

主 编 缪学为

副主编 刘伯高

苏州文化产业发展研究

苏州大学出版社

《苏州文化产业研究》编委会

主 编 缪学为

副主编 刘伯高

编 委 (以姓氏笔画为序)

万智慧 王 茜 韦国岭 方世南

田芝健 朱仲羽 刘伯高 吴培华

居 易 徐志强 缪 智 缪学为

序

中共江苏省委常委、苏州市委书记 王 荣

进

入 21 世纪以来,“文化产业”在国内成了一个很时髦的名词,各地发展文化产业的呼声与热情明显高涨。这一方面是因为人均 GDP 过了 1 000 美元这道坎后,人的精神文化需求就大为增长,生产更多更好的公共文化产品是满足人们这种需求的最佳途径,也是促进和谐社会建设的重要途径;另一方面,世界已经进入知识经济时代,出现了经济文化一体化的趋势,经济、科技与文化相互渗透、相辅相成,其中的一个重要标志便是文化的产业化。文化产业的大发展是经济社会发展的必然。因此,大力发展文化产业这个“朝阳产业”很自然地成为了国内外社会各界的共识。可以说,谁先顺应这种历史潮流,谁就能在经济文化综合竞争力的提升上抢得先机,赢得主动。

党的十六届六中全会通过的《中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定》中明确指出:完善文化产业政策,培育国有和国有控股骨干文化企业,鼓励非公有资本依法进入文化产业,以重大文化产业项目带动发展,推动集约化经营,提供价格合理、形式多样的文化产品和服务,增强文化产品的国际竞争力。这为我国发展文化产业指明了方向和路径。对于一个城市来说,意识到要把握历史机遇、发展文化产业是一回事,如何实事求是,根据自己的资源特点,发挥自己的优势,选择正确的思路、方式发展文化产业又是一回事。这需要脚踏实地地研究。

苏州是一个较大城市,文化底蕴深厚,文化资源极为丰富,市民文化素质较高,历史上有发展文化产业的传统,当代经济社会发展的势头也很好,目前正处在巩固小康社会建设成果、率先基本实现现代化的关键阶段,2006年9月召开的苏州市第十次党代会更是明确提出要进一步发展苏州的文化事业和文化产业。如何继承良好的传统,利用苏州经济文化发展的良好基础,发展好文化产业,推进文化强市建设,是市委、市政府极为关注的重大问题。《苏州文化产业研究》的问世表明,我市社科工作者正在积极关注、研究这一问题,并且已经取得了很好的成果。我认为,这本书的出版至少有这样两个意义:一是为市委、市政府决策提供了很好的参考依据。这本书对世界文化产业的发展情况和主流趋势作了考察,对我市发展文化产业的基础、优势和现状作了较全面的摸底研究,对面临的不利因素、发展路径选择、需要注意的一系列问题作了认真的思考,这些研究对市委、市政府下一步在文化产业发展方面的决策具有很高的参考价值。二是为今后更进一步的研究开了个好头。苏州推进文化产业发展将是一项长期的任务,这个过程中将会出现很多新问题、新情况。比如,如何进一步发展新兴文化产业,提高文化产业对苏州文化综合竞争力提升的贡献份额,如何吸收外国、外地发展文化产业的成功经验,苏州文化产业如何走出苏州等,都有待于专家们在《苏州文化产业研究》这一成果的基础上作进一步的思考与探讨。

我们相信,在社会各界的共同努力下,我们对苏州的文化产业研究将会更加细致深入,而苏州的文化产业也会选择相对正确的路径,更会有一个美好的发展前景。

2006年12月



目 录



序 中共江苏省委常委、苏州市委书记 王 荣(1)

导 论

- 一、文化产业的概念 (1)
- 二、国内外文化产业发展简况 (3)
- 三、加快发展文化产业是苏州实现又快又好发展的要求 (6)
- 四、加快苏州文化产业发展必须处理好几个关系 (8)

第一章

全球视野中的文化产业

- 第一节 世界文化产业现状与特点 (13)
 - 一、世界文化产业发展现状 (13)
 - 二、关于文化产业的理论研究 (21)
- 第二节 关于文化产业的国际经验解析 (28)
 - 一、美国文化产业的强势地位 (28)
 - 二、欧洲文化产业的发展经验 (35)
 - 三、东亚国家的实践 (40)

第三节 中国文化产业的发展	(46)
一、中国文化产业的基本状况	(46)
二、当前的问题与应对取向	(58)
三、“走出去”拓展文化产业的空间	(66)

苏州文化产业发展的 历史背景及资源优势

第二章

第一节 苏州文化产业的传统形态	(72)
一、苏州传统文化形态的商业解读	(72)
二、苏州传统文化形态的产业认识	(77)
三、苏州传统文化产业的基本类别	(85)
第二节 苏州文化产业的资源特征	(90)
一、得天独厚的自然山水	(91)
二、延续繁华的区位优势	(94)
三、精致儒雅的风土人情	(99)
第三节 苏州文化产业的发展轨迹	(104)
一、历朝历代的发展延续	(104)
二、精益求精的技艺传承	(110)
三、社会需求的品牌效应	(117)

第三章 苏州文化产业发展的现状和特点

第一节 快速发展中的新闻出版业	(124)
一、苏州新闻出版业发展基本状况	(124)
二、苏州新闻出版业发展评估	(126)
三、苏州新闻出版业发展“瓶颈”及促进	

目 录

发展的对策	(136)
第二节 在竞争中成长的广播电视业	(141)
一、历程与启迪	(141)
二、现状与评估	(147)
三、趋势与思考	(154)
第三节 迎来新一轮发展高潮的演艺业和电影 娱乐业	(158)
一、演艺业和电影娱乐业基本情况	(158)
二、昆曲、评弹等吴地特色艺术品牌进一步 打响	(160)
三、文化节庆活动初具规模	(164)
四、文化市场形成繁荣有序的发展趋势	(166)
五、改革为发展文化产业添活力	(167)
第四节 面向市场的产业基地和拓展产业功能 的文博图书业	(169)
一、文化产业基地方兴未艾	(170)
二、图书馆努力拓展新的服务项目	(172)
三、文物保护与旅游开发相得益彰,博物馆 新馆成亮点	(173)
四、群众文化活动精彩纷呈	(175)
五、现状分析及建议	(177)
第五节 迈向支柱产业的苏州文化旅游业	(180)
一、文化旅游业的基本情况	(181)
二、文化旅游业带动效应明显	(183)

三、旅游业发展中的制约因素	(185)
四、面向苏州“大旅游”的设想与思考	(186)
第六节 工艺行业集团的解体与民间艺术市场 的培育	(191)
一、苏州工艺行业集团的解体及其影响	(191)
二、苏州民间手工艺术队伍在艰难运作中 成长	(194)
三、苏州可保护发展民间艺术的六支力量	(195)
四、扶持民间艺术市场,促成新的产业发展	(197)
第七节 在整合中谋求发展的会展广告业	(200)
一、苏州广告业发展现状	(200)
二、苏州广告业呈持续快速增长态势的 特点和评估	(202)
三、“十一五”期间苏州广告业发展的任务 和对策	(210)
四、苏州会展业开始走高,但与著名会展 城市仍存差距	(211)
第八节 蓄势待发的动漫业	(213)
一、苏州动漫产业的现状与特点	(214)
二、苏州动漫产业发展的优势	(216)
三、苏州动漫产业存在的问题	(217)
四、苏州动漫产业发展的对策与建议	(219)

第四章 苏州文化产业发展战略

- 第一节 文化产业在苏州经济社会发展中的
特殊战略地位 (223)
- 一、文化软实力：无形胜有形的强大武器
..... (224)
- 二、文化竞争力：现代竞争的制高点 (226)
- 三、文化产业：霞光万道的朝阳产业 (231)
- 四、苏州文化产业：未来新的经济增长极
..... (233)
- 第二节 推进文化产业发展战略对苏州未来
发展的价值和功能 (235)
- 一、进一步提升苏州历史文化名城的品位
..... (236)
- 二、促进旅游等相关产业的发展 (239)
- 三、彰显苏州城市文化风貌 (241)
- 四、培育具有优良文明素质的现代苏州人
..... (244)
- 第三节 苏州文化产业发展战略 (246)
- 一、传统文化与现代文化相结合战略 (247)
- 二、全球文化与民族本土文化相融合战略
..... (250)
- 三、高雅文化与大众文化协调战略 (252)
- 四、文化产业化与产业文化化同步战略
..... (255)

第五章 苏州文化产业发展的路径选择

- 第一节 苏州文化产业结构优化——产业选择 (264)
- 一、基于三次产业的结构分析 (265)
- 二、基于基础、支柱、主导和新兴产业的
结构性分析 (268)
- 三、优化苏州文化产业的所有制结构 (272)
- 四、苏州文化产业发展的项目与品牌建设
..... (275)
- 第二节 苏州文化产业布局优化的
路径选择 (281)
- 一、统筹城乡文化产业发展 (281)
- 二、建设社会主义新农村与农村文化产业
布局 (285)
- 三、优化城区文化产业布局 (288)
- 四、积极参与区域文化产业一体化建设
..... (292)
- 第三节 苏州文化产业发展的政策创新 (295)
- 一、文化产业政策现状及成果 (296)
- 二、完善苏州文化产业政策的基础性工程
..... (297)
- 三、进一步完善文化产业财税、投融资和
分配政策 (299)
- 四、创新文化产业发展的政策 (303)

五、加快制定相关法律法规,提高文化产业政策执行效力	(306)
第四节 积极推进文化产业体制改革	(307)
一、改革和完善文化产业领导与管理体制	(307)
二、继续推进文化产业投融资体制改革	(309)
三、发挥市场对文化产业资源配置的基础性作用	(312)
四、转变政府职能,健全文化产业市场监管服务体制	(313)
五、鼓励文化企业完善内部管理体制	(316)
六、形成文化事业与文化产业共同发展、可持续发展体制	(318)

第六章 苏州文化产业走向世界之路

第一节 自身特色的文化国际化战略	(320)
一、历史责任与必然选择	(320)
二、走向世界的战略取向	(324)
第二节 苏州文化产业 SWOT 分析	(328)
一、内部因素分析	(329)
二、外部因素分析	(336)
三、苏州文化产业 SWOT 分析矩阵	(341)
第三节 苏州文化产业走向世界的政策措施	(342)

一、促进文化产业国际化的政策指向	(342)
二、引入外资、民资,壮大产业主体	(343)
三、大力提升国际竞争力和知名度	(345)
四、集聚和培育高素质的国际化人才	(346)
五、充分利用奥运会和世博会机遇	(347)
参考文献	(349)
后记	(355)

导 论

文化是国家与民族的灵魂,是衡量一个国家和地区综合实力的重要标志,是引导社会、教育人民、推动发展的精神支柱。作为新兴的“朝阳产业”,文化产业不仅在各国经济中占有越来越重要的地位,而且越来越成为一个国家和地区综合实力和核心竞争力的重要组成部分。大力发展文化产业,对于苏州实现率先发展、科学发展、和谐发展,具有十分重要的意义。

一、 文化产业的概念

“文化产业”(Cultural Industry)的概念是法兰克福社会学派的学者阿多诺(Adorno)与霍克海姆(Hockheimer)在1947年出版的《启蒙辩证法》一书中首次提出的。半个多世纪以来,随着世界文化产业的飞速发展,越来越多的学者和机构投入到文化产业的研究之中,提出了各不相同的文化产业概念。国家统计局、国家文化部等部门将“文化产业”这一概念界定为“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”^①。国外文化产业的范围涵盖了文化艺术业、广播电视业、新闻出版业、信息网络服务业、教育业、旅游业、体育业、广告业、会展业、咨询业等。我国国家统计局将新闻服务,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服务列为文化产业的范围。

一般认为,文化产业具有以下特征:

^① 《国家统计局关于印发〈文化及相关产业分类〉的通知》(国统字[2004]24号)。

(1) 思维创新是文化产业的显著特征

文化产业在某种程度上就是创意产业,创新性、创意性是文化产业最显著的特征之一,它渗透于文化的生产、消费和传播的各个方面,是文化生产、消费和传播的灵魂与动力,也是文化产品和服务为大众接受和喜爱的关键所在。运用新思路、新观念、新方法去创造财富是文化产业特别是新兴文化产业发展的必由之路。

(2) 文化价值属性是文化产业区别于物质生产产业的明显特征

文化产业通过创作文化、开采文化资源和生产文化产品来开展服务,并在满足人们精神需求的过程中体现经济效益,实现产品的价值补偿和资产增值。与一般的物质产品不同,文化产品和服务具有更多的文化价值属性,具有鲜明的意识形态属性,可以潜移默化地影响消费者的思想道德、价值观念、生活方式、思维方式和审美情趣。

(3) 文化的产业化是文化的本质特征

文化产业是一种对文化产品和文化服务的制造与营销活动,是一个遵循价值规律、按照市场需求进行生产、流通和消费的过程,是一种以获取利润为目的的经营活动。市场机制在文化产品的生产和服务中具有基础性的作用,这在发达国家更为明显。目前,发达国家的文化产业已经形成了较完善的市场化投资模式、工业化生产模式、商业化营销模式和消费化娱乐模式。苏州市高新区镇湖镇民间刺绣市场、吴中区胥口镇书画市场之所以能得到快速发展,其主要原因也在于探索出了一条民间工艺美术产业化发展的新路。

(4) 文化产业与其他产业具有兼容性与渗透性

任何产业形态都可以融入不同的文化内涵,如饮食文化、汽车文化、家居文化、企业文化等,而文化产业 also 具有很强的产业拉动性和“波及效果”。电影《泰坦尼克号》直接收益 18 亿美元,间接产品收益 57 亿美元。一部《大长今》不仅引发了韩剧热,大大推动了韩国文化产品的出口创汇,带来了直接的经济效益,而且还带动了韩国旅游、美容、餐饮、服装、化妆品等其他产业的发展,并使越来越多的人对韩国产生好感。随着经济与文化互动的加快,文化产业的生产领域与拓展空间

显现出前所未有的放射型状态,文化产业的发展空间成为开放性空间。在经济全球化的背景下,世界上许多文化产业集团正在不断打破行业与地区之间的分工界限,通过大公司之间在资金、技术、经营组织方式等方面的重新组合和集中,进行产业结构上的调整,形成文化产业各行业之间、文化产业与其他产业之间相互融合、相互渗透的新格局,出现了一批大型和超大型的跨行业、跨国界的强势文化产业集团。目前,世界上95%的娱乐市场和出版市场被全球最大的50家媒体娱乐公司占据,90%以上的新闻制作被美国和西方的文化集团所垄断。

二、 国内外文化产业发展简况

作为在全球范围内发展势头最为迅猛的新兴产业之一,文化产业在增长速度上远远高于全球经济的整体发展速度,并成为对外贸易不断扩张的主导型产业。在许多发达国家,文化产业已经成为国民经济的支柱产业,被称为21世纪的“朝阳产业”、“黄金产业”。

联合国教科文组织的数据表明,在过去的20年中,文化商品的国际贸易额呈几何级数增长。目前全世界核心创意产业的年增长率约为7%,是传统服务业的两倍,传统制造业的四倍。英国文化产业的平均发展速度是经济增长的两倍,就增加值而言,已成为仅次于金融服务业的第二大产业;就从业人员而言,已成为第一大产业。日本最近十多年来经济发展缓慢,但它的文化产业却一枝独秀。1993—2003年间,日本商品出口额仅增长了36%,但其文化产业的出口额却增长了两倍。早在1993年,日本娱乐业的年产值就已超过汽车工业,2000年,其增加值占GDP的17%,已成为世界上令人瞩目的新兴“文化超级大国”。号称世界文化产业帝国的美国,在1977—2001年的24年间,其他产业平均年增长率只有3%,但文化产业的年均增长率却高达7%,文化产业所创造的社会价值已经占到社会总产值的30%以上,其消费类视听类文化产品出口已超过航空航天业,成为全美第一大出口商品,并占据了40%以上的国际市场份额。《财富》杂志每年推出的全球500家最大企业排行榜中,有许多是文化娱乐业巨子,如在线—时代华纳、沃尔

特一迪斯尼、贝塔斯曼、维亚康姆和新闻集团等。在 400 家最富有的美国公司中,有 72 家是文化企业。

在文化产业发展方面,各国还注意将地方的传统文化资源和现实的人力资源、经济资源进行最佳组合,形成各自的发展特色。如英国 20 世纪最富特色的艺术是戏剧、流行音乐和小说,因而英国大力开发流行音乐,其音乐产业已成为该国文化产业的支柱之一,出口的纯利润甚至大于英国钢铁的出口。意大利则注重有本国特色的时装设计和产品开发,造就了占世界 1/3 的时装大师,形成了有意大利特色的文化产业。2005 年,日本与动漫有关的市场规模已超过 2 万亿日元,动漫产业成为日本第三大产业,占据了世界市场的 62%。网络游戏是韩国重点发展的战略性支柱产业,也是其文化产品出口的主力军。2000 年韩国网络游戏市场规模为 1 200 亿韩元,目前韩国网络游戏已经占据了亚太市场的半壁江山,更是占据了中国内地市场 75% 的份额。而美国的电影则占据了全球 60%、英国 95%、法国 60% 的市场份额。

近年来,我国高度重视文化产业的发展。2003 年,中央专门研究了当前世界文化产业发展情况及我国文化体制改革发展问题。2005 年,我国陆续颁布了近十个文化体制改革文件。2006 年,中央又接连颁布了《关于深化文化体制改革的若干意见》、《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》等指导性文件。目前,我国已经有大约 2/3 以上的省、直辖市、自治区和省辖市提出要建设“文化大省”和以“文化立市”,发展文化产业已经成为各个地区加快实现增长方式的转变和产业结构的调整优化、推进城市化进程、促进区域协调发展的的工作重心,促使文化产业在我国取得了较大发展。

(1) 文化产业初具规模

2004 年,我国文化产业从业人员达 996 万人,占我国全部从业人员的 1.3%,城镇从业人员的 3.8%;文化产业当年实现增加值 3 440 亿元,占 GDP 的 2.15%。从我国文化产业的结构分层看,传统的以提供新闻、出版发行、广播影视、文化艺术等服务产品的核心层仍是文化产业的主体,近年来发展较快的以提供网络文化、文化休闲等服务产品

的外围层已具一定规模,全球动画市场年产量的 1/3 在我国加工制作。核心层、外围层和相关层的从业人员之间比例为 31 : 17 : 52,增加值之比为 38 : 20 : 42。

(2) 文化体制改革初见成效

2003 年 6 月全国文化体制改革试点工作会议召开以来,北京、上海、重庆、广东、浙江、深圳、沈阳、西安、丽江 9 个省、市和 35 个文化宣传单位进行了文化体制改革试点。各试点地区和单位解放思想,大胆探索,管理体制和运行机制创新取得了新突破,文化市场体系和政策法规体系建设取得了新进展,文化事业和文化产业发展迈出了新步伐,推动了一批重点产业的发展,形成了一批产业基地和大型产业集团,一部分综合改革试点地区的文化产业已经成为国民经济的支柱产业。2004 年,北京市文化产业实现增加值 290 亿元,占 GDP 的 6.8%;上海 445.7 亿元,占 6%;浙江 669.7 亿元,占 6%;广东 1 123 亿元,占 7%。2006 年 3 月,中央再次召开全国文化体制改革工作会议,在总结试点工作经验的基础上,对深化文化体制改革工作进行了全面的部署。

(3) 技术和资本对产业的撬动作用进一步显现

“三网合一”战略越来越走向实质性操作,广电业和电信业分业经营的传统模式被日益打破,手机、网络等新兴媒体不断涌现,资本市场趋于活跃,渠道整合力度加大,文化产业链条向上端和下端不断延伸,文化产业核心层与外围层的界限变得越来越模糊。

(4) 中国文化走向世界的步伐加快

截至 2005 年底,我国与 145 个国家签订了文化合作协定,签署了 752 个文化交流执行计划,与近千个国际文化组织和机构有着不同形式的文化往来,并在许多国家建立了中国文化中心、孔子学院,举办艺术展览、文艺表演、讲演会、民俗展示、电影周等活动,互办各种文化年和文化节,使中华文化在世界上的影响不断扩大。

中国文化产业的发展有目共睹。但我们也必须看到,中国的文化产业仍是幼稚产业和弱小产业,与发达国家相比,在资金实力、科技水平、市场运作能力、创新能力和市场竞争能力等方面还存在较大的差