

# 当代文化产业 发展概论

周磊 杜滇峰 著



河北人民出版社

# 当代文化产业 发展概论

周磊 杜滇峰 著

河北人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

当代文化产业发展概论 / 周磊, 杜滇峰著. -- 石家庄: 河北人民出版社, 2017.6

ISBN 978-7-202-12090-3

I. ①当… II. ①周… ②杜… III. ①文化产业—产业发展—研究—中国 IV. ①G124

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第152278号

---

书 名 当代文化产业发展概论  
dangdai wenhuachanye fazhan gailun

著 者 周 磊 杜滇峰

---

责任编辑 付 聪

美术编辑 李 欣

封面设计 秦春霞

责任校对 余尚敏

---

出版发行 河北人民出版社(石家庄市友谊北大街330号)

印 刷 河北新华第二印刷有限责任公司

开 本 787毫米×1092毫米 1/16

印 张 9.75

字 数 160 000

版 次 2017年6月第1版 2017年6月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-202-12090-3

定 价 20.00元

---

版权所有 翻印必究

## 前 言

文化产业是文化的具体形态，也可以说是一个国家和民族文化形态的具体载体。随着社会的不断发展，文化产业正以全新的方式改变和影响着中国社会的发展，也正努力成为中国经济重要的增长极。基于此，本书从宏观角度对当代文化产业发生发展的理论基础、历史背景、思想源流、产业构成、重点论域和未来趋势做出扫描、分析与透视，让读者能够全面了解和掌握文化产业的相关知识。

我国文化产业由于总体起步晚，市场发育度低，没有健全的文化产业人才培养、流动和奖励机制等，所以本书在研究文化三大产业结构发展演变的规律与趋势的基础上，分析了大竞争时代的文化博弈、产业基地建设和市场条件下的文化艺术保护，希望给我国文化产业的健康发展提供理论基础。

本书作者周磊，就职于河北省艺术研究所，从事文化艺术综合研究工作。近些年对社会文化产业领域进行了重点研究，并取得了重要成果。在本书中这些观点和见解将一一进行展现。周磊1982年5月出生，中国共产党党员，助理研究员，2011年7月在北京大学艺术学院艺术学（文化产业管理方向）专业完成研究生课程进修。曾参与多项文化部重点课题、省社科联民生调研课题、省文化艺术科学规划项目等，在核心和省级以上学术期刊发表文章20余篇，取得了丰硕的成果。

本书作者杜滇峰，1977年9月出生，中国共产党党员，副研究员。现任河北省艺术研究所剧目工作室副主任。从事戏剧理论和文化艺术综合研究工作。曾主持和参与了国家社科基金、文化部重点课题、省社会科学基金项目、省

文化艺术科学规划项目等10余项科研课题；在全国中文核心期刊和省级以上学术期刊发表论文20余篇；获得河北省“文艺振兴奖”、河北省社会科学优秀成果奖三等奖、河北省戏剧节优秀编剧奖等多个奖项。在本书中，其结合自身所长，将自身观点进行了综合阐述和分析。

# 目 录

## 第一章 文化产业综述

- 第一节 文化产业的内涵与外延 / 1
- 第二节 文化产业的 价值分析与时代特征 / 5
- 第三节 文化产业与创意产业的有机融合 / 16
- 第四节 文化产业与文化资源 / 28

## 第二章 文化产业的发展概况

- 第一节 文化产业的发展规律 / 32
- 第二节 国外文化产业的发展经验 / 35
- 第三节 我国文化产业的特殊性 / 41
- 第四节 我国文化产业的瓶颈分析 / 49

## 第三章 文化产业的生产与营销

- 第一节 文化产业的生产模式 / 70
- 第二节 文化创意与市场策划 / 82
- 第三节 文化产业的营销策略 / 88

## 第四章 文化产业的监督与管理

- 第一节 文化产业的体制改革 / 96
- 第二节 文化产业的法律规范 / 104
- 第三节 文化产业的政府管理 / 109
- 第四节 文化市场的消费引导 / 114

## 第五章 文化产业的转型与创新

第一节 文化创意产业的时代背景 / 119

第二节 文化创意产业的发展方向 / 127

第三节 文化创意产业的培育与管理 / 132

## 第六章 文化产业的学科建设与人才培养

第一节 文化产业的专业学科设置 / 136

第二节 文化产业的人才培养 / 142

第三节 文化产业的师资建设 / 147

参考文献 / 150

# 第一章 文化产业综述

## 第一节 文化产业的内涵与外延

文化产业这一术语产生于20世纪初期，最早出现在霍克海默和阿多诺合著的《启蒙辩证法》一书中，它是一种特殊的文化及经济形态，联合国教科文组织给予的定义如下：文化产业就是按照工业标准，生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。具体而言，文化产业的主要活动为生产或提供精神产品，主要目标为满足人民的文化精神需求，重点领域在于对文化本身的创作和销售，包括对文学艺术作品、音乐作品、摄影作品、舞蹈作品、工业设计作品与建筑设计作品的创作与销售等。

### 一、文化产业的内涵

近年来，随着社会生产力的迅速发展以及人民生活水平的大幅提升，文化产业也获得了越来越广泛的关注。文化产业究竟是什么？它有着怎样的内涵与外延？它的产业分类是怎样进行的？

就实践层面而言，基本上所有与“文化”相关的以及冠以“文化”二字的产业或部门，都可以被视为文化产业的一部分。从这个意义上来讲，文化产业是一个繁复庞杂、无所不包的巨大体系。从理论层面来看，文化产业与文化密不可分。众所周知，“文化”是一个多内涵、多层次的概念。广义的文化是指人类创造的一切物质产品和精神产品的总和。《美国传统词典》的相关阐述是：“人类群体或民族世代相传的行为模式、艺术、宗教信仰、群体组织和其他一切人类生产活动、思维活动的本质特征的综合。”狭义的文化则指语言、文学、艺术及一切意识形态在内的精神产品。与文化类似，文化产业也是一个极为宽泛而又相当模糊的概念。党的十六大在全面部署建设小康社会和宏伟蓝图时，从理论与实践的结合上系统地提出了文化产业的概念，它既是对马克思

主义文化理论的丰富和发展，也是我们发展文化产业的科学指南。党的十六大报告在“文化建设和文化体制改革”这一章节针对发展文化产业的问题进行了专门阐释，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。……应当完善文化产业政策，支持文化产业发展，增强我国文化产业的整体实力和竞争力。”

总而言之文化产业是从事精神文化产品生产、流通，提供以文化为内涵的各种服务与经营的活动或部门的综合，特征是以产业文化作为手段来发展文化事业，以文化为资源来进行生产，向社会提供文化产品和服务，目的是满足人民群众日益增长的精神文化生活需要。

另外，准确理解文化产业的内涵，还要理清文化产业与文化事业以及信息产业的关系。文化产业与文化事业是文化建设过程中相互交叉而又相对独立的两种形态，在运作方式层面有很大差异：文化事业是一种社会公益事业，是向社会提供公共产品和公共文化服务的非盈利活动，尽管活动过程中会有一定的经济收益如门票收入等，但这些收入远不能达到其从事文化活动和艺术生产所付出的成本，其运作资金主要来源于政府拨款，主体行为是非赢利活动。文化产业是活动主体用产业方式进行运作、以赢利为目的的经济活动，如娱乐业、电影电视业、出版业、音像业等都是文化产业的重要组成部分。简单来说，文化事业是靠政府扶持、社会赞助，为公众提供公共文化服务；文化产业则面向市场，依法经营，自我提升，是社会发展到一定阶段文化与经济逐步融合的产物。两者的目的都是满足人民群众日益增长的精神文化需要。

随着高新技术的发展，信息产业与文化产业达到了全面互渗的境界，成为互为表里的现代社会的支柱产业。数字技术的崛起为与信息有关的一切产业提供了统一平台，大众传媒（新闻、出版、广播、电影、电视、音像等）、通信（电话与无线通讯），以及信息业（计算机与网络）也因此相互融合和渗透，为共同的“用户”提供服务。不过，两者的内涵界限仍是分明的。信息产业特指以电子计算机、电子通信及网络技术为载体的新兴产业。利用现代高新技术进行信息传播的领域如证券业、银行业、计算机网络业、电子通信业等均不属于文化产业的范畴。

## 二、文化产业的范围

文化产业的范围是随着国家管理体制改革和社会主义市场经济发展而不断变化的。2004年，国家统计局与中宣部及国务院有关部门共同研究并制定了《文化及相关产业分类》，从国家有关政策方针和课题组的研究宗旨出发，结合我国的实际情况，将文化及相关产业概念界定为：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。同时，该文件把文化产业的范围限定为：

1. 为社会公众提供实物形态文化产品和娱乐产品的活动，如书籍、报纸的制作、出版、发行等。
2. 为社会公众提供可参与和选择的文化服务和娱乐服务，如广播电视服务、电影服务、文艺表演服务等。
3. 提供文化管理和研究等服务，如文物和文化遗产保护、图书馆服务、文化社会团体活动等。
4. 提供文化、娱乐产品所必需的设备、材料的生产和销售活动，如印刷设备、文具等生产经营活动。
5. 提供文化、娱乐服务所必需的设备、用品的生产和销售活动，如广播电视设备、电影设备等生产经营活动。
6. 与文化、娱乐相关的其他活动，如工艺美术、设计等活动。

其中，提供文化产品（如图书、音像制品等）、文化传播服务（如广播电视、文艺表演、博物馆等）和文化休闲娱乐（如游览景区服务、室内娱乐活动、休闲健身娱乐活动等）的活动，构成文化产业的主体；与文化产品、文化传播服务、文化休闲娱乐活动有直接关联的用品、设备的生产和销售活动以及相关文化产品（如工艺品等）的生产和销售活动，构成文化产业的补充。

国家统计局还将文化产业细分为文化产业的核心层（包括：新闻服务，出版发行和版权服务，广播、电视、电影服务，文化艺术服务）、文化产业的外围层（包括：网络文化服务、文化休闲娱乐服务、其他文化服务）和文化产业的相关层（包括：用品的生产和销售，如文具、乐器、玩具、印刷纸张、书写纸张、空白磁带、空白光盘、电影胶片、照相器材、摄影胶卷、游艺器材等的生产和销售活动；设备的生产和销售，如新闻采编设备、广播设备、专业电视

设备、电影设备、印刷专用设备、电视机、光碟机、收录机、音响设备等的生产和销售活动；相关文化产品的生产和销售，如工艺品、摄影作品、专业设计等的生产和销售活动）。

2006年9月《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》，再次确定了重点发展的文化产业门类，针对以下九类提出发展要求：

1. 影视制作业。发展影视内容产业，提升电视剧、非新闻类电视节目和电影、动画片的生产能力，扩大影视制作、发行、播映和后产品开发，增加数量，提高质量，满足多种媒体、多种终端发展对影视数字内容的需求。

2. 出版业。推动产业结构调整和升级，加快从主要依赖传统纸介质出版物向多种介质形态出版物共存的现代出版产业转变，从主要依赖区域性市场向综合开拓国际国内市场转变。培育一批具有较强竞争力和实力的出版企业集团，打造一批社会效益和经济效益显著、具有较强影响力的出版品牌。

3. 发行业。支持出版物发行企业开展跨地区、跨行业、跨所有制经营，重点发展连锁经营、现代物流和网络书店等现代出版物流通系统，形成若干大型发行集团，建设全国统一、开放、竞争、有序的出版物市场。

4. 印刷复制业。发展高新技术印刷、特色印刷和光盘复制业，建成若干各具特色、技术先进的印刷复制基地，使我国成为重要的国际印刷复制中心。

5. 广告业。发挥各类媒体的作用，积极促进广告业的健康发展，努力扩大广告产业规模，提高媒体广告的公信力，广告营业总额有较快增长。

6. 演艺业。推进营业性演出单位资产重组，发展演艺经纪商，加强演出协作网络建设，形成一批大型演艺产业集团。

7. 娱乐业。发展电子娱乐业，开发具有民族特色、地方特色、健康向上和技术先进的新兴娱乐方式，创新娱乐业态。鼓励连锁娱乐企业的发展。运用高新技术改造传统娱乐设施，加强文化娱乐主题园区建设。

8. 文化会展业。发展各类综合及专业文化会展，重点支持覆盖全国并具有国际影响的文化会展，办好2008年北京奥运会、2010年上海世博会的相关文化活动及会展，使文化会展业成为促进我国文化产业发展的平台。

9. 数字内容和动漫产业。积极发展以数字化生产、网络化传播为主要特征的数字内容产业。加快发展民族动漫产业，大幅度提高国产动漫产品的数量和质量。积极发展网络文化产业，鼓励扶持民族原创的、健康向上的网络文化产

品的创作和研发，拓展民族网络文化发展空间。

从文化产业在国外的发展情况来看，其范围包括文化艺术业、广播电视业、新闻出版业、信息网络服务业、教育业、旅游业、体育业、广告业、会展业、咨询业等，与我国的范围界定基本一致。

## 第二节 文化产业的價值分析与时代特征

文化产业正深刻地改变着当今世界文化建设的发展形态，对社会发展以及国家战略的实现及创新产生着深刻影响。如今，构建创新型文化体制，打造创造和谐社会，已经成为我国文化产业发展的主要指南，文化产业已经成为经济增长的重要方式，也面临着自身增长与突破的战略转移。建立起以版权产业为核心的文化产业创新体系，势必将成为我国文化产业发展的主流，并成为衡量我国文化产业综合实力的重要指标。因而，是否可以把与文化产业相关的一切积极成果转化成为可供人民群众进行公共文化消费的文化产品与文化服务，把文化效益转化成为经济效益与社会效益，为社会的公正、公平、正义提供价值标准，为公民的精神文明提供精神支持，就成为我国文化产业发展战略的崭新价值取向。

### 一、文化产业的價值分析

#### （一）文化产业是综合国力提升的重要促进因素

文化是综合国力的重要构成要素，而文化产业则是国民经济的重要组成部分。当然，经济和文化的发展并不是相互独立的，要构建面向现代化、面向世界、面向未来的社会主义文化产业，就必须科学理解和全面把握文化产业的发展走势与时代特征，确立经济与文化发展的一体化趋势。

目前，文化产业的发展呈现出一个日趋显著的特征，即“文化的经济化趋向”以及“经济的文化化趋向”。所谓“文化的经济化趋向”，就是把文化的商品属性剥离出来，使文化要素促进经济增长的积极促进因子成为现代生产力的重要组成部分。所谓“经济的文化化趋向”，就是在经济与文化的一体化发展过程中，两者相互交融、相互作用，文化在经济活动中的地位越来越显著，经济生产的核心从物质领域拓展到精神领域，促成市场经济条件下具备崭新内

容特质的经济综合形态。经济全球化使文化产业在综合国力竞争中的重要作用愈发突显，在全球化的趋势下，各国之间在经济方面的相互依存度不断提升，其文化市场也日趋国际化。当今世界，综合国力的竞争不仅局限于经济实力、科技实力、国防实力等方面的竞争，同时也包括文化实力的较量。文化产业作为国民经济的重要组成部分，毫无疑问已经成为展现各国综合国力的重要内容，文化经济也已成为影响世界经济格局的重要力量。另外，文化资本的全球性流动将成为主宰国际文化产业格局变动、世界文化市场走向以及国际文化产业秩序的新生力量。比如，以美国为首的西方文化强势国家依靠科技实力与市场运作的竞争优势，将其自身的强势文化市场延伸到全球各个角落。由此，它们一方面获得了来自文化市场的丰厚利润，包括电影产业、娱乐产业、图书产业、音像产业、文化旅游产业、新闻出版产业、体育文化产业等；另一方面，则获得了在信息、电脑、软件、网络、卫星传送等高科技方面的巨大优势。所以，文化产业的持续健康发展不仅是经济增长与财富积累的重要途径，还是综合国力提升的重要促进因素。

## （二）文化产业对构建和谐社会具有特殊

文化是和谐社会的灵魂，是以人为中心对外部世界认识和体验的总结，只能为人所创造，又为人的需求所服务。在社会与人全面发展进程中，文化的影响和作用越来越突出。文化产业作为市场经济条件下文化建设的新型形态，对构建和谐社会具有特殊意义。文化与经济社会、科学技术相结合形成的文化产业，则对构建和谐社会的作用更直接，更显示着时代特征。在我国，发展文化产业，是繁荣发展社会主义文化的重要载体，也是扩大内需、满足人们日益增长的多样化、多方面、多品种和多层次的精神需求的必然途径，我们在文化产业建设的过程中，应当注重体现以人为本的精神，维护广大人民群众的根本文化利益。

### 1. 发展文化产业有助于缓和人社会之间的矛盾

当前，我国社会正在朝向市场经济的方向转化，处在“黄金发展期”和“矛盾凸显期”。社会结构、利益关系调整所带来新的不和谐因素，特别是人的不和谐因素，成为构建和谐社会的主要障碍。要解决这些问题，进一步激发社会发展活力，离不开对文化产业的建设和完善。“以文教化”是文化的重要含义，在现代文化的概念中，文化是法律制度以外调整人际关系、促进社会和

谐的有效手段。发展文化产业对构建和谐社会有着不可替代的“润滑”作用和促进作用。它有利于形成适应和谐社会的道德规范。道德的认同和行为的调适，有利于人和社会共同发展，先进的文化能够以其强烈的感染力、促进力和约束力，以“润物细无声”的形式影响着大众，潜移默化地熏陶着人民。社会基本道德规范的养成，对和谐的人际关系的形式有着不可低估的引领和促进作用。另外，它也有利于提高民族的共融性和凝聚力。先进的文化对坚定信心、凝聚力量、促进发展、维护稳定有着重要作用，为经济社会又好又快地发展提供强大思想保证、精神动力和舆论支持。民族的共融性和凝聚力是实现国家稳定的前提。只有当社会所倡导的主体价值观、道德观和行为规范被社会成员认同和遵循，社会才不会出现核心价值观的冲突。我国古代就倡导“修身、齐家、治国、平天下”，要求个人不仅要对自己负责，更要对社会负责、为国家服务，由此可见文化产业建设对于社会“大同”的作用。如今，文化产业建设对于构建安定有序的和谐社会，实现团结一心、众志成城，保证全面建设小康社会的新胜利，实现中华民族伟大复兴等，都具有十分重要的激励作用。

## 2. 发展文化产业有助于缓解人与自然之间的矛盾

文化资源是人的智力的组合，其自然成本几乎为零，投入和产出的比例更加可观。与其他资源类型相比，文化资源取之不尽、用之不竭，而且挖得越深，它就越精彩、越丰富。所以，以文化产业促进经济发展，能够显著减少人们对自然资源的依赖。文化产业既是绿色经济又是循环经济，我国正处于从传统工业向现代工业的转型时期，工业生产发展对自然资源的依赖程度很高，近年来出现的全球性生产能源短缺等问题，对经济发展产生严重制约，高能耗、高污染的经济增长方式急需转变。哥本哈根联合国气候变化大会使人们清醒地认识到全球必须共同采取行动，遏制大气中二氧化碳浓度的上限，这是关系到“这个星球上有人居住与从此荒芜”的重大决策，倘若不采取减排，人类必将面临遭遇灭绝的危机，节能减排已经成为全球的共鸣。在该背景下，绿色生态的文化产业应运而生。文化产业是文化元素与高新技术相结合的产物，主要依赖于高新技术和人力资源，对自然资源的占有、消耗和污染极少，被称为绿色GDP，这无疑有助于缓解我国经济发展中人与自然的不和谐状态。此外，发展文化产业可以直接拉动其他经济类型的发展和转型。人们对于文化产品的消费是一种弹性很大的持续性消费，能不断刺激人的消费欲望，是循环经济的重要

交流，是其他消费类型所无法比拟的。人类的精神需求永无止境，这就决定了文化消费的巨大空间，相应地，文化产业也因此拥有巨大的市场机遇。近年来我国年均文化产业产值达到1万亿人民币甚至更多，涵养了税源，提供了众多的就业机会，成长为经济增长的新亮点。文化产业关联度大、产业链长，带动作用显著，发展文化产业能够带动相关产业的成长与进步。一台成功的演出，涵盖创作人员、演出场所、经纪机构、演员本身，直至服装道具等生产企业都受益。文化产业作为第三产业的重要组成部分，对旅游业、服务业的带动作用毋庸置疑的。文化产业的信息产品还有助于加快信息化带动工业化的进程，为拓展经济发展空间、保持经济可持续发展积蓄了后劲。

### 3. 发展文化产业是推动社会进步的动力

文化产业能够为社会的建设和发展提供原始动力。文化决定着人的价值取向，决定着社会发展的终极目标，是人类行为最原始、最持久的动力。文化产业的发展，有益于启迪心智、陶冶情感、砥砺意志、激励理想，这种力量的凝结就是参与社会主义事业建设的原始动力。文化产业的发展能够为构建和谐社会提供精神动力，文化作为一种成果，融于整个经济、政治、社会建设的脉络之中，起着积极推动作用。只有动心、动情地尊重每个人的价值，减少社会矛盾，才能达到真正意义上的和谐；只有促进个人对社会、对群体的认同感和热爱度，才能调动方方面面参与社会主义事业建设的积极性和主动性；只有大力弘扬与时俱进的时代精神，让尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造成为全社会的共同理念，才能使人民群众始终保持昂扬向上的精神状态，才能使经济社会发展的创造活力竞相迸发。发展文化产业还能为社会发展和进步提供直接的智力支持。科技发展和创新的目的是推动社会经济发展，科学文化的水平将直接影响着劳动生产率的提高，文化产业的发展有利于加大文化育人力度，为社会发展提供源源不断的人才支持。事实上，我们所处环境、我们的工作、信息交流、娱乐活动无时无刻不受到文化的影响，“文化育人”所指的就是文化对人的智力支持，这种支持不但有助于公民获得知识、更新知识、应用知识，更可以为社会的长远发展奠定必要的教育基础，使社会具有更大的进步动力和可持续发展能力。

## 二、文化产业的时代特征

### （一）文化产业是内容产业

这是文化产业的最重要特征，具体是指文化产品所表现、反映和传播的思想观点、道德情感、风俗习惯、人文历史、故事情节、人物形象等等。对于文化产业而言，内容是灵魂，也是其最大的卖点，只有内容吸引人，相应的文化产品才会吸引人，文化产业才能得到人们的关注，继而获得预期的发展。

对于文化产业而言，内容的重要性主要体现在以下方面：

其一，内容对文化产业的经济效益具有决定作用。只要内容能够达到人民群众的心理预期，那么文化产品就有销路，文化产业也就能够获得预期的发展效果，赢得应有的经济效益。例如，《快乐大本营》是湖南卫视于1997年7月11日开办的一档综艺性娱乐节目，目前固定每周六晚黄金时段在湖南卫视播出，是湖南卫视上星以来一直保持的优秀品牌节目。栏目开办以来以新鲜的题材、多样的形式、清新的风格、新奇的内容广受好评，与很多同时代的娱乐节目相比，它更加注重知识性、趣味性、参与性、创新性，引领观众走向一个崭新的视听空间，20年来深受广大观众的喜爱。进入21世纪以后，中国的电视电影行业取得了长足发展，快乐大本营剧组看准时机，向电影行业进军，推出《快乐大本营之快乐到家》。这是一部由杭州蓝色火焰公司和湖南卫视合拍的影片，出演的除了《快乐大本营》的五位主持人何炅、谢娜、李维嘉、吴昕、杜海涛以外，还有杜汶泽、倪大红两位当红演员，讲述了神奇狗狗“乐乐”踏上流浪之旅，无意中卷入一群搞笑倒霉蛋的夺狗大冒险的故事。该影片于2013年1月15日在中国公映，作为中国历史上第一部宠物贺岁喜剧，在娱乐营销上获得了卓越表现，得到了广大观众的青睐，并摘得“2012中国创新营销案例奖”的桂冠。在全国影业院线公映中，该电影的影院场次排片量从首日的不足10%呈阶梯式跳跃，最高达到30%，首映当天便以1200万元的票房成为当日冠军，上映7天累计票房1.27亿元，跻身全球票房榜前十名，票房总计1.5亿元，成为2013年上映电影的票房“黑马”。究其根本原因，该影片之所以能够获得票房佳绩，主要在于影片内容注重观众的情感体验，制作开发了适合观众心理需求的电影产品。该案例也从侧面说明，内容能够决定文化产业的经济效益，唯有在内容上满足人民群众的各种需求，才能为大众所喜欢和接受，才能获得好的

销路。所以我们认为，文化产业就是要打造出一系列内容好、故事好的产品来吸引人、感化人，在提升人们内在精神境界的同时提高文化产业的经济效益。

其二，内容对文化产业的社会效益具有决定作用。文化产业的社会效益是指文化产业对社会所产生的作用和影响，主要表现为社会大众对于文化产品的评价与反响。文化产业的社会影响与其他任何事物一样，也具有两面性，既有积极促进的一面，也有消极延滞的一面。文化产业的任何内容，不论采用何种创新形式，归根结底都要满足人民群众不同层次的文化需求。那些集中了中华民族上下五千年优良传统的宝贵文化精品，对社会会产生积极而深远的影响；反之，那些腐朽封建的精神毒品和文化垃圾，对社会的消极影响也是不容忽视的。当今社会是影像的时代，优秀的电影电视作品，可以为几代人提供美好的精神食粮，然而，那些假、恶、丑的内容，则会对社会大众特别是青少年产生极为负面的影响，比如，个别电视节目美丑不分、以丑为美，以低俗、媚俗的内容吸引眼球，个别游戏作品以打打杀杀等暴力行为编制出看似充满英雄气概的景观世界，有的甚至利用淫秽图片及视频对感官的刺激作用来吸引青少年的关注，对青少年产生了不可估量的消极影响。这类文化产品既没有经济效益，也没有社会效益，是文化产业应当借助法律手段、道德手段和经济手段去竭力避免的。

内容对文化产业的经济效益和社会效益的决定作用说明，在文化产业，内容才是王道。因此，文化产业要以提升文化产品的质量为出发点和落脚点，以文化资源的开发与挖掘为途径与方向，以满足人民群众的精神文化需求为目标与任务。文化产业，一定要先文化，后产业，一定是先搞内容，再搞形式。文化产品的核心价值就是它的内容。

另外，我们必须明确，内容的能量性质与经济效益往往并不是一一对应的关系。充满正能量的文化“女神”在面对市场时有时会遭遇冷落，而善于乔装打扮的文化“婢女”有时却倍受青睐，这也就解释了为什么交响乐演奏厅、历史博物馆、书法会展馆门庭冷落，基础科学研究成果等学术性书刊很少有人问津，而肥皂剧、电子游戏等却让很多人趋之若鹜的尴尬状况。也就是说，具有正能量内容的文化产品并不一定具备良好的经济效益，而具有负能量内容的文化产品其经济效益也不一定不好。但可以肯定的是，好的文化产品其社会效益一定是好的，而负能量的文化产品其社会效益注定为负数。在文化产业的发