

中国区域文化产业

王文锋
◎ 著



战略定位研究

Chinese Cultural Industry: Study on regional strategic positioning

 云南出版集团
云南人民出版社



王文锋，湖南理工学院新闻传播学院副院长，博士，副教授，湖南省青年骨干教师。

主要研究方向为传媒及文化产业管理。在《光明日报(理论版)》《北京社会科学》《出版发行研究》《中国文化产业评论》等刊物发表学术论文 36 篇，其中 CSSCI 收录以及人大复印资料全文转载或《新华文摘》摘编共 12 篇，多篇被人大复印资料或《新华文摘》摘目，国际学术会议上宣读 2 篇。主持教育部人文社科青年项目、省社科基金、省情决策与咨询、省教育厅优秀青年项目等省部级项目 4 项，主要参与省部级以上课题 4 项，参与有关文化产业规划横向课题 4 项。

中国区域文化产业 战略定位研究

Chinese Cultural Industry: Study on regional
strategic positioning

王文锋◎著

 云南出版集团

 云南人民出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

中国区域文化产业战略定位研究 / 王文锋著. -- 昆明 : 云南人民出版社, 2014.6

ISBN 978-7-222-12070-9

I. ①中… II. ①王… III. ①区域文化—文化产业—发展战略—研究—中国 IV. ①G127

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第134311号

责任编辑: 李锦雯

庞远燕

装帧设计: 昆明昊谷文化

传播有限公司

责任校对: 高 照

责任印制: 马文杰

书名	中国区域文化产业战略定位研究
作者	王文锋 著
出版	云南出版集团 云南人民出版社
发行	云南人民出版社
社址	昆明市环城西路609号
邮编	650034
网址	http://ynpress.yunshow.com
E-mail	ynrms@sina.com
开本	787mm×1092mm 1/16
印张	17
字数	250千
版次	2014年6月第1版第1次印刷
印刷	昆明卓林包装印刷有限公司
书号	ISBN 978-7-222-12070-9
定价	38.00元

如有图书质量与相关问题请与我社联系

审校部电话 0871-64164626 印制科电话 0871-64191534

**教育部人文社会科学研究
青年基金资助项目**

序 言

临近年末，一天下午，正悠闲鸟瞰京杭大运河，突然接到文锋的电话，称其博士论文准备出版，想邀我为其代序，欣然应允。

文锋是我的四个关门弟子之一。与其初次谋面，得缘于2007年首届中国传媒经济学年会。会上，文锋做了非常精彩的发言，令我印象深刻。之后，我们保持密切联系，他也几经周折终于考上我的博士生，并有幸成为关门弟子。三年的时光一闪而过，但与文锋相处的情形还是那么清晰，那么历历在目。今天，看到他的博士论文出版，甚是高兴。

目前，发展文化产业已经上升为一种国家层面的战略。但从现有的地方文化产业发展实际情况来看，定位不清、盲目开发、重复建设的现象比较严重，由此，科学评估各地文化产业发展现状，明确发展方向，充分利用现有资源，寻求差异，走有特色的符合本地实情的可持续的区域文化产业发展之路就变得尤为重要。文锋同学的博士论文敏锐地抓住了这一具有重要理论意义和现实意义的问题，在对已有相关文献进行系统梳理的基础上，综合运用演绎与归纳、定性与定量、规范与实证等多种研究方法，筛选出影响区域文化产业发展的七大决定性要素，建构起区域文化产业战略空间定位模型，剖析其内部性质及其定位与提升的作用机制，并尝试对理论推导进行实证求解。全文研究视角独特，对区域文化产业发展的评价研究以及发展战略研究



中国区域文化产业战略定位研究

Chinese Cultural Industry: Study on regional strategic positioning

具有一定的理论和方法上的创新意义。

几千年来，人们对于“文化”这个概念好像都理解，又好像都不理解，所以，文化是什么，怎样给文化定义，在推进我国文化大发展大繁荣的起步期却成了一个老大难问题。从表面上看，文化定义是一个学术问题；若从文化产业发展的角度来看，文化定义是推动文化产业振兴和发展的一种理论性“前提”，很难设想，在文化概念还不清楚的情况下，文化产业能够振兴和发展。可见，弄清楚文化概念，对于文化产业的发展以及推动我国整体文化的大发展大繁荣具有重要意义。

那么，应该如何科学地解释文化呢？对“文化”的传统解释，大概是这样的：（1）文化是一个群体在一定时期内形成的思想、理念、行为、风俗、习惯、代表人物，以及由这个群体整体意识所辐射出来的一切活动。（2）文化是指人类在社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。

（3）文化是人感觉到一个信息时形成的文化单位，即文化私湍。这个文化私湍可以小到一个欲望、一个信息，也可以大到一个学派、一种哲学、一个宗教、一个国家的概念或一个治国的纲领。还有很多对文化的解释。有人说：据统计，有关“文化”的各种不同的定义至少有二百多种。这个数字不知道是谁统计的，也不知道依据是什么，仅以学科去定义文化，也会大大超过二百多种，还会更多。这种具有极大变数的学科文化定义和难以量化的虚拟化文化定义，是影响我国文化大发展大繁荣的重要的理论上的原因。但是，若从理论的角度分析，这些文化定义都是对的，都具有一定的理论意义；若从实际操作的角度分析，这些文化定义又都是很难把握的。所以，要推动我国文化的大发展大繁荣，就必须在理论上和实践上寻找到一个能够进行实际操作的突破口，而立足于过去的文化定义又很难寻找到这样的突破口。于是，科学地解释文化和文化产业的定义是当前推动我国文化大发展大繁荣的

一个关键性问题。根据文化的特点，要深化文化体制改革，有效地推动社会主义文化大发展大繁荣，必须从理论与实践相结合的角度、从整体文化的角度去定义文化。那么，基于我国的文化理论和文化实践，应怎样从整体文化的角度去定义文化和文化产业呢？

根据我国五千年的文化积淀，所谓文化就是指人类在生产实践和社会实践中形成的各类认知概念、理念、符号的集合体。其中，概念是人类在生产实践和社会实践中形成的思维的基本单位，它反映了认知对象的本质属性，是人类从感性认识到理性认识的过程中对事物本质特征的科学抽象；理念是人类对客观事物的基本看法，是人类在生产实践和社会实践中形成的基本观念；符号是人类在生产实践和社会实践中创造的具有一定代表意义的标志。这三者的集合体（不是融合体）就是文化，它既可以从整体文化的角度或宏观文化的角度去把握文化的本质特征，又可以用这种整体文化概念或宏观文化概念去解释各类行业性的文化本质特征。除此以外的其他文化单位都是概念、理念、符号集合体的附属文化元素。比如信仰，它是一种文化单位，也是一种文化元素，属于“理念”范畴内的一种概念，它表明人们对某种主张、主义、宗教以及人物的绝对相信或敬仰。每一种文化概念都具有一定的概念内容，所谓文化经营就是对文化概念内容的经营。

从对文化定义的分析可以看出，体现文化本质的三大文化元素具有鲜明的非物质性，而这种文化元素的本质却是对物质实体表征的科学抽象，人们可以通过特定的文化概念全方位地、深层次地认识各类物质实体。比如“汽车”这一文化概念，它既是对构成一部完整汽车的几万个“汽车零件文化”的抽象，又涵盖了汽车的设计理念、生产理念、营销理念以及汽车品牌、标识等符号。所以，在弄清楚一种文化概念的基础上去把握某种物质实体要比就物质实体去把握物质实体深刻得多、全面得多。这就是说，感觉只能解决



中国区域文化产业战略定位研究

Chinese Cultural Industry: Study on regional strategic positioning

现象问题，理论才能解决本质问题。在历史上，由于社会生产力的原因，人们较多的是直观地看问题，或者说用“感觉”看问题，很少用文化看问题。二战以后，随着社会生产力的发展，文化逐渐成为人们观察问题、分析问题、促进经济社会发展的工具、放大器、望远镜、武器，特别是文化产业逐渐成为经济社会发展的主体产业以后，人们开始了用文化看客观世界。人们观察世界的这一方式的改变，一方面表明社会生产力的发展已达到了一个相当高的水平，另一方面表明经济社会的发展急需从更深层次的角度、更全面的高度去认知和开发社会资源和自然资源，这是人类社会发展的基本走势。

根据对文化的分析可以看出，所谓文化产业是指人类对其在生产实践和社会实践中所形成的文化概念内容、理念内容、符号内容，并能够创造价值的文化领域内的各行业的总称。

发展文化产业就必须科学地进行文化财富积累，这是保证文化产业持续发展的前提。在我国的历史上，我们的祖先创造了许许多多的文化产品，但是由于历史的原因和人为的原因，并没有很好地实施对文化财富的积累，甚至进行了破坏。这种不重视文化财富积累思想和行为是我国文化产业发展迟缓的一个重要原因。那么，现在应该怎么办？从总体上讲，就是要树立科学的文化财富积累观。从操作层面上分析，必须制定科学的、能保证文化财富快速积累的战略。

根据我国的文化财富积累现状，其战略应该是：其一，实施“两手抓”战略。现在，“两手抓”战略已经确定，关键是尽快制定科学的实施“两手抓”战略的具体措施，保证“两手抓”战略的落实。比如要发展公益性文化事业，便可采用政府财政拨款、建立基金、政府招标、定向资助等手段保证公益性文化事业的发展；比如要发展经营性文化产业，便可采用深化文

化体制改革、降低进入市场标准、培育市场机制、重塑市场主体、完善市场体系、改善宏观管理、转变政府职能等手段保证经营性文化产业机构自主经营、自负盈亏权利的实现。其二，实施文化创意战略。不管是公益性文化事业，还是经营性文化产业，它们都需要创意，即创新。现在，我国许多地区的文化创意“产业”发展很快，但是，由于文化事业和文化产业界限的混乱，把许多本来是属于文化事业的业务当成文化产业去经营，弄成了一个四不像，严重地影响了我国文化事业和文化产业的发展。实施文化创意战略的一个关键问题是要弄清楚什么是文化创意产业，因为在我国的特殊环境条件下，人们对于文化事业及其发展都是比较熟悉的，而对于文化产业和文化创意产业是不熟悉的，所以，只有把文化创意产业弄清楚了，才能制定出具体的策略和战略。所谓文化创意产业是一种通过对知识资源的开发利用而产生出无穷无尽的新产品、新市场、新机会，进而推动经济社会发展的产业。文化创意产业战略的实施意味着知识已经是一种资源，因此，认识这种资源和开发这种资源就成为实施这一战略的关键。其三，实施以人为本战略。坚持以人为本是科学发展观的核心，也是共产党人的行为准则。从文化财富的角度看，实施以人为本的战略就是不断提高人们的文化素质，提高人们的文化创新能力，进而生产出能够满足人们不断增长的文化产品需求；实施以人为本的战略就是要充分尊重人民群众的利益，全心全意为人民服务；实施以人为本的战略就是通过文化活动在全国范围内开展文明教育。总之，以人为本是人类一切活动的根本，不仅实施文化财富积累战略需要坚持以人为本，开展其他活动也必须坚持以人为本，只有这样，我们的事业才能取得真正的胜利。其四，实施文化生产力战略。在知识经济时代，文化也是生产力，它不仅能够使文化产品价值增值，而且能够促进其他产品价值增值，因此在实施文化财富积累战略时必须把提高文化生产力放在重要地位。其五，实施文



中国区域文化产业战略定位研究

Chinese Cultural Industry: Study on regional strategic positioning

化效益战略。为了利用好文化资源，又把它们区分为公益性文化事业和经营性文化产业，但是，文化产品的人文性又决定了二者的不可分性。文化系统的这种复杂性决定了文化事业的运营和文化产业的经营都必须注重其社会效益和经济效益，并把二者科学地结合起来。不管文化财富积累采用何种战略都应注意文化环境的变化。任何一种文化形式都是同一定的文化环境相联系的，这种文化环境直接影响着文化生产力的发展，当然也影响着文化财富的积累。

未来，文化与经济发展一体化是我国经济社会发展的总趋势。文化与经济发展一体化，是指在经济发展过程中文化将起着重要的引领和导向作用，从文化产业是国民经济的支柱性产业的角度体现着文化对经济社会发展所起的作用。这种文化与经济发展一体化现象是在人们还没有思想准备的情况下出现的一种文化经济现象，而且来势很猛，发展速度很快。比如传媒文化与城市发展、传媒文化与企业振兴、传媒产业化发展，就是这种文化经济现象的表现。根据我国经济社会和文化与经济发展一体化走势的要求，我国文化与经济发展一体化战略也就是我国文化产业发展的总体战略，即推动文化产业成为国民经济支柱性产业的发展战略，为实现我国文化产业的总体规划做出贡献。在实施文化与经济发展一体化战略时，应特别重视两种文化力的作用，即企业文化力和传媒文化力的作用。企业文化力是实施文化与经济发展一体化战略的基础文化力，同时也积累了相当成熟的经验。传媒文化力是实施文化与经济发展一体化战略的主体文化力，传媒文化与经济发展一体化，主要是指传媒文化已渗透经济发展，使传媒文化成为社会生产力的重要组成部分，把传媒文化的经济性充分地体现出来。

在人类社会发展的历史长河中，“文化力”始终是经济社会发展的核心驱动力量。但是，在人类社会发展的历史长河中的不同阶段，文化力驱动

功能的发挥的深度和广度是不同的。在前农业社会，驱动经济社会发展的核心“文化力”是“部落文化”；在农业社会，驱动经济社会发展的核心“文化力”是“农业文化”；在工业社会，驱动经济社会发展的核心“文化力”是“工业文化”；在信息社会，驱动经济社会发展的核心“文化力”是“聚合文化”。聚合文化（即纳米科学与技术、生物技术、信息技术、认知科学的聚合而形成的一种新文化）是“多时代”交融时期形成的新文化，即市场经济时代、信息技术时代、文化产业经济时代相互交融时期形成的一种“大文化”或“整体文化”。在聚合文化时代，文化力驱动经济力的战略应该是“模式集聚”式发展战略，即实施市场化、产业化、跨区域化、竞合化、融合化、民生化和本地化模式相结合的“模式集聚”发展战略，这是我国文化力驱动经济力发展战略模式的最佳选择。

文锋的博士论文从新的视角审视了区域文化产业未来的发展战略，无论是战略空间的定位，还是根据战略空间状态点的特征确定区域文化产业战略提升的路径等，都能对区域文化产业未来的发展起到重要的指导作用，尤其是战略空间模型的构建为区域文化产业发展战略的制定提供了更为科学合理的方法。但从更为宏观的层面来看，在文化与经济一体化发展的总趋势下，文化力的作用日益凸显，在其论文提出的战略空间模型基础上，如何丰富和深化文化诱发力、驱动力和感悟力等作用力的内涵及评价指标的构建，进一步研究区域文化产业战略发展中文化力的作用机制，加强区域文化产业文化力的应用研究，或许是未来亟待深入展开的一个重要研究方向和课题。

是为序。

周鸿铎

2014年1月18日于北京



目 录

第一章 导 论

第一节 研究背景及问题提出·····	1
第二节 国内外相关研究综述·····	6
一 有关区域文化产业发展评价的研究·····	6
二 有关区域文化产业发展战略的研究·····	14
第三节 研究的理论与现实意义 ·····	19
一 理论意义·····	19
二 现实意义·····	19
第四节 研究的主要内容及技术路线 ·····	20
一 研究的主要内容·····	20
二 研究的基本框架·····	22
三 研究的主要方法·····	23
第五节 可能的创新点 ·····	24
一 视角创新·····	24
二 理论创新·····	24
三 方法创新·····	25
四 注重实证分析·····	25



第二章 概念界定及理论基础

第一节 相关概念的厘清	26
一 文化产业	26
二 区域文化产业	35
第二节 主要理论基础	38
一 文化经济理论	38
二 产业集群理论	41
三 战略定位理论	45

第三章 区域文化产业决定性影响要素的筛选

第一节 理论依据与分析框架	49
一 外部因素分析框架：波特钻石模型	50
二 内部因素分析框架：文化产业价值链	53
三 决定性要素分析框架：基于内外因的综合考量	57
第二节 决定性要素筛选一：基于因子分析的定量考量	61
一 影响指标体系的构建	61
二 基于因子分析的决定性要素筛选	69
第三节 决定性要素筛选二：基于德尔菲法的定性判断	78
一 德尔菲法概述	78
二 具体应用步骤	79
三 数据处理与分析	81
四 决定性要素的确定	85

第四章 区域文化产业战略空间的构建及其作用机制

第一节 区域文化产业战略空间的基本概念及特征	86
一 基本概念	86
二 主要特征	88
第二节 区域文化产业决定性要素的层次分析	90
一 基础层要素及其特征分析	90
二 核心层要素及其特征分析	92
三 潜在层要素及其特征分析	94
四 三层要素的相互关系	95
第三节 区域文化产业三维战略空间的构建	96
一 建构三维空间坐标轴	96
二 三维战略空间的归类	98
第四节 区域文化产业战略空间的作用机制	102
一 战略空间的定位机制	102
二 战略空间的提升机制	103
三 战略空间定位与提升的耦合机制	104

第五章 区域文化产业战略空间的定位与调整

第一节 战略空间的初步定位：基于维度能力的量化评价	107
一 空间维度的系统分析与指标体系	108
二 空间维度能力的综合评价	120
第二节 战略空间的定位调整：基于数据包络分析的比较评价	132
一 DEA方法概述	133
二 DEA评价模型及效率测度	137
三 战略空间的定位调整及DEA具体应用	143



中国区域文化产业战略定位研究

Chinese Cultural Industry: Study on regional strategic positioning

第六章 区域文化产业战略空间的提升路径分析

第一节 三维战略空间的提升与提升路径分析	149
一 三维战略空间提升与提升路径的内涵	149
二 三维战略空间状态点与提升路径的关系	150
第二节 不同状态点的战略空间提升路径	151
一 低阶战略空间 I 的提升路径	151
二 中阶战略空间 II 的提升路径	159
三 高阶战略空间 III 的提升路径	161

第七章 六大区域文化产业群的典型城市实证研究

第一节 样本城市的选取	164
一 首都文化创意产业集群典型城市：北京	165
二 长三角文化产业集群典型城市：上海、南京、杭州、苏州	166
三 珠三角文化产业集群典型城市：广州、深圳	168
四 滇海文化产业集群典型城市：昆明	169
五 川陕文化产业集群典型城市：重庆、成都、西安	169
六 中部文化产业集群典型城市：长沙、武汉	170
第二节 样本城市文化产业战略空间的初步定位	171
一 样本原始数据的收集与整理	172
二 样本战略空间三维度能力的综合评估	173
三 样本战略空间的初步定位	193
第三节 样本城市文化产业战略空间的定位调整	195
一 基于DEA的计算评价	195
二 样本城市战略空间的定位调整	204
第四节 样本城市文化产业战略空间的提升路径分析	206
一 北京文化产业发展的提升路径分析	206

二 深圳文化产业发展的提升路径分析·····	209
三 长沙文化产业发展的提升路径分析·····	212

第八章 总结与展望

第一节 全文总结 ·····	217
第二节 研究展望 ·····	221
附 录 ·····	222
参考文献 ·····	240
后 记 ·····	251

