

WENHUA CHANYE FAZHAN ZHANLÜE YANJIU

文化产业发展战略研究

朱建纲◎著

湖南教育出版社

目 录

第一章 文化产业相关理论	1
第一节 文化与文化产业	1
第二节 文化产业的形成与发展	13
第二章 文化产业发展战略	21
第一节 战略与文化产业发展战略	22
第二节 文化产业发展的战略地位	27
第三节 文化产业的战略走向	33
第四节 中国文化产业战略选择与执行	37
第三章 文化产业品牌发展战略	48
第一节 文化产业品牌与品牌战略	48
第二节 文化产业品牌规划	56
第三节 文化产业品牌传播	69
第四节 文化产业品牌经营	76
第四章 文化产业市场拓展战略	84
第一节 文化产业集群战略	84

第二节	文化产业集团化战略	93
第三节	文化产业国际化战略	104
第五章	文化产业资本扩张战略	115
第一节	文化产业资本扩张战略的理论建构	116
第二节	文化产业资本扩张的现实支撑	126
第三节	文化产业资本扩张的路径选择	136
第四节	文化产业资本扩张的风险防范	153
第六章	文化产业人力资源战略	159
第一节	文化产业人力资源的战略地位	160
第二节	文化产业人力资源的素养特质	167
第三节	中国文化产业人力资源的开发重点	172
第四节	文化产业人力资源的机制再造	182
第七章	海外文化产业经典案例分析	190
第一节	迪斯尼	190
第二节	贝塔斯曼	200
第三节	新闻集团	209
第四节	亚马逊	219
第八章	国内文化产业案例分析	229
第一节	上海文广新闻传媒集团	229
第二节	外语教学与研究出版社	239
第三节	读者出版集团	246
第四节	潇湘晨报	253
参考文献		263
后记		267

第一章 文化产业相关理论

“文化产业”的概念属于“文化”和“产业”两个社会科学范畴的交叉领域。在国际上，文化产业的概念至今还未得到十分严格和统一的界定，各国官方和学者也都认同这一概念具有多重性，并在不同的历史、不同的文化背景和不同的意义上理解和使用着这一概念。但综合来看，不同定义之间的根本区别来自于对文化产业内涵规定的差异性：一类看法主要是从文化产业发展方式来解释，另一类解释则主要从文化产业构成结构来阐述。同时，因为社会条件和实际发展水平的差异，不同的定义方法对“产业外延”也有不同的看法。

第一节 文化与文化产业

一、文化

什么是文化？文化的内涵和外延各是什么？它

的特征是什么？如何分类？业界和学术界对此颇为关注而又众说纷纭，无从定论。

在我国，“文化”之论由来已久。《周易》中就有“观乎人文，以化成天下”的卦辞。所谓“文化”可能就是由其中的“人文化成”简化而来，泛指人类区别于动物的一切活动及其成果。时至西汉，便有了“文化”一词在现存文稿中的最早出现，刘向在《说苑·指武》中说：“圣人之治天下也，先文德而后武力。凡武之兴，为不服也；文化不改，然后加诛。”其后，“文化”一词便频繁见诸典籍文献了。如晋代有“文化内辑，武功外悠”（束皙《补亡诗·由仪》，转引自《昭明文选》卷十九），南朝有“设神理以景俗，敷文化以柔远”（王融《曲水诗序》）等。但我国古籍中“文化”被理解为统治者的施政方法而与“武力”、“武功”相对立，成为“文治”与“教化”的总称，主要包括思想观念和礼乐制度建设及对人的教育感化，与今天关于“文化”一词的意义略有不同。

据统计，在外国有关文化的较为权威的定义达 200 多种。英国学者威廉斯曾说过，“文化”一词是英语语言中最复杂的两三个词之一。在美国文化学专家克罗伯和克拉克洪所著的《文化：一个概念定义的考评》一书中，就收集了 166 条“文化”的定义（162 条为英文定义）。这些定义分别由世界上著名的人类学家、社会学家、心理分析学家、哲学家、化学家、生物学家、经济学家、地理学家和政治学家所界定。他们从各自的学科角度来研究和界定，作出了各种不同的表述。

其实，如果要成立一门“文化定义学”，也不算夸张。在国外研究中，通常把有关“文化”的 100 多种定义分为七大类，每一大类各举一例如下。

1. 描述性的定义。如：文化或文明是一个复杂的整体，它包括知识、信仰、艺术、法律、伦理道德、风俗和作为社会成员

的人通过学习而获得的任何其他能力和习惯。(泰勒, 1871 年)

2. 历史性的定义。如: 一个群体的文化是指这一群体所生活的社会遗传结构的总和, 而这些社会遗传结构又因这一群体人特定的历史生活和种族特点而获得其社会意义。(帕克和伯吉斯, 1921 年)

3. 行为规范性的定义。某个社会或部落所遵循的生活方式被称作文化, 它包括所有标准化的社会传统行为。部落文化是该部落的人所遵循的共同信仰和传统行为的总和。(威斯勒, 1929 年)

4. 心理性的定义。如: 文化是指某一特定时期的人们为试图达到他们的目的而使用的技术、机械、智力和精神才能的总和。文化包括人类为达到个人或社会目的所采用的方法手段。(斯莫尔, 1905 年)

5. 结构性的定义。如: 文化是一个反应行为的相互关联和相互依赖的习惯模式系统。(威利, 1929 年)

6. 遗传性的定义。如: 我们所说的文化是指人类生产或创造的, 而后传给其他人, 特别是传给下一代人的每一件物品、习惯、观念、制度、思维模式和行为模式。(亨廷顿, 1945 年)

7. 不完整性的定义。如: 文化可以定义为一个社会所做、所思的事情。(萨皮尔, 1921 年)

目前, 学术界较为统一地认为, 文化一词有广义和狭义之分。广义的文化指“人类创造的物质财富和精神财富的总和, 特指精神财富”。它包括了无形的语言、习俗、礼仪、信仰、道德、宗教、艺术趣味等精神财富, 也包括有形的物质文化资源和物质创造物。广义的文化内涵既体现在人们的活动成果和活动中, 也体现在人们的精神生产、观念形态和思维方式中, 也就是说, 文化渗透在人类社会的一切方面。

狭义的文化指“以社会意识形态为主要内容的观念体系, 是由政治思想、道德、艺术、宗教、哲学等意识形态所构成的领域”。在某种语境条件下, 文化又专指教育、科学、艺术、卫生、

体育等方面的知识和设施，以与世界观、政治思想、道德等社会意识形态相区别。它既包括科学、哲学、文学、艺术、风俗、习惯等精神文化，也包括与特定社会历史阶段相适应的经济体制、政治制度、法律体系、家庭结构、社团模式等制度文化。

从林林总总的文化定义中，不难发现，人们关于文化的认识存在一定的共性。所谓文化的特征就是指文化的共性特征。一般认为，文化具有以下特征：

第一，历史地理性，或称时空性。文化总是伴随着人类社会的产生、发展、延续而运动，文化必然带有历史的烙印。文化发展的内外因的相互作用促成了文化的历史性。而且，不同的人群在各自不同的区域内按照各自不同的方式来创造自己的文化。他们的语言、风俗、习惯、思维方式等各不相同，这就孕育了不同文化，也就形成了文化的地理性。一方面，自然条件、生产方式和社会制度，对文化的发展提供外在的推动力。文化的内部诸要素（各种心理、知识等）之间的矛盾运动，作为直接的动因推动着文化的发展。因此，文化的发展经历创新、吸收、扬弃的过程，从而使文化具有鲜明的时代特征和历史性特征。另一方面，文化的地理性使文化内涵变得丰富多彩，同时也为各区域文化的发展提供了借鉴和动因。从而有了中华区域文化系统、印度区域文化系统、阿拉伯区域文化系统、希腊区域文化系统的划分。

第二，劳动价值性。文化，也是劳动的产物，同其他劳动产品一样，无差别的劳动凝聚在文化里，就是文化的价值。虽然不是所有的文化都能转换成商品，但它却提供了一种特殊的价值，不能吃，不能用，但可以欣赏，可以得到精神的愉悦。而且，随着劳动生产力的进步和社会分工的发展，有了阶级的划分，使得一部分人从事产品制造，一部分人从事艺术创作，一部分人从事其他服务等。从而人类的劳动使得文化内涵更加丰富，表现形式更加多样。而后，人们为了生存和发展，在不同行业、不同部门

之间根据需要相互交换劳动产品，从而使得文化以适当的方式进入到市场体系中。其中一部分仍然是公益性的，最大特征就是无偿性，主要任务是满足公众的文化需求。无论以什么样的形式投入，譬如博物馆、图书馆，或者是大型公益性、纪念性的文艺晚会和文艺演出，都不以营利为目的，其投入都是没有经济回报的。当然，还有一部分文化作为商品被赋予了市场功能，随着市场的供求关系而不断自我调节资源配置。

第三，社会功用性。在一个健全的市场经济社会中，经济、政治、文化三个领域既互相贯通，又各有特点、活动规律、价值取向和社会功能。文化的主导价值在于提升人的精神境界，使人不仅在物质文明而且在精神文明方面得到全面的发展。人类精神活动及其成果的价值，往往难以按照一般商品“等价交换”的原则加以计量和确定。精神产品的创造不能用一般的市场和金钱来配置，它需要特殊的思维能力、特殊的文化艺术才能、特殊的高峰情感体验和灵感以及长期的生活和文化艺术积累。因此，文化具有不同于政治和经济领域的独特性，能够发挥它们两个领域难以替代的社会作用和功能。

文化是在一定地域和时代，随着共同语言的形成、共同风俗习惯的流行、共同心理素质的同化而逐渐丰富发展起来的。而这又反过来成为联系人们的牢固纽带，使具有相同或相近文化的人类群体具有共同的认同感和归属感，也使之有较多的沟通和交往。而不同文化的人们总是需要逐步交往，才能了解和接受。文化以其深厚的内涵和强大的亲和力吸引凝聚着在特定文化背景下生活着的人们。在当今的信息时代，广播、网络、通讯导致人类生活的空间相对缩小到所谓的“地球村”，文化对于人类社会发展的影响更加深远。

二、文化产业

因为文化也是“人化”，它会随着人类社会的发展而发展，

变化而变化。小区域传播到大区域，个性特征演化成文化共性。单就显文化而论，当其规模和水平发展到一定阶段后，会因其个性特质而产生裂变，形成不同的文化行业，如图书报刊、广播电视、娱乐演出等等。这就需要有政府、社会组织、团体或企业来进行统筹经营和规范管理，以便更好地发挥文化的社会职能，于是，便形成了特定社会形态下的文化事业和文化产业。

文化事业与文化产业的区分，也是由文化的双重属性，即精神性和经济性所决定的。其中，由政府直接管理的那些面向社会大众服务的、不以营利为目的的公益性文化部分，属于文化事业，归属文化行政部门来管理，主要包括学术研究、文学艺术、博物馆、图书馆、公益性群众体育和非营利性大众娱乐休闲文化等；那些面向市场由企业（公司）管理的具有营利性质的文化事业，则属于文化产业，如报业、出版业、演出业、影视业、娱乐业、广告业、网络业、旅游业、会展业、咨询业、策划业、文化经纪业等等。

通常，文化产业的定义有“学院派”与“应用派”之分。学院派的理论工作者主要关注观念形态的“理论—意识形态文化产业”研究；应用派则从社会经济实践中关注文化产业的生产与流通、经营与管理、传播与消费等问题。也有人主张把文化产业纳入整个社会生产和消费的循环链条上来界定，也有人提出文化产业其实就是“创意产业”或“内容产业”。比如，美国主要以“版权产业”作为文化产业的总体理念，英国、澳大利亚等国主要推出的是“创意产业”概念，日本、韩国等更重视的是“内容产业”。

当今较权威的关于文化产业的界定有以下几种。

第一，联合国教科文组织对文化产业的界定。联合国教科文组织在蒙特利尔会议上把文化产业定义为：文化产业就是按照工业标准，生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列

活动。这里值得注意的是“按照工业标准”。文化的产品和文化的服务向来就有，是按照小农经济的方法去进行还是按照工业标准的方法去生产，这就是一个分野。联合国教科文组织认为，小规模、零散的，没有按照生产、流通、销售、消费这样一个循环去生产文化产品就不属于文化产业，只有按照工业标准进行生产、再生产、储存以及分配才是文化产业。也就是要批量地、有规模地、连绵不断地去生产。

第二，国际经济学界对文化产业的界定。经济与文化研究的前沿人物施罗斯比（Throsby）在其所著的《经济学与文化》一书中首先定义了文化的商品与服务，再以此为核心而界定了若干层次的文化产业。他指出文化产业是以创造性思想为核心的向外延伸与扩大，是以“创造”为核心并与其他各种投入相结合而组成的各类文化产品的经济集合。

第三，中国政协与文化部所组成的文化产业联合调查组对文化产业的界定。文化产业联合调查组于2001年对我国九个城市进行实地考察，在总结各市实践经验的基础上，对文化产业作了如下的界定：“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。文化产业是文化建设的重要组成部分，文化产业和公益事业两者共同构成了文化建设的内容。调查组初步认为文化产业主要包括文化艺术、文化出版、广播影视、文化旅游四个领域，具体行业的划分尚待进一步研究。”

第四，《文化蓝皮书2001—2002年：中国文化产业的发展报告》对文化产业的界定。文化是一个含义广阔的大概念，文化产业只是文化中的一部分，是文化中可以采用市场运作的一部分。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”。文化产业的发展，主要是在市场文化

这个层面，而且“文化产业”是有一定的范围的。文化产业与文化事业都是大文化范畴内的具体概念，但是两者之间有很大的差别。文化事业是指国家或地区文化发展的主流，以非营利资金（如政府投资及社会基金、社会捐赠）支持为主，文化产业则以市场导向为发展指针的私人资本运作为特点。

另外，还有众多有关文化产业的界定。或从文化产业的存在及其过程，或从文化产业与文化事业的关系，或从文化与产业的关系等等不同角度来界定文化产业，指出了文化产业的不同层次和侧面。这些界定都有一定的道理。

综上所述，文化产业的概念包括以下几个观点：①产品必须是为了满足或主要满足人们的精神性消费而生产的，它还应该包括相关的物质载体。②生产、消费等环节可以纳入市场经济运行过程，并且获得补偿成本之后的最低限度以上的经济效益。③必须在经济效益优先的前提下，保证产品的社会效益得到满足，否则就不能进行产业化。前两个条件是文化产业成立的必要条件，第三个条件是文化产业成立的充分条件。有这三个条件，笔者认为，文化产业是指以直接或间接地满足消费者精神性需求和服务于社会意识为目的，依托于文化资源，从市场导向出发，采用价格机制、竞争机制等进行生产、分配和消费，并能同时实现经济效益和社会效益的新型产业。

文化产业与一般物质生产产业不完全一样，有其自身的特点和特殊性。

1. 文化产业的行业特殊性。一般的生产部门作为生产物质产品的行业只具有产业属性，是以低投入高产出获取利润最大化为目标的，而文化产业既具有产业属性，同时又具有强烈的政治属性和意识形态属性。一方面，它不是单纯的生产部门，而是中国共产党领导下的社会主义事业的重要组成部分，是社会主义精神文明建设的重点领域、重要阵地和重要载体，是宣传战线的一

个重要工作部门，必须始终坚持正确的舆论导向，坚持“社会效益第一”的原则；另一方面，其产业属性又决定了它必须遵循市场经济规律，采用现代企业的管理方式，从经营中获得经济收入。

2. 文化产业的组织特殊性。随着经济全球化的发展，文化产业的组织也日益呈现出一些全新的特征，具体体现在：一是现代文化产业组织已经建立在“数字化”技术的基础之上，可以实现无成本复制和传播，个性化与互动式服务，多媒体界面，虚拟现实，生活性的渗入等等。二是现代文化产业组织具有“规模经济”特征。大型国际化文化传媒巨头，在文化产品的制作上实行大投入，并且通过国际化销售网络，实现高产出高利润。三是现代文化组织具有“范围经济”特征。大型国际化文化传媒巨头实行跨行业多方面经营的组合，以便实现范围经济利润。四是现代文化产业组织具有“网络经济”特征。大型国际化文化传媒巨头借助于网络经济和现代资本市场的金融杠杆，实现低成本的扩张与快速的整合以及对传统文化产业的全面改造。

3. 文化产品的产品特殊性。文化产品具有双重属性和双重效益。文化产品的双重属性，是指其商品属性和意识形态属性。物质生产部门生产的产品是物质产品，满足消费者的物质需要，而文化产业部门生产的是精神文化产品，满足消费者的精神需要。消费者通过精神消费满足自己求知、求美、求乐的需要，从而使劳动力在更高层次上再生产出来，这就是精神产品特殊的使用价值。精神产品和物质产品一样都要遵循价值规律，通过市场来实现自身的价值，同时它又具有不同于物质产品的特殊性。物质产品只要市场需要就可以生产，而精神产品的生产则受政治、思想、道德等方面的制约，且涉及科技、文化、知识和世界观、人生观、价值观等方方面面，所以不但要具有科学性、知识性，更要具有正确的方向、健康的内容。而文化产品的双重效益，即经济效益与社会效益，根植于其双重属性。文化产品的商品属性

使它要面对市场就不能不讲求经济效益。作为中国特色的社会主义文化生产和经营又必须重视精神价值的导向，应当在创造最佳的经济效益的同时创造最高的社会效益，力求实现二者统一。在社会主义市场经济条件下，要坚持用辩证统一的观点来理解和处理社会效益和经济效益的关系。要注意处理整体和个体、事业和产业间的关系，社会效益是实现经济效益的前提，经济效益是实现社会效益的保障。

“文化生产力”是马克思主义理论体系中的一个重要概念，是与文化产业密切相关的概念。马克思曾经在《资本论》手稿中指出，人类生产劳动的社会分工首先是人的体力劳动和脑力劳动的分工。这种分工造就了物质生产领域和精神生产领域的分离，于是社会生产分化为物质生产和精神生产。在物质生产中创造物质产品的能力，形成了物质生产力；在精神生产中创造精神产品的能力，形成了精神生产力，也就是文化生产力。文化生产力是文化产业中生产文化产品和提供文化服务的能力。

党的十六届四中全会通过的《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》，提出要解放和发展文化生产力，这对于当前推进文化产业发展具有重要指导意义。

第一，解放和发展文化生产力是建设社会主义先进文化的需要。建设社会主义先进文化，一方面需要坚持马克思主义在意识形态领域的指导地位，加强党的思想政治工作；另一方面，又需要通过解放和发展文化生产力，生产大量的健康向上、无愧于时代的精神文化产品，营造有利于人民群众特别是青少年健康成长的思想文化环境，把社会主义思想道德教育融入丰富多彩、生动活泼的文化活动之中。

第二，解放和发展文化生产力是满足人民群众日益增长的精神文化需求的需要。随着人民群众收入和生活水平的提高，恩格尔系数不断下降，人们的消费结构也随之发生变化，对精神文化

多层次、多样化的需求正在快速增长，出现了文化产品的供需矛盾。要解决这个矛盾，就必须大力解放和发展文化生产力。

第三，解放和发展文化生产力是促进人的全面发展的需要。人的素质大体包括思想道德素质、科学文化素质和健康素质三个方面。这三方面素质的提高，都有赖于文化生产力的发展。文化产品和文化服务，既能满足人的精神文化生活需求，给人们带来身心的愉悦和科学文化素质的提高，又能促使人们形成正确的世界观、人生观、价值观和良好的道德修养，从而实现人的全面发展。

第四，解放和发展文化生产力是促进经济增长的需要。文化产业是极具发展潜力的朝阳产业，是新的经济增长点。同其他产业相比，发展文化产业所凭借的文化资源能在使用过程中不断积累和增加价值。文化产业还具有低能耗、无污染等特点，发展文化产业已经成为转变经济增长方式的重要选择。目前，文化产业在我国国民经济中的比重虽在逐步提高，但总体上还是偏低，与发达国家相比仍有很大的差距，必须大力加以发展。

第五，解放和发展文化生产力是增强国家综合国力、适应国际竞争的需要。综合国力是一个主权国家所拥有的包括物质力量和精神文化力量在内的全部实力及国际影响。经济全球化趋势的加速发展，使文化在综合国力的竞争中处于更加突出的地位。

和文化产业发展与经济增长密切相关的有以下几对概念：文化发展与经济发展、文化与产业、文化事业与文化产业。

文化发展与经济发展。从一般意义上看，经济发展水平在一定程度上决定着文化发展水平，文化发展对经济发展有着巨大的反作用，同时，文化发展又具有相对的独立性。经济发展水平比较高的地区，文化发展水平也比较高；经济发展水平低的地方，文化发展水平往往也比较落后。另一方面，文化的发展对经济发展有着巨大的反作用。我们必须在大力发展经济的同时，处理好文化发展与经济发展的关系，努力避免重视经济发展而忽视文化发展，最后经济

和文化的发展都受到影响的情况出现。文化发展已经广泛地被经济学家用来作为衡量一个国家经济增长的质量的标志之一。

文化与产业。文化产业，是一个合成词，既可以是文化中的文化产业，也可以是指产业中的文化产业。随着人类文明的进步，任何商品都凝结着一定的文化内涵、文化附加值和文化特色，并且随着经济的发展，社会消费对商品中文化含量的需求越来越高，这是文化力量对市场经济作用的表现，但并不说明文化都可成为产业，或者说文化就是产业。但是，那些能够作为商品或有偿服务的文化产品或文化服务是可以成为产业的。可见，文化产业是一个交叉概念，既可以是产业的一部分，也可以是文化中的一部分，是文化中可以采用产业方式运作的部分。由于市场的作用不同，文化产业的范围并不是很严格。

文化事业和文化产业。新中国成立后，文化业或者文化服务业基本上被当作文化事业对待，没有产业的概念。现在，中央作出加速文化产业发展的决策，首先需要在理论上和实践上对文化产业与文化事业加以分析。文化事业与文化产业的区别如下：第一，目的不同。两者都追求社会效益与经济效益，但文化事业侧重寻求社会效益；文化产业以满足市场需要为主，侧重于追求经济效益。第二，资本来源不同。文化事业由国家财政提供经费维持其生产与服务活动；文化产业的资本可在不同社会经济成分中获取。第三，机构性质不同。文化事业机构以行政方式管理；文化产业机构是企业方式进行运作。第四，调控方式不同。对文化事业，国家可以采取行政命令的方式直接调控；对文化产业，一般以间接调控为主，如法律法规、税收政策、价格杠杆等。

对文化发展与经济增长的研究真正有所突破的是文化产业理论的提出。一方面，文化产业发展本身作为产业对经济增长会作出直接贡献，除此以外，文化产业的发展还会对整个经济产生正向的溢出效应，使整个经济的生产效率有所提高。在一定条件

下,这种效应可以使知识总量的边际效应提高,从而弥补劳动力增加边际效应递减的影响。另一方面,经济增长到了一定的程度,人们获得了基本的生存条件和物质生活条件后,广泛地产生了教育、休闲、娱乐、健身、艺术、旅游等方面的文化需求,社会经济因此产生了相应的文化供给,这既是文化发展的走向,也是经济发展的走向,是文化的产业化和经济的深层次发展。

随着社会生产力的发展,经济增长与文化产业发展是一个互动的连锁反应过程,现代经济文化一体化趋势明显,这就是经济增长与文化产业发展的内在逻辑。

第二节 文化产业的形成与发展

一、文化产业的形成过程

20世纪30—40年代,西方国家就已经开始针对新出现的以无形的文化内容为基本元素的“新产业现象”进行激烈的论争,而这场论争的导火索是关于“大众文化”的争论。在争论的过程中,出现了许许多多的诸如“文化产业”、“大众文化”、“文化工业”、“意思工业”、“内容产业”、“知识工业”等一系列概念。1947年,法兰克福学派的阿多诺(Theodor Adorno)和霍克海默(Max Horkheimer)出版了《启蒙的辩证法》一书,“文化产业”概念首次被提出。法兰克福学派当时是从哲学和艺术学价值判断的双重角度对于文化产业进行了否定性的批判,他们认为文化产品凭借现代科技手段在工厂中用规格化、标准化的方式被大量生产出来,并通过电影、广播、报纸、杂志等大众传播媒介传递给消费者,最终使得文化不再扮演激发否定意识的角色,反而成为统治者营造满足现状的社会控制工具。但同时,法兰克福学派还是敏锐地发现了文化元素一旦与现代科技结合形成工业体系,就

会产生巨大的影响社会的力量。

20 世纪 60 年代以后，以美国为代表的发达国家的文化产业逐渐进入了高峰状态。发达国家文化商品的语言表达、文化企业的经营机制、文化产业提供的服务样式、文化经营的融资能力及科技水平，在全球范围内拥有领先地位。这些发达国家以《宪法》为依据，制定保护知识产权、保护文化遗产、保护民族艺术的法律法规，还制定保障公民接受艺术教育、享有文化服务以及支持各公益性文化事业和非营利性文化事业等的法律法规和规章。这一时期，西方许多国家已具有了比较完备的文化法律政策体系，能够依靠法律政策手段有效地调整社会的文化关系，规范人们的文化行为。良好的环境以及各项法律政策的保障促进了这些国家文化产业的发展。法国政府发展文化艺术事业的方针政策是在原来的基础上，增加“促进文化产业的发展”这一条，并提供优惠政策和资助，促进文化产业的发展。日本为推进文化艺术的交流与繁荣，先后制定、修改了扶持文化艺术的政策。日本方面认为日本可以向美国和世界各国提供的不仅仅是属于硬件的技术和资金，还可以提供软件方面的东西。在这种思想指导下，日本的文化产业发展迅速，整个产业结构开始向高度化发展。从 20 世纪 50 年代开始，各国政府颁布的文化经济政策，增加了对文化生产所需基础设施的投资，出台了各种标志性开发项目，如建造艺术中心、剧院和音乐厅等，同时举办高盈利的文化节目，并往往与当地的历史遗迹相联系，以此鼓励文化旅游业。于是文化市场从无到有、从小到大、从隐蔽到明显、从涓涓细流到大潮涌动，而文化产业也在其中迅速地成长起来了。

从 20 世纪 70 年代中期开始，西方部分经济学家开展了跨学科的研究，对经济与文化间的关系作了较系统的探讨，阐释了“文化”成为“产业”的可能空间和发展特点。在此基础上，随着历史的推进和语境的扩展，“文化产业”这一名词也被置换为