

文化产业竞争力

Wenhua
Chanye
JingZheng Li

花建
巫志南 郭洁敏
王国荣 吴文娟·著

金元浦
主编

当代文化
产业论丛

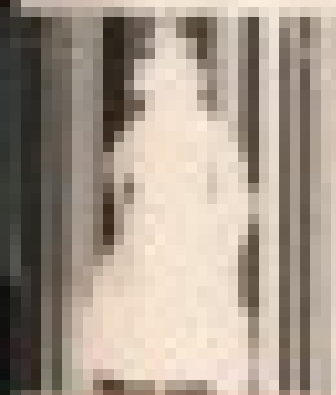
Cultural Industry

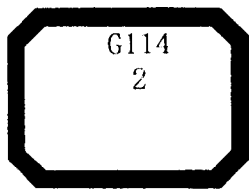
广东人民出版社

文化产业竞争力

Shenzhen
City Culture
Peng Cheng Li

THE
CITY CULTURE
COMPETITIVENESS





文化产业竞争力

Wenhua
Chanye
JingZheng Li

花建
巫志南 郭洁敏
王国荣 吴文娟·著

图书在版编目 (CIP) 数据

文化产业竞争力/花建等著. —广州: 广东人民出版社
2005. 4

(当代文化产业论丛)

ISBN 7-218-04908-7

I. 文… II. 花… III. 文化-产业-市场竞争-研究-中国
IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 015128 号

选题策划	金炳亮
责任编辑	谢海宁
封面设计	方 雷
责任技编	黎碧霞
出版发行	广东人民出版社
印 刷	肇庆市科建印刷有限公司
开 本	850 毫米×1168 毫米 1/32
印 张	10.125
插 页	1
字 数	25 万
版 次	2005 年 4 月第 1 版 2005 年 4 月第 1 次印刷
册 数	5000 册
书 号	ISBN 7-218-04908-7/G·1264
定 价	21.50 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与出版社(020-83795749)联系调换。

(售书热线:020-83799595 020-83791084)

中国文化产业进入加速发展的新阶段 (代总序)

金元浦

如果说 1994—2003 年是我国文化产业的准备酝酿探索的阶段的话，那么，随着我国加入 WTO 和中国经济高速发展进入小康社会，当代中国文化产业已进入一个加速发展的新阶段。

1994—2003 年是我国文化产业的酝酿探索的起步阶段，在这八九年中，我国文化产业界逐步转变了观念，初步探索了文化产业发展的现实道路。从历史看，我国文化产业的理论研讨的起步与欧洲、日本、韩国相比并不晚，但在观念上却徘徊多年，造成实践上长期停滞不前的局面。欧洲、日本和韩国 90 年代中期先后致力于发展文化产业，1995 年，日本文化政策推进会议在其重要报告《新文化立国：关于振兴文化的几个重要策略》中，确立了日本在未来 21 世纪的文化立国方略。其后，韩国也提出，知识密集型和高附加值的文化产业是最适合韩国的产业。政府制定了切实可行的政策，将文化产业培育成 21 世纪在韩国经济中起先导作用的国家基于产业。方针政策确定之后，日韩两国的文化产业得到快速发展，游戏软件、动漫画、日剧韩剧等文化产业迅速成长为国民经济的支柱产业，在振兴本国经济方面，发挥了重要作用。

我国对文化产业的关注和讨论是较早的，《中国文化报》早在 1994 年就率先举办了中国文化产业发 展征文和讨论，为文化

产业的发展做了理论上的探索。但总体发展阶段的限制、计划经济框架下的文化体制和观念的陈旧滞后,严重束缚了我国文化产业的发展,使我国文化产业在总体上呈现为徘徊不前的局面。

我国文化产业发展面临巨大的机遇

当前,我国文化产业发展面临着前所未有的历史性的机遇与挑战,机不可失,时不我待。

从世界来看,近年西方文化产业正酝酿着更大的发展,当代信息产业正在向创意产业(创造性产业)快速迈进,在美国,新经济中的文化要素构成了创造性经济的重要战略目标,欧洲、日本和韩国等正在迅速崛起,文化产业的未来发展有着巨大的潜力和商机。

从我国来看,经济全球化与加入 WTO,为我们参与世界文化产业竞争创造了条件,也逼迫我国文化产业不得不进入国际大循环。从现实条件来看,中国经济的高速发展,迅速进入小康社会的现实态势对文化产业的发展提出了内在的需求;特别是高新技术如 IT 业的高速发展,奠定了中国文化产业发展的科学基础与技术保障。文化产业需要高新技术,高新技术也迫切需要文化产业(内容产业、创意产业)发展的支持。而文化创新则和技术创新一起,构成了我国未来社会经济持续高速发展的不竭动力。

同时,作为成长中的经济大国,中国面对未来世界,需要也必须规划和大力建设发展中的文化大国和文化产业大国,重建“中国形象”和中国产业形象。发展中的经济大国必须辅之以新的文化形象与文化策略。中国需要全面重建文化。而在文化建设中,首先推进国内文化经济与文化产业改革并准备外向的产业发展姿态。

那么，中国成长为未来世界文化产业大国是否具有可能呢？综观当代世界文化产业发展，在要素组合中目前中国处于相对有利的位置。这包括：（1）中国作为发展中经济大国的综合国力的提升，（2）中国作为文化资源大国具有巨大潜力，（3）中国在经济领域改革的成功范例和经验，（4）中国近年网络等高科技发展为文化产业发展提供了良好基础，（5）中国文化产业具有巨大的待开发人力资源（包括创意者群体资源），（6）中国自身具有的巨大文化市场，等等。

中国文化产业的发展也面临着严峻的挑战

首先是观念上的挑战。我们必须转变文化无关国计民生的“形象”，全面调整对文化在社会转型与总体结构中位置及意义的认识。文化作为发展的手段尽管很重要，但它最终不能降到只作为经济发展的手段或促进者这样一个次要的地位。“发展可以最终以文化概念来定义，文化的繁荣是发展的最高目标。”“文化的创造性是人类进步的源泉。文化多样性是人类最宝贵的财富，对发展是至关重要的。”因此，“文化政策是发展政策的基本组成部分”，“未来世纪的文化政策必须面向和更加适应新的飞速发展的需要”。未来世界的竞争，是文化和文化力的竞争。

其次，我们必须把文化作为生产力来重新认识，探索发展先进文化生产力的道路。文化生产力观念表明，今天的文化作为一种大规模的社会生产，它就天然地具有社会生产的基本特征，具有流通、交换、消费等基本环节，具有市场条件下经济运作的全部过程。而第三代生产力的重要特征便是“文化的经济化、科技化”和“经济、科技的文化化”，以及由之产生的当代文化经济科技的一体化趋势。我们必须重新认识文化的经济功能和经济、

科技的文化含量。同时，文化作为先进生产力，文化产业作为国家发展战略具有重要意义。当代世界兴起的先进生产力是以高科技为基础的文化生产力。先进的社会生产力总是在先进文化的开启和引导下向前发展的。当代经济、科技与文化的一体化包含的两大趋势——经济的产业下游化与公民需求上游化、高级化，就是以人的不断变化提升的需求为根本的。

但是目前，我国文化产业发展仍面临着严峻的问题与困境。这主要表现为我国现有的文化产业基础十分薄弱，体制上延续计划经济的基本格局，仍然存在着四大壁垒——所有制壁垒、部门壁垒、行业壁垒、地域壁垒；市场化程度很低；并且，毋庸讳言，我国文化产业发展中还存在着文化产业发展与主导意识形态的协调等众多问题。

运用经济改革的成功经验，开展文化体制创新

面对挑战和机遇，我们必须在“三个代表”重要思想的指引下，全面贯彻党的十六大精神，落实十六大提出的文化体制改革和发展文化产业的战略决策。坚决冲破一切妨碍文化发展的思想观念，坚决改变一切束缚文化发展的做法与规定，坚决革除一切影响文化发展的体制弊端。运用经济改革的成功经验，开展文化体制创新。

制度决定长期的社会经济绩效。目前我国经济体制改革与文化体制改革出现不对称或不平衡，经济发展进入新阶段，文化体制改革滞后或严重滞后，经济结构的战略性调整与文化产业之间不平衡，要求对文化产业结构进行战略性调整。而文化产业结构的战略性调整必然要求文化体制改革。

文化体制的首要问题是计划体制与市场方式的矛盾，文化的

市场改革将成为整个社会主义市场经济体系的一个重要组成部分。文化体制改革应在社会主义市场经济的框架体系内思考和规划。稳步有序地向国内外各种所有制的经济实体放开文化市场准入限制；努力锻造在内外两个市场上具有强大核心竞争力的市场主体——文化企业。政企分开、管办分开、现代企业制度等在经济改革中行之有效的改革实践应在文化领域积极推行和实践，经济、管理领域各个环节的成功经验和大量人才应全方位进入文化创新领域。总之，应借鉴世界各国文化管理上的经验，逐步消除壁垒，在市场经济的主导框架内推动体制改革。

理论创新是我国文化产业发展的先导

在这样一个当代中国文化产业加速发展的新阶段，理论创新具有极为重要的意义。理论创新既是观念的解放，知识的转型，新思路的开拓，又是国家文化政策制定的依据，是对未来文化产业发展方向的预测，是一种总体的文化战略的部署与策划。理论创新是体制创新、制度创新的先导，也是一个国家一个地区规划未来文化产业发展蓝图的必要准备。

当代文化产业的发展首先必须进行文化观念的变革与创新。对文化的认识将全面改变我们对待当代文化产业发展的态度。

从国际上看，20世纪80年代以来，文化与发展日益引起世界各国的普遍关注。人们普遍认识到，经济的发展是一个民族的文化的一部分，而脱离人或文化背景的发展是一种没有灵魂的发展。文化作为发展的手段尽管很重要，但它最终不能降到只作为经济发展的手段或促进者这样一个次要的地位。发展与经济是一个民族的文化的重要组成部分，发展可以最终以文化概念来定义，文化的繁荣是发展的最高目标。而文化政策则是发展政策的基本组

成部分，未来世纪的文化政策必须面向和更加适应新的飞速发展的需要。

先进的文化生产力和先进文化的发展，说到底是以人为目的、服务于人、服务于最广大的人民群众的根本利益和根本需要的。随着社会生产力的迅速发展，人们的收入水平不断提高，人们的社会需要也不断提高。在基本的物质层次满足的基础上，人们更多地关注文化上的、精神上的、心理上的需要，注重个体的全面发展和人的生存质量。即使物质层次的衣、食、住、行需要也大大的文化化了。随着生活的日益提高，人的更高级需求便会优先增长，精神文化附加值的经济含量和财富含量越来越高。而文化产品与文化消费则会优先增长。

总之，当小康时代的来临，人们的初级的、低层次的、偏于物质层次的需求得到充分满足之后，高级的、更高层次的、精神的、心理的需求就会凸现出来。人们要追求更高质量的生活，追求个体的全面发展和全面实现。实际上，今日的经济学已在大力关注知识、信息、文化乃至人的心理，因此，未来的经济是创意经济、体验经济、精神经济和注意力经济（眼球经济）。

东方风来满眼春。正是在这样一个特定的历史转型时期，理论和实践的探索才如此重要。为此，我邀请了中国文化产业研究领域的同仁，一起来编写这套“当代文化产业论丛”。我的提议得到了朋友们的热烈响应，使我备受鼓舞。今天，当这套凝聚着大家智慧、意志、艰辛的丛书（第一辑）面世，我们终于等到了这墨香醉人的时刻，我衷心感谢所有为这套丛书付出心血的朋友们。

这里，只是开始，不论是书，是人，还是文化产业的伟大事业。

北京海淀三灯阁
2004年12月28日

序

在经济全球化的大背景下，文化产业在综合国力竞争中的作用越来越重要。这不仅是因为文化产业可以创造大量的文化产品和服务，形成日益扩大的文化市场，而且还因为文化产业可以利用大量的文化智能资源，为制造业和服务业增加可观的附加值，还能在国际上传播自己的价值观，争取广泛的国际认同和合作。正因为如此，从美国、加拿大到日本、欧盟，无不把发展文化生产力作为综合国力的一个组成部分，并且把扩大对外文化贸易、争夺国际文化市场作为重要的战略目标。

在这场全球化的文化产业竞争中，中国应该占有一席之地。作为世界上最大的发展中国家，中国的崛起已经引起了世界的关注。经过改革开放 20 多年来的经济持续增长，2003 年中国国内生产总值已经达到 14000 多亿美元，进出口贸易 8500 多亿美元，外汇储备 4000 多亿美元，成为世界第六大经济体。到 2020 年中国的国内生产总值将比 2000 年再翻两番，达到 4 万亿美元，人均国内生产总值达到 3000 美元。在国际舞台上，中国独树一帜的发展道路正在产生越来越大的影响。

但是中国要真正成为世界强国，在发展进程中就不能把注意力仅仅放在经济增长等“硬指标”上，中国还要更多地关注教育、文化、法制等“软指标”。最近各国学者与领导人对“软实

力”的概念给予了更多的关注。所谓“软实力”，是相对于基本资源、经济实力、科技实力、国防实力等“硬实力”而言的，是指一国的凝聚力、文化的全球化普及、在国际组织中的作用等影响自身发展和国际感召力的因素。尽管美国学者约瑟夫·奈早在1990年就提出了“软实力”的概念，但“软实力”最近几年才受到重视，因为越来越多的事实证明，“硬实力”不足以解决现实世界中的许多问题。

从总体上来看，目前中国的“软实力”还不强。在世界市场中，中国有竞争力的产品仍然是劳动密集型制造业产品，文化产品进出口的贸易逆差则有增大趋势。据报道，在第九届北京国际图书博览会上，国内出版社输出和引进版权的比例约为1:8。中国要增强自己的“软实力”，就要加快文化产业的发展。

随着我国经济的高速增长和城乡居民收入水平的不断提高，对文化产业提供的产品和服务的需求会比对物质产品的需求增长得更快。用经济学的术语来说，文化产品具有更高的收入需求弹性。这种情况已经为世界上发达国家的经验所证实，同样也为我国改革开放以来关于家庭收入与消费的实证数据所证实。目前我国宏观经济的总体态势仍然是有效需求不足。但是许多人注意到，在我国制造业不少部门的生产能力相对过剩的同时，我国非物质产品的供给却难以满足广大居民家庭的需求。例如大学教育就是这方面的一个典型的例子。发展文化产业可以有力地推动我国的经济增长，使我国的产业供给结构更好地适应变化的需求结构，从而可以提高我国的宏观经济效率。

中国在过去20多年改革开放所取得的成就，中国巨大的人口规模和市场潜力、博大精深的传统文化遗产和在人力资源方面丰富的资源禀赋，为中国加快文化产业的发展提供了极为有利的条件。当然，中国文化产业的发展还要努力探索一条既符合世界

潮流，又具有中国特色的发展之路，其中当然也包括文化产业竞争战略。中国是一个具有悠久历史的文明古国。我们要把中华民族的文化资源与各种优质资本、技术、专利、人才、品牌等加以优化整合，熔铸提升，形成强大的文化产业竞争力，为中华民族的振兴和人类文明的进步，做出应有的贡献。

上海社会科学院高度重视文化产业的研究，并在这方面不断推出有影响的理论与决策研究成果。由花建研究员负责、多学科的专家参与的文化产业竞争力研究正是我院承担的国家哲学社会科学基金重点课题之一。现在呈现给大家的，是课题的研究成果。该成果分七章深入系统地分析论述了文化产业竞争力的意义、文化产业的核心能力、文化产业的要素优化、文化产业的国际格局、文化产业的区域整合、文化产业的实力提升和文化产业的发展战略，是我国研究文化产业竞争力与竞争策略的前沿文献之一。该成果是一部认真的学术研究著作，同时收集了国际文化产业发展的生动案例，图文并茂，值得关心中国文化产业的发展及其国际竞争力问题的学者、政府官员、企业家和其他有关人士一读。

我衷心祝贺《文化产业竞争力》一书的出版，并愿意借此机会，祝愿中国文化产业在生机勃勃的春天起步，历经艰苦探索，终将迎来硕果累累的丰收季节。

左学金

2004年12月8日

（左学金，上海社会科学院常务副院长、研究员）

1 / 序

1 / 第一章 文化产业竞争力意义论

1 / 一、文化产业竞争力研究的缘起

15 / 二、文化产业竞争力的内涵

28 / 三、文化产业竞争力研究的重点

50 / 第二章 文化产业核心能力论

50 / 一、总体创新能力

63 / 二、市场扩张能力

69 / 三、成本控制能力

77 / 四、可持续发展能力

86 / 第三章 文化产业要素优化论

86 / 一、管理要素和企业家精神

92 / 二、资源要素与优化整合

108 / 三、政策要素与创业环境

114 / 四、关联要素和上下游联动

126 / 第四章 文化产业国际格局论

126 / 一、文化产业全球分布的特点

134 / 二、西方文化产业带的成因

142 / 三、东亚文化产业圈的兴起

159 / 四、中国的作用与东亚文化产业合作

175 / 第五章 文化产业区域整合论

175 / 一、大城市群发展文化产业的动力

183 / 二、会展节庆与城市的流量经济

196 / 三、中国文化产业的区域发展

214 / 第六章 文化产业实力提升论

214 / 一、文化产业的主体提升

223 / 二、文化产业的业态提升

229 / 三、文化产业的品牌提升

237 / 四、文化产业的人才提升

245 / 五、文化产业的市场提升

257 / 第七章 文化产业发展战略论

257 / 一、发展战略的基本定位

266 / 二、发展战略的三大前提

279 / 三、发展战略的六个重点

303 / 参考文献

308 / 后记

文化产业竞争力意义论

一、文化产业竞争力研究的缘起

(一) 文化产业的三大基本特征

20 世纪末 21 世纪初,是一个全球经济、科技和政治格局发生重大变化的时期,也是一个文化产业在经济全球化背景下迅猛发展的时期。文化产业的发展对全球市场和综合国力竞争的巨大影响,构成了文化产业竞争力研究的深刻背景。

作为一种宽泛的概括,我们所说的文化产业是以文化内容的创造为核心,通过市场化和产业化的组织,大规模提供文化产品和文化服务的经济形态。它有三大特征:

(1) 文化产业必须是提供文化产品和文化服务的大规模商业运作,通过市场化和产业化的组织形态,进行可持续的简单再生产和扩大再生产。

(2) 文化产业必须以追求利润最大化的企业为核心,在提升企业竞争力的过程中,不断提高文化生产和经营的效益,创造大量的文化财富。

(3) 文化产业的主体是一条以企业为主的协作链条,把不同的参与者如艺术家、生产商、经纪人、销售商等连接起来,通过分工协作,使文化价值转化成为商业价值,又以商业价值的实现

过程促成了文化价值的传播。^①

一般来说,文化产业包括演出、娱乐、广播、电影、电视、书报刊和音像制品的生产、流通、销售等领域,还包括多媒体、网络、会展、设计等新兴的服务领域。它一端连接着人性化的日常消费,是人们精神文化需求的重要组成部分,另一端连接着高新技术的前沿领域,具有高附加值、高创意、高流通的特点。

随着知识经济的兴起,文化产业作为一种以文化信息和智能创意为主要资源的产业,获得了前所未有的发展空间和巨大活力,引起了许多国家政府、企业和专家的高度重视,并且从不同角度提出了产业定义和领域划分的新观念。早在1990年,美国国际知识产权联盟就提出“版权产业”(Copyright Industries)的定义,包括出版、音乐、广播、电视、电影、舞台制作、广告、电脑软件等,来计算该产业对美国整体经济的贡献。随之,1997年美国宣布了新的北美标准行业分类系统,简称NAICS标准,强调以内容的创造和版权的保护及交易为核心,成为一种知识型的制造业和服务业。它所指的核心版权产业包括电影业,录音业,音乐出版业,书刊报纸出版业,电脑软件业,严肃戏剧业,广告业,电台、电视和有线电视业,还延伸到了发行业等周边行业。^②

1997年英国工党政府赢得大选后,在布莱尔首相的领导下,立刻成立了英国创意产业专案小组(Creative Industries Task Force),并在1998年和2001年两次发表官方的《创意产业报

① 参见花建:《产业界面上的文化之舞》,上海人民出版社2001年版。

② Stephen E. Siwek (2002), *Copyright Industries in the U. S. Economy: The 2002 Report*, International Intellectual Property Alliance.