

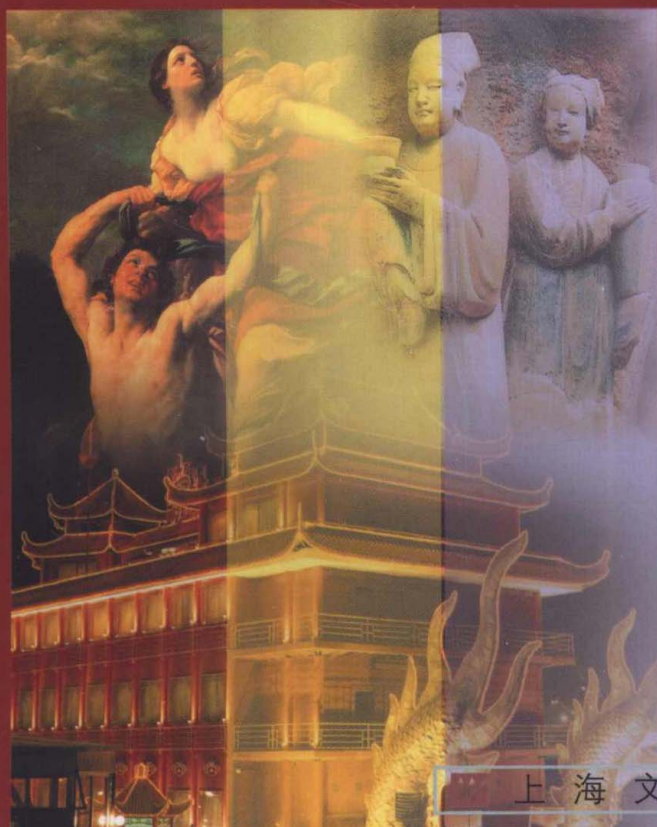
面向21世纪
文化管理系列教材

主编 胡惠林

文化经济学

WENHUAJINGJIXUE

胡惠林 李康化著



上海文艺出版社

面向21世纪

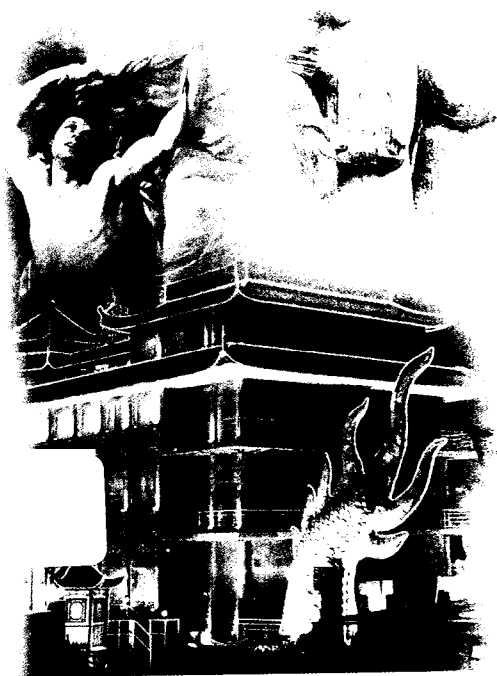
主编 胡惠林

336

G05
H51

文化经济学

胡惠林 李康化著



上海文艺出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化经济学/胡惠林,李康化著. - 上海:上海文艺出版社,2003.2

ISBN 7-5321-2422-3

I.文… II.①胡… ②李… III.文化经济学 IV.G05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 043011 号

责任编辑:张有煌

封面设计:王志伟

文化经济学

胡惠林 李康化 著

上海文艺出版社出版、发行

地址:上海绍兴路 74 号

电子邮件:csbcm@public1.sta.net.cn

网址:www.sbcm.com

新华书店经销 华东师范大学印刷厂印刷

开本 890×1240 1/32 印张 9.125 插页 2 字数 239,000

2003 年 2 月第 1 版 2003 年 2 月第 1 次印刷

印数:1—3,100 册

ISBN 7-5321-2422-3/G·50 定价:20.00 元

告读者 如发现本书有质量问题请与印刷厂质量科联系

T:021-62431136

目录

第一章 导论

第一节	文化与经济的基础性关系	1
一	文化与经济的共生、同构、互动和一体化	1
二	文化增长和经济总量增长	5
三	文化和经济发展的不平衡规律	10
四	文化和文化经济在国民经济发展中的地位 and 作用	12
第二节	文化经济学研究的对象、目的和方法	16
一	文化经济学的产生	16
二	文化经济学的研究对象和目的	18
三	文化经济学的研究方法	21
第三节	文化经济学研究的理论基础和与相关学科的关系	23
一	文化经济学的理论基础	23
二	文化经济学与相关学科的关系	24

第二章 文化生产

第一节	现代文化生产的划分和产品差异	26
一	现代文化生产的形成	26
二	现代文化生产形态的划分	30
三	现代文化产品的差异	32
第二节	现代文化生产的性质和特征	33
一	现代文化生产的产业性质	33
二	现代文化生产的生产劳动性质	36
三	现代文化生产的特征	40
第三节	现代文化生产的双重运动	43
一	价值规律及其在现代文化生产中的一般运动	43
二	文艺规律在现代文化生产中的运动特性	46

目录

第三章 文化需求、供给和均衡

第一节	文化需求	49
一	文化需求的产生及类型	49
二	文化需求规律	51
三	文化需求的弹性	53
四	影响文化需求的其他因素	55
第二节	文化供给	60
一	文化供给及其类型	60
二	文化供给规律和弹性	61
三	影响文化供给的其他因素	64
第三节	文化供求的均衡及调节	66
一	文化供求的矛盾运动	66
二	文化供求矛盾的主要表现	69
三	文化供求的调节	71

第四章 文化消费

第一节	文化消费的作用、特点和运动趋势	75
一	文化消费的作用	75
二	文化消费的特点	77
三	文化消费的运动趋势	79
四	文化消费全球化的意义	82
第二节	文化消费结构	84
一	文化消费结构的含义及基本类型	84
二	影响文化消费结构变化的因素	85
三	文化消费结构的合理化	87
四	文化消费结构的变化趋势	89
第三节	文化消费水平	92

目录

一	文化消费水平及其划分	92
二	文化消费水平的差异	94
三	提高文化消费水平的途径	96
第四节	信息技术影响下的网络消费及其风险	98
一	信息技术对文化消费的支持和影响	98
二	知识经济时代的网络消费及其文化风险	101
第五节	经济全球化背景下的文化消费战略	106
一	文化消费全球化趋势的挑战	106
二	经济全球化背景下的文化消费战略	108
第五章	文化市场	
第一节	文化市场的划分和特点	113
一	文化市场的划分和细分	114
二	文化市场的特点	115
第二节	文化市场在文化资源配置中的作用	116
一	文化资源的概念和种类	116
二	文化资源优化配置的原则和方式	117
三	文化市场在文化资源优化配置中的作用	118
第三节	文化市场的宏观调控	120
一	宏观调控的必要性	120
二	宏观调控的经济手段	121
第四节	文化市场的开拓	128
一	以文化产品为核心拓展文化市场空间	128
二	以文化产业为平台推进民族文化输出	130
第六章	文化商品	
第一节	文化商品的意义和特性	133

目录

一	文化商品的意义分析	133
二	文化商品的双重属性	136
三	文化商品的特点	139
第二节	文化商品的价值	142
一	文化商品的价值和使用价值	142
二	文化商品的价值两重性	148
三	文化商品的价值实现机制	150
第三节	文化商品和公共文化产品	155
一	文化商品的形态和类型	155
二	文化商品和公共文化产品	160
第七章	文化商品价格	
第一节	文化商品价格的构成、特征和种类	164
一	文化商品的价格和价值	164
二	文化商品价格的特点和种类	168
第二节	文化商品的价格体系	173
一	文化商品价格体系和文化商品结构体系	173
二	文化商品价格体系的形态和实质	176
三	影响文化商品价格变动的因素	179
第三节	文化商品价格的制定	182
一	文化商品价格制定的依据	182
二	制定文化商品价格的目标和策略	188
第八章	文化投资	
第一节	文化投资的性质和特点	193
一	文化投资的性质及构成	193
二	文化投资的特点	197

目录

第二节	文化投资的一般运动过程	200
一	文化投资的形成和筹集	200
二	文化投资的分配	203
三	文化投资的运用	204
四	文化投资的回收	205
第三节	文化投资的结构和布局	206
一	文化投资结构和文化经济结构	206
二	文化投资的布局	210
第九章	文化发展战略	
第一节	文化战略和文化发展战略	216
一	文化战略是综合运用文化力量实现战略主体目的的一种科学和艺术	216
二	文化发展战略是战略主体关于文化自身发展的一种长远设想、整体规划和政策安排	220
三	文化发展战略的特征	223
第二节	文化发展战略的选择和制定	227
一	影响文化发展战略选择的主要动力因素	228
二	文化发展战略目标选择和优劣机威分析	234
三	文化发展战略选择的利益需求和制定原则	244
第三节	文化发展战略的构成、类型和模式	249
一	文化发展战略的构成	249
二	文化发展战略类型和模式	251
第十章	文化经济管理	
第一节	文化经济管理体制模式及保障机制	255
一	西方国家的主要文化管理模式	256

目录

二	有效的激励和保障机制	259
第二节	我国文化经济管理体制的历史进程	266
一	建国后深受苏联影响的文化经济管理体制	266
二	改革开放以来文化经济管理体制的艰难探索	268
第三节	面向市场经济的文化经济管理体制	271
一	建立新型文化经济管理职能分工模式	271
二	建立新型文化经济管理机构设置模式	275
三	建立新型文化经济管理手段调控模式	280
	后 记	284

第一章 导 论

第一节 文化与经济的基础性关系

文化和经济是人类社会发展的两翼,是社会系统的两大子系统。文化经济是人类文明社会发展到一定阶段的产物,是精神和知识作为财富之源的特殊存在方式。探究文化与经济的一般关系,既是研究文化经济学的前提,也是展开关于文化经济问题理论思考的基础。

一、文化与经济的共生、同构、互动和一体化

经济是文化的基础,决定文化的发展;文化是经济基础的上层建筑,支配和影响经济的历史运动。这是关于文化与经济关系的一般理解。

然而,从文化和经济的发生来看,经济与文化本来并不具有这种关系。“思想、观念、意识的生产最初是直接与人们的物质活动,与人们的物质交往,与现实生活的语言交织在一起的。”^① 作为人的本质存在的一种体现,无论是文化还是经济,它们都是人作为自然界本身的一部分,为维持和繁衍自己的生命存在而生产人所必需的消费品

^① 《马克思恩格斯全集》第3卷第29页,人民出版社1975年版。

的历史过程中产生的结果。在这里,劳动具有特别重要的,决定其他一切方面的意义。马克思说,动物只生产它自己,它和它的生命活动是直接同一的,而人则再生产整个自然界。动物只是按照它所属的那个物种的尺度和需要来塑造,而人则按照任何物种的尺度来进行生产,并且随时随地都能用内在固有的尺度来衡量对象。有意识的生产活动直接把人和动物的生命活动区别开来。^① 有意识的生产活动,包含人的全部活动的目的性。这种目的性不仅使人的活动成为一种有意义的过程,而且使得这种有意义的过程的结果也是有意义的。因此,这个过程所产生的哪怕是一块最粗笨的石头,它也是一种“有意味的形式”的存在。正是这种“有意味的形式”存在,才使得它既是经济的,也是文化的。说它是“经济的”,因为它以直接的物质形态的改变满足人类为自身生命存在的物质需要,而任何对于这一过程结果的储存,都是可以形成财富的;说它是“文化的”,因为它承载着人类对于生命对象的理解和思考,记载着思想、意识甚或情感的过程,是精神对于物质所曾经达到的一种理解和把握的文明高度的象征。因此,从文化人类学意义上来说,人类的一切经济活动也都是文化活动,都具有文化意义,同时也就使得文化本身从它一开始就内蕴着经济的因子,而经济也内蕴着文化因子。今天,人们对早期人类社会所达到的文明程度的把握,并不是它们所留下来的作为观念形态的东西,而是“最粗笨的石刀”。因为迄今为止的人类所有的考古史证明:“没有一只猿手曾制造过一把哪怕是最粗笨的石刀。”^② 对新、旧石器文化时代的划分,其依据就是人类打制石器所达到的精致度和丰富度。因为正是这样的石刀,开始了人类创造自己生命形态的文明史,而人类对“任何物种的尺度”的把握的思维的历史过程、形式美的认识,进而引发的整个人类精神世界的生动展开和飞越的全部信息,也就记载其中了。今天的人类是凭借着它们来解读、认识和了

① 参见马克思《1844年经济学—哲学手稿》第50页,人民出版社1979年版。

② 《马克思恩格斯选集》第3卷第509页,人民出版社1972年版。

解自己历史的。因而,也正是在这样的意义上,文化和经济作为人的生命行为和生命存在方式的过程系统和体现,统一地存在于同一的对象之中。你中有我,我中有你,从而形成了一种原初形态的文化经济共同体,即文化经济一体化。这样,经济就不仅是财富运行的过程,而且是人以文化促动对物质形态的改造和应用的过程,即在用“内在固有的尺度来衡量对象”的同时,赋予经济发展以内在动因,推动了对象的发展。而文化在作为经济的内在因素的同时,也随着经济的发展而发展。在人类文明发展的一个相当长的时间内,文化与经济的关系就表现为以共同体或一体化为特征的互动关系。离开了这样一种关系性存在,文化和经济作为属人的存在形态也就失去了它的全部价值和根据。真正自觉的、合目的的、现代意义上的以精神文化产品的生产、消费和流通为主体特征的文化经济活动,则是在人类文明社会发展到一定阶段后才出现的,即在人类自觉地发现文化作为一个相对独立于经济之外的别一种财富之源,以及成为对现代经济发展的推动力量后才出现的。

由于人类一切为生存和发展而发生的经济行为都具有文化的意义和意味,它们也就都是文化行为。文化在经济中的存在,不仅存在于人的行为过程中,而且存在于人以劳动将自己对象化了的物质财富之中。因此,在这一文明进程中所形成的经济结构,都是人类文化生长的物质表现形态——物质文明,这种文明形态的每一次提升,都是当代意义上的文化形态每一次提升的结果。马克斯·韦伯在《新教伦理与资本主义精神》一书中所揭示的经过宗教改革后形成的新教,对于西方近代资本主义经济发展所起到的重大作用,所要回答的正是—一个民族的精神文化气质与该民族的社会经济发展之间的内在关系问题,而以精神生产为主要特征的人类文化行为——精神的行为,则是在这同一生长过程中文明表现的另一种形态——精神文明。这一文明形态的符号系统和意义系统,全面展示了人在进行物质文明创造过程中的思想、意识、感情及精神世界体系。正是这种浸透于物质对象之中,又通过物质对象的存在形式的深刻变动而表现出来的

意义世界和形态系统的存在,把人与动物世界本质地区别开来了。这就决定了人类社会在生长过程中,文化和经济的演进的同步性,文化结构与经济结构在质的规定性上呈现出一种力的同构关系:农耕文化与自然经济相适应,工业文化只能是以蒸汽机革命为代表的大工业经济的产物。而每一次经济结构的革命性变动,必然伴随着一次巨大的文化革命。同样,人类历史上任何一次思想解放运动,又必然给经济结构的革命以历史趋势的指引。这种力的同构关系,决定了文化发展和经济发展之间的互动性,即一定的经济结构必然有存在其中或建立其上的文化结构——人的本质力量的对象化,一定的文化结构又必然地以其特殊的形态——知识和心理结构,以及由这两者构成的全部意义系统——生动地表现经济结构全部的丰富性,并随着经济结构的运动变化而发生与之既相适应又相矛盾的辩证运动。经济结构实质上是一种文化的结果。这是文化与经济的发展的全部历史动力学依据。正是由于这种同构互动关系,以及由此造成的力学运动,才使经济在发展过程中日益生长出大文化因子——一种关于存在意义的心理学指向,不断地向文化领域全方位地交叉拓展,致使大经济现象中的文化含量日益突出,在大经济的层面上形成广泛的经济的文化现象,^①一切以人为本,文化附加值构成了一般商品重要的价值成分,不仅形成了文化化的商品产业群,而且出现了诸如技术美学和人类工程学这样关于技术人文的科学研究系统和学科群;才使文化在发展过程中日益生长出大经济因子——一种关于价值的经济学指向,不断地向经济领域全方位地交叉生长,致使大文化现象中的经济含量日益突出,在大文化的层次上形成了广泛的文化的经济现象,“买椟还珠”,精神消费的需求实现了对于物质消费需求的本体性超越,使得一切关于知识和美的精神文化创造获得了财产和财富的价值认同,以文化的经济价值为追求目标的产业——文化产业应运而生,从而在全新的意义和层面上形成了文化与经济的

^① 参见宋太庆《知识革命论》第15页,贵州人民出版社1997年版。

一体化。这是文化与经济的历史学,是文化与经济在历史的运动过程中所表现出来的基本关系和基本规律。

二、文化增长和经济总量增长

“文化增长”是在现代文化经济背景下的一个文化概念和经济概念。它既是关于文化经济总量的增长,也是关于经济增长方式的当代转变,因而是综合性很强的集合概念,更深刻地反映了文化与经济的关系。

就文化本体论意义而言,任何形态的文化增长首先是对人类在精神层次上所获得的一种历史整体性提升的过程趋势及所达到的文明高度的描述,而这种增长无论是就自身的物化成果所创造的价值,还是就它通过对人力资源素质的整体提升后转变为生产力(实质上是对生产力主体的结构性革命)所创造的价值,它都是可以给社会带来直接的经济数量的增长。这就使文化增长本身在意义上具有双重属性。

文化经济总量增长与文化力水平密切相关,是指以文化产品的生产、流通、分配和消费为核心内容的文化产业所创造的经济价值在递升过程中所反映的数量比例关系。这种数量关系反映的是文化经济增长在国民经济总产值中所占的比例,以及由这种数量的比例关系所揭示的文化经济发展趋势。目前,我国尚未建立文化经济专门统计指标。仅以上海为例。1996年上海文化产业总产值为281.80亿元人民币,1997年为353.21亿元,1998年为378.60亿元。增加值分别是:1996年为123.10亿元,1997年为148.82亿元,1998年为158.97亿元;增加值率分别是:1996年为43.70%,1997年为42.40%,1998年为42.0%。文化产业增加值占全市国内生产总值(GDP)的比重分别为:1996年为4.20%,1997年为4.40%,1998年为4.30%。^① 由于上海国内生产总值(GDP)每年都以9%以上的增长率

① 参见《2001年上海文化发展蓝皮书》第218—219页,上海社会科学院出版社2001年版。

在增长,文化产业所反映的文化经济在 GDP 增长中的数量比例就处在一个相当重要的增长位置上,它成为上海国民经济重要的新的增长点之一。20 世纪 90 年代后期,英国文化产业年产值接近 600 亿英镑,平均发展速度是国民经济增长率的两倍;澳大利亚文化产业年产值约占国内生产总值的 2.5%,美国则早在 1993 年以文化产业为核心的版权业产值就达 2386 亿美元,占国内生产总值(GDP)的 3.7%。正是这种数量关系所显示的文化经济在国民经济总量增长中的分量,随着这种数量关系,以及由这种数量关系的运动所表现的文化增长在经济增长中比例关系的重大变化,这种变化所揭示的历史发展趋势,作为知识价值存在形态的文化的经济价值被人们普遍地发现了。20 世纪 90 年代起,国际社会普遍地加大了对文化产业政策和产业结构的调整,制定文化产业发展战略。1997 年美国制定了《北美行业分类系统》(NAICS),突出强调美国以“信息为依托的经济”战略,出版、电影、音像录制、有线电视节目分销等当代文化产业的核心成分全部包括在内;1997 年作为欧盟轮值主席国的芬兰,成立文化产业委员会,1999 年发布《文化产业的最终报告》,2000 年,在芬兰的倡议下,欧洲文化产业发展的框架性合作计划启动。^① 中国也在 2001 年 3 月批准的第十个国民经济和社会发展五年计划纲要中,把文化产业列入国家发展战略体系,明确提出了发展文化产业的战略目标,这就使以知识经济的扩张为主要内容的文化产业经济成为国民经济新的增长点,成为当代经济增长方式转变的重要力量。

主流的新古典经济学理论,注重劳动力、资本和原材料的投入,而对知识和技术等文化要素和文化力量的投入对生产的影响,一般认为是外在的。20 世纪 50 年代,美国麻省理工学院教授索绪通过实证研究证明了技术进步是增长的主要源泉;与美国经济学家西奥多·舒尔茨于 1979 年共同获得诺贝尔经济学奖的经济学家威廉·阿瑟·刘易斯,在 1955 年发表的《经济增长理论》一书中首次系统地提

① 参见 2001 年 5 月 22 日《中国经营报·论坛导刊》。

出了知识的增长和运用是决定经济增长和经济发展的直接原因的新增长理论。新增长理论揭示了这样一种现实:知识可以提高投资的回报,而这反过来又可以增进知识的积累。知识可以通过溢出效应,在几乎不增加额外投资的情况下反复利用,以减轻资金短缺对经济增长的压力。这就为经济增长方式的现代转变提供了全新的理论模型,即经济增长主要不是靠投资和就业的增加,而是靠技术和知识的投入。而文化经济无论是作为技术样式的存在(数字艺术),还是作为知识形态的存在,正是在这个意义上显示其在经济增长方式转变中的特殊的地位和作用。文化附加值被普遍看作是提高产品和服务的投资回报的重要手段。文化经济成为衡量新经济增长形态的重要指标体系之一。经济增长方式由外延增长为主向内涵增长为主的转化,也就历史地成为经济增长方式的当代形态和当代趋势。

同经济增长一样,文化增长是属于社会运动过程中的自我发育现象,即一定社会、一定国家在一定历史时期综合国力的发展,主要是通过包括经济和文化的总量增长在内而体现出来的。当代意义上的国际竞争的实质就是综合国力的较量。文化是综合国力的重要标志之一。在西方有关综合国力研究的各种理论中,无论是美国学者克莱因的“国力方程”,还是日本企划厅提出的测量综合国力的“三大要素”,也无论是主张按具体要素来区分,还是按实力的形态来区分,文化作为体现“战略意图”、“国家意志”和“国民意志”的“精神要素”和“软实力”,都是一个重要的指标系统。^① 因此,增强综合国力,不仅要大力加强经济实力,而且要提高和发展文化力,要加大文化增长在整个国民经济增长中的速度和力度。文化增长,既同原有的文化传统、文化积累和文化经济基础有关,也同经济的投入与产出的比例有关;既同经济发展的速度、规模等经济总量增长有关,也与一定时期的文化经济政策有关。研究文化增长,必须综合地考察相关的各种因素。我国和其他国家文化和经济发展的历史表明,文化增长与

① 参见黄硕风《综合国力新论》,第6—8页,中国社会科学出版社1999年版。

经济总量的增长基本上呈同步增长的趋势,一个国家或地区当人均 GDP 突破 3000 美元,经济结构向高度化提升时,经济增长与文化产业发展便出现较强的正相关关系。据有关统计,20 世纪 80 年代前期人均 GDP 在 3000 美元以下的国家和地区,恩格尔系数大多在 50 左右;人均在 5000—8000 美元时,恩格尔系数大多在 30 左右。用于文化消费可供支配的收入增加,必然带动和刺激文化消费品的供给,从而极大地推动文化产业的发展和文化经济总量的增长。因此,经济增长水平决定了文化投资总量的水平,经济总量的增长制约着文化经济总量的增长。

经济增长或曰经济总量的增长,是指国民财富和国家经济实力的增长和增强。文化增长或曰文化经济总量的增长,是指一国综合文化国力的增长,它包括文化设施建设规模、文化产业生产能力、文化消费水平以及其他文化力的发展水平。在这里,无论是文化建设规模、文化消费水平,还是文化力的发展程度,都直接反映了经济总量增长及其对文化投入的状况。因此,在一国的文化力和拥有的文化资源量不变的条件下,经济增长水平率的高低,在相当大的程度上直接决定了对于文化投资的总量水平的高低。经济发展程度对文化投资总量控制率的大小,是影响文化增长速度的基础性因素,因而具有特别重要的意义。

文化部门是以特殊的生产方式为社会提供和创造财富的国民经济的一个部门。在很长的时期内,我国的文化与经济的关系的一个重要表现,就是文化与财政的关系,即国家财政对文化的投入。国家没有把文化也作为经济增长的重要因素,而仅仅把文化作为消耗国家资金的部门。因此,国家财政对文化投入的多少,既影响了文化发展和增长的速度和结构,也制约了文化增长对经济增长影响力的大小。而财政对文化投入的比例和结构,除了取决于国家文化经济政策的宏观指导外,国民经济总量的增长情况也是起决定性作用的因素,这可以从区域文化经济发展的不平衡状况中得到充分的证明。

影响文化增长与经济增长关系的另一个重要因素,就是产业结