文化产业的关系	6
第二章 国际文化产业:趋势及经验	9
一、国际文化创意产业的发展趋势	10
二、国外主要国家文化创意产业发展状况及管理体制分析	12
三、国际文化创意产业政策比较分析	29
第三章 文化产业在中国	38
一、中国文化产业总体情况	39
二、影响我国文化产业可持续发展的主要问题	44
三、文化产业可持续发展的路径选择	46
第四章 内蒙古自治区文化产业发展报告	53
一、内蒙古自治区宏观经济运行分析	54
二、内蒙古自治区文化事业发展状况	61
三、内蒙古自治区文化产业发展概况	71

四、内蒙古自治区加快文化产业发展的主要做法及启示	78
--------------------------------	----

第五章 内蒙古自治区各盟市文化产业发展报告	83
------------------------------------	-----------

一、呼和浩特市文化产业发展状况	84
二、包头市文化产业发展状况	91
三、鄂尔多斯市文化产业发展状况	98
四、赤峰市文化产业发展状况	107
五、通辽市文化产业发展状况	121
六、呼伦贝尔市文化产业发展状况	127
七、兴安盟文化产业发展状况	135
八、锡林郭勒盟文化产业发展状况	145
九、乌海市文化产业发展状况	152
十、巴彦淖尔市文化产业发展报告	161
十一、阿拉善盟文化产业发展状况	168
十二、乌兰察布市文化产业发展状况	175

第六章 内蒙古自治区文化产业园区发展报告	181
-----------------------------------	------------

一、内蒙古自治区文化产业园区的发展现状	182
二、内蒙古自治区文化产业园区发展中存在的问题	188
三、进一步加强内蒙古自治区文化产业园区建设的建议	196

第七章 内蒙古自治区文化产业主要业态发展报告	200
-------------------------------------	------------

一、广播影视产业	201
二、动漫产业	212
三、出版产业	222
四、文化旅游产业	231

五、演艺产业	240
六、文博会展产业	247
第八章 内蒙古自治区文化产业投资战略分析	253
一、内蒙古自治区文化产业投融资现状分析	254
二、内蒙古自治区文化产业投融资“瓶颈”分析	259
三、内蒙古自治区文化产业投资战略	265
四、内蒙古自治区文化产业投融资对策	269
第九章 内蒙古自治区文化产业发展的对策建议	284
一、加强规划管理,理顺文化产业发展机制	285
二、深入挖掘草原文化内涵,注重草原文化的传承与弘扬	287
三、完善基础设施	288
四、强化创意与科技对文化产业的引领和提升作用	288
五、加大文化市场培育力度	289
六、推动重点产业发展,打造品牌文化企业和龙头文化企业	290
七、支持中小微型文化企业的发展	290
八、积极发展新兴文化业态	290
九、建立完善文化产业统计指标体系	291
十、强化基层政府对文化产业的理 解	291
十一、加强区域合作	291
十二、构建支持文化产业发展的投融资体系	292
参考文献	294

第一章

文化、文化事业、文化产业

近 20 年来,随着高新技术的发展及其在文化领域的推广和应用,文化产业已被国际学界公认为朝阳产业,在许多发达国家,文化产业已经由国家经济体系的边缘走向了中心。“十一五”期间,我国文化产业获得了长足的发展,特别是一些经济发达地区,文化产业的支柱性愈加明显。相对于发达地区来说,内蒙古自治区的文化产业还属于弱势产业,还缺乏自身市场的整合能力和外部市场的竞争力。在当前文化市场机制尚不健全,文化的法制建设和管理滞后的情况下,如何迎接不同文化和价值观挑战的挑战,弘扬和发展优秀民族文化,壮大内蒙古自治区文化产业的竞争力,把“代表先进文化的前进方向”贯彻落实到文化工作的实际中去,是我们建设和谐社会所面临的重大课题之一。有鉴于此,我们拟从文化产业的概念入手,探讨内蒙古自治区文化产业发展的现状及对策。

一、文化事业

文化事业是我国特有的术语,是我国社会主义现代化建设的重要组成部分,是党的事业的重点之一。

(一)文化

文化是一个非常宽泛的概念,不少哲学家、社会学家、人类学家、历史学家和语言学家一直努力试图从各自学科的角度来界定文化的概念。然而,迄今为止仍没有获得一个公认的、令人满意的定义。据统计,有关“文化”的各种不同的定义有两百多种。笼统地说,文化是一种社会现象,是人们长期创造形成的产物;同时文化又是一种历史现象,是社会历史的积淀物。确切地说,文化是指一个国家或民族的历史、地理、风土人情、传统习俗、生活方式、文学艺术、行为规范、思维方式、价值观念等。文化的本质属性就是非强制性的影响力。^①

广义的文化是指人类在社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。它包括物质文化、制度文化和心理文化三个方面。物质文化是指人类创造的种种物质文明,包括交通工具、服饰、日常用品等,是一种可见的显性文化;制度文化和心理文化分别指生活制度、家庭制度、社会制度以及思维方式、宗教信仰、审美情趣等,它们属于不可见的隐性文化,包括文学、哲学、政治等方面内容。狭义的文化是指人们普遍的社会习惯,如衣食住行、风俗习惯、生活方式、行为规范等。文化又可以分为信息文化、行为文化和成就文化。

文化的功能和作用,简单地讲就是为满足人类增长智慧、涵养德行、陶冶情操、砥砺品德提供正确导向,丰富社会生活的精神需求。归结起来就是养心、养智、养德、养神、养气。文化的价值和意义就是对人类社会的思想启迪、精神引导与道德提升。

(二)文化事业

文化事业是我国由政府所属的事业单位即文化行政部门领导的、以公益性文化建设为内容的社会工作。文化事业单位,是指在文化领域从事研究创作、精神产品生产和文化公共服务的组织机构,其主要任务是为社会提供精神产品,满足人民

^①张俊伟.极简管理:中国式管理操作系统.机械工业出版社,2013.

对文化生活的多种需求。文化事业单位的主要类别包括:①演出事业单位,包括各类艺术表演团体等;②艺术创作事业单位,包括艺术创作院所、艺术中心、音像影视中心等;③图书文献事业单位,包括图书馆、档案馆、文献信息中心等;④文物事业单位,包括文物保护站、文物考古队(所)、博物馆、纪念馆等;⑤群众文化事业单位,包括群众艺术馆、文化馆(站、宫)、青少年宫、俱乐部等;⑥广播电视事业单位,包括广播电台(站)、电视台、转播台(站)等;⑦报纸、杂志事业单位,包括各类报社、杂志社等;⑧编辑事业单位,包括各类编辑部、党史编纂室、地方志编纂室等;⑨新闻出版事业单位,包括各类出版社、新闻中心、新闻社等。

文化事业的本质在于非营利性,与考虑营利性活动的文化产业相对应。从这个意义上来说,非国有性质的公益性文化服务组织(如私人博物馆),以及其他社会文化服务组织(如社会上各类文化团体)也属于文化事业的范畴。

二、文化产业与创意产业

文化产业是在全球化的消费社会背景下发展起来的一门新兴产业,被公认为21世纪全球经济一体化时代的“朝阳产业”或“黄金产业”。文化的产业化是由生产力水平和社会消费需要所决定的,是社会化大生产和市场开放化的必然要求。在文化日益走向世界一体化和产业化过程中,文化已成为世界范围内的超级利润产业。英国的艺术业规模已达170亿美元,相当于本国汽车工业。日本的娱乐业经营收入超过本国汽车工业产值。美国的视听产品是仅次于航天航空的第二大出口产品。在许多发达国家,文化产业(如图书出版发行业)已成为支柱产业之一。

(一)文化产业与创意产业的定义

20世纪90年代初,美国前总统克林顿提出了文化产业(Culture Industry)的概念。对文化产业有种种不同的定义:就所提供产品的性质而言,文化产业可以被理解为向消费者提供精神产品或服务的行业;就其经济过程的性质而言,文化产业可以被定义为“按照工业标准生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动”^①;在特定的制度环境中,文化产业除了具有一般产业属性之外,还具有某些特殊的社会和意识形态属性,这是理解文化产业的最基本的出发点。如果将文化产业置于知识经济迅猛发展的当代世界经济背景下,又可看到,近十几年以来,

①联合国教科文组织蒙特利尔国际会议,1987年。

文化产业已经发生了重大转变,越来越成为第三产业中最富现代意义、与高科技尤其是数码技术发展最紧密结合的产业,并且越来越反过来影响和改变着传统文化产业的面貌。由此可以认为,现代文化产业实际上是一个巨大的“产业群”,它们基于大规模复制技术之上,履行最广泛传播的功能,经商业动机的刺激和经济链条的中介,迅速向传统文化艺术的原创和保存两个基本环节渗透:将原创变成资源开发,将保存变成展示,并将整个过程奠定在现代知识产权之上。

国际上通常把文化产业命名为创意产业,因文化产品首先是基于其文化底蕴,表现为产品源自于人类社会发展的文化传承和文化的社会功能,而从其原有文化含义变身为产品的过程中,需要人类的创意劳动,它们传递符号信息的同时并非简单地利用了其中的文化含义,而是包含了更宽泛意义的信息传递功能,文化实体产品或文化服务的形成包含了其生产者的知识产权。文化产业的发展一方面在于识别和挖掘文化资源,定位一个地区的文化特色;另一方面,产业发展有赖于对文化资源的解读和再开发并形成文化产品。联合国教科文组织将文化产业定义为:“在本质上属于文化范畴的无形内容之上,附加创意、生产和商业化过程,使之成为具有知识产权的文化产品或文化服务,文化产业在总体上讲,其本质在于维护和推广文化多元性和人们平等享有文化消费权利。”

文化产业体系有多种分类方法和基于这些分类方法的发展模式,这些模式源自不同的历史文化渊源和发展路径,可为我国文化产业发展提供参考。文化产业体系的不同发展模式简要陈述如下:

1. 英国文化、媒体和体育部(Department for Culture Media and Sport, DCMS)模式

文化产业类别分为广告、建筑设计、艺术品和古董市场、手工艺品、设计、时装、电影和视觉产品、音乐、表演艺术、软件、广播和电视、视频和计算机软件。

2. 符号文本模型

文化产业分类界定为核心文化产业、周边文化产品和边界文化产品,具体分为:①核心层。包括广告、电影、互联网、音乐、出版、广播电视、视频和计算机软件。②周边文化产品。分为创意与设计艺术。③边界文化产品。包括消费电子产品、时装、软件和体育。

3. 同心圆模型

将文化产业门类分为核心层创意艺术产品、次核心层、外围层和相关文化产品。具体类别:①核心层。包括文学、表演艺术、音乐和视觉艺术。②次核心层。包括电影、博物院和图书馆。③外围层。是基于历史遗产的服务、出版、录音产品、广播电视、视频产品和计算机软件。④相关文化产品。包括广告、设计、时装和建筑。

4. 世界知识产权组织(World Intellectual Property Organization, WIPO)版权模型

核心版权产业包括广告、收藏协会组织、电影和视频产品、音乐、表演艺术、出版、软件、广播电视、图形和视觉艺术;关联产权产业包括空白录音录像材料、消费电子、乐器、纸张、复制设备;部分版权产业包括建筑、服装鞋类、设计、时装、家居用品、玩具。

我国现在的文化产业分类标准是2012年发布的《文化及其相关产业分类》,具体实践中,各省、各市都结合各自实际,有所出入,但《文化及其相关产业分类》是目前唯一的官方标准。

(二) 文化产业的内涵

按照联合国教科文组织对文化产业的定义,文化产业的性质可以理解为:文化产业要按照工业标准来生产一系列文化产品。当文化产品从单个的、断裂的链条中产生,变为按工业标准连续不断地生产,就发生了一种生产方式的变革。这种变革最重要的标志便是以前在计划经济条件下,文化产品的生产是“以产定销”为主变为“以销定产”为主,使文化产品的生产进入了与一般商品一样的生产、流通、交换、消费过程。这种循环的结果可使其得到源源不断的资源的支持,产品也能够极大地丰富起来。当然,它的另一面可能会使文化产品在一定程度上受市场左右,这是难以完全避免的,但两者也不是绝对不可以调和的。

文化产业是由很多种产品构成的,内涵是非常丰富的,同时它们又是可以彼此相加形成的一种结构。以内蒙古自治区为例,已经成立了报业集团、广电集团、出版集团、发行集团、文娱集团。这五个集团都是传媒集团,如果再往前延伸,可以包括科研集团、教育集团、医疗集团、旅游集团、体育集团这类泛文化集团。在实践