



金陵智库丛书



区域文化产业发展新论

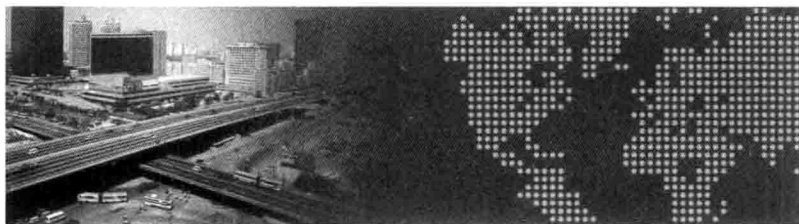
quyu wenhua chanye fazhan xinlun

谭志云 等◎著

中国社会科学出版社

区域文化产业发展新论

quyu wenhua chanye fazhan xinlun



谭志云 等◎著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

区域文化产业发展新论 / 谭志云等著. —北京: 中国社会科学出版社, 2014. 9

ISBN 978-7-5161-4681-1

I. ①区… II. ①谭… III. ①区域文化—文化产业—研究—中国 IV. ①G127

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 193418 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 王 茵
特约编辑 英岁香
责任校对 任晓晓
责任印制 王 超

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 (邮编 100720)
网 址 <http://www.csspw.cn>
中文域名: 中国社科网 010-64070619
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京市大兴区新魏印刷厂
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2014 年 9 月第 1 版
印 次 2014 年 9 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 14
插 页 2
字 数 225 千字
定 价 45.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社联系调换

电话: 010-64009791

版权所有 侵权必究

金陵智库丛书编委会

主任 徐 宁

主编 叶南客 李程骅

编委 王道德 荆小平

朱未易 许益军

黄 南 谭志云

总序

加强智库建设、提升智库的决策服务能力，在当今世界已经成为国家治理体系的重要构成部分。十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》明确强调，要“加强中国特色新型智库建设，建立健全决策咨询制度”。我国正进入全面深化改革的关键阶段，充分发挥新型智库的功能，服务科学决策，破解发展难题，提升城市与区域治理体系与治理能力的现代化，对促进地方经济社会的转型发展、创新发展与可持续发展，加快全面建成小康社会，实现中华民族伟大复兴的中国梦，具有重要的战略价值和导向作用。

南京在我国区域发展格局中具有重要的战略地位，其现代化国际性人文绿都的定位已经广为知晓、深入人心，近年在科教名城、枢纽名城、文化名城以及幸福都市的建设等方面，居于国内同类城市的前列。在当前我国进入全力推进全面深化改革的新阶段，南京又站在经济社会转型发展和加速现代化的新的制高点上，如何在“五位一体”的总布局下，落实全面深化改革的各项举措，亟须新型智库立足时代的前沿，提供战略的指导与富有成效的实践引导，对一些发展难题提出具体的政策建议和咨询意见。值得称道的是，在国内社科系统和地方智库一直具有重要影响力的南京市社会科学院及其主导的中国（南京）城市发展战略研究院，近年来围绕南京及国内同类城市在转型发展、创新驱动、产业升级、社会管理、文化治理等方面的一系列重大问题、前沿问题，进行富有前瞻性的、系统的研究，不仅彰显了资政服务的主导功能，成为市委、市政府以及相关部门的重要智库，同时建立起了在省内和全国具备话语权的研究中心、学术平台，形成了多个系列的研究丛书、蓝皮书和高层论坛品牌，在探索新型智库、打造一流学术品牌、城市文化名

片方面，取得了令人瞩目的成绩，走出了地方智库开拓创新、深化发展的新路径。而即将付梓的这套金陵智库丛”，则是南京市社会科学院、中国（南京）城市发展战略研究院的专家们近年资政服务与学术研究成果的集成，不仅对南京的城市转型以及经济、社会、文化和生态等多个方面进行了深入、系统的研究，提出了一系列富有建树的对策建议，而且立足南京、江苏和长三角，从国家与区域发展的战略层面破解了城市发展阶段性的一些共同性难题，实践与理论的指导价值兼具，值得在全国范围内进行推介。

金陵智库丛书首套6本，围绕南京城市与区域发展的新挑战与新机遇，分别从率先实现基本现代化、城市与区域的联动转型、法制建设与城市发展、城市治理与社会管理创新、城市产业结构的调整与升级以及城市地域文化建设等多个方面，来探讨创新驱动下的当代城市转型发展的路径与对策，相信对推动南京的全面深化改革，发挥南京在苏南现代化示范区建设、长三角新一轮发展中的示范带头功能，具有一定的战略引导与实践导向作用。我乐意为这套丛书作序，就是希望南京社科系统的专家学者，要以服务中心工作为使命，在资政服务、学术研究等方面，能有更强的使命感、更大的担当精神，敢于思考、勇于创新，善于破解发展中的难题，多出精品，多创品牌，为建设高质量、高水平的新型地方智库，为建设社科强市做出更大的贡献。



（作者系中共南京市委常委、宣传部长）

目 录

绪 论	(1)
第一章 当代文化产业发展的多维审视	
一 文化与社会关系的新变化	(5)
二 文化产业发展的新转向	(8)
三 文化产业政策体系的新构架	(11)
第二章 文化产业的支撑因素分析	
一 文化产业发展水平的比较分析	(15)
二 创新力与城市文化产业	(24)
三 文化竞争力与文化产业发展环境	(42)
第三章 文化科技融合的新态势	
一 世界文化科技融合的三大新动向	(51)
二 国内先进城市文化与科技融合趋势	(55)
三 文化与科技融合发展的新挑战	(58)
第四章 广电传媒的产业化突破	
一 我国传媒产业运行态势与模式	(67)
二 广电传媒产业化面临的障碍	(74)
三 我国传媒产业市场运行的突破途径	(80)

第五章 体育赛事的文化产业效应

- 一 大型体育赛事的产业效应 (82)
- 二 国内外城市的经验借鉴 (84)
- 三 青奥会与南京文化产业的对接 (88)

第六章 产业发展中的特色资源利用

- 一 国外文化遗产资源保护理论与开发实践 (99)
- 二 南京历史文化资源分析 (111)
- 三 南京历史文化资源转换的障碍分析 (121)

第七章 文化产业园区的功能再造

- 一 文化产业园区的功能定位 (124)
- 二 文化产业园功能分类与特征 (127)
- 三 文化产业园的发展困境 (136)

第八章 文化产业的消费市场支撑

- 一 居民文化消费测评模型与指标 (141)
- 二 江苏文化消费实证研究 (145)
- 三 南京居民文化消费现状分析 (152)
- 四 制约居民文化消费水平的主要因素 (163)

第九章 城市文化品牌的创新路径

- 一 城市品牌的内涵与模型建构 (166)
- 二 南京城市品牌建设现状分析 (173)
- 三 “天下文枢”城市文化品牌建设 (178)

第十章 我国文化产业发展路径的新思考

- 一 文化产业发展需要宏观视野 (184)
- 二 文化产业发展需要优化环境 (187)
- 三 文化产业发展需要重构园区平台 (194)

四 文化产业发展需要提振文化消费	(200)
五 文化产业发展需要打造文化品牌	(202)
主要参考文献	(206)
后 记	(213)

绪 论

作为新兴产业，文化产业日益成为中国经济发展新的增长点，在繁荣社会主义文化、满足人民精神文化需求、创造就业机会、优化产业结构、加快转变经济发展方式、提高国家文化软实力等方面发挥了重要作用。

对于中国的很多城市而言，当前经济转型的首要任务是转变经济发展方式，实施创新驱动战略，发展创新型经济。文化产业是转变经济发展方式的重要引擎，它代表着一种集约取向的经济发展方式。而文化产业发展的直接表现就是产业体系的完善与产业规模的扩大，这将从增量层面降低国民经济的能耗水平、提高经济发展的科技含量，从而直接推动经济发展方式的转变。从社会转型来看，加快发展文化产业能够通过促进文化观念的传播、改善公共服务供给、加快城乡一体化、协调经济与环境的关系途径对社会转型产生推动作用。^①

应该说，文化产业不是一个新事物，但绝对是一个新问题。一方面，国家层面的高度重视激发了地方政府对发展文化产业的热情，各地文化园区建设如火如荼，文化产业发展突飞猛进。产业的实践带来了理论研究的繁荣。从目前看，对于文化产业的研究，尽管已经取得了相当多的成果，但是，在很多关键问题上，学界似乎还没有达成共识，更重要的是，很多研究已经滞后于文化产业的实践。另一方面，正是由于缺乏前瞻性理论的指导，很多地方文化产业发展处于一种无序状态，遍地开花的文化产业园区蜕变为文化地产，各种优惠政策的出台，导致了“候鸟型”文化企业的出现。甚至在个别地方，出现了新一轮的文化产业“大跃进”。地方政府不顾该地产业基础，提高指标，虚报数据。这

^① 符绍强：《论我国文化创意产业发展的现状与问题》，《新闻战线》2008年第3期。

些现象又导致了文化产业发展滞后于理论界的价值期待，从而形成了产业发展与理论研究“双重滞后”的尴尬局面。

以熟知的文化产业园区为例，近年来，特别是2006年以来，源于对“加速”、“节约”、“孵化”等价值期待，对改革开放以来工业园区成功经验的汲取以及恰逢“退二进三”产业结构调整的历史机遇，我国的文化产业园区正在“忽如一夜春风来，千园万园遍地开”。就江苏而言，截至2008年，各类建成和在建的文化产业园区已有60多个，其中仅南京就有50个。由此可见，文化产业园区的建设在江苏已形成一定的规模。

客观地讲，文化产业园区的速生对于地区的文化产业后期发展奠定了基础。在文化产业发展的初级阶段，重视文化产业的规模扩张，文化产业园区的广泛设立是十分必要的，也是必然的。但是，我国目前的文化产业园区只能说是效仿工业产业园区而建立的一种以文化产品的生产和交易为业态的“产业集聚区”，与“产业集群”的理论价值期待尚有一段距离。

对于文化产业的属性，我们通常说的就是具有文化与产业的双重属性。所谓文化属性，即意识形态属性，也就是说，文化产业肩负着意识形态传播的重任。所谓产业属性，即经济属性，就是文化产业能够实现财富增值的功效。两种属性的界限在哪里，何种属性更为重要，一直是学界、政府争执不清的问题。有学者指出：“从根本上看，唯GDP倾向是对文化产业价值和功能的一种误读。其致命缺陷是只重视经济价值，不重视文化价值。或者把经济价值、文化价值混为一谈，认为经济效益好，文化价值就一定高，这些看法都不利于文化产业健康发展。”^①

从地方政府的角度看，他们更关注的是文化产业增加值占GDP的比重，从学者角度看，已经有不少学者指出了中国发展过程中GDP主义对发展、繁荣社会主义文化的危害。双方似乎争执不下。

当然，也有不少学者提出了折中的方案，即正确把握两种属性之间的关系，一方面不能以追求其商品属性和经济功能为唯一目的，而忽视或否认其意识形态属性和精神价值，另一方面也不能以其意识形态属性

^① 祁述裕：《正确认识文化产业的GDP》，《人民日报》2010年11月23日。

而抹杀其商品属性，两者共同统一于文化产品的统一体中。^①可是，这两种属性在现实操作中该如何平衡，一直是一个悬而未决的难题。

这种争论产生的现实效应就是文化产业难以兼顾两个效用，不少文化产品既无法承担教化人的意识形态重任，又脱离了市场的基本规律，从而导致文化产业的文化属性与产业属性的“双重背离”。文化产业作为一种产业，必然有着它自身的规律，必然遵循市场经济的一般规则。即使我们反复强调它的双重属性，即文化属性和经济属性，但是，从产业发展本身来看，我们首要关注的是它的产业属性。文化产业首先是要把它当产业，而不是当事业来看待。当文化产业发展到一定的阶段，由注重硬件、技术、管理层面必定会过渡到注重对文化产业的软件、内容和意识形态性。^②这应该是文化产业发展的一般规律，也是文化产业可持续发展的内在动力。

从这一点出发，笔者认为，对于文化产业的研究必须关注三点：首先，我们要关注文化产业如何结合当地的历史文化基础、重要资源。文化产业不是空穴来风，它必须深深地嵌入该地区的历史文化环境中，才能吸取更多的营养，才能扎根于当地的经济社会，才能有更为广阔的发展空间。

其次，我们要关注文化产业发展的支撑体系。文化产业发展至少需要两个关键条件的支撑，即居民文化消费与文化体制改革。文化消费是文化产业的外在支撑，文化体制改革是文化产业的内在支撑。脱离了这两个因素，文化产业发展就无从谈起。

最后，我们要特别关注政府与产业的关系，也就是通常说的政府与市场的边界问题。在笔者看来，从决策者角度出发，我们需要关注的不是建园区、投资金，而是要营造良好的投资环境、创业环境、市场环境、监管环境。这一点，不仅仅是对文化产业，对任何产业都是如此。只有这样，才能保证称为朝阳产业的文化产业不会是昙花一现。

① 曹守亮：《中国特色社会主义文化的基本特征》，《河南理工大学学报》（社会科学版）2013年第1期。

② 同上。

研究文化产业发展实践、揭示文化产业发展中的困境以及探索可能的出路，是文化产业研究者的基本使命，也是这一学科发展的内在动力。限于能力，我们的研究也许仅仅略见一斑，但是，期冀这些探索能为后来者提供一些思考。

第一章

当代文化产业发展的多维审视

党的十八大和三中全会再次引爆了人们对文化建设的关注。十八大报告提出的重要目标之一就是文化软实力显著增强。随后的十八届三中全会对如何推进文化体制机制创新、建设社会主义文化强国、增强国家文化软实力做出了具体部署。前不久，习近平从努力夯实国家文化软实力的根基、努力传播当代中国价值观念、努力展示中华文化独特魅力、注重塑造我国的国家形象以及努力提高国际话语权等方面对文化软实力建设提出了新要求。

我们普遍认识到，大力发展文化产业，提升城市文化软实力，可以充分发挥文化对经济社会的推动作用。推进文化经济化、经济文化化，是城市现代化发展的必由之路。可是，对于如何推进一个城市的文化产业发展，在认识上还有很多模糊的地方。

一 文化与社会关系的新变化

探讨文化产业，首先是要探讨当今世界的发展趋势。只有在看清趋势的基础上，我们才能真正理解文化的作用以及文化产业的主要方向。

（一）文化成为社会的核心

当今世界有两个重大变化，即后工业消费社会与网络社会的来临。这两个变化深刻地改革了我们的政治、经济、社会、文化等重大领域，甚至也改变了我们的人际关系、交往模式乃至我们的生产、生存和生活模式。对文化而言，随着后工业消费社会和网络社会的来临，文化取代

了经济、政治，在当代社会中居于核心地位。

第一，后工业消费社会的来临。博德里亚在《消费社会》一书中明确指出，消费逻辑支配着整个文化、人际关系，以至个体的幻想和冲动。因而，一切关系都被转换成了消费关系基础上的派生关系。换句话说，这是一个消费决定生产的时代。生产从属于消费，因为只有促进了消费，才能继续生产，消费替代了生产，成为社会的首要因素。在这个社会，不落实到具体的商品生产，不融入社会公众的日常消费，包括汽车、手机、住房、家具、吃饭、穿衣等全部在内的日常生活消费，再先进的文化，要形成影响世界的实力，恐怕都是空谈。因此，所谓文化软实力，说到底就是一个国家在竞争中所占领的全球化时代世界市场的销售空间。这就是文化软实力的硬支撑。

第二，网络社会的来临。这一点无须多言。到2012年初，中国网民已经达到了5.13亿，手机网民3.56亿。这表明至少有一半的中国人已经成为网民。麦肯锡咨询公司在2010年的报告中就显示，中国60个大中城市的居民，70%的业余时间在网上，小城镇居民的这一比例为50%。网络社会改变的绝不仅仅是传统媒体的生存空间，更是生产模式、消费模式和交往模式。

无论网络行为的表现形式多么丰富多彩，也无论网络行为的拓展空间多么广阔，网络行为本质上是信息沟通与观念表达，是一种思想文化活动，因此，网络化进程就是思想文化在社会生活中地位提高的过程。更重要的是，正如卡斯特所说，网络社会的崛起已经凸显了一种崭新的社会权力，即社会认同。在网络社会中的认同已经不仅仅是传统意义上的个体身份，而是群体通过网络交往形成的价值认同，是广大基层社会成员根据自己的利益而发出的要求政府应当维护社会公平正义的建构性认同。这就意味着城市文化建设必须高度重视价值重建。

（二）走出文化建设的误区

理解了上述两点，我们就可以谈论第二个问题，就是澄清两个误区。第一个误区就是把文化的经济功能等同于文化产业。我们习惯性地认为，发挥文化的经济功能就是发展文化产业，而文化产业就是制造文化产品。事实上，按照我们理解的文化产业，即使在欧美国家，文化产

业在整个经济总量中也只占到了 12%，而大规模融入了文化附加值、符号价值的商品却包括了第二产业的大部分和第三产业的几乎所有的商品，它们占到了整个现代经济总量的 65.8%。因此，文化的大发展、大繁荣不仅仅是文化事业、文化产业的发展，更是文化渗入整个社会的各个领域。

第二个误区就是认为发展文化就是满足人民群众的精神生活需要。30 年前，我们还在小学读书的时候，学到了一句很重要的话，就是社会主义文化发展的基本矛盾就是不断提高的人民精神文化需求与落后的生产力之间的矛盾。30 年后，这一观点还没有任何改变。这直接导致了两个后果，一是千方百计去挖掘满足精神生活的产业：动漫园、画家村、伪古董、老街道、影视城、休闲街、非物质文化产业园等；二是将各种文化事业单位企业化，让技师在发达国家也主要由基金会来承担的大学、研究所、学术刊物、博物馆、艺术刊物等自行盈利，自谋生路。

真正的文化大发展、大繁荣就是让文化渗透到我们生产、生活的各个领域。如果说西方对我们的第一次征服是靠枪炮的话，那么，第二次征服就是靠商品。看看我们满大街的外来商品、看看中国人在国外的疯狂抢购，我们能够谈文化软实力有多大提升了吗？

有人比较中美两国文化软实力建设的情况，说：“美国靠赚钱来推销价值，中国靠花钱来推销价值。”看看带着标准美国价值观的好莱坞大片横行世界，美国人在赚得钵满盆满的同时，他们的价值已经渗透到世界的每个角落。因此，在某种意义上说，文化是一个相对虚无的东西，文化必须跟着产品走，产品到哪里，文化就到哪里。

明白了上述两点，我们就可以对城市文化建设有个新的认识，那就是，建立基于消费社会与网络社会基础上的、包含中国核心价值观的文化产品体系。这一体系的建设，政府的作用就是引导和构建良好的政策环境，消除不必要的人为障碍。文化企业根据当代社会的需求，精心打造文化产品。所谓精心打造，就是为消费者量身定做的。用冯小刚的话来说，就是私人定制。以好莱坞的电影为例，每部电影在前期做了精准调研，后期做了精心制作，可以精确到观众第几分钟笑，第几分钟哭。在盈利模式上，票房只占收入的 25%。这就意味着一个真正好的文化产品，必须是理论研究人才、创意设计人才、技术制作人才、经营管理

人才等通力合作的结果。^①

综上所述,笔者认为,关注意义或者价值,关注文化建设和文化产业发展的核心内容,是我们城市文化建设的重中之重。对中国绝大多数城市而言,首要关注的文化人才尤其是创新性人才、创意设计人才的培养,乃至整个城市居民文化素养的提升,培养尊重设计、尊重创新的社会风气和知识积累传统。什么时候带着我们中国价值观念、带着中华文化独特魅力、带着国人智慧的中国产品大规模占领了世界市场,我们的文化影响力才真正占领了世界。

二 文化产业发展的新转向

改革开放以来,特别是党的十六大以来,全国范围内掀起了一股文化产业发展热潮,文化产业已经融入区域经济社会发展,成为区域发展与竞争的重要内容。尤其是从20世纪末开始,很多省(直辖市)、市纷纷提出了建设文化大省、文化强市的目标,文化产业突飞猛进。从全国的实践来看,文化产业发展已经出现了三大转向。

(一) 文化产业发展理念的转向

文化建设是经济发展的结果。文化脱离了经济和社会的活的肌体,把文化割裂开来、独立起来,也就失去了活力。北京把文化产业的发展嵌入经济和社会发展的内生产物与自觉要求。

北京市在推动文化产业发展中,从一开始即注意加强文化与相关产业的融合发展,经过20年的浸润濡染,首都经济呈现出“文化化”的鲜明特色。典型的表现是农业和制造业的“文化化”,散布乡间的创意农业园和城区的创意工厂,成为首都经济活力和张力的重要见证。^②

浙江省早在21世纪初当别的省份还沉浸在经济热时,就已把视线

^① 参见刘少杰《重新认识文化研究在中国社会学中的地位——兼论孙本文对文化社会学研究的贡献与局限》,《社会科学研究》2012年第5期。

^② 孔建华:《论北京文化产业发展20年》,《中国文化产业评论》2011年第3期。