

图书在版编目(CIP)数据

文化产业发展战略与路径探索:以江苏为例/乔文华,
胡靖之著.—南京:江苏人民出版社,2016.8

(新常态下经济转型发展研究丛书)

ISBN 978-7-214-19524-1

I.①文… II.①乔… ②胡… III.①文化产业—文
化发展战略学—研究—中国 IV.①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 210507 号

书 名 文化产业发展战略与路径探索:以江苏为例

著 者 乔文华 胡靖之

责任编辑 张晓薇

装帧设计 刘亭亭

出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司
江苏人民出版社

出版社地址 南京市湖南路 1 号 A 楼,邮编:210009

出版社网址 <http://www.jspph.com>

经 销 凤凰出版传媒股份有限公司

照 排 南京紫藤制版印务中心

印 刷 江苏凤凰新华印务有限公司

开 本 890 毫米×1 240 毫米 1/32

印 张 47.5 插页 8

字 数 1 075 千字

版 次 2016 年 12 月第 1 版 2016 年 12 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-214-19524-1

定 价 98.00 元(全四册)

(江苏人民出版社图书凡印装错误可向承印厂调换)

前 言

文化产业,这一术语产生于 20 世纪初。最初出现在霍克海默和阿多诺合著的《启蒙辩证法》一书之中。联合国教科文组织对文化产业的释义为:文化产业就是按照工业标准,生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。作为 21 世纪发展最快的朝阳产业之一,文化产业与信息产业并称为 21 世纪的两大新兴支柱产业,成为世界经济增长的两个新亮点。

世界各国对发展文化产业已形成越来越一致的共识,即文化产业是国民经济的基础之一,在综合国力竞争中的地位和作用日益凸显。由此,各国尤其是发达国家均大力发展文化产业,将发展文化产业提升到提高国家竞争力的战略高度,集中力量发展本国的优势文化产业,把文化产业培育成为支柱产业,以全面提升本国文化产业的核心竞争力和国际竞争力,实现文化产业和产品的品牌化发展,如美国的电影业和传媒业、英国的音乐产业、德国的出版业、日本的动漫产业、韩国的网络游戏业等都成为国际文化产业的标志性品牌,给本国带来声誉效应的同时也带来巨大的经济效益。其显著的发展特征为其他国家的文化产业发展提供了有益的借鉴。

“十二五”时期,我国首次提出推动文化产业成为国民经济的支柱产业,这是自建国以来文化产业发展的战略性突破,也是历史性突破。在“十二五”规划的实施过程中,我国党和政府高度重

视发展文化产业,继续加大了对文化产业的投入,颁布了一系列规划、扶持政策和法律法规,加快推动文化产业的发展,不断深化文化体制改革,促进产业结构调整,积极培育 21 世纪新的经济增长点。据统计数据显示,2012 年我国文化产业增加值对当年经济总量增长的贡献增至 5.5%,与“十一五”末期相比,文化产业增加值占 GDP 比重增加了 0.37 个百分点,高于同期 GDP 增长速度,增长幅度越来越大,对国民经济发展的贡献日趋明显。

与此同时,在文化强省政策指引下,近年来江苏省各级政府在多方面积极实施优惠政策扶持文化产业发展,也取得了显著成效。“十一五”期间文化产业年均增长率连续 5 年保持在 30% 以上,增加值占 GDP 比重也从 2007 年的 2.26% 逐步提高到 2011 年的 3.69%,数字动漫、网络游戏、云媒体视频等新兴业态不断涌现,有力推动了文化产业向区域性支柱产业的转变,文化产业已成为江苏全省经济转型跨越式发展的重要引擎。

然而,在总体欣荣发展的背后也应看到,我国乃至江苏的文化产业发展水平与美欧等发达国家相比,仍存在很大的差距,面临着许多突出问题。

因此,有必要审视我国包括江苏文化产业的发展历程,对我国文化产业现状进行分析与总结,并依据现状全面考量文化产业的发展目标、政策策略和具体措施,以期追求未来文化产业更好更快地发展。基于此,本书试图以江苏省文化产业为例对我国文化产业的发展进行探索性的研究,全书共分为十章:

第一章文化和文化产业概述。论述了文化、文化事业和文化产业的基本概念、内涵、属性,以及文化事业和文化产业的关系,并着重描述了文化产业的特性。

第二章文化产业在当代经济社会发展中的地位和作用。阐述了文化产业对于国家发展战略、国民经济结构调整优化、经济增长、社会发展和人民生活水平提高等方面的作用。

第三章当今世界文化产业发展的主要特点。从科技进步、经济全球化、国际文化贸易、文化人才队伍建设、产业集群化发展、政府和行业协会推动等方面论述了当今世界文化产业发展的特点。

第四章国外文化产业概析。着重介绍了美国、英国、德国、法国、意大利、日本和韩国等发达国家文化产业的发展概况和特点。

第五章我国的文化产业发展。分析了我国文化产业发展现状、成就、特色,并指出了我国文化产业发展的制约因素。

第六章促进我国文化产业健康快速发展的若干对策思路。从文化产业的发展战略及规划、体制改革、金融支持、基础设施建设、融资渠道、科技创新、人才培养机制等方面提出了促进我国文化产业健康、快速发展的对策思路。

第七章江苏文化产业发展现状与问题研究。从宏观、中观、微观视角分析了江苏文化产业在全国文化产业发展中的位置、发展成就,以及对全省 13 个市文化产业状况的比较,阐述了江苏文化产业的特点、优势、问题。

第八章江苏文化产业运行效果的评价研究。通过各种文化指数来定量描述和分析比较一国或地区的文化产业竞争力状况,由此总结出江苏文化产业竞争力和发展指数排名。

第九章江苏省文化产业发展战略模式的选择研究。论述了江苏省文化产业发展的必要性和可行性,并提出了发展的战略思路 and 模式。

第十章产业发展战略政策完善与路径选择研究。提出了文化产业发展的具体政策和具体路径。

本书对于从事文化和文化产业发展工作的研究人员、教学人员、经营管理人员等都具有一定的参考价值。

卢 宏

2016 年 6 月

目 录

第一章 文化和文化产业概述 / 001

第一节 文化的内涵和属性 / 001

第二节 文化事业的内涵和属性 / 003

第三节 文化产业的内涵和属性 / 004

第二章 文化产业在当代经济社会发展中的作用和地位 / 018

第一节 文化产业已成为国民经济发展的新的重要软实力和新的经济增长点 / 018

第二节 文化产业加快了国民经济结构的调整和优化升级 / 022

第三节 文化产业发展改善了全社会的人文素质 / 023

第四节 文化产业为经济社会的良性发展创造了多方面的有利条件 / 024

第五节 文化产业与经济发展不是正相关的关系 / 025

第三章 世界文化产业发展的主要特点 / 027

第一节 科学技术进步、创新与人才是文化产业发展的强大动力 / 027

第二节 政府和行业组织是文化产业发展的重要支持和保障 / 030

- 第三节 文化产业的发展有较强的辐射和带动作用 / 033
 - 第四节 产业集群化发展是文化产业发展的必然趋势 / 034
 - 第五节 文化产业在国家和地区间的发展差异较大,发展中国家的潜力有待开发 / 035
 - 第六节 文化产业的国际化发展中伴生着思想意识和文化理念方面的冲突 / 038
- 第四章 国外文化产业发展概析 / 039
- 第一节 美国的文化产业 / 039
 - 第二节 英国的文化产业 / 061
 - 第三节 德国的文化产业 / 082
 - 第四节 法国的文化产业 / 087
 - 第五节 意大利的文化产业 / 098
 - 第六节 日本的文化产业 / 102
 - 第七节 韩国的文化产业 / 114
- 第五章 我国的文化产业发展 / 121
- 第一节 我国文化产业和经济改革发展的关系 / 121
 - 第二节 我国文化产业的发展呈现出朝气蓬勃的新局面 / 123
 - 第三节 我国文化产业发展的地区格局 / 129
 - 第四节 我国文化产业发展的主要特点 / 132
 - 第五节 我国文化产业发展中存在的问题 / 136
- 第六章 促进我国文化产业健康快速发展的若干对策思路 / 145
- 第一节 加强对文化产业发展的形势、理论和政策的宣传工作 / 145

第二节	搞好科学合理的决策规划,加强城乡协调发展 / 147
第三节	加强文化资源的开发利用是文化产业发展的基础 / 148
第四节	树立全新的发展文化产业理念,深化文化产业管理体制 改革 / 151
第五节	深化国有文化企业改革,建立健全完善的现代企业 制度 / 153
第六节	文化产业发展需要金融创新提供全方位的支持 / 154
第七节	提高产业集聚度,培育文化产业大型骨干企业 / 157
第八节	加快现代科技和现代思想文化的融合,积极创新,实 行滚动式产品开发 / 159
第九节	积极开发国内外的文化消费市场,大胆地实施“走出 去”战略 / 161
第十节	建立良好的人才培养机制,培养新型的高素质的文化 产业人才 / 162
附:	关于文化产业综合竞争力的评价 / 164
第七章	江苏省文化产业发展现状与问题研究 / 166
第一节	江苏省文化产业发展现状 / 166
第二节	江苏省文化产业发展的现状问题分析 / 203
第八章	江苏省文化产业运行效果的评价研究 / 210
第一节	国内外文化产业指数的比较研究 / 210
第二节	江苏省文化产业的总体框架和指标体现的构建 / 234
第三节	江苏省文化产业竞争力测度与比较 / 248
第四节	江苏省文化产业发展指数研究总结 / 249

第九章 江苏省文化产业发展战略模式的选择研究 / 251

第一节 江苏省发展文化产业的必要性和可行性 / 251

第二节 江苏省文化产业发展的战略思路 / 256

第三节 江苏省文化产业发展战略模式选择 / 260

第十章 江苏省文化产业发展战略政策的完善与路径选择研究
/ 273

第一节 江苏省文化产业发展的具体路径 / 273

第二节 江苏省文化产业发展的具体政策 / 276

附录 / 289

江苏省“十二五”文化产业发展规划 / 289

江苏省农村公共文化服务管理办法 / 311

江苏省省级现代服务业(文化产业)发展专项引导资金使用管
理办法(试行) / 323

江苏省重点文化产业园区管理办法 / 329

南京市“十二五”文化发展规划 / 335

参考资料 / 370

后记 / 376

第一章 文化和文化产业概述

第一节 文化的内涵和属性

文化(Culture)是人类的头脑对物质世界、社会现象、精神世界的意识和反应,是人类思想和精神活动的产物,是人类创造的精神财富的总和。可见,文化是一个非常宽泛的概念。

文化是民族生存的土壤,是民族的血脉,是维系民族的纽带。文化是一个国家的人民的精神家园。文化的核心和灵魂是意识形态、思想观念和价值观。

文化必须具有载体,文化只有通过载体才能在社会中传播、保存和积累。如,人们的文字作品需要经过使用纸、笔、电脑等物质进行写作的过程,再经过编辑、出版、印刷、发行或上网等环节,才能以书刊、声像或网络等形态在社会中传播、保存和积累。这里的语言、文字、声音和图像等是文化的直接载体,书籍、报刊、网络、光盘和各种演出等是文化的间接载体。

人类是文化的主体。人类创造了文化,文化产品来自于人类的创意和创造,而文化又反过来影响和塑造了人。创造与塑造互补增益,才能不断推动人类文明的进步。

先进文化也是经济社会发展的一种资源,它承载着一个民族的凝聚力,承担着培养和提高民族素质的作用。

当今,文化正以前所未有的影响力和亲合力逐步渗透进整个经济社会的发展,渗透进每个人的行为和生活。随着我国社会主义市场经济体制的逐步建立与完善,我们必须重新认识并更加重视文化与人、文化与经济、文化与社会以及文化与科技的关系。

马克思早在1844年就在《经济学哲学手稿》中指出,由于人的需要的丰富性,就会产生新的生产方式和生产对象,宗教、家庭、国家、法律、道德、科学、艺术等等都不过是特殊的生产方式,并且受生产的普遍规律支配。这一大生产力观念肯定了生产力中包含着物质和精神两个方面的生产力,既从根本上否定了机械、庸俗的旧唯物主义的物质决定论,也否定了孤立、片面的主观唯心主义的精神决定论。

随着社会分工的日益精细,人类的社会生产便日益明显地被区分为物质生产与精神生产两大部分,同时,这也促成了物质生产者与精神生产者的分化,

文化生产力具有精神生产的独特性,也是一种精神力量,是社会意识、社会心理等精神文明发展的成果,具有突出的意识形态特征;同时,文化生产力也具有明显的物质性,具有其他物质生产实践活动的特征,表现为一个物化的过程,由人类通过特定方式的劳动,改变物质的现实形态,获得物质的新的存在形式。

文化是一个国家的软实力,它通过文化产品,包括有形的文化产品和无形的文化服务,对制度、思想、价值观等产生影响和间接的控制作用,这种影响力和间接控制力是一个国家软实力的基础和核心,是综合国力的重要组成部分和重要标志之一。

一个拥有先进而强大文化的民族和国家,才可能是一个具有先进生产力和强大竞争力的民族和国家。我国全面建成小康社会,实现中华民族伟大复兴,必须推进社会主义文化大发展大繁

荣,掀起社会主义文化事业和文化产业的发展新高潮。

第二节 文化事业的内涵和属性

文化事业的本质特征就是公益性、公共服务性、非营利性和先进文化的导向性。文化事业不以获得经济利益为目标,强调文化服务于社会公共利益和社会公共文化的需要,提高全民族的思想道德水平和科学文化素质、满足并引导人民群众享有高品位的精神文化生活。

文化事业单位是我国存在的一类文化单位的集合名词。事业单位的英文可以译作(Public Institutions),即公共机构。文化事业单位的主要任务是为了社会公益目的向社会提供精神文化产品,满足人民对精神文化生活的多种需求。文化单位主要包含从事教育、科技、文化、卫生、创作等精神产品生产和公共文化服务的组织机构。

文化单位一般由政府主管部门审定单位的资质,职能范围、管理形式和人员组织结构,大多是由国家机关或其他组织利用国有资产设立的国有性质的公益性文化服务机构。此外,还有非国有性质的公益性文化服务机构,如民间人士兴办的博物馆、学校、文化团体和私人慈善组织等,也属于文化事业单位。

文化事业单位涵盖的门类多,分布也广,主要涉及的类别有:

科教卫生类:包括学校教育、医疗卫生、科学研究等;

图书文献类:包括图书馆、档案馆、文献信息中心、各种资料编纂等;

新闻出版类:包括新闻中心、新闻社、广播电视台(站)、图书出版社、报刊杂志社等;

历史文物类：包括考古、文物的发掘和保护、博物馆、纪念馆等；

群众文化类：包括群众文化馆，群众艺术馆、青少年宫、俱乐部等；

文艺创作类：包括文化艺术创作院所、艺术中心、音像影视中心等；

文艺表演类：包括各艺术表演团体等；

其他从事文化工作的部门。

第三节 文化产业的内涵和属性

一、文化企业和文化产业

企业是经济领域里的微观经济单位。文化企业以文化为资源、以现代科学技术为依托、以思想创意为媒介、以投入一定的经济资源为代价，进行文化产品和文化服务的有组织的创作、设计、生产经营和市场开发，为精神生活提供市场消费的文化商品。

产业是经济领域里的介于宏观经济与微观经济之间的经济单位。文化产业是大量的具有同一属性的独立分散的文化企业的集合，是一个生产经营文化产品和提供文化服务、市场化相对完整的规模化的产业组织。

“文化产业”这一概念和词语最早出现于 20 世纪初西方马克思主义法兰克福学派代表人物霍克海默和阿多诺合著的《启蒙辩证法》一书中。它的英语名称为 Culture Industry，汉语译为“文化产业”（也有译为“文化工业”）。文化产业作为一种特殊的文化形态和特殊的经济形态，影响着人们对文化、思想、政治等的本质和价值的理解、认同和把握。

关于文化产业的概念,不同国家和地区从不同角度有不同的理解。至今,在国内外文化界、经济界和理论界对文化产业都没有统一的、准确的定义和说法,没有一个能被普遍采纳的定义。

世界各国根据自己的发展特点和实际需要,给予了文化产业以不同内涵和名称。如,美国称之为版权产业,英国、新加坡、印度、奥地利、泰国等称之为创意产业,西班牙称之为文化休闲产业,而韩国则称之为内容产业。不同称谓下的文化产业的内涵和外延也不完全相同。

目前,联合国教科文组织(UNESCO)和世贸组织(WTO)认为,文化产业是从事具有文化属性的产品与服务的创造、生产和分销的产业;文化产品和服务在本质上具有文化属性,通常受版权保护;文化产品和服务的首要经济价值来源于它们的文化价值,通过产生和利用知识产权,具有创造财富和工作岗位的潜力。

联合国教科文组织还从文化产品的工业标准化生产、流通、分配、消费的角度给了文化产业定义,即,文化产业就是按照工业标准,生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。这一定义只包括可以由工业化生产并符合系列化、标准化、生产过程分工精细化和消费大众化等四个特征的产品,如书籍、报刊等纸质印刷品和声像制品等电子出版物及其相关服务,而不包括舞台演出和造型艺术的生产与服务。

一部分欧美经济学家的看法与联合国教科文组织相近,也认为文化产业是指以工业化的方式生产具有系列化、标准化、生产过程精细化、消费大众化特点的文化产品和提供相关服务的产业,不包括舞台演出和造型艺术的生产和服务。

2003年9月,中国文化部制定下发的《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》中将文化产业界定为:“从事文化产品生产

和提供文化服务的经营性行业。文化产业是与文化事业相对应的概念,两者都是社会主义文化建设的重要组成部分。文化产业是社会生产力发展的必然产物,是随着我国社会主义市场经济的逐步完善和现代生产方式的不断进步而发展起来的新兴产业。”

2004年,国家统计局在与中宣部、国务院有关部门共同研究的基础上,制定了《文化及相关产业分类》,从国家有关政策方针和课题组的研究宗旨出发,结合我国的实际情况,将文化及相关产业概念界定为:“为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动,以及与这些活动有关联的活动的集合”。

尽管世界各国从不同角度对文化产业的定义有所不同,但一致的是,文化产品的基本特征是精神性、娱乐性,文化产业是具有精神性、娱乐性的文化产品的生产、流通、消费活动。

文化产业具有社会生产的基本特征,具有流通、交换和消费等基本环节,具有市场经济条件下经济运作的全部过程。从文化到文化产业也是技术进步与社会结构变革共同作用和市场经济发展到一定阶段的必然结果。

文化产业发展的前提是,生产某类具有共同特征的产品,包括有形的文化产品(如书籍、报刊、影视和各种文字产品等)和无形的文化产品(如各种文化服务等),再通过生产、交换,这些有形的文化产品和无形的文化产品作为交换品用于精神生活的消费时就成为文化商品。

二、文化产业、文化事业和传统产业之间的区别和联系

文化事业与文化产业二者既有区别又有联系,在文化建设中相辅相成,相互促进。

(1) 文化事业与文化产业的主要区别

——生产服务活动的性质特征、社会责任不同。

文化事业单位从事生产服务活动的目的和本质是公益性的、非营利性的,通常是以寻求最高社会效益为原则,在国家和社会需要的引导下向社会提供公共文化产品和服务,在社会效益与经济效益面前,文化事业必然要把社会效益放在第一位;文化产业从事的生产经营活动的目的和本质是营利性的,通常以少投入、多产出、追求营利、谋求最高经济效益为原则,主要是在市场引导下向市场提供文化产品和文化服务,并以市场需要为转移,在企业自己的经济能力可以承受的情况下兼顾社会公益性需要。

——资金来源不同。

文化事业生产服务活动的资金主要由国家财政或社会非营利组织投资、提供;文化产业发展经营活动的资金需要广泛吸取市场上多种不同经济成分(不同所有制)的投资主体的资金。

——单位内部的运营管理机制不同。

文化事业单位一般是政府部门的下属或附属单位,直接接受政府的领导,实行的管理制度虽有不同于行政管理的地方,但基本上是参照行政管理制度;文化产业单位是独立进行生产经营活动的市场主体(企业),实行的是现代企业制度,由企业法人进行生产经营活动的管理。

——国家的调控方式不同。

国家可以通过行政命令的方式直接调整和控制文化事业单位的生产服务活动,直接要求文化事业单位为社会提供什么样的文化产品和文化服务。国家对文化企业一般通过法律、税收和其他经济手段进行间接调控,如,国家通过立法规范文化企业的生产经营活动,企业必须依法经营,违法必究;通过实施不同税率引

导企业的生产经营活动,对国家和社会最需要商品的生产经营加以鼓励,反之加以限制;通过工资、利率、商品与价格等经济手段引导企业在进行营利性的生产经营活动时,在自身承受能力范围内努力维护和提高社会效益。

(2) 文化事业与文化产业的主要联系

——文化事业的发展能够带动文化产业的发展。

学校教育、图书文献、文艺创作、新闻广播等公益性文化事业的发展和提高,有利于提高人们的受教育水平和思想文化素质,提高人们对书籍、刊物、广电影视器材等文化产品的消费兴趣、消费欲望和消费能力;又如,医疗卫生、环境保护等公益性文化事业的发展必然提高人们对医疗技术、医疗器械、药品、保健品等医药产品和一系列环保产品的消费需求,这些都必然有利于培养、创造和拓展相关的文化产品和文化服务的消费动力和市场空间,拉动文化产业的发展。

因此,也可以说,对文化事业的投入是对文化产业的间接性投资和开源性投资。

——文化产业可以增强文化事业发展的经济基础。

文化事业的投入中,除国家财政或社会非营利组织出资外,还有一部分直接来源于文化产业部门的营业利润。如各地开征的文化事业建设费、设立的宣传文化事业基金,就是直接从文化产业部门的营业收入中收取的。所以,文化产业发展可以为国家创造更多的税收,使国家有更多的物力财力用来支持文化事业的发展,增强文化事业发展的物质基础和经济基础。

——文化事业和文化产业可以相互转化。

文化事业和文化产业随着经济社会的改革和发展,会在一定的条件下相互转化。有些文化事业会转变成文化产业,有些文化