

天津市艺术科学规划项目

编 码: E12002

项目类别: 重点项目

完善文化产业 投融资体系研究

——以天津市为例

WANSHAN WENHUA CHANYE
TOURONGZI TIXI YANJIU

—— YITIANJINSHI WEILI

李 勇 / 著



国家行政学院出版社

完善文化产业
投融资体系研究
——以天津市为例

李 勇 著



国家行政学院出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

完善文化产业投融资体系研究：以天津市为例 / 李勇著. — 北京：国家行政学院出版社，2015. 7

ISBN 978 - 7 - 5150 - 1556 - 9

I. ①完… II. ①李… III. ①文化产业 - 投资 - 研究 - 天津市②文化产业 - 融资 - 研究 - 天津市 IV. ①G127. 21②F832. 721

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 171384 号

完善文化产业投融资体系研究：以天津市为例

著 者：李 勇

责任编辑：侯书生

装帧设计：高 建

出版发行：国家行政学院出版社

地 址：北京市海淀区长春桥路 6 号

电 话：(010) 68920640 68929037

邮 编：100089

经 销：新华书店

印 刷：三河市天润建兴印务有限公司

开 本：700mm × 1000mm 1/16

印 张：16

字 数：260 千字

版 次：2015 年 7 月第 1 版

印 次：2015 年 7 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978 - 7 - 5150 - 1556 - 9

定 价：45.00 元

图书如有印装问题，请与印刷厂联系调换 电话：(010) 69633430

目录 CONTENTS

第一章 相关概念及理论依据	1
一、文化产业的含义及范围	1
(一) 文化产业的含义	1
(二) 文化产业的范围	3
二、发展文化产业的理论依据	10
(一) 文化资本理论	10
(二) 增长极理论	11
(三) 外部性理论	12
(四) 公共产品理论	13
(五) 市场失灵理论	14
(六) 比较优势理论	15
(七) 产业集群理论	15
三、我国发展文化产业的优势与现实意义	17
(一) 发展优势	17
(二) 现实意义	18
四、本章小结	21

第二章 文化产业投融资方式及投融资政策	23
一、文化产业投融资方式	24
(一) 政府投资	24
(二) 上市融资	38
(三) 债券融资	44
(四) 信贷融资	48
(五) 资产证券化融资	53
(六) 外资投资	62
二、文化产业投融资政策	65
(一) 财政政策	65
(二) 税收政策	66
(三) 金融政策	84
三、本章小结	88
第三章 天津文化产业发展现状与评价	91
一、天津文化产业发展总体状况	91
(一) 文化产业增加值增加迅猛, 对国民经济的贡献逐年加大	91
(二) 文化产业发展规划合理, 重点产业定位明确	92
(三) 重点工作扎实推进, 文化产业发展迅速	95
(四) 文化产业与文化事业协调发展, 文化建设不断取得新成就	103
二、天津各区县文化产业发展概况与评价	105
(一) 发展概况	105
(二) 天津各区县文化产业发展总体评价	138
三、本章小结	141
第四章 天津文化产业投融资体系建设现状	143
一、政府投资居主体地位, 呈现逐年增加态势	143

(一) 滨海新区文化产业投资高速领航	145
(二) 中心城区新老文化水乳交融交相辉映	146
(三) 其他区县成为文化产业投资重点	146
二、文化产业投资结构优化升级, 促进了经济又好又快发展	147
(一) 文化产业投资与文化事业发展相映成辉, 实现物质精神双丰收	147
(二) 产业结构不断升级	148
(三) 投资结构不断优化	149
三、投融资环境进一步优化, 增强了文化产业发展动力	150
(一) 成功搭建金融与产业的对接平台	150
(二) 政府设立专项资金支持文化产业发展	152
(三) 出台扶持政策助力文化产业发展	157
四、创新投融资方式, 加速文化产业与资本市场的对接	166
(一) 信托融资	166
(二) 债券融资	167
(三) 股票融资	167
五、建设各类交易平台, 服务于文化产业投融资	169
(一) 天津股权交易所	169
(二) 天津文化艺术品交易所	172
(三) 天津 OTC 交易平台	173
(四) 天津文化产权交易所	175
六、本章小结	178
 第五章 国内外健全文化产业投融资体系的先进经验及启示	181
一、国外先进经验	181
(一) 美国	182
(二) 英国	185
(三) 法国	187
(四) 日本	189
(五) 韩国	190

二、国内先进经验	192
(一) 北京	192
(二) 上海	194
(三) 福建	196
(四) 杭州	199
(五) 南京	202
三、国内外先进经验对天津发展文化产业的几点启示	205
四、本章小结	208
第六章 完善天津文化产业投融资体系的对策建议	209
一、天津市文化产业投融资存在的问题	210
(一) 政策支持方面存在的问题	210
(二) 融资市场方面存在的问题	210
(三) 社会资本融资方面存在的问题	215
二、文化产业投融资问题的原因分析	216
(一) 文化产业方面	216
(二) 政府投入方面	216
(三) 融资市场方面	216
三、完善天津文化产业投资融体系的对策建议	217
(一) 国家层面	217
(二) 天津市层面	227
(三) 文化企业层面	231
四、本章小结	238
参考文献	241
后记	250

第一章 相关概念及理论依据

本章导读

本章首先对文化产业的含义和范围进行了界定，为课题的研究奠定了基础。接下来梳理了国内外关于文化产业发展的经典理论，包括文化资本理论、增长极理论、外部性理论、公共产品理论、公共产品理论、比较优势理论和产业集群理论精神生产理论。最后分析我国发展文化产业具有的文化优势、资源优势、经济优势、人才优势、政策优势和技术优势，同时从发展方式转变、产业结构转型升级和保障人民群众的文化权益等角度分析了发展文化产业的实践意义。

关于文化产业发展的研究需要从其概念和范围入手，只有明确界定文化的含义及其范围，才能为文化大繁荣大发展背景下的科学研究打下必要的基础。同时，文化产业研究在我国毕竟是一个新课题，我们需要借助经典理论廓清发展思路，增强自信。只有这样，才能推动我国文化事业和文化产业的又好又快发展，早日实现全面建成小康社会的宏伟目标。

一、文化的含义及范围

（一）文化的含义

“文化产业”一词最初是以“文化工业”的名称出现的，最早出现在法兰克福学派的特提奥多·阿多诺和马克斯·霍克海默尔于1947年合著的

《启蒙的辩证法》一书中,其本意有批判之意,认为文化产业具有一定的欺骗性和控制性。后来各国文化产业发展实践充分证明,正是法兰克福学派对文化产业的批判具有针砭文化产业之弊的作用,才对文化产业向健康的方向发展大有裨益。^① 1978年,联合国成立了教科文组织这一专门机构对文化产业进行了深入研究,并于1982年在墨西哥城召开“世界文化政策会议”,这次会议上对文化进行了初步界定,指出文化不仅包括艺术和文学,也包括生活方式,人类的基本权利,价值体系,传播和信仰。^② 应该说,联合国关于文化的界定拓展了其内涵和外延。1980年英国大伦敦市议会将会“文化产业”界定为没有稳定的公共财政资金维持,采用商业化方式运作的文化活动;是产生财富与就业的重要渠道;是所有与文化有关商业活动的通称,其文化产品用于满足人们的消费需求。这是最早国际上比较公认关于文化产业的权威定义。^③

在我国,“文化产业”是一个舶来词汇,其缘起可上溯至20世纪70年代末到80年代中期。随着“文化大革命”的结束,党和国家将工作重心转移到经济建设上来,随着工业的恢复发展,娱乐业也逐渐从无到有开始发展起来。从盒式录音带和录音机到录像机,从电视剧到电视广告出现在银屏上,从录像制品出版社到卡拉OK厅,人们在新鲜事物的陶醉中,意识到文化不仅仅只是具有教化功能的政治宣传,而且也是一个经济门类的重要组成部分。伴随着人们的价值观念的转变,我国的文化产业开始起步。20世纪80年代中期以后,文化部门积极探索体制和分配模式的改革,文化产业的业态日趋丰富;90年代,我国文化体制改革进一步深化,政府的支持力度逐渐增大,企业组织形式从单一法人制企业向集团化发展,文化产业对GDP的贡献迅速提升。2000年10月,在十五届五中全会会议通过的《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》

① 范希春. 论法兰克福学派文化批判理论 [J]. 山东师大学报 (社会科学版), 2000 (06): 79-83.

② 吉永生. 向普适文明迈进——兼论加入WTO的文化意义 [J]. 云南行政学院学报, 2004 (03): 109-113.

③ 孙启明. 文化创意产业的形成与历史沿革: 文化创意产业前沿——希望: 新媒体崛起 [M]. 北京: 中国传媒大学出版社 2008 年版.

中,我国官方第一次正式提出文化产业,该报告的第十五条“加强社会主义精神文明建设”提出要“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”。其后,文化产业被放在重要位置上,2004年9月,十六届四中全会通过《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》,提出“不断提高建设社会主义先进文化的能力”,并将它列为加强党的执政能力建设的主要任务之一;2011年10月,党的十七届六中全会吹响了推动社会主义文化大发展大繁荣、建设社会主义文化强国的进军号。全会强调:“培养高度的文化自觉和文化自信,提高全民族文明素质,增强国家文化软实力,弘扬中华文化,努力建设社会主义文化强国。”从此,我国文化事业和文化产业进入快速发展期。

(二) 文化产业的范围

1. 不同时期关于文化产业范围的界定

从上文可以看出,文化产业在我国发展的历史不长,但其迅猛的发展速度令人称道。对于一个外来词汇,我国关于文化产业的范围在不同时期有着不同的界定。下文按照时间维度就21世纪以来我国政府不同部门对文化产业的文化产业范围的界定做一简单梳理。

2003年9月,文化部制定下发了《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》(文产发〔2003〕38号),对文化产业界定为从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业;认为文化产业是与文化事业相对应的概念,两者都是社会主义文化建设的重要组成部分;文化产业是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,社会主义文化产业要把社会效益放在首位,努力通过市场实现文化产品和文化服务的经济价值;采用列举法细分了文化产业的行业门类,包括演出业、影视业、音像业、文化娱乐业、文化旅游业、网络文化业、图书报刊业、文物和艺术品业以及艺术培训业等。

2004年4月,国家统计局制定和发布了《文化及相关产业分类》(国统字〔2004〕24号,下称《分类(2004)》),将文化及相关产业界定为“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”。《分类（2004）》指出，文化及相关产业的活动主要包括文化产品制作和销售活动、文化传播服务、文化休闲娱乐服务、文化用品生产和销售活动、文化设备生产和销售活动、相关文化产品制作和销售活动。《分类（2004）》将文化产业分为核心层、外围层和相关层，其中，文化产业核心层包括新闻服务、出版发行和版权服务、广播、电视、电影服务和文化艺术服务；文化产业外围层包括网络文化服务、文化休闲娱乐服务和其他文化服务；文化产业相关层包括文化用品、设备及相关文化产品的生产和销售。

2009年8月，文化部发布《文化产业投资指导目录》（文化部便函[2009]42号），针对内资投资主体确定了我国文化产业的鼓励类、允许类、限制类和禁止类。鼓励类主要是针对具有良好的经济效益和社会效益，市场前景好，关联带动作用突出，技术含量和附加值高，有利于产业结构优化升级，能够有效地扩大内需，增加就业，扩大文化产品出口的产业，包括演艺服务业（文艺创作；艺术表演团体；营业性演出；舞台美术、服装、道具；文艺演出院线；艺术表演场所）、网络文化和动漫服务业（网络文化服务业，包括网络文化信息服务，数字内容产品开发，网络博物馆、图书馆、美术馆，网络游戏，网络音乐，手机游戏，手机音乐，网络、手机游戏衍生产品开发，移动多媒体文化产品开发；动漫业，包括动漫创作，动漫工作室，动漫文化推广，动漫技术开发与应用，动漫服务平台，动漫衍生产品开发）、文化休闲娱乐服务业（休闲娱乐服务；文化旅游资源开发与经营；民族特色文化产品开发与经营；农村文化服务产品开发与经营；民间民俗工艺品开发与经营）、文化科技服务业（文化科技成果产业化服务；文化中小企业创新服务；文化艺术新技术研发、应用与推广；文化新产品研发、应用与推广；文化科技服务平台建设与开发）、其他文化服务业（文化商务服务，包括艺术设计，摄影服务，票务服务，文化艺术经纪代理服务，文化艺术品鉴定、咨询服务，文化艺术产品物流配送，文化产业认证服务，文化艺术培训服务，文化产业咨询服务；文化会展服务，包括会展策划及组织服务，境外参展服务；文化活动服务，包括节庆文化活动的策划、组织，艺术活动策划、组织，民族、民俗活动策划、组织；文化信息服务，包括文化行业信息服务，文化市场信息服务；

文化投资服务,包括文化企业孵化中心,文化产业投资基金,文化产业风险投资基金,文化产业创业投资服务,文化投资担保服务;文化贸易服务,包括文化产品出口服务,文化贸易经纪代理)、文化用品、设备及相关文化产品的生产销售(乐器及相关产品生产销售;游艺器材及娱乐用品生产销售;照相器材生产销售;工艺美术品生产销售)。限制类主要针对符合行业准入条件,但国家规定需有计划按比例逐步发展的产业以及有投资比例要求的产业;禁止类产业为国家法律法规和有关政策明令禁止的产业,包括网络文化和动漫服务业以及部分文化休闲娱乐服务业。不属于鼓励类、限制类和禁止类的产业,除国家另有规定外均为允许类文化产业。

2009年,财政部、海关总署和国家税务总局联合发布《关于支持文化企业发展若干税收政策问题的通知》(财税[2009]31号),确定文化企业的具体范围包括:(1)文艺表演团体;(2)文化、艺术、演出经纪企业;(3)从事新闻出版、广播影视和文化艺术展览的企业;(4)从事演出活动的剧场(院)、音乐厅等专业演出场所;(5)经国家文化行政主管部门许可设立的文物商店;(6)从事动画、漫画创作、出版和生产以及动画片制作、发行的企业;(7)从事广播电视(含付费和数字广播电视)节目制作、发行的企业,从事广播影视节目及电影出口贸易的企业;(8)从事电影(含数字电影)制作、洗印、发行、放映的企业;(9)从事付费广播电视频道经营、节目集成播出推广以及接入服务推广的企业;(10)从事广播电影电视有线、无线、卫星传输的企业;(11)从事移动电视、手机电视、网络电视、视频点播等视听节目业务的企业;(12)从事与文化艺术、广播影视、出版物相关的知识产权自主开发和转让的企业;从事著作权代理、贸易的企业;(13)经国家行政主管部门许可从事网络图书、网络报纸、网络期刊、网络音像制品、网络电子出版物、网络游戏软件、网络美术作品、网络视听产品开发和运营的企业;以互联网为手段的出版物销售企业;(14)从事出版物、影视、剧目作品、音乐、美术作品及其他文化资源数字化加工的企业;(15)图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物出版企业;(16)出版物物流配送企业,经国家行政主管部门许可设立的全国或区域出版物发行连锁经营企业、出版物进出口贸易企业、建立在县及县以下以零售为主的出版物发行企业;(17)经新闻出版行政主

管部门许可设立的只读类光盘复制企业、可录类光盘生产企业；(18) 采用数字化印刷技术、电脑直接制版技术 (CTP)、高速全自动多色印刷机、高速书刊装订联动线等高新技术和装备的图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物印刷企业。

党的十六大以来，各地区的文化事业、文化产业均得到长足的发展。随着新技术在文化领域的广泛应用，文化产业的传统形态发生了很大变化，文化业态不断融合、新业态的不断涌现，《分类 (2004)》在实施过程中发现一些局限性，需要进行修订才能更加充分地反映这些变化。为此，2012 年，国家统计局根据新的《国民经济行业分类》(GB/T4754—2011) 与联合国教科文组织《文化统计框架—2009》，修订和发布了《文化及相关产业分类 (2012)》，将文化产业划分为以下几个层次。

第一，文化产品的生产。“文化产品的生产”由七个部分组成。一是新闻出版发行服务，包括：新闻服务、出版服务（含图书出版、报纸出版、期刊出版、音像制品出版、电子出版物出版和其他出版业）、发行服务（含图书批发、报刊批发、音像制品及电子出版物批发、图书、报刊零售、音像制品及电子出版物零售）；二是广播电视电影服务，包括广播电视服务（含广播、电视）、电影和影视录音服务（含电影和影视节目制作、电影和影视节目发行、电影放映、录音制作）；三是文化艺术服务，包括文艺创作与表演服务（含文艺创作与表演、艺术表演场馆）、图书馆与档案馆服务（含图书馆、档案馆）、文化遗产保护服务（含文物及非物质文化遗产保护、博物馆、烈士陵园、纪念馆）、群众文化服务（含群众文化活动）、文化研究和社团服务（含社会人文科学研究、专业性团体的服务^①）、文化艺术培训服务（含文化艺术培训、其他未列明教育^②）、其他

① 专业性团体的服务包括学术理论社会团体的服务（包括党的理论研究、史学研究、思想工作研究、社会人文科学研究等团体的服务）、文化团体的服务（包括新闻、图书、报刊、音像、版权、广播、电视、电影、演员、作家、文学艺术、美术家、摄影家、文物、博物馆、图书馆、文化馆、游乐园、公园、文艺理论研究、民族文化等团体的服务）。

② 其他未列明教育是指美术、舞蹈、音乐辅导服务，包括美术、舞蹈和音乐等辅导服务。

文化艺术服务；四是文化信息传输服务，包括互联网信息服务、增值电信业务（含其他电信服务^①）、广播电视传输服务（含有线广播电视传输服务、无线广播电视传输服务、卫星传输服务^②）；五是文化创意和设计服务，包括广告服务、文化软件服务（含软件开发^③、数字内容服务^④）、建筑设计服务（含工程勘察设计^⑤）、专业设计服务；六是文化休闲娱乐服务，包括景区游览服务（含公园管理、游览景区管理、野生动物保护^⑥、水族馆管理服务、野生植物保护^⑦）、娱乐休闲服务（含歌舞厅娱乐活动、电子游艺厅娱乐活动、网吧活动、其他室内娱乐活动、游乐园、其他娱乐业）、摄影扩印服务；七是工艺美术品的生产，包括工艺美术品的制造（含雕塑工艺品制造、金属工艺品制造、漆器工艺品制造、花画工艺品制造、天然植物纤维编织工艺品制造、抽纱刺绣工艺品制造、地毯、挂毯制造、珠宝首饰及有关物品制造、其他工艺美术品制造）、园林、陈设艺术及其他陶瓷制品的制造^⑧、工艺美术品的销售（含首饰、工艺品及收藏品批发、珠宝首饰零售、工艺美术品及收藏品零售）。

① 其他电信服务是指增值电信业务（文化部分），包括手机报、个性化铃音、网络广告等业务服务。

② 卫星传输服务是指传输、覆盖与接收服务（包括卫星广播电视信号的传输、覆盖与接收服务）和设计、安装、调试、测试、监测等服务（包括卫星广播电视传输、覆盖、接收系统的设计、安装、调试、测试、监测等服务）。

③ 软件开发是指多媒体、动漫游戏软件开发，包括应用软件开发及经营中的多媒体软件和动漫游戏软件开发及经营活动。

④ 数字内容服务是指数字动漫、游戏设计制作，包括数字动漫制作和游戏设计制作等服务。

⑤ 工程勘察设计是指房屋建筑工程设计服务（包括房屋（住宅、商业用房、公用事业用房、其他房屋）建筑工程设计服务）、室内装饰设计服务（包括住宅室内装饰设计服务和其他室内装饰设计服务）、风景园林工程专项设计服务（包括各类风景园林工程专项设计服务）。

⑥ 野生动物保护是指动物园和海洋馆、水族馆管理服务，括动物园管理服务，放养动物园管理服务，鸟类动物园管理服务，海洋馆、水族馆管理服务。

⑦ 野生植物保护是指植物园管理服务，括各类植物园管理服务。

⑧ 园林、陈设艺术及其他陶瓷制品制造是指陈设艺术陶瓷制品制造，包括室内陈设艺术陶瓷制品、工艺陶瓷制品、陶瓷壁画、陶瓷制塑像和其他陈设艺术陶瓷制品的制造。

第二,文化相关产品的生产。文化相关产品的生产由以下三个部分组成。一是文化产品生产的辅助生产,包括版权服务(含知识产权服务^①)、印刷复制服务(含书、报刊印刷,本册印制、包装装潢及其他印刷、装订及印刷相关服务、记录媒介复制)、文化经纪代理服务(含文化娱乐经纪人、其他文化艺术经纪代理)、文化贸易代理与拍卖服务(含贸易代理^②、拍卖^③)、文化出租服务(含娱乐及体育设备出租^④、图书出租、音像制品出租)、会展服务(含会议及展览服务)、其他文化辅助生产(含其他未列明商务服务业^⑤,如公司礼仪和模特服务、大型活动组织服务、票务服务);二是文化用品的生产,包括办公用品的质保(含文具制造、笔的制造、墨水、墨汁制造)、乐器的制造(中乐器制造、西乐器制造、电子乐器制造、其他乐器及零件制造)、玩具的制造、游艺器材及娱乐用品的制造(含露天游乐场所游乐设备制造、游艺用品及室内游艺器材制造、其他娱乐用品制造)、视听设备的制造(含电视机制造、音响设备制造、影视录放设备制造)、焰火、鞭炮产品的制造、文化用纸的制造(含机制纸及纸板制造^⑥、手工纸制造)、文化用油墨颜料的制造(含油墨及类似产品制

① 知识产权服务是指版权和文化软件服务、版权服务,包括版权代理服务,版权鉴定服务,版权咨询服务,海外作品登记服务,涉外音像合同认证服务,著作权使用报酬收转服务,版权贸易服务和其他版权服务。文化软件服务指与文化有关的软件服务,包括软件代理、软件著作权登记、软件鉴定等服务。

② 贸易代理是指文化贸易代理服务,包括文化用品、图书、音像、文化用家用电器和广播电视器材等国际国内贸易代理服务。

③ 拍卖是指艺(美)术品、文物、古董、字画拍卖服务,包括艺(美)术品拍卖服务,文物拍卖服务,古董、字画拍卖服务。

④ 娱乐及体育设备出租是指视频设备、照相器材和娱乐设备的出租服务,包括视频设备出租服务,照相器材出租服务,娱乐设备出租服务。

⑤ 其他未列明商务服务业是指公司礼仪和模特服务、公司礼仪服务包括开业典礼、庆典及其他重大活动的礼仪服务,模特服务包括服装模特、艺术模特和其他模特等服务;大型活动组织服务包括文艺晚会策划组织服务,大型庆典活动策划组织服务,艺术、模特大赛策划组织服务,艺术节、电影节等策划组织服务,民间活动策划组织服务,公益演出、展览等活动的策划组织服务,其他大型活动的策划组织服务;票务服务,包括电影票务服务,文艺演出票务服务,展览、博览会票务服务。

⑥ 机制纸及纸板制造是指文化用机制纸及纸板制造,包括未涂布印刷书写用纸制造,涂布类印刷用纸制造,感应纸及纸板制造。

造、颜料制造^①)、文化用化学品的制造(含信息化学品制造^②)、其他文化用品的制造(含照明灯具制造^③、其他电子设备制造^④)、文具乐器照相器材的销售(含文具用品批发、文具用品零售、乐器零售、照相器材零售)、文化用家电的销售(含家用电器批发^⑤、家用视听设备零售)、其他文化用品的销售(含其他文化用品批发、其他文化用品零售);三是文化专用设备的生产,包括含印刷专用设备的制造、广播电视电影专用设备的制造(含广播电视节目制作及发射设备制造、广播电视接收设备及器材制造、应用电视设备及其他广播电视设备制造、电影机械制造)、其他文化专用设备的制造(含幻灯及投影设备制造、照相机及器材制造、复印和胶印设备制造)、广播电视电影专用设备的批发(含通讯及广播电视设备批发^⑥)、舞台照明设备的批发(含电气设备批发^⑦)。

2. 简评

从以上不同时期我国政府部门关于文化产业范围的界定我们可以看出以下几个方面的特点,一是关于文化产业的认知逐步清晰,二是将文化产业的范围逐渐扩大,不但包括文化产品生产本身,而且涵盖了文化相关产品的生产。范围的扩大也从一定程度上反映出我国文化产业发展势头的迅猛,因为新的产品和服务的不断涌现,所以,门类就变得越发齐全了。但是,我们也发现了一些问题,比如,文化、统计和财税等部门对文化产业

① 颜料制造是指文化用颜料制造,包括水彩颜料、水粉颜料、油画颜料、国画颜料、调色料、其他艺术用颜料、美工塑型用膏等制造。

② 信息化学品制造是指文化用信息化学品的制造,包括感光胶片的制造,摄影感光纸、纸板及纺织物制造,摄影用化学制剂、复印机用化学制剂制造,空白磁带、空白磁盘、空盘制造。

③ 照明灯具制造是指装饰用灯和影视舞台灯制造,包括装饰用灯(圣诞树用成套灯具、其他装饰用灯)和影视舞台灯的制造。

④ 其他电子设备制造是指电子快译通、电子记事本、电子词典等制造,包括电子快译通、电子记事本、电子词典等电子设备的制造。

⑤ 家用电器批发是指文化用家用电器批发,包括电视机、摄录像设备、便携式收录放设备、音响设备等的批发。

⑥ 通讯及广播电视设备批发是指广播电视电影专用设备批发,包括广播设备、电视设备、电影设备、广播电视卫星设备等的批发。

⑦ 电气设备批发是指舞台照明设备的批发,包括各类舞台照明设备的批发。

的界定尚不统一，这对于政策的执行形成了一定的障碍，这恐怕是将来全面深化改革要着力解决的问题之一。只有保证政令统一，才能提高政策的执行力，也才能更为有效地推动我国文化事业和文化产业的大繁荣和大发展。

二、发展文化产业的理论依据

（一）文化资本理论

文化资本的概念最早由法国社会学家布尔迪厄（P. Bourdieu）于19世纪末在其著名论文《资本的形式》中完整地提出的。他认为资本有三种表现形态，第一种是经济资本，以金钱为符号，以产权制度化形式存在；第二种是社会资本，以社会声望和社会头衔为符号，以社会规约制度化形式存在；第三种是文化资本，以文凭和学衔为符号，以学位制度化形式存在。其中，文化资本又分为身体化形态（包括精神和身体组成的知识、教养、技能、趣味及感性等）、客观化形态（包括书籍、绘画、古董、文物等知识载体和文化表现形式）和制度化形态（包括学历文凭、资格证书、行业执照等）三种。他认为三种形态的文化资本之间是可以相互转换的，而且文化资本是以“再生产”的方式世代相传的。

“文化资本”作为一个学术概念提出后，在西方学术界引发了极其热烈的讨论。20世纪90年代，文化资本的概念被引入我国，也受到了我国学者的普遍关注。综合起来看，国内外学者围绕着结构说、资源说、财产说和功能说等四个维度对文化资本概念进行了界定。结构说试图将文化资本作为一种结构性的制度“资产”引入经济学的分析框架，将行动者的文化资本的生产、交换和消费过程还原到相应的社会文化环境（“场域”）中理解，并且高度关注镶嵌在文化系统里的认同与合法性的力量；认为文化资本是一种铭写在客体或主体结构中的资本，它的强大功能在于其规范性力量。资源说围绕解决资源、欲望和理性三者之间的矛盾展开，认为文化资本是指对经济发展起积极推动作用的文化资源；与物质资源、人力资源、自然资源等一样，相对于人类无限的需求而言，任何文化资源在一定