

北大文化产业

**PKU Cultural
Industries Review**

湖南教育出版社

陈少峰 主编

北大文化产业

PKU Cultural
Industries Review

湖南教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

北大文化产业/陈少峰主编. —长沙:湖南教育出版社, 2006. 9

ISBN 7-5355-5007-X

I. 北... II. 陈... III. 文化—产业—中国—文集
IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 113679 号

北大文化产业

(第二辑)

陈少峰 主编

责任编辑:胡长明

湖南教育出版社出版发行(长沙市韶山北路 443 号)

网 址: <http://www.hneph.com>

电子邮箱: postmaster@hneph.com

湖南省新华书店经销 湖南广播电视大学印刷厂印刷

787×1092 18 开 印张: $15\frac{1}{3}$ 字数: 220000

2006 年 9 月第 1 版 2006 年 9 月第 1 次印刷

印数: 1—2000

ISBN7-5355-5007-X/G·5002

定 价: 21.20 元

本书若有印刷、装订错误,可向承印厂调换

《北大文化产业》

指导单位

国家文化部文化产业司

北京大学社会科学部

主办单位

北京大学文化产业研究所

国家文化产业创新与发展研究基地

学术顾问委员会(排名不分先后)

主任委员 叶 朗(全国政协委员,北京大学文化产业研究所所长,教授,博士生导师)

委 员 丁 伟(国家文化部部长助理)

申维辰(中共山西省委常委,省委宣传部部长)

张国有(北京大学副校长,教授,博士生导师)

朱建纲(湖南出版投资控股集团董事长、总经理)

李晓明(中央电视台副台长)

朱 虹(国家广播电影电视总局办公厅主任,法规司司长)

王永章(国家文化部文化产业司司长)

刘玉珠(国家文化部文化市场司司长)

编委会(排名不分先后)

谢 锐 程郁缀 张晓明 陈少峰 熊澄宇 喻国明
金元浦 李向民 许晓锋 王 强 陶东风 王育济
施维达 冯子标 罗争玉 花 建 祁述裕 赵为民
张朝霞 欧阳友权 向 勇 周城雄 李文君

主 编 陈少峰

执行主编 罗争玉

副 主 编 向 勇 周城雄 李文君

编 辑 王 征 田 盟



本期导读

北京大学文化产业研究所于今年初举办了第三届中国文化产业新年论坛,这次论坛主题为:和谐社会与区域文化产业,这个主题得到了各方的热烈关注和高度认可。而今年是全面实施“十一五规划”的开局之年,许多地方政府也将文化产业规划为当地经济发展的产业支柱。为此,我们将本期《北大文化产业》的主题确定为“区域文化产业发展”。

本期《北大文化产业》的主题文章有两篇,其中一篇为国家新闻出版总署副署长柳斌杰在第三届中国文化产业新年论坛所作的主题发言,另一篇为本刊主编、北京大学文化产业研究所副所长陈少峰教授所撰。

名家访谈栏目继续突出高端性和权威性,访谈对象均为我国文化产业领域的杰出代表人物,包括中共云南省委副书记丹增、江苏省文化产业集团公司董事长李向民和湖南出版投资控股集团董事长、总经理朱建纲。

本期的专题报道包括八篇报道,分别从七个方面对区域文化产业的发展状况进行了深度的分析,向读者展示了我国文化产业对区域经济的影响和发展状况。专题报道涉及创意产业园区、区域文化产业人才培养、国有文化资产监管、地方“十一五规

划”等各方面内容。《创意经济：引领今日香港与未来上海》深入发掘了香港与上海创意产业园区背后的经济、文化动因；《杭州与西安：文化产业中的现代派与古典派》则对比分析了两地文化产业模式异同之处。文化资产监管是当前文化体制改革中的一个瓶颈，《国有文化资产监管：困惑与出路》以“上海模式”为例，指出明确出资人，建立国有文化资产管理和运营新体制是改变长期产权主体虚置、资产责任不明确现状的出路所在。《打造齐鲁文化品牌：寻求文化突围之路》对于各地方打造特色文化品牌具有很强的现实启示。

由于分众和聚众两大公司的合并，对于楼宇广告行业产生了深远的影响，也引起了社会的广泛关注，本刊组织力量对分众、聚众公司和相关当事人进行了深入的采访，形成关于分众和聚众的一组报道，可使广大读者对这一事件的台前幕后有更多的了解和思考。

在第三届中国文化产业新年论坛上，许多演讲嘉宾的发言受到广泛关注，为了让更多未能参会者了解论坛的相关内容，本刊选择了部分发言稿刊登。

“十一五”伊始，中共中央、国务院颁布《关于深化文化体制改革的若干意见》，强调进一步深化改革，推动文化产业发展，而今年以来文化产业的发展也呈现出良好势头。在文化产业迅猛发展的大潮中，虽然《北大文化产业》的力量有限，不过我们将继续努力，力求全面真实地反映和记录中国文化产业发展的历程，通过窥文化产业之“一斑”，帮助读者观产业发展之“全豹”。





目 录 (第二辑)

主题文章

- 文化产业的经济价值及其他 柳斌杰 (3)
区域文化产业发展模式研究 陈少峰 (8)

名家访谈录

- 云南文化产业的全新模式
——云南省委副书记丹增访谈录 肖怀德 (17)
从精神经济到文化产业
——江苏省文化产业研究中心主任李向民教授访谈录
..... 王 晨 (23)
书海风起云涌 智者勇立潮头
——湖南出版投资控股集团董事长、总经理朱建钢访谈录
..... 李紫枫 (28)

专题报道:区域文化产业

- 文化产业:助推区域经济发展 张红晋 (37)
创意经济:引领今日香港与未来上海 Wine (42)
杭州与西安:文化产业中的现代派与古典派 郭晓军 (50)

区域文化产业迅速发展 专家建言造就文化产业新人才

- 冯秋瑜 (57)
- 打造齐鲁文化品牌 寻求文化突围之路 赵京桥 (64)
- 国有文化资产监管:困惑与出路 任 可 (72)
- 文化产业:讲故事的艺术
- 以云南、广东为例 涂鸣华 (78)
- 十一五规划:京沪上演“双城记” 周文翰 (85)

热点聚焦

- “后分众时代”的媒体江湖 王 晶 (95)
- 江南春“奇”人“奇”事 苏 丹 (101)
- 崛起! 生活圈媒体
- 江南春访谈 洪 宇 (109)
- 楼宇广告不存在泡沫
- 虞锋访谈 王 晶 (113)
- 拿什么拯救你, 中国电影?
- 来自 CCTV 年度经济人物候选人的报道
- 大 乔 知 有 (115)

产业论坛

- 和谐社会体系中的文化产业发展机遇
- 第三届中国文化产业新年论坛综述 (127)
- 遗产旅游:国家政策、政府管理与市场角色 吴必虎 (129)
- 传媒新趋势 喻国明 (134)
- “十一五”文化产业发展趋势分析 齐勇锋 (140)
- 产权制度与文化产业职业经理人的成长 罗争玉 (146)
- 全球化的本土振兴
- 中国的文化创意产业与内生经济增长 魏鹏举 (150)

产业与公司

- 媒介“标准”是如何炼成的? 张丽锦 (163)
- 设计的脸悄悄地改变 苏 荃 (169)





“没有诸子百家的春秋萌芽”

- 演艺经纪的现在进行时 徐 馨 (175)
- 谁能玩转中国主题公园 孙艳兰 (180)

案例分析

- 《无极》PK《千里走单骑》 王 征 张 真 (189)
- 意识领先,细节精心
- 大唐芙蓉园成功的秘诀 顾 诚 (195)
- 《迷藏》:文学娱乐化在唱片界的胜利
- 音乐小说《迷藏》策划案例分析 王 焱 刘苗苗 罗 旻 赵博 李溪 高晨昱 (201)

全球视野

- 法国的香水文化与香水工业 王 巍 (209)
- Bilbao 效应:文化更新 Ruth Adams 李 婧 (214)
- 声色光影乌托邦
- 浅谈日本动漫产业 Felix (220)
- 韩国影视业:繁荣盛宴的背后 崔 宇 (225)

经理人文摘

- 建立一个较好的电影商业 (233)
- 抓住数字电视终端千亿商机! (235)
- 三招管好销售团队 (236)
- 打开投融资项目计划书的“中国结” (237)
- 企业快速成长的误区 (239)
- 如何获取企业品牌代言人的最大峰值 (241)
- 艺术背后的组织管理 (242)
- 中国互联网出版业的机遇与挑战 (244)

视窗

- 2005 年世界日报发行量前 10 名排行榜 (249)

文化部发出通知要求规范文化产业展会的举办	(250)
我国电子书出版总量达 14.8 万种	(252)
迪斯尼首次证实正磋商在上海建主题公园	(253)
把春节打造成世界文化品牌	(254)
中共中央国务院发出《关于深化文化体制改革的若干意见》	(255)
三分之二省将建文化大省 文化产业发展举足轻重	(256)
国家数字电影工程在京奠基	(257)
超过杂志接近广播 中国网络广告已达到 31.3 亿元	(258)
中国画廊业进入盈利时代	(259)

附录

中国文化产业研究基金会理事会第四届理事单位	(261)
-----------------------------	-------

征稿启事

征稿启事	(263)
------------	-------

北大文化产业



主题文章



文化产业的经济价值及其他

柳斌杰

随着信息时代的到来,文化生产、传播、消费的方式正在发生巨大的变化,文化的价值在人类创造文明历史和实现人们各自追求的各项生活目标中凸显出来。以文化价值为灵魂,以科学技术和现代传播载体为支撑,由文化创意、文化产品制造、文化传播、文化消费、文化服务、文化交流所构成的产业链已经形成,世界文化的现代化和工业化已经走上了快车道。实践已经证明,文化产业不仅是建设先进文化的物质基础和重要途径,也是国民经济重要产业门类。以2004年为例:在美国,文化产业已经占当年GDP的21%;在日本,文化产业已经占当年GDP的18.5%;在韩国,文化产业已经占当年GDP的15%;在一些国家文化产品已经成为对外贸易的主要产品。由此可见,文化产业所带来的不仅仅是精神文化成果,而且会创造出巨大的物质财富。

一、文化产业将是中国经济的新增长点

中国的文化产业虽然起步晚,但发展好,势头好。特别是党的十六大以来,党和国家作出了树立和落实科学发展观,构建和谐社会,坚持以人为本,实现人的全面发展等一系列重大决策,为文化产业发展创造了历史机遇;解放思想,与时俱进,深化文化体制改革的重大举措,解放和发展了文化生产力,为文化产业发展注入了巨大活力。我们完全可以相信,文化产业一定是中国经济的新增长点,文化产品一定会成为居民消费的新热点。

1. 从生产的角度看,文化产业将是国民经济的支柱产业。

我国历史文化源远流长,我国各族人民勤劳勇敢而又聪明智慧,所

拥有的文化资源和文化创造力是世界上独一无二的。这些资源和能力，一旦与先进的科学技术手段相结合，就会创造出新的奇迹来。改革开放以来，我国的文化产业逐渐迈开了新步伐，从业人员之多，产业进步之快，都是前所未有的。据 2004 年有关调查表明，我国的出版业、报刊业、电影业、广播电视业、音像业、印刷复制业、广告业、旅游业、演艺业、网络传播业等文化产业的总产值已达到 1.2 万亿元人民币，加上由此带动的基本建设、机电设备和相关服务，总产值在 2 万亿元左右，已经成了经济增长的新亮点，在创造财富和扩大就业、提高人民生活上作用巨大，是新兴的支柱产业。

2. 从技术的角度看，文化产业是高新技术的前沿产业。

科学技术是第一生产力，它的每一个进步不仅创造了文化，成为文明的标志，而且推动了文化生产和文化传播的革命。互联网技术、电子技术、计算机技术、移动通讯技术、动漫制造技术等等，普遍在文化产业中使用，提升了文化产业的技术含量，使文化产品的制造和流通进入了大工业时代。高新技术和新材料、新工艺的运用，使文化的增加值成倍上升，一部电影、一个信息、一款游戏、一种书报刊、一次运动会，创造亿万收入的例子，已经比比皆是。高新技术进入文化产业，已经催生了新的文化产品，使文化产业发展的速度和规模大大超过其他的产业，统计表明，高技术文化产品的品种年增 60% 以上，产值年增 30% 以上，有的达到了年年翻番。

3. 从投资的角度看，文化产业是投资回报最好的行业之一。

当代社会各种产业利润主要是依靠自主创新和技术进步来实现，而文化产业正是自主创造和技术含量最高的一个门类。加上政策因素和市场因素的作用，文化产业的资本赢利率比较高。所以，文化产业成了吸引资本的一个高地，国家投资者、企业投资者、民间投资者、国际投资者都争先恐后地进入这个投资领域，“文化是个好生意”已经成为经济人士的共识。文化产业方面投资热将会长期存在，一定会推动文化产业发展、带动经济持续增长。

4. 从消费的角度看，文化产品是与日俱增的消费热点。

随着经济的发展，人们衣食住行的问题解决了，就会追求精神消费，在文化生活上提高质量成为自然需求。据我国十个城市调查，最近 5 年社会和居民文化购买力超速发展，文化产品消费增长 16 个百分点，特别是教育、培训、旅游、通讯、信息、文化娱乐等精神消费增长更是惊人，连带消费的文化设备（电视机、计算机、音像播放机等），现在的文化消费大约达到 2 万亿元人民币。专家预计 5 年内会达到 4 万亿元





人民币以上。而国际文化市场，也是中国文化产业的进军方向，有广阔的前景。国内外两大市场正是推动文化产业发展，支撑国民经济增长的潜在力量。

显而易见，文化产业所具有的生产、技术、投资、市场等几个方面的优势，决定了文化产业必然成为国民经济的新的增长点，无论是城市还是农村，无论是东部还是中部、西部，都可以抓住机遇，在文化产业发展上大有作为。

二、文化产业的标志是文化成为社会生产力

文化产业的确立，不只是承认文化生产能创造物质财富、扩大消费生产和增加国民经济总量，更重要的是标志着文化是一种社会生产力，文化生产、流通、消费的方式发生了重大变化，有利于形成以公有制为主体，多种所有制共同发展的文化产业格局和以民族文化为主体、吸收外来有益文化，推动中华文化走向世界的市场格局。

首先是文化投资主体多元化。文化不再仅仅是精神生产活动，而是成为独立的生产部门，开始由政府办文化走向社会办文化，也不再是政府包办和分配，国资、民资、社会资本、外资都可以投资兴办文化产业，文化投资体系多元化，文化市场主体公平竞争，成为一种必然趋势，打破了文化资源垄断，解放了文化生产力。

其次是文化生产工业化。产业化的本质特征是用工业化的方式生产文化产品。几千年来，文化生产都是手工劳动，即使某些环节使用了机器生产，它仍然没有摆脱手工劳动、自由职业的基本模式，自创、自产、自销占主导地位，缺乏产业的设计、加工、流通的商业模式和市场中介的参与。产业化就引入了大工业的模式，使文化企业的规模、运行、流通环节，都可以借鉴工业的成功经验，迅速壮大起来。培育出跨国的文化企业集团。

再次是文化经营市场化。主体多元化和生产工业化，资本、产品、消费都必然通过市场找到自己的价值。资本要增值，产品要有销路，消费者要选择，这就打破了计划配置资源的框框，进入了市场竞争，文化经营就真正实现了市场化，为卖而产，在竞争中发展。

第四是文化竞争国际化。资本和产品的流动，开拓了国际市场，增强了国际竞争，这在其他领域已经实现。而文化跨国传播也已经是一个不争的事实。过去，由于我们不承认文化是产业，是产品，所以没有进入国际竞争，仅仅叫对外宣传。这种错误认识导致我们的文化缺乏国际竞争力，使美国大片、日本卡通、韩国电视剧进入了我们的市场，占了上风。现在发展文化产业，就要立足两种资源、两种市场，运用我们五

千年的文化积累，打造高质量有国际竞争力的名牌文化产品，进入世界文化市场，参与国际竞争。

三、文化产业对传统经济理论的发展

文化产业的经济价值不止是在增强经济能力和改变文化生产运营模式上带来了新的热点和亮点，在创新经济理论方面也有它的历史意义，对传统经济理论是一个挑战。

1. 资本问题。知识是不是资本，这是确定知识经济和知识分子劳动价值的关键点。传统经济理论认为资本只有两种：一种是货币资本，一种是自然资源（土地、矿山）；形式上也只有两点：一类是不变资本（投在机器、设备、原材料上的货币），一种是可变资本（用在劳动力生产和再生产方面的货币）。劳动力不是资本，那么劳动力的知识也不是一种资本，这正是长期否认知识分子价值的理论根据。文化产业的确立则突破了这一理论。第一，文化产业是知识经济的类型，在这里变成了资本。就像奴隶经济奴隶是主要资本、封建经济土地是主要资本、工业社会货币是主要资本一样，知识经济最主要的资本就是知识。第二，知识要素成了文化产业的核心生产力，因而它作为资本要素参加了生产和分配。第三，知识分子的劳动在产业化的运行中实现了它的市场价值。这就有许多值得研究的问题。

2. 劳动问题。劳动价值理论认为，人类的劳动创造价值，劳动的二重性决定了商品的二重性，商品的价格围绕价值波动，商品的价值取决于生产商品的必要劳动时间，社会的总劳动应均衡地投入社会不同产业、不同行业。可是在文化产业中，劳动者的知识能力、劳动者的创意、发明、专利、版权等知识产权，转化成了现实资本，拥有知识、资本的劳动者参与生产劳动和经营管理，成了极为有价值的创造性劳动。这里的知识资本和劳动者不是对立的不可调和的矛盾，而是统一在一个产业的生产过程中。这是知识经济时代劳动价值论的划时代的变化，应该用创新的理论去认识它。

3. 分配问题。一般认为，是资本都要追求利润，有利润就有剥削了，这是我们长期不能触及的问题。文化产业的资本和劳动者统一起来了，那么这个分配应怎样认识？在文化产业中，拥有知识的劳动者其劳动也有两重性，一方面参加劳动，创造核心价值；一方面是指挥劳动和管理“生产劳动”、监督“生产劳动”，都是加入产品价值的劳动。因此，他的资本和劳动都应该参加分配，知识分子有较高收入就是合理的，实现了知识的价值。但很多人对此不理解，认为知识资本不能参加分配，参加分配就成了剥削行为。党的十六大报告指出：“确立劳动、

