

主编 ● 徐俊西 姚锡棠



上海 文化市场 建设的 理论与 实践

上海社会科学院出版社

97
F727.51
6
2

XDJ51/11

上海文化市场建设的 理论与实践

主 编

徐俊西 姚锡棠

编委(以姓氏笔划为序)

吴永甫 花 建 姚锡棠 徐俊西

莫建备 唐静恺 樊人龙



3 0078 8372 5

上海社会科学院出版社



C

176064

(沪)新登字 302 号

责任编辑 谢宗范

封面设计 闵 敏

上海文化市场建设的理论与实践

主编 徐俊西 姚锡棠

上海社会科学院出版社出版

(上海淮海中路 622 弄 7 号)

新华书店上海发行所发行 上海社科院印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 5 字数 123 000

1994 年 1 月第 1 版 1994 年 1 月第 1 次印刷

印数 1—1 000

ISBN 7-80515-552-1/C·44

定价: 4.50 元

目 录

社会主义市场经济与文艺的审美导向·····	徐俊西(1)
上海文化市场建设与综合平衡·····	姚锡棠(9)
关于本市文化建设的调查报告·····	俞馨露(14)
培育和发展文化市场的几个问题·····	吴永甫(21)
加快上海文化市场建设的思考·····	方家良(28)
发展文化产业与国家财政扶持浅议·····	张金才 金亚萍(32)
关于文艺产品的商品属性等理论问题的初步探讨·····	李小满(39)
文化的二重性与文化人的困境·····	陈伯海(48)
探索和创建社会主义的电影市场机制·····	吴孟辰(56)
加快上海文化产业发展的思路 and 对策·····	花 建 陈 涵(65)
上海市民的文化消费和文化市场·····	吴书松 陶冶 孙慧民(75)
市场经济与农村文化建设·····	莫建备(83)
推进文化市场运行机制创新的若干思路·····	王松青(92)
试论完善社会主义文化市场政府管理职能·····	吴逸群(97)
加强文化法制工作 推动文化市场建设·····	寿山根(103)
上海演出市场的现状、问题与对策·····	上海市文化局演出处(109)
文化市场营销观念与策略·····	陈志宏(116)
对建立上海艺术品市场的思考·····	祝君波(122)
深化改革是交响乐团发展的必然趋势·····	曹以楫(127)
上海加快文化市场建设的思路 and 对策·····	(134)
上海加快文化事业产业化的思路与对策·····	(139)
上海加快国家文化投资与社会资助多样化的思路 and 对策·····	(144)

上海文化市场建设研讨会综述.....(149)

后记.....(157)

社会主义市场经济与文艺的审美导向

徐俊西

建立社会主义市场经济体制，必将涉及到我国经济基础和上层建筑的许多领域——其中自然也包括文艺领域，需要作出一系列相应的体制改革和政策调整。文艺作为一种满足人们精神生活和审美需求的特殊产品，必然和满足人们物质生活需求的产品一样，受到市场机制和价值规律的制约。而且随着改革开放步伐的加快和社会主义市场经济的发展，这种制约作用将会给文艺事业的发展带来越来越多的新的问题和机遇。

一方面，由于文化市场的逐步形成和价值规律的作用，有力地冲击了原有文艺体制中的“大锅饭”、“铁饭碗”等计划经济的陈规旧习，推动了文艺体制的改革。如通过对文艺院团实行全员聘任制和重点扶持等改革措施，在人事制度、分配方式和经营管理等方面都有效地引进了竞争机制，加强了改革力度。如在人员聘任上的双向选择和优化组合，工资待遇上的提高份额和拉开档次，经营管理上的政企分开和向科学化、契约化方向的进取等等。实践证明，这对繁荣创作，使社会主义文艺事业最终摆脱长期以来计划经济造成的“国家养不起，自己活不了”的困境是必要的和行之有效的。从这点来看，文艺也和经济一样，不改革是没有出路的。

另一方面，由于“市场有其自身的弱点和消极方面”，更由于文艺作为一种特殊的精神产品，和市场机制的运行规律常常会产生一些背离和脱节的现象，这就使它在经济改革的大潮面前不可避免地会遇到许多新的困扰和问题。这具体表现在：

首先，一切以营利为目的的市场经济的交换方式和分配方式在激发人们的竞争意识和创造力的同时，也会带来诸如金钱至上、自私冷漠和急功近利等“一切向钱看”的不利于艺术生产和社会主义精神文明建设的不良风习。正像马克思、恩格斯在《共产党宣言》中所说的，商品经济的“冷酷无情的‘现金交易’”往往把人的尊严和人与人的关系变成了“赤裸裸的利害关系”和“交换价值”，从而“抹去了一切向来受人尊崇和令人敬畏的职业的灵光”。而艺术正是这种应该受人尊崇和敬佩的充满“灵光”的职业。当人们决心走进艺术殿堂，献身于铸造人类灵魂的文艺事业的时候，其动机和目的一般决不是为了营利和交易，而是为了对真善美的追求和自身创造才能的实现。文艺史上的无数事实证明，凡是真正伟大的、有出息的作家艺术家们的创作实践，都是怀着崇高的社会理想和历史使命感，在长期情感孕育和生活积淀的基础上，像春蚕吐丝那样生命灌注地发内心之所发，而不是为了迎合市场的需要和眼前的利益才去创作的。由此可见，市场经济对于艺术创造带来的未必都是福音，还会有许多使人感到忧虑和失落的东西。如当前出现的“严肃文艺滑坡”、“人才流失”和“文人下海”之类的现象，便是如此。

其次，如前所说，文艺作品作为一种特殊商品所具有的特殊属性，使它在投向市场时常常无法按照一般商品“等价交换”的原则来实现自身的价值和接受市场的选择，这是因为：

由于文艺创作是一种不仅和一般的物质生产劳动不同，而且和一般的精神生产劳动也有别的特殊的审美创造过程。它不但需要无法用通常的“社会必要劳动时间”来计算的长期的生活 and 艺术积累，而且还需要无法用一般的市场和金钱来配置的特殊的艺术才能和灵感。因此，作为一种商品交换，它遇到的第一个问题就是很难用一般的劳动量来衡量它的使用价值和交换价值，因为在这里，劳动时间和产品数量并不是决定文艺作品审美价值的主要条

件和因素——一部不朽的传世之作，抵得上成千上万部平庸的作品；而一个天才作家的灵感喷发，也并非常人的勤奋所能取代。所以在对文艺作品的审美评价的问题上，工于计算的市场经济往往会扮演一个很不地道的角色，它的选择常常会使一向羞于自售的文艺女神偏遭冷落，而那些善于乔装打扮的文学婢女却倍受青睐。此其一。

其二，文艺功能的多样性和意识形态性，使得文艺作品的价值取向呈现许多复杂的、非市场化的因素。大家知道，文艺作为一种具有商品属性的特殊的精神产品，它既具有满足广大群众审美需求的审美功能，又具有通过审美来实现的认识、教育和娱乐等其他功能。所以一般都是既注重它的社会效益，又注重它的经济效益的。但是由于文艺的意识形态性和它在陶冶人的情操和影响人的心灵方面的独特的艺术魅力，所以人们在权衡这两个效益的关系时，总是把社会效益放在第一位，经济效益必须服从于社会效益。特别是对于社会主义的文艺事业来说，更应该自觉地把有利于建设社会主义精神文明的社会效益作为最高准则，而不能见利忘义，迷失了文艺的正确方向和本质特征。由此，文艺的价值取向不能全由市场来引导和抉择是不言自明的。

其三，文艺的审美特征还使文艺作品的“使用价值”必须通过接受主体的审美感受才能实现；否则，作品再好，也不会直接成为人们的欣赏对象和消费对象。正如马克思所说，对于没有音乐感的耳朵和没有形式美的眼睛来说，最美的音乐和最妙的美术也是毫无意义的，所以文艺的价值体现也和其他商品不同，它不仅取决于文艺作品自身的艺术质量，也要取决于消费者的鉴赏水平。所谓“曲高和寡”的审美现象，正说明有些高雅精致的文艺作品是很难“按质论价”地进入文化市场的。不仅如此，还由于各人的审美心理和兴趣爱好不同，即使在同等的水平线上，人们的欣赏趣味也是千差万别的。常言道“趣味无争辩”。喜欢的、投入的，便是好的，

不惜一掷千金，不喜欢、不投入的，便是不好的，弃之如敝屣。这里的票房价值和艺术价值永远是不等值的。

凡此种种，我们应该如何既根据商品经济的特点，又遵循艺术创造的规律，来繁荣和发展社会主义的文艺事业呢？我以为应该注意以下几点：

首先，要从积极方面充分认识和把握社会主义市场经济体制给文艺事业带来的有利条件和机遇。这不仅表现在前面所说的文艺体制改革和经营管理方面，而且还表现在对文艺创作本身的影响和促进方面。例如最根本的一条，就是社会主义市场经济体制所造成的经济发展，社会繁荣，必然会给社会主义文艺事业的发展 and 繁荣创造必要的物质条件和广阔的消费市场，这无疑是非常重要的。另外，市场经济从经济效益和票房价值出发，要求文艺创作要面向市场，充分考虑消费者的审美需求，也并非是没有积极意义的。因为在一定条件下，文艺的社会效益和经济效益是可能也应该得到统一的，即文艺作品首先要具有一定的艺术性，要能为更多的人所欣赏和接受，才能更好地通过审美来实现它其他功能的“使用价值”，产生社会效益；否则作品的认识作用和教育作用再好、再重要，人们不喜欢、不欣赏，不能产生必要的“票房价值”，也就谈不上什么真正的社会效益——当然这里并不能反过来证明，凡是经济效益好的文艺作品，社会效益也一定好。再有，从更广泛的意义来说，社会主义市场经济的竞争意识和激励机制对于克服目前文艺创作中不同程度存在着的粗制滥造和低水平重复的现象，也是很有作用的。因为在商品经济领域里奉行的是优胜劣汰的原则，伪劣产品（包括文艺作品）最终总是要被淘汰的。由此可见，如果只看到市场经济对文艺创作的消极影响就谈虎色变完全否认文艺作品有走向市场的必要性和可能性，这显然也是不全面的。

其次，在承认文艺作品的商品属性的同时，要根据它们在审

美活动和市场机制中的不同作用 and 不同处境，采取不同的管理方法和对策措施，以充分发挥它们各自的特点和优势，加强其适应市场的生存发展的能力。具体来说，我以为对文艺产品可以从以下几种不同的角度和特征来加以区分归类：

从艺术品位和艺术层次来划分，可以分为“高雅文艺”和“通俗文艺”两大类。前者属于提高的、精致的即能够代表国家和民族艺术创造成就的艺术门类和文艺精品。由于它们往往比较难于产生和难于为广大群众所接受，因此从市场的观点来看，它们常常会成为“高投入，低产出”的长线产品和“亏损行业”；后者则属于简单浅显的、容易为广大消费者所欣赏和接受的艺术门类，虽然在艺术价值和艺术品位上“不登大雅之堂”，但在满足广大群众的审美需求和占有文化消费市场方面，却具有很大的优势。

从文艺的功能和效益来划分，可分为“严肃型文艺”（纯文艺）和“娱乐型文艺”（亚文艺）两种。所谓严肃文艺或纯文艺，是指那些执著于“以艺术的方式把握世界”和“显现情感”的文艺创造和审美追求。这里无论是创造者和鉴赏者，都是以严肃认真的态度通过艺术思维来探索人生和寻求“心灵的慰藉”的。所谓娱乐型文艺，顾名思义，是一种以供人消遣和娱乐为主要目的的“亚文艺”——因为就文艺的审美特征来说，它们当中的许多作品是称不上真正的艺术品的；但由于它们在不同层次上能满足人们的文化生活的需求，而且随着物质生活的丰富和生活节奏的加快，文化消费中的这种消遣性和娱乐性的倾向还将越来越明显。

再从文艺的经济效益和经营方式来划分，其中还应有“营利型”和“非营利型”的区别。在注重票房价值的市场经济中，一般来说，通俗的和娱乐型的文艺都是营利的、企业性的行为，而高雅的、严肃的文艺则是非营利的、事业性的行为。

有区别才能有政策。有了明显的区分，我们便可以从它们在社会主义市场经济体制中的不同的审美特征和生存状况的实际出

发,制订和实行体现重点扶持和正确审美导向的文化经济政策,以保证和促进社会主义文艺事业的健康发展。

根据目前国内文化市场的实际状况和国际通行的做法,对于上述营利型的文化娱乐行业和流行艺术,我们只要通过建立必要的规章制度和加强对文化市场的管理监督,便可让它按照市场经济的运行机制自我生存、自我发展,这样不但可以使它成为文艺行业中的支柱性产业,而且还可以为整个社会主义文艺事业的繁荣发展提供一定的经济来源。

对于非营利型的高雅的和严肃的文艺,我们必须在深化改革和重点扶持的过程中,采取必要的经济资助和倾斜政策,使它们获得应有的生存条件和竞争手段,以便在市场经济条件下健康发展;否则如果盲目地抛向市场,没有必要的条件和准备,将会经受不住经济大潮的冲击而陷入难以自救的困境。在这方面我们的具体做法是:

制订优惠的文化经济政策。由于市委和市政府一贯对文化事业的重视和支持,从1987年开始,就研究制订了一系列的文化经济政策,给文艺事业加以重点扶持。其中如对出版局、电影局和报社实行的“零承包”(上缴市财政的所得税全额退返)政策,对广电局实行的财政拨款和超创收部分全额留成的政策,对营利高的歌舞厅、音乐茶座和录像放映点征收特种消费附加费的政策等,对上海的文化设施建设、技术改造和繁荣优秀文艺创作等方面,都起到了重要作用。这几年上海许多新的大型文化设施(如东方明珠电视塔、上海影城、上海博物馆、三报大楼、东海影视乐园、文艺活动中心等),大部分都是利用这些优惠政策自筹资金建设的。在软件建设方面,市委宣传部则利用这笔经费成立了上海文化发展基金会和资助文化事业的专项资金,每年可以拿出1000万元来资助优秀文艺创作(包括影视)、马列主义理论著作出版、扶持重点文艺院团和各种奖励活动,对繁荣和发展社会主义的文艺事业、抓好“五

个一”创作，发挥了重要的导向作用。

采取“以文养文”、“多业助文”的自助办法。积极开发文化产业和多种经营，为文艺事业提供一定的经济资源，是目前繁荣文艺的一项重要措施。现在上海文艺院团的经费开支有一半以上来源于“三产”；而且随着改革开放和市场经济的发展，这方面的事业将得到进一步的开拓——在不久的将来，它们可能成为现有文艺单位在经济上的重要依托。

发动社会办文化。按照“小政府、大社会”的文化体制改革的构想，今后的文艺团体除少数需要重点扶持的由国家“养”起来以外，大多数都应该走向市场，面向社会，争取更多的社会支持和赞助。在这方面，上海文艺界过去作了很大的努力，不少院团——如京、昆、交响、芭蕾……都和宝钢、金山石化等大型企业有不同形式的赞助协议，长期得到固定支持；上海的许多大型文艺活动——如上海国际电视节、电影节、艺术节等，也主要靠向社会集资举办；上海作协、文联和出版社所办的文艺刊物，多年来都是通过广告赞助、成立企业家“后援会”等形式，完全做到自负盈亏（包括工资在内），而且不降低自己的文学品位，保持刊物原有的特点。最近市委、市政府领导和有关部门已决定采取“税前列支”的政策，以进一步调动和鼓励企业赞助文化事业的积极性，为社会办文化创造更为有利的条件。

综上所述，在当前市场经济的大潮面前，社会主义文艺事业正面临着许多前所未有的新的机遇和新的问题。我们一方面要充分利用市场机制中的积极因素，深化改革，转换观念，在推动文艺创作满足各种层次人们的审美需求的同时，更好地发挥文艺在社会主义精神文明建设中的作用。另一方面，针对市场经济对社会主义文艺事业的消极影响和不利因素，在加强政治思想领导和行政法制管理的同时，适当运用经济的杠杆来实现对文艺事业的宏观调控和审美导向，以保证文艺为社会主义、为人民服务的方向的贯

彻执行，这无疑也是十分重要的。这几年来上海的文艺实践告诉我们，在建设社会主义市场经济体制的过程中，我们文艺单位的体制正逐步从事业型向企业型转换，因而文艺活动中的事业行为也越来越多地为企业行为所代替。在这种情况下，我们如果没有必要的经济手段——特别是在文艺的社会效益和经济效益发生矛盾时，往往便会指挥不力，不能有效地发挥激励机制的作用。而这正是我们当前文艺工作所经常碰到和需要重点研究、解决的问题。

（作者单位：中共上海市委宣传部）

文化市场是社会主义市场 体系的重要组成部分

姚锡棠

一、社会主义市场体系的形成与发展

从1978年开始的我国经济体制改革，虽然在它的进程中经常在理论上发生争论，但改革的实践却始终坚持了市场趋向的方向，即不断在我国经济发展中扩大市场的作用，社会主义市场体系中的各类市场也迅速形成和发展起来。1984年以后，首先建立和发展了多种形式的商品市场，如农副产品市场、工业消费品市场和各类劳务市场。上几年，各类生产要素市场，如资金市场、证券市场、房地产市场、劳动市场、技术市场和信息市场也迅速崛起。我国社会主义市场体系已经初步形成，市场在我国的资源配置中已逐步发挥基础性作用。1992年党的十四大明确提出，我国经济改革的目标，是建立社会主义市场经济体制，党的十四届三中全会的《决定》，更对社会主义市场经济的框架、主要内容和今后的行动纲领做出了具体部署。因此，可以预料，在全党共识的基础上，我国在建立社会主义市场体系方面必将更上一层楼，进入新的发展阶段。

上海在经济发展和体制改革方面在全国有着举足轻重的作用。特别是在1990年宣布浦东对外开放之后，上海在率先建立社会主义市场、经济体制方面也走在全国的前面。近两年多，不仅各类商品市场异常繁荣，而且全国性的证券交易所、金属品交易所、煤炭交易所、钢铁交易所、石油交易所等大型交易所如雨后春笋般

地涌现出来。其交易额规模之大、其信誉规范之好，已在国内外引起广泛注意。此证券交易所为例，才成立不久的1992年，交易额已达到760亿元；1993年1月至7月，仅半年多一点，交易额已接近2500亿元，是去年全年的三倍。国外专家已在谈论，以这样的速度发展下去，要不了多少时间，上海证券交易所的交易规模就会赶上和超过香港。上海金属品交易所同样以其惊人的发展速度为世界所瞩目，今年1月至7月的营业额已达1830亿元。有时一天的营业额常常超过50亿元。人们也在谈论，它的营业规模也将很快超过纽约而成为世界一流的交易所。上海市场经济的高速发展，对全国社会主义市场体系的形成和发展正在产生巨大的推动作用。

二、社会主义文化市场的形成和发展

文化市场是社会主义市场体系的重要组成部分。随着我国经济体制以及文化、教育和新闻体制改革的逐步深入，文化市场也逐步形成和发展起来。而且可以预料，像各类物质市场一样，在十四大明确把建立社会主义市场经济体制作为改革的目标之后，文化市场也必将迎来一个新的繁荣时期。

首先我们注意到，在改革推动下，各类文化事业象物质生产一样，有了新的巨大发展。全国出版的报纸已从1978年的186种发展到1992年的875种，增长了3.7倍；同期，全国各类杂志也从390种发展到6486种，增长了6倍；图书出版从14987种发展到92148种，增长了5.2倍；电影制片厂从12家发展到22家，年摄故事片从46部发展到170部。另外，广播电视、文化艺术，录象音响、文物事业、群众文化和各项娱乐事业也都有了相应的可观的发展。

在社会主义市场经济的促进下，在文化事业广泛发展的基础上，各类文化市场也迅速形成和繁荣起来。例如报刊书籍市场、各类演出（包括传统戏曲、音乐舞蹈、流行歌曲等）市场、电影电视片

市场、录象音响市场、文物美术市场和各种娱乐市场，都大规模地形成和发展起来。

上海作为全国重要的文化中心之一，在文化事业的发展和文华市场的发展方面同样走在全国的前面。1992年，上海出版各类图书8095种，占全国的7.8%；发行各类杂志1.84亿册，占全国的7.9%；出版各种报纸18.5亿分，占全国的9.7%。全市还有各类文化事业机构1138个，艺术表演团体37个，电影放映单位530个，电视台7座和电台4座。无论数量还是质量，都在全国居于重要地位，在国内有着广泛的影响。

特别值得提出的是，上海文化市场也像其他商品市场一样日益同国际接轨。上海国际电影节、上海国际广播音乐节相继推出，并迅速引起世界许多国家的注目。

随着我国整个改革的深入，上海文化系统的改革也逐步发展。在文化事业产业化方面，在改革经营管理方式方面，在合理配置各类文化资源方面，在开拓文化市场方面，在支持严肃艺术方面都取得了相当大的进展。在广播电视方面，先后建立了相对独立、具有法人地位的“东方广播电台”、“东方电视台”和“有线电视台”，同原先的“上海人民广播电台”和“上海电视台”进行合理的竞争；在电影系统方面，电影局建立了“电影发展总公司”，加强电影事业的经营管理职能，将原先的电影发行公司转变为具有综合职能的“永乐股份有限公司”；在支持和扶植严肃艺术和专业著作方面，成立了文化发展基金会和出版基金。所有这些改革，正在促使上海的文化事业进入一个新的繁荣时期。

三、加速把上海建成为国内外重要的文化中心

进入90年代以后，随着我国社会主义市场经济的蓬勃发展，我国对外开放重点的逐渐北移，上海在全国改革与开放方面的地位更显重要。江泽民同志在党的十四大报告中明确要求：“以上海浦东开发开放为龙头，进一步开放长江沿岸城市，尽快把上海建成

国际经济、金融、贸易中心之一，带动长江三角洲和长江流域地区经济的新飞跃。”在党中央正确战略部署推动下，上海正在迅速形成国内外重要的经济、金融和贸易中心。上海正在各方面发生深刻的、历史性的变化。

以产业结构为例，第三产业的比重正在大幅度上升，已从改革开始时(1978年)的18.2%上升到1990年的30.8%，预计1993年将超过35%。第三产业既包括商业、金融业和邮电通讯业，也包括文化、广播电视业和各类娱乐事业。上海正加速成为一个多功能的、繁荣的现代化大都会。

进入90年代之后，世界经济的格局也正在发生历史性的变化。全球经济增长中心正从西欧和北美移向东亚地区。中国的连续高速增长又成为东亚发展核心。一些专家估计，目前东亚各国经济增长中的五分之一是由中国带动的，到本世纪末，这个比例将上升到三分之一。因此，近年来，中国已成为世界外商投资的热点。1993年，中国吸收的外资高达270亿美元，根据世界银行的分析，这在发展中国家吸收外资行列中是最高的。在对中国的投资中，外商又普遍看好上海。到1993年为止，在世界最大的500家公司中，已有120多家落户上海；在各列世界最前面、实力和影响最大的100家公司中，到上海投资的也已达到26家。上海经济的国际化程度迅速提高。

随着经济的发展，迫切要求文化事业有相应发展。随着上海经济在东亚和全世界的崛起，随着上海迅速向国际性经济、金融和贸易中心迈进，也正在呼唤上海同样成为国际性的文化中心。这个中心像经济中心一样是广义的，它应同样是国际性的电影中心、音乐中心、图书出版中心等等。

这种形势要求我们进一步加快文化系统的改革和加快社会主义文化市场的培育和建设。

第一，进一步解放思想，充分发挥上海在文化发展方面的各