

2004

北京文化发展报告

首都文化与 首都文化建设

北京市社会科学院 / 编

朱明德 / 主编

中国文联出版社

2004

北京文化发展报告

首都文化与 首都文化建设

北京市社会科学院 / 编
朱明德 / 主编

中国文联出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

首都文化与首都文化建设/朱明德主编. —北京: 中国文联出版社,
2004.8

ISBN 7-5059-4670-6

I.首… II.朱… III.文化事业—概况—北京市 IV.G127.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第047005号

书 名	首都文化与首都文化建设
主 编	朱明德
出 版	中国文联出版社
发 行	中国文联出版社 发行部 (010-65389152)
地 址	北京农展馆南里10号(100026)
经 销	全国新华书店
责任编辑	杨小葵
责任印制	李寒江
印 刷	北京天宇星印刷厂
开 本	787 × 1092 1/16
字 数	273千字
印 张	20.375
插 页	2页
版 次	2004年8月第1版第1次印刷
书 号	ISBN 7-5059-4670-6/I·3649
定 价	36.00元

您若想详细了解我社的出版物

请登陆我社的网站 <http://www.CFLACP.com>

前 言

北京市社会科学院及其下属的文学研究所,根据中央“地方社会科学研究机构应主要围绕本地区经济社会发展的实际开展应用对策研究”的意见,决定加强首都城市文化现状、文化产业、文化动态的研究工作。举措之一便是以“首都文化建设”为主题的编辑出版热潮。

《北京文化发展报告》的起步出于两大理由:

一是文化发展和文化建设的重要性日益成为社会共识。社会主义文化建设事关中华民族振兴,事关中国特色社会主义事业的全面胜利,必须按照胡锦涛总书记所要求的:“与时俱进,根据新形势下社会主义文化建设的特点和规律,按照文化事业和文化产业的发展要求,不断推进文化体制和机制创新,支持和保障文化公益事业,增强文化产业的整体实力和竞争力。”文化不仅是综合国力的重要标志,关系国家文化安全的大局,也是城市核心竞争力的重要标志,是社会整体协调发展的内在要求,体现了城市的素质和面貌。

二是3000多年的建城史,850年的建都史,让北京荟萃了悠久而灿烂的文化,积累、孕育、融铸了代表神州大地和中华民族辉煌的首都文化。首都文化思想理念之深邃,内容底蕴

首都文化与首都文化建设

之丰厚,表现形态之多样,辐射影响力之巨大,为其它城市所少有。对首都社会经济的一切神奇成就加以探源,都会发现首都文化要素的巨大支撑作用。首都历史进步的过去、现在和将来,始终充满对文化建设的需求。首都文化是北京实现现代化国际大都市目标的伟大资源,是营造世界一流城市、中国“首善”之地的最关键的建设任务。

《北京文化发展报告》主要汇集专业人士研究北京地区文化建设和文化发展的成果。内容包括文化事业、文化产业、文化市场、文化项目等各方面值得关注的社会文化现象。今后每年二月前出版一卷。每册围绕一个主题,以上一年度为主,进行陈述、评析和预测。全书大致分为总述、分述。本卷(2004年)为首卷,主题定为“首都文化与首都文化建设”,意在为北京文化定位,即北京文化是具有国家代表意义的首都文化,内容覆盖北京版图中全部文化机构、文化人群、文化现象,不局限于北京市属文化系统;地域色彩鲜明的北京文化是首都文化的重要组成部分。第二卷定为《北京文化发展报告(2005)——北京奥运筹办中的文化准备和文化形象》,截稿期为2004年10月。欢迎有研究的专家学者与我们联系,进行合作。

本卷的材料以2002年为主。由于是第一卷,需要酌情上溯和下延,以便对所涉领域有较为完整的认识。原计划在附录中收入《香港创意产业基线研究》。后因故未能实现。它是特区政府斥巨资委托香港大学完成的香港文化产业调查,由于吸收了内地文化业不甚熟悉的经济、产业视角和评析方式,对城市文化产业的统计、管理、评估等会有所启发。首都文化中还有一些很有关注价值的行业本卷未能关照到,这只能留

前 言

待以后。所收文章有些由于仓促尚显粗糙。错误和缺漏在所难免,还望方家不吝指教。

首卷《北京文化发展报告(2004)——首都文化与首都文化建设》的出版,得到中共北京市委宣传部的指导和关怀。

《北京文化发展报告》今后每年一卷,是北京市社会科学院的重大研究课题之一。本课题的日常管理由我院文学研究所承担,文学所所长张泉、副所长孟固具体负责。本卷的执行副主编为文学所研究人员、院首都文化发展研究中心副主任沈望舒,负责全书的主题和框架设计,并撰写总述。李建平、王军、何鸣、黄志坚、李青、舒小峰、周心慧、周星、王强、王涛、王炬、徐升国、韩志宇、胡月明、施畅、刘振礼、杨铁黎、魏健、高军、邢树森、于化云、殷平、李建盛、王珠、关宇、吕厚龙等近30位作者在资料收集、数据处理和文章编写方面,倾注了大量的时间和心血。我院经济所的领导 and 出版社给予热情的指导和协助。在这里借《北京文化发展报告(2004)——首都文化与首都文化建设》出版之际,一并致以真诚的感谢。

北京市社会科学院院长 朱明德

2004年3月20日

目 录

前言 1

总 述

首都文化与首都文化建设 1

- 一、首都文化的地位取决于首都的城市地位 1
- 二、中国首都文化的性质和作用 2
- 三、首都文化的辉煌与优势 4
- 四、首都文化重在软件建设 9

分 述

北京研究的历史与现状 16

- 一、清末至民国时期对北京的研究 17
- 二、解放后对北京研究的主要成果 20
- 三、解放后北京市属文化研究机构 24
- 四、近年来北京专门史研究 29
- 五、“北京学”和当代北京研究热潮 31

延续北京古城文化价值的曲折与得失 34

- 一、对北京历史文化名城的基本认识 34

首都文化与首都文化建设

二、历史文化名城保护走过的曲折历程·····	36
三、历史文化名城保护形成三个层次·····	43
四、历史文化名城保护的实践及其效果分析·····	49
北京城市文化设施建设的现状、问题及发展思路·····	65
一、北京文化设施建设的历史与现状·····	66
二、北京文化设施建设的特点和趋势·····	69
三、北京文化设施建设存在的问题及原因·····	71
四、北京文化设施建设的思路和对策·····	75
北京地区文化集团现状与文化产业的集团化发展·····	77
一、北京地区文化集团的基本情况·····	78
二、近年来文化集团化建设的进展与成效·····	80
北京专业作家体制的改革历程·····	82
一、专业作家体制的由来与逐渐显现的弊端·····	82
二、合同作家体制的探索性实践与不断改进·····	85
三、第七届合同制作家的创作成绩与不足·····	88
四、作家体制改革中的思考与未来发展设想·····	90
北京地区博物馆事业的发展·····	94
一、北京地区博物馆事业发展历史概述·····	94
二、2003年北京地区博物馆事业发展概况·····	105
三、结语·····	111
北京社区文化的成就、理念与建议·····	112
一、北京城市社区文化建设的成就·····	113
二、社区文化建设的不足与问题·····	118
三、社区文化若干理论问题的思考·····	121
四、文化社区是城市社区文化的代表·····	131

五、关于社区文化和文化社区建设的若干建议	133
首都广播影视业的现代化轨迹	137
一、历史背景	137
二、现代迈进	140
三、世纪展望	145
当代中国网络文化内容与网络文化经济	151
一、网络文化经济潮头汹涌,已经成为新的经济增长点	151
二、网络文化内涵丰富,影响深远,正在成为一种新型文化	154
三、网络文化内容应当认真加以规范和引导	156
四、加强网络文化内容管理任重而道远	157
健全和完善首都新闻出版业健康发展的法制环境	160
一、改革开放为新闻出版业提供良好的法制环境	160
二、市场监督是新闻出版管理工作的重点	163
三、建立统一的市场准入制度	165
北京市新闻出版业改革初探	168
一、我市新闻出版业改革经历的三个阶段	168
二、新闻出版业进一步发展面临的体制、政策问题及建议	171
三、出版单位和国有企业进一步发展面临的体制、政策 问题及建议	173
打造中国期刊重镇	176
一、首都期刊业发展现状	176
二、首都期刊业的产业化与市场化发展趋势	182
三、首都期刊读者阅读消费与倾向	186
四、首都期刊业发展前景展望	188

首都文化与首都文化建设

把北京建成我国音像视听业的制作中心	190
一、中国音像业概述	190
二、北京音像业的基本状况	191
三、关于发展北京音像业的几点思考	195
北京的演出业和演出市场	200
一、2002年的北京演出舞台	201
二、2003年的北京演出市场	208
三、2004年演出市场调整格局	211
北京市属表演艺术团体改革的实践、思考、对策	215
一、改革的重点思路和成效	215
二、几个需要加以关注的问题	221
三、关于深化改革的对策性建议	223
北京旅游业的长足发展	227
一、2002年北京旅游业发展概况	227
二、趋势分析和探讨	238
北京体育健身业的需求趋势与展望	242
一、北京市体育健身业发展的背景分析	242
二、新世纪北京体育健身业的发展现状	244
三、北京市体育健身业的发展机遇	251
四、关于发展北京市体育健身业的几点建议	252
北京文化娱乐市场发展研究	255
一、北京文化娱乐市场的现状与问题	255
二、北京文化娱乐市场的发展趋势	261
三、促进北京文化娱乐市场发展的建议	264

创院线品牌走产业化之路	266
一、股份制改革为北京电影市场注入活力	266
二、商业化运作变粗放型经营为集约型经营	268
三、强化影院改造让电影市场持续发展	272
四、重组资源建立北京电影集团	273
走文化企业创新发展之路	275
一、抓住机遇,改革创新,全力探索北京文化产业发展之路	275
二、面向市场,经营创新,全新塑造北京歌华文化产业发展 品牌	279
三、把握战略,开拓创新,全面创造歌华文化产业发展新的 辉煌	281
重视会展经济与优先发展首都文化会展产业	285
一、会展业在当代社会发挥特殊推进器作用	285
二、文化会展创造着最大的焦点效应	286
三、北京会展业中心地位受到严重挑战	288
四、北京拥有做强文化会展的光荣历史与核心优势	291
五、兴办首都文化会展的理想局面	295
六、首都文化会展产业需要实现要素环节的优质化	299
北京城市雕塑建设与发展概述	303
一、北京城市雕塑建设的领导与组织机构的完善	303
二、北京城市雕塑建设的积极开拓与稳步建设	305
三、雕塑展览的推动与雕塑艺术的创新	309
四、北京城市雕塑与首都文化建设	313

首都文化与首都文化建设

2004年1月13日,中共北京市委书记刘淇在北京市文学艺术界第七次代表大会开幕式讲话里多次使用“首都文化”一词,其中包括对“首都文化战线异彩纷呈”的成就,对“首都文艺工作者紧跟时代步伐”精神面貌的肯定;关于“推进首都文化建设的神圣使命”,“繁荣首都文艺舞台”,“充分利用首都文化的优势地位”,“发展首都的文化事业和文化产业”,“实现首都文化建设的新突破”等一系列要求。这表明继北京市在经济建设领域采用“首都经济”的提法,明确北京经济的内涵、要素,施以正确的发展规划,取得社会发展跨越式增长之后,在文化范畴又一个重大的拓展与提升。它预示伴随改革开放的深入,北京市文化建设工作开始超越行政系统直辖所属的狭隘意识,进入国家视野、世界眼光的大背景;它预示新世纪初期,北京的城市文化方向,文化性质,文化战略,文化与社会经济的互动连动关系,将出现一个清晰化进程。首都文化将以独特功能和强势地位,凝聚1.68万平方公里土地上不同户籍、甚至不同国籍的建设者和社会机构,代表北京与中国,为城市建设,为中华民族的伟大复兴,为东方文化与国际文化的沟通融合发挥卓越的作用。

一、首都文化的地位取决于首都的城市地位

首都一词属城市学范畴。城市是周边地带政治、文化、经济的中心,是人类进步与现代文明的摇篮,是各类社会事业的集中地。因此

首都文化与首都文化建设

“城市化”便成为世界发展趋势,成为现代化水平的衡量标志。20世纪初期,全球城市化水平为12%;百年后已超过50%。发达国家城市化水平普遍达到70—90%;中国目前约为37%。所以在中国的现代化指标体系中,就有了要将城市化水平提高到50%以上,城市人口从3.9亿升到7.5亿等内容。

依据城市特有的辐射、关联、带动功能,对城市进行分类研究,大中小规模为一种分类。中国现有城市663个,其中34个城市人口超过百万,25个城市人口逾500万。特大型城市以0.43%的国土面积集中着40%以上的全国非农业人口,创造了2/3的国内生产总值和3/4的外资利用额。第二种方式为按城市、地域中心城市、国家中心城市、国际中心城市进行的分类。另外,有依据某种公认度的重要功能进行的城市分类:如政治型(日内瓦、布鲁塞尔等),经济型(苏黎士、鲁尔、沈阳等),交通型(新加坡、武汉、郑州等),文化型(威尼斯、戛纳等),宗教型(耶路撒冷、麦加等),综合型(纽约、上海等)等等。

因中心城市的地位和价值的迅速攀升,政治家、社会科学家们日益关注首都(首府)的城市作用。首都学从城市学中派生出来,成为独立学科。首都城市具有一国政治中心的性质,相当数量的首都还具有文化中心、经济中心的特点,部分首都城市甚至是国际性中心。在一国众多城市中,首都有着最高性和唯一性地位,所以首都文化、首都功能、首都价值本身就是伟大的资源,其效力常常以不同形式显露出来。亚洲金融危机对整个俄国造成重大伤害,而莫斯科市却在市长卢日科夫带领下,有序化解危机。卢日科夫总结他成功的四项主张时,强调核心是“百分之分地”利用了首都地位、首都优势和文化功能。

二、中国首都文化的性质和作用

首都文化与北京文化二者在概念上互相包容,各有侧重:前者强调地域基础上的国家代表性,后者突出区位属地的特色。以“首都”定义北京的社会文化现象,对北京城市建设除了肯定它是伟大资源外,还有现实和长远的诸多益处:它反映的是首都文化源于全国政治文化中心

这一城市地位的客观现实,彰显地域文化与荟萃全国文化的综合优势,它塑造中华文化,东方文化代表者形象,体现拥抱国家与世界的精神境界;它突出海纳百川的气氛和用良田沃土吸容八方建设者的环境条件,表达宽广真诚的心态;尤其值得关注的是它从理念层面构筑起属地民众和机构的凝聚力、归属感;用首都文化统一城市大家庭的思想,亲和多元成员团体的情感,有利于将分散的资源优势转化成文化经济的集中竞争力。当然,在市内、国内使用“首都经济”、“首都文化”的概念,丝毫不影响外人在国际上以城市名称指代国家或民族,不影响媒体用巴黎意味法兰西、用北京评述中国和中华民族。

所以,可以尝试将当代中国的首都文化做如下概括:首都文化以历史悠久的北京地域文化为基础,反映着中国与与时俱进的城市文明。因而是荟萃全国各民族精华的中国特色社会主义文化;是传承往昔,面向未来、面向世界的,兼收并蓄人类社会精神营养的文化;是体现首都地位,发挥首都功能,通过首都价值服务全国的文化;是经典文化、群众文化、公益文化和产业文化交相辉映、相得益彰的文化;是高质量的文化创新生产力队伍,凭借厚重的文化内容,宏大的文化消费,现代科技的载体形式,显著的中心市场功能,突出的辐射和影响能力提供精神产品和服务的文化;是用政治文明,科学力量,人文思想和文化经济的品质,不断向社会进步注入活力的文化。

首都文化兼顾了首都城市必然要应对的多重关系。如对外,首都与京畿地区即首都圈的关系;与国内各地方各民族的关系;与世界各国、各地区、各民族的关系。对内,地域性北京文化和国家性首都文化的关系;履行首都文化职能与承担对属地提供文化福祉责任的关系;北京版图内不同文化资源所有方、使用方、受益方,不同文化机构系统,不同文化类别、板块、形式、流派、市场、思想、情趣的关系;对远,传统文化与现代文明的关系。对领域,与国家的政治、经济、军事、外交、宗教、民族诸方面法律政策的关系等等。

因此首都文化涵盖着北京区划内文化资源和文化现象,却又淡化区域的狭隘局限;有着对驻北京中央和国家机构、部队和社会团体、各种所有制与经济成份人群的开放胸怀,并且保持面向各地、各国、各民

首都文化与首都文化建设

族沟通交流的渠道;首都文化的本质是以北京城市文化的运行集中代表中国文化。首都文化常常显示包容性、权威性、丰富性、经典性、广泛性和先进性特点,在许多情况下成为中国特色的文化思想、文化行为、文化产品、文化服务、文化活动的发端处或辉煌地,从而带着“首善”的光彩。

三、首都文化的辉煌与优势

3000 多年建城史,850 年的建都史,55 周年的新中国首都建设史,近 30 年的改革开放发展史,使北京形成了世界城市之林中罕见的文化积淀。它记载着历史各阶段的城市辉煌,也构筑起当今中国首都文化无可争议的优势。

1. 丰富的历史文化遗存。北京集中着 7 项世界有形或无形文化遗产,包括“暂保”、超过 1400 处文物保护单位,7039 处古迹,226 万件以上的珍贵收藏品;还有全国品种数量最多的书刊报、档案材料;记载着全国各省市自治区和 56 个民族自然风貌、文化历史、建设发展信息与研究成果的资料库。

2. 富于震撼力的现代城市文明象征——文化设施群。它们总体上始终在全国城市中保持领先。截止到 2002 年,北京有博物馆 123 家(上海同期有 82 家),公共图书馆 26 家,文化馆 22 家,演出场所 79 家,电影院 59 家,银幕 117 块(另有电影放映单位近约 120 家),文化广场 972 个(总面积 454 万平方米)。会展设施,仅 13 处较大单位就有建筑面积 54 万平方米;另外还有星级饭店 572 家,它们的许多场所都达到举办国际会展的标准;以工人体育馆、体育场,首都体育馆和奥林匹克中心为代表的 432 个、总面积 828.4 万平方米的体育场馆,既是首都文化众多辉煌的见证,也早已是大型或群众性文化、文艺、体育、会展活动所依据的设施。2003 年又一轮文化设施的发展浪潮,正在开创首都文化新纪元。其中国家准备投入 90 亿元建设的重点文化设施多数落地北京;除总投资 28.88 亿元的国家大剧院,预计投入 15 亿元的故宫大修及地下展馆工程,还有已完成的中国美术馆改扩建工程,进入实施阶

段的国家图书馆二期工程,国家话剧院剧场等。北京将在 2006 年完成的 10 大文化设施也令人瞩目,它们是中国电影博物馆、首都博物馆新馆、北京美术馆、北京国际新闻中心、北京电视中心、北京广播中心、北京多媒体信息中心、北京数字出版信息中心、正阳大厦、北京图书大厦二期等。2006 年将投入使用的还有在顺义区占地 155.5 公顷、将拥有 10 个展馆的中国国际展览中心新馆,在朝阳区北京物流港的展览面积超过 10 万平方米的北京展览中心等项目。

3. 强劲的文化消费力。消费力是各项事业、产业、市场的主要推力和第一资源。文化消费力是首都文化十分醒目而又值得自豪的优势。消费力首先来自经济发展水平。2003 年北京全市 GDP 实现了 3600 亿元,这是自 1999 年以来连续第 5 年的两位数递增。由于尚无统一的文化消费统计指标体系,只能借助从两种途径推算北京的文化消费状况:一是 1999 年有研究报告显示,当年以 1100 万市民为基数计算的文化消费为 700 亿元,仅按 10% 的年递增率,就可得出 2003 年全市文化消费至少在 1128 亿元以上。对比有关专家报告的 2003 年全国文化消费总量 5800 亿元(2004 年 2 月 6 日《中国文化报》),北京一市的文化消费接近国家总量的 1/5,扣去结构不合理(教育占很大份额)和统计口径不一致的因素,仍然是惊人的比重。二是按一般认识规律,人均 GDP 达到 800 美元后,社会恩格尔系数与文化消费成反比,前者下降,后者增长;人均 GDP 达到 3000 美元时,文化消费将出现爆发值。上述专家出证国家统计局数字,说明全国城乡人均 GDP 已达到 1000 美元,恩格尔系数为 44%,文化消费在个人消费中应占到 18%,推算全国文化消费总量应达到 10900 亿元,从而说明文化消费存在结构性缺口和巨大的增长潜力。而北京在 2002 年全市 GDP 为 3130 亿元人民币,人均 GDP 已是 3355 美元,恩格尔系数降至 33% 左右,文化消费当更加接近发达国家的下限:包括旅游在内的文化消费占到家庭消费的 30% 的指标。若真是如此,首都文化实际消费力还能高估。

另外有无数的成就和现象能够证实首都文化消费力的水平。2002 年单项演出票房的前几位都出现在北京:“大卫·科波菲尔”大型魔术在首都体育馆连演 8 场,收入 5000 万元名列第一;东方歌舞团台目收入

首都文化与首都文化建设

2100 万元居于第二。同年北京的剧院演出场次达 1.38 万场,观众 1200 万人次,演出收入 4 亿元。国内首家使用计算机连锁售票服务方式,提供文化体育展览服务的票务公司——“中文票务”一年流水 4000 万元。原国家经贸委的经济专家曾有一笔账:面积约为全国 1‰,人口 1% 的北京,电影票房却超过全国总量的 1/10;仅华星国际影城年票房就高达 2000 多万元。同样的算账,北京市的网民数为全国的 1/10,博物馆接待人数是全国的 1/4(年均 2000 多万人次),音像制品销售市场规模达到全国 1/3 强;会展数量接近全国的 40%(2002 年日均 15 个国际会议,3.6 个展览,文教内容展占 21.1%。国宝展、玛雅文化展、达利互动展的热烈景象让人难忘);2001 年北京软件及相关服务业销售收入 249 亿元(中国人开发的软件 50% 出自北京)。另外,还可以历数:北京民间收藏品的市场经营额每年在 10 亿元以上,仅潘家园周末的两天,日流量就达 10 万余人次;北京图书大厦一处,2002 年出版物销售就突破 3 亿元;中华世纪坛不计游客、仅人均 30 元购票参观展览者,2002 年有 70 万人次;更不用说千禧年的欢庆晚会,世界大学生运动会开闭幕式,国际上最大场景式歌剧《阿依达》在工人体育场的上演,午门前的“三高”放歌,掀起一轮轮艺术热潮的北京音乐、戏剧、舞蹈等演出季的盛景……。再者,文化消费力来自首都特有的文化人口结构:目前超过 1300 万的首都居民,每年 300 万人次的国际旅客,近亿人次的国内游客,国家机关和公司总部云集,上千省市地县驻京办事处,数千外国驻京单位,以及高层机构和重要行业凝聚的数十万被称为“白领”“金领”的高知识、高收入群体,他们一起积累和发展着首都文化消费力,为北京文化事业带来的浓浓的“人气”,也造就了北京文化产业、文化市场一个个动人心魄的案例。

4. 良好的文化产业基础。这体现在以下 5 个方面。

(1) 拥有举国之力集聚的强势专业队伍。例如截止到 2003 年 9 月,经中央和国家机关批准的 78 家文化试点集团中,有 10 家在北京地区,包括中国广电集团、中国出版集团、中国电影集团等 6 家国字号、4 家京字号集团;2002 年底,仅此 10 家集团的总资产就约 519 亿元,当年经营收入约 209 亿元。另外同年全国有出版社 568 家,其中有 238 家在