



浙江 文化品牌报告(2011)

文化创意成大业

文化浙商 品牌巡礼

柏定国 何蔚萍 主编



浙江工商大学出版社
Zhejiang Gongshang University Press



浙江文化品牌报告(2011)

文化创意成大业

文化浙商 品牌巡礼

柏定国 何蔚萍 主编

 浙江工商大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

浙江文化品牌报告. 2011 : 文化创意成大业 / 柏定国主编. — 杭州: 浙江工商大学出版社, 2012. 6
ISBN 978-7-81140-513-2

I. ①浙… II. ①柏… III. ①文化产业—研究报告—浙江省—2011 IV. ①G127.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 073277 号

浙江文化品牌报告(2011):文化创意成大业

柏定国 何蔚萍 主编

策划编辑 任晓燕

责任编辑 赵 丹 蒋红群

封面设计 王舒驰

责任印制 汪 俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排 版 杭州朝曦图文设计有限公司

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 14.25

字 数 255 千

版 印 次 2012 年 6 月第 1 版 2012 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81140-513-2

定 价 39.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804227

编 委 会

指导单位：浙江省文化厅

编撰单位：浙江省文化品牌研究基地

浙江工商大学文化产业研究所

编委会主任：田宇原

编委会副主任：罗昌智

主 编：柏定国 何蔚萍

编 委：伍亮亮 刘 莉 陈 洁

赵 晴 洪 叶 曹乃铭

撰 稿 人：(按姓氏笔画排序)

王 甸	王雅迪	叶懋嘉	朱兵兵	伍亮亮
刘 丹	刘 莉	苏雅婷	李梁良	岑闻热
邱忆雯	何蔚萍	汪兰芳	沈 叶	沈嘉冰
张 晶	张 飏	陈 宁	陈 洁	陈 敏
陈盼盼	陈晟昕	陈斐斐	林祎珊	易立婧
季宏伟	周琦超	胡示雨	胡婷韦	柏定国
姜 维	夏静波	柴 玉	徐子娟	高 宇
唐仁萧	黄侃鑫	黄韵婕	曹乃铭	戚阳明
傅璐璐	虞佳辰	鲍虹霓	霍承圣	

目录

• M U L U •

浙江文化品牌报告(2011):文化创意成大业

● 总报告

做大做强文化产业的一个重要抉择

——推动传统产业向文化创意产业转型 / 柏定国 何蔚萍 3

● 重点业态概述

1 2011年浙江省影视业概述 / 刘莉 曹乃铭 17

2 2011年浙江省出版发行业概述 / 伍亮亮 25

3 2011年浙江省动漫游戏业概述 / 伍亮亮 33

4 2011年浙江省会展业概述 / 陈洁 41

5 2011年浙江省文化艺术服务业概述 / 曹乃铭 49

6 2011年浙江省文化旅游业概述 / 陈洁 57

● 个案报告

7 华策影视:中国电视剧第一股 / 姜维 陈盼盼 67

8 今古时代:小成本做好电影 / 胡婷韦 岑闻热 77

9 浙江卫视“中国蓝”:娱乐公益“全垒打” / 虞佳辰 汪兰芳 86

10 民生996:微广播 大民生 / 林祎珊 夏静波 93

- 11 天一阁:别致的私人藏书阁 / 陈 宁 99
- 12 宏梦卡通:因势利导 推陈出新 / 陈斐斐 109
- 13 《印象西湖》:天堂一景 人间一梦 / 王 旬 叶懋嘉 119
- 14 浙江小百花:百年越剧的华丽绽放 / 傅璐璐 沈 叶 125
- 15 外婆家:一个时代的传奇 / 刘 丹 胡示雨 133
- 16 善琮湖笔:毛颖绝技古今之路 / 邱忆雯 高 宇 139
- 17 大灵隐:佛国名寺新印象 / 戚阳明 周琦超 144
- 18 普陀山:海天佛国的前世今生 / 张 颢 沈嘉冰 151
- 19 杭州西湖:人间天堂 / 徐子娟 黄韵婕 161
- 20 天台山:浮华世界的静心胜地 / 柴 玉 易立婧 168
- 21 绍兴城:人文荟萃 名士辈出 / 朱兵兵 季宏伟 175
- 22 绍兴师爷:深蕴的文化符号 / 李梁良 陈晟昕 182
- 23 滕头村:乡村,让城市更向往 / 张 晶 苏雅婷 186
- 24 南孔文化:“儒”之传承 孔学南宗 / 鲍虹霓 王雅迪 194
- 25 丽水瓯江:生态之旅 风俗之城 / 霍承圣 唐仁萧 202
- 26 嘉兴南湖:烟雨江南 红色摇篮 / 陈 敏 黄侃鑫 209



总 报 告

浙江文化品牌报告（2011）：文化创意成大业

做大做强文化产业的一个重要抉择

——推动传统产业向文化创意产业转型

柏定国 何蔚萍

【核心观点】创意是产业之魂，产业是创意之根。用文化创意来“点亮”传统产业，是经济转型升级的主要方向之一。国内传统产业中，大多数还是劳动密集型产业，容易陷入同质化竞争，拼价格、拼能耗、拼土地，利润越压越薄。而利用文化产业资源来改造和提升传统产业，就能够为产品带来高附加值，为企业带来可观利润，从而提升企业的综合竞争力。为推动文化产业转型升级，浙江省委、省政府提出“大平台、大产业、大项目、大企业”的建设和培育思路，要求合理规划产业布局，提升文化产业规模化、集约化、专业化水平，增强文化产业综合实力和市场竞争力。浙江将遴选并重点扶持100家文化骨干企业，为培育诞生一流的文化产业“航母”创造条件。

我们认为，在未来较长时期内，我国大部分区域的文化产业仍将以低端的文化资源加工产业形态发展。这意味着，文化产业需要大量地消耗文化资源，并可能是一种造成环境污染的、较低附加值的、劳动密集型的加工产业。我们要提前一行动，鼓励和扶持低端的文化资源加工产业与信息及高端科技产业融合，以促进其科技化、标准化、生活化发展步伐；鼓励和扶持较高端文化创意产业与创意设计、创意营销融合，以促进其手工化、个性化、品牌化发展步伐。其中，最重要的一个战略抉择是推动传统产业向文化创意产业转型。

针对浙江省的具体情况，我们提出：首先，对于传统产业中已经完成工业化改造的那部分业态和企业，要通过与信息及高端科技产业融合，使其向文化资源加工产业转型，以促进其科技化、标准化、生活化发展步伐。这是浙江省一般形态的文化产业，针对的是中、低端文化消费市场的日常文化需求，提供一般的文化产品和服务。新型的文化资源加工产业，是浙江文化产业快速发展的规模保证。其次，对于传统产业中基本保持了手工技艺的部分，要通过与创意设计、创意营销融合，使

其向文化创意产业转型,以促进其手工化、个性化、品牌化发展步伐。这是浙江省定制形态的文化产业,针对的是中、高端文化消费市场的个性文化需求,提供特别的文化产品和服务。新型的文化创意产业,是浙江文化产业快速发展的品质象征。这两个方面的建设,将极大地优化浙江文化产业品牌形象,并增强超常发展的可行性。

一、浙江省文化产业发展的主要任务和既定策略

近年来,浙江省文化产业蓬勃发展。2010年,全省文化产业增加值达到1056.09亿元,占全省GDP比重的3.8%。省委十二届十次全会通过的《中共浙江省委关于认真贯彻党的十七届六中全会精神大力推进文化强省建设的决定》(以下简称《决定》),明确提出了文化产业发展的总体目标,即到2015年,文化产业增加值力争比2010年翻一番,占全省GDP比重的7%,文化产业成为国民经济的重要支柱性产业。为实现上述发展目标,《决定》从三个方面提出了浙江省文化产业发展的主要任务。

第一,优化文化产业布局。在空间布局方面,要加强对文化产业发展的规划引导,积极培育全国一流的文化产业中心,打造一批特色文化产业基地,发展一批特色文化产业,形成一批特色文化产业县(市、区);在产业结构方面,要加快发展新闻出版、影视服务、文化会展、文体休闲娱乐、文体用品制造等优势文化产业,大力发展文化创意、动漫游戏、数字出版、移动多媒体等新兴文化产业,推动文化产业与旅游、体育、信息、教育、工业、工程设计等产业的融合发展;在所有制方面,要鼓励和引导非公有制资本进入文化产业,吸收外资进入法律法规许可的文化产业领域。

第二,提升文化产业发展层次。为推动浙江省文化产业转型升级、提高质量和效益,要深入实施三大战略,即深入实施重大项目带动战略,抓好一批成熟度高、成长性好、具有先导性的重大工程和项目;深入实施科技带动战略,加快科技创新成果转化;深入实施文化产业品牌战略,打造一批具有较高知名度和影响力的文化品牌。

第三,加强现代文化市场建设。努力提升城乡居民的文化消费水平是文化市场建设的先决条件。要加快发展大众文化消费市场,开发特色文化消费,扩大文化服务消费。从建设文化产品市场、要素市场、网络等新兴市场、资本市场和现代流通渠道等角度而言,构筑现代文化市场体系的主要任务是重点发展书报刊、电子音像、演艺娱乐、动漫游戏、广播影视、工艺美术等产品市场,有序发展文化人才、信

息、技术等交易市场,加快线上交易与线下物流结合的文化产品流通模式建设,加快建立若干具有国际影响力的文化产品展示交易平台,加快构建文化企业与金融机构的战略合作机制。

浙江省委、省政府决策指出:未来几年,浙江文化产业发展的成效,很大程度上取决于实际工作推进的力度和落实程度。浙江省要着眼于推动文化产业成为国民经济的支柱性产业这一总体目标,强化组织保障和各项政策措施,不断推动浙江省文化产业实现跨越式发展。一是在工作载体上,要实施文化产业倍增计划和文化产业发展“122”工程,着力培育 100 家重点文化企业、20 个重点文化产业园区(基地),助推 20 家文化企业上市。二是在组织保障上,要实施党政领导“一把手”工程,加强对文化强省建设的组织和协调。进一步健全完善省、市、县三级文化建设领导小组,明确相应机构和人员,加强对文化产业发展的统筹协调指导。三是在财政投入上,要坚持文化建设投入“两个高于”,即财政对文化建设投入的增幅高于本级财政经常性收入增长幅度,“十二五”时期文化事业投入占财政支出比重高于“十一五”时期。同时,要扩大省级文化产业发展专项资金规模,对影视产业、动漫产业、文化走出去等进行重点扶持。四是在政策保障上,要继续贯彻落实国家现行关于文化产业发展的税收优惠政策。对文化内容创意生产、非物质文化遗产等项目的经营,按国家有关政策给予相关税收优惠,对重点文化产业建设项目在土地上予以优先支持,继续执行文化体制改革配套政策,执行对转企改制国有文化单位的扶持政策执行期再延长五年等政策。

二、从“文化新浙商”评选看浙江文化产业的优势与不足

“文化新浙商”活动由国家文化部文化产业司支持,浙江省文化厅、新华社浙江分社联合主办。评选活动是弘扬浙商精神、打造现代儒商、推进文化产业发展的的重要举措,也是为了贯彻十七届六中全会精神,落实浙江省政府关于转变经济发展方式推动浙江经济健康持续发展的实际行动。评选活动自 2010 年以来已连续举办了两届,旨在扶持和引导浙江民营企业进入文化产业,搭建文化产业发展平台,进一步铸造浙商文化,在经济转型升级中不断提升文化软实力。

2010 年首届“文化新浙商”评选活动共有 181 家文化企业报名,经网络投票、专家评审,浙江太子龙控股集团有限公司董事长王培火、杭州玄机科技信息技术有限公司总经理沈乐平、金华比奇网络技术有限公司董事长张秉新、浙江普达海文化产业有限公司董事长郑敏、鸿翔控股集团有限公司董事长姚岳良、浙江横店影视娱

乐有限公司董事长兼总经理徐天福、丝绸之路集团董事长凌兰芳、衢州醉根艺品有限公司董事长徐谷青、华鸿控股集团董事长龚品忠、浙江谢氏控股集团有限公司董事长兼总裁谢金松十位企业家被评为首届“文化新浙商”。

宁波音王集团有限公司董事长兼总裁王祥贵、浙江天之林控股有限公司董事长兼总经理王荣其、杭州格诚网络科技有限公司董事长朱书源、杭州乐港科技有限公司 CEO 陈博、台州市银河制衣有限公司董事长林霞、温州市华亭文化产业有限公司董事长赵建华、宁波剧院总经理兼党委书记徐曙鸣、北京求是园文化传播有限公司总经理黄永军、温州华富投资管理有限公司董事长曾步光、浙江神雕雕塑工艺集团有限公司董事长程育全十位浙商获得首届文化产业创新奖荣誉。

2011 年第二届“文化新浙商”评选活动共有 300 多名文化企业主报名参选,投票等环节受到了社会各界的高度关注和广泛参与。2011 年“文化新浙商”评选活动继续以“扶持和引导浙江民营企业进入文化产业,搭建文化产业发展平台,进一步铸造浙商文化,在经济转型升级中不断提升文化软实力”为活动宗旨。该评选活动得到国家文化部产业司支持,由浙江省文化厅、新华社浙江分社主办,浙江省浙商文化促进会、新华网浙江频道、都市快报承办,建设银行浙江省分行独家协办。获得“文化新浙商”荣誉的有:浙江大丰实业有限公司董事长丰华、思美传媒股份有限公司董事长朱明虬、浙江泰普森控股集团有限公司董事长杨宝庆、浙江甲壳虫印刷包装有限公司董事长李奇斌、浙江讴歌文化投资有限公司董事长应晓、温州文化商品市场董事长陈金强、浙江双枪竹木有限公司总经理郑承烈、浙江世纪风采文化传播有限公司董事长祝伟民、温州天视影视文化传播有限公司董事长黄晨、浙江东方地质博物馆馆长、浙江中成实业有限公司董事长董利华。

获得第二届文化产业创新奖荣誉的有:杭州一力文化创意有限公司董事长方学能、温州澳珀家具有限公司董事长兼首席设计师朱小杰、浙江天目琴行有限公司董事长刘为明、江山市大陈乡长春食品有限公司董事长汪衍君、花园工贸集团有限公司董事长兼总裁邵钦祥、浙江得力佳文具有限公司董事长郑岩斌、浙江南广影视制作有限公司董事长兼总经理徐云、台州景想科技发展有限公司董事长徐君义、浙江银乐迪娱乐有限公司执行董事舒建安、景宁畲族自治县龙凤民族服饰有限公司董事长雷献英。

2011 年新增新锐奖,获得此荣誉的有:浙江顶尚信息服务连锁有限公司董事长王大祝、浙江东阳木雕集团有限公司总经理王向东、杭州瑞德设计有限公司总经理李琦、浙江和信玩具有限公司总经理何彬、宁波民和影视动画股份有限公司董事长张亚佩、浙江精龙刀剑有限公司董事长季忠、临安市古陶瓷博物馆馆长徐健人、

浙江宣逸网络科技有限公司总裁徐毅、杭州趣玩数码科技有限公司董事长郭羽、杭州十竹斋版画艺术品有限公司董事长魏立中。

在信息闭塞的年代,浙商以独特的创业实践创造了独有的浙商文化。进入信息化时代的今天,浙商以其一贯的敏感和迅捷,用新兴文化中蕴含的社会价值观和文化想象力,对浙商文化进行着新的演绎。浙江文化中的商业、经济文化是近 10 年来对中国文化贡献最大的部分,在某种意义上,甚至超过浙江传统文化强项(如文学、戏曲)对当代文化的贡献。

现在,浙商已不仅是一个商业现象,更上升为一个文化现象。原先的企业家,见面谈得最多的是“缺钱”,后来是“缺人”,现在苦恼的则是“缺文化”。说到底,浙商开始意识到,企业发展的最高境界,最后比拼的就是文化竞争力。浙江商人对中国商业文化的创新作出了自己独特的贡献,并且对浙江的人文精神有了新的提升。它的独特性表现在三个方面:一是讲求速度,常常是非禁区即入,觉得一个差的结果也比没有结果好;二是善于创新,常常是“无中生有”,这恰恰是在浙江几乎零资源的前提下对经济文化的创造性提炼;三是善于独创“创富模式”,最典型的是遍及各地的块状经济产业生态链,这是对浙江人文性格内涵进行整合的天才创造。当代浙商文化与浙江文化已经互相融合、共同促进,而且无法简单克隆,因为浙江经济背后有着许多浙江独有的文化力量在起作用。浙江商人有自强、坚韧、务实、开拓等草根精神,诞生了诸如“冯根生与正大青春宝国药传统坚守”“鲁冠球与万向国际化思维”“马云与阿里巴巴电子商务理念”“宋卫平与绿城房产文化细节和气质”等商业哲学思想。

浙商文化与时俱进,其最大的一个表现是对现代信息的渴求。生活在信息流中的新浙商积极探索创新,走产业化、信息化、国际化、现代化的道路。表现在浙商文化的影响上,信息产业的发展促进了“后浙商文化”时代的产生。最明显的是生活在信息流中的新浙商的价值观与生活方式的变化。比如,作为全国第二的通信大省,浙江近 30 万中小企业中有 5 万多的企业建立了自己的网页,如中国化工网、中国纺织网、中国金蚕网及各种网上农业博览会等,其中嘉兴的中国金蚕网网上成交额达 200 多亿元。如此高的交流沟通频率展示出新浙商的变迁、活动能力,崛起于草根阶层的跑单帮,开始成为日理万“讯”、运筹帷幄的现代职业经理人。此外,新浙商注重环境保护,积极发展可持续产业和循环经济,不断挖掘信息资源,发展信息产业,以技术密集型产业代替能源消耗型产业,以共享型价值观代替牺牲型价值观开始成为浙商未来发展的趋势。

作为资源小省,浙江商人对信息资源、文化资源的重视,是一个好的趋向。这

种改变不仅将给现代企业的管理理念和方式、浙江经济带来深层次的改变,还将影响到文化思想、价值观等精神领域。企业也好,城市也好,文化是它的灵魂和根本。企业好比一棵树,叶和果是它的产品,枝是它的制度,干是它的战略,而根就是它的文化。只要文化力在,那它就会衍生一切,而不会滑向简单的粗放型增长。

浙商文化特性及浙商群体特征在两届“文化新浙商”获奖者身上均有不同程度的体现。但是,“浙商文化”与“文化浙商”是两个不同的概念,让有深厚内涵的“浙商文化”推动刚刚崛起的“文化浙商”再创辉煌,还有很长的路要走。从两届“文化新浙商”获奖者及其所在企业的现状来看,浙江文化产业存在一些问题,值得引起关注。

第一,浙江的文化产业,尤其是文化创意产业存在产业链不完整、链化程度不高的问题。浙江文化产业的总产出,超过七成是由文化设施、设备制造等一般文化用品制造业创造的,全行业缺乏原创产品和创新思维。当前,浙江正处在社会结构转型、产业结构升级、城市功能转换的关键阶段,加快发展文化创意产业,对于引领产业向高端发展、实现产业结构优化升级,对于提升中心城市能级、推进新型城市化进程,对于集聚创新要素、发展创新强省,对于创建文化大省、发展社会主义先进文化等,都具有重要的推动作用。

第二,浙江文化创意产业的九大类产业中,近年来发展处于前三位的是软件网络、动漫及广告服务。传统的文化创意产业依然占了一定优势,高端产业和特色产业发展相对滞后,与迅速增长的经济水平不相符合。因此,产业结构的优化势在必行,这是缩短与发达国家地区文化创意产业水平差距,实现浙江文化创意产业可持续发展的必然要求。集聚区发展程度低,产业集聚效应弱也是束缚浙江文化创意产业发展的重大问题。目前产业集中度偏低主要表现在市场集中度偏低,与高质量、高效率、高创新度、高技术和高附加值的标准相比,差距较大。各集聚区还需要进一步加强引导和规划,做到科学、有序,避免重复建设造成恶性竞争和资源浪费。

第三,浙江文化创意产业的发展资金主要是政府资金和政府指定的银行贷款,与发达国家地区的产业投融资环境相比差距颇大。由于市场准入机制受限,文化创意企业很大程度上无法吸收广大的社会投资,以及大规模的外商投资。此外,新兴的文化创意产业具有高投资、高风险和高收入的特征,在缺乏科学合理的融资机制的前提下,文化创意产业很难吸引大量的民间资本,资金的不充裕又制约了该产业的发展。目前,浙江文化创意产业的发展资金主要是政府提供的专项基金,但数额有限,而且是分期投入,而一个文化创意产业聚集区基础设施建设的专项资金规模至少2亿—3亿元,显然政府的这些资金远远不够一个文化创意子产业化发展

的需要,只是一项政府政策性的引导资金而已。

第四,文化创意产业的发展离不开国际资源、国际市场,浙江作为中国东部经济大省,文化创意产业的发展注定要走民族化与国际化交融的道路。目前,浙江已涌现出一批全国知名的文化创意企业,部分企业拥有自主知识产权产品,但从数量、规模、经济效益等方面看,都与发达国家和地区的跨国文化创意产业集群之间存在着很大的差距,现有文化创意产业难以带动整个行业的发展和国际化水平的提升。

三、我们的希望在于文化创意产业集群的崛起

在知识经济时代,生产、消费越来越重视文化意义,为文化产业培养着日益丰富的文化市场,而科技进步则不断提高文化创新能力和文化供给水平。文化产业已经成为许多国家和地区经济的超级支柱产业。例如,美国文化产业的产值已占GDP的18%—25%。面对中国文化消费市场即将井喷式发展、文化产业蓬勃发展的春天,浙江省应当对照美国文化产业的发展历程来规划自己的未来,抓住机遇,跨越发展,把文化产业做大做强,甚至做到全国最大最强。具体来说,浙江省应该努力做好以下几点。

(一)深刻领会“文化强国”方略,解放思想大胆改革

2010年2月,中央举办省部级主要领导干部深入贯彻落实科学发展观加快经济发展方式转变专题研讨班,胡锦涛总书记阐述了加快经济发展方式转变的重要性和紧迫性,提出了加快经济发展方式转变的八项重点工作,其中强调发展文化产业有利于优化经济结构和产业结构,有利于拉动居民消费结构升级,有利于扩大就业和创业。温家宝总理在《2010年政府工作报告》中,把“大力加强文化建设”作为需要重点抓好的八个方面工作之一,强调要继续推进文化体制改革,扶持公益性文化事业,发展文化产业,鼓励文化创新,培育骨干文化企业,生产更多健康向上的文化产品,满足人民群众多样化的文化需求。党的十七届六中全会站在经济社会发展全局的高度,对推动文化产业成为国民经济支柱性产业这一重大战略任务作出全面部署,强调必须坚持把社会效益放在首位,社会效益和经济效益相统一,推动文化产业跨越式发展,为推动科学发展提供重要支撑,为人民群众提供健康向上、丰富多彩的精神文化产品。建设社会主义文化强国的长远战略是十七届六中全会的最大诉求,文化创新创造和发展文化产业被提到前所未有的高度。

浙江要深刻领会“文化强国”的意识形态诉求,抓住市场机遇,大胆推进文化体制改革,创造性地布局文化事业和文化产业。在推进社会主义核心价值体系、公共文化服务体系建设和文化产业发展上,浙江要敢于“冒尖”,并善于在意识形态诉求和文化资本诉求之间取得平衡。

(二)审时度势,适当调整浙江省“十二五”文化发展规划

要统一认识,协调步伐,建议在如下几个方面予以适当调整。

1. 特别强调开展文化理论研究。以党的十七届六中全会精神为指导,号召和组织省内理论界掀起文化事业和文化产业发展理论研究新高潮,争取在公共文化服务体系建设和文化产业超常发展理论等领域率先取得突破性成果。以高度的文化理论自觉和文化理论自信,推进文化改革,推动文化产业超常发展,在建设社会主义文化强国中走在全国前列。

2. 按照国家公共文化服务体系建设的指标,建设浙江省公共文化服务体系。要在群众文化需求和基本权益、政府公共文化服务主体、公共文化单位免费开放与公益性服务、公共文化资源供给体系、社会文化活动机制、公共文化服务社会参与机制、公共文化服务经费保障机制、公共文化服务人才队伍、公共文化服务技术支撑、公共文化服务评价考核体系十个方面,高标准地建设浙江公共文化服务体系。

3. 清晰规划浙江文化产业中“文化资源加工产业”和“文化创意产业”等的发展路径。在未来较长时期内,我国大部分区域的文化产业仍将以低端的文化资源加工产业形态发展。这意味着,文化产业需要大量地消耗文化资源,并可能是一种造成环境污染的、较低附加值的、劳动密集型的加工产业。我们要提前一步行动,鼓励和扶持低端的文化资源加工产业与信息及高端科技产业融合,以促进其科技化、标准化、生活化发展步伐;鼓励和扶持较高端文化创意产业与创意设计、创意营销融合,以促进其手工化、个性化、品牌化发展步伐。

4. 对“文化强省”蓝图中的文化产业发展提出明确的指标要求。到2015年,浙江文化产业总产出不少于10000亿元,文化产业增加值不少于2000亿元,年增长率不低于15%,文化产业GDP占比不少于7%。同时,要求“十三五”期间文化产业发展持续走高,文化产业成为引领浙江经济社会全面快速发展的超级支柱产业,从而深刻地改变乃至重塑浙江形象。

(三) 以超常的举措推动浙江文化产业超常发展

尽管文化产业在中国的发展不足 20 年,迄今却已经走过两个时期。简单地说,一是基于具体产品生产和服务提供的项目拓展时期,以各地大兴文化产业园区为标志;二是基于文化资本投融资的商业模式拓展时期,以各地力促文化企业上市为标志。当前,文化产业拓展模式亟待创新,以推动文化产业的跨越式发展。

1. 拓展平台,培育六大关联产业集群

2010 年浙江文化产业增加值达到 1056.09 亿元,比上年增长 30.71%,新闻出版、影视服务、数字内容与动漫、文化旅游、文化会展和文化产品制造等产业在全国优势明显。而其中杭州市一地的文化产业增加值近 600 亿元。杭州之所以“一家独大”,其决定性因素是拥有多个文化产业发展平台。譬如,凭借完备的传媒平台衍生出强大的广电产业和新闻出版产业,完备的旅游平台衍生出强大的演艺业、文化休闲娱乐业和文博会展等文化服务业,完备的现代工业平台衍生出强大的文化制品产业和文化创意产业,从而为文化产业各业态的集聚形成良好的创意、生产、传播、消费和品牌化等生态环境。浙江文化产业超常发展的重要条件,是全省其他区域与杭州一样,成功地打造了若干文化产业发展平台,以促进全省文化产业关联业态不断集聚,并成功培育若干产值过千亿元的文化产业关联集群。

我们认为,浙江可以重点培育的产业集群有:(1)依托新一代全媒体传媒平台,以浙江广电集团、横店影视城为超常增长点,打造浙江广电业千亿产业集群;(2)依托新一代全媒体传媒平台,以杭州国家数字出版产业基地、浙江出版集团数字传媒有限公司等数字出版业态为超常增长点,打造浙江新闻出版业千亿产业集群;(3)依托大旅游平台,以城市文化主体化、乡村文化体验化、景区文化数字化为超常增长点,打造浙江文化旅游业千亿产业集群;(4)依托移动通讯平台,以手机终端化、动漫载体化、游戏生活化为超常增长点,打造浙江动漫游戏业千亿产业集群;(5)依托数字化平台,以涉农产品文化化、涉农场景寻根化、涉农消费在地化为超常增长点,打造浙江创意农业千亿产业集群;(6)依托长三角城市圈平台,以事业化培育产业化提升、城区化聚集、品牌化连锁为超常增长点,打造浙江演艺休闲娱乐业千亿产业集群。

到 2015 年,以上六个文化产业关联集群的总产值争取达到 6000 亿—8000 亿元,并在此后的五年内保持 40%以上的年增长率。

2. 推动传统产业向文化产业转型

2011 年以来,有学者提出并推动浏阳花炮的文化产业转型,得到了浏阳花炮