

文
化

产
业
学

文化产业学

◎ 刘吉发 岳红记 陈怀平 著

文化产业学是一门新兴的、相对独立的学科，是一般文化学和文化研究所不能代替，也不能由产业经济学全包容的，它有着自身特定的研究对象。所以，在讨论本学科的研究对象之前，有必要了解关于文化产业的三个重要范畴，即三个基本概念：文化、产业和文化产业。



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

文化产业学

刘吉发 岳红记 陈怀平 著

经济管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

文化产业学/刘吉发等著. —北京: 经济管理出版社,
2005

ISBN 7-80207-318-9

I. 文... II. 刘... III. 文化—产业经济学
IV. G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 053011 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝8号中雅大厦11层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京晨旭印刷厂

经销: 新华书店

责任编辑: 刘璐

技术编辑: 杨玲

责任校对: 晓全

787mm×1092mm/16

15.75 印张 274 千字

2005 年 7 月第 1 版

2005 年 7 月第 1 次印刷

印数: 1—6000 册

定价: 30.00 元

书号: ISBN 7-80207-318-9/F·306

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街2号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

序 言

文化是人类社会特有的历史现象，它的发展史表明了人类进化的历史过程。广义的文化是指人类改造世界的过程与结果的总和；狭义的文化特指精神产品，它体现了人类改造主观世界的实践历程。从社会建制的角度讲，文化有事业和产业之分。文化事业是国家公共部门以向广大国民提供公益性文化为目的的非营利性组织；而文化产业则是以生产和提供具有文化内涵的产品和服务为特征，以文化市场为导向，以文化生产和经营的企业为主体，并通过投入产出模式，向社会提供文化产品和文化服务的营利性经济部门。

在人类步入 21 世纪的今天，国与国之间的竞争，不仅体现为经济力、科技力和军事力的竞争，而且更重要的是文化力的竞争。近年来，随着文化经济化浪潮的不断推进，文化产业在经济界和文化界已成为一个热门话题，进而成为各国产业结构优化升级的时代重心，凸现了产业结构软化的基本趋势，顺应了各国国民消费层次不断提升的历史潮流。文化产业，作为一国文化力的重要组成部分，不仅能为人民群众提供丰富的文化消费品，满足人们的精神生活，提升国民的文化素质，而且还是新科技成果转化的重要载体，为其他产业提供大量的产品附加值，进而贡献于 GDP 增长，提升各国的综合国力。为此，文化产业正以其自身的优势受到各国政府的高度重视，从各国国民经济的边缘向中心内聚，成为国民经济的主导产业。

回顾文化产业的发展历程，西方发达国家起步远远早于中国。但是，无论是西方发达国家，还是作为发展中国家的中国，文化产业的发展都经历了一个艰难的选择过程。文化产业从诞生之日起，就经历了来自理论界和政府部门关于其能否作为产业发展的持久争论。

在我国经济发展过程中，文化产业已显示出了其强劲的生命张力和迅猛的发展势头，我们终于欣喜地看到了文化被当做产业来发展及其所取得的巨大成就。文化产业，无论是对满足我国人民的精神消费，还是对增强我国的综合国力，都发挥着不可替代的历史作用。1949 年以后，文化一直只是作为上层建筑的一个重要部分，发挥其宣传党政方针政策的功能。改革开放以来，随着市场体制的转型、公众文化需求的提高以及西方文化产业的影响，文化产业才开


始在中国逐渐兴起。党的“十六大”的召开，成为我国文化产业发展的里程碑。“十六大”报告首次把“积极发展文化事业和文化产业”并列提出，并进一步指出：“发展文化产业是市场经济条件下繁荣社会主义文化，满足人民群众精神文化需求的重要途径。”这对于我国文化在市场经济背景下的创新与发展具有深刻的理论意义和重大的实践意义，它不但回答了理论界多年来关于文化能否产业化问题的争论，而且还为我国文化产业的发展提供了政治支持，从而使文化产业发展获得了更为广阔的空间。

为此，我们既要进一步打破传统的文化产业发展观念，又要努力建构适应21世纪文化产业发展需要的理论体系。目前，在许多专家和学者的共同努力下，文化产业的研究已取得了一定的成果，但也存在着实例研究多、理论研究少，论文成果多、专著成果少等不足，文化产业的理论研究有待于进一步加强和深入。

《文化产业学》一书，正是适应时代发展的需要而产生的一部理论性著作。首先，该书作者以产业发展的内在规律为主线，建构其逻辑框架和理论体系，使本书逻辑严密，体系新颖。其次，该书将文化置于国际经济大背景中，研究其发展的逻辑轨迹，使本书观点独特，资料丰富，分析深入，论证有力。最后，该书始终坚持把文化产业学作为一个独立的学科设计其理论构架，并深入研究，从而填补了我国文化产业理论的空白。该书是我国文化产业理论研究中论述较为深刻和全面的理论性著作。

作者请我作序，我欣然命笔，述之以上数语，以励作者。同时，也以此书荐读者。

何焯成 谨序
2005年五一节



目 录

第一章 绪论	1
第一节 文化产业学的宏观定位	1
第二节 文化产业学的微观结构	8

I. 历史进程篇

第二章 文化产业的历史沿革	15
第一节 文化产业概论	15
第二节 西方文化产业的历史沿革	31
第三节 中国文化产业的历史沿革	36
第三章 文化产业的现状分析	49
第一节 西方文化产业的现状分析	49
第二节 我国文化产业的现状分析	54
第三节 文化产业发展的趋势分析	60

II. 发展条件篇

第四章 文化产业的发展条件	71
第一节 文化产业发展的物质条件	71
第二节 文化产业发展的资本条件	78
第三节 文化产业发展的资源条件	84
第五章 文化产业的人力资源	101
第一节 文化产业人力资源的特征	101
第二节 文化产业人力资源的构成	105
第三节 文化产业人力资源的培养	111

Ⅲ. 运行机制篇

第六章 文化产业的 _{市场运行}	121
第一节 西方文化产业的 _{市场发展状况}	121
第二节 中国文化产业的 _{市场消费状况}	134
第三节 中国文化产业的 _{市场发展趋势}	140
第七章 文化产业的 _{体制创新}	157
第一节 文化体制改革的 _{时代需要}	157
第二节 文化体制改革的 _{理论依据}	166
第三节 文化体制改革的 _{关键环节}	176

Ⅳ. 政策取向篇

第八章 文化产业的 _{时代特色}	195
第一节 产业手段 _{信息化}	195
第二节 产业运作 _{市场化}	198
第三节 产业发展 _{全球化}	206
第九章 文化产业的 _{政策定位}	213
第一节 文化产业的 _{政策体系}	213
第二节 西方文化产业的 _{政策取向}	219
第三节 中国文化产业的 _{政策制定}	231
参考文献.....	243
后记.....	245

第一章 绪 论

文化是人类改造世界的结果性表征，不同民族、不同时代都有自己不同的文化精神和文化产品，文化的进步是通过其物化形态和传播方式决定的。随着科学技术的发展和知识经济的到来，文化产业正从各国经济的边缘向中心内聚，成为新的经济增长点和持续发展的高新技术产业。中国自改革开放以来，尤其是在 20 世纪 90 年代实行社会主义市场经济政策以来，文化产业获得了长足发展。但是，目前，中国文化产业极不平衡，文化产业的大部分生产能力主要集中在经济较为发达的沿海地区，如上海、江苏、广州等，而内陆地区文化产业化程度非常低。因此，发展文化产业对于调整产业结构、促进经济增长、增强综合国力、实现共同发展有重大战略意义。

第一节 文化产业学的宏观定位

文化产业学是一门以应用研究为主体的中观经济学，主要以文化产业历史进程、发展条件、运行机制和政策取向为研究内容。以此为平台，揭示文化产业发展的内在规律，从而为我国文化产业的发展提供理论指导和政策依据。

一、文化产业学的内涵和特征

文化产业学是一门新兴的、相对独立的学科，是一般文化学和文化研究所不能代替，也不能由产业经济学全包容，它有着自身特定的研究对象。所以，在论述本学科的研究对象之前，有必要了解关于文化产业的三个重要范畴，即三个基本概念：文化、产业和文化产业。

（一）文化产业学的内涵

“文化”一词在英文中称“Culture”，指的是人类历史所创造的财富的总和，主要指精神财富，如文学、艺术、教育、科学等。一切社会财富都是人创

造的，都是文化成果，无论是物质财富还是精神财富。文化有广义和狭义之分，广义的文化，是指人类改造自身、改造社会、改造自然的一切活动及其获得的成果，它标示着人类的进化过程。狭义的文化是人类精神生产活动，是观念形态上的文化，它既包含于社会系统之中，又相对独立于政治、经济领域之外，并以对客观世界反映的观念和知识等特殊形态出现。

产业，到目前为止还是一个比较模糊的概念，在英文中，产业、工业、行业都可以称“Industry”，但总的来讲包括以下元素：①有组织的劳动，尤指为创造价值而进行系统劳动；②企业，是指从事工艺、美术、商业和制造的部门或分部；③产业，是指生产性或以营利性为特征的劳动部门；④工业，指雇有大量职工和拥有大量资金的从事制造的部门；⑤行业，是指一群生产的或营利性的企业或机构；⑥整体的生产活动^①。因此，对“产业”的界定除特指“工业”外，还泛指国民经济的各行各业，大至门类、部门，小至行业，从生产到流通、服务以至文化、艺术、科技、教育等。可见，“产业”作为一个概念，在逻辑学里属于“集合概念”。所谓集合概念，是指把同类对象集合为一个整体来反映的概念。产业就是具有同一种属性（如同一种商品市场、相似的工艺等）的企业的集合，同时，产业又是按某种标志（如产品经济用途、生产发展阶段等）对国民经济进行划分的一个部分或层次。

“文化产业”英语中称“Culture Industry”，是指现代社会以工业化的方式生产文化符号以满足精神消费需要的产业。从汉语的构词结构上看，它是一个偏正词组，但它并不是一个简单的“文化+产业”，而是包括以下内涵：一是规模化生产。主要是指文化产业的技术性，按照一定的工业标准进行批量制造。二是市场化营销。指的是文化产业的商业性，大批量的文化产品需要通过市场环节送到消费者手中，就是所谓的分配。三是复制性。文化产业的生产指的就是复制品的逼真性和误差性。就其生产的大批高科技载体而言，文化产业是在进行制造，而就其负载的文化原创性来说，这个产业是在进行复制。四是集合性。从文化产业的基础层（指文化资源整理和内容创作，包括从文化资源的积累、保存，文化艺术作品的创作、传播、展示等活动）到文化产业的核心产业层（指负载文化意义的产品的制作与传播，即生产和销售以独立形态呈现的文化产品，如广电业、影视业等）再到延伸产业层（向其他行业提供流行文化符号，从而使之具有文化附加值的产业，如服装设计、建筑装饰装

^① 王同忆主编. 英汉辞海. 国防工业出版社, 1978

潢、工业设计、品牌等),可以看出,文化产业是一个巨大的“产业群”。

文化产业学作为一门随人们消费结构变化和文化产业的发展而形成的新型学科,其研究对象狭义上是指文化艺术业、娱乐服务业、广播影视业和新闻出版业等;广义上包括一系列知识产业群。文化产业学的任务就是从我国文化产业发展的现状和特点出发,揭示文化产业发展的规律,寻求建立有中国特色的文化产业发展模式。目前,我国对文化产业的研究尚处起步阶段,且仅限于文化部门的实际操作研究,缺乏理论界的介入和对前瞻性的理论反思。甚至有一种观点认为,文化产业主要是个实践问题,而不需要高深的理论,这显然是谬见。笔者认为,要完成这个艰巨的研究任务,不仅需要文化部门作操作性、实证性研究,更需要理论界的介入,否则,文化产业的发展就可能会迷失方向。

文化产业学是一门交叉性、边缘性学科,它跨越文化研究与经济研究之间,带有文化学与经济学交叉的性质。在文化产业中,文化中有经济、经济中有文化,这种交叉性和边缘性特点,决定了在研究方法上,既要用经济的眼光来看文化,又要用文化的眼光来看经济,只有运用这一交叉性和边缘性的研究方法,才能为文化经济化和经济文化化提供双重的理论参照。

可见,文化产业学是一门揭示文化产业发展内在规律及其内在本质、分析发展条件及运行机制、提供研究方法和政策取向的一门应用经济学。

(二) 文化产业学的特征

文化产业学是一门新兴的学科,它是以分析现实文化经济问题见长的应用经济理论,以文化产业为研究对象,以文化产业结构的演变为主要线索,来探讨一个国家或地区在经济的发展过程中,各文化产业部门之间的关系结构、产业内企业的组织结构和产业地区分布变化的规律,进而为政府制定经济发展战略及产业政策提供决策依据。虽然文化产业学理论目前还不成熟,也没有定型,但是已经显示出了自己的特点:

1. 实用性。文化产业的形成是与具体的产业实践分不开的,同时也离不开文化产业政策的支持。文化产业政策是从一般的产业政策中分离出来的,成为指导一国文化产业发展相对独立的政策体系,要求对现实经济问题进行系统的研究,并提出相应的分析意见和解决问题的思路,以便为政府决策提供依据。同时又需要通过对文化产业政策贯彻实施的研究分析,来探索产业发展的经济规律,所以说,文化产业学注重实用性是其必然所在。

2. 广博性。从19世纪三四十年代起,德国“法兰克福学派”对文化产业概念的提出并开始研究,至今还不到100年的历史,文化产业的理论还不十分

成熟，还要进一步完善和创新。同时，从文化产业所涉及的经济理论来说，不仅有微观和宏观经济学的基础理论，有产业经济学的基础理论，而且还涉及反映当代经济理论新发展的分支，如经济周期理论、经济增长理论、经济发展理论、国际贸易理论等。更重要的是，它还涉及文学、艺术、广告、新闻、传播、出版、影视、电视、广播等学科的知识。可见，文化产业学理论的广博性，既同文化产业研究的内容综合性强、涉及范围广有关，又同它研究问题的复杂性相联系。

3. 边缘性。“产业”这个领域所固有的非宏观和非微观，使得产业经济学的研究范围具有不确定性。产业经济研究的许多问题，宏观经济学和微观经济学早已涉及，由此产生的产业经济学与宏微观经济学之间结合部的问题，显示了产业经济学所具有边缘性的特点。而文化产业属于产业经济学的一个分支，当然也显示出了它边缘性的一面。另外，作为文化产业，所涉及的是文化中可当作产业来发展的那一部分，并不是所有的文化都可以当做产业来发展，由此产生了文化产业学与文化学以及与文化事业的结合部问题，同样也显示出了文化产业所具有的边缘性的特点。

4. 技术性。产业经济学具有较强的业务技术性，这是由其应用经济理论的性质所决定的。微观经济学抽象度很高，思辨演绎是其主要的研究方法，所以，一般不涉及技术问题，而产业经济学研究的是现实问题，实在又具体，就难以避开诸多与生产力发展有关的技术问题，特别是具体产业部门的经济问题往往与生产（业务）技术紧密结合在一起，如果不了解该部门的技术经济特点，哪怕是粗浅的研究也会变得寸步难行。文化产业学也同样具有很强的技术性，比如，在电视台工作，就必须首先了解影视与报纸、杂志等纸质媒体的不同之处，虽然都是采集新闻信息，但是电视新闻与报纸新闻在采集、写作和传播过程中有很大的区别，用的设备和制作方式都不相同。所以说，研究文化产业，就必须对这些部门的特点和技术有一定的了解，否则，就难以搞好这方面的研究工作。

二、文化产业学的地位和作用

20世纪后半期，在知识经济的大背景下，在全球经济一体化的浪潮中，当知识、技术、信息等成为基本的生产要素时，国家、企业可以跨越空间和国界，以此去占有更多的资金和市场，从而推动低成本的发展，以获得高回报经济效益增长。

当人类跨入 21 世纪后,文化在推动人类进程中的力量更加强大,同时,文化产业作为新兴的朝阳产业,在各国经济发展中具有越来越重要的地位,许多发达国家的文化产业已经成为国民经济的支柱产业,文化产业的从业人员已占全社会从业人员的 3%~6%。据统计,日本文化娱乐消费占国民生产总值的 4%,其娱乐产业值仅次于汽车工业;美国文化产业的产值已占 GDP 总量的 18%~25%,其中音像业已超过航天工业,居出口贸易的第一位;英国的文化产业,平均发展速度是整个经济增长率的近两倍,从业人员占全国总就业人数的 5%;加拿大的文化产业规模已经超过农业、交通、建筑等行业。

在我国,文化产业自 20 世纪末以来得到了迅速发展,已成为国民经济发展富有潜力的增长点。根据 2000 年以来的统计数字,全国文化系统文化产业值增长了 6 倍,年实现利税 47.9 亿元,年制造增加值 148.6 亿元,文化产业机构增长了 35%,从业人员增长了 46%,已达 116 万人,我国现在图书出版单位有 500 多家,出版产业总资产已达 700 亿元。另外,文化产业的发展在沿海经济发达地区,特别是在大城市的发展尤为迅猛,以北京、上海、长沙为例,其文化产业 1998 年增加值就已经占全市 GDP 的比重分别为 4.4%、4.3% 和 5.94%,早已显现出成为支柱产业的强劲势头。

但是,我们应该承认,我国的文化产业还处于刚刚起步阶段,发展还不充分,无论是产业规模、结构,还是社会化、产业化的程度,比起发达国家来,都有相当大的差距。长期以来,文化在中国一直被作为上层建筑的一个重要部分,仅仅和事业联系在一起。改革开放以后,随着文化功能逐步丰富、多样化,文化在实践中的作用已经显现出了产业性质的一面,再加之西方发达国家文化产业的示范,这些都促使中国文化开始走向产业化。

特别是我国加入世界贸易组织以后,扩大了文化市场的准入范围,允许国外文化资本、文化艺术产品和文化服务进入,这将对我国的文化产业带来巨大的冲击和挑战,也对我国文化产业的发展产生更深远的影响。因此,对文化产业的市场发展空间进行研究,有着重要的、深层次的实践意义和理论意义。

(一) 文化产业学的理论地位

对文化产业的市场发展条件和发展空间的研究,在一定程度上是对马克思主义社会生产理论的继续和发展。本书的理论研究是在文化工业,特别是在以信息技术革命为先导的现代科学文化发展的基础上成长起来的。它的空间范围,直接取决于文化的功能,随着文化高新技术的牵引,各类最现代的精神生活活动相继问世,整个人类社会的物质文化生活都在发生急剧和深刻的变化,

其结果必然导致人类文化新领域的开拓，并促进文化发展的新转移，在此种情况下大力发展文化产业，并对之进行探索和研究，对深化马克思主义的生产理论有一定的意义。因为从马克思的著作中可以看到，生产是一个极其复杂的过程，它既包括人自身的生产和生产关系的生产，又包括物质生产和精神生产，而精神生产实质上就是文化生产。

因此，对文化产业的市场发展条件和空间进行研究，将为我国的精神生活和整个文化发展战略决策提供科学的理论依据。文化产业源于物质文化，特别是工业文化，其理论依据是马克思的社会生产理论，文化产业的对象几乎囊括了整个精神领域的所有门类，其发展必定要关注自然、社会、人文、思维科学取得的进步，因而具有广阔的外延和丰富的内涵。特别是从全球经济文化大涌动的战略态势上，把握时代脉搏，制定中国的文化产业发展战略、对策，对建构具有中国特色的社会主义新文化体系有着重要作用。通过对文化产业发展条件和空间进行研究，使我们从理论上进一步深刻认识到文化的产业化是社会物质生产和市场开放的巨大成果。同时，也使我们深刻明白，大力发展文化产业，是人类 21 世纪发展经济的主题。所以，我们应顺应历史潮流，抓住机遇，全面拓展具有中国特色的社会主义文化产业，去迎接世界经济的新挑战。

（二）文化产业学的现实意义

1. 发展文化产业有利于促进产业结构调整。文化产业在西方主要发达国家创造了巨大财富的事实，引起了国际社会的普遍关注。国家“十五”规划中把“文化产业”的发展作为国家发展战略中的重大部署，就是对文化产业在世界知识经济发展趋势中的重要性、紧迫性的积极反应。西安处于西部这样一个交通闭塞、生产力发展相对滞后的地区，仅靠工业的发展，很难赶上并超过已拥有强大经济基础和科技实力的东部沿海城市的发展势头。而且，文化产业具有无污染、成本低、风险小的特点，对于协调经济发展和环境保护以及可持续发展有着独一无二的优势。同时，我们还应该注意到文化产业具有强大连带和渗透作用，它可以与任何一个产业结合，并产生强大的生命力，因此，它不会破坏已有的产业，只会在很大程度上促进既有产业的发展，给原来单纯的产业机体带来高额增加值。另外，文化产业是高层次的劳动密集型产业，能够吸纳大量的劳动力，在一些发达国家和地区，文化产业所吸收劳动力的比率一般超过劳动力总量的 2%。我国是一个劳动力极其丰富的国家，而就业问题又是当前一个极其严峻的问题，在这种情况下，我国更应该大力发展文化产业，吸纳大量的劳动力进入这个行业，既可以创造巨大的经济财富，又可减轻就业压

力。现在,文化产业的巨大优势和潜力已引起国际社会的普遍关注,我国也应该对文化产业在经济发展中的重要性和紧迫性做出积极反应,实现跨越式发展,抢占产业升级的制高点,促进产业结构的调整和完善,增加劳动就业岗位,以推动我国经济的快速发展。

2. 发展文化产业有利于培育新的经济增长点。发展文化产业有利于扩大消费需求,促进消费结构的优化和升级,从而促进产业结构的优化和升级,实现消费需求与经济增长之间的良性循环,促进社会经济发展。日本著名学者日下公人在《新文化产业论》一书中断言:“文化必将成为经济进步的新现象”。以西安为例,西安虽然地处西部内陆,经济发展滞后,人均GDP低于全国平均水平,但西安文化产业发展仍然可以在某些领域,某些行业率先实现突破,并在这些领域或行业与全国发达地区展开竞争。例如,西安报业最近几年在全国赫赫有名,《华商报》无论在社会影响力上还是在经营业绩上,都处于全国先进报纸行列。如果围绕《华商报》组建西安报业集团,整合报业资源,壮大报业实力,那么,西安文化产业应该可以率先在报业领域实现突破。特别是西安具有丰厚的历史文化资源,汉唐文化产业化,必将成为西安经济腾飞的突破口。同时,发展文化产业可以推动城市化进程,增加就业岗位。文化产业属于第三产业,近年来,西安第三产业占全市GDP的总量逐年上升,2002年第三产业创造的国民生产总值已经占到GDP的39.6%。因此,大力发展文化产业,必将进一步推进西安第三产业的发展。

3. 发展文化产业有利于提升城市品位。首先,文化产业具有教化功能。文化产业虽然不如文化事业那样,具有强烈的使命意识和责任意识,但同样具有教化功能。文化产业通过为人们提供一系列关于对与错、善与恶、美与丑、真与假、好与坏、是与非等思想观念,从而形成一定的人格修养,规范和影响人们的社会行为。

其次,文化产业具有维护社会稳定的功能。现代管理科学认为,一个人犯罪概率的大小,与他的业余时间的安排有直接联系,一般来说,空余时间越多,且无所事事,此人犯罪概率就越高。文化产业为大众提供各种文化娱乐和文化服务,使大众不仅可以很好地消费空余时间,而且可以产生肌体的放松、感情的宣泄、心理的平衡等效用,因此,文化产业对社会稳定具有“正向”的促进功能。

最后,文化产业具有审美功能。文化产品在文化产业中是一种商品,但同时也是一种学术、艺术,是创作主体对客观外界“客体”的评述。因此,人们

在享受文化产品精神内涵的同时，也受到了感官的刺激和心灵的陶冶。由此可见，发展文化产业有利于提高市民修养，促进社会稳定和提高审美情趣。因此，我国大力发展文化产业，将有利于提高市民的综合素质，进一步提升我国城市品位。

4. 文化产业可解决市场经济体制对社会文明的要求。在现代市场经济中，一个重要的特征就是经济中文化的含量日益增大，文化的作用也日益突出，而目前在我国的现状是精神产业发展滞后于物质产业，在这种情况下，大力发展文化产业，将有利于推动社会主义市场经济体制的建立和完善。从一定意义上讲，文化产业的发展状况，标志着市场经济的发育以及社会发展的成熟程度。但是，我国目前文化产业市场存在结构性矛盾和非对称性的平衡，这必然要求建立一种适合这一特点的组织管理方式和管理体制，以便充分地适应市场经济发展的需要。

5. 文化产业的迅速崛起和发展是综合国力的体现。在当代科技进步和经济全球化条件下，文化产业的发展是一个重要的世界趋势，也是当今各国综合国力竞争激烈的一个重要方面和新内容。例如，美国目前控制了世界 75% 的电视节目和 60% 以上的广播节目的生产和制作，美国利用这种文化霸权，为其推行霸权主义和强权政治服务。我国的文化产业起步较晚，我们既要积极建立和发展社会主义文化产业市场体制，又要不断对外开放，积极学习、借鉴外国先进的文化成果，特别是我国文化产业的资源配置、资本配置、高科技等方面应大力借鉴国外的方式来促使其加速发展，从而增强我国的综合国力。

第二节 文化产业学的微观结构

产业经济是一个特殊的经济领域，通常是微观经济和宏观经济无法涵盖的，它在国民经济中起着承上启下的重要作用，因此，在一定意义上讲，产业经济学是介乎于宏观经济学和微观经济学之间的中观经济领域，其研究对象是居于微观经济学的企业和家庭与宏观经济学的国民经济之间的一个具有某种相同特征的经济活动主体的集合^①。

^① 杨公朴，夏大慰．产业经济学教程．上海财经大学出版社，2002

一、文化产业学的研究内容

文化产业学的研究对象是文化产业，即在文化产业生产中具有共同特征的经济活动主体的集合以及文化产业发展过程的规律性。

文化产业既有物质生产的共性，又有自身的特殊性，就是文化产业生产的产品具有意识形态性，属于精神产品，它的创造、制作、传播、消费等方面都有自己的特殊性，不能等同于物质产品的生产、流通、分配、销售。因此，文化产业学的研究内容主要有以下几个方面：

（一）文化产业的历史进程

文化产业的提出是由德国“法兰克福学派”的重要代表人物本雅明在1926年撰写的《机械复制时代的艺术作品》中首先提出的，他的这一观点遭到了当时“法兰克福学派”另一位代表人物阿多诺在1947年出版的《启蒙的辩证法》一书的强烈抨击，同时，阿多诺提出了“文化产业”这一名词。之后，对于“文化产业”的概念、功能及其社会地位，西方学者进行了旷日持久的争论，多年来这一争论始终没有停止。

中国理论界对于文化产业的认识同样也经历了一番争论。然而，“文化产业”这一概念，随着理论界的研究、争论以及我国社会文化、经济的不断发展而逐渐成熟，特别在“十六大”以后，文化产业的地位得到了肯定，从而推动了文化产业研究的进一步深入。

（二）文化产业的发展条件

文化是人类创造的结果，不同民族、不同时代都有自己的文化精神和文化产品，文化的进步是通过其物化形态和传播方式决定的。因此，文化产业的诞生体现着文化的进步，同时对人类社会的发展也有着重要意义。任何产业的发展都必须具备一定的条件，文化产业也同样需要其发展条件，主要包括物力条件和人力条件，其中物力条件包括物质条件、资本条件和资源条件。

文化产业的发展是建立在一定的经济基础之上的，在物质条件中，经济基础是文化产业发展的基石；科学技术是文化产业发展的动力。文化产业的经营主体在发展过程中要进行资产兼并和重组，必然要有金融系统的参与，所以资本条件是其快速发展的保障。由于文化产业的资源与别的产业的资源相比，有着自身的特殊性，因此，在市场经济体制下，如何以市场为依托，进行合理开发文化资源和有效配置文化资源，是发展文化产业的重要条件之一。在文化产业的人力条件中，文化产业对人才的要求与物质生产的企业相比，有着自身

的特殊性，对从业人员在知识结构、思维水平和创新能力等方面有更高的要求。

（三）文化产业的运行机制

文化产业发展必须在一定的机制下进行，无论是中国还是国外发达国家，文化产业只有在一种良性的、完善的机制下运行，才能快速发展且不断壮大。而我国社会主义市场经济体制的建立，改变了原有的文化体制的经济基础。经济基础与上层建筑之间的基础性关系，必然要求文化体制朝着与市场经济体制相适应的方向改革。以公有制经济为主体多种所有制并存，不仅是我国现在和将来的主要经济制度形态，而且也将是我国文化建设的主要特征。

从现阶段我国推进的文化体制改革的内容来看，它涉及文化生产、文化交流、文化组织、文化结构、文化分配、文化权利等各方面，而文化体制改革的关键是国有文化企业，文化体制改革的理论依据就是要正确理解文化产业和文化事业之间的关系。

（四）文化产业的政策取向

文化产业在发达国家已得到突飞猛进的发展，有的已成为支柱产业或先导产业。随着我国社会主义市场经济的发展，文化产业在 GDP 中所占的比重也越来越大，同时，随着我国居民的物质生活水平的逐步提高，文化消费所占的比重也在进一步提高，这就迫切需要相关的政策支持推动文化产业的发展。但是，由于中国文化产业至今仍处于培育和初步发展阶段，其发展面临的困难和问题还很多。为此，需要借助于国家政策的力量，通过制定有效的文化产业政策，支持中国的文化产业以超常的方式转型和发展。所以，在我国制定文化产业的发展战略政策时，很有必要借鉴国外发达国家如美国、日本、法国、韩国、芬兰等国制定的产业政策及相关法规，以便更好地为发展我国文化产业服务。

二、文化产业学的研究方法

研究文化产业问题，必须讲究和运用科学的方法。唯物辩证法是研究马克思主义经济学的基本方法，也是研究文化产业的基本方法。运用这一基本方法研究文化产业的问题时，必须遵循从客观经济实际出发的原则、理论和实际相结合的原则、对立统一的原则等。其中应特别重视调查研究，在占有详细材料的基础上，加以分析、归纳，进行理论提升，揭示文化产业的运行方式和运动规律。