

ZHONGGUO
WENHUA
CHANYE
GAILUN

中国 文化产业概论

张廷兴 岳晓华 等著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

G124/49

2008

中国文化产业概论

张廷兴 岳晓华 等著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

中国文化产业概论/张廷兴等著. —北京:中国广播电视出版社,2008. 12

ISBN 978-7-5043-4259-1

I. 中… II. 张… III. 文化—产业—概论—中国 IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 205374 号

中国文化产业概论

张廷兴 等著

责任编辑 张安平

封面设计 黄燕美

责任校对 李美清

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtv.com.cn

电子信箱 crtvp@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 北京振兴源印务有限公司

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

字 数 467(千)字

印 张 28.75

版 次 2008 年 12 月第 1 版 2008 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-4259-1

定 价 48.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

前言



一、中国文化产业研究的现状和成果

文化产业是在全球化的消费社会背景中发展起来的一门新兴产业，被认为 21 世纪全球经济一体化时代的朝阳产业或黄金产业。我国文化产业也在上世纪 90 年代初发轫，到 21 世纪蓬勃发展，成为各地的支柱产业、主导产业。

近五年来，我国文化产业研究领域以文化产业为研究对象，从文化及文化产业理论研究、文化产业经济学研究、文化产业与社会发展研究、文化产业政策法规研究、技术应用与文化产业创新研究等多个层面对重要国家和地区、全国各地以及全国文化产业发展的重大理论问题和实践问题进行了基本的、个案的、综合的理论与应用的研究，出现了大量的高档次的喜人的研究成果，研究成果和研究趋势多集中在以下四个方面：

1. 我国文化产业发展现状研究

研究我国文化产业发展现状、取得的成就与存在的问题，提出推动发展的建议与对策。如连续七年的《中国文化产业发展报告》，就是由中国社会科学院文化研究中心与文化部、上海交通大学国家文化产业创新与发展研究基地合作共同编写的年度性国家文化产业报告，力图将产业分析与政策分析相结合，既有对全国文化产业发展形势的宏观分析，又有对文化产业不同行



业的权威年度报告；既有对过去一年的评估，又有对新的一年的预测。

2. 国外文化产业研究成果的介绍

以文化产业发展迅速、影响巨大的国家和地区为研究对象，如孙有中《美国文化产业》、张讴《印度文化业》、汤莉萍《世界文化产业案例选析》、张晓明等《国际文化产业发展报告》；或引进世界先进的文化产业理论著述，如赫斯蒙德夫著、张菲娜译《文化产业》。

3. 文化产业某一个范畴、个案的研究

针对文化产业的某一领域、某个个案、某一个问题进行专题研究。如吕学武《文化创意产业前沿》、皇甫晓涛《创意中国与文化产业》、陈忱《中国民族文化产业的现状与未来：走出去战略》、牛维麟《国际文化产业园发展报告》、顾江《文化产业经济学》与《文化产业规划案例精选》、刘牧雨《北京文化创意产业发展理论与实践探索》、谭玲和殷俊《动漫产业》、邱宛华《现代文化产业项目管理》、邵培林《文化产业经营通论》、施惟达《云南文化产业研究》、叶取源等《中国文化产业评论》、朱希祥《文化产业发展与文化市场管理》等。

4. 综合研究

为适应高校专业的基础理论学科的教学，从构建文化产业的理论体系入手，对文化产业进行系统的、全面的分析、论述。如欧阳友权《文化产业概论》，本书是文化产业教学用书，被列入高校“十一五”国家级规划教材，具体包括文化事业与文化产业、世界文化产业的发展状况、中国文化产业的生产与发展、文化产业的资源与分类、文化产业创意与核心竞争力、文化产业项目评估、广播影视产业等方面的内容。但是，该书由于设立“导论”、“上篇”和“下篇”三个板块，导论阐述“文化、文化事业和文化产业”，上篇阐明的是文化产业的一般原理，包括文化产业的历史与现状、资源与分类、文化产业与文化市场、文化产业的功能与机制、文化产业的新经济业态、文化产业经营与管理、文化产业创意与竞争力，以及文化产业项目评估等，下篇“文化产业分论”是知识应用部分，分别论述了纸质传媒业、广播影视业、网络文化业、广告业、动漫业、休闲文化产业、艺术、体育及其他产业等产业门类，逐一辨析了它们业态特征、经营管理方式和发展对策等，虽然给了读者一个完备和系统的知识体系，但是也影响了应用的理论色彩。胡慧林《文化产业概论》则基本按照一般产业的理论去构架体系，对



文化的鲜明特色照顾不够。李思屈、李涛《文化产业概论》主要针对中外文化产业实际,探讨文化产业本质特征和规律,个案多,分析多,教材性不强。蔡尚伟《文化产业导论》主要侧重于传媒和史的论述。

二、本书的编写意义

本书属于文化产业应用理论综合研究,拟以前人大量的研究成果为基础,以建立系统、科学、规范的文化产业理论体系为目的,实现其对文化产业研究领域的理论价值、实践领域的指导意义、人才培养教材建设的规范作用。

1. 整合理论成果,构建理论体系

文化产业被称为真正的“朝阳产业”,与我国社会、经济发展中的支柱、新兴产业密切相关,被十六大、十七大纳入国民经济发展的重点产业行列。文化产业作为新兴的产业、学科,不光成为我国产业结构调整、地域经济发展的重头戏,也吸引了经济学科、历史学科、文学艺术学科研究者和学科建设的广泛关注。

但是,由于其跨学科、边缘性等特点,在应用理论研究方面还存在很多问题:一是理论原创性奇缺,生搬硬套国外理论多。用国外的文化产业理论套用我国文化产业理论研究,而忽视了我国社会主义初级阶段的基本国情、政体文化建设与文化产业协调发展的基本要求,研究成果缺乏针对性、可行性;二是研究专业性差,虚热研究多。从研究人员的组成来看,大都是文艺学、文学、旅游、经济管理、产业经济专业的人才,加上一线的文化部门、新闻部门、宣传部门等实践者,其知识积累和实践能力的局限,使得中国文化产业目前的研究取向或更多地注重文化的功能,忽视了文化产业的产业功能和经济功能,或过多地强调了社会效益而忽视了其产业化的特点。这些研究对文化产业的一些基本概念、本质、特征等缺少深入的、理性的、规范性的探讨与表述,多强调其“注意力经济”、“朝阳产业”的吸引力,以种种生动甚至夸张的描述为主;三是方法上的缺憾。多以定性分析为主,缺乏对个案的定量的统计分析和数理分析;四是研究成果的集成度不高。研究成果多为个人或者小范围的集成,没有从更广阔的视野和更规范的立场上整合研究成果,研究成果个体特征明显而普遍适用性差。

本书拟从中国文化产业本身出发,整合这个领域的最新研究成果,建立

起系统的、具有普遍指导意义的中国文化产业理论体系。

2. 解决实践问题，提升指导价值

在我国文化产业实践领域，从党的十五届五中全会提出发展文化产业开始，到党的十六大提出全面建设小康社会的目标，强调必须大力发展社会主义文化，发展文学艺术、新闻出版、广播影视等事业，大力发展文化产业，一直到十七大提出的全面推进文化创新，我国文化产业急速发展。

目前，我国一大批文化产业已逐步建立起来，文化产业的经济实体迅速发展，其中音像业、图书业、高档娱乐业、影视业、报业等率先走上产业化道路。在我国沿海经济发达地区，不仅文化产业获得了迅速发展，而且文化市场迅速开拓，逐渐形成了一系列与国际接轨的文化市场。音像市场最早脱颖而出，初具规模；演出市场（以至商业体育比赛）渐趋成熟；图书市场发展迅速；工艺美术品市场沟通海内外；文物市场与艺术品拍卖市场从无到有；电影电视市场起起落落，交易热烈；娱乐、旅游市场遍及全国，迅速壮大；特别是文化广告传播市场，异军突起，势头凶猛。

作为现代第三产业的主力军，文化产业推动了新兴服务业的发展，加快国民经济结构的战略性调整；文化产业的发展推动文化体制的改革，使社会主义市场经济体制更加完善；文化产业的丰硕成果在精神文明与政治文明建设中，通过不断落实人民群众文化权利，繁荣和发展社会主义先进文化，为全面构建社会主义和谐社会做出了贡献。为此，不少地方都制订了“文化大省”、“文化强市”的文化产业发展规划，明确了文化产业发展目标。先是北京、上海、广州、深圳等发达城市编制了文化产业发展规划，紧接着江苏、浙江、山东、湖南、湖北、天津、四川、重庆等地也都纷纷制订文化产业发展规划。在所有这些规划中，一个共同的目标就是力图使文化产业在“十一五”规划内增长速度高于GDP增长速度，增加值在GDP中占5~6%，成为新的经济增长点，并成为当地经济发展的支柱产业。随着消费增长而平稳上升，文化产业、旅游产业的平均增长率将超过10~20%。

但是，实践领域的问题也越来越突出：一是文化产业的发展观念问题。尽管各地党委政府领导高度重视文化产业发展问题，但是受传统观念的影响，有些地方党委、政府相关部门领导还没有形成一种文化力是衡量一个国家或地区的综合实力的重要标志的观念，认为文化属于一种务虚花钱的事情，没有认识到文化产业已经是一门新兴的朝阳产业，对经济增长和社会进



步的贡献率已经越来越大,以致于在国家已明确把发展文化产业列入“十五”、“十一五”发展计划之后,而有些地方还没有出台文化产业发展规划,还没有把发展文化产业作为新的经济增长点和支柱产业。第二,文化产业的总体规划、发展体制与机制、配套政策和资源配置等问题迫切需要解决。文化产业是涵盖文化产品生产、传播、流通和提供各种文化服务的行业,在现行机制下,它隶属于文化、广播电视、新闻出版、旅游等诸多部门,处于条块分割的状态。目前还没有建立和形成一个能在现行体制下,指导文化产业正常健康发展的协调机制,致使影响文化产业发展的许多重大问题得不到协调和解决。没有产业规划的指导、发展体制机制的理顺、相关的优先发展的配套政策,文化产业就难以有大的发展。只停留在口头上和一般号召上说要发展文化产业,各种体制制约严重,各种资源是调动不起来的,文化产业是做不大做不强的。三是对文化产业发展实践指导薄弱。各地现有的文化产业的规模小,集约化程度低,科技含量低,市场竞争力弱,成为发展壮大的制约因素,急需解决文化产业从规划、论证到开发、包装、市场策划、产品质量等多个层面的具体问题。四是对内对外交流和研究缺少平台。包括理论研究和学术交流平台、发展经验交流平台、决策参与平台、对外宣传交流平台等。五是文化产业发展人才奇缺。文化产业人才的缺乏是制约文化产业发展的一个瓶颈。学科建设、培训、内引外联等问题突出。

本书将突出探讨并力求解决上述实践中的诸多问题,使研究成果更贴近问题实际情况,更切合解决实际问题的需求,以提升成果的科学指导性。

3. 加强理论教材的规范

在人才培养领域,随着文化产业的兴起以及相应的人才需求的激增,出现了大量新兴的文化产业类学院、学校以及相关专业,短短的几年时间,我国高校里出现了六七十个文化产业类专业或方向,招生规模每年都在大幅度提高,其培养人才的目标是能够把文化、文艺转化为产品并推向市场的复合型人才。但是,相对的是基础理论研究滞后,连起码的规范性通用教材都非常奇缺。距离以经营能力为核心、以人文素质为根基的学科培养目标还有很大的距离。多渠道宽口径的人才培养模式还没有建立起来。文化产业对专门人才的知识与能力结构构成有着特殊的要求,理论研究的教材规范迫在眉睫。

本书作为相关专业的理论教材,能使学生了解文化产业基本知识、发展

状况,了解电子网络、文化出版、影视演艺和文化旅游等产业的经营特点和运作规律,了解整合文化资源、策划、经营和管理文化产业的经验和方法,掌握研究上述问题的研究前沿和研究方法,也能够通过研究成果为政府部门、各文化传播媒体、文化艺术管理和经营服务。

4. 为发展广西提供支持

广西是民族文化大省,少数民族文化、民间文化异彩纷呈。文化产业是广西经济社会发展的主导产业、强势产业。为适应近年来迅猛发展的新兴产业对专业化人才的迫切需求,广西大部分高校开始设置文化产业专业。目的是为实现区建设文化广西的战略定位,复兴广西特别是少数民族传统文化,发展文化产业,建设文化强区,充分发掘和宣传历史文化资源,最大限度地提升现有的文化层次和文化品位,提高广西文化的整体竞争力和辐射力,而提供人才储备,提供人力、智力支持。

但是,目前在广西各高校,不论是本科教学还是研究生教学,都缺少专业的教师队伍,更缺少自己编写的教材。这给广西高校培养文化产业专业人才、提高专业建设水平、带动专业研究队伍带来了很大的不便。本书从这个角度上看,是在广西文化产业学科建设和教材建设中的第一个成果。

所以,不论从文化产业理论研究、实践指导方面,还是从教材建设、地方经济社会发展方面来看,本书的编写都具有一定的价值和意义。

三、本书的基本内容与分工

本书为中国文化产业应用理论的综合研究,主要任务是:(1)推动文化产业应用性研究向理论研究方面发展,努力对文化产业理论的相关概念和基本问题作出解释;(2)推动文化产业研究向文化资源开发和文化创意两个方面发展,努力探讨我国特色的文化产业发展道路和发展规律;(3)推动文化产业研究向学科建设体系和教材建设方面发展,努力建构科学、规范的学科理论体系。

主要内容是:(1)文化产业研究的基本概念和基本理论问题:基本概念与研究范围;发展状况与存在的问题;发展的形势与趋势;文化产业发展的意义。(2)文化产业特点与发展规律:文化产业的特点;文化产业与文化建设、创意产业的区别和联系;国内外文化产业的发展经验;我国文化产业的特殊性。(3)文化资源与文化消费:文化资源类型、特点与产业化潜

力；文化商品与文化市场；文化需求与文化消费；世界文化市场的开拓。（4）文化产业的生產：生产要素与生产类型；生产过程与生产模式；文化创意与策划；运行体系与企业管理；文化产品营销；行业协会与行业自律；文化产业的上市公司。（5）文化产业的监管：文化产业发展体制与机制改革；文化产业法律法规；文化产业的管理；文化产品的消费引导。（6）文化产业的发展：发展观念；发展定位与机制建设；发展规划；发展政策；市场培育与宏观管理；发展环境与发展人才；文化产业的研究。（7）人才培养和学科建设：专业定位与专业设置；专业人才培养模式；专业建设和教材建设；师资力量的培训。

本书要解决的关键问题有四个：（1）文化产业理论的相关基本概念和基本问题；（2）文化产业特点与发展规律；（3）推动文化产业发展的思路、对策；（4）人才培养和学科建设。

本书的研究方法有三个：（1）以创新系统研究方法为主，不但要系统研究和建构文化产业相关的理论体系，而且还要研究系统的更微观的层次问题和要素，解决基本的概念、判断、原理；（2）本书强调个案调研方法，从解剖个案入手，分析具体问题的各个环节、因素及其相互联系和变化规律，从中归纳、上升到普遍的规律认识；（3）本书加强了文献资料方法，充分利用近期的相关研究成果，开阔视野，打开思路，吸收消化，丰富、深化对问题的认识。

本书是集体劳动的成果。篇章结构、纲目章节由张廷兴、岳晓华策划、安排，由张廷兴修改初稿，由张廷兴、岳晓华通稿。具体章节的撰写分工如下：

前言，张廷兴、岳晓华撰写；

第一章文化产业的定义与特点，第一节文化产业的定义与范围，张廷兴、张珺撰写；第二节文化产业的特点，陈满运撰写；第三节文化产业和创意产业的关系，周甲、岳晓华撰写。

第二章文化产业的发展状况与发展规律，第一节国外文化产业的发展状况与发展经验，姚岚、岳晓华撰写；第二节我国文化产业发展状况与存在的问题，张廷兴、王会培撰写；第三节我国文化产业发展的形势与趋势，张廷兴、张珺撰写；第四节中国文化产业的特殊性，张扬撰写；第五节文化产业发展的规律，张文娟撰写；第六节加快我国文化产业的发展，宋淑华、赵丽



萍撰写。

第三章文化资源与文化消费，第一节文化资源的类型、特点与产业化潜力，温雅、宋淑华、张廷兴撰写；第二节文化商品与文化市场，王大明撰写；第三节文化消费与文化需求、第四节走向世界文化市场，阮晓静、陈慧撰写。

第四章文化产业的生产和经营，第一节生产要素与生产类型、第二节生产过程与生产模式、第三节文化创意与文化策划，齐宏明撰写；第四节文化产业运行体系与企业管理、第五节文化产业的营销，刘涛撰写；第六节行业协会与行业自律，陈满运撰写；第七节文化产业的上市公司，邢永川撰写。

第五章文化产业的监督与管理，第一节文化产业的体制改革，李恺兰撰写；第二节文化产业的法律、法规建设，雷蕾撰写；第三节文化产业的管理，李恺兰、周莉、谢春霞撰写；第四节文化产品的消费引导，姜换龙撰写。

第六章文化产业的发展，第一节文化产业发展的定位、第二节文化产业的发展规划、第三节文化产业的发展政策，江澄撰写；第四节文化产业的发展环境、第五节文化产业的人才需求，黄圣崙撰写；第六节市场培育与宏观管理，王大明撰写；第七节文化产业的研究，姜换龙撰写。

第七章文化产业的学科建设与人才培养，第一节专业定位与专业设置，戴仙良撰写，第二节专业人才培养模式、第三节加强师资队伍的建设，王钰撰写。

本书在编写过程中，参考了大量的相关论文、论著等研究成果，吸收了大量的相关内容，均在每页页下随注和每章的后面以“参考文献”的形式说明，以示尊重原创。在此一并向原作者表示衷心的感谢。可以说，本书是我国学科众多学者的集体劳动成果和结晶。如果涉及到版权和著作权，请相关的作者直接联系署名作者，以便按照国家的相关规定支付相应的稿酬。

目 录

前 言	1
第一章 文化产业的定义与特点	1
第一节 文化产业的定义与范围	1
第二节 文化产业的特点	12
第三节 文化产业和创意产业的关系	27
第二章 文化产业的发展状况与发展规律	43
第一节 国外文化产业的发展状况与发展经验	43
第二节 我国文化产业发展状况与存在的问题	58
第三节 我国文化产业发展的形势与趋势	77
第四节 中国文化产业的特殊性	85
第五节 文化产业发展的规律	98
第六节 加快我国文化产业的发展	110
第三章 文化资源与文化消费	126
第一节 文化资源的类型、特点与产业化潜力	126
第二节 文化商品与文化市场	163
第三节 文化需求与文化消费	180
第四节 走向世界文化市场	192



第四章 文化产业的生产和营销·····	212
第一节 生产要素与生产类型·····	212
第二节 生产过程与生产模式·····	222
第三节 文化创意与文化策划·····	235
第四节 文化产业运行体系与企业管理·····	247
第五节 文化产业的营销·····	262
第六节 行业协会与行业自律·····	274
第七节 文化产业的上市公司·····	289
第五章 文化产业的监督与管理·····	304
第一节 文化产业的体制改革·····	304
第二节 文化产业法律法规·····	323
第三节 文化产业的管理·····	333
第四节 文化产品的消费引导·····	346
第六章 文化产业的发展·····	359
第一节 文化产业的发展定位·····	359
第二节 文化产业的发展规划·····	363
第三节 文化产业的发展政策·····	369
第四节 文化产业的发展环境·····	379
第五节 文化市场的培育与管理·····	392
第六节 文化产业的研究·····	400
第七节 文化产业的人才需求·····	408
第七章 文化产业的学科建设与人才培养·····	418
第一节 专业定位与专业设置·····	418
第二节 专业人才培养模式·····	428
第三节 加强师资力量的培养·····	437

第一章 文化产业的定义与特点

文化产业是用来满足人们精神需求的文化产品和服务的行业。但是，它也具有一般产业市场取向、工业化产业化生产和销售的一般特点，并与工业、农业、服务业等相互关联、相互包含。所以，文化产业从兴起到壮大，都是一个复杂体，对其定义和特点的把握也呈现出复杂的态势。

第一节 文化产业的定义与范围

文化产业研究领域和实践领域里，什么是文化产业，它包括哪些具体的内容、项目与行业，是经常被提及且争议颇多的一个问题。这个问题的存在，影响到有关行业和产业如何发展以及发展方向，影响到文化产业的产值在国民生产总值中所占比重的统计学口径。

一、文化产业的定义

1. 文化产业的定义

虽然文化产业在世界上引起关注大致已有约半个世纪的历史，但是至今并没有统一的定义，甚至没有形成统一的称谓。在美国叫版权产业，在英国叫创意产业，在西班牙叫文化消闲产业，在中国、日本、德国、荷兰、韩国等许多国家叫文化产业，还有叫文化工业、内容产业的，在我国台湾地区被称为创意文化产业。

联合国教科文组织将文化产业定义为：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。但是，目前世界各国对文化产业的定义很不一致，我国各地对文化产业统计范围也有很大不同。可以笼统地说，文化产业是指从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业。

2. 文化产业是统计学意义的概念

(1) 文化产业意义上的文化，不同于一般意义上的文化。文化产业是统计学意义上的国民经济分类中的一个产业，它包括新闻服务、出版发行和版权服务、广播电视电影服务、文化艺术服务、网络文化服务、文化休闲娱乐服务、其他文化服务等文化服务和文化用品、设备及相关文化产品的生产、销售等相关文化行业。大众所熟悉的电影、戏曲、旅游、互联网等，都是文化产业的一个组成部分。

(2) 一般意义上的文化，是个历史的、复杂的概念、有古今的差异、国内外的差别和宽泛狭义等多种划分。在我国古代，从文、化这两个文字的起源开始，其意义是十分明确的。文。《易·系辞下》：“物相杂，故曰文。”《礼记·乐记》：“五色成文而不乱。”《说文解字》：“文，错画也，象交叉。”化。《易·系辞下》：“男女构精，万物化生。”《黄帝内经·素问》：“化不可代，时不可违。”《庄子·逍遥游》：“化而为鸟，其名曰鹏”。《礼记·中庸》：“可以赞天地之化育。”后来变得复杂起来。文既指包括语言文字内的各种象征符号，又指文物典籍、礼乐制度、人为修养、美善德行之义；后来，文又细分天文、人文，天文即天道，自然规律，人文指人伦社会规律，即社会生活中人与人之间纵横交织的关系，如君臣、父子、夫妇、兄弟、朋友。化既指事物形态或性质的改变，又引申为教行迁善之义。西汉以后，“文”与“化”方合成一个整词，如“文化不改，然后加诛”（《说苑·指武》），“文化内辑，武功外悠”（《文选·补之诗》）。因此，“文化”一词有“文明”、“文治”和“教化”等含义。

在近现代，随着西方文明的传入，特别是西方哲学的影响，文化成了一个多含义的概念，文化是人与自然、主体与客体在实践中的对立统一物。这里的“自然”，不仅指存在于人身之外并与之对立的外在自然界，也指人类的本能、人的身体的各种生物属性等自然性。文化则是从事改造自然、改造社会、改造自我的活动与成果。在这个视野里，凡是超越本能的、人类有意识地作用于自然界和社会的一切活动及其结果，都属于文化。



在西方,“文化”一词语源于拉丁文的 *Cultura*,本义为“耕作”,即土地的开垦及植物的栽培,后转为对树木、禾苗等植物的培养,进而引申为对人类的心灵、肉体和精神的培养与化育。德国康德将其定义为有理性的实体为了一定的目的而进行的能力的创造,法国伏尔泰将其指认为训练和修炼心智(或思想、趣味、情趣等)的结果和状态,即受过教育的人的实际成就,以及良好的风度、文字、艺术、科学等。十九世纪下半叶以后,许多学者分别从人类学、社会学、文化学、行为学、历史学等角度对文化进行定义,几十年的时间里就达到有 164 种之多。英国泰勒以为文化是一种复杂体,它包括知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗,以及其余从社会上学得的能力和习惯,内涵广泛丰富。

狭义的文化指的是我国政府管理的、统计所使用的行政概念,即文化事业、文化行业。传统的文化事业、文化行业指新闻服务、出版发行和版权服务、广播电视电影服务、文化艺术服务;改革开放后发展起来的文化产业有网络文化服务、文化休闲娱乐服务、其他文化服务。

(3) 在一般社会用语里,文化又与识字、知识、文明、科技、学历混合在一起。

(4) 文化产业里的文化,是作为产业统计提出的概念,具有统计学的意义。这个含义的文化,既与古代、近现代文化的范畴不同,也与政府行政概念中的文化、西方文化产业的范畴不同。我国文化产业的概念界定为:为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动,以及与这些活动有关联的活动的集合。根据各类文化活动的特征和同质性,将全部文化产业活动划分为 9 大类别,他们分别是:新闻服务、出版发行和版权服务、广播电视电影服务、文化艺术服务、网络文化服务、文化休闲娱乐服务、其他文化服务、文化用品、设备及相关文化产品的生产、文化用品、设备及相关文化产品的销售。

也就是说,我国文化产业是较广泛的概念,包括了媒体(广播电视)、娱乐、出版和音乐、舞蹈、美术、文学等所有门类。而在美国,“文化”一词的内涵范围有限,一般是指那些与知识、美学相关的文科,如绘画、雕塑、古典音乐、歌剧、芭蕾、纯文学、剧场表演等。而对广播、电视和报纸通称为“媒体”,“新媒体”则包括互联网、个人电脑以及手机等,“出版”是指所有书、报、杂志等的印刷。另外,还有“流行文化”,包括流行音乐、歌曲等。

(5) 对文化产业概念认识的误区。目前,我国理论结合实践工作中,对于文化产业的定义和范围有很多误区。

第一,文化产业与文化事业胶着不清。在我国行政概念里,文化事业包括三个层次:第一层次是泛指整个文化,我们通常所说的“发展文化事业”就是指发展整个文化;第二个层次是指与文化产业相对的整体文化事业,具体包括公益性文化和部分亚市场文化,其特点主要是国家投资为主,其他投入(包括社会基金会、社会捐赠等)为辅,主要目的是为了满足公众文化需要,不是盈利;第三层次是指文化事业单位,所谓文化事业单位是指受国家各级文化行政部门直接管理的生产文化产品和提供文化服务的独立的社会组织。具体包括:音乐、歌舞、戏曲、话剧、杂技等艺术表演团体,地方公共图书馆、博物馆、文化馆等,文学艺术、文物研究单位,画院等。文化事业单位既不同于文化行政管理机关,也不同于文化企业单位,其资金主要由国家财政拨款(目前也有些单位实行自收自支),没有创利创税任务,服务对象是全社会的公众。^①

文化事业与文化产业存在很大区别:一个是经营性的、需要消费者购买的、满足大众文化消费需求的文化产品和服务;一个是公益性的、通常由政府购买的、无偿提供给所有社会成员的文化产品和服务。但是,长期的计划经济条件下,我国形成了政府包办的文化事业,后来提出文化产业后,很多人以为,就是把文化事业产业化,所以提出了教育产业化、医疗卫生产业化、社会保障社会化、文化事业市场化等模糊的观念和错误的、绝对性的实践行为,导致了基本的社会文化事业资源紧缺、收费涨价严重。我们必须注意“事业”和“产业”的区别,明确哪些是事业,哪些是产业,哪些可以进入产业,哪些不能进入产业。在此基础上制定不同的政策,实行不同的体制和运作方式。

第二,文化产业与文化、经济、教育、科技脱节。文化产业与文化、经济、科技、教育的发展紧密相关。“当今世界,文化与经济、政治相互交融,与科技的结合日益紧密,在综合国力竞争中的地位和作用日益突出,越来越成为衡量一个国家综合实力强弱的重要尺度之一。在复杂的国际环境中,要赢得国际竞争,不仅需要强大的经济实力、科技实力和国防实力,同

^① http://www.dhbc.net/datalib/TheoryStudy/2006/2006_02/theorystudy.2005-12-22.1445930009.