

culture industry

文化产业研究 (第2辑) 经济转轨中文化产业发展 市场、模式与规制

(国家社会科学基金重大招标项目资助)

顾 江 主编
东南大学出版社

文化产业研究丛书
主编/顾 江

国家社会科学基金重大招标项目资助

文化产业研究

(第2辑)

经济转轨中文化产业发展： 市场、模式与规制

顾江 主编

东南大学出版社

· 南京 ·

图书在版编目(CIP)数据

文化产业研究. 第2辑/顾江主编. —南京:东南大学出版社, 2008. 3

(城市文化产业丛书)

ISBN 978-7-5641-1148-9

I. 文… II. 顾… III. 文化—产业—文集
IV. G114-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 026877 号

出版发行: 东南大学出版社

社 址: 南京四牌楼 2 号 邮编: 210096

出版人: 江 汉

网 址: <http://press.seu.edu.cn>

电子邮件: press@seu.edu.cn

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 扬州鑫华印刷有限公司

开 本: 787 mm×1092 mm 1/16

印 张: 17

字 数: 314 千字

版 次: 2008 年 3 月第 1 版

印 次: 2008 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5641-1148-9/G·101

定 价: 39.00 元

本社图书若有印装质量问题,请直接与读者服务部联系。电话(传真):025—83792328

主 编 寄 语

一声爆竹,让逝去的成为永远的以往;一剪寒梅,使万象在绽放中笑迎新春。2008,当时间的车轮开始它新一圈转动的时候,《文化产业研究》又翻开了她新的一页……

《文化产业研究》是由南京大学国家文化产业研究中心、南京大学文化产业发展研究所和南京大学经济学院联合主办的、连续性的学术刊物。该刊融合了现代经济学、管理学、中文学、社会学、法学、艺术、历史学等多学科的理论和方法,自其面世以来,以其规范、严密、扎实的研究风格受到国内外学者的高度评价,正在成为我国文化产业学术研究的标志性交流平台。

《文化产业研究》(第二辑)是基于“转轨经济中文化产业发展的市场、模式与规制”主题,该主题的现实意义,旨在展示经济转轨中文化产业发展研究中的最新成果,进而探索文化产业发展的有效模式和对策建议。随着文化产业对 GDP 增长贡献率的不断加大,涉及文化产业领域的研究颇有风起云涌之势,总体来看,参与者众多,但是真正潜心研究进行理论创新,从多学科视角考察并能针对实践问题发言者尚不系统。本刊将秉承百年南京大学的浓厚学术氛围,厚积而薄发,努力为我国文化产业发展和文化体制改革提出理论创新和战略思路。我们相信《文化产业研究》系列研究成果最终能够成为文化产业学术研究的前沿阵地,从而为丰富中国特色的文化产业理论增添亮点。

《文化产业研究》系列研究成果谨向各位专家、学者提供一个学术展示和交流的平台,诚恳广泛接受国内外学者的自由投稿,采用双向匿名审稿制度,主要发表原创性的规范和实证研究的学术论文,以及案例、综述和评论性的文章。在此向关心支持本刊发展的各界同仁们致以衷心的感谢!



《文化产业研究》编辑委员会

顾 问 洪银兴 张异宾

主 任 刘志彪

编 委 (以姓氏笔画为序)

王永贵 叶 皓 刘志彪

沈坤荣 李有根 张异宾

张二震 张志强 范从来

周晓虹 洪银兴 赵曙明

顾 江 梁 勇 裴 平

主 编 顾 江

执行主编 郭新茹

副 主 编 咎胜锋 胡 静

编 辑 赵 凌 梁 君 谭 军

本刊主办单位

南京大学国家文化产业研究中心

南京大学文化产业发展研究所

南京大学经济学院

主编顾江简介

顾江：南京市人，1965年出生，南京大学经济学院教授，博士、博士生导师，文化部南京大学国家文化产业发展研究中心常务副主任，南京大学文化产业发展研究所所长，南京大学公司与证券研究所执行所长，江苏省宏观经济学会常务理事、江苏省价格协会常务理事、美国伊利诺大学客座教授（1999.07 ~ 2000.08）、美国哥伦比亚大学访问教授（2004.11 ~ 2005.02）。长江三角洲经济社会发展研究中心兼职教授。目前与美国、加拿大和法国都有合作项目。

顾江教授长期从事文化产业经济与公司战略经济学方面的研究。现主持2006年度国家社科基金重大项目《经济转轨中的文化体制改革与文化产业发展研究》，中国国家教育部博士基金重点项目《科技型企业资信评级指标体系与评估模型》课题研究，文化部课题《长江三角洲地区区域文化市场一体化过程中市场分割与非经济壁垒》。近年来在结合中国实情的条件下，对文化产业理论和实践进行了深入系统的研究，并取得丰硕的成果。在《经济研究》、《世界经济》等重要刊物发表论文218篇，代表著作有《文化产业经济学》、《规模经济论》；先后主持江苏省文化产业发展规划编制研究、江苏省和南京市“十一五”文化产业重大招标课题研究。主持国家、部、省、市科研项目52项，已出版专著和教材26部（含合作）。研究方向：文化产业、公司战略经济。

目 录

第一专题 市场与贸易

长江三角洲文化市场一体化水平研究	顾 江(2)
国际文化贸易格局下的中国文化出口策略	李怀亮(14)
西部民族地区文化产业的定位与发展路径	
——以云南为例	李炎、侯丽萍(21)
区域文化竞争力评价指标体系研究	陈友华(32)
“文化折扣”与中国对外文化贸易的产品策略	闫玉刚、郭新茹(49)
论艺术品价值价格形成机制与投资策略	胡 静(57)
作为空间再生产手段的文化产业	
——解读文化产业的一种消费社会视角	陆 远(66)
文化产品市场体系改革研究	韩顺平、陈文长、项志明(75)
略谈山东文化产业发展的几个问题	王继训(89)
我国文化消费影响因素的实证分析	陆 彪、郝 捷(99)

第二专题 战略与模式

从迈克尔·波特竞争战略看国内院线的发展形态	徐海龙(111)
融入文化因素的钻石模型研究	
——以印刷复制业为例	(咎胜锋、梁 君(121)
电视剧产制模式与国际竞争力关系的比较研究	朱春阳(128)
入世后中国电影产业竞争力研究初探	陈海宁(143)
中外动漫产业链模式分析	王广振、王 爽(154)
论文化创意产业的主体培育策略	
——以南京为样本的基本判断	李程骅(165)

转轨经济中的文化体制改革和文化产业研究

我国省际旅游业综合发展实力比较研究

——兼论江苏旅游业的发展 侯祥鹏(175)

产业集群视角下的印刷工业园区发展研究 吴明春、宋 丽(184)

符号价值视阈下的非物质文化遗产保护产业化运作研究

..... 李 昕(193)

第三专题 规制与机制

当前盗版与反盗版的现状与若干治理建议 张志强(202)

基于系统耦合的休闲产业变迁分析 谭 军(213)

突破城市广电集团事业属性与产业发展的困局 陈 炜(223)

有线数字电视公共节目定价中的机制设计 赵 凌、王道德(234)

传媒制度绩效评价:思路、框架与方法 丁和根、耿修林(241)

我国文化产业发展的动力、政策与管理机制研究 胡小武(251)

第一专题

市场与贸易

长江三角洲文化市场一体化水平研究

顾 江^①

【摘 要】 文化产业发展既是大力转变粗放型经济增长方式的要求,又是产业结构升级的需要。但由于体制转轨和历史遗留等原因造成长江三角洲文化市场一体化水平程度不高,且这些市场分割因素将会严重阻碍长江三角洲文化产业的进一步快速发展。本文从文化产业经济学视角,采取层次分析法(AHP),通过准则层、领域层、指标层三个层次指标的划分来确定指标体系的结构,并结合德尔菲法请有关专家确定各项指标的权重,构建长江三角洲文化市场一体化综合评价体系对长江三角洲文化市场一体化进程和水平进行研究,进而提出若干政策建议。

【关键词】 文化市场 一体化 指标体系

一、文化市场一体化的背景分析

文化产业作为具有可再生性和高附加值的新兴产业近年来在我国迅速发展。党的“十六大”、“十七大”报告都明确把发展文化产业、繁荣社会主义文化市场放在重要位置,并作为重点工作常抓不懈。特别是党的“十七大”报告中明确提出:建设和谐文化,重视新闻出版、广播影视、文学艺术事业的发展,重视城乡、区域文化协调发展,这更是对建设文化市场一体化的积极鼓励与支持。

相对于文化产业的蓬勃发展,由于经济转轨和体制变革等方面的原因,我国的省域市场间隔却越来越大。桑德拉·庞赛特(Poncet, 2001)指出:在中国改革政策实行的过程中,一大批互相隔离的地方性市场已经形成,它们受到诸多非贸易壁垒的保护,如发放许可证制度和“只允许购买本地产品”

^① 顾江,江苏南京人,南京大学商学院教授、博士生导师,南京大学国家文化产业研究中心常务副主任,南京大学文化产业发展研究所所长。

的规定等。同时,在诸如工商等市场管理和行政执法部门中也存在着一定的造成市场壁垒的因素。在中国加入 WTO 及对进口产品开放国内市场之后,大部分国内产品(包括外国公司在中国投资设厂生产的产品)的销售仍然面临各省之间大量贸易壁垒的重重阻碍。庞赛特认为“中国各省的国际一体化是与其国内市场逆一体化(分隔化)同步进行的”。庞赛特认为,在 1997 年,中国的跨省商品流通所遭受的贸易壁垒,相当于被征收了高达 46% 的“税制”;而在 10 年前,这一数值为 35%,而由此计算出来的中国跨省贸易的高达 46% 的税制率,几乎与欧盟成员国之间进行贸易时的税制率是同一水平,也几乎同美国和加拿大之间的税制率持平。从这一角度而言,中国几乎不存在一个全国统一的大市场,其各个省份之间的贸易壁垒之高,和许多主权国家之间的高税制水平不相上下。通过这一研究结果表明,中国在不断降低其进口国外商品税制的同时,国内各省份的贸易壁垒却持续提高,从而造成了严重的地区市场分割。

而在文化市场领域,由于部分文化产品如旅游产品等存在着天生的不可转移性,文化市场的一体化进程就更加困难,且这种不可转移性大大地增加了市场一体化水平评价的困难度。同时,长三角文化市场的趋同性也使得对文化市场某类产品(如同样级别的旅游景点)进行通常意义上的价格比较缺乏科学根据。鉴于此,本文构建长江三角洲文化市场一体化综合指标体系,并采取德尔菲法,从专家的专业分析角度与普调数据相结合对文化市场一体化做出较为科学、客观的评价分析。

二、长江三角洲文化市场一体化综合评价指标体系

(一) 构建指标体系的理论背景

波特在《国家竞争优势》一书中正式提出产业集群(industrial clusters)概念,并将其定义为:在特定领域中,一群在地理上临近、有交关联性的企业及相关法人机构,以彼此共同性和互补性相连接,并认为产业集群与区域市场的一体化之间存在紧密关系。正如长江三角洲区域一样,悠久的手工艺传统使得长江三角洲几乎各个城市都有其具有代表性的文化手工艺民俗产品,这也就在很大程度上促进了当地文化手工艺品市场一体化的发展。

中心地理论是市场一体化研究的另一重要理论基础。克里斯泰勒(W. Christaller)研究认为高等级的中心地周边总是有低等级的中心地作为其发展的支撑,同时高等级的中心地为周边地区提供较高等级中心商品的供给。但对于一个经济良性发展的区域而言,其内部的城市在数量、规模、空间结构等方面理应形成一个完整的系统,保持一定的系统性。长江三角洲区域即为

典型的中心地结构,形成了以上海、南京、杭州为顶点城市的完整的系统。

(二) 综合评价指标体系

根据文化市场一体化的概念与内涵,遵循指标体系构建的科学性、指导性、系统性、层次性等原则,结合有关专家的征询与反馈意见以及本文的研究目的,本文采用了静态与动态相结合的方法,分准则层、领域层和指标层构建综合评价体系。具体而言,准则层包括文化市场基础指数、文化市场分割指数和文化产业壁垒指数。在文化市场基础指数准则下本文分别列出了经济指数、环境指数和文化市场基本参数;在文化市场分割指数准则下,提出了文化市场同质化指数、文化市场价格指数和文化市场成本指数;在文化市场壁垒指数准则下,提出了经济壁垒指数、制度壁垒指数、其他壁垒指数三个领域层指数。最后,为了加强数据的搜集容易程度和可操作性,在每个领域层指标下列出了指标层的细化指标。

经过德尔菲法和层次分析法,确定长江三角洲文化市场一体化水平评价指标体系及其权重(如表1)。

表1 长江三角洲文化市场一体化水平评价指标体系

准 则 层	领 域 层	指 标 层
文化市场 基础指数 (Z_1)	经济指数 (Y_1)	人均 GDP(X_1)
		物价指数上涨幅度(X_2)
	环境指数 (Y_2)	文化产业消费品零售总额(X_3)
		文化产业占 GDP 比重(X_4)
文化市场 分割指数 (Z_2)	文化市场基本参数 (Y_3)	交通便利程度(路网密度)(X_5)
		绿化覆盖率(X_6)
	文化市场同质化指数 (Y_4)	空气指数(X_7)
		年度旅游人数指数(X_8)
文化市场 成本指数 (Z_3)	文化市场价格指数 (Y_5)	文化产业法人单位指数(X_9)
		文化产业增加值(X_{10})
	文化市场贸易成本指数 (Y_6)	文化产业营业收入(X_{11})
		旅游产品同质化程度(X_{12})
文化市场 贸易成本指数 (Z_4)	文化市场成本指数 (Y_6)	民俗工艺品同质化程度(X_{13})
		文艺演出市场同质化程度(X_{14})
	文化市场成本指数 (Y_6)	旅游景点门票价格指数(X_{15})
		演唱会、文娛表演门票价格指数(X_{16})
文化市场 贸易成本指数 (Z_4)	文化市场贸易成本指数 (Y_6)	民俗工艺品价格指数(X_{17})
		区间文化市场运输成本指数(X_{18})
	文化市场贸易成本指数 (Y_6)	文化市场贸易成本指数(X_{19})

(续表)

准则层	领域层	指标层
文化市场 壁垒指数 (Z_4)	经济壁垒指数 (Y_7)	市场准入门槛(X_{20})
		规模经济壁垒(X_{21})
	制度壁垒指数 (Y_8)	税制壁垒(X_{22})
		行政制度壁垒(X_{23})
		贸易体制壁垒(X_{24})
	其他壁垒指数 (Y_9)	文化特色壁垒(X_{25})
		法律法规壁垒(X_{26})
		地方政策壁垒(X_{27})

三、长江三角洲文化市场一体化实证及分析

(一) 数据标准化

由于综合评价指标体系中指标数据的单位和量纲不同,为了使数据间具有可比性,就要对原始数据进行标准化处理以消除量纲的影响,常见的标准化处理方法有总和标准化法、标准差标准化法、极大值标准化法和极差标准化法,本文采取标准差标准化法,其计算公式为:

$$Z = \frac{X_i - X}{S} \times 100 \quad (1)$$

其中: Z 表示标准差标准化后的值; X_i 为第 i 项指标值; X 为第 i 项指标的算术平均值; S 表示样本标准差。

(二) 数据来源及统计处理

鉴于研究的时效性,本指标体系选取2006年作为研究年份,指标体系中数值型数据见表2。

表2 长江三角洲文化市场基本数据^①

指 标	上 海	江 苏	浙 江	全国各省 平均
人均GDP(元)	75 990	28 685	31 684	16 108
物价平均指数上涨幅度(%)	1.2	1.6	1.1	1.5
消费品零售总额(亿元)	3 360.41	6 623.18	5 325.00	2 387.80

^① 数据来源于全国及各地区年鉴公报以及国家统计局对部分省、市的文化产业经济普查资料。

(续 表)

指 标	上 海	江 苏	浙 江	全国各省 平均
文化产业占 GDP 比重(%)	7.50	2.30	3.30	2.45
交通便利程度(旅客发送量)(亿人公里)	1 063.20	929.14	1 366.80	600.00
绿化覆盖率(%)	37.30	42.00	60.50	28.15
空气指数(年度空气指数良好天数)(天)	324.0	318.0	312.8	NA
年度旅游人数(万人次)	9 684	19 935	16 149	4 343
文化产业法人单位(个)	30 031	26 588	31 325	10 325
文化产业增加值(亿元)	269.50	258.55	378.00	100.63
文化产业营业收入(亿元)	1 366.64	1 782.30	1 570.44	527.40

同时,为了更加客观地显示长江三角洲地区文化市场一体化程度,本研究共邀请 32 位专家对本指标体系中的非数值型数据进行打分,通过三轮的专家咨询和反馈对所有指标进行了科学赋值。对所有数据进行标准差标准化处理后的无量纲数值如表 3 所示。

表 3 长江三角洲文化市场一体化水平评价指标体系

准则层	领域层	指 标 层	无量纲数值
文化市场 基础指数 Z_1 (41.5%)	经济指数 Y_1 (57.0%)	人均 GDP X_1 (37.5%)	66.7
		物价指数上涨幅度 X_2 (19.5%)	85.2
		文化产业消费品零售总额 X_3 (27.5%)	86.6
		文化产业占 GDP 比重 X_4 (15.5%)	72.7
	环境指数 Y_2 (17.5%)	交通便利程度(路网密度) X_5 (45.3%)	84.1
		绿化覆盖率 X_6 (31.3%)	73.4
		空气指数 X_7 (23.4%)	67.3
	文化市场 基本参数 Y_3 (25.5%)	年度旅游人数指数 X_8 (20%)	84.3
		文化产业法人单位指数 X_9 (20%)	79.7
		文化产业增加值 X_{10} (22%)	83.1
		文化产业营业收入 X_{11} (16%)	85.7
文化市场 分割指数 Z_2 (24.5%)	文化市场 同质化指数 Y_4 (37.5%)	旅游产品同质化程度 X_{12} (45.3%)	70.0
		民俗工艺品同质化程度 X_{13} (23.3%)	65.9
		文艺演出市场同质化程度 X_{14} (31.4%)	57.7
	文化市场 价格指数 Y_5 (35.0%)	旅游景点门票价格指数 X_{15} (37.3%)	62.7
		演唱会、文娛表演门票价格指数 X_{16} (29.8%)	60.9
		民俗工艺品价格指数 X_{17} (32.9%)	56.3
	文化市场 成本指数 Y_6 (27.5%)	区间文化市场运输成本指数 X_{18} (57.0%)	57.7
		文化市场贸易成本指数 X_{19} (43.0%)	58.6

(续 表)

准则层	领域层	指 标 层	无量纲数值
文化市场 壁垒指数 Z_3 (34.0%)	经济壁垒指数 Y_7 (40.3%)	市场准入门槛 X_{20} (51%)	64.5
		规模经济壁垒 X_{21} (49%)	64.8
		税制壁垒 X_{22} (28%)	62.2
	制度壁垒指数 Y_8 (37.3%)	行政制度壁垒 X_{23} (37%)	30.7
		贸易体制壁垒 X_{24} (35%)	56.6
		文化特色壁垒 X_{25} (44%)	34.4
	其他壁垒指数 Y_9 (22.4%)	法律法规壁垒 X_{26} (23%)	67.8
		地方政策壁垒 X_{27} (33%)	41.2

(1) 领域层指标测算(以经济指数为例):

$$\text{经济指数} = X_1 \times 66.7 + X_2 \times 85.2 + X_3 \times 86.6 + X_4 \times 72.7 = 76.71$$

(2) 准则层指标测算(以文化市场基础指数为例):

$$\text{文化市场基础指数} = Y_1 \times 76.26 + Y_2 \times 76.48 + Y_3 \times 76.37 = 73.46$$

(3) 长江三角洲文化市场一体化水平综合指标测算:

经过指标层、领域层和准则层三层指标由下往上的层级汇总可知:

$$\begin{aligned} & \text{长江三角洲文化市场一体化水平的综合评价指数} \\ & = Z_1 \times 41.5\% + Z_2 \times 24.5\% + Z_3 \times 34\% = 63.91 \end{aligned}$$

(三) 区域比较

鉴于数据的限制,本文仅对欧盟和美国—加拿大之间的文化一体化水平进行测算以作比较(表4)。

表4 三大区域文化市场一体化程度比较分析

区 域	一体化程度
欧盟	84.25
美国—加拿大	79.20
中国长江三角洲地区	63.91

四、长江三角洲文化市场一体化评价

通过对无量纲数值的比较分析,我们可知,一方面,长江三角洲地区在一些基础性指标上表现优异,诸如交通便利程度、年度旅游人数指数、文化产业增加值和文化产业营业收入等。这说明长江三角洲地区有较为深厚的

工业基础和国民经济基础,并形成了较强的文化消费能力,也就是说,长江三角洲地区文化市场一体化有其较为优越的基础条件。另一方面,长江三角洲文化市场一体化水平远远落后于欧盟地区以及美国—加拿大这一区域。长江三角洲文化市场一体化进程中存在的问题,主要体现在文化市场分割和文化市场壁垒这两个方面。问题的原因主要在:

(一) 江南文化长久以来的同质性

文化市场一体化进程中,同质性将不利于区域之间的市场联合。同质性越强,市场竞争越激烈,市场分割则越严重。对于消费者而言,同质产品带来比较强烈的边际效用递减效果,会降低消费者对同质品的偏好,因而产品之间的竞争较为激烈,合作关系薄弱。长三角地区都隶属于江南文化,作为一个文化的整体,长三角地区具有很强的同质性。从表3可以看出,旅游产品同质化程度、民俗工艺品同质化程度和旅游景点门票价格指数都很高,分别为70.0、65.9和62.7,文化上的同源性导致了这一地区的文化市场呈现明显的同质化趋势。仅就文化旅游一项来说,一方面,环太湖流域的常州、无锡、苏州、嘉兴、湖州五市的旅游文化特色同质化现象十分严重。另一方面,以“江南水乡”为题材的文化旅游景点就包括周庄、同里镇、甬直镇、乌镇、木渎镇等。而欧盟成员国之间旅游各有特色,不管是希腊的宙斯神殿遗址、巴黎的凯旋门还是意大利的古罗马斗兽场,景点与景点之间具有很大的异质性,区域市场间具有很高的交叉弹性,各国旅游市场互补性很强,从而欧盟之间形成一个整体的区域旅游市场。而长三角文化旅游市场这种同主题的宣传使得地区各自作战,缺少合作,同质性竞争严重,从而文化市场缺乏统一有效的协调,一体化进程较为缓慢。

(二) 计划经济向市场经济转变带来的市场分割

我国现阶段正处于新旧经济体制的交替时期,一方面,新的体制没有完善建立起来,国家对一些经济活动仍采取直接行政干预的方式,政府职能的改变仍需时日,社会保障体系虽然已经建立,但受国家财力、物力、人力的限制,只能保证最低的要求;另一方面,旧的体制还在发挥作用,从上级到地方、从政府官员到普通百姓,观念和意识的转变非一朝一夕可完成。从经济体制的角度讲,中国从计划经济体制向市场经济体制大转变,是一个由“放”到“收”的阶段,“放”是指计划经济体制的转变和政府机关改革及职能的转变,“收”是指逐步对市场进行规范化的管理。从表3可以看出,长江三角洲地区税制壁垒指数、贸易体制壁垒指数、文化特色壁垒指数分别仅为62.2、56.6、34.4;而行政制度壁垒指数和地方政策壁垒指数也分别仅为30.7和41.2。这表明在目前两种体制的冲突和摩擦不断,刺激着地方政府或生产

经营者从自身利益出发,利用这些漏洞和机会谋求利益,导致了地区间较高的制度壁垒。在中央一级开放和进行政府机构改革和职能转变后,地方政府的机构改革及职能转变并未同步跟上,权责未明确,各地方文化市场的开放时间和程度也各有不同,地方政府在这种转变中扩大了自身权限填补了中央政府退出后的权力真空,拥有了更多为自身谋取利益的保证,同时中央的一些加强地方政府责任的政策,在加大地方权力机构责任的同时,也使之为了获取自身利益有了更多的借口和机会。然而相应的约束机制还没有完善起来。这些现实因素都在一定程度上加大了区域文化市场一体化实现的难度。

(三) 区域间经济实力差异导致的市场分割

区域间经济实力的差异也是造成市场分割的重要原因之一。经济水平的差距将在教育、市场观念、创新机制等各个方面影响经济落后地区的经济发展进程,导致区域经济差距呈现指数性放大。这种区域间经济实力的差异一方面诱导了各种稀缺资源从欠发达地区流向发达地区,另一方面对于文化产业这种收入需求弹性较大的产业而言,经济的差异会带来较大的需求差异,进而引发当地企业的生存危机。目前,在现有区域合作机制、收益成本划分的权责机制和法律政策体系尚不完备健全的情况下,欠发达地区的政府只好采取违反市场规律的行政强制性措施来保护本地利益。在文化产业市场上,本地政府为了保住这一刚刚起步的新兴产业,通过诸如专营制度、市场准入制度等各种行政壁垒对区域外厂商加以限制,导致了市场一体化进程严重受阻。以江苏为例,苏南、苏北地区经济的差异明显造成市场的分割现象,苏南地区和苏北地区的文化市场属于两个不同的文化市场。欧盟成员国之间也存在经济的差异,但是一方面,其成员国之间的差异不似中国长三角地区差异大,另一方面,欧盟加强了一体化政策的实施,其目的在于重视欠发达地区的发展,缩小地区间的差距,促进欧盟内的合作,以可持续的方式提高欧盟的整体竞争力。2000—2006年六年间,欧洲地区发展基金(ERDF)、欧洲社会基金(ESF)等投入2350亿欧元,占欧盟GDP的0.45%,促进了一体化政策的实施。美国、加拿大之间虽然没有欧盟这种组织,但是由于美国、加拿大之间的经济实力差距远远小于欧盟内部和长三角地区,也为其文化市场一体化水平创造了经济基础。

(四) 财税体制改革造成的市场分割

20世纪80年代实行的“财政分灶”作为我国财力分配制度的一项重大改革,使得过去那种财政统包统支的集权模式被打破,地方政府财权得到大大的扩张,这些改革的措施最终促成地方政府成为一个既有强烈追求经济