

85-

文化产业发展新探

中共武汉市委宣传部

武汉出版社

文化产业发展新探

中共武汉市委宣传部

武 汉 出 版 社

(鄂)新登字 08

图书在版编目(CIP)数据

文化产业发展新探/中共武汉市委宣传部编—武汉:武汉出版社, 2000.3

ISBN—5430—2145—5

I.文…II.中…III.文化—产业—研究—中国IV.G124

中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第04809号

书 名: 文化产业发展新探

著 作 责 任: 中共武汉市委宣传部

责 任 编 辑: 毛三元

封 面 设 计: 韩启明

出 版: 武汉出版社

社 址: 武汉市江岸区北京路20号 邮 编: 430014

电 话: (027) 82842176 82839623

印 刷: 中共武汉市委印刷厂

开 本: 850×1168mm 1/32

印 张: 10.75 字数: 260千字 插 页: 5

版 次: 2000年3月第1版 2000年3月第1次印刷

印 数: 0001—1000册

ISBN7—5430—2145—5/G·658

定 价: 22.00元

版权所有·翻印必究

如有质量问题,由承印厂负责调换

目 录

前言	(1)
中共中央宣传部政策法规研究室为“武汉文化产业发展战略研讨会”发来的贺信	(7)
文化部文化产业司为“中共武汉市委宣传部”发来的贺信	(8)
市委常委、常务副市长张代重同志在“武汉文化产业发展战略研讨会”开幕式上的致辞	(9)
抓住历史机遇，推动武汉跨世纪文化产业发展 市委常委、宣传部部长叶金生同志在“武汉文化产业发展战略研讨会”开幕式上的讲话	(11)
胡国璋副市长在“武汉文化产业发展战略研讨会”闭幕式上的讲话	(20)
武汉市文化产业发展研究报告 武汉市文化产业发展研究课题组	(23)
关于加快发展武汉市文化产业的建议 武汉市文化产业发展研究课题组	(39)
关于武汉市“十五”期间实施文化产业重大项目的建议 武汉市文化产业发展研究课题组	(46)
建设面向新世纪的精神文化支撑	路 策 (50)
关于北京城市性质功能与经济建设方针的思考	高起祥 (55)
论文化资源的产业化开发和优化配置	花 建 (61)
我市文化产业发展的基本思路和政策建议	李承功 (73)
确立市场化，坚持产业化	陆柏兴 (85)

组建广播电视集团, 实现跨世纪发展	杨传志 (97)
深化出版改革, 加快事业发展	彭小华 (105)
组建长江日报报业集团的探索与思考	翟玉勋 (112)
发挥区域优势, 争取规模效应	曾培新 (125)
武汉晚报产业化发展思考	何健生 (129)
武汉市文物系统文化产业发展的思路	郑自来 (140)
要努力抓好体制创新	胡大楚 (146)
旅游业: 武汉跨世纪的支柱产业	阮国栋 (150)
增创新优势, 寻求新发展	刘 沛 (162)
✓关于发展文化产业的几个观念问题	李贤沛 毛三元 (169)
✓21 世纪最具活力和希望的产业	樊启祥 (180)
✓知识经济时代的文化产业发展	武汉市人民政府研究室 (189)
促进武汉市文化产业发展的税收思考	刘 勇 (193)
武汉文化产业的发展与税收政策	孙 亚 (200)
浅谈武汉市文化产业发展与国有资产管理	杨卫东 (207)
武汉市文化产业空间布局研究	武汉市城市规划管理局 (215)
发展武汉文化产业的金融对策	人行武汉分行营业管理部 (235)
试论文化智力资源的生产力性质	简永福 (240)
▶论知识经济条件下文化产业的发展与消费	卢现祥 (256)
武汉市旅游文化产业化发展的战略思考	马 勇 毕斗斗 (264)
关于建立武汉系列文化园的构想	张建民 (271)
关于武汉市组建出版集团的构想	罗紫初 (277)
✓文化产业管理体制框架初探	沈金华 万 伟 (288)
武汉旅游产业发展战略构想	刘清平 (293)

√文化产业发展战略浅析	冯桂林 (298)
关于武汉文化产业发展的对策建议	张 武 (312)
武汉电视经营人才现状研究	申 凡 余奇敏 (318)
来自演出一线的报告	何祚欢 (325)
关于武汉地区广告产业发展的几点思考	姚 曦 (334)
后记	(339)

前 言

11月25日至26日，武汉文化产业发展战略研讨会召开。会上，来自北京、上海、武汉等地50余名专家学者就文化产业发展的相关理论与实践问题各抒己见，分析了文化产业面临的发展背景及影响因素、与城市发展的关系、文化产业布局、文化体制改革等问题。这些探讨和分析，不仅对武汉也将对全国文化产业的发展具有重要意义。

一、文化产业化是社会经济发展的必然结果

会议代表认为，正在兴起的文化产业是社会经济发展的必然结果。文化的发展历来与人类文明发展相伴，文化产业的发展也与人类社会发展紧密相随。文字、乐谱和原始绘画的诞生，使文化产业获得了第一次飞跃，印刷术和纸张的发明使文化产业获得了第二次飞跃，电影、电视和音像技术的出现，使文化产业获得了第三次飞跃，而电子计算机的普及和多媒体技术的发展，不仅扩大了文化产业的需求，而且也增强了文化产品的供给能力，使文化消费成为提高生活质量的一个标志，展示了文化产业广阔的市场前景。

简言之，现代传播手段的发展，大大地拓展了文化的内涵和范围，使文化产业成为社会的主要行业之一，文化产业化是社会

经济发展的必然结果。

二、文化建设与城市繁荣关系密切，文化产业是带动城市发展的支柱产业

与会代表强调，当前世界上经济发达地区大多同时也是文化发达地区的事实证明：经济发展和人民生活水平的提高不再仅仅是物质财富的单纯量的积累，而是更多的以其科技档次和文化品位作为标志。文化智力优势正在取代传统的自然资源优势，物质生产力升级换代伴随着越来越高的文化含量和精神因素，由此导致一国或一地区综合实力的较量在很大程度上取决于文化力量的竞争。

其次，借助现代企业和产业这类经济组织形式，文化产业化经营的速度更快，规模更大。美国，文化产业成为继电脑、航空、石油之后的第4大出口支柱产业，1993年，美国广播电视、有线电视、电影娱乐、报刊杂志等总收入达1000亿美元以上，1995年美国电影国内外票房总收入105亿美元，占全球电影票房收入总额的71.24%。从我国文化产业的发展来看，一些地方文化产业有效的经营大大地刺激了当地经济的发展。如上海大剧院，1998年投入营运4个月，票房收入即达1800万元，利润近两年达1000万元，类似的还有东方明珠电视塔、湖南电视台、深圳“三园”等文化经营企业。

武汉市的情况也是如此。据武汉市文化产业发展研究课题组调查，1998年，全市广电、报业、图书出版印刷、文化系统的经营总收入已达23.5亿元，占全市国内生产总值的2.3%，包括体育、旅游业等在内，全市文化产业总收入约120亿元，占全市国内生产总值的12%，成为武汉市举足轻重的产业之一。

三、发展文化产业是经济结构调整中的重要一环

与会专家认为，应把文化产业与经济结构调整联系在一起规划。文化产业是一个广义的概念，包括广播电视业、报业、图书

出版发行印刷业、旅游、文化、体育、会展等。世界上一些文化产业发达的国家和地区，其产值已超过工业产值。如美国的影视业已超过其航天工业的产值，体育产业超过石油工业的产值、超过证券交易全部收益。文化产业还是劳动密集型的产业，可以容纳大批劳动力，提供广泛的就业机会。英国从事体育产业的人数相当于英国全国的农业、汽车零件制造业、煤炭工业三个行业的总和。从世界城市发展的趋势看，21 世纪的城市化进程必然要加快，且集中体现在第三世界。而在城市化进程中，单纯走经济型城市、传统的工商业城市的道路，已经走不通了。借鉴西方发达国家传统的工商业城市从发展（40 年代至 50 年代）、衰落（60 年代至 70 年代）到重新振兴（80 年代后）的经验教训，我们在城市发展战略上，应跳出原来工业化城市的圈套，在研究经济结构调整的战略规划时，应跳出“老三件”、“新三件”、汽车、电子等原有的思维定势，在把高新技术作为第一增长点时，努力寻找劳动密集型的新经济增长点，使其发展成支柱产业，不仅解决下岗职工再就业的问题，也使城市经济结构更优化。从世界范围的发展趋势看来，文化产业正可以达到这样的目标。

四、文化产业发展的动力，除政府之外，还有文化的创造、市场的运作和科技的推动

专家认为，发展文化产业应以政府推动为形式，以市场化动作为内容，提高文化资源的创新能力，推进文化资源配置的国际化程度，纵横拓展规模效益，多样合成综合效应，多元拓展经济总量。所谓“市场动作”，就是不搞集团内自我封闭，按市场规律，开展跨行业、跨地区的竞争和联合，不搞集团内的小而全，不包揽，不统死，把短项推给社会，全方位盘活资源存量，强化规模优势，凸现互补功能，以求整体效应。除此之外，也要鼓励兴办中小型文化企业，引导社会资产投向文化产业。目前城乡储蓄余额巨大，亟待寻找出路，这是一笔有很大开发价值的社会资

源。要从政策上允许和鼓励集体、家庭和个人申办各种咨询、策划、设计、代理、创新、服务、科技开发和节目制作型的中小文化企业，这种所有制形式有利于强化小企业所有者和经营者的风险责任意识，激发其创新冲动，降低小企业的管理成本。

五、文化生产应积极、能动地适应市场，通过市场中介实现文化的社会效益

与会代表就发展文化产业的指导思想进行了探讨。发展文化产业，就我国国情而言，首先需要明确的是，一概肯定或一概否定文化产品商品化、市场化是不符合客观实际的，文化产品既具有商品属性又具有特殊性，政府不能也不应包办一切文化。

它的商品属性和文化生产的产业性质决定，绝大多数文化门类可以进入市场，按市场法则进行生产经营。文化产品的社会效益只有通过市场中介才能更好地发挥出来。文化产品进入市场，才能获得市场需求信息，才能给文化生产形成激励和压力，从而形成文化内部自身的良性循环，迫使文化生产者提高质量，增加品种，开拓市场。

但是，经济效益好的文化产品社会效益未必就好。由于文化产品不仅具有商品属性，还具有非商品属性的社会价值和文化价值属性，文化产品的生产和消费过程中，文化产品的社会效益和经济效益、社会价值和经济价值有可能出现分离和倒挂现象。在市场导向下，如果文化产品单纯以获利的大小为取舍标准，那么真善美和假丑恶、进步与反动、健康与腐朽、文化与反文化的差别就有可能被抹杀，甚至走向极端。此外，市场对公益性文化产品的生产和资源配置无法调节。如城市雕塑、街头报栏、画廊、广场音乐会等。这种公益性的文化产品因其使用和消费上的非排他性和非独占性，生产和供给无法通过市场调节来实现。

因此，在提倡文化生产产业化发展的时候，尤其要认识到，文化生产产业化应该是积极、能动地适应市场，而不是消极、庸

俗地迎合市场。

六、体制创新，发展文化产业急需解决的首要问题

在现阶段，文化由事业向产业的转型，需要解决的问题很多，就实际操作而言，首先面临的是体制问题，即由计划经济时期的事业体制向适应市场的产业体制的转型。代表们对文化体制转轨提出了具体建议，认为解决这个问题，必须实现以下五个转变：一是文化部门由办文化为主向管文化为主转变。要按照产业运作的要求，将文化产品和服务的生产经营权归还给文化产业单位，将办文化的职责下放给文化产业单位，政府集中精力抓宏观调控和政策引导，正确发挥文化部门的管理职能。二是由文化部门独家办文化向全社会共同办文化转变。实现文化体制由直筒式向横向联系式转变，实现办文化只发挥国家和地方的积极性向调动各方积极性转变，实现文化投资主体的国家一元化向投资主体的社会多元化转变，以形成多层次办文化的格局，形成全社会办文化的强大合力。三是由按行政隶属关系办文化向生产要素办文化转变。消除各种行业壁垒，部门壁垒，地方壁垒。四是由多头管理向统一管理过渡。尽快理顺管理职能，成立综合性管理机构，进行统一管理，提高管理效能。五是文化企业单位由政府的附属物和生产车间向现代企业转变。企业要走向市场，就必须按照现代企业制度的要求实行政企分开，做到产权清晰，责权明确，科学管理，真正成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的市场主体。只有这样，文化企业才有进入市场的资格，按照市场经济的要求，参与市场竞争，谋取自身发展。

七、发展文化产业需要合理规划、积极扶持、加强管理

围绕城市发展总体目标，根据城市规划格局，与会代表认为，武汉市文化产业及其设施的规划布局应遵循以下原则：激发市民的城市自豪感和归属感，提高城市的国际地位，发掘传统的荆楚文化和古云梦大泽的滨水文化底蕴，追寻承传军事要塞渊

源、威震寰宇的辛亥革命历史文化特色，着力开拓面向二十一世纪具震撼力辐射力的新文化。武汉市文化产业及其设施的规划布局应主要体现以下的特点：

“滨江滨湖，龟蛇对峙；租界风云，红楼点将；琴台遗韵，佛拜归元；东湖名胜，科技创新；升官渡外，汽车新城；街头巷尾，百姓休闲；得天独厚，覆盖中原”

专家指出，发展文化产业需要一批重大项目支撑。就武汉市而言，近期应重点建设武汉新世纪影视文化城、武汉文化艺术中心，组建有线数据网络股份有限公司、长江日报集团等重大项目。文化产业在起步阶段，应从财税、金融、工商、用地等方面给予支持，涵养税源，加快发展。文化产业涉及上十个行业，不能各自为政，应统筹规划，合理引导，加强管理。

与会专家学者还就文化产业经营管理人才的培养、文化产业结构调整，文化企业技术创新、文化市场的培育与开发、文化产业法规建设等问题展开了讨论。

会议收到论文近 40 篇现结集成册，为促进武汉文化产业发展提供一本参考资料和学习读本。

贺 信

武汉文化产业发展战略研讨会：

我们向此次文化产业发展战略研讨会的召开表示热烈的祝贺。加强文化产业发展战略研究，是宣传思想文化领域的崭新课程，对弘扬民族优秀文化传统，借鉴吸收国外有益的文化成果，推动文化产业的发展，建设有中国特色的社会主义文化，有着重要的意义。

中共中央宣传部政策法规研究室

一九九九年十一月二十五日

贺 信

中共武汉市委宣传部：

在党的十五大精神和邓小平理论指导下，探讨 21 世纪初具有中国特色的社会主义文化产业发展的基本战略，分析文化产业在国民经济发展中的功能与作用，推动各地区文化产业的全面健康发展，是当前和今后一段时间我们面临的紧迫任务。欣闻“武汉文化产业发展战略研讨会”近日召开，特发函祝贺。并借此机会，祝会议取得圆满成功。

文化部文化产业司
一九九九年十一月二十二日

**市委常委、常务副市长张代重同志在
“武汉文化产业发展战略研讨会”
开幕式上的致辞**

1999年11月25日

各位领导、各位来宾：

女士们、先生们、朋友们：

由中共武汉市委宣传部、武汉市计委共同主办的“武汉文化产业发展战略研讨会”今天在武汉隆重举行，在此，我谨代表中共武汉市委、武汉市人民政府，并以我个人的名义，向大会表示热烈的祝贺！向与会的领导、专家和代表，表示热烈的欢迎！

本次研讨会是在研究面向二十一世纪武汉发展战略，特别是在研究编制“十五”计划时召开的。“十五”时期是我市建设现代化国际性城市打基础，建框架，开新局的重要时期，现代都市文明也进入新一轮创建期。文化事业作为精神文明建设的一个有机组成部分，在陶冶思想情操、提高文明素质、增进科学知识等方面，具有不可替代的功能。江总书记在十五大报告中讲，社会

主义现代化应该有繁荣的经济，也应该有繁荣的文化，经济和文化是社会发展的两个轮子，相互促进，缺一不可。我市新时期的发展，迫切需要有与之相适应的精神文明和都市文化作基础；武汉城市形象的塑造，迫切需要具有特色的精神文化为底蕴；武汉的崛起，迫切需要有自己的精神文化来支撑。可以说文化兴则武汉兴。要达到文化兴的目标，需要我们从新的视角对待文化的发展，即如何把文化的先进性要求和广泛性要求结合起来，面向广大市民精神文化生活的需求，引入市场活力，使文化事业走向市场，作为产业化来发展。这个战略性的问题也是本次研讨会为中心议题。当代文化产业发展出现一些新的特点，文化产业以其强大的渗透力和扩张力，带动着其他产业的蓬勃发展，正崛起成为新的经济增长点和支柱产业，同时也为文化发展提供物质基础，使文化的表现力、影响力和传播力大为增强，对人们的生活方式和观念产生革命性影响，推动着生活质量的提高。因此，大力发展武汉文化产业不仅有利于促进经济增长，提高城市的经济实力，而且有利于增强城市集聚和辐射功能，进一步满足市民日益增长的精神文化需要，提高人民群众文明素质和知识水平，对于保障国民经济发展，促进社会全面进步具有十分重要的意义。这次研讨会邀请了国家部委、湖北省和武汉市的一些领导和专家，还邀请了文化界和产业界的专家，希望各位领导与专家为武汉文化产业发展提出真知灼见，武汉的文化产业发展也需要你们的全力支持和帮助。相信本次研讨会，将为武汉制订跨世纪的文化产业发展战略提供很好的指导，将进一步促进武汉文化产业的发展。

最后，我再一次感谢各位嘉宾对我市的关心、支持和帮助！祝各位领导、各位嘉宾在武汉生活愉快、工作顺利、身体健康！并预祝“武汉文化产业发展战略研讨会”取得圆满成功！

谢谢大家！

抓住历史机遇 推动武汉跨世纪 文化产业发展

中共武汉市委常委、宣传部长 叶金生

文化，不仅是一种修养、底蕴，而且是一种素质的体现，是智慧和力量的源泉。丰富的文化底蕴和内涵，对一个城市而言，不仅可以提升其文明水准，而且可以推动经济与社会的发展，支撑城市功能的优化。由此可见，研究推动文化产业发展，既是历史发展的必然，也是现代化建设的题中之义。

一、发展文化产业，是推动跨世纪文化事业、推进两个文明建设的需要

文化产业是一种古老而年轻的产业门类。人类自从进入文明时代，就出现了人类所特有的经济活动和文化活动，经济和文化因而成为人类社会发展的两翼。在我国古代，文化与经济已经发生了各式各样的联系，如东晋时期顾恺之为瓦棺寺画维摩诘像，点睛之日，公开向前来围观者索取施舍，“第一日观者请施十万，第二日可五万，第三日可任例责施。”结果第一天就“俄而得百万钱”（《京师寺记》），这比17世纪初在西方开始出现的艺术收