

Culture Industry

Typical Cases

中国文化产业 典型案例选编

(第二辑)

文化部文化产业司组织编写

主 编 王永章

T
Y
P
I
C
A
L
C
A
S
E
S

2006

北京出版社

Culture Industry

Typical Cases

中国文化产业

典型案例选编

(第二辑)

文化部文化产业司组织编写

主 编 王永章

北京出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国文化产业典型案例选编(第二辑) / 王永章主编. —北京:
北京出版社, 2007

ISBN 978 - 7 - 200 - 06772 - 9

I. 中… II. 王… III. 文化—产业—案例—汇编
—中国 IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 161009 号

中国文化产业典型案例选编(第二辑)
ZHONGGUO WENHUA CHANYE
DIANXING ANLI XUANBIAN(DI-ER JI)

文化部文化产业司组织编写

主编 王永章

*

北 京 出 版 社 出 版

(北京北三环中路 6 号)

邮政编码:100011

网 址: www.bph.com.cn

北京出版社出版集团总发行

北京頤园印刷有限责任公司印刷

*

787×1092 16 开本 28.5 印张 436 千字

2007 年 1 月第 1 版 2007 年 1 月第 1 次印刷

印数 1—10 000

ISBN 978 - 7 - 200 - 06772 - 9

G · 2396 定价:40.00 元

质量投诉电话:010 - 58572393

中国文化产业网 <http://www.cnci.com.cn>

内容简介

运用典型案例促进某个行业的发展，是国内外一种行之有效的指导工作的方法，也是常见诸课堂的一种生动的教学方式。本书是继2003年《中国文化产业典型案例选编》出版之后，由文化部组织编写的第二辑文化产业典型案例选编。书中所选择的60个典型案例，从不同侧面、不同角度，比较客观地反映了近几年来我国文化产业的发展状况以及市场主体的成长过程和实践经验。特别是每个案例都有专家学者的点评，使之更具可读性和借鉴作用。本书适用于文化企事业单位、政府部门和教学研究机构中从事文化产业工作的人员，以及关心文化产业发展的各类人士阅读，也可以作为培训教材使用。

责任编辑 / 王 鑫

刘青文

封面设计 / 赵筱妮

责任印制 / 李文宗

《中国文化产业典型案例选编(第二辑)》编委会

名誉主任 丁 伟

主 任(兼主编) 王永章

副 主 任 谢 锐 李小磊

委 员 (按姓氏笔画为序)

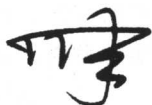
万 捷	卢铁栋	刘小平	邬少军
杨小平	邹元庆	何文茂	吴江波
李 萍	陆耀亭	范小强	金吉武
金 强	赵 明	赵景川	夏日光
郭玉河	徐循华	萨本敦	康望成
惠应安	彭建康	辜科伟	蔡一家
戴力勤			

点评专家 (按姓氏笔画为序)

马晓平	马翀炜	王 佳	付海晏
刘孔庆	刘建华	过聚荣	肖 平
李 炎	张胜冰	林 艺	武志伟
赵成国	洪振强	顾 江	徐晓军
钱 焱	傅才武	蒋 炎	敬 蓉
廖 飞	臧艺斌	樊 华	薛永武
魏文享			

序 言

文化部部长助理



为总结我国文化产业发展的实践经验,指导促进我国文化产业发展,2003年,文化部编辑出版了《中国文化产业典型案例选编》,内容选择了涉及演出、音像、文化娱乐、文化旅游、网络文化、影视、图书报刊、文物和艺术品以及艺术培训等各个行业门类的60个典型案例。该书的出版,为指导各地培育市场主体,增强微观活力,引导各类文化企业健康持续发展提供了帮助,得到了广泛好评。

近几年来,文化产业得到各级党委和政府的高度重视以及社会各方面的密切关注,全国文化产业出现了蓬勃发展、方兴未艾的局面。各地在发展文化产业方面进行了大量探索和实践,创造了许多新鲜经验。特别是在党和国家关于深化文化体制改革方针的指引下,全国涌现出一大批有自主创新能力、有知名品牌、有自主知识产权的国有和民营骨干文化企业,它们在引领我国文化产业快速发展方面发挥了重要作用。为以点带面,用典型引路,文化部于2004年11月和2006年5月分两批命名了78个国家文化产业示范基地(含4个出口示范基地),并大力推广宣传了这些示范基地的先进经验,在全国引起较大的反响。

随着形势的发展和工作的不断深入,各地文化企业和从事文化产业工作的同志迫切需要更多成功实践的经验示范和借鉴。为此,文化部决定编辑出版《中国文化产业典型案例选编(第二辑)》。与2003年版《中国文化产业典型案例选编》相比,本书具有以下几个特点:

一、案例涉及的范围更广。按照国家统计局下发的《文化及相关产业统计分类》文件的精神,《中国文化产业典型案例选编(第二辑)》的典型案例不仅仅局限于文化产业的“核心层”和“外围层”

序

言

的文化企业，而且包括“相关层”的比如乐器、工艺品生产和销售等文化企业。

二、案例更符合体例要求。《中国文化产业典型案例选编（第二辑）》所选择的典型单位多数按照案例的格式来总结。每个案例所反映的问题比较集中，或针对某个文化产业项目的效益进行分析，或就某项文化活动的举办过程加以总结，在业内具有较强的指导性和可操作性。此外，多数作者或亲身参与了案例的实践过程，或是在实地调查的基础上编写的，保证了案例内容的翔实可靠。

三、案例内容更加全面。与2003年版的《中国文化产业典型案例选编》相比较，《中国文化产业典型案例选编（第二辑）》不仅对成功经验的认真总结，还有对失败教训的冷静分析。经验总结得实实在在，问题分析得客观透彻，读后发人深省，更富有启发性。

四、专家点评更添精彩。《中国文化产业典型案例选编（第二辑）》中，我们专门邀请了部分大学文化产业研究机构的专家教授对案例给予了点评。这些点评依据一定的理论，对其可供借鉴的地方和不足之处，都实事求是地进行了评论，旨在起到画龙点睛的作用。这对于人们增强分析问题、解决问题的能力，更为准确地学习和借鉴案例的经验，并具体运用到实践中去很有帮助。

总之，《中国文化产业典型案例选编（第二辑）》所收录的60个典型案例从不同侧面、不同角度，比较直观地反映了近几年来在深化文化体制改革的大背景下，我国文化产业市场主体的成长情况，以及各个产业门类体制机制改革、思路观念创新、产业项目策划、企业经营管理、产品市场营销和实施“走出去”发展战略等方面的实践和经验。当然，书本与实践毕竟还有一定的距离，这就要求文化企业的经营管理人员和文化产业工作者，能够紧密联系实际，重在借鉴学习，既善于汲取别人的经验，接受别人的教训，又要勇于创新，走自己的路，以求企业健康持续发展，并在我国文化产业发展进程中不断创造出更多生动、鲜活、具有中国特色的成功案例和经验，为增强我国文化产业的总体实力、提高文化产业的竞争力，为扩大中华文化的覆盖面和影响力作出积极的贡献！

2006年12月

序言	丁 伟/1
----------	-------

艺术演出类

走向大市场 闯出新天地

——辽宁歌舞团改革创新纪实	辽宁歌舞团/3
---------------------	---------

找准市场定位 打造健康“二人转”品牌

..... 吉林省东北风“二人转”艺术团/11

转变观念 创新体制 走产业化发展道路

——黑龙江省杂技团开发演出市场纪实	吴 璇/16
-------------------------	--------

走出民营艺术表演团体发展新路子

一个女子古筝乐团的成长足迹

..... 辽宁省葫芦岛市东方女子古筝新筝乐团/29

小剧种闯大市场

——福建省实验闽剧院的“胃口”	福建省实验闽剧院/35
-----------------------	-------------

以市场为导向 以创新为主题 不断拓展产业规模

——贵州省遵义市杂技团发展综述	王昌华/41
-----------------------	--------

抓业务 树品牌 不断拓宽少儿演艺市场

..... 西安儿童艺术剧院 宣亦斌/45

《时空之旅》管理运作的启示

..... 上海时空之旅文化发展有限公司/50

依托本地文化资源 打造民族艺术品牌

——民族风情歌舞《鄂尔多斯婚礼》实现双赢纪实

..... 内蒙古自治区鄂尔多斯市文化局/56

打造民族文化精品 创立知名文化品牌

——广西民族音画舞台剧《八桂大歌》的创意与市场运营

..... 广西壮族自治区柳州市文化局/61

积极培育演出市场 做强做大演出产业

辽宁大剧院/65

儿童剧《迷宫》案例分析	白 莲/69
-------------------	--------

女子十二乐坊案例分析	郭 涛/80
------------------	--------

《功夫传奇》案例分析	丁 琳/93
------------------	--------

《云南映象》在京运作的个案分析	白 莲/103
-----------------------	---------

舞台喜剧《托儿》项目运作案例分析	贺雪梅/111
《彼德与狼·动物狂欢节》案例分析	丁 琳/121
安德烈·波切利北京演唱会案例分析	赵海涛/132
普及高雅艺术 打开音乐之门	
——2005年系列暑期音乐会案例分析	丁 琳/142
“周末相声俱乐部”案例分析	丁 琳/151

文化旅游类

以国际标准建设盛唐文化旅游园区	
..... 西安曲江新区管理委员会文化产业发展局/163	
进军文化产业 打造全国最大民间博物馆聚落	
..... 四川省建川文化产业开发有限公司/174	
依托资源优势 提升产业品位	
——成吉思汗陵旅游区案例分析	
..... 内蒙古自治区文化厅文化产业处/179	
依托花卉资源优势 发展休闲文化产业	
——成都市锦江区三圣乡“五朵金花”品牌发展实践	
..... 成都市锦江区文体局 四川省文化厅产业处/187	
加大资源整合力度 构筑三国特色品牌	
..... 四川省成都武侯祠博物馆/193	
大理旅游集团主打文化旅游牌	和 谐/199
凸显文化特色 促进旅游发展	
——东方绿舟旅游与文化结合的探索	
..... 上海市青少年校外活动营地/203	

影视娱乐类

率先抢滩电影市场 精心打造行业旗舰	
——浙江省电影总公司改革发展纪实	郭月珍/213

知己知彼 有的放矢

——河南文化影视集团实现电影放映跨区域经营

..... 河南文化影视集团/225

山城名片——电影《庐山恋》的品牌效应 钱一秉/231

求实创新 引领市场

——杭州金海岸娱乐有限公司经营管理案例 胡康兆/236

网络动漫类

网络之龙横空海峡西岸

..... 福建省网龙计算机网络信息技术有限公司/247

创建动漫产业的“深圳模式”

——环球数码媒体科技研究(深圳)有限公司调研报告

..... 倪鹤琴/252

艺术品类

树大芬油画村品牌 走产业化发展之路

——大芬油画村美术产业发展案例分析

..... 深圳市龙岗区大芬油画村管理办公室/263

立足传统印刷 打造全新文化产业

..... 雅昌企业(集团)有限公司 谢 媛/272

挖掘文化资源 打造艺术精品

——山西宇达集团的发展与启示

..... 山西省文化厅文化产业处/278

从困境中崛起的民间艺术 天津杨柳青画社/284

苏绣——苏州历史文化遗产与产业的结合 吴 敏/292

探索行业管理途径 促进彩灯产业发展

..... 四川省自贡市灯贸管理委员会/302

美术产业的新亮点——乌石浦油画村 厦门市湖里区文体局/306

弘扬民族文化 自主创新发展

——内蒙古力王工艺美术有限公司发展纪实

..... 魏蕃群 王立志/312

利用资源优势 发展黑陶文化

——记河北省馆陶县陶漆工艺厂

谭俊海/319

沈阳《科学巨匠·世纪之梯》大型雕塑创作案例分析

..... 大连大青文化产业集团/324

服务社会搞经营 面向市场谋发展

..... 辽宁省锦州市辽西古玩商城/328

积极开拓海外市场寻宝回归 力争两个效益双丰收

..... 上海兰馨珠宝文物商行 张兰香/332

为艺术品交易“保驾护航”

——上海艺术品登记中心案例分析

徐承军 杨张兵/337

艺术培训类

弘扬国乐 打造国琴 奏响文化产业新乐章

——中等集团打造古筝文化产业链探索

..... 吉林省长春市光明艺术学校/347

走品牌建设之路 创知名培训机构品牌

——深圳书城培训中心市场化创新案例

..... 代学红 韩志强/354

节庆会展类

一个节日和一座城市的传奇机缘

——南宁国际民歌艺术节透析

刘莉玲 董宁生/365

中国西部文化产业的首次精彩亮相

——首届中国西部(昆明)文化产业博览会案例总结

..... 范建华 姜若宁/375

文化用品类

发挥行业龙头作用 致力奉献文化产业

..... 江苏省泰兴凤灵乐器有限公司 钱富民/387

改革创新古筝 弘扬民族文化 天津市天韵乐器有限公司/394

文化用品零售企业的特色化经营

——记深圳市弘文艺术有限公司

..... 侯晓莉 张伟琼 刘 军/399

综 合 类

适应市场需求 努力打造文化产业链

——上海新文化传媒投资集团的发展之路 盛文蕾/407

借水行舟 打造搏击风浪的舰船

——吉林市发展文化产业重点项目侧记

..... 吉林省吉林市文化局/414

历史文化街区的资源保护与产业开发

——上海多伦路文化名人街案例 张永林/419

转变思想观念 全面改制闯市场

..... 湖南省文化厅计划财务与产业处/427

以数字科技为载体 积极发展新型文化产业

..... 上海多媒体产业园/431

紧紧依托资源优势 大力发展文化产业

..... 陕西省安塞县文体事业局/438

艺术演出类

走向大市场 闯出新天地

——辽宁歌舞团改革创新纪实

辽宁歌舞团

辽宁歌舞团成立于1956年，前身是1945年延安鲁艺迁移到哈尔滨后成立的东北鲁艺文工团。20世纪五六十年代，曾经位列全国四大甲级歌舞团之一，为文化建设作出过积极贡献。然而，在改革开放的新形势下，在市场经济的大潮中，辽宁歌舞团也有过“山重水复”的困惑与彷徨。今天，通过深化文化体制改革，辽宁歌舞剧院迅速崛起，走向大市场，闯出新天地，找到了“柳暗花明”的感觉。不到3年时间，歌舞团就先后推出6台剧目，演出超千场，创收3000余万元，职工平均工资增长3倍，被称为“辽宁歌舞团现象”。

一、以改革为动力，重塑市场主体

由于长期计划经济体制的束缚，过去一段时间，辽宁歌舞团发展缓慢，举步维艰。2002年一年仅演出83场，收入88万元。面对这种状况，新一届领导班子以改革为动力，合理配置资源，推动机制创新，重塑市场主体，解放和发展了文化生产力，增强了院团的整体实力和竞争力。

第一，整合内部资源。为适应社会主义市场经济体制和改革发展需要，歌舞团以文化体制改革试点为契机，创新体制、转换机制、面向市场、增强活力，努力冲破旧观念旧体制的束缚。2005年在省政府的支持下，经省编委批准，组建了辽宁歌舞剧院，并把辽宁歌舞团与辽宁民族乐团、辽宁杂技团，以及附属艺术学校和舞美服务中心同时划归辽宁歌舞剧院领导。“三团一校一中心”统一管理模式，新的艺术资源组合，壮大了产业实力，提高了集约化经营水平，

同时也为辽宁歌舞团实现跨越式发展奠定了基础。与此同时，歌舞团对原有的内部机构设置重新进行整合，先后撤销了资料室、基础工作部，把人事科改为人力资源部，把财务科改为财务部；加强了演出经营部，增设了对外联络部、演出管理中心、招生办，保留了附属艺校、声乐队、舞蹈队、舞美队、党办和工会；附属学校由原来的只有中国舞一个专业学科增加到7个专业学科，实行多元化立体教学。

第二，实行竞聘上岗。对演出经营部、对外演出部、培训部、财务部、行政办公室、人事部（党办）、老干部处（工会）等7个职能部门及乐团、杂技团、附属艺校、舞蹈队、舞美队等6个专业部门的中层干部，一律通过个人竞聘、主管领导咨询、全员投票推荐、领导班子任命的程序产生。打破身份、职称、工龄等界限，实行以艺术生产、经营为核心、“因事设岗、依岗聘人”的人事制度，变“养人”为“干事”。受聘人员的市场意识、竞争意识、创新意识、服务意识大大增强。

第三，创新分配机制。对长期形成的僵化分配机制进行改革，实行“以岗定薪、按质取酬”。实行专职经营人员和非专职经营干部及演职人员在创收方面的提成奖励政策，工资、奖金分配以工作质量、贡献大小为标准。在保证基本工资不变的前提下，将全团职工奖励额度拉开档次，多劳多得。以正面激励、提高艺术生产力为宗旨，完成任务的给予奖金鼓励，创收越多，奖金越多。演职员工月薪最高的达5000元，最低的只有800元；年终奖励最高的5000元，低的仅500元。

二、以服务大众为出发点， 努力创作群众喜爱的文艺作品

辽宁歌舞团坚持“二为”方向和“三贴近”原则，把服务大众作为创作、演出的出发点，坚持用优秀的作品鼓舞人。把眼光投向市场，而不是一味地追求大奖；创作生产适应市场需求的产品，而不是单纯地打造“样品”；认真分析群众文化消费心理，做到高雅艺术与通俗艺术相统一，市场需求与精品创作相统一。3年来，所推出的6台节目，都充分体现了思想性、艺术性和欣赏性的统一，既占