

高校文化产业管理专业教材

主编 / 胡惠林

文化

产业学概论

胡惠林 单世联 / 著

*The Introduction of
Cultural Industries Theory*

书海出版社
山西人民出版社

高校文化产业管理专业系列教材

主编 / 胡惠林

文化

产业学概论

The Introduction of Cultural
Industries Theory

胡惠林 单世联 / 著

书海出版社
山西人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化产业学概论 / 胡惠林, 单世联著. —太原: 书海出版社, 2006. 7

ISBN 7-80550-737-6

I. 文... II. ①胡... ②单... III. 文化经济学: 产业经济学 - 中国 - 高等学校 - 教材 IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 045584 号

文化产业学概论

著 者: 胡惠林 单世联	网 址: www.sxskcb.com
责任编辑: 张雪琴	经 销 者: 新华书店
出 版 者: 书海出版社	承 印 者: 山西新华印业有限公司
山西人民出版社	人民印刷分公司
地 址: 太原市建设南路 15 号	开 本: 787mm × 1092mm 1/16
邮 编: 030012	印 张: 27.25
电 话: 0351-4922220(发行中心)	字 数: 418 千字
0351-4956003(综合办)	印 数: 1—4 000 册
E-mail: Fxzx@sxskcb.com (发行中心)	版 次: 2006 年 7 月第 1 版
Web@sxskcb.com (信息室)	印 次: 2006 年 7 月第 1 次印刷
Shuhshb@sxskcb.com (综合办)	定 价: 38.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

顾问 / 谢绳武 申维辰

指导委员会 / 叶取源 叶 朗 王永章 韩永进 明立志

专家委员会（按姓氏笔划为序）

尹 鸿（清华大学新闻传播学院教授）

齐勇锋（国家发展与改革委员会经济体制与改革研究所研究员）

李向民（南京航空航天大学文化产业研究中心教授）

孟 建（复旦大学新闻与传播学院教授）

金元浦（中国人民大学中文系教授）

张晓明（中国社会科学院文化研究中心研究员）

胡惠林（上海交通大学文化产业与管理系教授）

章建刚（中国社会科学院哲学研究所研究员）

施惟达（云南大学文学院教授）

熊澄宇（清华大学新闻传播学院教授）

蒯大申（上海社会科学院文学研究所研究员）

目 录

导 论

- 一、中国文化产业研究兴起的背景 3
- 二、文化产业概念的学理品格与学科基础 9
- 三、文化产业学的研究对象与学科属性 11
- 四、文化产业学的理论系统架构与研究方法 14
- 五、中国文化产业理论建设系统的学术创新品格 17

上 编

第一章 西方文化产业理论述要

- 第一节 文化产业论的背景 21
 - 一、相近概念 21
 - 二、主要形式 24
 - 三、在全球化背景下 26
- 第二节 生产视角:文化产业的“批判理论” 29
 - 一、三个要点 29
 - 二、三个补充 35
- 第三节 接受视角:寻求抵抗的“文化研究” 40
 - 一、文化主义、结构主义与“葛兰西主义” 40
 - 二、从“大众”到“人民” 43
 - 三、民粹倾向 49
- 第四节 技术视角:从麦克卢汉到“后现代” 51

一、技术决定论	51
二、仿真时代	54
三、社会与技术之间	58
第五节 结 论	60
一、走向多元化的文化产业研究	60
二、走向批判性的文化产业研究	61
三、走向评价性的文化产业研究	62
第二章 中国文化产业理论研究的历程	
第一节 中国文化产业研究的发生	65
一、从文化全球化的角度看中国文化产业研究的意义	65
二、中国文化产业实践的兴起	67
三、中国文化产业发展和研究的政策性支持	69
第二节 中国文化产业理论研究发展阶段	74
一、中国文化产业基础理论研究：从表象到实质	74
二、中国文化产业应用理论研究：从启蒙到理性	79
第三节 关于文化产业的定义、范畴及特征的界定与探讨	83
第四节 中国文化产业实践提出的一系列重大理论问题	88
一、文化产业政策	88
二、文化产业发展战略	90
三、WTO 与中国文化产业关系	94
四、文化体制改革与文化产业发展	97
五、文化产业行业研究	99
六、区域文化产业研究	103
第三章 文化产业的 概念、特征与基本规律	
第一节 文化产业的概念及其内涵	109
一、文化与文化产业	109
二、产业与文化产业	110
三、文化产业的定义及其内涵	111
第二节 文化产业的属性与特征	113
一、文化产业多重属性的内容与形式	113
二、文化产业多重属性的形成基因	117
三、文化产业多重属性与文化产业价值运动的多重性	119
第三节 文化产业运动的规律	121

- 一、文化产业运动规律的多样性与复杂性 121
- 二、文化产业运动的特殊规律 123

第四章 文化产业与现代社会运动

- 第一节 文化产业与现代社会构成的文明方式 131
- 一、文明方式构成的历史性尺度 131
- 二、文化产业对于现代文明社会建构的意义 132
- 三、现代文明传播的科学媒介 134
- 第二节 文化产业与现代社会构成的文化关系 137
- 一、作为社会结构的文化结构:文化社会关系 137
- 二、作为经济结构的文化结构:文化经济关系 139
- 三、作为政治结构的文化结构:文化权利关系 141
- 四、作为文化结构的文化产业结构:文化关系 142
- 第三节 文化产业与现代社会发展道路 146
- 一、文化发展与社会发展 146
- 二、文化发展模式与社会发展模式建构 150
- 三、文化产业发展与国家发展道路选择 151

第五章 文化产业与意识形态

- 第一节 文化产业与意识形态的关系 157
- 一、意识形态的导向制约性 157
- 二、文化产业的意识形态实践性 158
- 三、文化产业与意识形态的矛盾运动 159
- 第二节 文化产业与意识形态建设 162
- 一、意识形态作为存在和科学的对象 162
- 二、意识形态作为权力形态理论的变迁 165
- 三、要把文化产业作为意识形态建设来抓 174
- 第三节 文化产业与先进文化的实现方式 178
- 一、先进文化是一个历史范畴的概念 178
- 二、先进文化与市场经济之间的同构关系 180
- 三、人类文明的前进方向与中国先进文化的前进方向 181

第六章 文化产业发展与国家文化安全

- 第一节 全球化与国家文化安全问题的增生 187

一、全球化是一种改变世界的力量	187
二、全球化是现代国家关系中新的国家安全机制	189
三、国家文化安全取决于全球化进程中文化力量关系的对比	192
第二节 当今世界的软力量竞争与国家文化安全主题	194
一、国力理论的演变与全球化时代的新国力观	194
二、软力量的提出与世界竞争战略形态及安全重点的转移	196
第三节 文化产业具有特殊的国家文化安全意义	201
一、国家文化安全的内涵与外延	201
二、文化产业发展的文化安全意义	202
三、在融入现代世界体系中实现国家文化安全	203

第七章 中国入世与文化产业发展

第一节 中国入世与文化产业发展的冲突和整合	209
一、WTO 作为国际文化政策文本的分析	209
二、WTO 与我国国家文化安全观和规制的冲突分析	211
三、入世与中国国家文化安全战略变化	213
第二节 中国入世与文化产业创新体系建设	215
第三节 中国入世与文化产业国际化道路	222
一、“走出去”是中国文化产业发展必然之路	222
二、树立国际文化贸易观念	223
三、重建我国文化外贸的政策系统和法律体系， 改革我国的文化外贸体制，建立新的国家文化外贸制度	226

下 编

第八章 文化产业结构

第一节 文化产业结构与产业价值链	231
一、文化结构与文化产业结构	231
二、产业结构与文化产业结构	234
第二节 文化产业结构的变动与增长效应	241
一、文化产业结构变动的内容	241
二、其他产业结构变动与文化产业结构变动的关系	243
三、文化产业结构的生长效应	245
四、文化产业价值链与授权产业	246

第三节 中国文化产业结构的调整与创新	251
一、文化产业结构的合理化与高度化	251
二、世界文化产业结构的发展趋势	255
三、中国文化产业结构调整与制度创新	258
第九章 文化产业组织	
第一节 文化产业组织及其运动	267
一、文化市场结构与市场形态	267
二、文化企业行为与市场绩效	276
三、文化产业组织的运动与发展趋势	282
第二节 中国文化产业组织分析	284
一、中国文化产业组织的构成与运动	284
二、中国文化产业组织运动的问题	285
三、中国文化产业组织的合理化与创新	290
第三节 文化产业结构与文化产业组织互动	295
一、文化产业结构与文化产业组织的一般关系	295
二、文化产业结构变动中的部门文化产业差别	297
三、中国文化产业组织与文化产业结构的互动	300
第十章 文化产业运行机制	
第一节 文化产业运行的市场机制	305
一、文化市场主体与市场经济结构	305
二、文化市场规则与机制	307
三、文化市场体系	308
第二节 政府宏观调控机制	313
一、“市场失灵”与宏观调控	313
二、市场经济体制下的政府作用	315
三、宏观调控的目的、原则与手段	317
第三节 现代企业制度与文化产业运行机制	320
一、中国文化企业制度分析	320
二、现代企业制度与文化产业运营机制创新	322
三、国有文化资产管理与中国文化产业现代企业 制度的建立	328

第十一章 文化产业战略与布局

第一节 文化产业战略与国家战略	333
一、和平崛起与当代中国文化战略理念	333
二、战略机遇期与中国国家文化安全战略需求的调整	336
三、中国和平崛起的文化使命与国家文化战略目标	338
四、文化大国战略是中国文化产业发展的根本战略	339
第二节 文化产业空间布局及其不平衡规律	344
一、文化产业布局与区域文化经济	344
二、文化产业布局的规律和任务	349
三、文化产业布局非均衡规律的克服与 区域文化产业的规划选择	353
第三节 文化产业规划的基本原则与战略选择	356
一、文化产业规划选择的制约因素	356
二、文化产业战略规划的原则与区域文化产业布局 战略选择	361
三、文化产业集群与区域文化产业发展	373

第十二章 文化产业政策

第一节 文化产业政策的性质、特征与作用	379
一、文化政策与文化产业政策	379
二、文化产业政策的特征与作用	381
三、建设小康社会与中国文化产业政策发展	388
第二节 文化产业政策的结构与内容	392
一、文化产业政策的结构	392
二、文化产业政策的内容	394
第三节 经济全球化背景下中国文化产业政策选择	406
一、全球化背景下的国家文化安全政策建设问题	406
二、确立以国家利益为最高利益的文化发展观	407
三、建立积极的国家文化安全预警系统	411
四、以公共的力量构筑国家文化安全体系	415
五、加快国家文化外贸体制改革	419
六、全面推进国家文化创新能力建设	421

后 记	425
-----------	-----

导 论

导 论

中国文化产业及其理论与政策建设,是在文化体制改革不断深化和社会主义市场经济改革目标的提出后而被提出来的。改革开放,不仅带来了中国政治、经济的巨大变动,而且也带来了中国文化形态和文化建设的巨大变动。中国文化建设开始由过去单一的福利性的“文化事业”,向市场型的“文化产业”和公共性的“文化事业”发展,用文化产业来推动文化事业发展的方向转变。文化产业在整个国家文化建设中的地位与作用,也随着文化市场的全面扩容和开放,随着知识经济价值的被发现,而凸现成为当今中国文化建设的两大主题之一。由此而提出来的关于文化产业高级专门人才的培养、文化产业学科建设,也随之成为中国高等院校建设与发展的重要内容之一。作为科学的文化产业学的理论建构,正是在这样的学术背景下成为我们重要的思考对象。

一、中国文化产业研究兴起的背景

(一) 20世纪80年代后中国文化建设形态性变化

中国文化产业理论与政策问题是在中国文化体制改革不断深化,和社会主义市场经济体制的改革目标提出后而逐渐地在当代中国文化建设与文化发展的进程中凸现出来,并进入学术研究视野的。

新中国成立以后,随着经济领域里计划经济体制的全面建立,中国因循前苏联的社会主义模式,也随之建立了与之相适应的国有和国办文化的文化体制。虽然,一定的以市场形态存在着的文化生产和文化消费活动依然存在,文化商品流通领域实际上也客观地存在着,以经济核算

为单位存在着的新华书店发行所、电影发行公司,客观上起着文化商品流通中介的作用;但是,由于在文化领域基本取消了其他非公有成分的市场主体的存在,因此,所有关于文化商品的生产、消费和流通也都纳入了计划经济的统一模式之中,即国家生产什么,社会就消费什么和流通什么。文化生产并不是根据市场需要和消费的需要,而主要是根据政治任务的需要来安排,市场主体和消费主体并没有自己自主的文化选择权。客观上存在着的文化市场,由于被纳入了一种静止的计划状态,无法在文化资源配置中发挥基础性作用。由于一切都是按计划进行的,因而也就不存在市场竞争。统购统销的供给型、福利型文化管理模式,使国家成为文化商品生产唯一的投资方、唯一的受益方,同时也是唯一的风险承担方。政府承担了文化商品生产和文化市场所有的成本和风险。一切关于文化的生产、流通和消费,都是在文化事业的政策范围内被社会认知和运作。政府及其文化行政部门成为国家办文化的唯一主体。文化产业在一个很长的时间里,一直没有在我国国民经济和社会发展整体思维与规划及管理中获得理论、政策和实践的存在形态和合法性身份。尽管我国政府在 20 世纪 50 年代的有关文件中,也曾经正确地使用过诸如“电影工业”这样的科学概念,然而,中国的文化建设却一直为“意识形态领域里的阶级斗争”所困扰,而没有获得其生长与发展应有的形态和合法性身份。

进入 20 世纪 80 年代后,中国全面推进的改革开放,不仅带来了国家政治和经济结构的巨大变动,而且也带来了中国文化形态的巨大变动:音乐茶座和营业性舞厅在中国南方城市的兴起,使得文化娱乐业在中国重现;演员“走穴”使少数文艺人先富起来,推动院团体制的改革;图书零售业的放开,使得国有新华书店一统天下的局面不复存在;文化搭台经济唱戏,国家不再包揽中国文化建设的一切事物。文化发展的理性回归,一方面使得中国文化建设陷入了前所未有的困顿和迷乱:中国文化向何处去?一方面又使得中国文化建设获得了前所未有的活力和新的生长形态。文化娱乐业不仅丰富了人民群众的文化生活,满足了人们精神消费的需求,而且还改善了一方的投资环境,为地方经济发展提供了新的就业机会。丰富的税源和税种的增加,使人们第一次看到了文化巨大的经济能量。音像业的异军突起不仅给中国带来了全新的文化消

费方式和文化消费理念,而且还给中国经济结构的调整和重组提供了新的题材。电视业所创造的巨大利润给电影业带来巨大冲击。文化产品形态的变化,标志着市场主体的变化和文化消费形态的变化,而由所有这些变化所孕育的是整个中国文化建设的形态性变化。思想文化的传播形态和传播机制,受众的接受方式和接受理念,已经再也不是政府的“统购统销”完全单一的福利性的文化事业了。自主选择、市场导向、消费需求和利润目标,成为市场主体的动力机制,文化市场在文化资源配置中的基础性作用,已经成为中国文化建设与发展的全新的运动形态和存在方式。用文化产业的发展来推动文化事业的发展,日益成为中国社会主义文化建设的重要动力。社会力量的参与和介入,政府办文化格局的转变,使得当代中国的文化生产力和生产关系发生了重大的形态转型。文化产业这一全新的文化建设、文化发展与文化存在形态,随着社会主义市场经济改革目标和价值原则在文化生产、消费和流通领域里的全面推进,随着文化市场的不断扩容和开放而被人们认识和发现,并进而成为当代中国文化建设的两大主题之一。2000年10月,中共中央十五届五中全会通过的《中共中央关于“十五”规划的建议》第一次明确使用了“文化产业”的概念,提出要“推动有关文化产业的发展”;2001年3月,这一建议被正式写进九届全国人大四次会议通过的国民经济和社会发展“十五”规划纲要,从而使文化产业作为中国当代文化建设的重要形态,获得了合法性身份。

然而,文化产业形态在中国的迅速发育,并未同时有效地带动关于文化产业的理论研究和政策研究;相反,当大众文化在20世纪90年代全面进入中国大众的主导文化生活时,中国的学界却惊呼“文学被边缘化”了。文化研究的贵族心态,迅速地使中国关于文化产业的理论研究和政策制定与实际拉开了距离。理论与政策研究的长期缺席,使之严重地滞后于中国文化产业发展的实际。而文化产业在迅速扩容、延伸及其对国民经济、社会发展和人们的精神生活所带来的巨大影响的同时,迫切希望得到关于它的理论指导,而国家关于文化产业政策的科学制定更需要文化产业理论成果的学术支持。尤其是在中国文化建设步入21世纪,文化产业在中国经济结构的战略性调整中正在扮演着越来越重要的角色的时候,文化产业形态丰富性的成熟展开,使得对它的理论研究和

理论建设重要性的认识进入了一个新阶段。

(二) 冷战后国际文化关系的变动与世界文化力量格局的重组

冷战结束后,全球力量对比的格局发生了根本性的变化。这种变化并不仅仅表现为欧洲的一种社会制度随着苏联、东欧社会主义阵营的解体在国际地缘政治上消失,而且也标志着一种曾经占主流地位的文化制度和意识形态在国际地缘文化上的瓦解。这就使得原本均衡的国际文化关系和世界文化力量格局,在瞬间发生了巨大的变动和转移。苏联和东欧社会主义阵营的解体,使得西方世界尤其是美国一夜之间失去了对手。瞬间的突变导致了瞬间的政策无能。这种无能以及由这种无能所导致的历史重心的位移,都可能使历史的前行改变它的方向和原创的动力源。对象存在性的丧失,意味着为对象而存在的对象战略变得毫无意义。长久以来,冷战赖以建立的关于意识形态之争变得不重要了,为这一主题服务的整个国家文化机器,它的资源配置和制度安排必须寻找新的战略出路和新的战略对象,服务于新的战略需要,并以此来构筑新的战略优势。以冷战为主题而形成的世界文化秩序应当在新的国际文化关系格局的巨大变动中实现重建。在福山宣告“历史终结”后,亨廷顿站在“防卫中的美国国家安全利益”的立场上提出“文明冲突”的理论,揭示了这种重建的历史趋势,并勾勒了它的未来世界文化图景和理论模型。世界文化的未来走向是否如亨廷顿所描绘的那样进入“文明冲突”的时代并不重要,但美国政府确实调整了它的全球文化战略“大棋局”和政策趋向。在乌拉圭回合谈判中,美国坚持要把文化产品列入服务贸易自由化范畴;在对华经贸合作中和在中国入世谈判中,美国不断实施知识产权战略,强行要求其视听产品进入中国市场,抬高中国入世门槛。这就使处在新的世界文化秩序重建中的中国文化面临着一个重新认识和判断文化和意识形态在新的国际文化关系中的地位和作用问题。国际文化关系的变动,使得冷战时期建立起来的关于意识形态斗争的理论发生了革命性的变化,以前一直未加充分注意的领域——文化产品及其市场成为新的世界文化秩序重建的关键性因素。而在这一领域,无论是政府部门,还是舆论界、知识界,在整个 20 世纪 80 年代,在整个观念形态上,对于文化及其产品的社会功能定位并未发生根本的变化;尤其是在这一领

域,在理论和实践上都已经在尝试着“文化市场”和“文化商品”的时候,率先出来反对“文化市场”和“文化商品”的并不是政府有关部门的政策考虑,而是知识界的学术性批判。对象的陌生性,导致了理论上的迷茫和政策选择、政策决策上的犹豫不决,“大众文化”被作为与“精英文化”相对立的概念在否定性的意义上被提了出来。20世纪90年代初,所谓“纯文学”与“俗文学”之争,实质上反映了中国的学术界,尤其是文艺理论界对国际文化关系变动所带来的世界文化秩序重建需求这一全球趋势的隔膜,以及所谓“大众文化”及其产品运动在这一世界性文化秩序重建进程中所扮演的角色、分量的整体性认识和判断的缺乏。而这也是导致“文明冲突论”出现后,中国学术界缺乏原创准备与之对话的重要原因。因此,当人类社会已经走完它20世纪最后一段历程,当大众文化与文化产业运动在世界文化秩序重建中日益发挥着重要作用,国际文化关系格局正沿着文化产业这条中轴线充分展开的时候,如何科学地认识、分析和判断文化、文化产业及其系统运动所构成的力量在世界文化秩序重建中的权重,自然地成为当代中国处理国际文化关系迫切需要解决的重大课题。建立科学的文化产业理论和政策系统,给予当代中国文化产业发展中所遭遇到的诸多问题、困难和阻力以科学的回答,进而在世界文化秩序重建过程中拥有与之对话的全新的文化形态和文化模式,这就不只是文化产业理论和政策的科学建构问题,而且具有国家文化战略需求的意义。也许正是在这个意义上,中国政府在分析世界各种思潮相互激荡及其对中国的影响,和中国应采取的态度时,明确地把它放到了“关系到把什么样的中国带进21世纪”这样前所未有的高度了。

（三）经济全球化给中国文化产业发展的全面挑战和历史要求

经济全球化作为当今世界发展的一个趋势,不仅深刻地影响着世界各国的经济政策和经济运动,而且还深刻地影响着世界各国的文化政策、文化运动和文化产业发展的走向,影响着国际文化秩序的变动和文化力量格局的重组。由于经济全球化带来了资本的自由流动和信息传播的自由交流,全球性资源的再分配拉动和刺激了规模空前的文化商品的全球流动和文化形态的对撞,传统意义上的文化传承在全球化的语境下