



首都文化产业（文化企业） 案例分析

CASE STUDY OF BEIJING
CULTURAL INDUSTRIES

INCLUDED TWENTY-ONE TYPICAL CASES OF ENTERPRISES

文化产业案例研究课题组○编著

责任编辑：晏杰然
封面设计：INFECT工作室

□ 内容简介

《首都文化产业（文化企业）案例分析》一书，通过对首都文化产业发展中出现的各种现象和重大问题的深入分析和研究，结合各典型案例企业在面临发展难题时的应对策略，提供了针对这些问题的解决之道。全书共分为打造文化精品、文化科技融合、文化金融创新、振兴文化消费、对外文化贸易、设计跨界融合、旅游产业升级、产业功能提升、培育骨干企业、文化体制改革等十个主题，收录了二十一个企业典型案例，对首都文化产业进行了全方位、多角度的解析。

该书不仅能够为政府部门制定文化产业发展战略提供决策参考，而且也为众多文化企业的创新发展提供经验借鉴，同时也为文化产业学界和业界提供了一个讨论焦点问题的平台，为首都文化产业大发展、大繁荣献策献力。

创意书系

ISBN 978-7-80257-865-4




9 787802 578654 >

定价：45元

首都文化产业（文化企业）案例分析

文化产业案例研究课题组 编著

 经济日报出版社

试读结束：需要全本请在线购买：www.ertongbook.com

图书在版编目 (CIP) 数据

首都文化产业 (文化企业) 案例分析 / 文化产业案例研究课题组编著. -- 北京: 经济日报出版社,

2015. 9

ISBN 978 - 7 - 80257 - 865 - 4

I. ①首… II. ①文… III. ①文化产业 - 研究 - 北京市 IV. ①G127.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 191086 号

首都文化产业 (文化企业) 案例分析

作 者	文化产业案例研究课题组 编著
责任编辑	晏杰然
出版发行	经济日报出版社
社 址	北京市西城区右安门内大街 65 号
邮政编码	100054
电 话	编辑部 63516978 发行部 63516959
网 址	www. edpbook. com. cn
E - mail	edpbook@126. com
经 销	全国新华书店
印 刷	中国电影出版社印刷厂
开 本	710 × 1000 mm 1/16
印 张	16. 75
字 数	236 千字
版 次	2015 年 9 月第一版
印 次	2015 年 9 月第一次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 80257 - 865 - 4
定 价	45. 00 元

版权所有 盗版必究 印装有误 负责调换

前 言

目前，中国经济发展进入新常态，经济发展方式正从规模速度型增长转向质量效率型增长。以高知识性、高增值性、低资源消耗、低环境污染为特征的文化产业，对于提升经济发展质量、拓展产业发展空间、增强国际贸易竞争力、促进消费结构升级有重要意义。作为国之首善，北京近年来在文化创意产业发展上硕果累累，成绩喜人，发展势头强劲。2014年，全市文化创意产业实现增加值2794.3亿元，占全市GDP的比重提高到13.1%，进一步巩固了文化创意产业的支柱地位。

但与此同时，文化创意产业也遇到了一些问题。比如代表首都形象的文化精品不多，文化与科技等相关产业的融合有待加强，融资难问题仍然是制约文化企业发展的瓶颈，文化资源丰富但文化消费的动力仍有待提升等等。这些问题已成为首都文化产业进一步发展的“拦路虎”。因此，选择这些热点、难点和焦点问题，结合典型案例进行深入剖析就显得尤为必要。这对于我们解决问题、总结经验、研究规律、指导实践，把握文化产业发展的新思维、新路径和新模式无疑具有非常重要的价值与意义。

为此，北京市国有文化资产监督管理办公室特组织力量编撰了《首都文化产业（文化企业）案例分析》一书，通过对首都文化产业发展中出现的各种现象和重大问题的深入分析与研究，结合各典型案例中企业在面临发展难题时的应对策略，提供了针对这些问题的解决之道。全书共分为打造文化精品、文化科技融合、文化金融创新、振兴文化消费、对外文化贸易、设计跨界融合、旅游产业升级、产业功能提升、培育骨干企业、文化体制改革等十个主题，收录了二十一个企业典型案例，对首都文化产业进行了全方位、多角度的解析。

当前，我国文化产业的宏观层面和企业的微观层面亟需加强综合研究。

《首都文化产业（文化企业）案例分析》一书恰逢其时，不仅能够为政府部门制定文化产业发展战略提供决策参考，而且也为众多文化企业的创新发展提供经验借鉴，同时也为文化产业学界和业界提供了一个讨论焦点问题的平台。我们相信在大家的共同努力下，积极进取、群策群力，首都文化产业必将会迎来辉煌的大发展、大繁荣！

北京市国有文化资产监督管理办公室

二〇一五年六月

目 录

前 言	1
第一章 打造文化精品	1
热点聚焦	
激浊扬清传正声,文化生产要传达正能量	3
典型案例	
人文精神的铸造师	
——三联书店开启 24 小时不打烊模式	9
文化丝路的领跑者	
——对外文化集团让世界成为中国的舞台	17
第二章 文化科技融合	29
热点聚焦	
推动文化与科技融合,创新文化产业发展模式	31
典型案例	
科技为文化创意插上有形翅膀	
——水晶石用科技提升文化	37
硬件“跑步机”上的文化产业布局	
——小米科技的文化探索	44
第三章 文化金融创新	53
热点聚焦	

打造文化金融服务体系,破解文化企业融资困局	55
典型案例	
成立专营机构开拓文化金融创新路	
——民生银行破解文化金融对接难题	63
全力打造特色鲜明文化金融品牌	
——北京银行助力首都文化产业发展	71
因文化而生的互联网金融创新	
——众筹网的文化金融新模式	78
第四章 振兴文化消费	85
热点聚焦	
塑造文化消费品牌,推动文化优势转为消费强势	87
典型案例	
领军互联网文化消费热潮	
——当当网创图书网购天地	94
贴近群众的高雅艺术	
——国家大剧院提振首都文化消费	102
第五章 对外文化贸易	109
热点聚焦	
文化“走出去”,如何实现从量到质的跨越	111
典型案例	
让中国声音传遍非洲大陆	
——四达时代进军非洲传媒市场的成功之路	116
带领中国网游走向国际舞台中央	
——三大创新助力完美世界全球化布局	123
第六章 设计跨界融合	131
热点聚焦	
设计跨界融合,“中国制造”走向“中国创造”	133
典型案例	

让品牌设计全方位走进生活	
——东道品牌做好产业融合大文章	140
从工业设计走向全域融合	
——洛可可设计的跨界和创新	148
第七章 旅游产业升级	155
丨热点聚焦	
文化旅游产业升级,如何走出一条创新路?	157
丨典型案例	
做中国文化旅游的领航者	
——中青旅助力旅游产业升级	164
文化旅游的差异化发展之路	
——山水盛典不一样的文化旅游	174
第八章 产业功能提升	181
丨热点聚焦	
创新发展模式,从“集聚区”迈向“功能区”	183
丨典型案例	
园区 1.0 向 4.0 的升级	
——尚 8 文化集团探索园区建设新模式	192
不仅仅是艺术区	
——798 艺术园区的功能提升路径	200
第九章 培育骨干企业	209
丨热点聚焦	
优化政府与市场双引擎,打造中国文化产业旗舰	211
丨典型案例	
白手艰难创业,打造喜剧产业旗舰	
——开心麻花的开心秘笈	218
“贵族”梅开二度,铺就海外上市路	
——畅游时代的畅游之旅	225

第十章 文化体制改革	233
丨 热点聚焦	
改制助推企业腾飞,提升文化产业软实力	235
丨 典型案例	
混合所有制激发文化产业新活力	
——木偶剧院改革迈出新步伐	240
国企携手民企解放新闻出版生产力	
——京版北教出版体制改革走出新路	247
参考文献	253
后 记	255

第一章

打造文化精品

改革开放以来，虽然市场作为资源配置的一种手段发挥着越来越大的作用，但也导致一部分文化产品片面追求商业化而忽略了艺术性和社会效益，影视、出版等领域唯票房和码洋为成功标准，低俗的内容取向及商业化炒作甚嚣尘上，导致文化产品空洞贫乏，少数甚至突破了道德底线。

我们选择“打造文化精品”这一主题，旨在从当前一些突出的文化乱象出发，剖析背后原因，结合北京市在文化生产方面的现状，提出打造文化精品的对策建议。作为在京的两大文化骨干企业，三联书店和中国对外文化集团公司生产了大量优秀的文艺作品，既在思想上、艺术上取得了成功，又在市场上受到了欢迎，在打造文化精品、促进文化产业发展方面积累了许多优秀经验，是颇具研究价值的典型案例。

I 热点聚焦

激浊扬清传正声，文化生产要传达正能量

文化是民族的血脉，是人民的精神家园，是城市发展进步的灵魂。党的十八大报告指出，人民日益增长的物质文化需要同落后的社会生产之间的矛盾仍是我国所要解决的主要矛盾。随着物质生活的不断富足，更高水平的精神文化生活成为人民的热切愿望。中央高度重视首都文化建设，提出要发挥首都全国文化中心的示范作用，将北京打造成为具有世界影响力的文化中心城市和全国文化精品创作中心。以此为目标，首都在全国文化建设进程中的龙头、领跑、示范、带动作用日益凸显，实施文化精品工程的意义重大。在京的众多优秀文化企业都长期致力于文化生产和创作，源源不断地为社会输送着各类文化精品，不仅取得了经济成功，更创造了显著的社会效益。

一、文化生产俗风日盛

在走向国民经济支柱性产业的道路上，文化产业任重而道远。在这个过程中，文化产业与其他产业相比具有许多独特优势，如优化国民经济结构、扩大居民文化消费、增加就业等，大力发展文化产业是加快经济发展方式转变的重要抓手。经济的文化含量日益提高，文化的经济功能越来越强，这本是两全其美、相得益彰之举。但是，近年来的文化产业发展却打破了这种理想局面，面对复杂多样的市场需求，许多文化企业“利”字当头，大肆生产和传播无营养、不健康的文化产品，世风日下，严重损害了社会主义核心价值观。

（一）标新立异，颠覆经典

为了赚取“眼球”经济，不少文化工作者习惯了标新立异的思维和手

法。“畸恋”、“情色”成了某些影视导演吸引观众的制胜法宝。“婚外恋”、“多角恋”等不道德元素从若隐若现，到毫不掩饰，已经充斥影视剧，带有色情场面的“床戏”也已经司空见惯。此风甚至蔓延至传世的民族经典当中。例如，新版的电视连续剧《红楼梦》、《水浒传》、《三国演义》、《西游记》无不引发了社会的种种争议，尤以“质本洁来还洁去”的黛玉裸死的安排令观众大跌眼镜。针对这一现象，《人民日报》评论说：“以低俗的流行元素颠覆了原作的艺术精神，这是艺术俯就和谄媚收视率的典型体现。”“如果靠情色成分来抓住观众的眼球，只能说明导演不理解艺术吸引读者和观众的真正奥秘。”

对于传统文学名著塑造的“西门庆”，素有“大淫贼、大恶霸、大奸商”的形象，竟也一度成为多地政府争相追捧的文化产业赢利点。安徽黄山、山东阳谷县、临清县就曾经争夺西门庆故里。其中，山东阳谷县提出了建设“水浒传·金瓶梅文化旅游区建设项目”，复原了西门庆和潘金莲的幽会地点；临清县提出了打造“西门庆旅游项目”，重新修建了王婆茶馆、武大郎炊饼铺等；安徽黄山则投资2000万元开发“西门庆故里”。如若文化部和国家文物局没有及时发布通知，明令禁止借恶俗名人故里命名进行炒作，这股歪风不知刮到何时。

（二）利字当头，低俗创作

不仅影视领域成为婚外情、一夜情等不道德风尚的重灾区，音乐领域也逐步被蚕食鲸吞。WEB2.0成就了不少网络歌曲作者，但其中一些急功近利者为了吸引点击量以一夜成名，不惜采用媚俗的方式诠释歌词。“二十四小时的爱情，是我一生难忘的美丽回忆。越过道德的边境，我们走过爱的禁区，享受幸福的错觉，误解了快乐的意义”，“你身上有她的香水味，是我鼻子犯的罪，不该嗅到她的美，擦掉一切陪你睡”……中国音协副主席徐沛东曾“指名道姓”批评，“有的人真是什么都敢写。有的歌词淫言秽语、宣传色情；有的痞话连篇，充斥着语言暴力；像《那一夜》、《狼爱上羊》，内容空洞、矫情做作；《我是你老公》、《不怕不怕》则语无伦次、废话连篇。”

新闻出版领域，这股低俗之风同样充斥于公开出版物的书名和新闻标题中。例如《有了快感你就喊》、《拯救乳房》、《情劫》、《野床》、《畸恋》等不胜枚举，尽管许多专家都对这种低俗煽情的现象口诛笔伐，但书商和作者

本人为了“现洋”，仍然乐此不疲、肆无忌惮。许多网站则在制作标题方面投入过多创新元素，成为名副其实的“标题党”，利用人的心理，或奇谈怪论，或耸人听闻，故意突出“香艳”、“情色”、“绝恋”、“暴力”，有的标题干脆就是“挂羊头卖狗肉”，严重污染了文化传播环境。

（三）道德滑坡，价值扭曲

一是女性“自强”形象被污蔑，突出反映在部分相亲类节目，以江苏卫视相亲节目《非诚勿扰》为例，曾有女嘉宾扬言自己“宁愿坐在宝马里哭，也不愿骑在自行车上笑”，此言当时引起了社会的广泛热议，但是该节目在营造了高收视率的同时，也引起了部分观众的反感。针对此类现象，国家广电总局正式下发《通知》，对相亲类节目泛滥、低俗、造作等问题及倾向着手整顿，要求“不得以婚恋的名义对参与者进行羞辱或人身攻击，甚至讨论低俗涉性内容，不得展示和炒作拜金主义等不健康、不正确的婚恋观念”。

二是女性“自尊”形象被污蔑，从曾经红火一时的芙蓉姐姐，到以言辞出位、哗众取宠走红的“凤姐”，各类电视节目相继效仿，争相炒作。国家广电总局新闻发言人曾表示，“凤姐这种低俗文化应该坚决叫停”，但凤姐仍然理直气壮地回应“我是社会大众捧出来的，是一个个网民顶帖顶出来的，所以这并不是我个人的低俗，而是社会”。此外，艳俗“门”大开，一些女星为了出名，利用人们的猎奇心理以及窥探欲望进行炒作，此类举止严重损害我国女性的形象。她们一旦出名就会身价倍增，尽快换取利益，误导了社会的主流价值观。^①

二、唯市场马首是瞻

随着社会主义市场经济的快速发展，文化市场整体呈现出了前所未有的斑斓色彩，各类文化相互交织；但同时也导致了文化市场的自发性和传媒的商业性，引发了文化市场秩序的混乱。社会主义市场经济在带来文化活力的同时，还会导致不同社会群体价值取向、文化选择的多样化。

（一）文化市场环境浮躁

第一，市场经济的负面效应凸显。我国社会主义市场经济的发展，一方

^① 郑键. 一个记者眼中的低俗文化十大乱象. 检察日报, 2010年8月13日