



社会主义文化产业论

陈清华 著



南京出版社

社会主义文化产业论

陈清华 著

南京出版社

图书在版编目(CIP)数据

社会主义文化产业论/陈清华著.—南京:南京出版社,2004

ISBN 7-80614-976-7

I. 社... II. 陈... III. 社会主义—文化—产业—研究—中国 IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 068490 号

社会主义文化产业论

陈清华 著

*

南京出版社出版发行

(社址:南京市成贤街43号 邮编:210018)

盐城市华光印刷厂印刷

*

开本:850×1168毫米 1/32 印张:9.75 字数:230千

2004年7月第1版 2004年7月第1次印刷

印数:1—2000册

*

ISBN 7-80614-976-7

G·432 定价:29.00元

(本书凡有印装质量问题可向承印厂调换)

序 言

宋林飞

江苏省社会科学院院长、博士生导师

改革开放以来,我国社会最大的进步是实现了从“以阶级斗争为纲”向“以经济建设为中心”的转变。这一转变的意义是什么?是回归现实,真正从老百姓的实际需要与利益出发。以经济建设为中心、大力发展经济的目的,是为了满足人民群众日益增长的物质与文化需求。

我国 20 多年的经济建设成就,首先是基本解决了 13 亿人的温饱问题,走出了物质匮乏的短缺经济困境。近年来,我国开始了全面建设小康社会的热潮,人民群众不仅需要过上更富裕的物质生活,而且也需要享受更丰富的文化产品。从理论上讲,这两种需求同样重要,应该有同样的满足度。然而,“第二需求”在现实生活中往往受不到人们对 GDP、收入等那样高度的重视。尽快摆脱贫困,集中精力发展经济,集中智慧增加物质财富,是一种符合传统发展观的选择。在经济发展取得重大进展之后,应该确立新的发展观,全面推进两种需求的研究与供给。如何进一步满足人民群众日益增长的文化需求,怎样增加丰富多彩的文化供给?这是我们面临的亟需解决的新问题。

其实,寻找这个问题的答案,至今仍有一些体制性的障碍。在计划经济条件下形成的文化体制,是“国家办社会”,国家办一切文化——学校、剧团、研究院、图书馆、电视台等等。经济与政治体制

改革,已经对这种文化体制有所突破。国家没有这个能力,也没有这个必要办一切文化。现在,这种僵化的文化体制已经到了彻底终结的时候。国家与社会应该分担发展文化的重任。几乎单一的文化事业体制,必须实行改革。改革的主要政策取向,是加快文化产业化的步伐。政府只办少数公益性的文化事业,原来的文化单位多数要转向企业化经营,逐步形成有国际竞争力的文化产业。

这样的观点,不再是纯属个人的思考,其基本取向已经成为党和政府的正式文本语言与政策导向。2000年,中共中央十五届五中全会正式提出了“文化产业”的概念。《中共中央关于“十五”规划的建议》要求,“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”。2001年,这一《建议》随即被九届人大四次会议采纳,这标志着文化产业正式被纳入全国“十五”规划纲要之中。2003年,江泽民同志又在“十六大”报告中指出,“发展文化产业是市场经济条件下繁荣社会主义文化、满足人民群众精神文化需求的重要途径。”这些决定与政策,为我国发展文化产业的发展指明了方向。

目前,我国仍处于社会主义初级阶段。人民群众日益增长的物质与文化需要,同比较落后的生产力与文化供给不够一致、不够协调,是我们面临的主要矛盾。以制度创新推动文化产业的发展,对拉动内需和全面建设小康社会,都具有十分重大的意义。发展文化产业,已成为深化改革和健全市场经济体系的一个重要环节。我国的文化产业与整个现代化进程,具有不可分割的关联。随着经济的持续增长以及人民收入水平的不断提高,人们用于文化教育方面的费用越来越多,对文化产品和服务的质量要求也越来越高,并呈现出多元化的特征,从而产生了非公益性文化产业发展的巨大市场需求。随着数字化信息技术的发展,在广播电视、通信和计算机等行业出现了产业弥合现象,从而产生了促进文化产业发展的巨大动力。同时,全球化的冲击不断加剧,产生了弘扬优秀传

统文化、发展民族与本土文化产业的巨大压力。显然,大力发展我国文化产业,是我们在新世纪的一个重要发展理念,是实现中华民族伟大复兴的一个重要环节。

近几年来,我国文化产业呈现蓬勃发展的态势。据不完全统计,截至2003年底,文化部门主管的文化娱乐业、音像销售业、演出经纪与代理业、艺术品经营业等门类的产业单位有24.3万个,从业人员近100万人,固定资产达568亿元,年上交税金26.2亿元,创增加值148.9亿元。社会力量兴办的文化产业发展更为迅速,仅文化娱乐业,社会兴办的文化产业机构总数和从业人员总数达到公办文化单位的4.4倍以上,所创增加值达到4.1倍以上。我国的传媒业,已发展成为继电子信息业、制造业、烟草业之后的第四税利产业。

文化产业对增强我国综合国力和提高国际经济竞争力的作用日益凸现,已成为创造社会财富的一个新源泉和国民经济新的增长点,这引起了经济学界与社会各界的广泛关注。但我们不能回避这样一个事实,即中国文化产业依然比较落后。正如《2003年:中国文化产业报告》指出的,在现有社会条件下中国文化产业的发展起码会遭遇以下几点制约性因素。第一,低水平供求关系与非对称结构性的矛盾;第二,经营者众多但产业组织集约化程度不高;第三,我国传统的资源配置机制与市场化要求之间正形成尖锐矛盾;第四,中国文化产业发展的先进性要求与文化原创能力不足之间形成矛盾,资源潜力不能转化为产业实力;第五,WTO规则与现行中国文化产业政策支持系统之间存在着矛盾等。与文化产业的现状相对应,国内对该领域的理论研讨也处于起步阶段。

在这样的背景下,陈清华写了《社会主义文化产业论》一书。当我看到全书的清样,不禁为他的理论勇气与努力感动。这本书分上下篇,上篇是理论建构,下篇是行业分析。在理论探讨中,首先分析了我国文化产业的特性,阐述了发展文化产业的一般性原

则,探索了文化产业发展的基本规律,描述了文化产业的现状与特征。当人们对文化产业还不够了解的时候,需要对文化产业作一个全面的分析。本书关于文化产业比较系统的理论说明,对读者是有益的。同时,作者选择全球化的研究视角,富有新意。这不仅是当代学术研究的新趋势,也符合我国文化产业发展的实际。本书的另一个特色,是有针对性地提出了十条发展文化产业的具体措施。其中,对于演出、电影、信息网络、广告、会展、咨询、艺术作品、艺术培训等产业的分析,尤其具有应用参考价值。

本书引用的材料比较丰富。从这些材料出发,作者进行了不少有启发性的理论思考,但有些问题的探讨尚流于表面,还需要进一步深化理论认识。我很关注以下两个理论问题:

4

第一,是如何更明确地认识我国文化的特殊性。作者试图说明社会主义文化产业与资本主义文化的区别,这种意识是正确的。资金、科技、市场、创新等方面差异,只是两种社会制度下文化产业阶段性的特征。凡是文化产业,都有市场化的特征。社会主义文化产业,特殊性主要在于如何做好“社会主义”这一文章。社会主义初级阶段的文化产业,首要特征应是以民为本,能够满足多数人的文化需求;同时,具有健康、活跃的品质,能够鼓舞人民、凝聚人心、维护国家利益、培养理想与信念。社会主义的社会经济特征,是共同富裕;社会主义的文化特征,也是共同富裕,只是表现的方式不同,应是各个社会阶层与社会群体的文化需求都得到一定程度的满足。少数人的文化富有与多数人的文化贫困并存,则不是发展社会主义文化产业的目的,不是党与政府工作的宗旨。这是我最希望强调的一点。

第二,是如何更正确地认识我国文化产业发展的动力。当前,发展文化产业的推动力是政府转型,关键是体制创新。这样的看法,是正确的。文化产业的发展,需要经久不衰的动力。这个动力,不是别的,就是人民群众日益增长的文化需求。但是,把握多

样化的文化需求,不是一件轻而易举的事情,只有依靠市场才能认清与满足有效需求。因此,文化产业发展的动力,是市场机制。只有市场机制,才能充分调动全社会办文化的积极性,才能充分开发与利用各种文化资源,才能培育民族文化的国际竞争力。文化产业的内在机制,是让市场来激活需求、让市场来配置资源,就是市场机制。对于经济工作,我们曾经习惯于政府推动,而且是强政府推动,现正在不断优化市场推动与政府宏观调控的关系。对于文化工作,我们也已经习惯于政府推动,而且是强政府推动,现在需要在科学发展观指导下实现转型。怎么转型?政府应从主要“办文化”向主要“管文化”转变,走出一条法治的道路,依法规范市场秩序与引导文化市场。

期望本书能够为我国文化产业研究领域增添一份活力。

2004年7月于省社会科学院

自序

随着全球化时代的到来,文化作为一种产业,其发展越来越受到重视,不仅是因为发展壮大文化产业具有政治上的重要战略意义,而且因为它作为我国当前经济发展的一个重要的增长点具有无穷的潜力。文化产业在学理上是一个交叉学科的概念,具有两重性特征。一方面,它隶属于经济学领域,直接以利润追求和经济的增长为目的;另一方面作为观念形态的社会意识,是构成社会有机体的一个重要组成部分,以经济、政治为基础,同时也对经济、政治产生巨大的反作用。随着人类进入工业社会,物质生产和精神生产的规模便大大地扩大了。马克思在《共产党宣言》中描述过,“由于开拓了世界市场,使一切国家的生产和消费都成为世界性的了”。“物质的生产是如此,精神的生产也是如此”。文化生产得到了工业化的物质生产的支持,进一步市场化、世俗化和大众化。文化的产业化、规模化、国际化的趋势是人类社会文明进步的必经阶段,它要求我们要顺应时代要求,发挥自己优势,做大、做强文化产业。如何做大、做强文化产业是我们热切关注的一个现实课题。

深化改革,形成适应市场的文化产业发展机制。要大力鼓励和支持各类文化产业根据自身特点,深化内部管理体制,积极改革产业运作方式和竞争激励机制,增强自身造血功能,努力走出一条以文补文、以文强文的新路子。推进文化产业部门改革,重点是要建立科学的用人机制和分配激励机制,改身份管理为项目管理。对那些有实绩、有贡献的优秀文化人才和经营人才,实行多劳多得,优劳优酬。同时,要完善社会保障制度,逐步实行文化产业

部门从业人员的失业、养老、医疗等方面的社会化管理。对文化产业部门,可根据不同情况,实行分类管理。对于纯公益性文化产业部门,各级政府要在鼓励其在市场中自我充分发展的前提下,继续加大投入,给予财政保障,促进其稳步健康发展。对于可以通过产业方式进行经营的文化产业部门,各级政府要继续给予适度的财政补贴,扶持其健康发展。同时,要鼓励其积极开拓市场,通过多种渠道发展壮大自己。对于各种纯粹经营性文化产业部门,应通过纯市场化运作模式,实现运作机制的根本转变,同时要建立现代企业制度,使其真正成为“自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展”的经营主体,实行完全独立的经济核算。还要大力发展经纪人、代理机构、仲裁机构等文化产业中介服务业,完善文化市场服务体系,推动文化市场的繁荣与发展。

加大精神产品市场营销力度,提高市场占有率。经过近年来的改革实践,文化企事业单位市场营销观念有所增强。我们开始注意精神产品的成本,开始研究精神产品市场适销对路问题。但与生产企业高度重视市场营销相比,我们还有相当大的差距。各类经营性文化产业要下大力气加强精神产品的市场营销工作。各类文化企事业单位在明确自身经营目标的同时,必须切实改变“重生产、轻营销”的传统思维。要善于在竞争的市场环境中确定经营战略,敢于参加文化市场的竞争。要从自身的文化技术水平、精神产品生产状况、经营能力、员工素质等具体情况出发,在充分调研论证的基础上,根据总体经营目标,制定具体的营销策略。尤其要根据需求市场的变化,转换经营品种和开发新产品。发展文化产业,关键是要适应市场的消费需求,通过生产适销对路的精神产品来扩大市场占有率,提高经营效果。要建立和完善营销机制,积极引进或培养营销人才,特别要充分利用营销代理机制等现代营销方式,利用现代传媒和各种新技术手段,充分开拓国内外市场,努力使精神产品获得最大的社会效益和最佳的经济回报。

大力培植有文化底蕴、有知识内涵的新兴混合产业。发展文化产业,一方面,要坚持有我国特色的社会主义先进文化的前进方向,另一方面要将先进文化渗透到经济和社会生活的各个领域,促进文化与经济的紧密结合,推进文化经济一体化,为文化产业的加快发展开辟广阔的空间。随着经济发展和社会进步,物质产品艺术化、物质经济文化化的趋势正在加强,未来的新经济应当是也必然是高科技经济与高文化经济的有机统一。要积极探索先进文化、先进科技与经济、社会发展相衔接的思路、战略和措施。大力培植有文化底蕴、有知识内涵的新兴混合产业。要积极运用先进的文化、先进的科技改造传统产业,将文化渗透到工农业生产中去,提高产品的文化含量做好产品的文化包装工作,力争创出一批有文化吸引力的名牌产品,增强产品的市场竞争力。要积极运用先进的文化改造传统的服务业,将文化渗透到饮食、医疗、保险等各项社会服务行业中去,力争使服务领域负载丰厚的文化内涵,传达丰富的文化信息。要积极运用先进的文化、先进的科技改造各类教育基地,办出一批富有知识含量和人文精神的科普宫、文化宫、纪念馆等基地,吸引越来越多的人去参观学习,提高社会效益和经济效益。要顺应网络等新兴产业的发展要求,适时地开发以满足智力需求为宗旨的新兴精神文化产业,以不断培植新的经济增长点。

依托主导产业,发展相关产业,谋求产业合作。几年来,各地作为文化产业主导的报刊经济、广电经济、文艺演出、体育服务业、教育服务业以及其他各项社会事业正呈现出良好的发展态势,初步具备了规模和实力,形成了一定的优势。文化产业坚持突出主导产业,并依托主导产业,积极发展相关产业,主动谋求产业合作,是做大、做强文化产业的一条比较可行的路子。积极推进报刊的集约化经营,着力发展广告等主业经营,拓展其他三产等非主业经营,使报刊经济稳步向前发展。发挥广电产业合并重组后的实力

优势,积极创造条件,完成广电设备的更新改造和升级,以现有的广播、电视和网络为主体,创办展销、广告、网络信息、服务、办报以及其他三产等多种产业。同时要抓好文化信息业、电影业、教育服务业、体育服务业、科技产业的联合,发挥各自优势,培植亮点,寻求产业突破。要主动谋求产业合作,积极开展招商引资活动,寻求与经济部门以及其他有投资文化意向的企业合作,既为经济建设服务,又为自身发展服务,学会“介入经济,文化唱戏”。

陈清华

2004年5月8日夜于南京大学南园

目 录

| | |
|-----|--------|
| 序 言 | 宋林飞(1) |
| 自 序 | 陈清华(5) |

上篇 理论建构

| | |
|---------------------------------|------|
| 导 言 | (2) |
| 第一章 从文化到社会主义文化产业:理论探讨 | (4) |
| 第一节 文化与文化产业 | (4) |
| 第二节 社会主义文化产业的特征与运行机制 | (16) |
| 第二章 异军突起:社会主义文化产业的现状分析 | (31) |
| 第一节 文化产业近年来异军突起的原因 | (31) |
| 第二节 改革开放后我国文化产业的现状与特征 | (34) |
| 第三节 我国加入世界贸易组织对文化产业的双重影响 | (41) |
| 第三章 机遇与挑战:全球化进程中的社会主义文化产业 | (51) |
| 第一节 发展社会主义文化产业的紧迫性 | (51) |
| 第二节 新形势下发展文化产业面临的制约因素、机遇 和挑战 | (58) |

目 录

| | |
|------------------------|------|
| 第三节 社会主义制度下发展文化产业的指导原则 | (65) |
|------------------------|------|

| | |
|------------------------|------|
| 第四章 制度创新:社会主义文化产业的发展趋势 | (72) |
| 第一节 发展文化产业的前提:观念转变 | (72) |
| 第二节 发展文化产业的推动力:政府转型 | (75) |
| 第三节 发展文化产业的关键:体制创新 | (80) |
| 第四节 发展文化产业的着力点:设施建设 | (84) |
| 第五节 发展文化产业的具体措施:配套改革 | (90) |

下篇 行业分析

| | |
|-----------------------|-------|
| 第五章 报刊服务业 | (104) |
| 第一节 报刊服务业面临的挑战 | (104) |
| 第二节 发展报刊服务业必须遵循的原则 | (106) |
| 第三节 必须实行以体制创新为核心的全面改革 | (107) |

| | |
|----------------------|-------|
| 第六章 出版发行服务业 | (113) |
| 第一节 概说 | (113) |
| 第二节 加入世界贸易组织带来的机遇和挑战 | (114) |
| 第三节 发展出版发行服务业必须遵循的原则 | (116) |
| 第四节 发展出版发行服务业的建议 | (118) |

| | |
|----------------|-------|
| 第七章 广播电视、电影服务业 | (127) |
| 第一节 广播电视服务业 | (127) |
| 第二节 电影服务业 | (146) |

| | |
|------------------|-------|
| 第八章 文化艺术服务业····· | (160) |
| 第一节 演出服务业····· | (160) |
| 第二节 艺术作品服务业····· | (175) |
| 第三节 艺术培训服务业····· | (189) |
| 第九章 信息网络服务业····· | (201) |
| 第十章 其他文化服务业····· | (217) |
| 第一节 广告服务业····· | (217) |
| 第二节 会展服务业····· | (228) |
| 第三节 咨询服务业····· | (239) |
| 第四节 教育服务业····· | (254) |
| 第五节 体育服务业····· | (270) |
| 主要参考文献····· | (287) |
| 后 记····· | (292) |

上篇 理论建构

导 言

党的十六大报告明确指出,“发展文化产业是市场经济条件下繁荣社会主义文化、满足人民群众精神文化需求的重要途径。”我国的文化产业悄然兴起于 20 世纪 80 年代。改革开放 20 多年来,我国经济持续发展,人民生活水平不断提高,人们用于文化教育方面的消费支出越来越多,对文化产品和服务的质量要求也越来越高,并呈现出多元化、多层次的趋势,这就产生了非公益性文化产业发展的市场需求,文化产业也随着市场经济的蓬勃发展而日益发展壮大。国家对发展文化产业越来越重视,中国共产党在十五届五中全会上通过的《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》中第一次明确提出了“文化产业”这个新概念。国家文化部在 1998 年机构改革中特意增设了文化产业司,从中央到地方的文化、教育、经济、理论界,纷纷对文化产业问题开展了研究。近几年来,我国文化产业尽管起步较晚,但已呈现蓬勃发展的态势。据不完全统计,截至 2003 年底,文化部门主管的文化娱乐业、音像销售业、演出经纪与代理业、艺术品经营业等门类的产业单位有 24.3 万个,从业人员近 100 万人,固定资产达 568 亿元,年上交税金 26.2 亿元,创增加值 148.9 亿元。社会力量兴办的文化产业发展更为迅速。1990 年社会力量兴办的文化产业在总量上还远远小于政府兴办的文化单位,到 2003 年,仅文化娱乐业、社会兴办的文化产业机构总数和从业人员总数就已达达到公办文化单位的 4.4 倍以上,所创增加值 4.1 倍以上。据统计,我国传媒业已成为继电子信息业、制造业、烟草业之后的第四税利产业。文化产业