

数字娱乐与文化产业
研究丛书

丛书主编：李思屈

中国文化产业 政策研究

李思屈 等◎著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

数字娱乐与文化产业
研究丛书

丛书主编：李思屈

中国文化产业政策研究

国家广电总局重点项目 / 浙江省社科规划重大项目 / 浙江大学
“985”三期创新基地数字未来与媒介社会研究院资助出版

李思屈 等●著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国文化产业政策研究 / 李思屈等著. —杭州:
浙江大学出版社, 2012.2

ISBN 978-7-308-09567-9

I. ①中… II. ①李… III. ①文化产业—产业政策—
研究—中国 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 009682 号

中国文化产业政策研究

李思屈 等著

责任编辑 李海燕

封面设计 续设计

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 20.75

字 数 407 千

版 印 次 2012 年 2 月第 1 版 2012 年 2 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-09567-9

定 价 56.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

总序：文化产业理论需要“归位、落地、生根”

李思屈

文化产业的迅猛发展呼唤着基础理论的建设，而基础理论研究的推进则需要沉心静气做学问的功夫。

凭借着“猫论”和“摸论”，中国释放了巨大的民间智慧，创造了 30 年的发展奇迹。现在中国像一只驶出大海的巨轮，再也不能靠“摸石头过了”，它需要罗盘、雷达、GPS 卫星定位系统，才能又快又好地航行。经验不能代替知识、意见不能代替理论，机智的对策不能代替基于原理的推论。到目前为止，研究文化产业的国内外著述已经非常丰富，但仍然不能满足文化产业迅猛发展对基础理论的现实需要。文化产业理论的学科体系尚待建立，文化产业政策效果需要科学的评估，国际文化产业的发展模式和经验需要系统的整理，动漫、游戏等以及文化与科技结合而涌现的文化产业新业态的内在规律需要深入的探索。而完成这一系列任务的前提，一是研究者要沉下心来，沉心静气，扎实问学；二是要着力解决理论建设的“归位、落地、生根”。

—

“归位”即回归文化产业的学科本体，以独特的研究领域，解决特殊的问题；以特有的方法，形成相对独立的概念、范畴体系，建构基本的理论内容框架体系，从而完成文化产业学基本理论的构建。

文化产业作为一个现实领域，文化、经济、管理、美学等等各个学科皆可对它进行研究。但是，一门独立的学科必须有独特的研究方法、研究框架。文化生产与物质生产最根本的区别在于，文化生产、传播和消费是符号的生产、传播与消费。这就是文化产业的特殊性，即是研究对象的特殊性。归位首先就要回归这一特殊性。文化产业是精神创造逻辑与市场逻辑的矛盾统一。精神创造的逻辑是传承、公共产品、分享、保护少数人新的创造。而市场的逻辑是效益最大化与利润的最大化。本项目以符号和符号产品作为文化产业研究的基本对象和逻辑起点。文化产业是梦想产业，中国文化产业面临的最大难题归根结底是没有打通内容的生产（符号的

生成)与意义的有效传播,导致文化产业的发展现状“有产业,没文化”。内容为王是文化产业竞争的内在逻辑,更加强调创意、强调高科技与文化结合的文化产业发展,必须提升“3P”,即文化产业的影响力、创意力和文化资本转化力。

符号学作为汇通人文、社会科学研究的基本方法,在研究文化产业方面具有天然优势。文化创意产业是以文化为内容,以创意为核心的产业形式,“文化内容”和“创意核心”,是文化创意产业的本质特征。(李思屈,2007)文化产业除具有一般产业属性之外,特殊性在于文化消费是审美消费与符号消费。文化消费中的情感体验,其实就是通过一定的符号(包括仪式)对自我深层结构的深入(审美)或反复(游戏),以实现精神的回归(李思屈,2007)。因此,本项目将符号作为研究文化产业的逻辑起点。同时,传播学自创建以来建立了文化与市场的研究最为丰富的资源库,特别是对人类消费行为的集中研究,成果丰硕。基于以上两点考虑,本项目中,精神符号学作为文化产业研究的基点,系统研究文化产品内涵的精神符号、意义及其生成、传播机制;符号消费研究关注文化产业市场与文化产品消费者,从符号政治经济学(鲍德利亚,2008)到符号经济(斯科特·拉什,2006)的研究,文化产业消费的符号研究越来越多地为学界所接受。以费斯克的传播符号学理论为代表,将传播看做意义的生产与交换,关注文本的文化角色,传播研究就是文化和文本研究。此外,广告符号学打开了研究大众传播的一个新的视域。(李思屈,2004)据此,传播符号学作为支点链接精神符号学与符号消费研究。

二

“落地”即以现实问题和现实需求为导向,切实研究现实中急需解决的问题,为政策提供依据,为创意提供人才,为企业提供参考。这就需要在学科建设和人才培养工作中,以“学环思维”打通文、理、工、管、经、艺术等各学科,以“人才方阵”为工具寻求人才需求、职业能力与学校教育的匹配,力求务实、高效。

“学环”概念源自日本东京大学情报学环与学际情报学府。学环意指将文、理、工、艺术、教养五大领域所关心的生命、人、系统、表现、社会环扣在一起,落实“全大学规模”的跨学科合作。重视实践能力是东京大学情报学环与学际情报学府明显的特色,促成此特色的是灵活的人事制度和广泛的招生对象,使业界资深人士可进校园当教授,主持研究项目;同时业界人士也可进校园当学生、进研究所参与研究项目。文化产业学环有效链接文、理、工,符合文化产业交叉性、前沿性的特点,符合文化产业专门人才复合型、创意型的特点。

构建“人才方阵”是对文化产业人才需求精确定位的基本工具,也是文化产业学科培养体系实现“落地”的重要保障。“人才方阵”源自日本财团法人数字内容协会联合数字内容产业所发行的《动画产业指南》是根据人的性格、技能、志向而设定

的职业研究工具,通过诊断测试来寻找适合于人的职业的工具。以人才方阵为基础,本项目通过实证研究判定文化产业不同行业的人才需求及其能力要求,进而设计文化产业学科的教学内容与教学模式。设计出“TII 创意策划能力培养框架”。

三

“生根”即让文化扎根现实生活,让文化产业服务广大人民现实的文化需求,让文化消费成为广大人民生活中不可或缺的有机部分,在人民生活中获得丰富的营养,从而使文化产业之树根深叶茂,硕果累累。

只有重视现实生活中活的文化形态和广大人民真实文化需求,重视市场上实际的人才需求,以实验实践为基础,文化产业研究的学科理论才能真正发展起来。这就需要我们的理论研究从文化需求的分析入手,分析文化产业发展,研究文化企业经营管理与国家文化产业政策制定。

四

《数字娱乐与文化产业研究丛书》的宗旨,就是倡导和实践沉心静气做学问的风气,为破解中国文化产业研究的“归位、落地、生根”的难题进行持续的努力。

《政策效果论:中国文化产业政策研究》一书的6位作者,历时3年,4易其稿,收集数据,建立模型,他们冲击的是中国文化产业的一个非常现实的问题:文化产业政策及其效果。

中国对文化产业制定了税收、金融、奖励、广告优惠等扶持政策,另外还有每年数十亿的文化产业扶持基金,以财政投入的形式投入到各种文化产业项目和相关企业,一方面促成了中国文化产业快速良好的发展,另一方面也有待于对这些政策的效益是否达到最优化进行研究,以推动中国文化产业更加科学地发展,财政投入更加有效和公平。

文化产业是一种新兴产业,中国对其本质、特征和发展规律的认识还有待进一步深化。这一认识的深化过程,同时也是中国文化产业政策的优化过程。《政策效果论:中国文化产业政策研究》所作的文化产业政策分析,就是基于收集到的各级各类文化产业政策性文件517个,逐一进行内容分析而得出的结论。

这本著作的研究以实现文化产业综合效益的政策评估为目标,以产业经济的逻辑基点为入口,进而追求包含社会文化等公益因素,为文化产业政策研究与文化事业政策研究留下接口。本书采用的“3P模型”,是基于中国文化产业实际的一种指标体系,同时又吸收了欧美“创意指数”的基本思想,以求与国际学术思想的研究模型接轨,便于国际学术交流和对话。

在内容上,本著作侧重重点研究中国动漫产业、游戏产业、网络文化产业、数字电视产业等数字娱乐产业及其相关政策,以突出“文化与科技”的文化产业发展动向。

文化体制改革作为中国文化产业发展的主要线索,也是这部书关注的重要内容。在文化体制改革方面,我们不仅考察了动漫产业的发展与产业政策,同时也结合浙江等地舞台艺术体制改革的实践,对相关的政策发展及其效果进行了评估。我们希望以这种借一斑以窥全豹的方式来揭示中国文化产业发展中体制改革的特殊性和复杂性。

《动画符号论:动画形象的传播符号学研究》以动画形象研究为切入口,突破动画和传播各自研究藩篱,运用符号学方法探析动画传播中的国家形象,以及动画形象、国家形象与价值构建的关系论题。研究结合票房、获奖、社会价值和受众接受度调查,建立226个美、日百年经典动画形象样本库,研究动画形象的文化内涵,分析经典动画形象塑造国家形象的内在关系,探查动画传播国家形象的真实面相。

动画符号构成了动画文本表达理解方式的逻辑,动画语言是有别于日常熟悉性语言的特殊门类,将可感知的日常世界,用异于日常话语的动画语言进行描述,或者将不可用日常语言表达的场景、心境用动画语言进行表现,是动画语言呈现意义的主要功用。动画语言创造着动画图景,同时也建立一个价值世界。

动画传播行为包括动画传播行为涉及内容与技术,如果传播内容研究归队到人文社会科学,传播技术却需要纳入自然科学。因此,动画传播成为横跨人文社会科学和自然科学两大科学部类的研究。动画理论研究的语境势必随同文化研究的总体趋势,由现象描述转向深层结构研究,是深刻揭示动漫产业内在规律的必由之路。符号学研究作为一种实用而典型的深层结构研究方法,动画文化中导入符号学的研究方法,可以实现动画文化研究的深化,即研究从个案研究转向整体文化研究,从文本中心研究转向传播中心研究,从作者中心研究转向了读者中心研究,从传者研究转向了受者研究。这种现代动画基础理论研究中的学术转向,及时地调整动画形象研究适时地追随新的学术研究方向,从而科学地指导动画的创作实践。

《互动媒介论:电子游戏互动叙事模式研究》选取电子游戏这一新型媒介形态,运用访谈、观察、案例分析等方法并综合研究者的个人游戏体验,在厘清游戏、媒介及电子游戏等基本概念、描述电子游戏发展历程基础上,重点建构出电子游戏以“玩家的践行”为中心的“游戏多重编解码信息模式”,对电子游戏中存在的玩家与计算机、玩家与游戏、玩家与玩家的三层互动进行深入系统的分析,在此基础上对其基于玩家的游戏选择之上的新型叙事模式进行系统探讨。

随着互联网的日益普及,电子游戏已经成为现代文化与信息传播的重要媒介,并对传统的媒介传播体系提出了巨大的挑战,甚至彻底改变了传统文化与信息传播规则。电子游戏的信息传播遵循着与传统媒介迥然不同的传播规则和模式,经

过“三步走”过程与结构,在编码与译码之外增加了“玩家的践行”这一重要环节,是多重编解码的信息传播模式。电子游戏颠覆了传统文化与信息传播的叙事模式,而是以玩家的游戏行为构建“过程叙事”,这是一种典型的后现代叙事模式,彻底改变了当代的文化传播规则和体系结构,以及文化形成的模式。

电子游戏的新型传播模式与后现代叙事是建立在其多重互动的基础之上的,玩家与计算机、玩家与玩家、玩家与游戏三种互动并行兼容,共同构成了新型的电子游戏的媒介传播体系与互动模式。电子游戏在现代文化与信息传播中担负着重要的角色,因而需要在理论研究的基础上提出对其进行规制的具体模式和对策,从而成为构建新型媒介传播体系的重要组成。

《欧洲动画模式论:法、英、德动画产业发展研究》研究与中国动画产业发展相似的欧洲动画产业,为正处于转型期的中国动画产业提供借鉴,促进中国动画由量向质的提升。

欧洲是动画艺术的发源地,有悠久的历史,动画作品屡获各大动画奖项,有极高的艺术价值。其产业发展之路与中国动画相仿,在动画政策、基本功能、发展目标方面,与中国也有诸多相似,如政府都实施文化立国方针,对动画产业大力扶持。在新的市场形势下,都积极寻求适合自身的动画产业发展之路,都将动画做为教育儿童的重要手段之一,注重动画的教育意义,对欧洲动画进行全方位的产业研究,将对中国动画提供宝贵的借鉴作用。

(1)欧洲动画产业发展经历了探索期(1888—1919)、繁荣期(1920—1938)、沉沦期(1939—1945)和复兴期(1946—1979年)四个阶段,与中国动画产业的发展历程相似,为中国动画产业提供了借鉴的基点。

欧洲动画产业形成了以政府主导为主的法国模式,以政府协调为主的英国模式和地方集权为主的德国模式,每种模式都取得了巨大的成功。目前,欧洲动画产业正在由分散走向集中,融资、生产、发行、传播、运营的产业链日臻完善,欧洲整体竞争优势得以加强,欧洲动画以一个新的产业形象走向世界。

欧洲动画产业的发展独辟蹊径,注重精品,重视人才培养,划清政府职能,强调媒体参与和市场作用,对中国动画产业发展提供了重要借鉴。

对我们而言,沉心静气做学问的风气,和破解中国文化产业研究“归位、落地、生根”的持续努力,所有这一切都仅仅是一个开始。

目 录

总 序	文化产业理论需要“归位、落地、生根”	1
第一章	总论：产业理念的深化与产业政策的优化	
第一节	文化产业政策研究	3
第二节	文化产业政策研究的学理依据	6
第三节	研究的基本思路	9
第四节	尚可参考的研究模型	12
第二章	文化产业政策研究现状	
第一节	中国文化产业政策研究新进展	19
第二节	西方国家的文化政策研究	29
第三章	3P 模型	
第一节	3P 型文化产业与文化产业的政策	41
第二节	“3P”模型的价值	46
第三节	与 3P 对应的政策要素	47
第四章	文化产业政策的定量研究	
第一节	我国现有文化产业政策概况	55
第二节	现有文化产业政策要素分析	60
第三节	3P 型文化产业政策	94
第五章	文化体制改革与文化产业的发展	
第一节	第一阶段：文革结束—1985 年	107
第二节	第二阶段：1986—1995 年	108
第三节	第三阶段：1996—2002 年	113
第四节	第四阶段：2003—2010 年	115

第六章 动漫产业:政策、文化与经济

第一节	21 世纪初:中国的动漫产业状况及重要动漫政策测评·····	123
第二节	2003—2005 年:中国动漫产业机遇期的发展状况与扶持政策 ·····	134
第三节	2006—2008 年:“十一五”期间中国的动漫产业状况与动漫政策 ·····	158
第四节	2009 年:文化与产业双重视阈下中国动漫产业竞争力分析 ···	169
第五节	2010 年:中国动漫产业带动区域经济增长 ·····	180

第七章 中国动漫产业政策定量分析

第一节	中国现有动漫产业政策概况 ·····	197
第二节	中国现有动漫产业政策要素分析 ·····	199

第八章 动画频道与中国动漫传播政策

第一节	国家广电总局相关动画频道的政策解读 ·····	217
第二节	专业动画卡通频道的现状和存在的问题 ·····	219
第三节	专业动画频道与国产动漫产业互动发展的建议 ·····	221
第四节	中国动画卡通频道前景展望 ·····	223

第九章 中国网络文化产业政策分析

第一节	中国网络文化产业的界定与定位 ·····	227
第二节	与互联网相关的文化事业政策与文化产业政策 ·····	229
第三节	网络文化产业政策体系描述 ·····	231
第四节	网络文化产业政策的要素与特征 ·····	234
第五节	网络文化产业政策的优化 ·····	237

第十章 浙江模式及其政策体系

第一节	浙江模式 ·····	243
第二节	浙江舞台艺术改制 ·····	253
第三节	浙江动漫产业及其政策 ·····	278
第四节	浙江电视产业及其政策 ·····	290

参考文献 ·····	320
------------	-----

后 记 ·····	323
-----------	-----

数字娱乐与文化产业研究丛书 ■ 中国文化产业政策研究

第一章 总论：产业理念的深化与产业政策的优化

第一节 文化产业政策研究

一、文化产业政策研究的目标

文化产业是一种新兴产业,中国对文化产业的本质、特征和发展规律的认识还有待进一步深化。这一认识的深化过程,也是中国文化产业政策的优化过程。

中国对文化产业制定了税收、金融、奖励、广告优惠等扶持政策,另外还有每年数十亿的文化产业扶持基金,以财政投入的形式不计收益、不回收成本和利息地投入到各种文化产业项目和相关企业,一方面促成了中国文化产业的快速良好的发展,另一方面也有待于对这些政策的效益是否达到最优化进行研究,以推动中国文化产业更加科学的发展,财政投入更加有效和公平。

基于这一目标,本书的6位作者历时3年,四易其稿,搜集数据,建立模型,形成了现在奉献到读者面前的这部书稿。我们希望它能为中国文化产业政策研究起到抛砖引玉的作用,成为中国文化产业又快又好发展的一种推动。

全球文化产业的兴起和繁荣,是人类经济发展转型升级的结果,同时也为国际文化交流和国际政治、经济领域的竞争带来了新的因素——文化产业作为新的文化生产、传播与消费方式,不仅深刻地影响着各国的经济和文化发展,同时也以文化软实力的方式影响着国际政治和各民族文化的传承和发展。

在此背景下,各国政府都十分重视文化产业的发展,出台各种政策促进本国文化建设和文化产业的繁荣。本书所作的文化产业政策分析,就是基于搜集到的各级各类文化产业政策性文件510多个,逐一进行内容分析而得出的结论。

二、中国文化产业政策体系的建构

在中国改革开放30年来,文化产业的定位发生了惊人的变化和根本性的提升:从“文化搭台,经济唱戏”(1980年),到“文化也是生产力”(2002年),到“文化产业应该成为支柱产业”(2007年),再到“文化产业是经济转型升级的引擎”(2011年),文化产业的地位从边缘到中心,逐渐成为中国经济社会文化发展的一项重要国策。

在中央和各级地方政府相继出台的一系列文化产业扶持政策推动下,各地文化产业园区和重大文化产业项目纷纷上马,中国文化产业出现了迅猛发展的良好势头。2004年至2007年,全国文化产业增长速度在17%以上,比同期GDP增速高出6~8个百分点,北京、上海、广东、湖南等地文化产业增加值超过了GDP比重的5%。2009年以来,受国际金融危机影响,拉动我国经济发展的外需大幅度降低,不少传统产业增速放缓,而文化产业却逆势上扬,为保增长、保民生、保稳定做出了重要贡献。

从20世纪90年代开始,中国政府最高决策层提出了文化是我国综合国力的重要组成部分的理念。从这个时候起,为促进我国文化产业的发展,中国政府制定了一系列旨在促进文化产业发展的政策和措施。

1999年底召开的中央经济工作会议宣布“我国已经进入必须通过结构调整才能促进经济发展的阶段”,作出了大力发展科技、文化等新兴产业的战略部署。

2000年10月,中共十五届五中全会作出了“完善文化产业政策”,以满足人们日益增长的文化消费需求,拉动我国产业结构的调整和产业优化升级,落实结构调整的战略部署。

2001年3月,九届全国人大四次会议批准的十五计划纲要和中共十六大及十六大三中、五中全会决议进一步明确了完善文化产业政策、发展文化产业的任务。

2003年12月31日,国务院办公厅发出《关于印发文化体制改革试点中支持文化产业发展和经营性文化事业单位转制为企业的两个规定的通知》(国办发〔2003〕105号),在财税、投融资、国有资产的处置、收入分配、社会保障等方面制定了一系列鼓励支持文化产业发展的政策,为推进文化体制改革试点工作,加快文化产业发展提供了有力的政策保障。

2005年4月20日,国务院办公厅颁布了《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》。

2005年7月6日,发布了文化部、国家广播电影电视总局、国家新闻出版总署、国家发展和改革委员会、商务部联合制定的《关于文化领域引进外资的若干意见》。

2008年爆发的国际金融危机,是我国加入WTO以后,在深深融入世界经济舞台、经济对外依存度空前提高的背景下,面对的一次突然的、全面的、深刻的金融大风暴。中国政府果断决策,迅速出台扩大内需、促进经济增长的十项措施,推出4万亿经济刺激方案,并逐渐制定完善了以“保增长、扩内需、调结构”为核心的政策框架,形成了系统完整的促进经济平稳较快增长的一揽子计划。

2009年9月26日,国务院授权新华社发布《文化产业振兴规划》,这是继纺织、轻工等规划之后的第十一大产业振兴规划。这是一份文化产业期盼已久的扶持计划,是在国际金融危机的大背景下,做出的重要扶持计划。加快振兴文化产业,也是中国增强“软实力”的必然途径。文化创意、文化传播渠道、文化资源整合、文化

产业基地、骨干文化企业、新兴文化业态、对外文化贸易、主题公园、重大文化产业项目,是《文化产业振兴规划》的九大关键词。

根据这个规划,中央财政将在每年投入 10 亿元的基础上继续大幅增加文化产业发展专项资金规模。中国还成立了全国性的文化产业投资基金,基金规模 100 亿元,由财政部注资引导;鼓励有条件的文化企业通过主板和创业板上市融资;通过深化文化体制改革推动文化资源向优势企业适度集中。

2010 年 3 月 19 日,中共中央宣传部、中国人民银行、财政部、文化部、广电总局、新闻出版总署、银监会、证监会、保监会等九个部门发布了《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》(银发〔2010〕94 号),以贯彻落实《国务院关于印发文化产业振兴规划的通知》(国发〔2009〕30 号)精神,进一步改进和提升对我国文化产业的金融服务,支持文化产业振兴和发展繁荣。这个《指导意见》主要包括七个重点内容:

一是要充分认识金融支持文化产业发展的重要意义。《指导意见》强调,文化产业是国民经济的重要组成部分,在保增长、扩内需、调结构、促发展中发挥着重要作用。加强金融业支持文化产业的力度,推动文化产业与金融业的对接,是培育新的经济增长点的需要,是促进文化大发展大繁荣的需要,是提高国家文化软实力和维护国家文化安全的需要。

二是要积极开发适合文化产业特点的信贷产品,加大有效的信贷投放。《指导意见》要求金融机构根据文化企业的特点,积极探索应收账款质押、仓单质押、融资租赁等贷款品种,建立文化企业无形资产评估体系,逐步扩大收益权质押贷款的适用范围。对于融资规模较大、项目较多的文化企业,鼓励商业银行以银团贷款等方式提供金融支持,对于处于文化产业集群或产业链中的中小文化企业,鼓励商业银行探索联保联贷等方式提供金融支持。

三是完善授信模式,加强、改进对文化产业的金融服务。《指导意见》要求全国金融机构根据不同文化企业的实际情况,建立灵活的差别化定价机制,合理确定贷款期限。在充分考虑文化企业的特点条件下,建立和完善科学、合理的信用评级和信用评分制度,并建立专门针对文化产业金融服务的考评体系。要增强服务意识,设立专家团队和专门的服务部门,主动向文化企业提供优质的金融服务。要积极开发文化消费信贷产品,为文化消费提供便利的支付结算服务。继续完善文化企业外汇管理,提高文化产业贸易投资便利程度。

四是大力发展多层次的资本市场,扩大文化企业的直接融资规模。《指导意见》鼓励符合条件的文化企业上市融资,支持符合条件的文化企业通过发行债券和票据等方式融资,探索开展文化产业项目的资产证券化试点,鼓励风险投资基金、私募股权基金等风险偏好型投资者积极进入处于初创阶段、市场前景广阔的新兴文化业态。

五是积极培育和发展文化产业保险市场。《指导意见》要求各保险机构应根据文化企业的特点,积极开发适合文化企业需要的保险产品,鼓励保险公司探索开展信用保险业务,进一步加强和完善针对文化出口企业的保险服务,积极提供出口信用保险服务。

六是建立健全有利于金融支持文化产业发展的配套机制。《指导意见》提出,要推进文化企业建立现代企业制度,完善公司治理结构,为金融支持文化产业发展奠定良好的制度基础。中央和地方财政可通过文化产业发展专项资金等,对符合条件的文化企业,给予贷款贴息和保费补贴。建立多层次的贷款风险分担和补偿机制,完善支持产权法律体系,切实保障各方权益。

七是加强政策协调和实施效果监测评估。《指导意见》要求,加强信贷政策和产业政策的协调,制定并定期完善《文化产业投资指导目录》,建立多部门信息沟通机制,搭建文化产业投融资服务平台,加强政策的落实督促评估,探索建立金融支持文化产业发展的政策导向效果评估制度,确保政策落到实处。

从上述内容可见,中国文化产业扶持政策已经从战略地位的确定到实施细则的制定,从一般性的财政鼓励和奖励发展到金融、保险支持体系的形成,完成了有中国特色的文化产业政策体系。而九部门《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》的发布,正是这一体系建设基本完成的一个重要标志。

第二节 文化产业政策研究的学理依据

一、产业政策何以有效

文化产业政策是国家产业政策的一部分。产业政策是政府针对特定产业制定的一组政策的总称,主要作用在于改变产业间的资源配置,对社会的投资方向、人才流动和一些产业的组织形式和行为方式进行干涉,以求社会经济的健康发展。产业政策追求的主要目标是经济的科学增长与发展和维护市场机制与资源的有效配置,政策研究学者们所重视的财政政策、金融政策、国民收入政策、国际贸易政策、反托拉斯政策、农业政策、劳动政策等等,都是为这两大目标服务的具体举措。产业政策实现其目标的机制可以归纳为如下三点:

1. 对产业部门之间和产业内部的资源配置进行干预。
2. 对国家社会经济发展总体战略进行分解和量化,使之细化为易评估的具体指标和可操作的具体举措。因此,产业政策往往成为实现特定发展战略目标的有

效手段,特别适用于发展中国家对经济发展的推动。

3. 以引导作用为主,尽可能避免国家直接介入资源分配。例如,通过制定非指令性的发展规划,明确经济前景和目标;或是通过各种法规和经济措施,引导企业将发展行为纳入一定的轨道,把产业目标转化为经济运动的内在机制。

当代经济的发展和经济学研究表明,无论任何国家,要求经济的健康发展,政府完全不干预资源分配是不可能的。所谓“政府不介入市场”,只是说不介入私人企业的直接经营决策和管理。即使倾向自由主义的美国,在某些领域也是依靠产业政策的引导取得了成功。哈佛大学教授埃兹拉·沃格尔指出:“据说,在美国,政府并不偏袒某个特定的产业,也不裁判孰胜孰负,而是听任市场去做选择。但在实际上,翻翻美国的历史就可以看到,政府曾屡次采取振兴产业的政策。”^①埃兹拉·沃格尔还列举了美国产业政策成功的4个例子,即宇航工业;农业;住宅建设;北卡罗来纳州经济的现代化。

二、基于文化产业二重性的政策研究模式

文化产业具有精神生产与物质生产的二重性,需要同时服从文化的逻辑与市场的逻辑。文化产业的发展,既是国民经济升级转型的需要,也是人类精神的进步、民族文化遗产与发展和国家文化安全保障的手段。因此,发展文化产业,产业政策的地位、作用往往超过普通的产业。对于中国这样一个文化资源的大国,文化产业的后发展,文化产业政策更具有特殊的地位。

文化产业的二重性,决定了文化产业政策干预的目标必须平衡经济效益与社会效益两大系统。因此在文化产业政策的制定思路上,必然存在两种不同的逻辑基点:一是偏重经济发展的目标,从经济开发及其效益预测其在社会文化方面的波及效果,进而评价这种波及效果的价值;二是偏重文化价值与社会效益的目标,把文化产业的经济效益看成是文化发展和社会开发的一个经济性侧面,进而探讨人的幸福感提升和生命意义的提升,以及理想社会环境的建设问题。上述区别的实质是:应该如何切入对文化产业经济与文化二重性的思考。下图是基于文化产业二重性的文化产业政策研究模式,它表明了文化产业政策研究在平衡经济效益与社会效益两方面的不同逻辑基点与路径。

三、量化研究与政策体系优化

应用当代的计量经济学及行为科学的研究成果,使产业政策向量化研究发展,

① [美]埃兹拉·沃格尔著:《日本的成功与美国的复兴》,三联书店1985年版,第213页。