

文化产业研究丛书 DIFANG WENHUA CHANYE FAZHAN CELUE XITONG YANJIU

地方文化产业 发展策略系统研究

王广振 著



海峡出版发行集团 | 福建人民出版社
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP | FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

014005322

文化产业研究丛书

DIFANG WENHUA CHANYE FAZH

G127
05

地方文化产业 发展策略系统研究

王广振 著



G127
05



北航

C1692498



海峡出版发行集团
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTION GROUP

福建人民出版社
FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

地方文化产业发展策略系统研究/王广振著. —福州:
福建人民出版社, 2013. 9

(文化产业研究丛书)

ISBN 978-7-211-06817-3

I. ①地… II. ①王… III. ①地方文化—文化产业—
产业发展—研究—中国 IV. ①G127

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 219781 号

地方文化产业发展策略系统研究

DIFANG WENHUA CHANYE FAZHAN CELUE XITONG YANJIU

作 者: 王广振

责任编辑: 黄须友

出版发行: 海峡出版发行集团

福建人民出版社

电 话: 0591-87533169(发行部)

电子邮箱: fjpph7211@126.com

网 址: <http://www.fjpph.com>

微 博: <http://weibo.com/fjpph>

地 址: 福州市东水路 76 号

邮政编码: 350001

经 销: 福建新华发行(集团)有限责任公司

印 刷: 福建省天一屏山印务有限公司

地 址: 福州市闽侯永丰村

邮政编码: 350101

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张: 11

字 数: 185 千字

版 次: 2013 年 9 月第 1 版

2013 年 9 月第 1 次印刷

印 数: 1—2000

书 号: ISBN 978-7-211-06817-3

定 价: 33.00 元

本书如有印装质量问题,影响阅读,请直接向承印厂调换

版权所有,翻印必究



北航

C1692498

目 录

绪论	(001)
第一章 文化产业的内涵与外延	(011)
第一节 文化产业概念的双重语境	(011)
第二节 文化产业的双重性质	(014)
第三节 文化产业的解析框架	(017)
第四节 文化产业的定义与分类	(024)
第二章 地方文化资源评估系统	(028)
第一节 目的、意义及相关研究	(028)
第二节 构建地方文化资源分类体系	(032)
第三节 构建地方文化资源统计指标体系	(038)
第四节 构建地方文化资源价值评估体系	(045)
第五节 地方文化资源现状的综合评估	(049)
第三章 地方文化产业现状评估系统	(055)
第一节 目的、意义及相关研究	(055)
第二节 地方文化产业现状统计指标体系	(057)
第三节 地方文化产业现状评估指标体系	(060)
第四章 地方文化产业战略定位系统	(065)
第一节 目的、意义及相关研究	(065)
第二节 地方文化产业发展定位分析	(071)
第三节 地方文化产业发展目标分析	(079)
第四节 地方文化产业发展战略选择	(082)
第五章 地方文化产业空间布局系统	(091)
第一节 目的、意义及相关研究	(091)
第二节 地方文化产业空间布局的现状调查	(101)

第三节	地方文化产业空间布局分析	(103)
第四节	个案解析：山东省文化产业空间布局	(115)
第六章	地方文化产业公共平台系统	(120)
第一节	目的、意义及相关研究	(120)
第二节	文化产业公共平台概念分析	(122)
第三节	地方文化产业公共平台的分类	(124)
第四节	地方文化产业公共平台的构建	(127)
第七章	地方文化产业项目策划系统	(138)
第一节	目的、意义及相关研究	(138)
第二节	文化产业项目的概念及特点	(140)
第三节	地方文化产业项目策划基本思路	(144)
第四节	地方文化产业项目策划流程	(153)
参考文献		(159)
后 记		(168)

绪 论

本书对“地方”的界定,是以传统上的行政区域(如山东省)和经济区域(如长江三角洲城市群)为基础,但又不完全囿于此,还充分考虑到了文化产业、文化资源、文化市场等的特殊性。基于此,本书中的“地方”指:①乡镇、县区和地市,②根据共同文化特征而组成的多个乡、县、市组合,③具有一定独立性的风景区、文化区和其他。

地方文化产业是国家文化产业战略和政策的具体反映,地方文化产业在考虑大城市文化产业之外更加重视城市周边文化资源的挖掘整合与文化产业的整体打造。地方文化产业发展的优势是文化资源丰富而独特,容易获得当地民众的认可,缺陷则是缺乏长期性规划与效益评估,大多复制模仿,恶性竞争,其结果往往是热闹有余、内涵不足、创意匮乏。问题的症结在于忽视了“地方”问题、忽视了地方的“本土性”,当然也就难以制定有针对性的和可操作的发展策略。因此,研究并制定出具有地方特色的文化产业发展策略方案,找到地方独特的定位,其意义尤为重要。

地方文化产业本身是一个复杂的有机系统,而地方文化产业发展策略系统旨在为地方文化产业发展提供一个系统化的解决方案。

一、本课题研究现状

(一) 国内研究现状

国内当前对于地方文化产业的研究主要可以归为两类:

一类为理论研究,主要是对地方文化产业相关因素和基本原理作概念性论述。此类研究虽然不乏系统性和理论深度,但是实用性较差,可以给实践者以“启发”,却难以给予“指导”;这类研究的代表作有《区域文化产业》(向勇著,海天出版社2007年版)、《地方文化产业经营》(郭鉴著,浙江大学出版社2007年版)、《吾地与吾民:地方文化产业研究》(郭鉴著,浙江大学出版社2008年版)等。

一类为实践研究,主要是针对某一具体地方或具体项目所作的政策性、规划性研究。这类研究“具体问题具体分析”,有针对性强、操作性强的优点,但普遍缺乏理论深度、普适性较差、推广价值有限;主要包括各研究单位(以高校为主)为地方政府和企业所作的咨询性研究报告以及“案例分析”式的论著,代表作有《山东文化资源的开发和利用》(张廷兴等著,中国档案出版社2004年版)、《经营遗产——齐文化开发与齐故城遗址公园建设研究》(王德刚等著,山东大学出版社2005年版)、《中国文化产业经典案例分析(上、下)》(李颖生、潦寒主编,河南文艺出版社2007年版)、《态与势:云南文化产业研究》(施惟达主编,云南大学出版社2007年版)、《北京文化创意产业发展理论与实践探索》(刘牧雨主编,中国经济出版社2007年版)、《文化产业规划案例精析》(顾江主编,东南大学出版社2008年版)、《文化产业经营管理成功案例解读》(宋培文主编,中国广播电视出版社2008年版)、《文化建设案例丛书(第一辑)》(本书编委会编,中国社会科学出版社2009年版)等。

(二) 国外研究现状

国外开始对地方文化产业的研究比国内稍早,但仍然集中于2000年之后,主要代表包括英国、美国、加拿大、澳大利亚、日本等国家以及欧盟文化教育委员会和联合国教科文组织等国际组织。其研究基本也可归为理论研究和实践研究两类,其中尤以实践研究为盛,代表性成果有:《创造机遇——英国地方文化战略指导》(*Creating Opportunities: Guidance for Local Authorities in England on Local Cultural Strategies*, by DCMS. 2000.)、《南卡罗莱纳文化产业的经济效用研究》(*The Economic Impact of the Cultural Industry on the State of South Carolina*, by The Division of Research, Agust 2002.)、《东南欧文化产业布局规划》(*Mapping the Position of Cultural Industries in Southeastern Europe*, by Jaka Primorac. Appeared in *Cultural Transitions in Southeastern Europe*, N. Švob-Dokic, ed. 2004, Zagreb: Institute for International Relations)、《区域文化产业布局研究——以英国东南部为例》(*Mapping the Cultural Industries: Regionalisation; the Example of South East England*, by Andy C. Pratt. Appeared in *Cultural industries and the Production of Culture*. Power Dominic and Scott Allen J., ed. London, 2004. UK: Routledge)、《金沢——城市创意与可持续发展》(*Kanazawa: A Creative and Sustainable City*, by Masayuki Sasaki. Appeared in www.ritsumeit.ac.jp/assoc/policy_science/102/10202.pdf)、《奥地利创意产业研究

报告(第一份、第二份)》(*First Report on Creative Industries in Austria, Second Austrian Report on Creative Industries*, by Austrian Institute for SME Research. Appeared in www.kmuforschung.ac.at)、《佛罗里达艺术与文化产业经济效用研究》(*Economic Impact of Florida's Arts and Cultural Industry*, by Dr. William Stronge. January 2004. Appeared in www.yourpbc.org)、《奥克兰文化产业发展蓝图》(*Blueprint: Growing Auckland's Creative Industries*, Appeared in www.aucklandcity.govt.nz)、《构建国家创新体系——促进创意产业增值》(*Designing a National Innovation System to Allow the Creative Industries to add Value*, by Lelia Green, Edith Cowan University. 2008)、《艺术、创意、产业研究——以新加坡为例》(*Art, Creativity and Industry: The Case of Singapore*, by BAEY Yam Keng, 23 February 2005)。

二、研究背景与研究价值

(一) 研究背景

中国文化产业发展整体趋势尚好,但仍面临着一些问题。首先,虽然国家在战略与政策层面对文化产业的支持非常明显,但在战略实施、政策落实以及产业实践层面还面临着诸多困难;其次,以北京、上海、深圳等为代表的大城市,人才集聚、资金充足、基础设施完备,文化产业发展迅速,但对于广大中小城市和农村地区,文化产业与社会经济整体发展仍未完全协调,与日益增长的群众文化需求还存在一定差距。

鉴于此,我们提出了地方文化产业的概念。地方文化产业是国家文化产业振兴战略的具体实施,是宏观文化产业政策的具体落实,是国家文化产业竞争力的具体体现。地方文化产业的发展与整个地方的经济、社会、文化密切相关,既有自己独特的优势,也存在很多先天不足,是一项复杂的系统工程。总之,地方文化产业具有自己的特点,与国家文化产业、城市文化产业不同,因此,我们构建了这套地方文化产业发展策略系统。

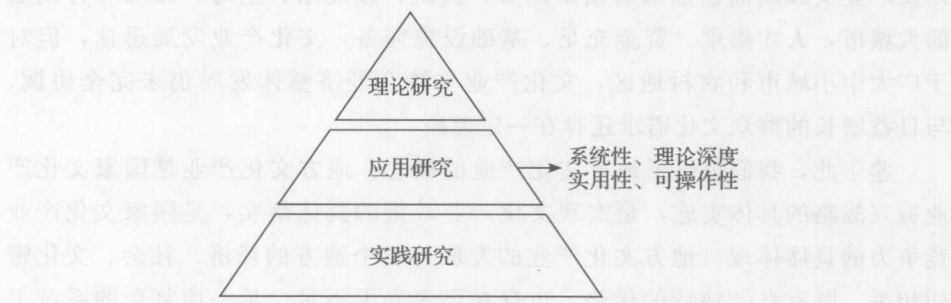
(二) 价值与创新

当前,中国的文化产业研究尚未建立完备的理论体系,在指导文化产业实践的过程中具有很大的随意性。总的来看,中国文化产业研究还存在着以下不足:第一,泛泛而论、流于表面,对文化产业的阐释仅仅停留在一般的说理层面,这虽然有助于从整体上提高人们对文化产业的认识和重视,但缺乏针对性和指导性;第二,概念不清、体系混乱,这是一门新学科从建立到

成熟的必经阶段,文化产业也不例外,我国文化产业理论和实践都正处在一个快速成长期,因此出现这种情况也在所难免;第三,生搬硬套,一门新学科的成熟必然要吸收已成熟学科的理论和方法,但是吸收之后还应有一个内化的过程,当前中国的文化产业理论在借鉴传统经济学、管理学的时候并没有结合文化产业自身的特点进行有效的内化,因此其指导实践的作用也大打折扣。

地方文化产业发展策略系统的最大创新之处在于,它既注重系统性与逻辑性,又注重指导性和可操作性:1. 系统性与逻辑性。地方文化产业发展策略系统在严密构建文化产业理论体系的基础上,用系统化的方法对地方文化产业进行规范化的分析,以地方文化产业发展相关的各要素为节点,以其逻辑关系为线索,构成一个严密的网络系统。2. 指导性和可操作性。地方文化产业发展策略系统直接以地方文化产业实践为落脚点,不但对地方文化产业的发展理论进行挖掘、整理和重构,还要在此基础上制定切实可行的操作规程和方法指南。

就学术价值而言,本课题定位在理论研究与实践研究之间的应用研究,系统性与实用性并重,既强调理论深度又强调可操作性(如图表1所示)。这对于我国文化产业理论向系统化、严密化、规范化方向发展具有重要意义,对于我国文化产业理论体系构建和学科体系建设也具有较大的参考价值。



图表1 文化产业研究三层次示意图

地方文化产业与整个地方的经济、社会、文化密切相关,其发展是一项复杂的系统工程。本研究旨在为地方文化产业的发展建立一套科学、合理、完善的“策略系统”。而这套“策略系统”将成为地方文化产业发展的理想解决方案,能为地方相关管理部门制定文化产业政策和规划提供完善的理论基础和科学的分析框架。这将极大地提高地方文化资源的开发利用效率,减少对地方文化资源的浪费和破坏,有效地促进文化产品的创意开发和生产流通,增强地方文化市场的活力,最终促进地方文化产业的实质性发展。

本研究最大的难点就是对地方文化产业的相关因素进行“无遗漏、无重叠”的提取、分类和逻辑化处理。其次，本课题还面临着许多技术上的难题，比如地方文化资源统计与评估、地方文化产业现状统计与评估以及地方文化产业项目统计等，面临着很多社会科学统计工具和方法上的难题。

三、系统分析框架

（一）问题导向

1. 提出问题

对于某一地方决策者和管理者，应该如何发展该地方的文化产业？

2. 分析问题

第一，地方文化产业的最基本单位是一个个的文化产业项目；

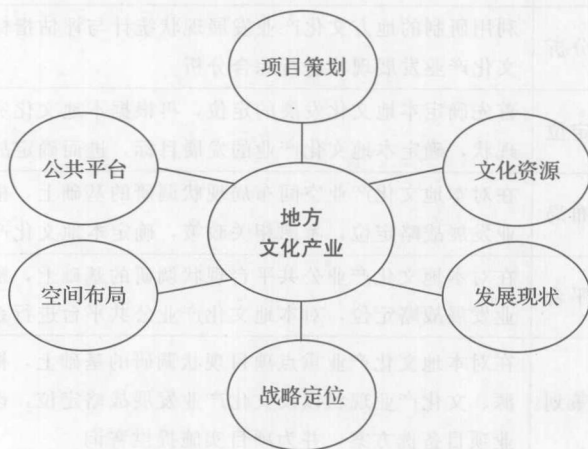
第二，一个项目的健康成长需要一个良好的公共平台，多个项目协调发展需要进行合理的空间布局；

第三，公共平台和空间布局问题事关该地的整体战略定位；

第四，战略定位需要通过对该地文化资源和文化产业发展现状的分析来确定。

（二）提炼要素

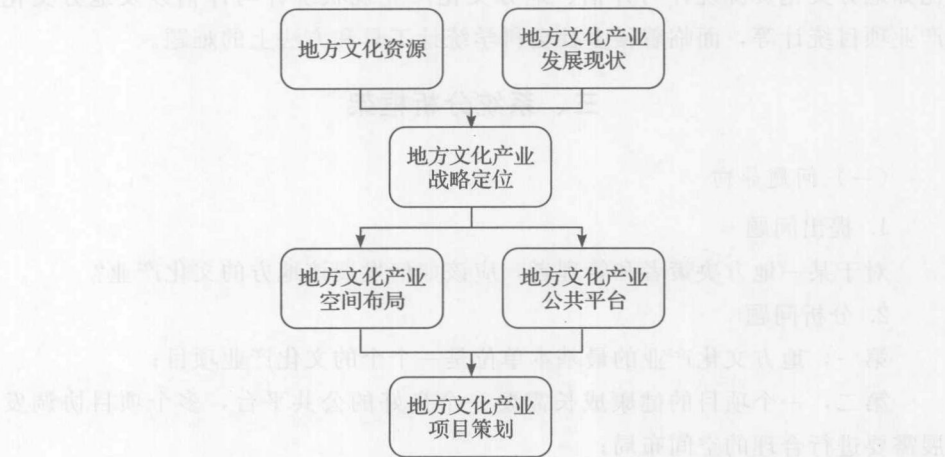
通过以上分析得出地方文化产业发展的几个关键要素，即文化资源、文化产业发展现状、文化产业战略定位、文化产业空间布局、文化产业公共平台、文化产业项目策划（如图表 2 所示）。



图表 2 地方文化产业发展的六大要素示意图

(三) 构建系统

地方文化产业的六大要素具有内在的联系（见图表 3）。



图表 3 地方文化产业六大要素关系示意图

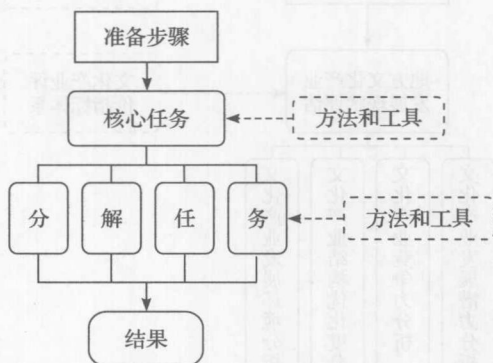
对六大要素的分析便构成地方文化产业发展策略系统的六个子系统，即地方文化资源评估系统、地方文化产业现状分析系统、地方文化产业战略定位系统、地方文化产业空间布局系统、地方文化产业公共平台系统和地方文化产业项目策划系统。各子系统内容及其关系如下图所示（见图表 4）：

地方文化产业发展策略系统	资源评估	利用研制的地方文化资源统计与评估指标体系，对本地文化资源的存量价值进行综合评估
	现状分析	利用研制的地方文化产业发展现状统计与评估指标体系，对本地文化产业发展现状进行综合分析
	战略定位	首先确定本地文化发展的定位，再根据本地文化资源与文化产业现状，确定本地文化产业的发展目标，进而确定战略选择
	空间布局	在对本地文化产业空间布局现状调研的基础上，根据本地文化产业发展战略定位，考虑相关政策，确定本地文化产业的空间布局
	公共平台	在对本地文化产业公共平台现状调研的基础上，根据本地文化产业发展战略定位，对本地文化产业公共平台进行系统构建
	项目策划	在对本地文化产业重点项目现状调研的基础上，根据本地文化资源、文化产业现状以及文化产业发展战略定位，设计本地文化产业项目备选方案，并为项目实施提供咨询

图表 4 地方文化产业发展策略系统的六大子系统内容示意图

四、系统技术路线

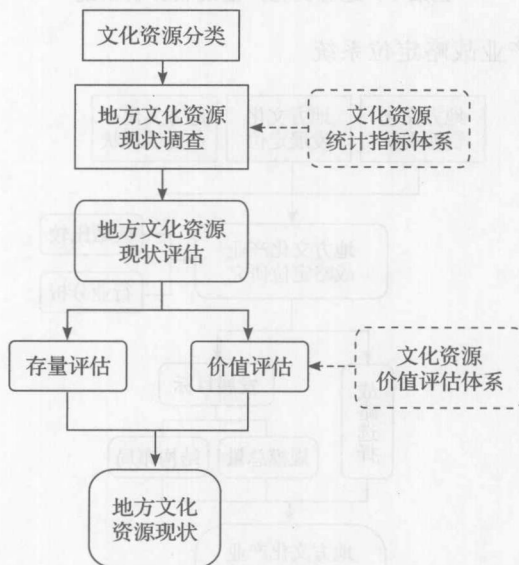
各个子系统都按照严格的步骤和方法进行分析,形成了一定的思考模式(见图表5):



图表5 地方文化产业发展崛起策略系统思考路线示意图

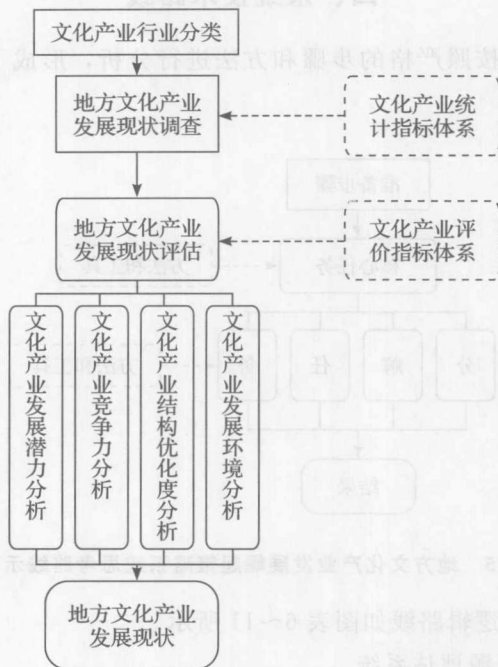
各个子系统的逻辑路线如图表6~11所示。

1. 地方文化资源评估系统



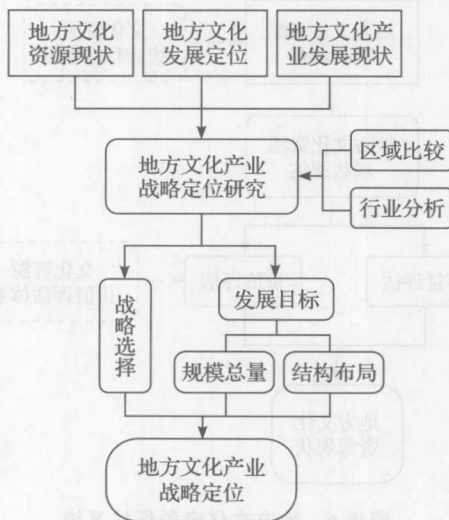
图表6 地方文化资源评估系统

2. 地方文化产业现状分析系统



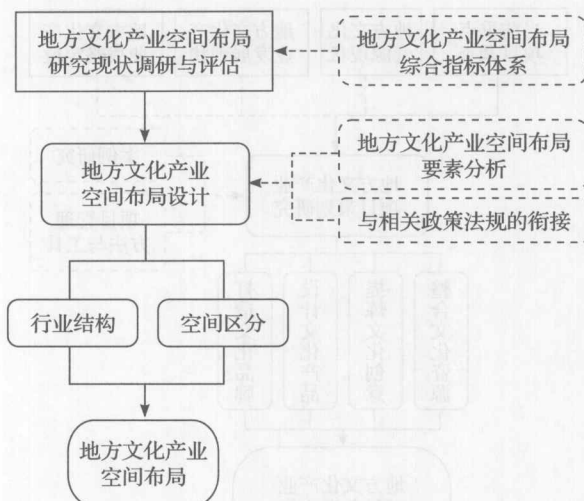
图表 7 地方文化产业现状分析系统

3. 地方文化产业战略定位系统



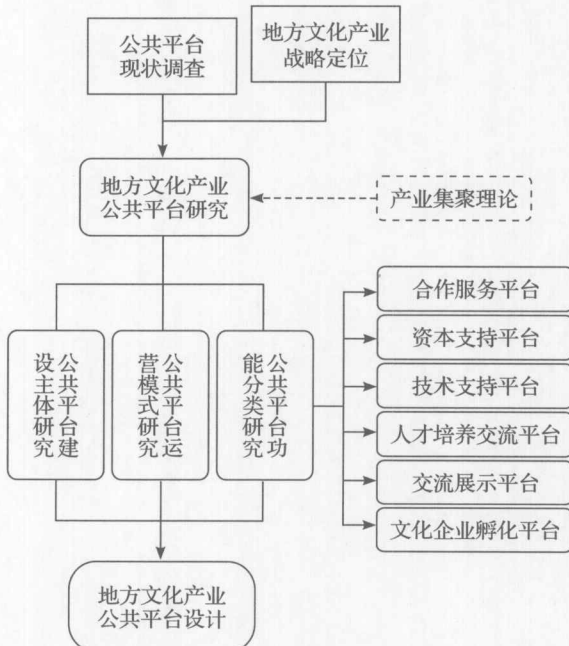
图表 8 地方文化产业战略定位系统

4. 地方文化产业空间布局系统



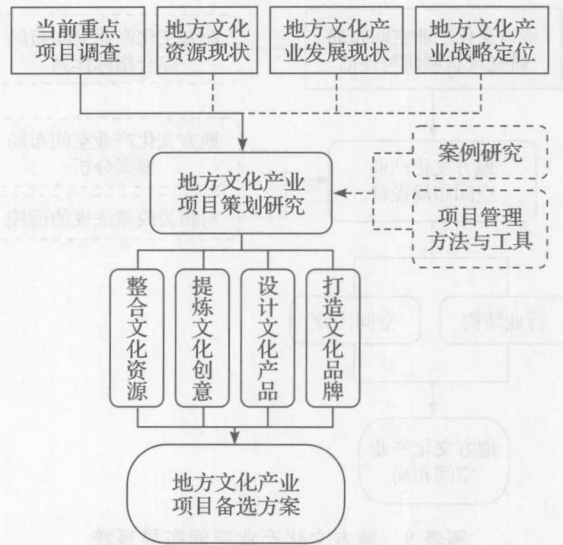
图表 9 地方文化产业空间布局系统

5. 地方文化产业公共平台系统



图表 10 地方文化产业公共平台系统

6. 地方文化产业项目策划系统



图表 11 地方文化产业项目策划系统

第一章 文化产业的内涵与外延

本章^①的主要目的是厘清文化产业的内涵和外延问题。第一节追溯了文化产业概念产生和发展的双重语境，分别为西方语境和中国语境；第二节分析了文化产业的双重性质，分别为“文化性”和“产业化”；第三节对文化产业进行“解剖式”的内部分析，以马克思对生产所做的辩证分析为基本参照，结合霍尔的表征分析框架和联合国教科文组织的文化统计分析框架，重新构建了一个解析框架；第四节根据前三节的分析对文化产业进行了较为严密的学术定义；第五节以文化产业的学术定义为主要依据，联系现实情况对文化产业进行了重新分类，构建了较为严密的文化产业行业分类体系。

第一节 文化产业概念的双重语境

认识文化产业（Cultural Industries），首先须对文化产业的词源、观念史和实践史等事实进行经验性梳理分析，进而透过事实得出概念性认识，从中也可认识到文化产业作为新生概念是如何由事实成为观念、从观念成为规范性的概念的。但需要注意的是，文化产业的词源、观念史和实践史实际上是不可分割的、是“三位一体”的。

这方面已经有了丰富的研究成果，包括大量的论文、专著和教材，其集大成者是山东大学历史文化学院编纂的《中国文化产业学术年鉴》（1979—2008年卷）。统览这些成果可以发现，文化产业的词源、观念史和概念史是有明显的“中西分野”的，文化产业具有双重语境。

一、文化产业概念的西方语境

在西方，文化产业最通用的叫法是“Cultural Industries”，来源于20世

① 本章部分内容曾以《文化产业的多维分析》为题发表于《东岳论丛》2010年第11期。

纪40年代法兰克福学派批判理论(Critical Theory)里的“文化工业”(Culture Industry)一词,由霍克海默(Max Horkheimer)和阿多诺(Theodor W. Adorno)于1944年首次提出,主要文献有《文化工业:作为大众欺骗的启蒙》(1944年写成,1947年出版)^①和《文化工业再思考》^②两篇论文。文化工业(Culture Industry)是一个高度概括的抽象哲学用语,被广泛借用后成为20世纪后半期至今整个西方哲学的关键词之一,形成了一系列复杂、深厚的理论体系。我国较早引介西方文化工业理论的是金元浦的《试论当代的“文化工业”》(1994),该文既看到了文化产业在中国发生的历史必然性,也看到了“文化工业与艺术的背离”所造成的“价值危机”,^③这似乎是一个无法调和的悖论。此后,又有程代熙(《“大众文化”谈》,《求是》1996(04))、尹鸿(《世纪转型:当代中国的大众文化时代》,《电影艺术》1997(01))、姚文放(《文化工业:当代审美文化批判》,《社会科学辑刊》1999(02))、金民卿(《西方大众文化理论研究评介》,《哲学动态》1999(10))等学者对法兰克福学派等西方文化工业理论进行了引介^④,由此西方文化工业理论在中国盛行起来。超越“批判”,对西方文化产业理论进行较全面系统介绍的是单世联的《阐释文化产业:三种视角》(2005)^⑤。

另外,金元浦还提出:“从总体上看,文化产业可区分为作为哲学政治观念的‘理论——意识形态文化产业’和作为经济制度、发展模式的操作性的应用性文化产业两大部分。”^⑥“作为经济制度、发展模式的操作性的应用性”文化产业(Cultural Industries)概念的兴起,主要归功于英国文化、传媒和体育

① Max Horkheimer & Theodor W. Adorno, *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception*, from *Dialectic of Enlightenment*, New York: Continuum, 1993. 中译本参见[德]霍克海默、阿多尔诺著,渠敬东、曹卫东译:《启蒙辩证法——哲学片段》,107~152页,上海,上海人民出版社,2006。

② Max Horkheimer & Theodor W. Adorno, *The Culture Industry Reconsidered*, from *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*, London: Routledge, 1991.

③ 金元浦:《试论当代的“文化工业”》,《文艺理论研究》,1994(2),26~32页。

④ 以上文章均可参见王育济等主编:《中国文化产业学术年鉴(1979~2002年卷)》,济南,山东大学出版社,2009。

⑤ 胡惠林主编:《中国文化产业评论(第4卷)》,上海,上海文艺出版社,2006;也可参见胡惠林、单世联:《文化产业学概论》,上海,书海出版社,2006。

⑥ 金元浦:《理论——意识形态文化产业/文化工业文化产业概念探析》,转引自文化研究网 <http://www.culstudies.com>, 2005-7-6。