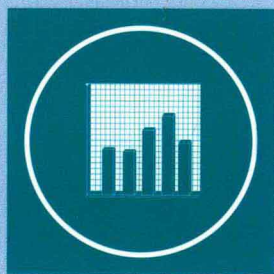


中国社会经济史研究丛书

陈支平 主编

区域文化产业发展战略与模式研究

韩美群 著



天津出版传媒集团

天津古籍出版社

社會經濟史

陈支平 主编

中国社会经济史研究丛书

区域文化产业发展 战略与模式研究

韩美群 著

天津出版传媒集团



天津古籍出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

区域文化产业发展战略与模式研究 / 韩美群著. —
天津: 天津古籍出版社, 2012. 12
(中国社会经济史研究丛书 / 陈支平主编)
ISBN 978-7-5528-0072-2

I. ①区… II. ①韩… III. ①区域文化—文化产业—
研究—中国 IV. ①G127

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第271221号

区域文化产业发展战略与模式研究

韩美群/著

出版人/刘文君

*

天津古籍出版社出版

(天津市西康路35号 邮编300051)

<http://www.tjabc.net>

唐山天意印刷有限责任公司印刷

全国新华书店发行

开本880×1230毫米 1/32 印张9.75 字数300千字

2012年12月第1版 2012年12月第1次印刷

ISBN 978-7-5528-0072-2

定 价: 36.00元

《中国社会经济史研究丛书》总序

陈支平

中国经济史学,又称中国社会经济史学,是中国历史科学的基础领域,它伴随着中国近现代学术的探索之路,走过了百年历程。在这百年沧桑的历程中,中国社会经济史学既迎来了马克思主义唯物论史观的光辉洗礼,也经受了时代政治变迁的无端磨炼。随着新时期市场经济的蓬勃发展,又不经意地给甘为基石的中国社会经济史学界蒙上了一层“低处不胜寒”的失落景象。

站立在 21 世纪的今天,我们回顾中国社会经济史学所走过的艰辛而曲折的道路,不能不对我们的前辈们及同仁们的不懈探索与努力坚持致以崇高的敬意。正是有了这么一代又一代人的薪火相传,中国的社会经济史学才能冲破艰难困境,逐渐步入了一个比较繁荣的时期。时至今日,中国的社会经济史学已经形成了两大居于主流地位的学术流派,这就是以严中平、李文治、吴承明教授等为代表人物的“国民经济史学派”和“新经济史学派”,以及以傅衣凌教授为奠基人的中国社会经济史学派,也称为“新社会史学派”。前者注重于经济学理论的探索,并且将其运用于中国经济历史发展规律的考察,通过宏观、中观、微观多层面及其相互结合转变的研究,从中寻求中国传统社会自身蕴藏着众多的向近代化转型的能动的积极因素;而后者则特别注重从社会史的角度研究经济史,在复杂的历史网络中研究二者的互动关系,注重深化地域性的细部考察和比较研究,从特殊的社会经济生活现象中寻找经济发展的共同规律。

为了继承和发扬前辈们的探索精神,促进中国社会经济史学的进一步繁荣发展,2005 年,我受中国经济史学会的委托,组织出版了

《中国经济史研究丛书》，共20种。丛书出版后，得到学界同仁的好评和鼓励，同时也提出了不少宝贵的意见与建议。学界同仁们的鼓励和建议，增强了我继续组织出版丛书的意愿和信心。恰逢此时，天津古籍出版社愿意为丛书的继续出版挑起重任，于是地利人和，这套崭新的《中国社会经济史研究丛书》就这样与读者见面了。

我们希望通过组织出版这套丛书，更广泛地开拓中国社会经济史的研究领域，更紧密地团结中国社会经济史学界不同流派的学人，更加多样性地凝练中国社会经济史研究的最新成果，从而打破以往中国社会经济史学界那种较为封闭的格局，使之逐步成为带有世界性意义的中国社会经济史学。半个世纪前，我们的前辈们就开始了跨越社会学、历史学、经济学、民俗学等多学科的学术研究，这一探索几乎是与法国年鉴学派的第一代学者同时进行的。在中国社会经济史领域进行的注重基层社会的细部考察与宏观审视相结合，以及跨学科的学术探索，与同时代的法国年鉴学派的学人们所秉持的将传统的历史学与地理学、经济学、语言学、心理学、人类学等多种社会科学相结合，把治史领域扩展到广阔的人类活动领域，特别是社会生活史层面，使得历史学研究与其他社会科学联系更加紧密，其学术意趣实有许多相通之处。然而由于20世纪下半叶中国社会的封闭状态和国外学界缺少应有的交流，因此与年鉴学派在欧洲史学取得主导地位的发展相比，这一时期的中国社会经济史研究显得沉寂。如今，在国际学术界，“科际整合”已成为不可阻挡的潮流，历史学与其他人文科学的边界更加模糊，在互相渗透和融合中产生了许多新兴学科的生长点。可以预见，中国社会经济史学将随着我国改革开放的不断深化而在国际的学术交流中显露出应有的互动与影响力。

这就是《中国社会经济史研究丛书》的责任与光荣，让我们热切地期盼着它的成长和壮大吧！

目 录

引 论 / 1

- 一、区域文化产业界说 / 2
 - (一)文化产业 / 3
 - (二)区域文化产业 / 7
 - (三)区域文化产业研究意义 / 8
- 二、研究现状 / 11
 - (一)国外研究现状 / 11
 - (二)国内研究现状 / 14
 - (三)研究现状述评 / 18
- 三、研究计划 / 19
 - (一)研究思路 / 19
 - (二)研究方法 / 20
 - (三)预期创新 / 22

第一章 文化产业与区域发展 / 23

第一节 文化与经济共生 / 23

- 一、经济中的文化与经济文化化 / 24

二、文化中的经济与文化经济化 / 26

三、文化、经济的一体化与文化产业社会化 / 28

第二节 文化产业与区域经济同构 / 30

一、区域经济涵盖文化产业 / 30

二、文化产业助推区域经济 / 33

第三节 文化产业与社会进步互动 / 37

一、人的发展是社会进步的本质内容 / 37

二、文化产业是人的发展的重要引擎 / 39

第二章 区域文化产业发展的相关理论述评 / 41

第一节 区域文化产业发展战略的相关理论 / 41

一、均衡发展战略 / 42

二、非均衡发展战略 / 46

第二节 区域文化产业发展模式的相关理论 / 52

一、比较优势理论 / 53

二、经济区位理论 / 58

三、产业集聚理论 / 67

四、经济辐射理论 / 71

第三章 西方文化产业发展概况及区域模式 / 79

第一节 历史进程 / 79

一、形成阶段 / 80

二、快速成长阶段 / 81

三、向外扩张阶段 / 83

第二节 区域发展模式 / 85

一、资源优势模式 / 85

二、资本技术模式 / 88

三、整合集约模式 / 90

四、区域非均衡发展模式 / 93

第四章 我国文化产业发展概况及区域布局 / 95

第一节 发展轨迹 / 95

- 一、文化经济政策的历史演变 / 96
- 二、文化产业发展的历史沿革 / 102

第二节 区域布局 / 111

- 一、历史角度的总体考察 / 112
- 二、现实视角的比较分析 / 113

第五章 区域文化产业发展的影响因素及个案分析 / 119

第一节 内在因素 / 119

- 一、文化产业资源 / 119
- 二、文化产业资本 / 124
- 三、技术和人才 / 128

第二节 外在因素 / 132

- 一、文化市场环境 / 132
- 二、文化政策环境 / 142

第六章 区域文化产业发展战略与模式的理论分析 / 151

第一节 区域文化产业发展的战略思考 / 151

- 一、突出特色与跨越式发展战略 / 152
- 二、优化结构与一体化发展战略 / 158
- 三、文化创新与可持续发展战略 / 161

第二节 区域文化产业发展的模式探究 / 164

- 一、生产要素优势模式 / 165
- 二、行业带动模式 / 171
- 三、空间组织模式 / 179

第三节 区域文化产业发展战略与模式的合理选择 / 183

- 一、总体导向 / 183

二、综合指标 / 189

三、可行性研究 / 192

第七章 区域文化产业发展战略与模式的实证剖析 / 197

第一节 湖南、湖北文化产业发展概况 / 197

一、湖南文化产业发展现状 / 197

二、湖北文化产业发展现状 / 208

三、总体比较 / 219

第二节 湖南、湖北文化产业发展的 SWOT 分析 / 220

一、内部因素之优势与劣势分析 / 220

二、外部因素之机遇与威胁分析 / 237

三、湖南、湖北文化产业影响因素比较分析 / 252

第三节 湖南、湖北文化产业发展的战略优化与模式重建 / 253

一、湖南战略与湖南模式 / 253

二、湖北战略与湖北模式 / 270

参考文献 / 293

后记 / 299

引 论

18 世纪工业经济的出现,以科学技术为主要内容的文化因素,把世界经济推向了一个新的高点。后工业时代,世界经济正面临着—场极其深刻的变革,文化经济已成为推动经济社会综合发展的新的经济增长点,其意义将比工业经济更加深远。

纵观整个 20 世纪,文化产业经济作为一种独特经济现象在西方的繁荣,一方面使文化的存在形态、整体格局、实力、观念等发生了质的改变;另一方面,新兴的文化产业还越来越成为强大的经济实体,在整个经济发展中占有相当大的比重,甚至成为国民经济的支柱产业之一。据资料显示,当今发达国家文化产业的产值占 GDP 的比重均超过了 10%,有的甚至高达 30%。因此,大多数国家都将文化产业作为 21 世纪的朝阳产业或黄金产业加以培育。在我国,随着经济社会的发展和人们生活水平的提高,文化产业经济的地位亦愈益重要。近几年来,我国文化产业每年以高于 12% 的速度递增,其增长速度高于 GDP 的增长速度,已经成为经济增长的一个新亮点。但是与发达国家相比,我国文化产业在国民经济中所占的比例还相当低,文化产业发展还处于初始阶段。如何加快我国文化产业的发展,以满足人们日益增长的文化精神需要,进而推动我国经济结构的改

善和经济又好又快的发展,是当前社会发展的热点问题之一。

随着经济全球化进程的加快,以及文化产业的特殊生产、传播和消费方式,文化产业日益呈现出全球化的人类共性。一些知名文化产品极具渗透力,能在一夜之间传遍全球任意角落,并取得巨大的经济效益。但是就文化属性而言,文化产业的这种共性丝毫没有改变其地域性特征,相反却赋予了文化产业更多的地方/地域特色。地域性在某种意义上表现为地方集体化的个性。Allen J Scott 在论述地域、文化与经济的关系时曾指出:“地域与文化总是彼此联系的,因为任何地方都是相互联系的人的聚居地,具有深厚地方特色的文化将不同的地域区分开来。”^①地域与文化相辅相成,不可分割,文化有其独特的地域特征,地域有其个性的文化标识。但是,不同地域的文化个性实际上却表现出了原生原发的人类共性。正所谓越是民族的就越是人类的,越是地域的就越是世界的,人们需要的就是这种具有个性特质的人类共性文化。正因如此,世界知名的文化产业都烙上了鲜活的地方性色彩,文化产业发展的区域化特征也日益凸现。

基于以上视野,本文将以区域文化产业作为主要研究对象,在分析区域文化产业发展特殊性和一般性的基础上得出普适和共性的结论。

一、区域文化产业界说

将地域概念引入文化产业这一特殊行业内,便形成“区域文化产业”的主要视野,它重点研究不同经济地域的文化产业发展问题。为了对区域文化产业作更科学和有价值的研究,我们有必要对“文化产业”及“区域文化产业”概念从理论上进行解读。

^① Allen J Scott, *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-Producing Industries*. SAGE Publications Ltd. London, 2000. 3.

(一)文化产业

1. 界定及分类

“文化产业”是一个颇具争议和难以界定的概念,国际上至今尚无统一界定。“由于国情和文化背景不同,各国对文化产业的内涵有不同的理解和认识,确定的文化产业概念和统计范围差别较大。英国、澳大利亚、日本关于文化产业的口径范围相对宽泛些;而联合国教科文组织和加拿大文化产业的口径范围相对狭窄些。各自国家对文化产业的内涵界定也有差别。在文化产业(中国、法国)这个外延最大的概念之外,出现了‘创意产业’(英国)、“内容产业”(韩国、欧盟)、“休闲产业”(澳大利亚)、“版权产业”(美国)等新名词”^①。

在中国,不同学者、不同行业也存在较大的分歧。从研究理路上看,当前学者在对“文化产业”的概念及其内涵进行探讨时,一般从两个角度深入:一是从史的角度,将西方 20 世纪 30—40 年代开始的“文化产业”及其相关概念进行梳理,走的是概念“进化”道路^②;二是从国别学的角度,将不同国家、不同行业、不同学者所提出的概念进行剖析,走的是概念“比较”路线^③。通过两方面的研究,学界对东西文化产业的概念得出大致的共识^④:

首先,西方国家对文化产业的理论概括程度较高,具有文化人类学的视点,从文化产品、文化产业中“离析”出“文化意义”、“文化附加值”等,学术性较强,也较为科学、精确;

其次,西方文化产业发展较为充分,文化产品繁多,因而文化产

① 陈锋:《扫描:世界各国文化产业的内涵和政策取向》,载《文化参考》,2008 年第 9 期。

② 如丹增《文化产业发展论》(人民出版社 2005 年版)、刘吉发等《文化产业学》(经济管理出版社 2005 年版)等等。

③ 如邹广文、徐庆文《全球化与中国文化产业发展》(中央编译出版社 2006 年版)、苑洁《文化产业行业界定的比较研究》(《理论建设》2005 年第 1 期)等等。

④ 刘吉发、岳红记、陈怀平等:《文化产业学》,经济管理出版社 2005 年版,第 19—20 页。

业范围较广泛。同时西方国家善于将科学性和实用性结合起来,善于从生产、销售等环节考虑问题,所以,对文化产业的分类较为合理、全面;

最后,中国的文化产业概念,理论概括程度较低,倾向于从政治经济学等角度看问题,具有较为鲜明的政治色彩,但适合国情,易于为我们理解、接受,操作性较强。

以上研究都比较深入,这里我们不再做重复探讨,仅就当前国内较为认同的国家统计局公布的概念进行评析。

2004年,为了进一步规范文化产业的相关研究,统一文化产业统计口径,国家统计局公布我国首个《文化及相关产业分类》^①,为文化产业提出了统一的定义,并制定了比较完善的统计分类标准。在这部文献中,文化产业被界定为:“为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动,以及与这些有关的活动的集合。”该界定涉及我国现行《国民经济行业分类》(GB/T4754-2002)中的80个行业类别,根据各类文化活动的特征和同质性,将全部文化产业活动划分为9大类别,分别是:

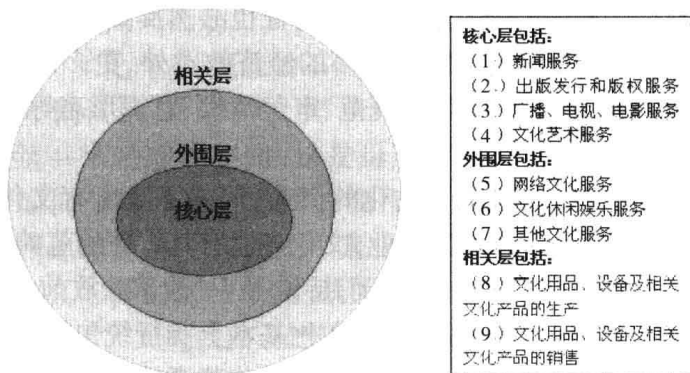
- (1) 新闻服务
- (2) 出版发行和版权服务
- (3) 广播、电视、电影服务
- (4) 文化艺术服务
- (5) 网络文化服务
- (6) 文化休闲娱乐服务
- (7) 其他文化服务
- (8) 文化用品、设备及相关文化产品的生产

^① 2003年7月,在中宣部的推动和直接领导下,成立了由国家统计局牵头,文化部、广播电影电视总局、新闻出版总署、国家文物局等单位参加的“文化产业统计研究课题组”。经过深入研究,课题组对我国文化及相关产业进行了界定,提出了《文化及相关产业分类》标准,于2004年4月由国家统计局(国统字[2004]24号)作为国家统计标准颁布实施。参见国家统计局网站 http://www.stats.gov.cn/was40/gjtjj_outline.jsp。

(9)文化用品、设备及相关文化产品的销售

以上9大类按产业链和上下层分类关系,又可分为24个中类和80个小类。同时为了满足分析研究与宏观决策的需要,上述9个类别又划分为核心层、外围层和相关层3个层次。核心层包括(1)至(4)4个大类,主要反映传统意义上的文化产业;外围层包括(5)(6)(7)3个大类,主要反映改革开放后发展起来的新兴文化产业;相关层包括(8)和(9)2个大类,主要反映相关文化服务。核心层和外围层是文化产业的主导部分,称为“文化服务”,相关层是文化产业的延伸,称为“相关文化服务”。(详见图0-1)

图0-1 文化及相关产业分类图



以上定义和范围对于规范我国文化管理和文化统计的意义是不言而喻的,大大推动了我国文化体制改革和文化产业健康发展。本文所涉及“文化产业”及其相关研究,均以此为依据。

2. 本质内涵

鉴于学界对文化产业的分歧和争论,以下我们从属性的层面上详解其内涵。

“文化产业”首先是产业(industry),属于经济学范畴,是现代经济形态的存在方式之一。产业的基本特征是大规模的制造和市场化的销售,其中“制造”主要涉及技术,“销售”主要涉及市场。随着经济的发展和科技日趋进步,在文化产业大生产各环节中,人们日

益重视自主创新能力的提升和自主知识产权的获取,知识性、技术性和创意程度等成为决定文化产业成败与否的关键因素。在文化产业的市场化环节中,文化产业的另一个属性便是由市场机制决定的营销分配。如果缺少这一商业化特征,文化产业是不能称之为文化产业的,这主要受制于社会的客观需求以及经济发展的内在规律。

其次,文化产业不同于其他产业,它是关于“文化”的产业,是人类文化活动的一部分。文化,从广义上讲就是“人化”。人类的精神性渗透其中是文化的最大特点。文化产业同样如此,人类的精神通过对象化、行为化和物化渗透到经济活动的结果便是文化产业。正因如此,文化的意识形态性、社会性等特征也必然反映在文化产业中。因而,文化产业除了追求尽可能多的经济效益外,更多地表达的是一种价值观念,对人们的行为规范、审美情操、意识形态等都有较大的影响。

最后,文化产业是关于文化的产业,但并不是所有文化都可以产业化发展。作为一个新兴行业,文化产业有其特殊的范畴。而这个范畴究竟应该如何划定?对此人们持说不一。改革开放前,由于过多强调文化的意识形态性,我国对文化基本上实行统包统管式管理,现代意义上的文化产业几乎处于空白。改革开放后,我国对文化体制进行了多次改革,特别是2002年,党的“十六大”报告明确把文化经济分为公益性的文化事业与经营性文化产业两种形式,并分别提出了两者的发展方向和改革任务。至此,我国对文化产业范畴有了基本的认定,文化产业开始走向正规化、良性发展道路。但是,在实践中文化产业的范畴却不是严格划定的,它与文化事业的区分是相对和可以转化的。根据与市场的关系,人们一般认为不以盈利为主要目的公益性的文化,如教育、文化馆、科学、慈善等属于文化事业范畴。但是在市场化程度高度发达的今天,这一范畴的界限开始变得越来越模糊。教育机构、学术研究团体可以市场化操作,文化馆能够对外开放赚钱,科研成果转化和市场化程度越来越高,甚至慈善事

业也可以采取市场方式经营。另一方面,随着社会经济的进一步发展,以及公共文化服务体系的健全,一些文化产业如图书馆、博物馆、纪念馆、公园等,原本市场化的经营模式开始转变为免费为社会公共文化需要服务。总的来看,文化产业与文化事业不仅相互融合,在条件成熟时也可以相互转化,这主要是由文化的特殊属性决定的,它是我们研究文化产业时必须重视的一种现象。

(二)区域文化产业

文化产业总是分布于某一特定的区域,区域文化产业已成为现代区域经济发展的强大动力。那么,何谓区域文化产业呢?对“区域”、“文化”、“文化产业”概念的不同理解,都会导致人们对“区域文化产业”的不同认识。

区域是一个物理的空间,这是毋庸置疑的,问题是区域这一物理空间如何分割开来?不同的视角必然会导致区域的不同划分。从自然地理的角度,山川、河流、海洋、湖泊、森林、草原、气温等都可以定义不同的区域单元。从人类创造活动的角度,区域的划分就更为复杂了。人造铁路、公路、港口、城市群等可以成为划分区域的依据;政府行政管理单元也是一种区域划分方式;不同民族聚居的社会群落可以形成民族区域……由于人类的活动总是处于不断变换和创造过程中,以人类活动来划分的区域通常也是变动的。

本文主要研究区域文化产业,作为产业之一,它主要是一种经济形态。除了上述划分方法外,从经济学的角度来界定和划分区域意义更大。经济视域的区域,是从人类经济活动以及经济规律的角度来定义地理单元,如重化工业区、能源生产区、农业区、牧业区、商贸区以及农村、城市、产业园区、开发区等等。美国著名区域经济学家艾德加·胡佛(Edgar M.Hoover)曾对经济区域作出解释:“区域是基于描述、分析、管理、计划或制定政策等目的而作为一个应用性整体

加以考察的地区。”^①该视野下的“区域”概念兼有地理空间、行政管理 and 经济系统多个基本要素,实质上是一个跨行政、跨地理的概念,是不同行政或自然地理区域按经济发展规律而整合的统一体。所以,自然条件、社会条件和经济条件的同质性和相似性,就成为我们界定和划分“区域”文化产业的基本依据。

区域文化产业还离不开“文化”基础。文化有多个范畴,从大的角度来划分,文化可分为物质文化、制度文化和精神文化。物质文化是为了满足人们生产、生活需要所创造的,凝聚、体现、寄托着人的生存方式、生存状态、思想感情的物质过程和物质产品,如食物、房屋、衣物、交通用具、生产工具等;精神文化是人们在社会实践和意识活动中培育出的价值观念、思维方式、伦理道德、审美情趣、民族性格、宗教感情等;制度文化是反映个人与他人、个体与群体关系的一种社会文化,通常表现为各种各样的制度形态,如政治、经济、文化、教育、军事等制度以及法律法规等规范。以上三方面的文化形态对区域文化产业都会产生较大影响,物质文化是区域文化产业的物质基础,精神文化是区域文化产业的核心,而制度文化作为文化整体的一个组成部分,一方面构成了人类行为的习惯和规范,另一方面也制约了或主导了物质文化的变迁,因此,它既是区域文化产业发展的产物,也是其制度保障。

综上所述,区域文化产业的研究内容主要分为两个方向,其一是区域文化产业与不同自然、社会、文化和经济条件的相互关系,以及区域内文化产业的发展问题;其二是不同区域间文化产业发展问题。

(三)区域文化产业研究意义

从我国文化产业的发展现状来看,不仅总量和规模偏小,供需

^① [美] 艾德加·胡佛著,张翼龙译:《区域经济学导论》(第三版),上海远东出版社 1992 年版,第 2 页。