

魏鹏举 主编 戴俊骋 孔少华 副主编

KEY ISSUES FOR CULTURAL FINANCE AND ECONOMICS 2015

2015 文化财经论丛

本书收录了中央财经大学文化经济研究院暨国家文化创新研究中心核心研究人员2013~2015年间的代表性研究成果，共计5个部分32篇，以期集中反映中财文化经济研究院在中国文化财经领域的重要创见。



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

文化财经研究丛书

魏鹏举 主编 戴俊骋 孔少华 副主编

KEY ISSUES FOR CULTURAL FINANCE AND ECONOMICS 2015

2015 文化财经论丛

本书收录了中央财经大学文化经济研究院暨国家文化创新研究中心核心研究人员2013~2015年间的代表性研究成果，共计5个部分32篇，以期集中反映中财文化经济研究院在中国文化财经领域的重要创见。



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

2015 文化财经论丛/魏鹏举主编. —北京: 经济管理出版社, 2016. 4

ISBN 978-7-5096-4260-3

I. ①2… II. ①魏… III. ①文化经济学 IV. ①G05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 035612 号

组稿编辑: 郭丽娟

责任编辑: 王 琼

责任印制: 黄章平

责任校对: 车立佳

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京九州迅驰传媒文化有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 15.75

字 数: 265 千字

版 次: 2016 年 4 月第 1 版 2016 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-4260-3

定 价: 68.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

编委名单

主 编：魏鹏举

副主编：戴俊骋 孔少华

编 委（按姓名拼音排序）：

戴俊骋 高兴波 何 群 孔少华 刘双舟
魏鹏举 周正兵

“十二五”时期之后，中国经济高位下行已成常态，保增长的硬约束会使中国政府给予文化创意经济更大的支持。经济新常态，这既是中国社会经济发展的必然逻辑，也是中国政府的理性选择。20 世纪 70 年代之后三十多年平均 10% 左右的经济狂飙突进，在给中国带来社会财富极大增长的同时，也逻辑性地导致能源资源枯竭、生态环境恶化、中等收入陷阱等日益被普遍感知的发展危机。长期高速发展带来的经济势能与社会期待，的确会出现政府失灵和市场失灵并存的危险。所谓政府失灵是指试图理性把控经济发展态势的行政努力失效，这不仅现实地体现在股市、汇市调控的尴尬失措上，也不无反讽地表现在对于产能过剩行业的进退失据上。所谓市场失灵是指市场作为与民众关切和政府需求相错位，比如在医疗卫生领域，市场化似乎在加剧着医患矛盾，文化产业的繁荣也带来了越来越强烈的对于文化庸俗化的质疑以及对于文化公共价值（社会效益）缺失的担忧。但是，在中国的现代化发展进程中，不管有多少问题，无论存在什么样的困境，发展是硬道理，改革是大方向，包容矛盾，寻求新的增长平台，保持经济适度高度增长，将会是中国发展的基本战略选择。正是在新常态的语境下，基于文化创意的社会经济发展模式得到越来越普遍的认可。

当代中国的文化产业主要是两种力量相互作用的结果：一种力量是文化体制改革的推动，另一种力量是市场经济发展的拉动。这两种力量的交互决定了中国文化产业的复杂性与多样性——事业性与产业性混生，体制性与民间性杂合，社会目标与经济目标重叠。

如同中国经济的高速增长，中国文化产业也同样走上了迅猛增长的发展通道，这一方面得益于中国政府在文化体制改革方面强大而高效的作为，另一方面也是中国巨大的文化市场潜力得以不断释放和资源活力逐步被激活的成果。快速发展的文化产业成效显著，但其中的弊病乃至结构性问题仍旧突出。

中国文化产业的发展会成为中国崛起的一个世界性标志事件。这个可能会被认为很唐突和武断的看法是基于如下的理由：

首先，世界上任何国家都不曾像中国这样从体制机制、国家战略高度如此重视并推动文化产业的发展。美国的实际文化产业〔美国官方没有文化产业的分类，社会层面主要是使用版权产业（Copyright Industries）的概念〕是全球最庞大的，但却没有专门的政府管理部门，也没有专门的文化产业国家战略描述，实际文化产业的发展主要是市场自发生长的结果。英国、法国等市场经济国家虽然有专门的推动文化产业发展的政府行政部门，也在某些特定时期有关于文化产业发展的国家战略表述，但由于政党政治的特点和市场经济的特质，政府在文化产业发展中的作用总体上极为有限，企业 and 市场始终都是文化产业发展的决定性因素。相较之下，日本、韩国等赶超型市场经济国家的文化产业发展受政府的推动作用显著，但政府的作为也主要体现在市场失灵或不足的领域，市场化、社会化是其基本特征。在中国，文化产业发展的一些关键要素主要掌握在政府的手中，比如公共文化资源、文化艺术人才、文化内容审批、文化产业发展的财政资金及信贷资本等。各个层面的文化产业管理部门配置齐全，文化产业的发展在党中央和国务院的各类全局性重大战略部署中都有显著的表述，国有文化机构及国有文化资产在文化产业的发展中起着主导和主力的作用。20 世纪 70 年代末中国政府启动的改革开放战略在其后的三十多年中创造了经济发展奇迹，政府在社会动员和市场激励方面的高效与灵活在国际上独树一帜。这种经济发展模式及其成效也使中国各级政府在发展文化产业时更有经验和信心。

其次，中国的文化产业具有显著而复杂的中国特色。《易经》的“观乎人文，以化成天下”这段文字就是中国的“文化”之源，也是中国文化发展的

基本特征与诉求，即强调并追求文化的同源式认同。在《易经》的语境中，所谓“观乎人文”指的是要学习西周的文教礼制；在孔子的价值体系里，文化就是“恢宏周礼，天下大同”。中国文化的这种特征已然形成了中国文化发展的基本路径，也成为当下中国文化产业发展的一个内生特征与价值取向，即所谓社会效益第一性原则。当然，在今天，“化成天下”的文化发展价值追求显然具有了政党政治的特征，中国文化产业的发展也就难免会有强烈的社会意识形态要求。在中国，当单一的文化事业模式越来越无法适应文化发展实践的时候，文化产业被认可为社会主义市场经济体制下文化发展的基本方式之一，在确保社会主义属性的前提下，积极适应并发挥市场机制的作用，内求文化发展与时俱进，满足人民日益增长、日益多样的精神文化需求，让人民满意，实现内部文化认同；外求文化发展的国际影响力，让世界认识并接受中国形象与中国价值，提升文化软实力。作为经济体制改革经验的重要延伸，文化体制改革不仅极大地释放了文化生产力，也重新塑造了中国文化发展的新格局。文化体制改革的总体趋势是将文化部门划分为文化事业与文化产业，但实际上由于意识形态的因素，经营性文化事业（也可称之为事业单位企业化运营）部门还大量存在，这既体现了改革的复杂性，也进一步凸显了中国特色。^①可以说，中国文化传统的强大惯性混合了清末以来形成的民族危亡意识、当代改革开放的富强理念以及社会主义意识形态约束，共同形成了当下中国文化产业发展的复杂中国特色。

再次，中国的文化产业被寄予了很高的经济增长期望。在当前，中国文化产业的发展除了被赋予浓重的“文化”责任外，也被寄予强烈的“产业”使命，尤其是在地方政府层面上，后者显然更为重要和急迫。众所周知，中国改革开放以来的高速增长很大程度上是以低效率大规模消耗不可再生能源资源为代价的，同时形成的并发症或后遗症就是严重的环境污染，这种经济增长方式显然不可持续，但中国的经济还亟待快速发展，寻求高效的替代增长途径成为当务之急。因此，文化产业被寄予转变经济增长方式、促内需、调结构的厚望。所谓转变经济增长方式，就是要从依赖自然资源和人力资源的经济发展方式向依靠人文资源和智力资源的经济增长方式转变。一个很重要的认识已经被广泛接受，即自然资源在生产过程中不断被消耗并不可再生，而文化资源通过

^① 魏鹏举：《切合人民利益，激发文化活力》，《人民日报》，2013年11月5日第14版。

产业化开发则不断增值且生生不息。与这种认识不谋而合,经济学家也提出,与一般经济领域边际收益递减的特征不同,创新行业的边际收益是递增的,这一研究成果也被应用到对文化产业的研究中来。^①随着这样的认识日益深入人心,加上文化旅游、文化地产等业态的火爆效应,中国各级政府对于文化产业的经济增长效益越发关切。所谓促内需,就是认为文化消费会是中国居民消费最有潜力的部分之一。按照一般国际经验,人均 GDP 达到 3000 美元时,居民的精神文化消费会有井喷式增长。到 2015 年,中国的人均名义 GDP 已经达到 8000 美元,国内文化消费还没有大规模释放。如何释放并进一步促进文化消费,如今已经成为许多政府部门的重要工作内容。所谓调结构,就是通过发展文化产业,带动产业结构的优化和升级。这里至少包含两层期望,一是文化产业本身的增长带来的经济结构升级效果,二是文化产业融合相关产业并提升其创新能力和附加值从而推动经济结构的优化和升级效应。前者在中共十七届六中全会通过“推动文化产业成为国民经济支柱性产业”的表述得以明确为国家战略,后者通过 2014 年 3 月初国务院颁布的《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》(国发〔2014〕10 号)而上升为国家战略。

最后,中国文化产业的发展创新在世界范围内都是独一无二的。正是因为文化产业在中国具有如此特殊的待遇和特别的要求,所以造就了中国文化产业独特的发展创新气质。在国际上绝大多数典型市场经济国家,文化产业的发展只需循着市场规律、遵守法律规章就可以了,即便有一些相关的创新举措,也是和新经济的整体发展相适应的,很少是文化产业领域的专属创新。以电影业的投融资为例,在欧洲、美国等都已经比较有成熟的案例与模式,但它是知识经济发展的成效,是知识类无形资产与资本市场融合发展的实践产物,并不是专为文化产业发展进行的创新。在中国,文化产业的发展必须通过不断的创新才能实现。其中,已经持续十多年的文化体制改革就是推动文化产业发展的最

^① 罗默于 1986 年在美国《政治经济学》杂志发表《收益递增与长期经济增长》(Increasing Returns and Long-run Growth)一文,提出了内生增长理论。他认为,经济增长不是外部力量(如外生技术变化、人口增长),而是经济体系的内部力量(如内生技术变化)的产物。罗默提出了与传统经济学截然不同的观点,他认为,内生技术的力量,不仅可以突破收益递减的规律,实现资本收益递增;而且罗默认为投资能使技术更有价值,而技术进步也使投资更有价值,这是一个良性的循环。魏鹏举在 2006 年博士后出站报告《全球化的本土视野:文化创意产业与内生经济增长》中将罗默的上述思想应用到文化产业的经济特征分析。

重要体制机制创新，而且，这样的改革创新被认为是随着实践发展“永无止境”的。^①在改革的意识形态语境中，中国文化产业发展创新，在名义上被充分鼓励。在实践中，文化产业的发展既缺乏相关经验或模式可借鉴，也没有明确法律规章可遵循，摸索着干、学习着干、创新着干，这是中国文化产业发展的现实道路。可以说，创新是中国文化产业发展的永恒主题和未来希望。随着解放思想和改革开放的步伐，文化产业领域的发展创新不断涌现。有些是体制创新方面的，比如电视业的制播分离、国有文化资产的单独管理、特殊管理制度等；有些是机制创新方面的，比如文化产权交易所、文化保税区等；有些是商业模式创新方面的，比如实景演出、艺术品份额化交易等。

总体来看，文化在中国具有显著的“特殊性”，文化产业的发展模式在国际上独一无二，文化产业的发展在改革开放语境中涉及了文化、政治、经济、社会、环境等多维度、多层次的问题，相互牵扯，趑趄前行。

“十三五”时期，中国面临改革开放红利结束、经济增长模式转型、需要寻找未来经济可持续增长点的重大挑战，已经进入一个转方式、调结构的重要窗口期。在这个机遇期下，“十三五”时期文化经济的发展语境也随之发生了变化。“十三五”时期提出“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念，创新是放在第一位的，在创新方面明确提出“四个创新”，其中文化创新和理论创新、制度创新、科技创新并列。在中共十八届五中全会的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》中，关于文化产业发展明确有四句话：“推动文化产业结构优化升级，发展骨干文化企业和创意文化产业，培育新型文化业态，扩大和引导文化消费。”中央文件日益强调和突出“文化创意”，旨在强调从要素驱动向创新驱动的文化产业发展方式转型，突出内容为王、创意为胜的新动力。

从2004年到2014年中国文化产业实现了高速增长。从2004年算起，只用了七年时间，文化产业增加值就突破了万亿元，成为国民经济新的增长点，这在产业发展史上是个奇迹。文化产业占GDP的比重也在稳步上升，2004年只有2.15%，到2011年超过3%，再到2014年达到3.76%。总的来看，无论从增量还是从占比来看，文化产业在中国确实在快速发展，在国民经济中的地

^① 《中共中央关于深化改革若干重大问题的决定》：实践发展永无止境，解放思想永无止境，改革开放永无止境。

位逐年攀升。

但是如果通过文化产业与宏观经济增长的相关性比较可以看出,最近十年,GDP增速一路下行,2012年跌到了8%以下,2015年GDP增速更是跌破7%。同比文化产业增速来看,文化产业在2005年的增长幅度达到37.1%,此后同样经过波动,最近这几年增长速度也明显下降。如果从一个总体走势来看,文化产业发展的走向基本上和宏观经济的走向是一致的,而且它的增长下滑速度比GDP下滑速度还要大。2013年文化产业的增长率下降到了有统计以来的最低点(11.1%),但2014年又上升到了12.1%,比同期GDP增速要高出近5个百分点。按照国家关于实现文化产业成为国民经济支柱产业的总体战略部署,在未来五年中国经济下滑趋势持续的背景下,“十三五”时期文化产业的增长率预计保持年均15%甚至更高。文化产业有可能实现“逆势而上”的发展,对于中国经济转型发展具有越来越显著的战略价值,对于中国文化在市场经济条件下、全球化语境中的繁荣发展也将发挥举足轻重的作用。

目 录

Contents

◆ 文化政策 / 1

- 树立人民性理念，深化内涵式文化体制改革 / 3
- 中国文化产业发展的结构性特征 / 7
- 中国文化产业投融资的现状与趋势 / 15
- 基于国际比较的我国文化产业税收问题分析 / 22
- 区域文化产业“十二五”规划“七问” / 32
- 北京与国内重点城市文化产业政策比较研究 / 43
- 基于不同文化概念认知的地方泛文化产业实践 / 56
- 坚持改革开放，充分借助资本力量推动湖南文化产业跨越式发展 / 66

◆ 文化金融 / 73

- 中国亟待提升对外文化产业投资能力 / 75
- 迈向国有文化资产的精细化管理道路 / 80
- 深化中国文化产业投融资体系建设的若干思考 / 82
- 互联网破解文化产业金融难题 / 89
- 资本是推动文化产业发展的基本力量 / 93
- 信用评级防范文化投资“热伤风” / 95
- 特色文化产业投融资体系建设的若干思考 / 97
- 基于“创意阶层”的小微文化创意行业发展与融资机制探讨 / 104

◆ **艺术经济** / 115

- 从艺术集聚区观照我国文化体制转型 / 117
- 亟待建立公益性的中国文化艺术银行 / 121
- 发挥市场机制,保护和开发文化艺术产权 / 123
- 解构特权食利生态,完善文艺资助体系 / 126
- 我国国有文艺演出院团非营利化改革探索 / 129
- 不能再让农村的文化消费“裸奔” / 138

◆ **影视传媒** / 141

- 中国电影产业或将面临的发展陷阱及其原因 / 143
- 互联网企业的电影布局对电影产业的影响分析 / 158
- 好莱坞电影产业投资基金形成机制研究 / 175
- 告别电影——老影剧院的来路与出路 / 182
- 中国电视业的“春晚”式症候 / 185
- 当用市场理性破解中小城市看电影难的问题 / 188
- 21 世纪图书价格战的历史、成因及其对策分析 / 190

◆ **文化科技** / 199

- 新媒体环境下文化科技融合创新机制研究 / 201
- 数字内容产业的发展趋势与动力分析 / 206
- 大型多人在线网络游戏虚拟社区用户信息行为研究 / 222
- 后网络时代的信息行为研究 / 233

◆ **后记** / 239

文化政策



树立人民性理念，深化内涵式文化体制改革^①

魏鹏举

文化体制改革是我国为适应社会主义市场经济体制而着力推进的重大制度性变革。文化体制改革是改变我国长期以来的文化生产力落后状况、满足人民基本文化权益和多样性文化需求、实现文化大发展大繁荣、建设社会主义文化强国的必由之路。在我国进入全面建成小康社会的决定性阶段，文化越来越成为人民幸福、社会进步、国家富强的核心要素，文化体制改革的转型深化，不仅关系到文化发展的成效，也关乎经济的转型升级，更关乎民心的聚散与国力的兴衰。

最初，文化体制改革是按照经济体制改革的思路进行的，主要任务是破解计划体制下文化领域的管办不分、人浮于事、效率低下等问题。鉴于文化具有显著的意识形态性和公共性，按照文化建设的基本任务，文化体制分类推进的改革思路逐步确立。通过改革，计划体制的文化事业向三个方面转变：一是公共文化部分，二是文化产业部分，三是交叉的经营性文化事业部分。经过不懈的努力，目前分类改革的阶段性任务基本完成。

当前的问题是：分类改革符合我国当代文化建设的逻辑，但客观上带来了文化发展理念的模糊、文化主体定位的困惑以及文化行政管理的困难。这个问题在广播电视领域最有代表性，典型的征候就是娱乐化与“限娱令”的反复博弈。我国的广播电视业企业是典型的文化体制改革的“第三部门”，即公共性与产业性交叉的企业化运营的事业单位。企业化运营，自然追求经济收益最大化；事业单位管理，当然要求社会效益第一位。作为经济效益最大化和意识

① 魏鹏举，深化文化改革学者谈：切合人民利益激发文化活力 [N]，人民日报，2013-11-05（14）。

形态风险最小化的均衡，中性的娱乐类节目往往成为在封闭体制下电视业竞争的最优选择。在当前体制形态下，电视运营主体既没有通过大规模产业扩张做大做强的发展空间，同时也没有被兼并或淘汰的危险，赚取短期利益，谋求安全发展，这会成为电视部门的普遍追求。在这种博弈状态下，管理部门越是加强限制，电视台就越忌惮内容创新，造成低水平发展的“产能过剩”现象，越来越趋于竞争性复制的过度娱乐化，也就是现在这种“越限越娱”的怪现象。与电视行业的“事业单位企业化管理”相映成趣的是出版行业的“企业单位事业化管理”，对于满足现状的企业来说，这种“双轨制”是左右逢源，既可得市场之利也可享事业之益；但对于那些谋求壮大的企业来讲，这种“双轨制”却是左右逢“渊”，造成行业运营的进退失据。经济效益和社会效益是两个性质冲突的管理尺度，同时加之于一个具有独立经济人理性的文化单位身上，即缺乏有效性也缺乏合理性。如果不继续深化体制改革，文化创新活力无法释放，文化生产力也会被抑制，人民的文化诉求也很难得到满足，文化强国建设的国家战略目标也很难真正实现。

面对这样的改革发展困境，在新的发展阶段，文化体制改革需要从过渡性的机制性调整转向服务文化强国战略目标的实质性改革，从分类推进的外延式改革向理念导向的内涵式改革转型。没有理念的改革只是工具性的革新，没有理念的改革是缺乏灵魂和方向的改革。下一步内涵式改革的主要任务是：以文化强国战略为指导，以文化创新发展为动力，在巩固和总结文化分类改革成效的基础上，大力推进文化理念明确、机制精简高效、依法规范有序的文化行政体制改革。

内涵式文化体制改革的核心是要有清晰明确的文化发展理念。改革就是攻坚克难，改革不仅需要勇气和智慧，更需正确信念的引导。当改革进入深水区，改革触及的问题越来越复杂时，尤其需要信念的力量。在新的文化发展战略期，文化体制改革必须牢牢树立人民性的理念宗旨，促进实质性变革，带动全体中华儿女实现中华人文辉煌之梦。

从延安文艺座谈会以来，人民性就始终是我党我国文化政策的基础和核心。中共十八大报告以及之前的中共十七届六中全会决定，也都将人民性确立为当下我国文化改革发展的基本准则。习近平总书记的“8·19”讲话明确指出，“坚持人民性，就是要把实现好、维护好、发展好最广大人民根本利益作为出发点和落脚点，坚持以民为本、以人为本”。刘云山同志在不同场合反复

强调了“文化为民”的思想理念。

文化体制改革，文化发展繁荣，文化强国建设，一切都要以人民性作为基准来衡量其意义与价值，不能为了改革而改革，不能为了繁荣而繁荣，不能为了强盛而强盛。如果人民性这个内涵式文化改革发展的航标确立了，文化改革发展中的问题与难题也就有了解决的依据和方向，文化体制机制创新也就有了不竭的动力和源泉。

文化的人民性至少应该包括四个方面的内涵：文化建设为了人民，文化建设依靠人民，文化建设要让人民满意，文化建设要团结和振奋人民为实现中国梦协力奋斗。把握人民性的文化思想理念，以此为核心价值，理直气壮，贯穿文化体制改革的始终，克服文化建设中存在的官僚主义和形式主义，克服文化行政机制的本位利益，以人民文化权益和国家文化利益为重，推动文化改革发展从一个个的胜利走向最终的成功。

内涵式文化体制改革的关键是要形成精简高效的大文化管理机制。这就需要进一步转变政府职能，整合行政资源，简化行政审批，建立扁平化的大文化行政管理机制，真正从“办文化”向“管文化”转变，从条块分割向统筹指导转变，从运营审批向内容监管转变。

从“办文化”向“管文化”真正转变，就需要在下一步的改革中，行政权力退出更多可经营性文化行业，打破文化稀缺资源的部门垄断，使文化行政管理机构获得公信力，真正站上文化战略指导的高度。其中一个关键的任务就是切实推进广播电视业的转企改制，尽快实现传媒间的数字融合，推动我国文化创新与科技创新的融合发展，提升文化创新活力和发展能力。从我国市场经济发展的经验来看，即使是公共产品，也可以通过政府购买、社会化或市场化提供来实现，这样做往往效率更高、效果更好。而且文化行政部门只有从“办文化”的利益本位中解放出来，才能真正坚持文化为民的理念，做细做精做好“管文化”的职能。

从条块分割向统筹指导真正转变，这就要求通过深化改革，坚决打破文化建设中的行政本位主义障碍，逐步建构完善大文化行政管理格局，使文化行政管理机构真正具有总体文化发展的战略统筹能力。关键的任务是继续推进大部制改革，逐步消弭文艺、出版、广电、网络等条块分割的旧制区隔，破除行政壁垒和威权垄断，从管控型文化行政向服务性文化行政转变。从国家战略高度制定现代文化产业发展模式，建立与市场经济相适应的文化投融资体系和文化