

中国文化产业十家论集

祁述裕集

 云南大学出版社
Yunnan University Press

中国文化产业十家论集

祁述裕集

 云南大学出版社
Yunnan University Press

图书在版编目(CIP)数据

祁述裕集 / 祁述裕著. —昆明: 云南
大学出版社, 2015
(中国文化产业十家论集)
ISBN 978-7-5482-2323-8

I. ①祁… II. ①祁… III. ①文化产业—中国—文集
IV. ①G124-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第116944号

策划编辑: 陈曦
责任编辑: 陈曦
装帧设计: 郑明娟



出版发行: 云南大学出版社

印 装: 昆明市五华区教育委员会印刷厂

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 29.5

字 数: 421千

版 次: 2015年7月第1版

印 次: 2015年7月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5482-2323-8

定 价: 74.00元

社 址: 昆明市翠湖北路2号云南大学英华园内

邮 编: 650091

电 话: (0871) 65031071 65033244

网 址: <http://www.ynup.com>

E-mail: market@ynup.com

“中国文化产业十家论集”编委会

主 编 施惟达

编 委 李 炎 周永坤

林 艺 郑 海

作者简介



祁述裕，国家行政学院社会和文化教研部主任，国家行政学院文化政策与管理研究中心主任，二级教授，博士生导师，享受国务院政府特殊津贴专家。兼任国家公共文化服务体系专家委员会委员、国家国有文化资产管理专家指导委员会委员、北京大学研究员、中国传媒大学博士生导师、中国人民大学《复印报刊资料·文化创意产业》执行编委等职。

1994年获北京大学中国当代文学博士学位。1995—2000年在前国家体改委主管的中国改革报社、中国改革杂志社工作。先后任中国改革报社总编助理、《中国改革》月刊主编等职。2000年调入国家行政学院，曾任研究室副主任、主任等。

长期从事文化管理研究工作，主要研究领域为文化产业、公共文化服务、文化管理体制的改革等。近年来，主持或参与数十项国家、部委文化产业和公共文化服务方面的政策、法规制定和相关课题研究，其中参与了《国家“十二五”文化改革发展规划纲要》、《中办、国办关于加快现代公共文化服务体系建设的若干意见》、《公共文化服务保障法》（草案）、《图书馆法》（草案），以及文化部、财政部《关于促进特色文化产业发展指导意见》、《文化部关于贯彻落实〈国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见〉的实施意见》等文件的研究和制定。

承担的部委委托课题主要有：“文化系统‘十二五’文化产业发展规划编制研究”“‘十二五’时期文物博物馆事业与公共文化服务体系建设研究”“‘十三五’时期文化产业发展规划编制研究”“‘十三五’时期艺术发展规

划编制研究”“文化系统‘十三五’文化产业发展规划编制研究”“文物事业基本公共文化服务体系‘十三五’规划编制研究”等。

主持过国家社科基金重大课题“文化治理能力和治理体系现代化建设研究”(14ZD04)、国家社科基金特别委托课题“《公共文化服务保障法》立法研究及草案起草”(14@ZH013)、国家社科基金重点课题“转变文化产业发展方式的目标、基本思路和支持系统研究”(10AZD009)、国家社科基金课题“中国文化产业发展战略与产业布局研究”(05BZW054)、国家社科基金课题“中国文化产业国际竞争力研究”(02BZW056)等。

独著和主编多部著作，主要有：《文化建设九讲》(国家行政学院出版社2014年版)、《政府文化管理概论》(国家行政学院出版社2014年版)、《文化管理概论》(国家行政学院出版社2013年版)、《中国文化产业前沿——“十二五”展望》(社会科学文献出版社2011年版)、《中国文化政策研究报告》(社会科学文献出版社2011年版)、《中国文化产业发展战略研究》(社会科学文献出版社2008年版)、《中国文化产业国际竞争力研究报告》(社会科学文献出版社2004年版)、《市场经济条件下的文学艺术》(北京大学出版社1999年版)。另外，合作主编的《文化建设案例集》(1~4集)分别由中国社会科学出版社(2008年、2010年)、中国言实出版社(2011年)、国家行政学院出版社(2013年)出版。

此外，在《人民日报》、《光明日报》、《经济日报》、《新华文摘》、中国人民大学《复印报刊资料》、《中国行政管理》、《国家行政学院学报》、《探索与争鸣》、《东岳论丛》、《中国行政体制改革》等报纸和刊物发表论文数百篇。

目录

第一部分 文化产业理论研究

- 003 文化市场制约下的艺术生产消费特征
- 012 国际文化竞争力与中国文化产业的发展
- 024 对提升我国文化产业竞争力的战略思考
- 032 中国文化产业国际竞争力评价和若干建议
- 042 中国和欧盟国家文化体制、文化政策比较分析
- 054 关于建立海峡两岸共同文化市场的构想
- 063 文化产业的特点及影响文化产业发展的因素分析
- 074 我国文化娱乐消费需求、文化产业发展水平、文化产业就业状况分析
- 114 我国文化产业结构调整问题
- 132 我国媒体产业结构调整的几个重要特点
- 149 文化资源与城市发展
- 199 建设特色文化园区，促进区域发展
- 206 调整文化产业园建设的理念和思路
- 214 “十二五”时期我国文化产业发展目标和思路研究
- 229 西部民族地区特色文化产业转型升级之路
——四川省甘孜藏族自治州特色文化资源利用调研报告
- 242 我国文化产业发展亟须完成七个转变

第二部分 文化管理创新研究

- 257 深化文化体制改革需要解决的几个重点问题
- 265 我国文化建设面临三大历史性转变
- 275 文化产业结构调整中的政府角色
- 291 当前文化建设的几个重点难点问题
- 302 文化体制改革研究
- 347 完善我国文化产业政策体系研究报告
- 383 论文化市场

第三部分 文化产业短论

- 403 “调结构”中的文化产业选择
- 406 “文化产业”，还是“文化创意产业”
- 409 “十二五”文化产业要注重“跨界”发展
- 414 正确认识文化产业的 GDP
- 419 推动传统媒体和新媒体融合是一场重大改革

第四部分 文化产业案例研究

- 427 光环背后的隐忧
 - 798 艺术区的过去、现在和未来
- 446 《魔兽世界》的监管权之争

第一部分 文化产业理论研究

文化市场制约下的艺术生产消费特征

一、关于艺术生产的理论

在商品时代，文艺活动越来越成为一种社会生产，一种或直接或间接地体现商品化生产和消费的过程。英国学者伊格尔顿认为，批评家，即使是马克思主义的批评家也很容易忘记一个事实：

“艺术可以如恩格斯所说，是与经济基础关系最为‘间接’的社会生产，但是，从另一种意义上，也是经济基础的一部分；它像别的东西一样，是一种经济方面的实践，一类商品生产。”^①

文艺社会学家普遍认为，艺术首先是一种社会实践，而不是供学院式解剖的对象。我们可以视文学为文本，但也可以把它看作一种社会活动，一种与其他形式并存和有关的社会经济生产方式。艺术像其他形式的生产一样，依赖某些生产技术，以及某些绘画、出版、演出等方面的技术。这些技术是艺术生产力的一部分，是艺术生产发展的阶段，它们涉及一整套艺术生产者及其群众之间的社会的关系。^②

在市场经济条件下，文艺生产既然旨在满足公众的文化消费需求，也就无法摆脱商品规律的制约。在商品规律制约下的艺术生产，其特点是一切话语的极端公开化，形成了一个空前庞大的观众读者群，构成了一个商业化的体系。

① [英] 伊格尔顿：《马克思主义与文学批评》，人民文学出版社 1980 年版。

② 关于艺术作为一种社会生产，麦舍考雷在《文学生产论》，罗兰·巴特在《S/Z》中均有类似表述。参见安纳·杰弗森·戴维·罗比等《西方现代文学理论概述和比较》，湖南文艺出版社 1986 年版。

这是一个有别于其他公共领域的艺术公共领域，它不仅表现于电影电视业，而且由于活字排版的发明，也表现于诗歌和小说的生产。商品化越来越深入地渗透入文化的各个领域，当今社会，各种艺术的生产都无法摆脱市场经济的制约，严肃文艺也不例外。

在商品经济条件下，文化的生产和消费总是越来越体现出公共行为的特点：接受商品法则的支配。它不再仅仅是纯粹的精神行为，而且是一种价值交换行为，是作家、读者大众、出版商紧密结合以及共同创造作品的价值、形成文化市场的过程。

二、从“引导”“教化”到受众是上帝

在文化市场中，受众的地位被突出地强调了。新时期初期公众在文化上的需求总是接受政治权威和知识分子的引导。从“伤痕”文学、“反思”文学到“改革”文学，知识分子的启蒙叙事应和了公众的政治期待，使文学不断产生轰动性的社会效应。随着商品经济的发展，政治权威和知识分子对公众文化需求的引导作用不断减弱，而文化消费者（主要是市民阶层）对文化形态的影响力则逐步增强。实际上，早在新时期初期，文化消费者就开始参与关于文化的谋划。1980年，北京电视台主办首届通俗歌手大奖赛和十大通俗歌曲评选活动，观众投票的多少成为歌曲入选的主要标准之一，这是一次具有历史意义的转变。随后，又扩大为由观众投票决定一年一度的最佳电影、电视故事片评选。随着市场经济的形成，文化消费者在越来越大的程度上决定着文化的生产和存在方式。1993年，电影发行实行改革，历来由中国电影公司统购统销的各电影厂故事片拷贝，改为由市场来选择市场经济下的中国文学艺术。1993年，电影政府奖评选更进一步与“市场结缘”，即把发行拷贝数、观众多少、经济效益如何列入评选标准。企业化管理的报刊和出版社更是早已视读者为上帝。为争取读者，全国众多的报社扩大发行量并自办发行。书籍一旦成为商品，读者就成为裁决作品的上帝。对出版界来说，“好书

最终由读者来定”已成为不言而喻的公理。

一些作家、影视导演、制片人也自觉地把迎合读者（观众）的喜好，作为自己的艺术追求。汪国真在谈到他成功的秘诀时说：“根据杂志属性不同及风格差异，去针对性写点诗，这样才能附和读者，去赢得读者。”他还介绍说：“我给妇女刊物写诗，主要是要偏重于容貌服饰、欣赏角度；我给青年刊物写诗，主要写他们的荣誉、深刻、宽容”，“艺术和读者并重，在接近读者的同时要求艺术”。^①

王朔一再申明，文人所做的无非是用笔写字，编出些故事取悦百姓的行当。“《渴望》是给老头、老太、家庭妇女看的，招老百姓掉眼泪儿的。”“《编辑部的故事》不过就是部逗笑开心的通俗喜剧，只载些笑声和轻松。”而“我的小说有些是冲着某类读者去的……《顽主》这一类就冲着跟我趣味一样的城市青年去了，男的为主。《永失我爱》、《过把瘾就死》，这是奔着大一大二女生的”……^②

电影导演方艾认为影视改革“第一步要考虑可看性，要像商品那样考虑顾客的需求”^③。

从文艺是“团结人民，教育人民”的工具，到文艺是为了满足文化市场的需求；从作家是时代的代言人、“人类灵魂的工程师”，到作家视读者为上帝，表明文艺观念的一个具有根本性的改变。

三、稿酬制度与文艺家的态度

新中国成立以后很长一段时期里，稿酬支付只是作为象征性的经济酬报，甚至这种象征性的经济酬报也被视为一种特权常常被取消。1958年9月，姚文元在《论稿费》一文中，从破除资产阶级法权，消灭脑力劳动与体力劳动

① 参见魏义民《“汪国真热”实在是历史的误会》，《诗歌报》1991年7月。

② 王朔等：《我是王朔》，国际文化出版公司1992年版，第55页。

③ 《改革：繁荣国产影视剧的出路》（座谈），《文汇报》1993年5月8日。

的差别的“高度”，论证作家（包括学者）不应该要稿酬，批评“右派分子”傅雷是要稿费的一员猛将。“大跃进”年代，许多地方就取消了稿酬。

1962年重提“双向”方针以后，一些作家提出稿费问题。这时期关于稿酬问题与“放卫星”时期相比，有所松动，恢复了印数稿酬。到1966年1月，由于政治形势的变化，稿酬再次降低。“文革”中，稿酬终于完全被取消。1977年4月稿酬重新恢复，但已从20世纪50年代的每千字7~14元，变为每千字2~7元。自1983年开始，作家对稿酬标准不合理的状况非议颇多。1984年8月，启功、吴祖光、叶君健等人又提出要求调整稿费标准，认为征收所得税不合理，以字数计酬的办法不能体现优质优酬等。随着商品观念的不断深入，要求稿酬与作为精神劳动的文学创作价值相适应的呼声越来越高。

在商品经济时代，作家对稿酬的关注不仅是呼吁对精神劳动的尊重，也是改善生存状态的迫切需要。今天，“隐形收入”已成为人们重要的经济来源，对于文艺家来说，写作无疑是他们获取“隐形收入”的最正当的方式。但是，新时期初期一段时间里，延续着旧的稿酬标准，文艺家从写作中获得的报酬十分微薄。稿酬标准虽曾几次调整，但直至1990年国家规定的付酬标准也只是在每千字25~40元；一般文学刊物也仍在这个标准之内浮动。如果扣除物价上涨的部分，从稿酬中实际所得还不到20世纪50年代的每千字7~14元。张贤亮曾抱怨，他的一本小说写了两年只得了5000元稿酬。另外，一部电影剧本只得3000元稿酬。作家（包括剧作家）稿酬偏低，以至于在预算一部影片的开支时，甚至不将这笔开支计入成本。收入偏低使文艺家大都生活困窘，文学评论家（乃至人文科学家们）更是如此。^①这时期不断传出作家英年早逝的噩耗（路遥、莫应丰、邹志安等），劳动强度过大是主要原因

^① 陈平原谈到，按政府公布的统计数字，北京大学教师薪水在北京市职工收入平均线以下，至于出租车司机收入，通常是北大教师的8~10倍。他的资料来源是《八十年代北京市国民经济主要指标》（《北京财贸学院学报》1991年3月）、《国家统计局关于1992年国民经济和社会发展的统计公报》（《人民日报》1993年2月19日）。

之一，经济收入低无疑也是极重要的因素。

经济困窘使作家们为适应文化市场的需要，由创作严肃文学转向创作适应市场需求的通俗文学（包括通俗读物）。例如，四川两位严肃文学作家模仿港台和海外通俗文学，以“雪米莉”的笔名写作了一系列一时间颇有影响、熔言情与侦案于一炉的通俗文学作品。1993年上半年，热门畅销书之一——《警告中国人》系列丛书的作者周洪就是纯文学刊物《当代》编辑部的几位编辑的笔名，其中主笔周昌义原也是纯文学作家。^①在此背景下，组织著作者工会，以维护作家的合理报酬一时成为风尚。1989年1月，王朔、魏人、刘毅然、莫言、苏雷、朱晓平、刘恒等12位作家成立中国第一个民间作家组织——“海马影视创作中心”，它被合众国际社称为“中国第一家作家协会”（海马影视创作中心正式登记的时间是1992年，挂靠单位是中国战略与管理研究会）。海马影视创作中心的宗旨是将商品规律引入文艺创作中，保护作家权益，按质论价，争取合理稿酬。如同厂家追求优质产品和信誉保证，“海马宣言”宣称“保证质量，讲究信誉是我们这个文化团体所遵循的信条”^②。之后，上海的宗福先、贺子壮、陈村等33名作家成立了稿酬协议组织，签署了对影视剧本稿酬最低标准明码标价的“九三·一约定”：根据目前剧本每部最高定价为6000元，“九三·一约定”规定电影剧本每部15000元，电视剧单剧每集3000元，多本每集2000元。^③另外，没有依托这些民间组织的“个体”作家也开始自觉地为他的作品寻找买方市场。例如，作家李桦以30000元价格将其作品卖给谢晋的亨通公司；^④在深圳文稿竞价会上，史铁生的一篇短篇小说所获报酬高达8000元。^⑤自此，历来被视为精神产品的文艺，真正开始以商品的形式出现。

① 参见杨晓升《大陆作家“卖身记”》，《星光月刊》1993年第12期。

② 殷金娣：《海马的一伙“爷们儿”》，《北京青年报》1993年4月23日。

③ 《文学报》1993年1月14日。

④ 《文化托起新工业》，《中国青年报》1993年5月30日。

⑤ 王乾荣：《躁动的文坛》，《中国青年报》1993年11月9日。

四、出版商的出现

在西方，出版商依赖于畅销书机制操纵文化市场，即出版商通过各种传媒（报刊、电台、电视台等）列出一段时期内全国范围内售量最高的书籍（包括各种类别的最畅销书）来影响时尚，引导读者购买。对于出版商来说，其最大的目的就是利用各种促销手段培养能够跻身于畅销书排行榜的作家和作品。在西方，畅销书与广告宣传是密不可分的，出版商对一部畅销书的宣传、推销可说是竭尽全力。他们邀请作者周游各地，以示天下；将内容透露一二，吊人胃口；精心设计封面、装帧，一切为读者着想。其考虑之周到，给人印象极深。此外，将新作比附已获公认的经典之作，并在封面上印几句对该书热烈褒扬的话，诸如“本书获某文学大奖”，“某名家最新力作”，“惊心动魄，悬念迭起，爱情缠绵，荡气回肠”，以及利用报刊组织对该书进行评价等，当然都是溢美之词。英国学者苏特兰幽默地说，西方出版商推销他们出版的书简直就像一辆辆浑身都是喇叭的宣传车，热情得非让人掏腰包买它不可。^①

此时，畅销书制度在当代中国也已现雏形。走向企业化经营的各出版社扮演着出版商的角色（个体书商更是如此）。出于经济效益的考虑，他们总是竭力发掘能够获得市场效应的作家，并引导着文艺生产顺应着文化市场的要求发展。因此，有市场前景的作家和作品成为出版社和个体书商争相追逐的对象。如贾平凹《废都》脱稿后，近10家出版商先后找上门与作家洽谈，有的则携带重金以求能够当场拍板。一些作家一段时间里还为出版社所“承包”。例如，汪国真与天津百花文艺出版社，梁凤仪与人民文学出版社；华艺出版社购买了《王朔文集》的独家版权，中国青年出版社与《警告中国人》系列丛书的作者周洪签订了长期合作的协定等。这种情形在影视音乐界则更

^① 参见[英]约翰·苏特兰《畅销书》，上海文艺出版社1988年版，第14~15页。

为普遍。

在文学日益失去轰动效应的今天，单纯靠作品本身走红发紫已越来越困难。因此，运用一切手段将作家和作品“隆重地”推出，以引导公众文化消费，就成为了出版商谋取商业利润必不可少的策略。

例如，各种广告宣传对促成“汪国真热”起了很大的作用。包括出版商安排汪国真为购书者签名，在电视上亮相，各类报刊对“汪国真热”的反复报道，以及汪国真在各地高校的巡回演讲等，这些做法有力地扩大了汪国真诗集的销售量。公正地说，“汪国真热”主要的原因并不是出版商有意策划的结果，但它却使出版商们看到了热点的效应。其后，出版商制造热点的努力更加自觉了。例如，购买《王朔文集》独家版权的华艺出版社在将四卷本《王朔文集》推上市场的同时，将150万张王朔画像张贴在京城几乎每一个图书销购点。《废都》尚未公开出版，有关《废都》一书的报道就不断见诸报端，《废都》正式出版时则伴之以“当代金瓶梅”的大型宣传画刺激人们的好奇心和购买欲。曹桂林的《北京人在纽约》、周励的《曼哈顿的中国女人》、梁凤仪的“财经系列小说”，以及被称为“陕军东征”^①的几部小说在出版前后也同样通过各种形式的广告宣传作为驱动，并且都形成了购买热。

此外，出版商还进一步与作家订立长期合作协定。继华艺出版社购买了《王朔文集》的独家版权以后，1993年9月28日，中国青年出版社与周洪签订了中国大陆第一份购买作家的合同，自此出版界由文化市场对作家作品的选择，转向出版商参与作家的创作设计和包装，然后推向市场。购买周洪的合同使出版界由“买文”时代进入到“买身”和包装时代。^②

培养明星（作家、演员、歌星）并进行包装是占领文化市场的两大法宝，这已成为出版商、影视制片人、音乐制作人的共识。导演史蜀君的一句

^① “陕军东征”包括除《废都》之外的另外三部小说：陈忠实《白鹿原》（人民文学出版社1993年版）、老村《骚土》（中国文学出版社1993年版）、亦夫《罍疫》（中国戏剧出版社1994年版）。

^② 参见杨晓升《大陆作家“卖身记”》，《星光月刊》1993年第12期。