

Secretary

教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会
“十二五”规划教材

文化素质教育系列

文化产业 基础

主 编 宋桂友

副主编 刘 海 王 勇



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会
“十二五”规划教材

文化素质教育系列

文化产业基础

主 编 宋桂友

副主编 刘 海 王 勇

参 编 余华川 曾红宇 童李君 张 伟

机械工业出版社

内 容 提 要

文化产业是一种新兴产业,并以极快的速度发展为社会产业链中势头强劲的朝阳产业;文化产业人才则随着文化产业的快速发展,成为目前社会所急需的人才,于是越来越多的学校纷纷增设文化产业专业;文化产业课程也正在飞速地开展起来。

为适应和满足文化产业发展以及开展文化产业课程的需要,我们编写了这本《文化产业基础》教材。它具有如下特点:

①该书是目前第一本也是唯一的一本高职高专层次适用的文化产业专业教材;②汇集了最新的研究成果;③体系完备,内容深入浅出;④编写体例创新,便于教学。

图书在版编目(CIP)数据

文化产业基础/宋桂友主编. —重庆:重庆大学出版社,2010.8

教育部高职高专文秘专业教学指导委员会“十二五”
规划教材

ISBN 978-7-5624-5388-8

I. ①文… II. ①宋… III. ①文化—产业—高等学校:
技术学校—教材 IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 079911 号

教育部高职高专文秘专业教学指导委员会“十二五”规划教材

文化产业基础

主 编 宋桂友

副主编 刘 海 王 勇

策划编辑:邱 慧 贾 曼

责任编辑:谭 敏 贾德伟

版式设计:贾 曼

责任校对:贾 梅

责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆川渝彩色印务有限公司印刷

*

开本:787×1092 1/16 印张:14 字数:298千

2010年8月第1版 2010年8月第1次印刷

印数1-4 000

ISBN 978-7-5624-5388-8 定价:28.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

总主编 孙汝建

编审委员会成员

孙汝建	严 冰	郭 冬	曹千里	王金星
陈江平	杨群欢	时志明	王箕裘	李 丽
张玲莉	韦茂繁	程 陵		

编写委员会成员(以拼音字母为序)

陈丛耘	陈江平	陈 雅	冯俊伶	顾卫兵
韩玉芬	侯典牧	胡晋梅	金常德	贾 铎
焦名海	李锦昌	李强华	梁志刚	刘秀敏
卢如华	楼淑君	骆光林	丘 进	孙汝建
石高来	时志明	史振洪	施 新	宋桂友
王金星	王 茜	王瑞成	王 勇	吴良勤
肖云林	徐乐军	俞步松	杨 梅	杨群欢
余红平	余允球	向 阳	徐 静	张小慰
赵志强	钟小安	朱利萍	周爱荣	周建平

参编学校 (以拼音字母为序)

长沙民政职业技术学院
长江职业学校
福建泉州黎明职业大学
广东农工商职业技术学院
湖州职业技术学院
湖南商务职业技术学院
河北科技师范学院
河北政法职业学院
黄河水利职业技术学院
湖南大众传媒职业技术学院
华侨大学
黑龙江工商职业技术学院
嘉兴职业技术学院
荆州职业技术学院
金陵科技学院
金华职业技术学院
丽水职业技术学院
辽宁装备制造职业技术学院
连云港高等专科学校
南通大学
南通职业大学
南通农业职业技术学院
宁波城市职业技术学院

深圳信息职业技术学院
苏州职业大学
石家庄铁路职业技术学校
山西大学
四川职业技术学院
四川文化产业职业学院
绍兴文理学院
上海工会管理职业学院
山东文化产业学院
太原大学
唐山师范学院
扬州大学
扬州职业大学
英国密德萨斯大学
浙江经济职业技术学院
浙江商业职业技术学院
浙江金融职业学院
浙江东方学院
浙江经贸职业技术学院
钟山职业技术学院
中华女子学院
郑州牧业工程高等专科学校

总序

2006年1月,教育部下发了《教育部关于成立2006-2010年教育部高等学校有关科类教学指导委员会的通知》(高教函[2005]25号),经过调整,教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会(以下简称“教指委”)由下列人员组成:孙汝建(主任委员)、严冰(副主任委员)、郭冬、时志明、曹千里、王金星、杨群欢、王箕裘、韦茂繁、陈江平、李丽、张玲莉。

“教指委”成立以来,始终把教材建设作为重要工作来抓。设立了专业建设分委员会、师资培训分委员会、实训基地建设分委员会。由主任委员兼任专业建设组组长、专业建设分委员会主任,具体负责包括教材建设在内的文秘专业建设研究和指导工作。委员会先后召开了五次委员会会议;举办了三期全国文秘专业骨干教师培训班;建立了全国高职高专文秘专家库并开展研讨活动;承担教育部课题“文秘专业规范研制”的研究;在全国高职高专遴选和建设了三批教指委精品课程;设立了三批文秘专业研究课题;举办了两届全国高校文秘技能大赛;对全国六百多所高校的文秘专业进行了问卷调查;等等。“教指委”始终把教材的研究与开发作为主线贯穿在这些活动中,并多次组织专题研讨,在认真调查研究、反复论证的基础上,组织编写了教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会“十二五”规划教材36种,由主任委员任总主编。经过网上公开招标、委员投票,该套教材由国家一级出版社重庆大学出版社出版。

2009年8月24-27日,由“教指委”主办、重庆大学出版社承办的本系列教材主编会在重庆召开。会议期间,主编们就高职高专文秘专业课程设置、教学目标以及本系列教材编写指导思想、编写原则、体例和编写队伍组成原则等问题进行了认真而热烈的讨论,达成了以下共识:1. 根据我国高职高专文秘专业各方向的培养目标、专业建设、课程建设的发展规律与趋势以及国家秘书职业资格证书的考证要求、用人单位对文秘人才的需求,构建编写大纲、选择编写内容、设置编写栏目。2. 教材编写以文秘专业学生应具备的基本素质、基础知识、基本职业能力、核心职业能力为依据。3. 教材使用对象以高职高专学生为主体,兼顾文秘培训和秘书行业的社会需求。4. 教材内容以“够用为度,适用为则,实用为标”为原则,给课堂教学留有发挥空间,突出主要知识点,实训举一反三,紧扣文秘岗位实际,表达准确流畅。5. 教材由秘书职业基础、职业技术与技能训练和文化素质

课程(高职高专各专业通用)两大版块组成。6.教材资料尽量使用2007年以后的新成果,保证教材内容的前沿性。7.教材采用立体开发的方式出版,除了纸质教材外,还包括教学资源网站和教学资源包。

会后,本系列教材主编积极组织力量,遴选副主编和参编者,以每本教材为单位,分别组织研讨和开展教材编写工作。

经过长期运作,本系列教材36本终于面世。其中:

(一)秘书职业基础、职业技术与技能训练课程版块23种

秘书理论与实务	秘书写作实务
涉外商务文书	文案阅读与评析
档案管理实务	社会调查实务
办公室事务处理	秘书信息工作实务
会议策划与组织	中国秘书简史
商务秘书实务	秘书岗位综合实训
秘书职业概论	秘书思维训练
领导科学与领导艺术	毕业设计(论文)写作指导
人力资源管理理论与实务	企业管理基础
秘书语文基础	市场营销理论与实务
办公自动化教程	公共关系实务
秘书心理与行为	

(二)文化素质课程版块13种

规范汉字与书法艺术	普通话训练
口语交际与人际沟通	新闻写作
社交礼仪	商务写作实训
实用美学	形体塑造与艺术修养
文化产业基础	中外文化概论
地域与旅游文化	文学艺术鉴赏
法律文书写作	

本套教材由“教指委”确定教材目录、提出编写意图、组织编写队伍、审定编写大纲、并对编写出版过程进行了全程管理、指导与监控;系列教材全体主编有丰富的教学经验和科研成果;出版社有较高的资质和声誉。全体编写者都怀有一个共同的愿望:在教指委指导下,编写出一套能全面反映文秘专业最新教学科研成果、代表文秘专业建设方向、能在较长时间内指导全国高职高专文秘专业教学的精品教材。

重庆大学出版社从领导到项目负责人,对教材的组织编写到出版一直给予高度重视和大力支持,特别是邱慧主任、贾曼老师几年来为教材辛苦奔走,精心策划、辛勤付出,其敬业精神令我们感动,我代表“教指委”及教材全体编写人员向他们深表敬意和谢意!

任何成果都是阶段性的,本套教材也不例外。但是,探索是无止境的,在教材的使用过程中,我们会发现修改的空间,在适当的时候,我们还可以对教材做适当的修订,使之日臻完善。

教育部高等学校高职高专文秘类专业教学指导委员会
华侨大学华文学院院长、教授

孙汝建

2010年6月16日于厦门

世界经济的列车快速驶入新世纪后,其发展的动力何在?美国传媒与娱乐巨头米切尔·J·沃尔夫(Michael. J. Wolf)告诉我们:“文化、娱乐——而不是汽车制造、钢铁、金融服务业——正在迅速成为新的全球经济增长的驱动轮。”^①此语精辟。人类社会在进入21世纪以后,文化产业因其带来巨大经济效益和社会效益所形成的重要性已成为全世界的共识。在目前以信息为基础的全球经济中,文化产业的发展已经成为国家财富和国际竞争优势的重要标志。在发达国家,文化产业已然成为支柱产业,如美国的电影和传媒业、日本的动漫产业、韩国的网络游戏业、德国的出版业、英国的音乐产业等都已成为国际文化产业的标志品牌。在我国,文化产业更是在近年来取得了超常规发展。随着文化体制改革的不断深入和人民群众精神文化需求的不断增强,我国文化产业已经从探索、起步、培育的初级阶段,进入了快速发展的新时期,呈现出朝气蓬勃的新局面。

文化产业是一种新兴产业,并以极快的速度发展为社会产业链中势头强劲的朝阳产业。

文化产业人才则随着文化产业的发展,成为目前社会所急需的人才,于是越来越多的学校纷纷增设文化产业专业。

文化产业课程也正在飞速地开设起来。但令人遗憾的是教材建设相对滞后,尤其是目前根本找不到一本高职高专类学生适用的有关文化产业理论与实践课程的教材。为适应和满足文化产业发展以及开展文化产业课程的需要,我们编写了这本《文化产业基础》教材。本教材具有如下特点:

1. 权威性。一是汇集了目前国内外文化产业最前沿的研究成果。二是使用了最新的官方材料,有很多是国务院有关部门在本书截稿时刚刚发布的数据。三是案例选择的典型性。

2. 针对性。该书是目前国内第一本也是唯一的一本高职高专

① [美]米切尔·J·沃尔夫(Michael. j. Wolf). 娱乐世界[J]. 黄光伟,邓盛华,译. 北京:光明日报出版社,2001(14).

层次适用的文化产业专业教材,编写目标明确。当然,本书也可以作为文化、新闻、传媒、服务经济、文化创意、营销策划等相关课程的教材或参考用书。

3. 实用性。本书体系完备,内容深入浅出。充分考虑高职高专院校教学实际。编写体例创新,便于教学。

本书是集体智慧的结晶,所有编写者均是来自于教学第一线的专家。编写工作历时一年,数易其稿。编写分工为:

第一部分、第二部分、第三部分:宋桂友;第四部分、第十二部分:刘海;第五部分:张伟;第六部分、第七部分:王勇;第八部分:童李君、宋桂友;第九部分、第十一部分:曾红宇;第十部分、第十三部分:余华川。

全书由刘海统稿,宋桂友定稿。为编写本书,虽然我们尽了最大的努力,但书中难免不当之处,在此恳请专家批评指正。

主编 宋桂友

2010年5月10日

主编简介

宋桂友,文学博士,文化产业研究博士后,副教授,现为苏州市职业大学(苏州学院)吴文化研究所专职研究员。

自1981年12月在《大众日报》发表第一篇文章以来,一直从事文学创作、文学批评与文化研究,二十多年来共在《人民日报》《南方周末》《满族文学》《山东文学》《星星诗刊》《文艺争鸣》《东岳论丛》《名作欣赏》等百余种报刊发表各类文章1800多篇,出版专著2部,获得全国及省级文学奖项十余次,主持教育部文秘教指委重点课题《文化产业教程》和江苏省文化艺术科研项目《吴文化产品产业化研究》等省级研究项目4个。

中国诗歌学会会员,中国硬笔书法协会会员,江苏省作家协会会员。



第一部分 文化产业发展历程

- 1 第一单元 世界文化产业发展历程
- 8 第二单元 中国文化产业发展历程
- 12 第三单元 中国文化产业现状与未来发展战略

第二部分 文化产业的特点

- 18 第一单元 文化产品及服务的特征
- 22 第二单元 我国文化产业发展新特点
- 25 第三单元 案例选编

第三部分 文化产业的功能

- 28 第一单元 文化产业的文化功能
- 30 第二单元 文化产业的经济功能
- 36 第三单元 文化产业的政治、社会功能
- 39 第四单元 城市文化产业的功能

第四部分 文化产业分类

- 44 第一单元 分类综述
- 49 第二单元 政府分类
- 58 第三单元 学界分类
- 61 第四单元 分类发展趋势

第五部分 文化产业结构与组织

- 66 第一单元 文化产业结构
- 72 第二单元 文化产业组织
- 76 第三单元 文化产业结构与文化产业组织的互动

第六部分 文化产业与文化消费

80 第一单元 文化产业与文化市场

83 第二单元 文化市场构成

87 第三单元 文化市场营销

第七部分 文化产业的经营与管理

94 第一单元 文化的成本

99 第二单元 非营利组织与文化市场

第八部分 广播影视产业

107 第一单元 广播影视产业发展概况

113 第二单元 广播影视产业的经营与管理

第九部分 网络文化产业

121 第一单元 网络文化概念

124 第二单元 网络文化建设

129 第三单元 中国网络文化产业发展类型

第十部分 休闲文化产业

134 第一单元 休闲文化产业定义

138 第二单元 休闲文化产业经济功能

141 第三单元 休闲文化产业社会功能

143 第四单元 我国休闲产业发展概况

147 第五单元 我国休闲文化产业发展中存在的问题
与发展策略选择

第十一部分 动漫产业

152 第一单元 动漫概述

162 第二单元 动漫产业营销

167 第三单元 中国动漫产业走向

第十二部分 创意文化产业

171 第一单元 创意文化产业理念

176 第二单元 创意文化产业特点

182 第三单元 创意文化产业方法

第十三部分 地方特色文化产业

- 189 第一单元 地方文化产业概述
- 194 第二单元 地方文化产业与地方经济发展
- 197 第三单元 地方文化产业政策
- 200 第四单元 地方文化产业市场营销
- 207 参考文献

第一部分

文化产业发展历程

【学习目标】

1. 了解文化产业产生的背景与基础;
2. 了解文化产业的初步形成、发展与整合;
3. 了解中国文化产业产生与发展;
4. 了解我国文化产业发展的趋势与战略;
5. 了解当前我国文化产业的政策制定与发展目标。

【内容描述】

其实,自商品经济出现起,文化产品的交换和买卖就存在了。早在 18 世纪 60 年代英国工业革命开始以后,机器生产取代了手工劳作,工厂取代了家庭作坊和手工工场,文化产品也开始被大规模地生产和复制,于是文化产业产生。随着社会的不断发展,文化产业得到了迅猛发展,并在世界经济舞台上展示了自己作为“朝阳产业”的无穷魅力。所以有人说文化产业犹如一辆“金坦克”,正以保护知识产权的厚重铁甲闯开高科技的大门。以人类智慧的不竭油料发动知识经济的强大引擎,以数字化的坚硬履带碾过千古沉睡、肥沃美丽的文化平原,为创建理想新世界的全球文化车队开辟四通八达的广阔道路。^①特别是 20 世纪 20 年代电子媒介的出现,更进一步促进了人文艺术和传播媒介的联姻。发展到 80 年代末,整个世界文化产业初步形成。90 年代蓬勃发展。进入 21 世纪,世界文化产业进入了全球市场整合发展的新阶段。在这里,我们首先介绍世界和中国文化产业的发展现状,描述我国文化产业发展的美好前景。

第一单元 世界文化产业发展历程

【案例导入】

1900 年,好莱坞还只是一个人口稀少的小镇。当时,美国电影的中心在东部,纽约是

^① 柯可,等.文化产业论[M].广州:广东经济出版社,2001:3.

大本营。1907年,导演弗朗西斯·伯格斯带领他的摄制组来此拍摄《基督山伯爵》,发现这里一年四季明亮的阳光和千变万化的景色是拍摄电影的天然场所。从1909年开始,著名制片人格里菲斯在好莱坞以天然背景拍摄了好几部影片。此后,许多电影公司纷纷来这里拍片,开始了美国电影业移师好莱坞的大转移。1923年,有声电影问世,开创了电影史上的新纪元。美国人空前踊跃地去看电影,给好莱坞带来了滚滚财源,并使其在世界电影业中一跃而居于领先地位。在整个20年代,美国电影占了英国上映节目的90%。到1928年,这里已经形成了“八大影片公司”一统天下的局面,包括米高梅公司(Metro-Goldwyn-Mayer)、派拉蒙公司(Paramount)、二十世纪福克斯公司(20th Century Fox)、华纳兄弟公司(Warner Brothers)、雷电华公司(Radio-Keith-Orpheum)、环球公司(Universal)、联美公司(United Artists)、哥伦比亚公司(Columbia Pictures),它们中的大部分至今仍活跃在电影市场上。^① 比如最近热播的科幻电影《阿凡达》(Avatar)就是由著名导演詹姆斯·卡梅隆执导,二十世纪福克斯出品。该片有3D、平面胶片、IMAX胶片三种制式供观众选择。影片预算超过5亿美元,成为电影史上预算最高的电影。而它上映一个月就创下了新的纪录:美国国内的票房收入已超过6亿,全球总票房已突破20亿美元大关。仅在中国市场,截至2010年1月31日,该片票房已经冲破9亿人民币关口。



《阿凡达》海报

【案例分析】

技术的发展给大众消费带来了新鲜刺激,推动了新的文化产业发展;工业化又给文化产业的大生产提供了基础;巨额的商业利润再次给文化产业的生产带来了动力;同时,政府的推动,社会文化消费大环境的形成也是文化产业不断发展的重要原因。

【知识要点】

文化产业产生的社会基础。电子媒介的出现催生大众文化产业。各种门类文化产业的出现。巨大经济效益助推文化产业。现代高科技支撑文化产业。政府重视和文化资本的全球化成为文化产业发展的保障。发达国家的文化产业发展状况。

一、世界文化产业的产生

(一) 文化产业产生的社会基础

人类文化的变迁是与特定文化的物化方式和传播技术分不开的,后者对前者起着重要的推动作用。如我国古代的烽火台、驿站、竹简和帛书等等,不仅仅是传播方式的变迁,

^① 蔡尚伟,温洪泉,等.文化产业导论[M].上海:复旦大学出版社,2009:39.

也是不同历史文明的见证。但是在古代,由于生产力水平低下,人们所从事的社会产业也十分有限,原始先民在从事艺术创作活动过程中无论是题材还是形式,都受到当时生产力的制约。可以说,在原始社会时,语言是唯一的文化传播工具,而由于区域的阻隔,导致语言种类繁多,所以当时落后的原始经济和单一的传播工具使得原始文化根本不具备产业化的条件。

当人类社会由渔猎社会进入农业社会以后,生产力有了较大发展,文字的发明为文化的传播带来了革命性的进化,这为一些艺术创造活动、手工业与商业以及为后来文化产品的创造、生产与传播提供了基础。特别是到了15世纪,德国人谷登堡发明的金属活版印刷带来了传播媒介的革命。印刷术的诞生使文字以前手抄本无法比拟的速度传播开来,它代表的是以大量复制为基础的文化活动的诞生,提供了第一批可重复生产的产品、第一条生产流水线、第一次大规模的生产。^①

16世纪以后,西方在追求科学的旗帜引领下,各个领域的发明不断涌现。珍妮纺纱机、蒸汽机的发明和运用,汽船等交通运输业的革新,又为机器大生产提供了动力基础,于是产业革命和机器工业迅速崛起,世界上第一个工业化城市曼彻斯特随之诞生……工业文明和城市文明的进步、人文艺术和工业技术的结合,是文化产业产生的社会基础。

(二) 电子媒介的出现催生大众文化产业

1920年11月2日,世界上第一座广播电台(由美国匹兹堡西屋电气公司开办)开始播音。之后,法国、英国、德国、意大利、日本、中国、印度等国的无线电广播也相继问世。1895年,法国人卢米埃尔兄弟发明了电影。1923年,有声电影问世。1925年,美国开始试验发射一些电视图像,不仅小,而且模糊不清。1926年,英国科学家贝尔德制造出了第一台真正实用的电视传播和接受设备,标志着电视的真正诞生。1936年11月2日,世界上第一座公共电视台在英国伦敦建成并开始播出节目,德国、日本等国家也同时在进行着电视广播试验。这些传播工具的出现使人类进入电子媒介阶段,继而进入了印刷传播与电子传播并驾齐驱的现代大众传播时代。

电子媒介的出现是人类文化传播史上一次空前的革命,它极大地改变了文化传播的方式,改变了文化自身的形态,甚至改变了生存于其中的人类生活。第一,它意味着人类文化的发展经过书面印刷媒介向口语媒介更高层次的回归。第二,由于电子媒介使文化重新通过声音和形象得以传播,从而清除了书面印刷媒介的文字符号对大众的限制,扩大了公共领域的疆界和范围,使越来越多的人融入其中。第三,电子媒介是科技的结晶,它的工业化实体已成为大众文化的依托,使大众文化可以纳入到社会化大生产的网络之中。第四,电子媒介与市场结合,运用画面化的话语将现实和消费者脑子里的欲望联结起来以刺激消费,形成了新的社会生活方式和生活观念,在人们的生活中产生了迅速而广泛的影响。^②

^① 谢名家,等. 文化产业的时代审视[M]. 北京:人民出版社,2002:64.

^② 蔡尚伟,温洪泉,等. 文化产业导论[M]. 上海:复旦大学出版社,2009:37.

(三) 各种门类文化产业的出现

除上面提到的电子媒介、电影电视外,其他各种文化行业也相继诞生,为文化产业的形成和发展奠定了基础。比如:

报刊。最初的报刊主要是作为从属于官方政治的工具。在政体稳定后,报刊的商业属性被开发出来,报刊作为一种产业也就发展起来,报业集团出现。19世纪80年代,美国的斯克里普报团就已形成,20世纪20年代时已拥有报纸达20多家。20世纪上半叶是整个西方报刊产业急速形成和发展的时期。

图书出版。20世纪30年代,欧美国家开始认识到图书出版业的重要性,政府给予图书出版行业大力扶持,并成立大量研究机构对图书出版的商业发展进行系统研究,例如德国图书市场研究所、美国书业研究集团、英国图书市场研究公司、英国出版学院、法国书业学会以及加拿大出版研究中心等。

演艺娱乐业。这一时期的美国产生了纽约林肯表演艺术中心、大都会艺术博物馆和以“不夜街”著称的百老汇大道等世界闻名的娱乐场所。百老汇是从19世纪中叶起开始建起剧院,20世纪初有20多家,1925年百老汇剧院多达80多家。

会展业。工业革命使英国成为世界上一流的强国,因为强大而带来的巨大召唤力使英国在1981年5月1日顺利举办了第一届世界博览会。这次展览意味着从简单的商品交换到新的生产技术、新的生活理念交流的重大转变。从此,会展业开始大发展。而中国2010年上海世博会开幕式和开园仪式也分别于4月30日和5月1日在上海隆重举行。

文化遗产。合理而有序地开发利用文化遗产,也是文化产业的重要内容。在1907年,英国就率先筹备建立“政府艺术品收藏库”,对藏品集中管理,财政部也拨出专款供政府部门购买有历史和文化价值的艺术品。之后,法国、美国、澳大利亚等几个大国也都建立了类似的管理机构或部门。

二、世界文化产业的发展

20世纪中叶以来,现代高科技如微电子与信息技术,新材料、新能源技术,生物工程技术等突飞猛进的发展,特别是计算机和互联网的出现,给文化产业注入了强劲的发展动力,形成了庞大的产业链和产业群。而今,文化产业已经成为发达国家国民经济的支柱产业,文化产业的实力和竞争力已成为国际社会公认的体现综合国力的重要标志。

(一) 巨大经济效益助推文化产业

近百年来,文化产业可谓有力地推动了社会生产力的进步。例如美国的文化产业产值已占GDP(国内生产总值)的18%~25%,以信息技术为中心的高新技术产业对美国经济增长的贡献率为30%以上,其视听产品已成为仅次于航天航空产品的第二大出口产品,占据国际市场40%的份额。^①日本的娱乐业经营收入已超过他们的汽车工业产值。在英国、加拿大、澳大利亚等国,文化产业的从业人员占就业人员的10%左右。一些发达国家

^① 陈泰锋. 后WTO过渡期我国文化产业化的内涵及其占战略选择[J]. 世界贸易组织动态与研究, 2005(2).

和地区的文化消费已占据总消费额的30%以上。据统计,当前世界文化产业市场的容量已经达到1兆2000亿美元,主要集中于电影、音乐唱片、动画、电脑游戏等大众文化娱乐领域。比如迪士尼公司,1993年销售额为85亿美元,仅过了4年,到1997年就达到了225亿美元,2008年达到378亿美元,合人民币2580亿美元。可见,文化不仅花钱,还能赚钱。文化产业已经成为当今世界最为活跃、最具潜力的新的经济增长点。

(二) 现代高科技支撑文化产业

科技是第一生产力,也是文化产业发展的动力。文化产业属于知识密集型产业,也是科技含量高的产业,科技进步是文化产业发挥文化资源优势、实现集约化经营的关键所在,技术发展水平能为文化产业提供技术支持和发展动力。如电子技术革命就大大推进了包括以传媒、娱乐、IT行业、教育、体育、旅游、咨询等文化产业的快速发展。首先是广播、电影、电视、录音、录像等音像产业有了突飞猛进的发展;同时,印刷复制、电子排版、地球通信卫星、三维动画制作技术、数码影视技术和照排技术、数字化等高新技术也在推动着文化产业和带动国民经济的发展。比如百老汇音乐剧生产中的科技含量之高,是许多传统的表演艺术无法相比的,其场景美轮美奂,灯光的高品质以及逼真的音响效果,都取得了前所未有的艺术感染力。高新技术与文化产业的结合,不仅使文化产业获得了科技的支撑力,还不断促进了文化产品的发展和创新。

(三) 政府重视和文化资本的全球化成为文化产业发展的保障

20世纪90年代以来,许多国际组织和各国政府都出台了文化产业发展战略和政策。1995年,联合国教科文组织发布了第一份世界文化发展报告《我们的创造性的多样性》,提出了“把文化置于发展的中心位置”。1997年,联合国教科文组织出台《联合国世界文化发展10年(1988—1997)》,提出要提高对全球人类共同体的人文——文化关怀,进一步促进经济—政治—文化的融合。1998年3月,联合国教科文组织在斯德哥尔摩召开了题为“促进发展的文化政策”的政府间会议,提出了一份《文化政策促进发展行动计划》,要求世界各国“设计和出台文化政策或更新已有的文化政策,将它们当作可持续发展中的一项重要内容”。同时,世界经济的一体化带来的跨国经营和贸易融通,以及投资自由化,使各国文化产品的生产、流通和消费日趋国际化,文化服务也趋向世界化。世界贸易组织把文化产业与服务贸易和知识产权保护纳入贸易条款,并制定了相应的非歧视原则、透明度原则、公平竞争原则和开放市场原则等,文化产业日益受到各国政府的高度重视,纷纷在经济投入、发展战略、行政管理和法律规范等方面创造良好的社会环境,适应国际间文化产业竞争的需要。

在联合国及各国政府的推动下,目前全世界已逐步形成了以促进“文化市场化”和“市场文化化”、推动文化内容的创新和生产、改善大众文化消费权利为宗旨的文化发展格局。

三、世界文化产业发展例述

20世纪下半叶以来,发达国家的文化产业已经成为“知识经济”的主体,文化产业也成为了增长最快的产业,出现了大批实力强劲的文化产业集团(如进入世界企业500强的