

【文化创意产业与新媒体论丛】 王学勤◎总编  
CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES AND NEW MEDIA FORUM

# 文化创意产业前沿

第二辑 郭万超◎主编

主要作者：

文化部文化产业司司长**吴江波**

国家行政学院文化政策研究与管理中心主任**祁述裕**教授

北京大学文化产业研究院副院长**陈少峰**教授

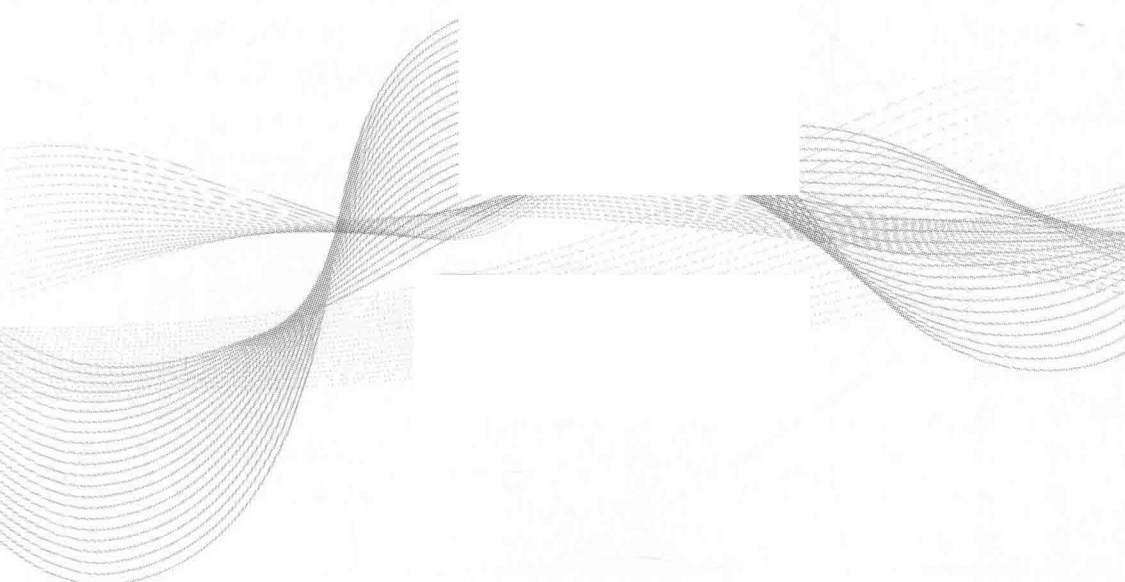
中国人民大学文化创意产业研究所所长**金元浦**教授

我想创意集团董事长、全国多台“印象系列实景演出”制作人**鲁轶**

【文化创意产业与新媒体论丛】 王学勤◎总编  
CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES AND NEW MEDIA FORUM

# 文化创意产业前沿

第二辑 郭万超◎主编



 经济日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

文化创意产业前沿. 第二辑 / 郭万超主编. — 北京:  
经济日报出版社, 2016. 6

(文化创意产业与新媒体论丛)

ISBN 978 - 7 - 80257 - 972 - 9

I. ①文… II. ①郭… III. ①文化产业 - 研究 - 中国  
IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 143647 号

文化创意产业前沿 (第二辑)

---

作 者	郭万超
责任编辑	陈礼滢
校 对	薛银涛
出版发行	经济日报出版社
地 址	北京市西城区白纸坊东街 2 号 (邮政编码: 100054)
电 话	010 - 63567683 (编辑部) 010 - 63588446 63567692 (发行部)
网 址	www. edpbook. com. cn
E - mail	edpbook@126. com
经 销	全国新华书店
印 刷	北京九州迅驰传媒文化有限公司
开 本	710 × 1000 毫米 1/16
印 张	14. 5
字 数	249 千字
版 次	2016 年 7 月第一版
印 次	2016 年 7 月第一次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 80257 - 972 - 9
定 价	46. 00 元

---

# 文化创意产业前沿（第二辑）编委会

编委会主任：高书生 吴江波 王学勤 祁述裕

副 主 任：李建臣 陈少峰 金元浦 傅才武

编委：（按姓氏拼音顺序排名）

曹三省	陈 端	陈桦楠	陈能军	陈少峰	陈雪璇	段卓杉	傅才武
高书生	郭万超	姜 昕	金元浦	兰 静	李方丽	李建臣	李玉雁
刘 城	刘春雪	刘德良	刘士林	鲁 霁	孟 剑	莫 桦	欧阳友权
彭 翊	祁述裕	沈 楠	宋 鹏	王 丽	王瑞雪	汪 涛	王 颖
王 雨	魏鹏举	吴杉祺	吴锡俊	西 沐	肖怀德	许立勇	杨传张
杨梓琦	詹海玉	张宜春	张振鹏	赵玉宏	赵朝峰	支纪强	

主 编：郭万超

副主编：王 丽 赵玉宏

## 序 言

# 文化产业发展的新趋势

高书生<sup>①</sup>

经过 10 多年的发展，我国文化产业已初具规模并成体系。如果从 2003 年算起，只用了 8 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；又用了 3 年时间，文化产业增加值突破了两万亿元，到 2014 年已达 24017 亿元，占 GDP 的比重为 3.77%，文化产业发展已举足轻重。未来五到十年内，我国文化产业发展将出现怎样的趋势，本文根据文化产业发展的内在规律做些初步分析。

### 一、文化产业融入国民经济体系的步伐越来越快

文化产业是文化和经济融合的产物。但在文化和经济融合的过程中，存在着两种倾向：一种倾向担心在文化和经济融合中会背离甚至丧失文化应有价值，因而认为文化和经济“不兼容”，对文化和经济融合采取“逃避”态度；另一种倾向担心在文化和经济融合中很难把握文化的意识形态属性，因而只注重对公共文化事业投入，对文化和经济融合采取“回避”态度，出现了文化和经济的“两张皮”现象。

文化作为与经济、政治和社会相对应的范畴，它与国民经济发展相辅相成、相互促进。一方面文化生产及再生产离不开国民经济体系支撑，由此派生了两个产业类别，即文化装备制造制造业和文化消费终端制造业，前者包括印刷复制和广播电视、电影、演艺等专用设备以及专用材料（如油墨、颜料）的制造，后者包括电视机、录放机等视听接收终端、电子设备及玩具制造。另一方面在融合的过程中，文化产业并非处于被动地位，而是渗透于国民经济各行各业。文化产业服务于国民经济的空间广阔。与制造业和现代服务业相融合，文化产业因此增加一个新类别，即“生产性文化服务”，通过创意策划和工艺设计，将文化元素植入

<sup>①</sup> 作者简介：高书生，中央宣传部文化体制改革和发展办公室巡视员、副主任。

制造业和现代服务业，提升品牌价值和附加值，必将在国民经济发展中发挥越来越大的支撑乃至引领作用。

文化与科技融合、文化产业转型升级，这两个问题都离不开文化装备。每一次科技进步，都会带来文化业态的更新换代。科技对文化的影响及渗透，是借助于文化装备这个环节实现的，文化和科技的融合度必然通过文化单位的技术装备水平体现出来，文化装备制造是推动传统文化产业转型升级的决定力量。基于此，《国家“十二五”文化改革发展规划纲要》引入了文化装备制造这个概念。目前，广电设备、演艺设备和印刷设备已成为文化装备制造业的“三驾马车”。相对于文化消费终端制造而言，文化装备制造对文化产业的支撑作用还不够大，一方面说明国民经济体系对文化产业的支撑不足，另一方面说明文化产业的内在需求不大，就是说文化产业转型升级的步伐不够快、文化和科技融合程度不够高。宣传文化部门要把发展文化装备制造业，作为推动文化和科技融合的主要途径，鼓励文化企业大力提升技术装备水平，加快实现数字化转型升级。

以设计和广告为主体的生产性文化服务业，是文化产业对国民经济体系产生直接影响力的一种重要方式。在生产性文化服务业中，广告服务目前的规模较大。2004年和2008年，广告服务的增加值分别为159.40亿元和608.00亿元，2013年已过千亿元。但建筑设计和专业设计的发展潜力巨大。2013年，建筑设计的资产总额接近5000亿元、主营收入接近3000亿元，其经营规模和实力已同文化内容生产中的出版服务相当。专业设计的增加值2004年为13.44亿元，到2013年已接近500亿元，增长36倍。2014年初，国务院专门下发了《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》，鼓励和支持广告、设计等生产性文化服务业的发展，必须抓住机遇，抓好落实。

## 二、文化产业和文化事业的互动性越来越强

区分公益性文化事业和经营性文化产业，是2002年党的十六大提出来的一个命题，2003年启动的文化体制改革，基本思路就是把公益性文化事业和经营性文化产业区分开。经过十年的文化体制改革，文化事业和文化产业基本上已被区分开。应当说，不区分公益性文化事业和经营性文化产业，文化体制改革就迈不开步，文化发展就只能“一锅烩”，文化产业也就不可能独立于文化事业之外而谋求发展，当然也就不可能反哺文化事业。

推动文化走出去，一定要跟国家的大战略结合在一起。党的十八大以来，国家的外交大战略、大格局已形成，比如“一带一路”，这就为文化走出去提出了新目标和新机遇，需要在国家外交大战略、大格局下，谋划文化走出去的布局，按照布局去布点，文化走出去就会产生深刻影响，继而对国内文化产业发展产生

越来越大的拉动作用。

### 三、文化企业家的作用越来越突出

文化产业的发展离不开文化企业，更需要一大批文化企业家。文化企业家首先要做文化改革创新开拓者。文化企业，无论国有的还是民营的，都面临着体制机制创新。国有的要走向混合型，民营的要走出家族式，都要进行股份制改造，都要适应市场化，特别是文化人创办的企业，更要补上社会主义市场经济这门课。目前，文化市场发育还不成熟、体系还不健全，最缺的是市场主体，这就给文化企业家发挥作用提供了巨大空间，文化企业家要做文化市场的弄潮儿。

文化企业家要做变革文化生产方式的引领者。我国文化生产方式正面临着一次革命性变革，过去那种封闭式的、“小而全”的小生产格局将被打破，迎来开放式的、分工明确、协作配套的社会化大生产。作为文化资源配置的中枢，文化企业家不仅要带领本企业尽快适应这种文化生产方式的变革，而且要引领文化生产方式的变革，主动走出文化生产的“内部小循环”，融入市场经济的“外部大循环”。

文化企业家要做中华优秀传统文化的传播者。中华优秀传统文化是文化产品和服务的灵魂，文化产业必须根植于文化传承。传承和传播中华优秀传统文化，是文化企业家的担当。文化数字化已成为提高中华文明展示水平的重要途径，不仅有利于丰富文化的表现力、增强文化的感染力，更有利于提升文化的传播力。特别重要的是，数字化对于传承和传播中华优秀传统文化意义非凡。因为对于“80后”“90后”等年青一代而言，更习惯于从网络获取知识，各种移动终端更是年轻人的时尚标签。只有把中华优秀传统文化转化为各种数字化产品，才更容易被年青一代所接纳，悠久璀璨的中华优秀传统文化才会被代代相传。

文化企业家要做全球文化产业的领跑者。文化市场越来越开放，是中国人文化自信的体现。随着越来越多的文化企业走出去，文化产业也要学会利用两种资源、开拓两个市场，创新商业模式和技术模式，这就为国内文化企业家引领全球文化产业提供了千载难逢的机会。有理由相信，在不久的将来，一大批中国文化企业家必将活跃在国际文化市场上璀璨耀眼。

# 目 录

## 一、“十三五”期间文化创意产业预测与展望

- 新常态下“十三五”文化产业发展思路 ..... 祁述裕 杨传张 (2)
- “十三五”文化产业政策的十大辩证关系 ..... 吴锡俊 (7)
- “十三五”展望：健全现代文化市场体系 ..... 魏鹏举 (12)
- “十三五”如何深化文化体制改革 ..... 傅才武 (16)
- “十三五”时期我国新闻出版业迎来发展新机遇 ..... 李建臣 (20)
- “十三五”京津冀文化产业规划初探 ..... 刘士林 (25)
- “十三五”文化金融合作体系对策分析 ..... 段卓杉 (30)

## 二、“互联网+”时代的文化创意产业

- 互联网文化产业发展新趋势 ..... 陈少峰 (36)
- 世界数字文化产业扫描 ..... 沈 楠 (40)
- “互联网+”时代文化创意产业发展的若干趋势 ..... 金元浦 (45)
- 大数据时代下的文化企业五大制胜之道 ..... 张宜春 兰 静 (50)
- “大智移云”背景下传媒产业的重构与蝶变——理论梳理与典型案例剖析 .....  
..... 陈 端 (55)
- “互联网+”背景下文化产业人才的培养 ..... 詹海玉 曹三省 (61)
- “互联网+”给影视产业带来什么 ..... 莫 桦 (66)
- “互联网+”时代的出版业创新实践与展望 ..... 汪 涛 支纪强 (71)



互联网众筹视角下我国动画产业创新发展研究 .....	陈雪璇 (76)
“互联网+”如何改变媒体格局 .....	姜昕 (84)

### 三、中国新发展战略与文化创意产业

推动供给侧改革 扩大文化消费规模 .....	吴江波 (90)
“一带一路”战略下我国影视文化对外传播 .....	鲁 裔 (94)
“一带一路”背景下文化旅游产业的机遇与挑战 .....	杨梓琦 (97)
“互联网+”背景下“一带一路”文化传播模式探析 .....	赵玉宏 王 丽 (102)
我国文化产业的供给侧调整探析 .....	张振鹏 (107)
新型城镇化进程中京津冀文化功能区构建刍议——基于 UCI 指数的分析 .....	.....
.....	许立勇 王瑞雪 (111)

### 四、文化创意企业经营之道

新常态下小微文化企业发展探索 .....	吴江波 (120)
推动新三板成为文化资本市场并购的新平台 .....	西 沐 (125)
文化类企业利用新三板挂牌拓宽融资渠道 .....	陈桦楠 (128)
文化品牌建设发展之路 .....	欧阳友权 (133)
文化产业股权投资热点分析 .....	刘德良 (137)
当前文化企业“走出去”需要厘清的几个关键问题 .....	李嘉珊 (142)
文化产业并购市场的机遇和挑战 .....	刘德良 (147)
文化企业如何做好文化内容建设 .....	肖怀德 (153)
关于加强文化企业无形资产管理的思考 .....	李方丽 彭 翊 (160)
传媒类上市公司并购行为分析——以华谊兄弟为例 .....	宋 鹏 (168)
国有控股文化传媒公司的资本运作模式与创新——以电广传媒为例 .....	.....
.....	王 雨 (184)

## 五、国家和地区文化创意产业经验借鉴

- 文化创意产业如何促进北京经济转型 ..... 郭万超 (194)
- 韩国文化产业发展借鉴与启示 ..... 刘春雪 吴杉祺 (200)
- 台湾创意生活产业发展初探 ..... 李玉雁 (205)
- 新《广告法》下北京广告业发展现状与思考 ..... 王 颖 (210)
- 汕头市文化产业发展路径研究：基于产业集群优化与金融支持创新视角 .....  
..... 陈能军 刘 城 (216)

# 一、“十三五”期间文化创意产业 预测与展望

# 新常态下“十三五”文化产业发展思路

祁述裕<sup>①</sup> 杨传张<sup>②</sup>

当前中国经济增长速度放缓，发展方式由规模速度型向提质增效转变，经济发展步入新常态。“十三五”期间，文化产业同样需要适应新常态，调整发展思路，优化发展方式，实现从数量增长向提质增效转型。

## 一、当前文化产业发展存在的四个突出问题

“十三五”时期，为了保证文化产业进一步保持健康、快速、可持续发展，在稳定我国经济增长、培育新增长点、推动经济结构深层次调整中发挥更大的作用，迫切需要解决目前存在的一些问题：

第一，文化产业创新能力不足，难以适应市场需求。当前，我国文化产业在科技、内容、服务等方面突出存在着自主创新能力不足的问题，主要表现在以下方面：一是在一定程度上存在品牌培育和保护意识淡薄、品牌运营管理机制不健全等问题，精品力作及知名文化品牌较少。二是文化产品和服务存在同质化、低层次和相互模仿等问题，例如在动漫游戏领域，为降低制作成本，山寨抄袭之风盛行。在影视剧领域，各种抗战神剧，制作低劣、剧情牵强的古装仙侠剧广受诟病。三是文化产品创造力的国际化视野不够。由于没有按照国际化的方式进行制作和包装，往往导致很多文化产品，尤其是影视剧、动漫产品在国内获得较好成绩，在国外却水土不服，收效甚微。

第二，文化产业结构和布局不尽合理。一是我国文化产业中传统门类所占比重仍然较大，新兴文化产业门类比重明显偏低。尤其是传统文化行业在运用互联网等现代科技丰富其产品内容和表现形式、转变其经营管理和运作方式的能力上较弱，严重制约着文化产业转型升级。二是结构完整、层次清晰的文化产业链尚

---

① 作者简介：祁述裕，国家行政学院社会和文化教研部主任、文化政策与管理研究中心主任、教授、博士生导师。

② 作者简介：杨传张，国家行政学院文化政策与管理研究中心研究人员。

未形成。目前,我国小微文化企业占据文化企业总数的80%以上,从业人员约占到文化产业从业人员总数的77%,小微文化企业在丰富文化产品和服务供给、创造就业岗位等方面成效显著。但与此同时,具有国际竞争力、品牌影响力和带动力的大型文化企业集团偏少。且大企业集团和中小微企业之间,在创意、生产、营销和销售等各环节的专业化分工协作体系还未形成,产业关联性不强。三是文化产业区域、城乡发展不协调现象仍然突出,缺少差异化的发展战略。地方特色优势文化资源没有得到充分挖掘,重复建设、产业机构雷同的问题,制约着文化产业资源的合理配置。尤其是近年来,很多地方缺乏明确的定位和特色,不切实际地盲目上马各类文化产业园区,导致园区空壳化、地产化、同质化现象严重,运行效率低下。

第三,文化产业人才较为短缺。我国文化产业人力资源现有的总量、结构、水平,都不能满足目前产业迅速发展的要求,高端创意人才和市场运营管理等复合型人才严重短缺。同时,高等院校的文化产业相关专业设置不够完善,尚未形成专业性强、覆盖面广、适应产业实践需求的学历教育体系。

第四,文化产业政策措施亟待落实和完善。近年来中央层面出台的一系列推动文化产业发展的政策措施,很多由于缺少可操作、能落地的实施细则,难以真正落到实处,发挥作用。此外,有针对性、可操作、能落地的财政、税收、金融、土地、人才等配套政策措施也不够完善。各级各类文化产业发展专项资金存在资金使用方式单一、受惠面窄、效率不高等问题,而产业发展所急需的公共技术、人才培养、展示交易等公共服务平台建设所需的资金则又很难找到解决渠道。近年来出台的一系列针对文化产业发展的税收政策,总体呈现公平性不足、受惠面不广、缺乏实质突破等问题,许多政策只是其他领域税收政策的重申,并没有对文化企业予以额外优惠,文化企业受惠有限。在金融政策方面,融资难问题仍是制约文化企业特别是小微文化企业发展的突出问题。此外,统计数据时效性相对滞后,无法及时摸清文化产业发展实际状况,制约了文化产业宏观决策的科学性。

## 二、“十三五”文化产业提质增效的八个重点工作

针对上述情况,结合实际需求,“十三五”时期,文化产业要在推动经济结构深层次调整中发挥更大的作用,要实现从数量增长向提质增效转型,需要抓好以下若干任务和重点工作。

第一,提升文化创新驱动动力。一是加强创意空间载体建设。利用文化园区、特色街区、闲置厂房等,构建一批条件优越和服务体系完善的众创空间。同时,顺应互联网发展趋势,加强对威客网、网络众筹等网络众创空间建设的支持。二

是扶持中小微文化企业发展。鼓励中小微文化企业参与公共文化服务，加大财税支持力度和简化审批程序，加快中小微文化企业创业载体建设、融资渠道建设，发挥中小微文化企业在满足人们个性化、多样化的文化消费需求方面的重要作用。三是加快形成有利于创新驱动发展的体制机制。如营造公平公正的市场环境，保障各市场主体权利平等、规则平等。破除文化要素跨地区、跨行业、跨所有制自由流动的障碍。加大知识产权保护，保证创意创新动力等。四是营造创意创新的社会氛围。加强各类媒体对大众创新创业的新闻宣传和舆论引导，营造和倡导敢为人先、容忍失败的创新文化氛围。

第二，促进文化产业融合发展。促进文化创意与相关产业融合发展，一方面以知识产权为核心，整合相关产业发展，拓宽产业链和盈利模式；另一方面重点推进文化创意和设计服务与实体经济相关产业的融合发展，发挥生产性文化服务业在优化国民经济各行业发展方式的重要作用，实现中国创造。促进互联网+文化产业发展。利用互联网思维，优化文化产业生产方式，加快转变传统文化行业管理理念、体制机制、商业模式和服务方式创新。促进传统和新兴媒体间媒介资源、生产要素的有效整合，实现传统媒体和新媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合。进一步促进文化与金融合作，通过网络众筹、建立投资基金、借壳、收购、并购等方式，建立多层次、多元化的投融资渠道。以负面清单、特殊管理股等形式，探索建立鼓励各类社会资本参股控股国有文化企业的制度体系，拓展文化产业投资领域。

第三，培育文化精品和文化品牌。一是实施文化精品工程。首先要加大对文化精品创作生产的扶持力度，有效发挥专项资金的引导作用，扶持重点文艺项目，培育和打造文化精品。其次建立科学的文化精品评价机制和评价标准，把群众评价、专家评价、政府评价和市场检验结合起来。再次发挥文艺评论在引导文艺创作生产、提高作品质量、提升审美情趣、扩大社会影响等方面的积极作用。二是充分利用现代传媒手段，整合资源，加大文化精品的传播力度。组织文化精品的推介、展演、展映、展播活动，发挥优秀作品的引领示范作用。三是培育特色文化品牌。重点鼓励和扶持各地区积极发掘特色文化资源，发展特色文化产业，形成具有鲜明区域特点和民族特色，且具有较强影响力和市场竞争力的文化产品和服务品牌。四是采取以文化品牌为核心的产业链价值联动策略。鼓励和支持文化企业以文化品牌为核心，实施多元化的经营策略，丰富与品牌相关的文化衍生产品类型，促进跨行业发展，从而增强文化品牌活力。

第四，加快文化产业人才培养。政府、高校、培训机构、研究机构和企业联合建立国家级的文化产业高端人才培养基地，来拓宽文化产业高端人才培养渠

道，培养文化产业高端经营管理方面的紧缺人才。建立与企业、培训机构、事业单位合作的教学实验基地。将学院教育与企事业单位的实践教育相结合。要破除原有文化事业单位终生聘用、进出不畅的用人机制，采用聘用制的方式，将企业绩效与人员工资收入挂钩，形成完善的竞争上岗、激励机制，让文化产业人才能够脱颖而出，自由流动。出台优惠政策，鼓励以项目合作、合办企业、岗位聘用的方式，引进国外优秀文化人才和创意团队，将国外文化产业发展先进思维、理念融入国内。

第五，激活文化消费潜能。要利用数字化、网络化的发展机遇，丰富现代新兴文化产品和服务种类，适应高科技含量文化消费需求不断增长和个性化、多样化消费渐成主流的趋势。创新文化消费的引导和促进政策，以惠民消费卡、差别定价、惠民文化消费季等方式对文化消费行为进行补贴，促成文化消费热点，增强居民的文化消费意识。发挥文化事业在引导和培育文化消费中的重要作用，打破文化事业和文化产业樊篱，鼓励和引导社会力量参与公共文化服务供给，提供更多适销对路的优质文化产品和服务。进一步优化文化消费环境，特别是要加大对乡村、贫困地区文化消费配套基础设施建设的支持力度。积极利用云存储、大数据等现代新媒体技术和网络信息技术，搭建高效对接文化服务供给和文化消费需求的渠道和平台。

第六，优化文化产业空间布局。推动文化产业跨区域发展，与“一带一路”、藏羌彝文化产业走廊等国家战略相适应，完善跨区域发展的合作和协调机制，规划实施一批协同度高、经济社会效益突出的区域重点项目和工程。规范引导文化产业园区、基地管理升级。促进文化产业园区向跨界融合、协同创新、虚实结合、注重培育创新型企业 and 创意氛围方向发展。统筹城乡文化产业发展，充分利用乡镇特色文化资源，发展特色文化产业，积极发挥特色文化资源在促进乡镇居民创业创新中的重要作用和新型城镇化过程中的重要作用。加强中西部地区文化基础设施建设，鼓励和引导东部地区利用其创意、人才和资本等优势，支持中西部地区，特别是民族地区特色文化产业的发展。

第七，推动文化企业走出去。要加大对文化产品对外贸易的政策优惠，鼓励和支持有条件的文化企业，通过独资、并购、合资、控股、参股等多种形式在境外兴办文化实体、设立分支机构，拓展文化出口平台和渠道，实现文化企业在境外的落地经营、在当地生产和销售。借力“一带一路”、国家自贸区等国家战略推动文化产品走出去。并在此过程中，探索以负面清单的管理方式，降低文化贸易门槛，积极引入国外先进文化发展方式。大力支持民间（企业、社会力量）把文化产品“卖出去”。推动文化企业尽快建立和完善“走出去”的国际化经营

管理制度，建立与国际惯例相符的管理体制、经营机制。

第八，进一步完善文化产业的政策体系。在财政政策方面，建议在中央财政文化产业发展专项资金之外，单列文化产业发展引导资金，增强文化产业主管部门对产业发展的引导和扶持职能，加大对公共技术、投资融资、人才培养、展示交易、信息咨询等公共服务平台建设，以及有带动作用的重大文化产业项目建设的支持力度。在税收政策方面，建议对工艺美术、娱乐业、互联网上网服务等税负过重的行业予以税收减免，对以文化内容创意生产、文化与科技融合、非物质文化遗产项目经营为主业的企业，出台单独的企业认定办法，经认定后享受高新技术企业同等的税收优惠政策。在金融政策方面，建议将金融改革与文化创新发展有效结合，探索适合文化产业特点的新型金融产品、服务及配套的政策办法。在土地政策方面，建议在城市建设用地分类中新增文化及相关产业规划用地类别。支持以划拨方式取得土地的单位利用存量房产、原有土地发展文化产业。鼓励各地将城市转型中退出的工业用地优先用于发展文化产业，在新农村建设和新型城镇化建设中适当考虑文化产业发展用地。



# “十三五”文化产业政策的十大辩证关系

吴锡俊<sup>①</sup>

“十三五”时期，我国经济依然处于重大机遇期，文化产业发展的环境是正向而积极的，充满了机遇，比如，全面系统的深化改革和经济进入新常态，为文化产业发展营造了更为有利的社会环境和市场基础；以移动互联网为龙头的新技术革命浪潮催生“互联网+”的新业态，为文化产业发展提供了新平台和技术实现；文化消费的日趋旺盛和升级换代，为文化产业的发展注入了新动力；大众创业万众创新的双创浪潮，极大解放了文化生产力，为文化产业发展提供了新引擎；重构世界经济政治格局的“一带一路”战略的稳步实施，为文化产业发展提供了新空间。

同时，在“十三五”末对应三个时间节点，一是第一个百年目标的实现，二是十八大确定的社会主义文化治理制度基本成型，三是文化产业达到 GDP 占比 5% 的支柱产业目标。这就意味着无论是文化治理还是文化产业发展的时间都非常紧迫，可以预计，“十三五”期间的文化产业政策供给不仅量越来越大，而且政策出台频次将会越来越高，这将会极大地释放文化生产的活力。本文论述的十个“双向对进”的辩证关系，将是未来文化产业政策坐标，在不同领域和时期会有所侧重。

一、坚持顶层设计与鼓励地方创新双向对进，以顶层设计为主，实现国家秩序格局下的创新发展。摸着石头过河的改革发展方略较快较轻地启动了改革进程，但也造成了深层问题的累积，在改革进入深水区后必须进行适当调整，这就要求更加注重顶层设计，注重改革发展的系统性、协调性和整体性。近年来，我国文化产业的发展基本遵循我国文化改革发展的基本进程，在国家层面启动文化产业发展进程后，主要是依靠竞争性的区域创新和行业创新，积累了丰富的发展经验和坚实的发展基础，但也造成了重复浪费等诸多问题。在“十三五”期间

<sup>①</sup> 作者简介：吴锡俊，北京市文化创意产业促进中心副主任、调研员。