

文 化 产 业 丛 书

文化产业教程

Culture Industry Tutorials

孙连才 编著

中国传媒大学出版社

文化产业被国际公认为是21世纪的朝阳产业、黄金产业。她已发展成为一个生机无限的经济增长点，蕴藏着巨大的利润空间；文化竞争已成为全球竞争最根本和最后的竞争，文化竞争决定着民族、国家的命运。本书从文化产业的概念、特征及分类入手，系统梳理了文化产业竞争力评价、文化产业区域经济发展、文化产业商业模式、文化产业投融资和文化产业政策与国家安全等方面的知识内容，为文化产业专业构建了理论学习与研究的框架体系。

上架建议：文化产业

ISBN 978-7-81127-967-2



定价：49.00元

文 化 产 业 丛 书

文化产业教程

Culture Industry Tutorials

孙连才 编著

中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化产业教程/孙连才编著. —北京:中国传媒大学出版社, 2012. 3

ISBN 978-7-81127-967-2

I. ①文… II. ①孙… III. ①文化—产业—研究 IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 115911 号

文化产业教程

编 著 孙连才

责任编辑 张 旭

特约编辑 唐 颖

封面设计 大鹏工作室

责任印制 张 玥

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024

电 话 86-10-65450532 或 65450528 传真:010-65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 730×988 mm 1/16

印 张 20.5

版 次 2012 年 5 月第 1 版 2012 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81127-967-2/G·967 定 价 49.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序 一

陈少峰

众所周知,促进文化产业健康、可持续发展,对丰富我们的精神生活,改善经济运行质量和提升我国的文化软实力等诸多方面都将起到积极的作用。因此,文化产业的发展也受到高度关注。在各界的共同努力下,我国文化产业领域的理论与实践都已经呈现出了全面繁荣的景象。学者们近十年来的文化产业研究成果也为文化产业各个领域的实践提供了必要的理论指导。当然,我们对文化产业的许多方面的研究仍然处在探索、系统思考和持续深化的阶段,各种研究成果也各有其侧重点,并呈现出百家争鸣的格局。

就深入洞察文化产业的特性和需要掌握比较系统化的跨学科领域的专业知识而言,学习和研究“文化产业管理”是个不算轻松的任务。把握文化产业的基本要素,区分文化产业、文化事业、文化资源、历史文化和文化产业的理论与实践等各个领域的特点,具有分析文化产业的产业发展趋势、文化企业商业模式和区域文化产业发展模式等能力,都是基本的素质要求。同时,文化产业作为经济中的一个门类,从企业经营管理的角度来把握文化产业的规律和特点,研究文化企业家和艺术家、职业经理人之间的合作方式等等,也都是学子们需要掌握的知识和能力的要素。

对关注如何推动文化产业发展的学子和从业人员而言,我主张,应该“先有思想然后再采取行动”,即需要在理解的基础上

去实践,并从实践中提升智慧。就每个人的“思想”而言,它包括基础知识、专业知识,也包括每个人对该领域的理论与实践的明确的问题意识和独立思考,并转化为分析能力和决策能力。可以说,从实践或者就业的角度来说,中国的文化产业发展已经进入了一个崭新的阶段,进入到理论指导实践和实践反哺理论的互动阶段。由此,一方面,有关文化产业的著述将更加关注与文化企业、城市文化产业和文化政策等领域相关的实践问题;另一方面,今后文化产业各个领域的就业机会也将大大增加,对高素质人才的需求也将更为迫切。

孙连才先生具有理论和实践两个方面结合思考文化产业问题的经验,他从实践者所需要的系统知识的角度出发所撰写的这部教材,提供了一些和已有的文化产业概论性教材不同的视角或者方法,我相信它对入门学生和从业人员掌握文化产业的基础知识和领会关键问题会有一定的帮助。

是为序。

(作者系北京大学哲学系教授、博士生导师,北京大学文化产业研究院副院长,国家文化产业创新与发展研究基地副主任,中国体育产业研究中心主任)

序 二

需求是文化产业发展的动力

祁述裕

文化需求决定文化市场的大小,文化需求驱动文化产业发展。

文化需求属于高层次需求。它除受收入水平约束外,还取决于消费者受教育程度和文化素养、文化产品的供给以及消费者闲暇时间多寡等。公共文化产品供给状态会影响消费者的文化需求。但公共文化产品的供给状态取决于公共财政的能力和分配方式,与消费者个人没有直接关系。所以,在影响文化需求的诸因素中,收入水平、消费习惯、消费主体闲暇时间多寡是关键性因素。

当收入水平提高到一定水平后,人们的需求结构会出现明显变化,享受型、发展型和审美型需求不断增加,从而带动文化产业发展。一般而言,经济发达水平决定收入水平,也决定需求结构和消费结构状况。收入越高的国家对文化娱乐教育的需求也就越大,消费水平也就越高。随着劳动生产率的提高,人们用于生产方面的时间逐渐减少而休息时间则相对延长,享有更多的闲暇,以满足人类自身更高层次的需求。闲暇时间增加对文化需求具有特别重要的意义。

科技进步与社会分工相互促进,推动产业演进和劳动生产率提高,从而带来收入水平的提高和闲暇时间的增加。文化需求由于收入的提高和闲暇时间的增加而不断增长,又带来文化市场规模不断扩大,驱动文化产业发展。文化产业发展又进一

步扩大市场规模,推动社会分工和产业演进。所以,文化产业既是一种经济现象,也是一种社会现象。

作者以文化需求为前提和基础,系统梳理了文化产业分类方法与各国的异同,文化产业、文化事业和文化资源的区别与联系,文化产业与区域经济发展,文化产业的竞争力评价方法及文化产业商业模式等。对文化产业管理和从业者来说,这是一本很有价值的教材。该书的价值在很大程度上因为作者既有理论思考也有实际操作经验:就职于国内一流的咨询管理机构,从事文化产业项目的运作和研究多年,对文化产业有深切感受。相信本书能给读者带来惊喜。

(作者系国家行政学院社会和文化部副主任,教授,博士生导师)

目 录

绪论 /1

第一章 文化产业的概念与内涵

第一节 文化产业的定义 /9

第二节 文化产业的内涵 /15

第三节 文化产业的特征 /16

第二章 文化产业理论

第一节 文化产业理论流派 /27

第二节 文化产业经济学及相关理论 /31

第三节 国外文化产业的发展 /37

第四节 国外文化产业的实践经验 /45

第五节 中国文化产业的发展 /52

第六节 中国文化产业发展的思考与未来 /59

第三章 文化产业定位

第一节 文化事业与文化产业 /69

第二节 文化产业与创意产业 /73

第三节 文化产业的战略地位与作用 /77

第四章 文化产业与文化资源

- 第一节 文化资源的含义与特征 /87
- 第二节 文化资源的分类与作用 /89
- 第三节 文化产业分类 /91

第五章 文化产业竞争力

- 第一节 文化产业竞争力 /101
- 第二节 文化产业竞争力评价理论基础 /106
- 第三节 文化产业竞争力评价原则和方法 /110
- 第四节 文化产业竞争力评价系统 /112

第六章 文化产业的核心:创意

- 第一节 心理学对创意的影响 /123
- 第二节 发生认识论与创意产生 /125
- 第三节 水平思考法与创意产生 /132
- 第四节 创意产生的源点和生成机理 /137
- 第五节 个人创新与创意团队 /147

第七章 文化产业与区域经济发展

- 第一节 文化产业集群 /153
- 第二节 区域文化产业的特征 /157
- 第三节 区域文化产业的发展趋势 /159
- 第四节 区位对文化产业的影响因素 /161
- 第五节 文化产业促进区域经济发展的途径 /176
- 第六节 文化产业区域空间特性 /179
- 第七节 文化产业区域空间形态 /182

第八章 文化产业的商业模式

- 第一节 商业模式的选择原则 /193
- 第二节 文化产业的商业模式 /195
- 第三节 文化产业商业模式的实施 /198
- 第四节 文化产业商业模式的选择和再造 /199

第九章 文化产业投融资

- 第一节 文化产业投融资 /209
- 第二节 文化产业的投资特性与融资特点 /211
- 第三节 文化产业融资方式 /214
- 第四节 文化产业生命周期与投资组合 /223
- 第五节 文化产业投资基金 /226
- 第六节 文化产业投资基金的运作方式 /232

第十章 文化产业政策与国家文化安全

- 第一节 文化产业政策的含义和作用 /241
- 第二节 西方国家文化产业政策及管控模式 /249
- 第三节 中国文化产业政策及问题 /253
- 第四节 国家文化安全与对策 /260

附 录

- 附录一：《文化产业振兴规划》 /275
- 附录二：《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》 /279
- 附录三：《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》 /294

参考文献 /314

绪 论

文化产业被国际公认为是 21 世纪的朝阳产业、黄金产业。经济与文化一体化发展、环境与文化协调发展,已经成为当今全球一体化发展的重要趋势。

约翰·奈斯比特^①在《2000 年大趋势》中曾经预言:文化的经济意义将远远超过人们的预料,“艺术既是文化财富,同时又是经济源泉。投资艺术将对一个地方的整体经济产生影响,它有着乘数效益,艺术将使旅游业大受裨益,从而推动工业的发展,提高不动产的价值”。

一、文化产业竞争决定民族的命运

在许多发达国家,文化产业不仅是该国文化的基本形态之一,而且越来越成为强大的经济支柱,创造出了可观的经济效益。今天的文化,已实实在在成为社会生产力的重要组成部分,并成为一个国家综合国力的最直观最具体的反映。文化产业已发展成为一个生机无限的经济增长点,蕴藏着巨大的利润空间。尤其在经济全球化背景之下,一国文化的发展和它的社会经济发展一样,再也不可能在封闭或守成的状态中创造辉煌。信息技术或知识经济的迅猛崛起,驱使文化无可逃避地要参与世界范围内的大对话、大交流、大竞争。

继资源竞争、技术竞争、人才竞争和信息竞争之后,文化竞争已成为全球竞

① 约翰·奈斯比特是世界著名的未来学家,埃森哲评选的全球 50 位管理大师之一。约翰·奈斯比特的阅历丰富,他有着哈佛、康奈尔和犹他三所大学的教育背景。1963 年,他被肯尼迪总统任命为教育部助理部长,还曾任约翰逊总统的特别助理。主要代表著作《大趋势》,与威廉·怀特的《组织的人》、阿尔文·托夫勒的《未来的冲击》并称“能够准确把握时代发展脉搏”的三大巨著。

争最根本和最后的竞争。文化竞争决定着民族、国家和企事业单位的命运。文化的发展将是国民经济持续发展的内在动力和源泉,文化资源成为国民经济发展的基础性和关键性资源。对一个国家来说,构成国民经济发展的决定性优势已不再是丰厚的自然资源和廉价的劳动力,而是对文化及其智力资源的拥有和开发利用。

在全球化趋势不断加强、国际竞争日趋激烈的今天,以创意为核心的文化产业的发展规模和程度,已经成为衡量一个国家或地区(城市)综合竞争力高低的一个重要标志。正因为如此,近年来不少国家和地区开始把文化产业作为战略产业和支柱产业,并采取相应的政策措施和手段来积极推动和扶持其发展。

文化产业在国际竞争中的地位和作用越来越重要。20世纪90年代,以美国为代表的发达国家初步实现了从工业经济时代向信息经济时代的转变,标志着新一轮国际分工的开始。全球范围内的资源配置出现了前所未有的分化和重组,对文化资源的争夺成为这一全球性资源配置和重组的重要内容。越来越多的文化产品进入全球市场,越来越多的区域文化经济融入现代世界市场体系。文化与经济、政治相互渗透、相互交融、相互促进,国际竞争越来越成为政治、经济、文化等综合国力的竞争。在国际上综合国力和竞争力的五大类评价指标中,涉及文化产业的就有人力资源开发、教育科技文化能力、社会发展程度等三类指标。文化不仅作为综合国力的重要组成部分,而且日益以一种国家和地区发展的核心力量身份显现出来。21世纪的竞争不再是经济的竞争、军事的竞争,而是文化的竞争。越来越多的国家开始把发展文化生产力作为综合国力的重要组成部分,把大力发展文化产业、提高本地区文化影响力和渗透力作为提高本地区竞争力的重要手段,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。

二、文化产业是新经济的原动力

文化产业早已有之,它之所以在新经济时代受到热捧,本质还是在于其落地为文化创意产业区这一“新经济空间”形式,从而带动空间创新和区域创新,把其与其他知识产业、信息产业等的本质不同突显出来。事实上,在一定程度上,可以说,正是文化产业在一些城市老城区的发展,带动空间创新,形成“文化创意产业区”,才使得文化产业在新经济时代得到世界的关注和推崇。

文化产业是以知识为基础的产业,相对于传统产业来说,其研发成本占总成本的比重更大,任何公司想垄断整体技术和资源都是极其困难的,必须对产业内外的相关知识、技能和资源进行整合、配置,需要专业管理和分工合作,因此更加需要集聚。当前我国文化产业的发展虽然刚刚起步,但对其进行集聚发展的呼声很高,各地的文化创意产业园区纷纷建立。当然对于文化产业的认识需要有一个过程,政府首先想到的是建设创意产业园区,但是作为知识高度密集、高附加值、高整合性的产业形态,文化创意产业集聚的影响因素究竟有哪些,这些因素的影响作用究竟如何,各影响因素之间的关系到底怎样?这些问题都摆到了我们的面前,需要把产业集聚理论和文化产业的特征结合起来进行研究。

对文化创意产业园区的研究,大多是把文化产业和文化创意产业区研究融合起来进行的,实际上文化产业发展和文化创意产业区发展虽然在大多情况下意义是相同的,但文化产业主要是在文化创意产业区内发展,并不意味着所有文化产业都必须要在文化创意产业区内发展,如舞台表演、生产外包等。文化产业研究偏重产业分析,而创意产业区研究则偏重经济空间分析。

文化创意产业区的发展比较强调科技、文化、艺术与经济的结合,强调地方文化特色与区域发展的结合,强调人的创造力和城市创意环境的营造,与当前经济的“文化化”和文化的“经济化”趋势一致。因此,文化和城市发展等已成为文化创意产业区发展的时代语境,相关的后现代主义、新区域主义、城市利便论、新自由主义和新城市主义理论等构成了创意产业区发展的理论基础。

中国的经济发展正处于转型的关键时刻,资源依赖性、投资依赖性的城市建设已经不可持续。中国面临的现实问题在于,城市中的制造业开始失去各城市当局和市民的青睐,不论仍含商机的服务业还能容纳多少人就业,市场规律决定的边际收益递减规律^①却正在发生作用。这一事实意味着,城市经济的可持续发展不能、也不宜再指望人数众多。那么,保持城市经济可持续发展的新动力之源是否存在呢?建立创意型城市是一个前景良好的选择。文化是创意的源泉,中国城市的文明与文化源远流长,通过创意城市的建设挖掘与激发城市文化的力

① 边际收益递减规律又称边际效益递减规律或边际产量递减规律,指在短期生产过程中,在其他条件不变(如技术水平不变)的前提下,增加某种生产要素的投入,当该生产要素投入量增加到一定程度后,增加一单位该要素所带来的效益增加量是递减的。边际收益递减规律是以技术水平和生产要素的投入数量保持不变的条件下进行讨论的一种规律。

量,既必要又可行。

创意城市是城市发展的高级阶段,已经成为世界城市发展的共同趋势。中国正处于粗放式经济向集约式经济过渡的关键时刻,建立创意城市可以推动经济发展的集约转变。中国的城市化低于世界平均水平,要将创意城市建设纳入到各种类型的城市化包括大城市化进程中,既避免中国城市化进程中特有的问题(千篇一律,没有特色),又能弥补中国城市化、工业化中资本与技术的先天不足,从而将人力资源的潜力发挥到最大,探索创意城市的路径选择意义重大。我们知道,创意是创新的源泉,如果不以创意城市的发展路径来开发创新活动的价值,往往很容易将有市场潜力的创新浪费掉,货真价实的创意城市是智力资源优化配置的有效工具。最后,创意城市有各种各样的形式,国际上著名的创意城市都是从其特点出发,与文化产业的形态结合,以各自独有的路径逐渐发展的。

三、文化产业是创意经济实现的载体

中国文化产业的发展,必须加大金融的介入。假如没有金融的全方位介入,文化不可能真正走向产业建设。过去,文化被作为纯粹的公益和消费部门而由政府财政全包,这种体制使得投资渠道过于单一、狭小,只讲投入不讲产出,许多重大的文化基础设施建设由于缺乏资金而受到严重的限制。其根本原因是文化投资融资体系没有理顺,造成文化经营实体的投资者、受益者和经营者定位含糊不清,在法律上和市场运作上都缺乏安全感。在发达国家,文化建设的资金比较充裕,主要来自政府投资和社会(包括企业和个人)集资。集资的方式也相当广泛,包括企业投资、私人投资、彩票集资、基金投资、个人和企业捐赠、赞助等。中国作为发展中的大国,要借鉴发达国家的做法,确立“谁投资、谁受益”的基本原则,扩大多种投资和融资渠道,而要实现这种转变,金融的介入是至关重要的。积极培育文化投资的两大形式,即产业投资和风险投资。前者是指对有市场前景的文化经营项目进行投资,在文化产品和商业服务通过市场出售之后,获得投资的超值回报,它看重的是迅速扩大市场的占有率和销售后产生的利润;后者是对文化企业的赢利和管理能力进行投资,通过证券市场和产权交易市场出售股权,或者自行转让股权之后,兑现投资的赢利,它看重的是资本的快速扩张和市场值的不断提升。关键是要根据具体的投资对象和投资条件,灵活运用,鼓励金融介入文化领域,以拓宽文化投资

的渠道和来源。提高资本市场的作用包括利用证券市场进行融资,是扩大文化投资的一个主要途径。

文化产业资金的短缺,中国文化产业的特殊性和社会主义市场经济的制度框架,国内银行业管理向国际水平看齐的大趋势,这些方面在总体上决定着中国文化产业金融支持的走向。可以说,文化产业是创意经济实现的载体,如何对文化产业投融资模式进行创新也是决定中国文化产业发展的关键因素之一。

文化产业是新经济时代的核心产业。随着知识经济的发展和信息技术的普及,文化产业已在全球成为知识经济的核心产业,对许多国家和地区都有潜在的巨大价值。在文化创意思想引领下的新的工业和服务业将取代传统产业,成为经济发展的新动力。

本书针对开设文化产业专业的本科生和硕士研究生编写,研究方向为文化产业管理及文化产业专业;也适用于开设文化产业相关课程(如出版发行、广告传媒、网络动漫、影视制作、演艺娱乐、文化会展、动漫游戏和创意产业)的院校选用;同时对有志于文化产业的研究者和爱好者也会有所帮助,便于系统地梳理文化产业的内涵及发展脉络。

本书付梓之际十分感谢中国传媒大学出版社张旭女士,从本书 2008 年计划出版到 2012 年与读者见面她付出了大量的心血。同时也十分感谢北京大学陈少峰教授和国家行政学院祁述裕教授在百忙中为本书作序,他们提携后学的风范是我学习与前进的动力。文化产业在国内研究近两年才开始成为热点,本人在繁重的学习和项目指导期间历时三年完成书稿,内心仍诚惶诚恐、遗憾很多,谬误之处在所难免,恳请读者不吝赐教。

您的建议对我很重要!可发邮件给我,邮箱是 sunliancai@gmail.com。

孙连才

2012 年春节

于后吴村

