

文化产业的人才支撑体系研究

以 成 都 为 例

成都市文化产业与人才建设研究课题组 著



科学出版社

www.sciencep.com

文化产业的人才支撑体系研究 ——以成都为例

成都市文化产业与人才建设研究课题组 著

成都市委宣传部重点委托课题

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书以成都市为例,在对成都市重点和优势文化产业充分调研的基础上,以产业发展为依据,以调整和优化产业人才结构为主线,以全面提高文化产业人才整体素质为主旨,综合运用多种调研方法,对成都市传媒、文化旅游、演艺娱乐、数字娱乐、文化会展、体育休闲、广告、创意设计八大重点和优势文化产业人才发展现状、趋势及市域内高校和民间培训机构文化产业人才基本状况、文化产业及人才政策作了比较全面的分析;在此基础上,参照文化产业发达国家与城市的经验,提出了相应的对策、建议。

本书适合文化产业管理层、从业者、学术研究者参考,也适合经济类、管理类、社会学、艺术学、文化学等专业学生阅读。

图书在版编目(CIP)数据

文化产业的人才支撑体系研究:以成都为例/成都市文化产业与人才建设研究课题组著. —北京:科学出版社,2008

ISBN 978-7-03-023274-8

I. 文… II. 成… III. 文化-产业-人才-培养-研究-中国
IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 168373 号

责任编辑:王剑虹 王向珍 / 责任校对:刘小梅

责任印制:张克忠 / 封面设计:鑫联必升

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

骏杰印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2009 年 3 月第 一 版 开本:B5 (720×1000)

2009 年 3 月第一次印刷 印张:18

印数:1—2 500 字数:350 000

定价:39.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换(环伟))

前 言

中共十四届六中全会审议通过的《中共中央关于加强社会主义精神文明建设的若干重要问题的决议》提出,文化发展要“发挥市场机制的积极作用”;在中共十五届五中全会上通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》中,提出了“完善文化产业政策,加强文化市场建设和管理,推动有关文化产业发展”的宏观策略。中共“十六大”、“十七大”的一个重要思想是把文化、文化产业的发展作为实现社会和谐、经济腾飞的一项重要任务,并于2007年专门制定了《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》。文化在新的历史条件下推动经济社会发展的重要性在各方面得到高度重视,在世界多极化和经济全球化的形势下,许多以经济和政治形式出现的严峻抗争和激烈竞争,在深层次上往往同文化上的分歧和对立有关,解决起来也离不开文化的形式和力量;文化产业的崛起代表了文化现代化的新阶段,其发展适应了人类的高级需要。文化产业是中国现代化的战略产业,是经济和文化现代化的需要,也是维护国家安全和民族文化的战略需要。文化作为商品和服务进入市场,具有越来越大的经济价值,不但已经形成产业,在国民经济中占有举足轻重的地位,而且与经济活动、社会活动越来越融为一个有机的整体。文化产业日益深刻地融入市场经济,影响着经济社会的整体进步。

中国的文化产业,从最初的起步到现在的发展,只有十几年,但却成为最活跃的社会现象。从首届文化产业论坛主题“文化产业与新经济浪潮”(南京,2002),到“文化强省建设与资本市场的拓展”(太原,2004)、“文化创造财富,产业支撑发展”(成都,2005)、“中国民族文化产业的现状与未来”(北京,2006)、“创意时代的文化创新与软实力建设”(北京,2008),文化产业受到广泛重视,由此可见一斑。

各省、自治区及直辖市在其“十一五”发展规划中,无一例外地把文化产业作为自己的主要经济支柱产业。尤其是在城市化浪潮中,文化产业发展与城市化发展具有高互动相关性,人们看到了文化产业发展可以加速城市规模扩张,提高城市发展质量,城市发展也会反过来促进文化产业发展。因此,将文化产业发展纳入城市发展的总体框架中加以考察和安排,是许多大城市经济发展规划的重要内容。

成都市厚重的人文和自然文化底蕴是文化产业发展的双重资源优势。成都市决策层已经明确提出进一步落实科学发展观,深化文化体制改革,加快文化产业发展,实施文化产业发展战略。而文化产业的发展,关键在于大力开发文化产业人才资源,全面提高文化产业人才队伍素质和自主创新能力,推进成都市文化产业的新跨越,这对实施《成都市“十一五”时期文化发展规划纲要》有着极其重要的意义。

目前学术界对文化产业研究的主要热点可以从上面所列的历届论坛看到。但是,文化产业是创意产业,创意的主体、实施的主体、消费的主体都是人,因此文化产业人才队伍的建设问题,应该成为该产业发展研究的核心问题。多年以来,由于人才的缺乏以及创新意识的不足,很多文化产品只能进行低水平的粗放式生产,不仅造成人力、物力、财力的浪费,而且产品质量较低,缺乏相应的市场竞争力,很难进入国际市场与世界同行竞争。在文化产业这个创意主导的领域里,创新的关键在于人才,没有人才储备,脱离了人才的作用,创新永远是可望而不可及的。但是,目前很少有专门著作来研究这方面。本书的意义和价值也就在于此。

本书是在对成都市文化产业及其人才队伍现状调研的基础上,首先,按照传媒、文化旅游、演艺娱乐、数字娱乐、文化会展、体育休闲、广告、创意设计等文化产业分类,分析文化产业内各行业人才队伍的现状,并汇总成都市文化产业人才队伍总体状况及人才队伍的素质与结构,基本掌握了成都市文化产业人才基本情况。

其次,根据成都市文化产业过去几年发展的态势,预测了各行业发展,并在此基础上分析八大产业在2008~2010年的人才需求,基本摸清了成都市文化产业人才需求状况。据文献查阅,目前国内尚无针对某座省会城市研究和编制的文化产业人才建设规划。因此本选题具有创新性价值。

再次,结合成都市文化产业发展现状及其产业发展对人才需求的预测,分析了成都市文化产业人才缺口,提出了成都市八大文化产业人才建设任务的目标。

最后,从文化产业人才发展环境、培养机制、使用机制、引进机制及制度建设等方面对成都市文化产业人才建设问题进行了研究,并提出了具有较强可操作性的政策建议。

本课题研究以坚实的实地调研和大量的数据作为研究支撑,辅以文献利用、专家意见,对成都市文化产业人才队伍建设提出切实有效的、可操作的办法,为政府决策层提供参考,达到了对成都市文化产业的发展起推动作用的目的。城市的文化产业是现代化国家的核心构成要素,省会城市的文化产业发展将起到引领其他城市的作用,作为西部历史文化名城的省会城市——成都市的文化产业发展一定会对中国西部的文化产业起到促进作用,同时也会对中国文化产业的健康、快速发展提供借鉴。

我国文化产业起步较晚,人才培养体系不健全,专业性人才及复合型人才严重短缺。这就要求我们的文化产业人才建设工作要适应时代需要,要适应市场需求,要在选用和培养文化产业人才、实施人才战略方面不断创新、不断突破、不断总结、不断发展,以人才开发促产业开发,以人才创新求产业创新,以人才进步带动产业进步,并以产业的发展促进人才的持续发展,最终实现文化产业的科学发展。

程显煜

2009年1月17日

目 录

前言

上编 成都市文化产业的发展与人才队伍建设

第一章 成都市文化产业发展的现状与未来	3
第一节 文化产业的内涵和范围	3
第二节 成都市文化产业的总体特征与发展评价	6
第三节 八大重点文化产业发展状况	10
第四节 未来成都市文化产业重大项目规划前景	14
第二章 成都市文化产业人才队伍现状与未来	22
第一节 文化产业人才的内涵及分类	22
第二节 课题研究数量分析方法说明	25
第三节 成都市文化产业人才总量与结构	26
第四节 成都市文化产业人才政策情况	29
第五节 成都市文化产业人才培养现状	30
第六节 成都市文化产业人才的未来需求与目标预测	31
第三章 成都市文化产业人才建设与文化产业发展的适应性分析	35
第一节 文化产业人才队伍数量与结构分析	35
第二节 管理体制与用人机制分析	36
第三节 人才培养与培训现状分析	37
第四章 成都市文化产业人才队伍建设措施与政策建议	39
第一节 营造有利于人才积聚和成长的良好创业环境	39
第二节 完善人才引进、使用与管理政策	40
第三节 完善收入分配、激励与保障机制	41
第四节 加强人才培养和培训,打造人才建设平台	44

中编 成都市文化产业各行业的人才队伍建设

第五章 成都传媒产业发展现状及人才需求状况	49
第一节 成都传媒产业基本构成	49
第二节 成都传媒集团产业发展现状及人才需求状况	49
第三节 成都市区县传媒业发展现状及人才队伍需求状况	59

第六章 成都市旅游文化产业发展与人才队伍建设	61
第一节 成都市旅游文化产业现状与比较	61
第二节 成都市旅游文化产业发展与人才队伍建设的关系	67
第三节 成都市旅游文化产业一般人才队伍的建设	72
第四节 成都市旅游文化产业高素质人才队伍的培养与使用	78
第五节 汶川地震灾难后成都市旅游文化产业人才需求预测与人才队伍 建设	84
第七章 成都市演艺娱乐产业的发展特色与人才队伍建设	90
第一节 对演艺娱乐业人才的新认识	91
第二节 演艺娱乐业人才现状与需求的差距	104
第三节 演艺娱乐业人才队伍建设的对策	109
第八章 成都市的数字娱乐产业与人才队伍建设	116
第一节 数字娱乐产业概述	116
第二节 数字娱乐产业人才特征研究	121
第三节 成都数字娱乐产业发展方向	124
第四节 成都数字娱乐产业人才队伍现状及对策研究	128
第九章 成都市文化会展产业发展与人才队伍建设	137
第一节 成都市文化会展产业的发展现状及前景	137
第二节 成都市文化会展产业人才队伍现状与现有问题	143
第三节 成都市文化会展产业人才队伍建设的相关影响因素	147
第四节 成都文化会展产业人才队伍建设的措施建议	152
第十章 成都市体育休闲业现状与制约发展因素	157
第一节 成都市体育休闲业市场现状	157
第二节 成都市体育休闲业人才情况简介	159
第三节 成都市体育休闲业未来建设发展优势与新机遇	162
第四节 制约成都市体育休闲业未来发展因素分析及对策建议	164
第五节 美国、英国等西方国家体育休闲业情况简介	167
第十一章 成都市广告产业与人才队伍建设	169
第一节 成都市广告产业发展与人才队伍的关系	169
第二节 成都市广告产业人才队伍现状与存在的问题	170
第三节 成都市广告产业人才队伍建设的对策与建议	179
第十二章 成都市文化创意设计产业与人才队伍建设	181
第一节 对创意设计产业的界定及相关论述	181
第二节 创意设计产业的发展现状	186

第三节 文化创意产业发展与人才队伍建设	197
第四节 成都市创意设计人才队伍建设政策建议	205

下编 成都市文化产业的人才培养与人才政策

第十三章 成都域内高校文化产业人才培养现状	213
第一节 高校文化产业人才培养目标的界定	213
第二节 高校文化产业人才培养中存在的主要问题	219
第三节 成都域内高校文化产业相关专业人才培养的对策	222
第十四章 构建成都市文化产业人才民间职业培训平台	228
第一节 成都市文化产业人才民间培训机构调研概述	228
第二节 成都市文化产业人才民间培训机构调研基本状况	230
第三节 成都市文化产业人才民间培训存在的突出问题	240
第四节 成都市文化产业人才民间培训的政策建议	245
第十五章 文化产业及人才政策	251
第一节 国外文化产业及人才政策	251
第二节 国内经济发达地区文化产业及人才政策	254
第三节 四川省、成都市文化产业人才政策现状	265
第四节 成都市文化产业人才政策与机制研究	268
参考文献	273
后记	276

上 编

成都市文化产业的发展 与人才队伍建设

文化产业作为高科技与高品位文化相结合的知识经济时代的新型产业形态,以其丰富的文化内涵和独特的文化创意为特征,代表着先进生产力和先进文化的发展方向,是 21 世纪的朝阳产业。当前,文化产业已成为众多发达国家的支柱产业,成为整合、拉动国家经济发展和争夺海外市场的主要驱动力,同时也是体现一个国家的文明创新能力的重要支柱产业。文化产业所形成的“软实力”及其发展前景也为越来越多的国家和地区所看重。自党的“十六大”明确提出在社会主义市场经济条件下发展文化产业的战略要求以来,我国的文化产业迅猛发展,已成为国民经济新的增长点。许多城市都将大力发展文化产业作为拉动城市经济发展,提升城市竞争力的工作重点。与传统的以物质为基础的产业不同,文化产业是从事精神生产的产业,是一种创意产业。人是这种产业的核心与灵魂,文化产业的发展归根结底需要人的经营与推进,文化人才资源是第一文化资源。深入研究文化产业中人的因素,对推动文化产业的发展具有重要意义。

在本研究中,我们以人才建设为切入点,对成都市文化产业人才建设状况展开了较为深入的调查,在此基础上,对人才建设与文化产业发展的实际状况进行了一定的分析,同时提出相应的人才建设对策及建议,以期对成都市文化产业的发展起到一定的推动作用。

第一章 成都市文化产业发展的现状与未来

第一节 文化产业的内涵和范围

文化产业是在消费全球化的社会背景中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”。由于研究方法、立场、角度的不同,目前对文化产业的界定和分类,即文化产业的内涵和范围还没有一致的看法。

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。

几年后,英国首相布莱尔又提出 creative industry 的新概念,直译为创造型产业,新加坡开始译成创意产业。

英国的创意产业特别工作组给创意产业作出了如下定义。

创意产业就是源于个人创意、技巧和才华,通过知识产权的开发和运用,形成的具有创造财富和就业潜力的行业。创意不是对传统文化的简单复制,而是依靠创意人才的智慧、灵感和想象力,借助于高科技对传统文化资源的再创造、再提高,是文化产业中真正创造巨额价值的部分。

英国是最早提倡创意产业的国家,他们列出 13 个行业:广告、建筑艺术、艺术品与文物交易、工艺品制作、时尚设计、时装设计、电影及影像制作、互动休闲软件、音乐制作、表演艺术、出版业、软件开发、电视广播。

美国将创意产业分为 6 类:文化艺术、音乐唱片、出版业、影视业、传媒业、网络服务业。

新加坡将创意产业分为 3 大类 13 个行业。第 1 类是艺术与文化:摄影、表演及视觉艺术、艺术品与古董买卖、手工艺品;第 2 类是设计:软件设计、广告设计、建筑设计、室内设计、平面产品及服装设计;第 3 类是媒体:出版、广播、数字媒体、电影。

综上所述,目前,世界各国对文化产业的认识也还没有一个共识的标准。时下,媒体经常发布我国跟国外文化产业的数字差距,实际上这些数字没有多大可比性,因为不同国家对文化产业的界定是不一样的。例如,日本文化产业产值近 1000 000 亿日元,占日本国内 GDP 的 18.3%,仅次于制造业,居第二位。然而日本的文化产业包括体育、旅游等行业,范围非常广泛。此外,韩国、美国、欧洲各国对文化产业的界定都不一样,所以在不同国家间对文化产业数字进行简单对比是不科学的。

一、文化化产业的内涵

文化产业与文化事业是相对应的两个概念,二者都是社会主义文化建设的重要组成部分。

一般认为,文化产业是指以文化价值或文化意义为基础的生产活动。这是关于文化产业最综合、最广义的定义,它包括所有具有文化价值的产品生产,如服装和各种品牌、商标的产品生产,娱乐活动和所有可交换的商品生产等。而文化事业是指为满足人们娱乐、休闲、健身、求知、审美、交际等精神需要和求知需要而组织活动,并提供经费、场地、器材和各种服务的社会公益性而非营利性的工作。

简言之,就我国目前的情况来说,可以这么认为:文化产业是指从事文化生产和提供文化服务的经营性行业,它作为社会生产力发展的必然产物,是随着我国社会主义市场经济的逐步完善和现代生产方式的不断进步而发展起来的新兴产业。

在我国,在20世纪80年代以前的计划经济体制时期,文化产业是被作为文化事业发展的。改革开放后,国民经济由计划经济向市场经济过渡,文化产业的事业性、公共性与市场性并存,二者很难严格区分。

在改革开放之前,以营利为目的被当成资产阶级思想而受到批判,人们耻于营利。新闻出版、广播影视等文化单位被当成政治宣传工具,经费完全由国家划拨,不以营利为目的,只是为了完成政府计划。这当然不是文化产业,而只能是文化事业。

改革开放后,尤其是“十四大”以来,由于政府鼓励致富,人们的营利意识被激发。新闻出版、广播影视业更多地是为了服务民众文化生活,并极力追求发行量的扩大、收视率的提高,纷纷插播广告以营利,具有很多文化产业属性;但因其原本被当成文化事业,有很多的政治宣传功能,而且国家也拨付经费,所以它们又有很多文化事业属性。这就造成了其目前实际上既是文化事业又是文化产业,既不完全文化事业又不完全是文化产业的复杂局面。

教育到底是文化事业还是文化产业?前些年,不少学者主张教育产业化。但因这样容易导致学费高昂、贫困子女上不起学,2004年教育部又明确反对教育产业化。义务教育的经费由国家拨付,学生缴纳的学杂费只能弥补自身的少许消耗,学生并不负担教师工资及学校的建设、管理费用,因此,义务教育自然属于文化事业,而非文化产业。但非义务教育,如高中和大学教育,尤其是大学教育,虽然由国家拨付大量经费,担负着公共文化服务职能,有文化事业属性,但教师工资及学校的建设、管理费用中很大一部分来源于学生缴纳的学费,非义务教育无疑又具有很大的文化产业属性。实际上,教育也处于既是文化事业又是文化产业,既不完全文化事业又不完全是文化产业的境地。学校为弥补自身经费的短缺,具有产业化

的追求。国家实际上也处于承认与不承认教育文化产业属性的两难境地:承认其文化产业属性,势必承认学校合法收费的合法性和不允许交不起学费的学生入学的正当性,把贫困子女排斥在大学教育之外,造成社会不公;不承认其文化产业属性,势必要大力减免学费,导致学校经费紧张,难以搞建设、谋发展,减少招生量,破灭更多学生的升学梦想。广东建设文化大省,把教育、智力、高新技术、媒体、艺术、休闲 6 大文化支柱产业当作文化力向经济力转化的主要载体,其中第一位的就是教育,显然是把教育当成了文化产业。然而,高等教育产业化虽然不宜提倡,但又不能不承认它是一种自然发展趋势。当然,社会上办的计算机、厨师、服装裁剪等培训班,纯粹就是利用社会需要谋利的行为,毫无疑问应属于文化产业。至于有人认为私立学校应属文化产业,公立学校应属文化事业,也不完全正确。

2004 年 3 月,国家统计局在与中宣部及国务院有关部门共同研究的基础上颁布实施的《文化及相关产业分类》标准,从我国的实际情况出发,将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”。

可见,在中国这种特殊的历史背景下确定文化产业的概念内涵,一要着眼于文化产业的整体发展,二要立足于市场经济。具体而言,文化产业应是从事物质和精神文化产品的生产、流通和以文化为内涵的各种服务活动或部门的集合。文化产业的产品和服务的价值具体体现在社会效益和经济效益的一致性上,即为社会提供精神产品和服务的同时,也为国民经济发展创造物质财富。文化产业的目的则是在不断满足人民群众日益增长的精神文化需求的同时,全面提升人的生活质量,促进全社会文明程度的整体提高。

那么,教育、新闻出版、广播影视等,既可作为文化事业经营,又可作为文化产业经营,是否为文化产业,关键在于国家政策。国家全额或至少是负担其开办、运转的大部分费用,不允许其营利,则不是文化产业;若经费自筹,国家不拨付或很少拨经费,开办、运转费用主要靠自筹营利,便为文化产业。

二、文化产业的范围

文化产业范围的确定基于其内涵的确立。根据上述对文化产业内涵的界定,文化产业的范围应包括以下几方面。

(1) 为社会公众提供实物形态文化产品和娱乐产品的活动,如书籍、报纸的出版、制作、发行等。

(2) 为社会公众提供可参与和选择的文化服务和娱乐服务,如广播电视服务、电影服务、文艺表演服务等。

(3) 提供文化管理和研究等服务,如文物和文化遗产保护、图书馆服务、文化社会团体活动等。

(4) 提供文化、娱乐产品所必需的设备、材料的生产和销售活动,如印刷设备、广播电视设备、电影设备、文具等生产经营活动。

(5) 与文化、娱乐相关的其他活动,如工艺美术、设计等活动。

可见,文化产业既包括了原有文化事业体制下的一些行业,也囊括了活跃于市场经济中的新兴行业。它涵盖了生产、营销、消费的各个环节,并把跨越于二、三产业的一些行业归纳到文化产业的体系中来,其体制包括国有、集体、私营、联营、个体、股份等多种类型。

于是,国家统计局《文化及相关产业分类》进一步规定了我国文化及相关产业的范围,按照文化活动的重要性分为“文化服务”和“相关文化服务”两大部分,并进一步将“文化服务”分为七部分即新闻服务、出版和发行服务、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(包括文化艺术商务代理服务、文化产品出租与拍卖服务、广告与会展文化服务);将“相关文化服务”分为“文化用品、设备及相关文化产品的生产”和“文化用品、设备及相关文化产品的销售”两部分。

三、本研究中文化产业范围的界定

按照《成都市“十一五”时期文化产业发展规划纲要》,“十一五”时期,成都市将积极发展重点文化产业,强力推进传媒业、文化旅游业、演艺娱乐业、数字娱乐业四类重点产业,大力培育文化会展业、体育休闲业、广告业、创意设计业四类优势产业。所以,结合规划纲要基本分类和当前成都市重点文化产业发展的实际,本研究中文化产业的分类范围仅限于传媒业、文化旅游、演艺娱乐、数字娱乐、文化会展、体育休闲、广告业、创意设计八大产业。

第二节 成都市文化产业的总体特征与发展评价

成都市委、市政府于2004年就提出和制定了“文化强市”的发展战略,通过改革文化体制、创新投融资机制、完善文化产业发展政策、健全文化市场管理体系、净化文化市场发展环境和提高产业服务水平等举措,全市文化产业实现了又快又好的发展。为进一步实现加快建设文化强市步伐、提高城市文化品位、建设西部重要文化中心的目标,近年来,成都市委、市政府围绕城乡统筹、“四位一体”科学发展的战略部署,高度重视文化产业发展,加大了对文化体制改革和文化产业发展工作的领导力度,将文化产业作为新的支柱产业大力培育。目前,在产业规模、发展形态、体制环境、市场基础等方面已经形成了良好的条件。

一、文化产业体系初步形成

按照国家统计局发布的文化产业分类标准,目前,成都市已具备文化产业各类

别,基本形成了文化产业圈层体系,并在所有文化产业领域形成了一定的产业基础,具备了较为完善的产业业态,储备了加快发展的后劲和条件。

2006年,成都市文化产业实现业务收入320.17亿元,比2005年增长了18.3%;创造增加值91.03亿元,比上年增长了16.3%,高出全市GDP增速(13.8%)2.5个百分点,增加值占全市GDP比重达到3.31%;文化产业对全市经济增长的贡献率达到3.9%。在文化部命名的75个“国家文化产业示范基地”中,成都市有4个。在2006年中国(成都)西部文化产业博览会上,成都市签约31个项目,总金额达126.3亿元,占签约总额的57%,显示出成都市文化产业的辐射力和规模效益。总体而言,成都市文化产业规模不断壮大,实力不断增强,而且重点优势行业发展良好,市场效益初步显现。一批有优势、有特色和有市场潜力的市场主体迅速成长,初步形成了大、中、小企业共同发展的格局。

成都市通过稳步推进文化体制改革,促进了传媒、文化旅游、演艺娱乐、数字娱乐、会展等重点和优势文化产业的强劲发展,使其成为增创服务业新优势的重要力量,并带动了相关产业的迅速发展。2007年,成都市被评为“中国最佳旅游城市”,对文化产业来说,这是一次难得的发展机遇。依托“最佳”的推动作用,文化产业的市场基础和潜力进一步夯实和壮大。用项目拉动产业发展,用政策推动产业发展,用机制带动产业发展,已成为成都市文化产业发展的主要趋势。

二、文化产业多元投资格局正在形成

成都市充分利用文化资源,积极发挥行政部门在民间投资文化产业项目建设中的引导、协调和服务职能,支持、指导民营企业投资文化领域,形成文化产业投资主体市场化、多元化的格局。2004年,成都市出台了《关于加快文化体制改革和发展文化产业的实施意见》,而这一实施意见的出台加快了文化体制改革的步伐。民间和社会资本参与文化产业的发展促进了成都文化产业的繁荣。成都武侯祠博物馆打造的“国家文化产业示范基地”——锦里古街,于2004年10月对外开放,成功地将商业业态与四川地方民俗、地域特色产品和三国文化紧密联系,实现2007年度销售收入约1.2亿元,为社会提供就业岗位500余个;四川建川实业集团公司在在大邑县安仁镇打造的建川博物馆群落,占地500亩(1亩=666.6平方米),项目投资6亿元,其中已有10个馆先后建成开馆,是文化部命名的“全国文化产业示范基地”,也是目前国内民间资金投入最多、建设规模和展览面积最大、收藏内容最丰富的民间博物馆;成都文化旅游发展集团于2007年3月成立,首期注册资本5亿元,2010年集团总资产将达到50亿元以上,位列中西部同类企业之首;置信·国色天乡乐园是成都置信实业(集团)有限公司全力打造的文化休闲旅游产品,于2007年4月开园,带动了成都及其周边城市的经济发展;成都天府华侨城实业发展有限公司注册资本4亿元,其打造的成都华侨城项目占地3000亩,规划建设集文化、娱

乐、购物、休闲、度假、居住等多种功能于一体,总投资8亿元;由四川甘受和文化传播有限公司打造的川菜博物馆项目总投资9000余万元,占地35亩;亚洲婚庆文化基地(龙泉驿区)项目总占地350亩,总投资6000余万元,目前已完成婚庆艺术中心建设,并成功举办第十一届亚洲婚礼文化节;邛窑陶艺文化产业园是集陶艺研发、文物展览、休闲于一体的综合性文化旅游产业园区,总投资1.2亿元。

三、文化产业积聚发展和基地建设进展明显

新闻出版业是成都文化产业的优势产业,以《四川日报》为主的四川报业集团和以《成都日报》为核心的成都报业集团构成了在红星路街区的成都报业文化区。在《中国西部印务产业基地发展规划》的基础上,以锦江区为中心建设的集创意设计、印刷加工、物流配送及印刷人才培养为一体的“西部印务产业基地”,正在成为西部印刷工业发展的核心区域。作为全国三大数字娱乐中心之一,成都市是最先提出“数字娱乐产业基地”的城市。现成都市已建成“成都数字娱乐软件园”,这里游戏玩家、电子高手云集,电子竞技赛事频繁,网络游戏市场份额2003年居全国第三。目前,成都市已成为“国家动漫游戏产业振兴基地”、“国家网络游戏动漫产业发展基地”、“国家发展‘863’数字媒体技术产业化基地”和“国家数字娱乐产业示范基地”。为进一步促进数字娱乐产业的发展,成都市政府制定了相关规划,不断完善和培育数字娱乐产业链,力争把成都打造成全国一流、世界知名的数字娱乐产业基地,使其成为世界数字娱乐企业发展的重要聚集地。

此外,成都市目前已有三圣花乡景区、成都市兴文投资发展有限公司、建川博物馆聚落和武侯祠锦里古街4处“国家文化产业示范基地”。

四、文化产业品牌初步形成

首先,抓住“太阳神鸟”金箔图案成为中国文化遗产标志的契机,努力打造金沙文化品牌。投资3.89亿元建设的金沙遗址博物馆已于2007年4月“太阳神鸟”出土5周年之际建成开放。同时,以音乐剧《金沙》为载体,通过剧目的宣传推广工作,不断扩大成都的国际影响力和知名度。加快具有金沙文化特质的城市礼品和上下游产品开发,并将其放大为产业项目推向国内外市场,目前已成功开发金沙文化系列产品200多种。其次,精心打造诗歌文化品牌。以杜甫草堂博物馆为核心,初步建成中国诗歌文化中心。该中心占地800余亩,由杜甫草堂、诗圣文化园、唐风街、诗歌公园(浣花公园)四大版块组成,目前已成为我国一个重要的集交流展示、研究创作、活动庆典等于一体的诗歌文化产业基地。2005年12月,中国诗歌学会将“中国诗歌文化中心(诗歌公园)”授牌于成都。最后,深入打造三国文化品牌。以成都南郊公园并入成都武侯祠博物馆为契机,积极建设“三国文化中心”项目。以锦里延伸工程、水景剧场建设及水系改造工程为主,努力将武侯祠建成“三

国文化收藏、研究、展示中心,传播、体验中心和文化产业发展的重要基地”。同时,还积极拓宽三国文化产业链,使武侯祠的外延产品与服务不断推陈出新。

五、文化体制改革激发产业活力

以资源整合为重点,做大、做强国有文化集团。作为顺应时代要求和发展的需要,着眼于推动成都市文化体制改革、文化产业发展的一个重要举措,在四川省委、省政府的支持下,成都市委、市政府于2006年11月28日合并原成都广播电视台和原成都日报报业集团,成立了成都传媒集团。该集团现已成为在全国和西部地区具有较强影响力和竞争力的大型传媒集团。成都文旅集团的成立,则是探索国有文化和旅游资源所有权与经营权分离模式的成功实践。成都文旅集团下辖成都熊猫基地、艺术中心(包括《金沙》音乐剧)、西岭雪山等企事业单位,并受政府委托,负责成都范围内旅游景区的经营与文物保护分离工作(规划中建筑物包括武侯祠、杜甫草堂、金沙博物馆、都江堰、青城山等),同时负责成都市的旅游投资及合作等事项,承担政府入境旅游营销职能,有力地推进了全市文化旅游融合发展。由成都市歌舞剧院、话剧团、木偶皮影剧院、京剧院等组建为成都艺术剧院,将杂技团、艺校合并,通过“院带团”和“团校合一”的方式,逐步实现土地、房产、设备、技术和艺术资源的整合。以成都艺术中心为基础,按照集约化发展的思路,组建了成都演艺(集团)公司,使其成为自主经营、自负盈亏、自我发展的股份制企业。着力打造成都演艺事业新品牌,成功推出了《金沙》音乐剧,不但改变了成都长期缺少知名演艺品牌的现状,而且在艺术产业化方面探索了道路。为了解决文化产业发展的“瓶颈”,有效推动成都市重大文化设施和重点产业化项目建设,经市政府批准,成都市文化局牵头组建了注册资本1亿元的兴文投资发展有限公司,有效整合了国有文化资产,拓宽了文化建设投融资渠道,改变了以往文化建设投入主体单一、建设周期偏长等问题。公司成立以来,承担了建设金沙遗址博物馆、开发置换市群众艺术馆、投资中国诗歌文化中心、诗圣文化园等多个重大文化项目,较好地实现了社会效益与经济效益的统一。而这正是通过充分发挥大集团、大企业的带动作用,为文化产业建设发展提供了有力的支撑。

综上所述,近年来成都文化产业发展迅速,态势良好。但总体来讲,成都文化产业还处于初创阶段,整体上仍存在规模偏小的问题。例如,成都市2006年文化产业实现增加值91.03亿元,占GDP的比重为3.31%;而长沙2006年文化产业增加值为170亿元,占GDP的比重为10%;深圳2006年文化产业增加值为381.96亿元,占GDP的比重为6.7%。通过数据分析可以看出成都文化产业增加值及其占GDP的比重与那些文化产业发达城市相比还存在较大的差距。但考虑到成都市文化产业的加速发展态势和城镇居民文化消费需求的快速增长,它的文化产业发展空间更为广阔。