

文化产业发 展论

人
民
大
学
出
版
社

WHGYZL

丹增 著

当今世界，文化经济。
政治相互交融，
文化发展对于促进经济增长，
增强综合国力，参与国际竞争，
培育民族精神，
提高国民素质、推动社会进步。
(于)
越来越重要的基础性、
关键性、战略性的作用。
当代人类社会的进步不仅是
经济的发展，
而且是文化的发展。
文化产业是文化建设的
重要组成部分。
文化产业的发展已
经成为衡量一个
国家和地区现代
文明程度的重要标志。
作为21世纪的“朝阳产业”，
无论是发达国家还是发展中国家，
都已经把大力发展文化产
业作为新的经济增长点。

文化产业 发展论

人
民
大
学
出
版
社

WHGYFZL

丹
增

责任编辑:鲁 静

特约责任编辑:孙 晓

图书在版编目(CIP)数据

文化产业发展论/丹增著. -北京:人民出版社,2005.11

ISBN 7-01-005290-5

I. 文… II. 丹… III. 文化-产业-研究-中国

IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 134112 号

文化产业发展论

WENHUA CHANYE FAZHANLUN

丹 增 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

航远印刷厂印刷 新华书店经销

2005 年 11 月第 1 版 2005 年 11 月北京第 1 次印刷

开本:787 毫米×1092 毫米 1/16 印张:12.5

字数:143 千字 印数:00,001-10,000 册

ISBN 7-01-005290-5 定价:30.80 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

自序

我出生在藏北高原，那是世界屋脊的屋脊，在极其艰苦的自然环境中，千百年来为了求得生存，我的祖先们养成了一种极其坚忍不拔、奋斗不息的民族性格和民族精神，这是中华民族民族精神的重要组成部分。我不论走到哪里，我都深深眷恋着那块土地。我热爱我的家乡，所以我热爱我的祖国。试想，一个人在生他养他的故土都不会有一丝情意的话，他会爱国家、爱民族吗？

2002年4月，因工作需要，我由北京中国作协调云南工作，虽然云南与西藏毗邻，此前我却从未到过云南。多少年前，就有要到云南神秘的土地上去走走看看的心愿，现在却变得更加实在、更加具体了，是到这儿来工作，甚至度过晚年，成为她的一员，而不是走走看看的旅行者、匆匆过客了。

从北京来到艳阳高照、春光明媚的昆明，使我从一开始便喜欢上了这座城市和云南这块土地。为了解情况，我在短短一年时间里走过了云南的山山水水、村村寨寨，从雪域高原的梅里雪山到热带雨林的西双版纳，从南诏大理国故地的洱海之滨到同样具有厚重历史的滇东乌蒙高原，从澜沧江畔到珠江源头，从丽江古城到河口边陲，从红河两岸到高黎贡山……每到一处都被这里秀美雄奇的景色所折服，每到一地都被热情、真挚的各民族兄弟姐妹的盛情所感动。我深深爱上了这块古老而神秘的土地，深深爱上了这里淳朴善良的人民。

然而，云南又是中国贫困人口最多的省份之一，贫困面之大，贫困程度之深，难以想象。特别是边疆少数民族地区和高寒山区的贫困状况，更是难以表述。每当想起他们热情好客而又一贫如洗的情景，我的心就隐隐作痛。尽快改变这里的贫困面貌，是全省各族人民的期盼，更是云南各级党政领导干部的历史责任。云南人民对我们那么好，无论从党的事业、国家义务，还是个人情感，我都没有理由不加倍努力、踏实工作。

深化文化体制改革，加快文化产业发展，建设民族文化大省，是省委的战略决策，也是我的主要工作职责。怎样在省委重大战略决策的基础上，创造性地工作，为云南的可持续发展铺垫一块基石，是我们这一代人的共同心愿。把文化产业作为云南新的经济增长点和新的支柱产业来抓，既符合云南实际，又顺应世界经济发展潮流。基于这些思考，近两年我就文化产业的世界发展态势、中国发展状况和云南发展前景等诸多问题，进行了认真思考，结合工作实际，形成这本《文化产业发展论》。它不同于学者的理论探索，也不同于实际工作者的工作部署。它既有一些理论问题的思考，也有可操作性的阐述。它源于实践，又初步形成了一个理论框架。如果呈现给读者的这本小册子，能对理论工作者有点启发，对实际工作者有点参考，哪怕只是一点点、一丝丝，亦足以慰我心矣！

目录

第一章 知识经济背景下的文化产业	(1)
一、文化产业在全球兴起的知识经济背景	(2)
二、国内外对文化产业的界定	(6)
第二章 文化经济与文化生产力	(17)
一、文化经济的内涵、特征与发展规律	(18)
二、文化生产力是社会生产力的重要构成	(26)
三、文化产业是发展文化生产力的重要途径和载体	(31)
第三章 科学发展观与文化产业发展	(35)
一、科学发展观提出的历史背景及其形成过程	(36)
二、科学发展观与文化产业发展的天然联系	(40)
三、发展文化产业是实践科学发展观的必然要求和具体体现	(43)
四、科学发展观对文化产业发展的要求	(49)

CONTENTS

第四章 文化产业发展与文化体制改革	(53)
一、文化体制与文化产业关系辨析	(54)
二、文化体制改革是文化产业发展的内在动力	(61)
三、文化体制改革的方向与途径	(69)
第五章 政府在文化产业发展中的角色与定位	(81)
一、正确认识政府在文化产业发展中的作用	(82)
二、传统体制下政府角色的错位	(87)
三、政府正确发挥作用的重要机制：制定和完善产业政策	(91)
四、优化文化产业发展政策环境的选择	(94)
第六章 文化产业发展的文化资源开发	(101)
一、文化资源的内涵及特点	(102)
二、文化资源的保护与开发	(107)
三、文化资源开发的几点思路	(118)
第七章 文化产业发展的市场拓展及市场主体培育	(125)
一、市场拓展在文化产业发展过程中的重要地位和作用	(127)
二、拓展文化消费市场的方法与途径	(130)
三、建立统一开放、竞争有序的文化市场体系	(134)
四、着力培育文化市场竞争主体	(137)

CONTENTS

第八章 文化产业发展的人才和科技支撑	(141)
一、知识经济提升人才、科技的地位	(142)
二、现代科技是文化产业发展的强大动力	(145)
三、人才是文化产业发展的基础	(150)
四、突破文化产业发展的的人才瓶颈	(152)
第九章 文化产业发展与国家文化安全	(159)
一、经济全球化催生文化全球化	(160)
二、当前我国文化安全面临的挑战	(165)
三、发展文化产业是维护国家文化安全的必然选择	(170)
第十章 我国西部文化产业的特色发展道路	(177)
一、西部地区加快发展文化产业的重要意义	(178)
二、西部地区文化产业发展状况及其特点	(181)
三、西部地区文化产业的发展方向	(183)
四、西部发展文化产业的路径选择	(188)
参考文献	(192)

第一章

知识经济背景下的文化产业

文化产业在全球的兴起，植根于知识经济的时代背景，同时也将成为知识经济不断发展的重要支撑产业。它们之间应当是一种相互依赖、相互促进、互为条件的辩证关系。

20 世纪 90 年代,世界经济发展格局开始发生深刻的变化,全球经济发展开始进入一个全新的时代,即以知识为核心生产要素的“知识经济”时代。在这个背景下,文化产业在全球尤其是在发达国家蓬勃兴起。最近几年来,随着文化产业在世界范围内的发展,有关文化产业的研究在国内外方兴未艾,热闹非常,无论在宏观层面还是微观层面,都形成了许多颇有见地的理论观点。这些理论观点对于启迪我们的思路,引发我们的进一步思考,发展有中国特色的文化产业,有很多帮助。

一、文化产业在全球兴起的知识经济背景

从 20 世纪 90 年代开始,现代文化产业就开始在全球范围内全面兴起。从美国到加拿大,从欧洲的英国、法国、德国到亚洲的日本、韩国、中国香港等国家和地区,文化产业以席卷全球之势,纷纷成为这些国家和地区经济结构战略性调整的最重要的承载产业与国民经济发展的主要支柱产业,超越了汽车、航空航天等传统产业,呈现出朝阳产业、新兴产业的朝气与活力。如果对世界经济 20 多年来的发展变化轨迹作一番审视,我们就能够清晰地发现,文化产业在全球的兴起、发展、壮大几乎是与知识经济的发端、发展、壮大相伴相生的。换句话说,文化产业的兴起,具备非常深刻的知识经济背景。

发端于美国,随后便风靡全球的知识经济,是指对知识(智力)资源的占有、配置、生产和使用(消费)为最重要因素的经济,其最突出的特点是知识的经济功能得到最充分的体现,在产品的价值构成中,知识所创造的价值所占比重最大。知识经济以智力资源为重要依托,以人力资本投入为主,进而促进人与社会产品的生产和扩大再生产,使物质产品的价值在知识的作用下得

以呈几何级数的增长，深刻地改变了传统的经济增长方式。知识经济概念的提出，是相对于传统的农业经济、工业经济而言的。从古典经济学诞生起，财富的源泉就一直被视为有形的生产要素。重农主义者认为财富的源泉是土地，重商主义者把货币视做财富源泉。亚当·斯密之后，西方经济学家则把劳动和资本看做是社会财富增长和产业发展的基础。进入知识经济时代之后，知识则成为了社会生产最重要、最基本的要素，一切的生产活动、经济行为均围绕着“知识”这一核心要素而进行。其他的生产要素必须依赖知识的力量来更新，依靠知识的力量来装备。而为人们所广泛关注并高度重视、对经济社会发展贡献越来越大的高新科技，其实质就是知识的凝结，是知识的物化和延伸。

一般认为，形成于20世纪90年代的知识经济，将在21世纪凸显强势。总部设在巴黎的经济合作与发展组织认为，“知识经济”一词出自对知识和科技在经济增长中的作用的认知。在传统的经济概念中，生产取决于所用生产要素的数量，特别是劳动、资本、设备和资源，技术或知识被视为外部要素，而不是生产函数的完整组成部分。当代经济学家则直接将“知识”要素列入其中，在经济增长的新概念里，经济增长更直接地取决于知识的投资。知识可以扩大传统生产要素的生产能力，还可以提供调整生产要素创造革新产品和改进生产程序的能力。新古典主义经济增长模式的核心是资本积累，与此相反，以知识为基础的经济增长新模式鼓励创造新知识和在经济中传播新技术的手段。知识经济是以现代科学技术为核心的建立在知识与信息的生产、存储、使用和消费之上的经济，它更富人性化，也更能体现价值规律。

“知识经济”这一概念的形成和提出并不是一种偶然，而是经济发展的必然。国内外许多研究者都认为：知识的传播与创新

是重要的,知识经济是一种促进人与自然高度协调,可持续发展的经济,经济技术的提高主要靠技术创新,靠拥有知识产权,靠把科技成果转化为生产力,更强调经济效益,而不单纯追求产值,知识经济是以知识、智力、无形资产的投入为主的经济,经济的发展主要靠掌握知识的人。“知识经济”就是建立在信息技术和人力知识资本基础之上的经济。它与“新经济”、“网络经济”、“信息经济”、“数字经济”、“智能经济”等概念的含义是基本相同的。

知识经济的最大特点是以信息经济和知本经济为主,高效率、高效益的生产与组织方式,生产与消费再一次融合,工业时代的分工被重新整合,生产与消费高度社会化;人力资本是最活跃的生产要素,文化与知识本身成为最主要的产品。其中,信息网络成为知识经济的基础设施与基本环境,网络与信息技术使世界变小、精确、透明了,从而消除了供求中的许多矛盾因素。

在文化产业的主体行业中,与文化商品的开发、制作、生产、流通、消费相关的游戏、娱乐、动画、音乐、演出、卡通、出版、报刊、电影、广播电视和工艺品制造等,以及其他相关行业,都基本具备以下一些共同点:精神性,人类的创意与知识相融合的结晶;数字化,数码技术发展与媒体相结合进而扩大了再生产;高价值,是能够创造高附加值的服务产业的核心领域;高增长,均具备高增长潜力;规模化,大都具有规模化生产的可能;环保性,与环境具有较多亲和力的未来型产业。

从网络技术的发展状况看,新的媒介革命的兴起,原有文化艺术领域内部发生了行业内的大调整、大改组,新的艺术传播媒介如卫星电视、数字电视及网络游戏等高速发展,使得像电影这样一些昔日文化艺术界的“龙头老大”风光不再,转而成为电视

业、音像业、网络游戏业的补充。而网络游戏等先前的无名小卒，则后来居上，异军突起，具备了势不可挡的领军气魄。当代信息产业也已不再是单纯的信息技术产业，而是信息技术与文化内容的交融汇合。以制造和经营内容为主的“内容产业”，不再仅仅局限在原先的电影、电视、报业的界域之内，新型的数字多媒体软件等内容产业，早已打破先前文化艺术固有的边界，横跨通讯、网络、娱乐、媒体及传统文化艺术的各个行业，进行了“除界域”的融合重铸过程。而数字电影、数字电视、数字报纸、数字刊物、数字艺术、数字游戏等一大批“非驴非马”的新型文化方式则展示了强大的生命力。以宽带为代表的新技术的广泛应用已风行水上，而依托于高技术的内容产业将占据经济发展重要地位。宽带将促使内容产业在新世纪重排座次，高技术娱乐将成为新娱乐业的领头羊。日益普及的宽带网络和无线应用，使人们对内容的需求远远超过从前。

归结起来看，20 世纪至 21 世纪，随着技术沿着由硬件到软件到互联网再到文化（内容产业）的方向发展，产业链的核心价值也沿着由制造到信息到知识再到内容（文化）的链条转移。近来西方国家网络业步入低谷，内容产业浮出水面，标志着国际性产业升级运动开始了新一轮洗牌，传统文化产业与信息产业的产业链条融合重构即将完成。这一新型产业链条的上游，是文化遗产的数字化与文化内容的上载，下游是消费类信息技术产品的普及和信息文化娱乐产品的大规模市场推广，以及大众流行文化艺术符号在传统产业总的普遍应用，经济活动的“服务化”、“信息化”、“文化化”发展趋势愈加显现，现代经济越来越为“高技术和高文化附加值经济”所主导。因此说，文化产业正在成为 21 世纪知识经济产业的核心产业。

从文化产业本身的特征来看,已被广泛称为“创意产业”和“内容产业”。所谓创意,就是人的智力因素体现在社会经济活动中的创造性和创新性。在文化产品的生产、流通、分配和消费的全过程中,每一个环节都充满了人的智慧和创造力,而人的智慧和创造力则是根植于劳动者个体自身的知识积累,因而,文化产业是一个最能够体现知识经济时代特征的新兴产业。

文化产业在全球的兴起,植根于知识经济的时代背景,同时也将成为知识经济不断发展的重要支撑产业。知识经济在全球的风行,曾引起了不少国内外专家学者的担忧,认为知识经济绝不能凭空而来,也不能凭空而起,如果没有物质生产领域的发展,没有知识、智力、人才的积累,没有文化产业及相关产业的支撑,知识经济迟早要演变为“泡沫经济”而破裂。这些观点更加广泛地验证了文化产业与知识经济之间不可割裂的紧密关系,它们之间应当是一种相互依赖、相互促进、互为条件的辩证关系。

二、国内外对文化产业的界定

(一) 国外理论界对文化产业的研究和界定

早期,在文化产品的工业化生产逐渐增多的情况下,德国法兰克福学派在20世纪40年代首次提出了“文化工业”理论,从艺术和哲学价值评判的双重角度,对“文化工业”予以否定。霍克海默和阿多诺合著了《启蒙的辩证法》,其中专门有一章题为“文化工业:作为大众欺骗的启蒙”,他们认为,文化工业受满足“大众”需要的商业力量所操纵,以娱乐消遣为目的,丧失了作为艺术本质的否定与超越精神,艺术技巧依赖于机械技术,作品内容和风格雷同,没有艺术价值。凭借对媒体的垄断,文化工业控制了的大众日常生活直至内心意识,取消了个体的批判精神和

否定意识，使之成为“单向度”的人，现代资本主义国家通过文化工业进行意识形态控制，巩固自身统治。很长时间内，法兰克福学派的观点在西方知识分子中得到了广泛认同，议题集中于文化商品的大众消费带来的文化的和社会的影响。

随着信息时代的出现和知识经济的兴起，文化产业迅速发展壮大，并且呈现出越来越强劲的势头。现在文化产业已经在许多国家成为支柱性产业。在过去 20 年间，文化商品的国际贸易额呈几何级数增长。随着经济的全球化，文化商品市场也越来越全球化了。在这样的形势下，法兰克福学派的理论越来越显出其局限性，很明显，这种理论已经不能够解释文化产业的丰富实践。大约从 20 世纪 70 年代前后开始，许多学者开始对文化产业进行较为系统深入的研究。西方关于文化产业的理论基本上是沿着两条线索展开的：一条线索是从英国伯明翰大学文化研究中心开始的“文化研究”中对大众文化和文化产业的研究，侧重于对文化产品中所包含的内容进行意识形态方面的探讨，注重研究文化产业的符号生产机制及符号生产的原则，所使用的概念多为哲学、政治学、文学话语，包括霸权、批判、解构、符号、编码、解码等，具有较强的理论思辨性；另一条线索是与各国文化产业实践、文化产业政策紧密结合在一起，直接从文化产业的实践中总结和生发出来的，侧重于对文化产业的生产、流通、传播过程等经济运作实际问题的理论探索，所用的概念多为经济学、社会学和管理学术语，如产业、版权、节目、就业、管理、生产、传播、贸易、市场、份额等。可以把前一类研究称为学院派理论，把后一类研究称为文化产业的应用理论研究。我国学术界已经充分注意到了这种变化和发展。文化研究中有关文化产业的一些理论，我国学术界最近以来已有所涉及，但缺乏系统的梳理和总结；至于西方

文化产业理论中的应用研究，我国学术界的相关研究基本上还没有能够同步进行，这就使我们的文化产业研究缺少了一个非常重要的参照系。

“文化产业”这个词容易引起争议。按照一些英国研究者的理解，“产业”一词相当宽泛，已经失去了与“工厂”和“制造”的联系，可以适用于任何生产相似产品的系列活动，因此就有了“护理产业”、“休闲产业”等说法。在20世纪80年代，英国大伦敦政务院第一次在引申意义上使用“文化产业”一词，作为一种修辞手段强调两点：首先，公共财政体系之外的那些文化活动和商业操作是财富和就业机会的重要创造者；其次，人们所消费的所有文化商品，诸如电视、广播、电影、音乐、图书、广告、音乐会等，大多数与公共财政体系无关。随后，“文化产业”概念逐渐被英国普遍接受，开始承认艺术与文化产业在经济和就业方面的影响。

1990年，英国媒体理论家尼古拉斯·伽纳姆提出，文化产业“运用了特有的生产方式和行业法人组织，来生产和传播符号，这些符号以文化商品和服务为形式，虽然不是一律作为商品”。后来，联合国教科文组织把文化产业定义为：“按照工业标准生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。”其实，文化产业的定义在过去几年中是一个争论激烈的话题，虽然人们对这一题目的兴趣很大，而且有增无减，但目前仍然没有真正理论上的突破，也提不出政策上的定型模型。这一情况反映出“文化产业”概念的不确定性，欧盟对于这个问题至今没有形成任何政策性文件，也可以说明这一点。然而，在英语中，“文化产业”概念越来越稳固了，这似乎有两个理由：首先，由“文化产业”概念所开创的政策空间是一个非常真实的空间，它涉及经

济与文化的某种大规模转型，格局的变换迫切要求人们接受它；其次，这个词的运用表明了一个全球性的政策问题，表达着经济全球化所产生的一种要求。

在美国，一般认为所谓文化产业，是指通过工业化和商品化方式进行的文化产品和文化服务的生产、交换和传播。文化产业是生产文化产品和提供文化服务的行业，以满足人们的文化需求为主要目标。就行业范围而言，美国文化产业主要包括文化艺术业（含表演艺术、艺术博物馆）、影视业、图书业和音乐唱片业。英国对文化产业的界定比较宽泛，认为“那些出自个人的创造性、技能及智慧和通过对知识产权的开发生产可创造潜在财富和就业机会的活动”，统属文化产业。据此，包括出版、音乐、表演艺术、电影、电视和广播、软件、游戏软件、广告、建筑、设计、艺术品和古董交易市场、手工艺品以及时装在内的 13 种行业属于文化产业。英国文化产业的发展在整个国民经济中的地位越来越重要，政府部门、社会团体和组织、研究单位及商业机构对文化作为一种特殊产业的认识不断加深，促进了文化产业的更快发展。

加拿大联邦政府没有文化部，所有文化事务由遗产部管理。该部管辖范围为：广播、影视、音像、出版、体育、遗产、人权、表演艺术、视觉艺术、美术馆、图书馆、档案馆、博物馆、多元文化、国家公园、历史景点、官方语言、土著人文化及语言、国家庆典、志愿者行动等。前不久，遗产部在其职能框架中对加拿大的文化产业做了如下概述：文化产业包括以国家社会、经济及文化为主题的出版、广播、电影、电视、图书、杂志、音像等在内的印刷、生产、制作、广告及发行；包括表演艺术、视觉艺术、博物馆、图书馆、档案馆、书店、文具用品商店等在内的服务。