

产业链视角下的 中国文化产业兼并重组研究

李贤 著

CHANYELIAN SHIJIAO XIA DE
ZHONGGUO WENHUA CHANYE
JIANBING CHONGZU YANJIU

 人民出版社

产业链视角下的 中国文化产业兼并重组研究

李贤 著

CHANYELIAN SHIJIAO XIA DE
ZHONGGUO WENHUA CHANYE
JIANBING CHONGZU YANJIU

 人 民 出 版 社

组稿编辑:陈光耀
责任编辑:李椒元
装帧设计:徐 晖
责任校对:吕 飞

图书在版编目(CIP)数据

产业链视角下的中国文化产业兼并重组研究 /李贤著. —北京:人民出版社,
2017.9

ISBN 978-7-01-017875-2

I. ①产… II. ①李… III. ①文化产业-产业发展-研究-中国 IV. ①G124
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 155036 号

产业链视角下的中国文化产业兼并重组研究

CHANYELIAN SHIJIAO XIA DE ZHONGGUO WENHUA CHANYE JIANBING CHONGZU YANJIU

李 贤 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街99号)

北京毅峰迅捷印刷有限公司印刷 新华书店经销

2017年9月第1版 2017年9月北京第1次印刷

开本:710毫米×1000毫米 1/16 印张:15.5

字数:230千字 印数:0,001-3,000册

ISBN 978-7-01-017875-2 定价:35.00元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街99号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

本书受到云南省哲学社会科学学术著作出版专项经费资助

前 言

文化产业已被确定为中国国民经济发展中的新型支柱产业,但对比美欧各国文化产业,中国的文化产业起步相对较晚,不但长期缺乏“看得见的手”指引,而且也没能让“看不见的手”对资源配置起决定性作用。要让文化产业繁荣并助推中国经济转型,有许多问题需要去思考,而企业的兼并重组是外延式发展的利器,其无疑是加快文化产业繁荣的有效途径。

但中国文化产业的兼并重组存在着许多乱象,从而导致中国文化出现了产业链断裂、产业链同构和产业链松散等问题,究其原因,主要在于产业链各环节为追求自身利益最大化,均试图一家独大,结果就是“小而全”的发展模式,这又导致:一方面是低水平重复建设,另一方面是每家企业的产业链整合均不到位。

因而国家有必要鼓励现有文化企业发挥龙头作用,展开跨区域、跨所有制、跨行业兼并重组,以迅速扩大其市场实力,带动整个文化产业链发展,并最终拉动电子信息业、旅游业、商业地产等多行业全面发展,成为拉动经济增长的新引擎。

可喜的是,国内出现了宋城集团、华谊兄弟、百视通等许多成功的兼并重组典型案例。本著作将它们进行对比分析,从产业链兼并重组的视角,详细收集了典型文化企业的数据,重点通过 EBITDA、EBIT 等八个财务数据指标的具体分析,对比企业兼并重组前后的变化,提出了具体的兼并重组路径和建议。

本著作是本人主持的国家社科基金的项目成果,已结项并被鉴定为良好。本书部分观点已在权威刊物发表,并已在理论界和实务界摘引、转载并引起进

2 产业链视角下的中国文化产业兼并重组研究

一步的讨论,具有一定的理论学术价值和现实指导意义,但也还存在许多研究的不足,仅以此书抛砖引玉,促进中国文化产业的繁荣发展。

李 贤

2017年2月

目 录

前 言	1
序 论	1
第一章 文化产业链兼并重组理论研究	12
第一节 文化产业内容的研究	12
一、国内外对文化产业的界定	12
二、文化产业链的界定	17
第二节 产业链理论研究	19
一、产业链与产业链整合	19
二、产业链整合动机的相关理论	21
第三节 兼并重组理论研究	22
一、兼并重组的起因	22
二、兼并重组的理论	23
三、兼并重组的模式	25
第二章 美国文化产业兼并重组模式研究	27
第一节 跨行业兼并重组典型——迪斯尼模式	27
一、迪斯尼集团兼并重组的原因	27
二、迪斯尼集团兼并重组前后的指标分析	30
三、迪斯尼集团兼并重组模式及其利弊分析	39
第二节 跨地区兼并重组典型——Comcast 模式	44

2 产业链视角下的中国文化产业兼并重组研究

一、Comcast 兼并重组的原因	45
二、Comcast 兼并重组前后的指标分析	47
三、Comcast 兼并重组模式及其利弊分析	67
第三章 中国文化产业跨行业兼并重组典型分析	71
第一节 华谊兄弟兼并重组模式分析	71
一、华谊兄弟兼并重组的原因	71
二、华谊兄弟兼并重组前后的指标分析	74
三、华谊兄弟兼并重组模式及其利弊分析	83
四、华谊兄弟兼并重组模式需要的条件以及适用领域	93
第二节 百视通兼并重组模式分析	96
一、百视通兼并重组的原因	97
二、百视通兼并重组前后的指标分析	98
三、百视通兼并重组模式及其利弊分析	109
四、百视通兼并重组模式需要的条件以及适用领域	115
第四章 中国文化产业跨地区兼并重组典型分析	120
第一节 凤凰传媒兼并重组模式分析	120
一、凤凰传媒兼并重组的原因	120
二、凤凰传媒兼并重组前后的指标分析	123
三、凤凰传媒兼并重组模式及其利弊分析	139
四、凤凰传媒兼并重组模式需要的条件以及适用领域	145
第二节 电广传媒兼并重组模式分析	149
一、电广传媒兼并重组的原因	150
二、电广传媒兼并重组前后的指标分析	151
三、电广传媒兼并重组模式及其利弊分析	162
四、电广传媒兼并重组模式需要的条件以及适用领域	168
第五章 中国文化产业其他兼并重组模式分析	172
第一节 混合兼并重组典型分析——宋城演艺	172

一、宋城演艺兼并重组的原因	172
二、宋城演艺兼并重组前后的指标分析	176
三、宋城演艺兼并重组模式及其利弊分析	187
四、宋城演艺兼并重组模式需要的条件以及适用领域	193
第二节 中国文化产业跨所有制兼并重组模式典型分析	197
一、华人文化产业投资基金模式与新加坡“淡马锡模式”的 对比分析	197
二、华人文化产业投资基金的跨所有制兼并重组模式	201
三、华人文化产业投资基金模式的利弊分析	202
四、淡马锡模式的利弊分析	204
五、华人文化产业投资基金模式需要的条件及适用领域	205
六、淡马锡模式需要的条件及适用领域	208
第六章 促进中国文化产业兼并重组的建议	210
第一节 产业链视角下的兼并重组关键点	210
一、形成产业链的协同效应	210
二、跨域兼并打造产业价值链	212
三、弥补产业链短板形成企业龙头	213
第二节 产业链视角下的文化产业兼并重组路径	214
一、产业链上游——“文化制造”相关行业	214
二、产业链中端——“文化媒介”相关行业	218
三、产业链下游——“文化服务”相关行业	221
第三节 对政府相关政策调整的建议	224
一、让“看不见的手”对文化资源配置起决定性作用	224
二、让“看得见的手”对产业兼并重组进行方向指导	228
第四节 进一步研究的展望	233
参考文献	235
后 记	241

序 论

自党的十七大明确提出“转变发展方式”以来,“经济转型”成为学界研究的焦点。十七届六中全会明确将文化产业确定为国民经济发展中的新型支柱产业,更是将文化产业推向了前所未有的战略高度。

第一节 问题的提出

中国经济转型是从经济大国走向经济强国的必然要求,也是产业结构升级,提高自主创新能力和迎接新科技革命的必然选择。应该说,这一重大命题早就存在中国“改革开放,振兴中华”的历史进程中,但为何时至今日,产业结构升级依然没有实质性推进?“消费”拉动经济增长为何依然不尽人意?文化产业在中国经济转型中扮演什么角色?如何兼并重组才能促进文化产业的繁荣发展?

一、经济转型的关键一环是文化产业兼并重组

几十年来“超高速增长”的中国经济,已经面临高投入、高消耗、高污染和低效率的“三高一低”发展困境,其又严重影响了三次产业的演变,造成产业结构的严重扭曲,因而当前中国经济转型的根本任务是产业结构升级,而产业结构升级的关键一环又在于文化产业的兼并重组。

1. 中国经济转型的根本任务是产业结构升级

配第一-克拉克定理描述了产业结构演进历程,即由第一产业推动经济增长,逐级向第二产业、第三产业推动经济增长过渡。而中国经济转型是世界经

济发展史上的一个独特问题,适用西方的配第一克拉克定理,不能描述中国经济转型及产业结构演进历程,中国的经济在经历高速增长后,没有自发的转型到第三产业为主导,而是一直存在着高速增长与低层次产业结构并存独特景象。究其原因,源于中国经济增长片面依赖投资和对外贸易,凯恩斯主义倡导下的政府投资大行其道,追求 GDP 的工业投资和房地产投资非理性繁荣,两驾马车的驱动模式对工业的繁荣和经济的高速发展提供了巨大的空间,但第二产业为主导的产业结构也导致了高投入、高消耗、高污染和低效率的“三高一低”发展困境,这一经济发展困境意味着原有的产业结构已不具有可持续性,中国经济转型的根本任务即是产业结构升级。

中国经济转型下的产业结构升级,其不是单纯模仿西方,形成以第三产业为主导的产业结构。中国传统上并没有把文化看作一个产业,而在当前经济转型的大背景下,中国政府将文化产业定位为新的支柱产业,目的正是为了产业结构升级,升级到以文化产业为主导,即“文化强国”。而这里的文化产业,并不是部分学者理解的传统意义上的第三产业,其是涵盖了动漫游戏、影视娱乐、旅游演艺、电子 IT 等的产业,是产业链最长、拉动作用最明显的新型支柱产业。这一全新产业既包含了传统第二产业中的部分环节,也包含了传统第三产业中的部分环节,其事实上是一个不同于传统服务业的全新产业,肩负着升级第二产业和第三产业的历史使命。

这一产业升级是对生产要素的升级,即生产要素投入从以自然禀赋要素和劳动力要素为主,转向创造资产要素为主。而创造资产要素中的创意、人力资本则依赖于一国的创新制度设计,公正独立的基础研究,无形资产的有效保护,基于投入与收益的比较创新,企业根据经济利益的自由进出,这些都是中国经济转型需要的制度设计。然而这一创新的制度设计,必须有与之相适应的文化。与创新制度相适应的文化有很多要点,开拓的精神、诚信的观念,正确的财富观、容忍不同于传统思维的氛围,均是创新制度所需要的文化。

文化的改变才能带来创新的制度设计,而文化的改变不是一朝一夕可以形成,催生“微软”的“硅谷”创新模式、拉动消费的西方“赊销”观念,均是长期文化改变和积累的结果。缺乏特定文化的沉淀和积累,也就表现出中国“消费拉动”市场机制的失灵,也就表现为产业结构迟迟不能升级。

2. 产业结构升级的关键一环是文化产业兼并重组

依据凯恩斯绝对收入假说,可支配收入决定消费支出,则可支配收入变高将导致消费的绝对数量和方向发生变化。欧美各国的历史发展经验表明,“人均 GDP 超过 1000 美元就会引致消费结构的重大变化”,恩格尔系数的不断降低将会体现为消费结构由生存需求产品主导,转换为精神需求产品主导。“当人均 GDP 超过 3000 美元时,一国的文化消费将会快速增长,而人均 GDP 达到 5000 美元就会带来文化消费的井喷和文化产业的繁荣”,并带来产业结构的自然升级。然而,2011 年中国人均 GDP 就已达达到 5432 美元,却未能呈现预期的文化产业繁荣。

究其根源,在于中国文化产业链中存在着大量文化企业,但每一个企业均实力相对有限,且经济效益不佳,全行业呈现一种链条松散、高度竞争和集约化程度低的“小产业”发展格局,这严重制约了中国文化产业的繁荣发展。仅以其中表现最佳的电影产业为例,国产电影在 2009 年产量就已高达 456 部,而影院票房收入只有区区 62.06 亿元,2010 年国产电影产量为 526 部,影院票房收入为 101.72 亿元,2011 年国产电影产量为 542 部,影院票房收入为 120 亿元,但全国所有电影公司创造的票房收入总和却不及美国的一个派拉蒙公司。中国所有电影公司影片产量约为美国电影公司影片产量的 80%,但票房收入却只是美国公司票房收入的 1.5%。在中国众多的电影公司中,效益最好和规模最大的华谊兄弟在 2011 年票房也只是到达了 16 亿的规模,只占据了总票房的 13%,而美国的派拉蒙影业即使在歉收的 2011 年仍是超过了总票房的 20%。

国际市场开拓靠前和龙头规模效应显著的中国电影产业尚且如此,其他的文化产业更是表现为链条松散、高度竞争。2010 年,中国年产电视剧 14800 集,已经成为了世界上最大的电视剧生产国,年产动画片约 220530 万分钟,也迅速跨入了世界前列,出版物和报纸的发行量在全世界更是遥遥领先,2010 年全年共出版图书近 33 万种,报纸 1939 种,期刊 9884 种。但是,中国文化产品的数量绝对优势并没有有效转化为竞争优势,并产生良好的经济效益,解决这一问题,唯有通过文化产业兼并重组这一外延式发展利器,打造文化产业链,形成文化产业的协同效应,才能加速文化产业的繁荣,也才能最终有效升

级第二产业和第三产业。

二、文化产业兼并重组是一场深刻的产业变革

文化产业兼并重组不是单纯的文化类企业合并,而是一场深刻的产业变革。这场产业变革不仅需要重塑“消费拉动”的市场机制,还需要嵌入社会一种健康的文化心理,使资源节约、环境友好的文化理念成为普遍生活方式。

1. 重塑“消费拉动”市场机制

文化产业兼并重组也是一场文化供给的变革。发展驱动力从“投资驱动”转型为“消费拉动”,一度成为一种共识,但消费文化缺失导致“消费拉动”机制乏力,扭转这一窘境唯有通过文化供给的变革来重塑“消费拉动”市场机制。

文化的改变和文化产品的供给引导着需求,甚至创造需求,其具有引导性消费的特征。某个消费者从特定商品消费中产生的边际效用,取决于该消费者已经消费的商品总量及其消费该商品获得的满足程度。而对于文化产品这一特殊商品而言,消费该商品获得的满足程度则取决于欣赏该商品的能力,欣赏该商品的能力则又与消费该商品的数量呈正比。因而,文化产品消费这一过程也会使得消费者的“消费资本”显著增加,同时消费者受教育程度越高,将导致建立起来的“消费资本”越多,则该消费者后续“消费资本”的增长将越加容易。而消费和消费资本的投入是能相互促进,不断加强的,因而文化产品消费不服从普通商品的边际效益递减规律,其会随着时间推移具有边际效用递增的特点,因而即便消费者的收入和文化产品的价格不变,消费者对文化产品的购买却可能增加。

此外,文化产品的供给也是一种扩散式消费,其对其他消费品的消费增长也有显著的拉动作用。公众在文化消费的同时,也必然受到文化的影响,其后这种潜移默化后的文化将会通过“示范—模仿”机制逐渐扩散到经济生活中。美国的电影、音乐、动画等文化产品都让公众在文化消费过程中接受了美国文化;韩国的韩剧、“骑马舞”这些“韩流”均引发了各国公众对韩国产品的大量购买。

所以,只有文化产业兼并重组带来的产业集聚,方能有效加强文化产品的

供给,才能重塑“消费拉动”市场机制。

2. 变革生产、生活方式

回顾美国文化产业发展的历史,兼并重组后形成了康卡斯特、迪斯尼和时代华纳等文化产业巨头,这些产业巨头实施的跨行业兼并重组打通了传统产业的界限,促进了传统产业的升级,并形成了一条长长的文化产业链,有效地变革了生产方式。而文化产业链支撑下的“好莱坞”这一美国文化象征,又顺势于1929年举行了第一届奥斯卡颁奖礼,并直接在那个时代造就了至今仍被传诵的“美国精神”,这一全新的核心价值文化既成为当时舒缓经济转型阵痛的良方,给经济变革中的公众一种精神的慰藉与希望,又进一步改变了美国的生产和生活方式。

中国经济转型,目标是可持续发展,这就必须给社会嵌入一种健康的文化心理,使资源节约、环境友好的文化理念成为生产方式和普遍的生活方式。而上述种种因素,均是社会文化环境的一部分,均是文化沉淀的结果,其不仅依靠学校的教育,还依赖于家庭亚文化和社会核心价值文化的传承,并最终对一国的经济运行方式产生影响。而中国文化产业的兼并重组,不仅是思想的变革、文化供给的变革,更是一种生产、生活方式的变革,将极快的加速这一进程。

三、中国文化产业兼并重组亟待解决的问题

1. 对于产业与事业不分的错误兼并思想加强指导

历史原因造就了小产业的发展模式,而由这一问题,又引发了“产业与事业不分”的错误兼并思想。任何变革均始于思想的变革,当前中国文化产业存在着思想瓶颈,因而文化产业兼并重组首先是一场产业的思想变革。

自中央决定将文化产业培养为新型支柱产业以来,这一乱象越演越烈,各级地方政府严重混淆了文化产业和文化事业,依靠行政指令对文化企事业单位进行管理,不顾市场规律任意对企业实施兼并重组。结果导致公益性的文化事业被随意实施兼并,不符合十八大“文化强国”的思路;而经营性的文化产业却缺乏足够的市场锻造,表现为政府保护下兼并重组的严重缺失。

这一乱象的背后反映了如何处理政府与文化企业,政府与文化事业单位的关系尚未得到正确认识。许多学者都对此高度关注,周正刚等学者指出:应该将文化事业和文化产业科学区分开来,分别定位为公益性和经营性^①,这一观点体现了文化产业的科学发展观,即“政府的归政府,市场的归市场”,能归入市场发展的方为文化产业,不顾性质的简单归类,必然无法形成文化产业链的协同效应和规模效应,既无法促进文化产业的快速发展,又将削弱文化事业对社会稳定和教育的重要作用。

文化产业兼并重组的过程中,地方政府应该做到有退有进,对于新闻、学术等就要确保其“社会效益”,加大政府扶持力度,需要更“进”一步,强化此类文化事业对社会的稳定和教育作用,由政府主导。同时,政府也需要有“退”的动作,即不能再让所有文化都依赖于政府扶持,类似动漫影视、旅游演艺等领域,就需要明确其“经营性”,将其交由市场进行兼并重组。西安电影制片厂被华谊兄弟影视兼并后,重新焕发新机,即验证“保护”无助于此类文化企业的壮大。

因而兼并重组这一产业变革首先是一场思想的解放,需冲破文化产业发展的思想瓶颈,清晰定位产业和事业的功能,将文化事业定位于教育和促进社会稳定,将文化产业定位于盈利和服务经济转型,进一步通过优胜劣汰激发企业活力,让市场主导文化企业的兼并重组。

2. 改进文化产业竞争力缺失的根本是产业升级

随着中国经济成为世界第二大经济体,人们对精神文化的需求越来越多方面、多层次和多样性,中国的许多省市也相继推出了文化强省(市)的计划。但由于早期中国对文化产业认识的匮乏和经济发展阶段的局限,文化产业受到了政府较多的管制和约束,因此中国文化产业的发展缺乏完善的市场调节机制和资源配置方式,目前市场中的文化企业多居于小、微、乱的局面。无论是传媒影视、娱乐文化、艺术设计等都面临产业链低端过度竞争的困境,产业核心竞争力缺失,应对国际化产业竞争显得势单力薄,文化产业亟待升级。

^① 周正刚:《科学区分文化事业与文化产业》,《人民日报》2010年12月8日。

产业优化升级理论已经从新古典主义经济学的要素最优化过渡到新制度经济学的交易成本理论,当前产业结构调整必然是以交易费用的消减为根本,依赖于对协同效应和财务效应的追求,从而形成集团化的发展模式。

面对当前中国文化产业的发展环境,被动依靠文化企业的内生式增长显得过于迟缓,借力于兼并重组,同时依靠行政推动和市场调节来重点发展文化产业,未尝不是一种可行路径。中国只有依靠兼并重组,形成文化企业集团化趋势,才是当前文化产业繁荣的有效手段。

3. 坚决杜绝产业链胡乱整合的现象

目前中国文化产业链已有部分兼并重组的企业先例,但整合过程中思路混乱,盲目追求多元化发展,浪费企业资源和社会资金,并进而导致企业开销过多,资源过于分散,最终导致企业倒闭。

产业链的整合必须要以产业的自身价值链为核心,要在这一核心价值专长的引导下,以此为基石,再多元化发展。在产业链整合实践中必须注重核心企业的龙头作用,发挥龙头企业的自身优势和产生的带动作用,扩张龙头企业的带动效应和扩宽辐射效应。这其中的重点就是我们必须深刻认识和了解龙头企业的自身企业文化,发现龙头企业的核心价值,并将产业链上各企业的核心价值与龙头企业的核心价值相结合,获得对其他环节上的资源整合优势,并培养产业链的核心能力,构建集中的竞争优势。

四、产业链视角研究的意义

纵观我国文化产业发展现状,中国文化产业链存在着产业链断裂、产业链同构、产业链松散等问题,其主要原因在于产业链各环节为追求自身利益最大化,均试图一家独大,结果就是“小而全”的发展模式,这又导致:一方面是低水平重复建设,另一方面是每家企业的产业链整合均不到位。只有把这些文化企业归于产业链视角下,构建产业链,延伸产业链,在核心价值和企业专长的引导前提下,对产业进行兼并重组,完成企业价值的整合,形成产业集群,才能打造中国文化企业的核心竞争力。

1. 理论角度

中国文化产业的理论研究处于方兴未艾阶段,目前急需补充一些发展文

化产业的新思想,把文化产业发展理论向前推进,建立一个完整的中国文化产业理论体系。然而当前的主要研究是从文化产业自身发展的理论出发,根据相关产业链,价值链等关系,着重研究了文化产业的技术发展规律,而对文化产业的外延式增长发展研究尚不成熟。

国际上有很多兼并重组的成功案例,理论相对比较成熟,而国内有关兼并重组的研究则较少,特别是在结合我国文化产业实际情况下对文化产业的兼并重组研究则更加稀少。就基于产业链视角,研究文化企业跨区域、跨行业和跨所有制兼并重组这一问题,目前国内尚未有学者具体对其进行系统研究。而本研究将借鉴美国兼并重组经验,结合对中国现有文化企业调研的结论,提出具体的兼并重组思路。

2. 实践角度

我国的文化产业起步较晚,产业结构相对落后,产业链建立不完善,存在大量产业链断裂、产业链同构、产业链松散等问题,而通过对产业链视角下中国文化产业兼并重组研究分析,对政府制定产业政策,企业研究发展战略等问题都有指导性意义。

现有文化企业发挥龙头作用,展开跨区域、跨所有制、跨行业兼并重组,一旦选用了恰当的兼并重组模式,将迅速扩大其市场实力,将带动整个文化产业链发展,并最终拉动电子信息业、旅游业、商业地产等多行业全面发展,成为拉动经济增长的新引擎。

事物的发展必然有其自身的内在规律,文化产业的发展也不例外,我们在研究文化产业发展战略的同时,也要尊重其发展的内在规律和阶段性,而由于我国起步较晚,多数企业都处于产业链的下游,产业链松散,很多企业政策的把握,对企业的发展内在规律判断失准,导致了产业链的重复建设和对产业链的整合不到位,投融资机制建立不完善,兼并重组中导致企业文化和企业核心价值流失,错过企业发展良机,不但没能更好地提高自身的价值和核心竞争力,反而陷入了更多的企业发展陷阱,面对我国文化企业在发展过程中产生的诸多问题,深入的研究国内外文化企业成功的兼并重组模式,整合产业链的经验,则显得尤为重要。