

文化发展智库报告系列

文化产业专题 研究报告 (2015)

CULTURAL INDUSTRY

MONOGRAPHIC
STUDY REPORT

2015

张晓明 闫坤 编



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

文化产业专题 研究报告 (2015)

CULTURAL INDUSTRY

MONOGRAPHIC
STUDY REPORT

2015

张晓明 闫坤 编



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

文化产业专题研究报告. 2015 / 张晓明, 闫坤编

· -- 北京: 社会科学文献出版社, 2017. 12

(文化发展智库报告系列)

ISBN 978 - 7 - 5201 - 0949 - 9

I. ①文… II. ①张… ②闫… III. ①文化产业 - 研

究报告 - 中国 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 136229 号

· 文化发展智库报告系列 ·

文化产业专题研究报告 (2015)

编 者 / 张晓明 闫 坤

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 邓泳红 桂 芳

责任编辑 / 张 媛

出 版 / 社会科学文献出版社 · 皮书出版分社 (010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 17 字 数: 230 千字

版 次 / 2017 年 12 月第 1 版 2017 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 0949 - 9

定 价 / 79.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

本书由中国社会科学院文化研究中心“文化产业重大课题研究计划”资助

“文化发展智库报告系列” 编委会

顾 问 李培林 李友梅

主 任 张晓明 文学国 史东辉

编 委 晋保平 殷国俊 谢寿光 王利明 李 河
章建刚 吴尚民 吴信训 董丽敏

《文化产业专题研究报告（2015）》

各课题组主持人

编 辑 王克明

摘 要

《文化产业专题研究报告（2015）》是一部文化产业专题研究论文集，分上篇、下篇两个部分，共收录了国内文化产业研究领域学者 18 篇优秀论文。

第一部分收录的论文主要是围绕文化产业领域最新出现的各类重大问题进行的研究，比如出版领域的混合所有制问题、特殊管理股制度问题、文化与金融融合问题等。

第二部分主要是针对支持文化产业发展的财政金融政策进行的专题研究成果。该成果涵盖了支持文化产业发展的财政金融政策的历史演变、实证分析、国际经验以及政策建议等。

目 录

上篇：理论探讨与制度建设

中国文化产业状况：数字与结构性缺陷·····	3
一 文化产业概念·····	3
二 中国文化创意产业的成长·····	4
三 统计数据的结构缺陷分析·····	8
四 深化改革，推动中国文化创意产业发展的机遇 ·····	13
作为“文化”变革动因的复制技术研究 ·····	15
一 哲学溯源：从技术本体论，到技术认识论，再到文化技术 方法论在复制技术域的展开 ·····	16
二 历史梳理：以复制技术域的演进为线索，看现代文化 市场是如何形成的？ ·····	25
三 经济启示：如何在“数字复制”与全球文化产业阶段， 令我国文化产业实现“蛙跳” ·····	34
论国际传媒产品文化差异减少的生产模式 ·····	43
一 “ABC”模式 ·····	43

二 “混搭”模式	46
三 “纯通适文化”模式	54
国有文化产业战略布局问题及特殊管理股问题研究	59
一 国有文化企业战略布局调整问题研究	59
二 国有文化企业特殊管理股问题研究	65
现代国家文化治理与激发非营利组织活力	71
一 培育非营利组织参与现代国家文化治理的重大意义	71
二 当前我国文化治理存在的三大问题	72
三 培育非营利组织参与国家文化治理的对策和建议	74
新华网探索实施特殊管理股制度建议	77
图书出版业的混合所有制	82
文化产业收益权金融化与融资模式	
——以知识产权证券化为例	87
一 知识产权证券化的操作流程	89
二 知识产权证券化对破解我国文化企业“融资难”的意义	90
三 当前我国文化企业知识产权证券化的基本路径	91
关于我国探索建立文化艺术银行的思考	94
一 文化银行的定位与功能	94
二 文化银行的类型与“艺术银行”	96
三 关于我国探索建立文化艺术银行的建议	98

下篇：财政金融政策研究与对策

支持文化产业发展的观点综述	103
一 文化产业的内涵与外延	103
二 支持文化产业发展的财税政策	111
三 支持文化产业发展的金融政策	116
四 对现有研究的述评	118
文化产业发展的历史沿革及现状	120
一 文化产业发展的历史沿革	120
二 文化产业发展的现状和特点	135
财政金融政策支持文化产业发展的理论和现实依据	151
一 理论依据	151
二 现实依据	156
三 财政金融支持文化产业发展的必要性和可行性	159
财政政策支持我国文化产业发展的实证分析	162
一 我国文化产业财政支持发展沿革及现状	163
二 基于固定影响变截距模型的实证分析	170
三 基于 VAR 模型的实证分析	173
支持文化产业发展的财政政策的国际经验	177
一 美国经验	177
二 法国经验	184
三 英国经验	190
四 日本经验	192
五 韩国经验	196

六 其他国家经验	200
七 国际经验对我国的启示	202
财政税收政策与支持我国文化产业发展探讨	206
一 总体思路	206
二 基本原则	207
三 支持文化产业发展的财政政策	209
四 支持文化产业发展的税收政策	214
支持文化产业发展金融政策的国际经验	219
一 美国的基金和资本市场融资模式	219
二 法国的独立融资机构模式	220
三 英国的彩票收益和资本市场支持模式	221
四 日本的基金与合作联盟体系模式	222
五 韩国的投资组合与合作投资模式	224
六 国际经验对我国的启示	225
金融政策支持我国文化产业发展探讨	228
一 金融政策支持文化产业发展的目标	228
二 金融支持文化产业发展的策略	230
三 支持文化产业发展的具体金融政策措施	232
基本结论及政策调整建议	248
一 支持文化产业发展的财政政策的调整原则和调整建议	248
二 支持文化产业发展的金融政策的调整路径和调整建议	253

上篇：理论探讨与制度建设

中国文化产业的发展状况：数字与结构性缺陷^{*}

一 文化产业概念

迄今各国对文化产业的概念还没有完全统一界定，也没有完全一致的产业统计指标体系；甚至正是它用法的小幅“漂移”（文化产业→创意产业→文化创意产业→创意经济）反映了这个产业渐趋成熟的进程。美国人谈论文化产业可能更多关心版权、媒体与娱乐；而欧洲人谈论文化产业会更多关心艺术原创、文化遗产或者设计。笔者认为文化产业是复制技术（尤其是数码和网络技术）商业应用的结果，同时也是市场经济及市场经济社会发展的结果。这里的关键是相关文化内容复制性地批量生产和商业传播。因此，所有文化产业本质上是媒体，主要是对内容的吸纳（购买）和转换（技术性再编码）、负载、销售，从而客观上促进文化传播、对话和更新。随着对稀缺内容竞争的不断加剧，文化产业的产业链不断向上游延伸，因此参与对原创内容进行创新（再创造）的可能方式也在增加。这样，文化创意产业的产业结构就不同于制造

^{*} 本文的一个简要的版本曾在 2014 年柏林的“文化创意产业论坛”上宣读。

业,除了以大型传媒面对消费者,它还有一个由大批小微企业构成的产业前端,为作为文化创意产业后端的传媒提供格式化(formated)节目或内容。当然,产业后端的传媒也在不断涌现一些新的业态,并逐步淘汰旧的业态(如广播、纸本读物)。这些应该是文化产业的核心部门。

考虑到文化产业的兴起是市场发展的结果,市场失灵仍可能存在,所以一定量的公共服务会成为必要的补充,并与市场主体一起构成国民经济统计中文化产业增加值的范畴。而从国家宏观统计角度看,文化产业增加值不仅包括公共文化服务产品及服务制造与提供的指标,还包括国家文化行政方面的财政投入。近年来,国家对文化产业发展不断增加的政策性投入也计入国民经济统计。这样,当笔者通过这些数据说明国家文化产业发展进步时就需要多一些细心的分析。笔者感叹这个国家还处于“前统计阶段”,即国家不愿意发布各类社会发展数据——真实的尤其是成系统的、可生成新数据的原始数据。现在这种状况开始发生改变,与此同时,这些被谨慎地释放出来的数据仍然是可以被追问的。笔者希望通过对这些不断变大的数据的分析看到我国文化产业核心部门的实质性进步。

二 中国文化创意产业的成长

(一) 数据的生成

由于市场化取向的改革本身时间很短,所以中国文化创意产业的历史不长。自1978年算起,市场经济的再次出现只有39年时间。而在媒体领域,实质性的改革步伐迄今没有迈出,即没有向私人部门开放媒体市场。因此中国文化创意产业的发展几乎刚刚起步。

进入21世纪,中国政府认识到全球化进程在加速,技术经济和服务经济的发展推动世界经济出现新的转型;与此同时,文化(表达和

交往)对全球发展及国际关系的影响日渐突出。在国内,居民收入的提高和城市化进程也助长了文化需求的增长;而规模庞大的媒体设施也的确像是一种可能带来巨大市场收益的优良资产。因此在对新的10年进行发展规划时,中央政府正面使用了文化产业概念(而在西方马克思主义传统中,它起初是一个负面概念),正式提出要“建立文化产品生产经营机制”,“完善(实际是开始制定)文化产业政策”。中国政府这时认识到,文化产品不仅具有“意识形态属性”,也具有“商品属性”^①;而且有些文化产品的意识形态属性强一些,另一些则弱一些。正是这种认识给了改革以新的空间。于是,建立并管好国内文化市场成为一项具有挑战性的改革举措;而传统文化行政管理职能也被赋予做大文化市场、贡献GDP的经济职能。当时,国内有关部门请默多克(Keith Rupert Murdoch)来华演讲,他告诉中国人,美国和英国的传媒产业对其国内生产总值(GDP)的贡献率都是5%。这个数据给中国人留下了深刻印象,也成为日后中国做大文化创意产业的中期目标。

中国国家统计局部门则有自己关于文化产业的分类界定。国家统计局在2003年应有关部门要求开始建立中国国内文化产业统计指标体系,并在既有国民经济统计方法、框架与数据基础上剥离并合成(国内)文化产业统计及其数据。

为此,国家统计局开展了两项工作。第一,建立文化产业行业分类(2003年),最终形成一个三层的同心圆模型,三个环分别被称作核心层、外围层和相关层(见图1)。第二,给出中国文化产业第一个年产值数据:2003年,中国文化产业创造了3577亿元的增加值(见图2),占当年GDP的3.1%。到2012年,这个连年统计发布的数据已高达18071亿元,是2003年的5倍多,年均增幅20%以上,大大超过GDP增幅。到2013年,中国文化产业增加值预计达21000亿元,即中国公

① 参见十五届五中全会《中共中央关于“十五”规划的建议》。

民人（年）均文化消费达到 1340 元上下。其中市场化程度较高的电影产业表现更为突出。中国年票房收入从 2003 年的 11 亿元迅速攀升到 2013 年的 217 亿元，年均增长幅度超过 30%。进入 2014 年，第一周的国内票房超过 11 亿元，超过 2003 年全年数据。

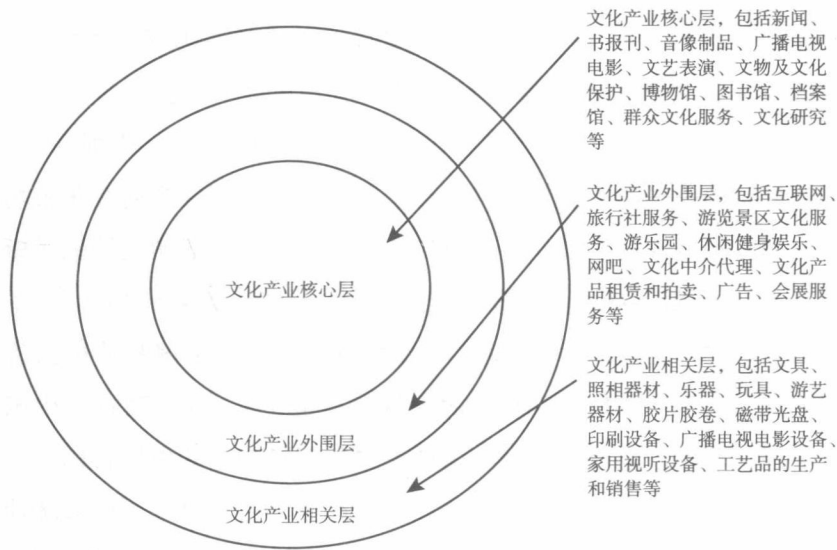


图 1 中国文化产业文化产业分类（2003 年）

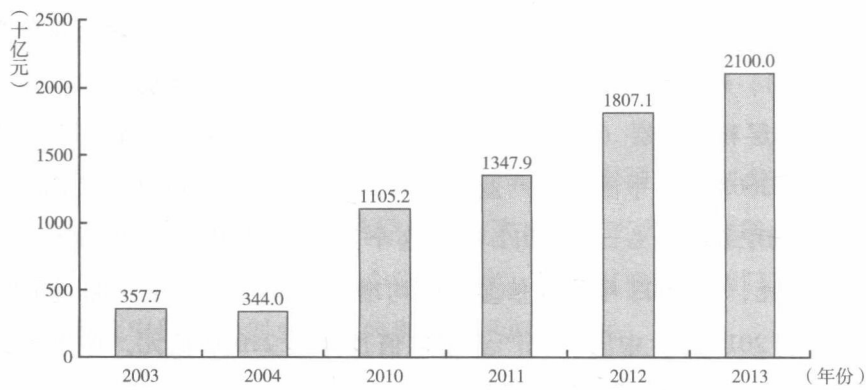


图 2 2003 ~ 2013 年中国文化产业增加值

2012年，国家统计局修订文化产业分类。新的分类参照了《2009年联合国教科文组织文化统计框架》，并将上述同心圆结构中的两个内圈合并，还对原有内容进行了少量增删。按照这个分类，中国文化产业包括两个部分、10个大类、50个中类、120个小类及一批延伸项目。新的分类更多关注与数字技术及电信服务相关的所谓“文化新业态”，减少了旅行社服务、文教办公用品制造等项目。显然，新的分类更符合文化创意产业发展实际。

（二）文化体制改革的影响

中国目前的改革是构建社会主义市场经济及相应的社会体制。文化体制改革也是市场取向，改革应该包括两项任务：第一，逐步开放文化市场（允许私人部门进入）；第二，对原有由财政供养的文化生产部门进行区分，让可以提供文化商品的部门转制成为企业，作为经营主体进入市场并与私人部门开展竞争。改革的成功将带来一个国有及民营企业同台竞争，并有适当公共部门作为补充的文化市场；不断丰富文化产品满足居民不断增长的文化需求。这样，文化产业不仅作为“硬实力”改善中国的经济及产业结构，而且作为“软实力”促进社会交往，提高市民素质，并在创新中提升自身。

从2003年开始的为期三年的“文化体制改革试点”在上述两个方向进行了探索。例如民营文化经营企业有所增加；一些从事图书发行业务的民营机构开始影响甚至介入国有出版社的编辑业务。尽管文化产业的核心部门（媒体）并未对私人部门开放，但原有的国有文化部门有了一些“预备性变化”：政府媒体部门将广告业务剥离出去成立专业公司；一些地方报纸通过设立报业集团，让一些都市类或其他副刊成为其相对独立的子报以占领市场；某些出版社合并为大型出版企业；一些演艺团体“转企改制”，其中少数尝试与其他文化单位组合，成为自负盈亏单位；剧场和影院成为单独企业，并组成院线，等等。一些成功经验