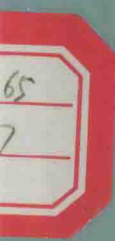


惠州市文化建设的战略规划

(2003—2015年)

中共惠州市委
惠州市人民政府
广东省社会科学院
二〇〇四年七月



惠州市文化建设的战略规划

(2003—2015 年)

中共惠州市委
惠州市人民政府
广东省社会科学院
二〇〇四年七月

目 录

1 惠州市文化建设的必要性和紧迫性.....	1
1.1 文化与文化建设.....	1
1.2 国际环境变化带来的机遇和挑战.....	2
1.3 惠州区域经济社会政治协调发展的需要.....	3
2 惠州文化建设的文化资源环境与现状评价.....	4
2.1 惠州的文化资源环境及其特点.....	4
2.2 文化建设的现状与总体评价.....	10
3 惠州文化建设总的战略思想和战略目标定位.....	13
3.1 战略思想.....	13
3.2 战略目标.....	15
4 教育发展战略方案.....	18
4.1 惠州教育发展中存在的一些战略性问题.....	18
4.2 惠州教育发展战略目标的选择.....	20
4.3 惠州教育发展的战略重点.....	23
4.4 实现惠州教育大发展的战略步骤.....	24
4.5 促进惠州教育发展的战略对策和措施.....	25
5 科技发展战略方案.....	26
5.1 惠州自然科学技术发展的现状分析.....	27
5.2 惠州社会科学发展存在的困难和问题.....	28
5.3 科技发展战略目标的选择.....	29
5.4 科技发展战略重点的选择.....	33
5.5 科技发展战略目标的实施步骤.....	34
5.6 实现惠州科技发展战略目标的对策与措施.....	36
6 文艺发展战略方案.....	40
6.1 惠州文艺发展中的战略问题.....	40
6.2 惠州文艺发展战略目标的选择.....	41
6.3 文艺事业发展的战略重点.....	44
6.4 实施文艺发展战略的可能步骤.....	46
6.5 促进文艺发展的战略对策和措施.....	47
7 体育发展战略方案.....	53
7.1 发展体育的战略重要性.....	53
7.2 惠州市学校体育发展战略目标的选择.....	54
7.3 惠州市社会体育发展战略目标的选择.....	58
7.4 惠州体育发展的战略重点和实施步骤.....	60
7.5 政府在群众体育发展中的作用.....	62
7.6 惠州市体育产业发展战略.....	65
7.7 促进惠州体育事业健康发展的战略对策和措施.....	66

8 医疗卫生发展战略方案.....	68
8.1 惠州医疗卫生发展面临的挑战.....	68
8.2 医疗卫生发展的预期战略目标.....	72
8.3 发展战略重点的选择.....	73
8.4 战略实施的基本步骤.....	75
8.5 战略实施的主要对策和措施.....	75
9 信息传媒文化发展战略方案.....	77
9.1 信息传媒发展战略目标的选择.....	77
9.2 信息传媒文化发展的战略重点.....	78
9.3 实现战略目标的基本步骤.....	83
9.4 促进惠州信息传媒文化发展的战略对策和措施.....	83
10 人才发展战略规划.....	85
10.1 人才是惠州经济社会全面协调持续发展的战略核心.....	85
10.2 惠州市人才发展的现状与问题.....	86
10.3 影响惠州人才需求的主要因素.....	88
10.4 战略思想和主要战略目标.....	90
10.5 战略重点和实施步骤.....	92
10.6 实施人才发展战略的对策与配套措施.....	93
11 惠州旅游业发展中的文化开发战略.....	94
11.1 当代旅游市场需求的新趋势及旅游文化开发的系统思想.....	94
11.2 旅游文化的开发是惠州旅游业大发展的客观需要.....	96
11.3 重塑惠州旅游文化，打造新品牌，再造新形象.....	98
12 惠州文化建设的综合对策和措施.....	105
12.1 提高思想认识，明确发展思路，大力营造富有惠州特色的地方文化和文化产业.....	105
12.2 整合文化资源，培育产业组织，促进惠州地方文化事业繁荣的产业化发展.....	107
12.3 构筑人才高地，实施知识产权战略，实现惠州文化产业创新的人本化推动.....	108
12.4 优化文化环境，建立多元投资机制，促进惠州文化产业发展的市场化运作.....	110
12.5 创新管理体制，理顺政企关系，促进惠州文化产业建设的社会化参与.....	112

惠州市文化建设的战略规划 (2003—2015 年)

1 惠州市文化建设的必要性和紧迫性

1.1 文化与文化建设

文化本身是分层次的多样性综合,包括物质层面的文化、产业层面的文化和人文心理层面的文化,如《广东省建设文化大省规划纲要(2003—2010年)》中所指的文化就包括思想道德、教育、科技、文学艺术、新闻出版、广播影视、哲学社会科学、社会文化、卫生、体育、旅游等多方面的内容。因此,文化是一个多义性概念,是一种社会基础网络结构,也是一种现实的社会生产力,是构成现代城市竞争力的基本要素之一,并且正在发展成为一个日益壮大的产业领域。

狭义的文化产业主要包括文化艺术业(艺术、出版、新闻、文化艺术经纪与代理、其他文化艺术业等)和广播电视电影业,而广义的文化产业除狭义的文化产业内容外还包括教育、科技、卫生、体育和互联网传媒出版以及旅游等与文化产品的生产、交换、分配和消费直接相关的行业。

文化建设具有非常广泛的意义。它是创立新的文化事业,增加新文化设施,充实新的文化内涵;它是一项复杂的经济社会发展系统工程,也是一种实现区域进步的战略性投资,涉及文化发展的全局和社会发展的基本方向,其基本核心是怎样形成具有时代进步意义的新人社会。因此惠州市文化建设既意味着以人为中心的惠州新文化创造,也标志着惠州大文化产业的积极发展。惠州市文化建设的根本任务,是要通过继承传统,博采众长,古为今用,洋为中用,继往开来,确立新时代人们的理想、价值和道德,通过一场政府支持、大众参与的新文化复兴运动,为惠州的繁荣和发展奠定深厚的社会根基。

1.2 国际环境变化带来的机遇和挑战

当今国际社会有两种基本发展趋势影响到惠州市未来发展的战略选择，一是全球一体化和区域集团化的并行发展，二是与新科技革命持续进行伴随而来的知识经济的兴起，它们既带来新的发展机遇，也带来新的挑战。在新的发展趋势下，惠州如何不断增强自身的发展后劲与可持续的竞争力，抓住机遇，迎接挑战，都与全球化背景下的文化建设水平密切相关。

在全球化时代，文化成为国际竞争力的核心要素之一，是支持经济发展重要的“社会资本”，也是成功参与国际经济合作和国际政治结盟的基础。但是，文化的全球化既是多元文化的融合，也是多元文化的竞争，是文化帝国主义与文化民族主义的抗争，是外来文化与本土文化的竞争，是传统文化与现代文化的竞争，是先进文化与落后文化的竞争。惠州的开放性既为多元文化的融合创造了条件，有助于吸收和学习世界优秀文化成果，但也容易使惠州在多元文化的竞争中迷失自己文化发展的正确方向，丧失惠州的地方文化特色。

知识经济是新科技革命持续进行的历史产物，是一种继农业文明和工业文明之后的一种新的经济发展形态，在发达国家被视为具有重要的历史意义。究其本质，知识经济是“以人为本”的文化经济。20世纪晚期以来，越来越多的国家纷纷从推动文化发展的角度制定自己的国家发展战略，文化要素成为国家竞争力、城市竞争力、企业竞争力和产品竞争力中的核心要素，文化素质成为领导者和劳动者的重要素质。而联合国开发计划署将反映人类生活质量的三大要素指标即出生时预期寿命、受教育程度、实际人均GDP合成一个复合指数即人文发展指数，作为一个国家社会发展程度的重要指标体系之一。

随着知识经济时代的到来和实施可持续发展战略，资本和自然资源因素的作用相对削弱，而知识和文化的作用逐步增强，文化产业已经成为当今世界经济中发展势头最猛的产业之一。有资料显示，400家最富有的美国

公司中有72家是文化企业，美国文化产业的产值已占GDP的18%~25%，而惠州文化产业的产值占GDP的比重仅3.22%。与发达国家的巨大文化贸易顺差相比，现在的惠州还处在巨大的文化贸易逆差阶段。因此，无论是现有文化成果还是相关人才储备，对于惠州的可持续发展都是一个严峻的考验。

1.3 惠州区域经济社会政治协调发展的需要

大力加强文化建设是惠州适应时代发展的客观现实需要。

首先，文化建设是满足中海壳牌石化落户带来的惠州经济社会加速转型发展的需要。惠州正处在一个新的历史发展机遇时期，壳牌石化的正式落户不仅改变了惠州现有的经济结构，也改变了惠州现有的城市发展格局，还将对惠州的文化建设产生重要影响。文化发展不仅是促进政治发展的重要力量和维护社会稳定的基本前提，也是推动经济发展的强大动力。

其次，文化建设是惠州全面建设小康社会的需要。文化既是改造社会的重要手段，更是社会发展的重要目标。党的十六大提出的全面建设小康社会目标，体现了今后一、二十年我国社会发展的总体目标和整体要求，而大力推进文化建设，不断满足人民群众日益增长的精神文化需求，是全面建设小康社会的奋斗目标之一。目前美国和西欧一些国家的文化消费（包括旅游）占家庭消费的30%左右，而惠州城乡居民家庭的文化消费主要集中在子女的教育方面，其他文化消费较少，占总消费支出的比例还有很大的上升空间。

再次，文化建设是促进惠州区域经济社会可持续协调发展的需要。当经济发展到一定阶段，文化已经成为社会发展的关键和基础时，决定发展后劲的就是文化。文化发展战略不仅是对以往单一的经济发展战略的补充和完善，也是可持续发展战略的重要内容。文化发展战略将文化发展作为社会发展的重要目标和重要保证，并新的基础上切实推进人类文明的持续发展。

最后，文化建设是建设惠州文化大市的需要。广东省委省政府提出了建设文化大省的战略部署和目标，并且制定和颁布了《广东省建设文化大省规划纲要（2003—2010年）》。与广东全省一样，在政策优势逐渐弱化、竞争更加激烈的态势下，惠州新一轮发展的主要推动力取决于文化要素。一个经济大市的惠州，一个文明城市的惠州，需要通过文化大市的建设，为其经济社会发展提供增长的动力、活力、实力和竞争力，实现经济和文化的双重突破。惠州文化产业的增加值在经济总量中的比重，综合的人均文化产品消费量与在校大学生人数、毛入学率等许多指标明显偏低，而劳动力中的文盲率偏高，这些状况严重制约惠州经济的发展。因此，文化建设成了惠州具有战略意义的重要问题。要增创新优势，要加快发展，率先发展，协调发展，就要加快文化建设。

总之，“文化是一个民族的根，一个民族的魂。先进文化是人类文明进步的先导和旗帜，是一个国家和地区综合实力和国际竞争力的重要组成部分”。惠州的发展需要用文化促进经济增长，用人才促进文化创新，用文化创新满足社会需要。因此，实施惠州文化发展战略，大力加强惠州文化建设，对用新的科学发展观推动惠州经济社会的持续协调发展，具有十分重要的现实意义和深远的历史意义。

2 惠州文化建设的文化资源环境与现状评价

2.1 惠州的文化资源环境及其特点

(1) 文化资源禀赋及其文化网络结构

惠州是粤东历史文化名城，拥有与惠州山水人文和政治经济相联系的深厚的历史文化底蕴，这是惠州引以骄傲和自豪的文化资源基础，在与现代中外文明的撞击和融合中，形成了当今多元交汇的惠州文化格局。这种地方文化禀赋的多样性结构可以归结为表1和图1所示：

表 1 惠州文化资源禀赋

文化资源类型	历史遗产	现代本土创新	现代外来文明
物质文化	山河湖海自然景观、民俗建筑、古城遗址、海龟、红树林等	生态园林、城市建筑、电视机等	可口可乐、麦当劳、时装、汽车、摩托车、洗衣机、冰箱文化等
产业文化	农耕文化、渔猎文化、官府文化	家电产业、服装制造、中药制造、建筑设计、旅游娱乐等	信息产业、商业超市、金融保险、石化文化等
人文文化	东坡文化、东纵文化、东江名人文化，道家文化、儒家文化、佛教文化，客家文化、潮汕文化、广府文化，龙门农民画等	现代教育、书画音乐、社区文化、组织文化等	科学精神、民主意识、法制观念、视听文化、诚信文化、网络文化等

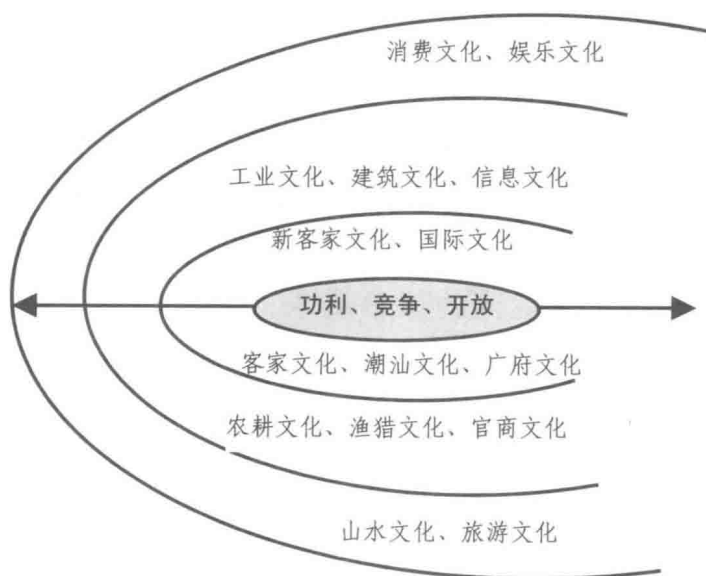


图 1 惠州文化生态网络结构

(2)惠州文化资源的特点与问题

借助上述文化生态网络结构对惠州文化资源进行二维分类观察，可以发现惠州的文化资源具有以下几个特点：

第一是丰富而少集中。惠州有省级和国家级风景名胜及自然保护区 9 处，有数百历史名人在惠活动留下的 2000 多处人文景观和文化遗迹，但是这些自然和文化遗产的地理分布比较分散，没有形成相对集中的文化群，不便人们体验和欣赏。

第二是悠久而少厚重。惠州是一个历史悠久的粤东古城，有可以上溯北宋以前的若干历史文化遗迹，从丰湖书院到罗浮山道观冲虚，从博罗古国到平海古城，在给人们一个古老的惠州印象的同时，却发觉她们缺少持

续积累的文化厚重，更多是一种断代史式的文化回忆，即使是东坡的诗雅文化，也缺少大众化的知音，加上保护不力造成的文化遗迹毁损，更使有限的文化资源四散飘零。

第三是包容而少个性。惠州既是多元文化的舞台，也是文化流动的驿站。惠州文化历史上形成的客家文化、潮汕文化和广府文化之间的包容性与文化主体人的流动性并存，没有排外的宽厚包容与缺乏独立个性的相伴，使惠州难以形成有个性的主流品牌文化，以至于文化名城没有“文化”。

第四是重商而少诚信。重商文化是典型的功利文化。惠州的重商文化来自潮汕文化中的渔海冒险重商精神和广府文化中的政府庇护营商思想的基因杂合，具有传统西方式的重商主义成分。在缺少工业化思想历史熏陶的情况下，轻视现代市场法律规范的诚信要求。

第五是开放而少创新。惠州经济社会具有很高的开放性，经济的外向化程度很高，适合经营创业，但是忽视自我创新，尤其是技术上的创新和文化体制与社会心理上的创新，有一种“朝过去看齐”的心态弥漫在许多惠州人的心中。

第六是现代而少传统。现代流行商业消费文化在惠州拥有广阔的产业市场，数码文化也渐深入人心，相比之下地方传统文化的产业化发展和创新还显得相当薄弱，如龙门农民画和客家风情也还没有形成气候，“四东”文化还有待保护、发掘和张扬。

因此，无论是从内生的还是外生的文化，是历史的还是现实的文化，是物质的、行为的还是心理的文化，是消费的还是生产的文化，在惠州当前的多元文化交汇的情境中，还没有形成占居主导地位的强大的主流地方文化风格、文化品牌和文化体系，但是她已经孕育了以“功利、竞争和开放”为核心的文化思想的种子，然而如何正确开发、引导和规范这一核心文化思想，直接影响到惠州文化的有效重构和健康发展。

(3) 惠州城市发展中的文化竞争力审视

由于中海壳牌南海石化项目的落户，使惠州迎来了一个加速转型发展的新时期，这意味着惠州在全球化的背景下加速参与全球产业的分工与合作，而本土 TCL 企业集团与欧洲汤姆逊公司的跨国结盟意味着惠州主要企业主动参与全球市场竞争的积极姿态，当然也意味着惠州与国内各城市 and 地区间业已存在的关于资源、市场的竞争将更趋激烈。由倪鹏飞（2003）主持的对我国 200 个城市综合竞争力水平的研究和测算显示，与上一年相比，惠州的城市综合竞争力一跃荣升至珠海之前，位居除港澳外国内城市的第 23 位。

在影响惠州城市竞争力的诸要素中，文化竞争力因素被认为是提升惠州城市竞争力的第三要素，与企业管理并列，仅次于第一要素的经济社会开放程度（位列全国城市第二）和第二要素的经济结构竞争力（位列全国城市第十）。尽管企业管理竞争力与文化竞争力并列，但是在具体项目中，除企业经济效益（位列全国城市第六）大大提前外，其管理技术和经验水平与产品和服务的竞争力却很差，分值分别只有 0.523 和 0.56，并列全国城市第四十二位，这表明惠州的企业管理总体上并不具有现代企业真正的管理竞争力。在惠州的文化竞争力影响因素中，主要是根据城市经济增长能力而不是社会发展的价值选择，使城市价值取向和创新精神占了优势，分别位列全国城市第五和第七位，而交往操守则居全国 47 个最具活力城市中的第四十六位，表明惠州的商业、政府和社会信用已经成为影响惠州城市活力增长的瓶颈之一。

因此，如果进一步考虑到与文化竞争力有关的人才、科技、制度、区位以及企业和政府的管理能力和社会形象等要素，实际的惠州综合文化竞争力并不如该报告中的估计那么高。但是，即使不剔除一些相关要素的影响，文化竞争力在惠州城市经济社会可持续发展中的重要性也无法低估。该报告有关惠州和珠三角主要城市的文化、人才、科技和开放的竞争力评估比较如表 2~表 5 所示，综合这些评价和比较，就可以对惠州的文化竞争

力优劣势进行大致的归纳对比,其结果如表 6。借助该表便可以对惠州文化建设的竞争能力进行基本的认识,同时也证实了前文对惠州核心文化思想“功利、竞争、开放”的逻辑结论。

表 2 珠三角城市文化竞争力评价比较

	深 圳	广 州	东 莞	中 山	佛 山	惠 州	珠 海
1. 价值取向指数	1	0.89	0.959	0.961	0.77	0.895	0.753
排名	1	6	3	2	23	5	28
重商意识	1	0.944	1	1	0.722	0.944	0.833
赚钱欲望	0.947	0.947	1	0.947	0.895	1	0.789
消费倾向	1	0.731	0.827	0.885	0.654	0.692	0.596
2. 创业精神指数	1	0.765	0.622	0.843	0.671	0.829	0.613
排名	1	15	25	6	22	7	27
辛劳精神	0.9	0.725	0.625	0.9	0.6	0.85	0.6
闯荡意识	0.973	0.649	0.514	0.757	0.622	0.649	0.514
竞争心理	1	0.824	0.647	0.765	0.706	0.882	0.647
3. 创新氛围指数	1	0.834	0.571	0.774	0.793	0.713	0.612
排名	1	6	42	13	10	27	40
求新意识	1	1	0.563	0.688	0.813	0.625	0.75
平等观念	0.909	0.545	0.455	0.909	0.727	0.909	0.273
兼容心理	0.944	0.833	0.611	0.611	0.722	0.5	0.722
4. 交往操守指数	0.738	0.793	0.676	0.734	0.736	0.47	0.675
排名	13	5	26	15	14	46	27
诚信意识	0.629	0.8	0.829	0.714	0.714	0.4	0.714
法制观念	0.657	0.743	0.429	0.714	0.657	0.371	0.571
协作精神	0.906	0.813	0.75	0.75	0.813	0.625	0.719
整体文化竞争力	1	0.871	0.746	0.883	0.787	0.779	0.704
排名	1	6	26	4	17	20	29

资料来源:根据社会科学文献出版社出版、倪鹏飞(2003)主编的《中国城市竞争力报告 No. 1——推销:让中国城市沸腾》第 388~392 页有关资料整理。

表 3 珠三角城市人才竞争力评价比较

	深 圳	广 州	东 莞	中 山	佛 山	惠 州	珠 海
1. 人力资源数量指数	0.363	0.637	0.626	0.466	0.511	0.483	0.313
排名	41	12	14	33	30	32	44
2. 人力资源质量指数	0.785	0.72	0.551	0.686	0.456	0.364	0.49
排名	4	11	28	18	38	45	33
3. 人力资源配置指数	0.844	0.774	0.708	0.746	0.744	0.745	0.595
排名	6	16	32	23	25	24	47
4. 人力资源需求指数	1	0.553	0.698	0.579	0.661	0.434	0.554
排名	1	7	2	5	3	10	6
5. 人力资源教育指数	0.651	0.716	0.188	0.143	0.386	0.262	0.17
排名	11	5	42	46	29	39	44
6. 人才竞争力	0.765	0.74	0.562	0.519	0.569	0.459	0.422
排名	3	5	24	34	23	41	44

资料来源:根据同上书第 339~345 页有关资料整理。

表 4 珠三角城市科学技术竞争力评价比较

	深圳	广州	东莞	中山	佛山	惠州	珠海
1. 科技实力指数	0.178	0.53	0.142	0.089	0.04	0.054	0.089
排名	29	3	32	40	46	45	40
2. 科技创新能力指数	0.134	0.25	0.042	0.041	0.037	0.015	0.036
排名	16	6	34	35	37	46	38
3. 科技转化能力指数	0.744	0.791	0.554	0.635	0.453	0.627	0.508
排名	5	4	15	11	32	12	20
科技竞争力	0.351	0.541	0.246	0.251	0.173	0.226	0.209
排名	14	4	31	30	43	34	37

资料来源：根据同上书第 354~357 页有关资料整理。

表 5 珠三角城市开放竞争力、人文国际化与外来文化影响比较

	深圳	广州	东莞	中山	佛山	惠州	珠海
开放竞争力	1	0.694	0.899	0.786	0.618	0.932	0.731
排名	1	8	3	4	11	2	6
经济国际化程度	0.735	0.366	0.995	0.557	0.4	1	0.628
排名	3	8	2	6	7	1	5
经济区域化程度	0.919	0.873	0.81	0.746	0.648	0.768	0.665
排名	3	4	9	18	33	14	30
社会交流指数	1	0.672	0.412	0.834	0.597	0.821	0.505
排名	1	12	38	2	20	3	30
人文国际化指数	1	0.773	0.885	0.757	0.663	0.654	0.811
排名	1	7	2	8	18	20	6
其中：外来文化影响度	0.88	0.699	0.711	0.904	0.843	0.867	0.855
排名	6	22	21	5	9	7	8

资料来源：根据同上书第 424~425 页有关资料整理。

表 6 惠州城市的文化竞争力及其相关影响因素的优劣势分析

竞争力要素	竞争力排位	优势	劣势
文化	20 中偏上	具有传统的重商意识，勇于创业，并且善于竞争闯荡。	需要加强创新，增强商业诚信和法制观念。
人才	41 很低		人力资源质量水平相当低，从业人员的文化素质低、专业人员比例很小，创业人员缺乏，而且人力资源受教育情况不理想，不利于社会经济的持续发展。
科技	34 较落后	企业注重技术引进和转化。	相当缺乏从事科学研究的研究机构，企业和政府 R&D 投入与其经济总量也不适应，科技创新能力薄弱。
环境	43 欠佳	城市空气和水源等环境质量名列所有城市之首。信息技术基础设施相对其他城市完善。	居住舒适度不高，城市风景、绿化等自然环境有待进一步改善。名胜古迹相对不多，城市建筑景观优美度较差。
区位	42 欠佳	有土地、淡水等资源优势。	毫不具有政治文化区位优势。
制度	24 中等	市场发育相当充分，政府审批和管制比较宽松，为企业创办和经营创造了有利环境，地方法制相对健全。	需要加强知识产权、人身财产的保护。
企业	20 中偏上	企业管理比较规范化，管理技术比较先进，劳动生产率高，管理经济效益非常好。	产品和服务质量不足，需要提高顾客满意度和企业信誉。
开放性	2 很强	经济国际化程度全国领先，人文国际化程度也相当高，外来人口、文化和语言影响大。	需要加强基础设施区域共享和产业区域分工，通过区域发展促进惠州发展。

资料来源：根据同上书有关资料整理。

2.2 文化建设的现状与总体评价

对文化建设的现状进行总体评估是研究和制订惠州文化建设发展战略的基本前提，而这里分析和研究的是广义的大文化建设，主要包括文化教育、科学技术与研究、文体体育与卫生、大众传媒与信息等方面。为此，本研究根据收集资料的情况和统计指标体系设置原则，选择具代表性的指标来进行现状分析和总体评价。

表 7 惠州市大文化产业情况（2002）

单位：%

	惠州	全省	广州	深圳	东莞
大文化产业增加值占 GDP 比重	3.22	3.33	6.37	3.65	2.59
大文化产业从业人数占总从业人数比重	10.75	4.56	—	—	—
城乡居民文化消费支出占总消费支出比重	21.20	14.20	—	—	—

注：主要数据来源为 2003 年《惠州统计年鉴》、2002 年《广东统计年鉴》。①“大文化产业”包括卫生体育与社会福利业、教育文化艺术与广播电视电影业、科学研究与综合技术服务业；②“城乡居民文化消费”是指娱乐教育文化产品与服务、医疗保健消费；③表中各指标惠州为 2002 年数据，其余均为 2001 年数据。

表 8 惠州市文化教育情况（1990~2002）

	人均国内生产总值（元）	第三产业增加值（亿元）	人均教育经费支出（元）	财政性教育经费支出占财政性支出比重（%）	教育经费占 GDP 比重（%）	每千人中等学校在校学生数（人）	每万人在校大学生人数（人）
1990 年	2180	16.81	40.10	14.68	1.84	45.76	6.27
2001 年	17211	133.94	329.16	16.56	1.93	71.64	20.93
2002 年	18641	148.99	430.7	17.86	2.31	74.62	19.34
1991-2002 年年均增长（%）	18	15.5	21.90	—	—	4.2	9.8
全省（2001 年）	13730	4302	520.30 ^a	13.64	—	73.90	51.10

注：a. 2002 年数据

表 9 惠州市科学技术与研究情况（1995~2002）

	万人专利授权数（件）	万人科技活动人数（人）	人均科技经费支出（元）	其中大中型企业比重（%）	R&D 经费占 GDP 比重（%）	科技进步对工业经济增长的贡献率（%）
1995 年	0.01	3.95	8.22	65.18	0.03	30.65
2001 年	1.01	15.40	248.60	97.76	0.77	49.16
2002 年	1.57	15.60	405.2	98.22	0.65	49.81
1996-2002 年年均增长（%）	105.9	21.70	74.5	—	—	—
全省（2001 年）	0.04	31.20	323.35	33.86	1.27	—
全国（2001 年）	0.04	24.60			1.09	—

表 10 惠州市文艺体育卫生情况

	惠州 (2002 年)	全省 (2001 年)
万人文化艺术机构数 ^a (个)	0.78	2.18
每百人县以上运动参赛人次数 (人次)	1.61	1.88
每千人医院床位数 (张)	2.43	2.08
每千人卫生技术人员数	3.51	4.25
公共图书馆人均图书藏量 (册)	0.19	0.29 ^b

注: a. 文艺机构数包括艺术、图书、群众文化、其它文化机构数。b. 2003 年数据。

表 11 惠州市网络、信息与传媒情况

	惠州 (2002 年)	惠州 (2001 年)	全省 (2001 年)
人均邮电业务量 (元, 不变价)	1155	1026	1006
万人英特网户数 (户)	1143	415	571
人均报刊发行量 (份)	11.4	10.7	
电视人口覆盖率 (%)	96.9	96.4	

根据以上指标体系,并结合调查的具体情况,可以对惠州市文化建设现状进行如下基本分析和评价。

1. 文化产业就业贡献巨大,但劳动效率偏低。2002年惠州市文化产业从业人数占总从业人数的10.75%,这个比例比全省的高出6.19个百分点,但从业人员劳动生产率(人均增加值)只相当于全省的80%。从这里可以映证我们调查的实情:一是文化组织实体规模小,市场化程度低,不能灵活高效地提供相应的文化产品;二是地方生产性文化产品与居民消费性文化商品不协调;三是文化产业结构和布局不太利于文化资源的优化利用。

2. 文化基础建设不适应日益增大的居民文化消费。多年来,惠州文化基础建设有了明显的改善,无论在投资力度,结构优化,内在品质等方面都有了较大的变化,但仍不能适应日益增大的居民文化消费需求。2002年惠州城乡居民文化消费支出占总消费支出的21.20%(据推测,很大部分文化消费是惠州市民在外地进行的),比全省的高出7个百分点。2002年惠州人均GDP已达到2253美元,城镇居民食品消费支出占39.2%,农村居民食品消费支出占49.5%。经济发展表明,人均GDP在1000~3000美元之间,恩格

尔系数在30~50%之间,居民对文化产品消费将会大幅增加。然而,2002年惠州文化艺术机构强度相对指标只相当于2001年全省的36%,公共图书馆藏书量只相当于全省水平的60%,远远不能满足居民文化生活的需求。

3.教育经费投入增长迅速,但其强度较弱,且后备人才储备远滞后于经济发展。1991~2002年惠州人均教育经费支出年均增长21.9%,比国内生产总值、第三产业增加值增长幅度分别高出2.25、6.4个百分点。但其人均教育经费支出只相当于全省的80%,教育经费占GDP比重仅为1.93%(2001年),每千人中等学校在校学生人数(2001年)、每万人在校大学生人数只相当于全省同年的95.60%、42.47%,后备人才储备严重不足。作为文化建设的基础部分——文化教育,其滞后性必然影响正在高速发展的惠州经济建设和文化建设。

4.人均科技经费迅猛增长,形成了以企业为主体的科技投入体制,但投入主体过于集中。1996~2002年惠州人均科技经费年均增长74.5%,比GDP增长速度高出61个百分点,但其人均强度指标(2001年)、占GDP比重(2001年)仍低于全省水平。大中型企业科技经费支出占科技经费总支出的比重,由1995年的65.18%上升到2002年的98.22%,而全省2001年这一比重为33.86%。惠州已形成了以企业为绝对主体的科技投入机制,这为地方财政减轻了压力,但投入主体过于集中,无疑加大了当地科研的风险,也就是说,一旦某个或某些大型企业倒闭或停产,当地科研将受到重大创伤。

5.城乡二元结构文化坚冰仍未打破,阻碍着惠州整体文化建设进度和市民文化素养的提高。在大力建设惠州电子城、卫生城、文明城、旅游城的同时,农村以人、畜为主的小农耕作方式仍在继续。农村文化消费量小质低、品种单一的局面仍未改变,如2002年惠州市农村居民人均文化消费只及城镇居民的22.5%;龙门县全县的文化娱乐经营项目尚不及惠城区一个镇。

另外,还存在全民健身意识薄弱,体育事业机构对市民体质监测不力;

文化建设的共同目标模糊，没有集中到以人为本的核心上来，没有满足社会、经济转型时期发展的需要。

3 惠州文化建设总的战略思想和战略目标定位

3.1 战略思想

根据惠州文化发展的基本内涵和文化建设的现状与未来需要，其文化建设总的战略思想应突出如下几个方面：

第一，以人为本和促进人的发展是惠州文化建设永恒的战略核心。文化在本质上是人的精神意志，文化依赖人的存在而存在，即文化以人的感觉而存在，以人的创造而新生，以人的传播而光大。人既是文化建设的推动力，也是文化建设的目的和手段。因此，惠州的文化建设必须是以人为中心，以人为根本的文化建设，无论是惠州传统客家文化的现代化开发，还是惠州新文化的创造，或对一切世界优秀文化的吸收和借鉴，在惠州区域内都要以惠州人民的当前现实需要和未来发展为前提，以惠州各类文化人才的智慧创造为根基。因而，面向全面建设小康社会中的人的多样化文化需要的文化建设，才是真实有效的文化建设。

第二，优化协调和促进经济社会可持续发展是文化建设应遵循的战略原则。文化建设与经济建设和政治建设是当代中国发展的三大主题。文化与经济、政治密切相关，政治靠文化来保证，经济靠文化来推动，而文化又离不开经济的支持和政治的指导。惠州的文化建设在政治上是有中国特色的社会主义新文化建设，在经济上是有惠州特色的文化产业发展。因此，惠州的文化建设需要在战略目标上优化，在文化结构和战略措施与政策及实施步骤上协调，在内容上与政治和经济的发展相适应，从而达到社会可持续发展的目的。

第三，完善设施、创新内容和培育组织是惠州文化建设的三重战略重