

江苏省文化产业创新路径研究

袁涛 ◎ 著

创新

思维力比知识更重要
因为知识是有限的，而思维力能创造世界
上的一切。能创造进步
并且是知识进步的源泉



经济日报出版社

江苏省文化产业创新路径研究

袁涛 ◎ 著

 经济日报出版社

图书在版编目（C I P）数据

江苏省文化产业创新路径研究 / 袁涛著. — 北京 :
经济日报出版社, 2018. 8
ISBN 978-7-5196-0417-2

I. ①江… II. ①袁… III. ①文化产业—产业发展—
研究—江苏 IV. ①G127. 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 193957 号

江苏省文化产业创新路径研究

著 者	袁 涛
责任编辑	李石华
出版发行	经济日报出版社
地 址	北京市西城区白纸坊东街 2 号 A 座综合楼 710
邮政编码	100054
电 话	010-63567683 (总编室)
	010-63538621 010-63567692 (发行部)
网 址	www. edpbook. com. cn
E - mail	edpbook@sina. com
经 销	全国新华书店
印 刷	北京建宏印刷有限公司
开 本	710×1000 毫米 1/32
印 张	3. 25
字 数	65 千字
版 次	2018 年 8 月第一版
印 次	2018 年 8 月第一次印刷
书 号	ISBN 978-7-5196-0417-2
定 价	36. 00 元

版权所有 盗版必究 印装有误 负责调换

前言 preface

文化产业作为高附加值的产业，因其拥有经济、政治等多重属性，而受到各国学者的关注，已在许多国家经济中扮演举足轻重的角色；作为上层建筑的文化始终与国民经济紧密相连，并为其注入活力。在经济新常态环境下，文化产业已成为产业结构转型升级的承载产业；大力发展文化产业，不仅可以创造高层次精神文化需求来促进消费结构升级，还可以更好地发挥文化产业的扩散效应来增加相关产业的附加值，有利于调结构、转方式的供给侧改革方案顺利实施。

江苏省具备发展文化产业的优势，颁布了多项鼓励政策，已取得有目共睹的成果。2015 年以来，江苏文化产业增加值全国第二，发展指数全国第三，生产力指数全国第一，已发展成为江苏经济的支柱性产业。

目 录



第一章 江苏省文化产业现状与质量研究	1
第一节 江苏省文化产业现状分析.....	1
第二节 江苏省文化产业质量研究.....	7
第三节 江苏省文化产业效率研究.....	22
第二章 江苏省区域文化资源与区域经济耦合	37
第一节 区域文化资源丰裕度评价及其空间差异.....	37
第二节 江苏省区域文化与旅游经济协同发展对策.....	52
第三章 江苏省文化产业创新路径	63
第一节 文化产业的创新机制和模式.....	63
第二节 “互联网”背景下江苏省文化产业创新.....	88
参考文献	95

第一章 江苏省文化产业现状与质量研究

第一节 江苏省文化产业现状分析

本节将从江苏文化起源着手，统计分析江苏发展文化产业的区位要素以及不同区域、不同企业性质和不同行业的文化产业经营绩效结果，并介绍江苏文化产业面临的发展机遇和挑战，以便更加全面、准确地把握江苏文化产业发展现状。

一、江苏省文化概述

江苏省历史文化悠久。6000 多年前，江苏已出现原始农耕文明；3000 多年前，江苏出现了寓意深奥的青铜器文化；随着经济重心的南移，南京、扬州逐渐成为南方的经济文化城市；公元 10 世纪以后，江苏省经济文化发展水平一直处于全国前列。江苏省人文荟萃。李白、王安石、吴伟业等著名诗人在江苏留下著名诗篇；刘邦、项羽、陆逊等妇孺皆知的名人在江苏留下足迹；不仅产生了张僧繇、唐寅、吴承恩、冯梦龙等众多杰出的文学家、书画家，还造就了云锦、刺绣、紫砂等享誉海内外的工艺精品。

21 世纪以来，江苏文化产业进入快速发展的轨道，产业规模、增长速度和经济贡献度在全国均名列前茅，《中国省市文化产业发展指数（2016）》显示：江苏文化产业综合指数全国第三，生产力指数

排名第一，影响力指数位列第四。2015 年，江苏文化产业增加值达到 3488 亿元，连续十年保持两位数增长，在全国文化产业中占比总体呈现平稳上升的趋势；资产规模、主营业务收入均超过 1 万亿元，利润总额增长率高达 9.39%，文化产业增加值位列全国第二，已经具备国民经济支柱形态。

二、江苏省发展文化产业的区位要素

江苏位于我国东部沿海的中部，总面积 10.59 万平方公里，全省常住人口 7976.3 万人；改革开放以来，江苏省社会经济发展取得了显著成就。

从地理环境角度分析，江苏是北方通往南方的交通要道。省内地势平坦，气候温和，雨量适中，四季气候分明。地理、节气的细节差异造就了各具特色的地域文化，为江苏发展文化产业创造了多样的机遇。

三、江苏省文化产业统计分析

（一）地域分析

江苏围绕“强富美高”的建设目标，出台了多项发展文化产业的政策。2015 年全省文化产业增加值 3488 亿元，对 GDP 贡献度接近 5%；全省三上文化产业法人单位达 6819 家，吸纳就业 116.14 万人，分别增长了 5.98%和 5.28%；资产总计达 11329.85 亿元，增长率达 21.9%；所有者权益为 526.89 亿元，比 2014 年增长了 17.33%。这些数据都表明江苏文化产业总体规模持续扩大，对经济社会发展

的贡献不断增强。

在省政府积极引导下，各市出台一系列扶植文化产业发展的政策，纷纷将文化产业视为经济转型升级的关键产业，已经产生较好成效。南京市文化法人单位、总产总计和营业收入最高，可能与南京作为六朝古都、省会城市拥有较强的文化资源吸引能力有关；苏州市从业人员数量、所有者权益、利润总额和净利润最高，这可能与比较发达的经济文化有关。南京、连云港、泰州和盐城 4 市文化产业增长率较高，淮安文化产业增长情况不容乐观，多项指标出现负增长。苏南地区文化产业规模最大，多项指标在全省文化产业中占比均超过 50%，苏中与苏北文化产业规模比较接近，但苏北略高于苏中，可能与苏北包含的区域、企业更多有关。

（二）所有制分析

2015 年，全省三上文化企业法人单位中，内资企业 5954 家，占总量的 87.3%；港澳台商投资企业 325 家，占总量的 4.8%；外商投资企业 540 家，占总量的 7.9%。在内资企业中，国有企业 242 家，民营等其他经济形式企业 5712 家，占总量的 95.9%。从企业数量上来看，三上民营企业已成为江苏发展文化产业的主力。

全省三上文化法人单位中，私营企业从业人数 44.12 万人，占总量的 38.04%；外商投资企业从业人数 23.96 万人，占总量的 20.6%；私营企业和外资企业吸纳大量社会从业人员。2015 年，私营企业资产总计 2428.7 亿元，所有者权益达到 1114.45 亿元，实现营业收入 4000.2 亿元，分别比 2014 年增长了 11.52%、14.61%和 17.57%，在各种所有制形式中，对全省经济的贡献名列前茅。

（三）行业分析

文化产品的生产和文化相关产品的生产共同组成文化产业。2015 年，江苏省三上文化产品的生产法人单位数量达到 3881 家，较上一年增长了 9.08%，占总量的 56.9%，对全省文化产业的贡献略占优势；而全省文化相关产品的生产从业人员 67.6 万人，占总量的 58.23%，资产总计达到 6093.75 亿元，较上一年增长了 21.29%，占总量的 53.78%，营业收入高达 9021.98 亿元，较上一年增长了 28.85%，占总量的 72.44%，对全省文化产业的贡献高于前者。这两部分又包含十个文化产业大类。

文化用品的生产法人单位最多，达到 1794 家，占总量的 26.3%，从业人员为 45.77 万人，占总量的 39.4%，资产总计 4511 亿元，占总量的 39.82%，营业收入 7055.92 亿元，占总量的 56.66%，利润总额 283.10 亿元，占总量的 37.44%，这些绩效都表明文化用品的生产产业规模最大，对全省文化产业的贡献最高；文化创意和设计服务产业位列第二；文化艺术服务各项绩效结果较低，产业规模最小。十大类文化产业都在不断增长；其中广播电视电影服务产业法人单位数量、资产总计和营业收入增长最快，文化休闲娱乐服务产业从业人员增长最快，达到 30.5%。

重点以上文化服务业法人单位占比最高，这可能与产业结构升级、服务业受到更多关注有关，2015 年江苏该类产业法人单位增长了 8.9%，远高于文化制造业和文化批零业的法人单位增长水平；规模以上文化制造业的资产总计占比最高，这体现了文化制造业作为传统文化产业的重要地位以及对促进经济发展、带动就业的重要作用。

四、江苏省文化产业 SWOT 分析

（一）优势分析

1. 地域优势

江苏处于长江三角洲经济圈的腹地，优越的地理位置不仅孕育出地方特色鲜明的江苏文化，还使得江苏与其他文化产业发达地区的交流变得更加便利，有利于学习发达地区文化产业的发展模式与成功经验，实现自身快速发展。

2. 市场优势

2015 年江苏 GDP 为 70116.38 亿元，人均 GDP 高出全国平均水平 3.5 万元，人均可支配收入 29539 元，高出全国平均水平 7573 元，居民家庭文教娱乐支出比重上升到 11.79%。经济的持续增长和居民购买力的不断提高为文化产业的发展提供了机遇。

（二）劣势分析

1. 内部发展不平衡

江苏文化体制改革还在不断深化，产业内部仍存在结构不合理的现象，不同文化行业增加值的贡献程度还不均匀，文化用品的生产增加值占比最高，接近 40%，而文化艺术服务增加值占比不足 1%，表明江苏省还需进一步优化资源配置。

2. 文化创新意识不强

江苏省一些文化产品制作者的创新意识不强，偏重于对有形资源的开发，忽视了对无形资源的利用，不擅于运用现代科技开发创

新性文化产品，导致市场竞争力有待提高。在文化生产管理中，缺乏创新型管理理念，没有完全采用以市场需求为导向的拉式生产管理模式，造成生产环节与市场需求脱节、自主文化品牌实力羸弱的局面。

（三）机遇分析

1. 政策支持

近年来，江苏省大力扶持文化产业的发展，出台了《江苏省重点文化产业示范园区、重点文化产业示范基地认定管理办法》等指导文件，从优化发展环境、激发创新活力、培育新增长点、加强人才队伍建设等方面，明确了全省文化产业的发展方向。

2. 文化消费快速增长

近年来，随着江苏经济的快速发展，居民用于文化生活的消费在家庭总支出中所占的比例逐渐提高。2015年，江苏居民人均教育文化娱乐支出为2424元，较上一年增长了8.3%；家庭文教娱乐支出比重也上升到11.79%。居民在衣食无忧的环境中，需要摄取更多精神食粮，这为江苏文化产业的发展提供了难得的机遇。

（四）威胁分析

1. 文化竞争加剧

文化产业发展较早的省市已形成具有一定影响力的创意产业圈，这些产业圈通过集聚效应，吸引全国各地的文化资源，增加了江苏做强文化产业的难度。

2. 经济下行压力增大

发展文化产业离不开经济基础的支持。随着经济下行压力的不断增大,省政府给予文化产业的补助在不断减少,2013年、2014年和2015年全省文化产业政府补助收入分别为31.91亿元、28.71亿元和20.66亿元,省财政的支持力度不容乐观。面对经济新常态,江苏文化产业需要更好地转变发展方式,更加高效地配置有限的资金资源。

第二节 江苏省文化产业质量研究

产业质量的好坏直接关系着文化产业的持久发展。本节从文化产业质量内涵入手,详细分析文化产业固有的质量属性,在相关研究的基础上,运用规范分析方法构建江苏省文化产业质量评价模型,并对江苏省文化产业中的大类、中类和小类的产业质量进行测算,逐层分析产业质量状况;通过对比找出需要大力发展的优势行业和进一步帮扶的劣势行业,这有利于江苏省文化产业质量的进一步提高。

一、文化产业质量内涵

文化产业通常指从事物质或精神产品的生产和供应、并以文化为内涵的各种活动的总称;而管理学上的质量是指事物具有的一组固有特性及其满足要求的程度。一些学者对文化产业进行了研究,但许多研究属于定性分析,使用定量方法研究文化产业质量的成果极少,甚至“产业质量”一词虽被很多学者使用,但对其内涵却缺

乏明确的界定。因此，还未形成被普遍认同的、成熟的研究成果。

对文化产业相关文献进行梳理，可将学者对文化产业质量的解释分为两大类：一类观点是将文化产业质量理解为投入产出比、要素利用效率，并通过定量分析方法对其进行研究；另一类观点认为文化产业质量不仅包含要素利用率，还应包括产业规模、发展速度、效益等内容。第一类理解属于狭义的文化产业质量，第二类属于广义的理解，因此第二类观点被越来越多的学者接受。其实，对文化产业质量的研究就是衡量文化产业的发展程度、质量状况和增长潜能，及其对相关者需求的满足程度。因此，本文研究的文化产业质量是指某一区域在物质和精神产品或服务生产经营过程中所蕴含或体现出来的规模实力、增长潜力、效益水平和管理能力，及其满足利益相关者当前需求和未来需求的程度。因此，文化产业质量具有四大固有质量属性：规模质量、增长质量、效益质量和营运质量。

（一）规模质量

任何产业都应保持适当规模，才能在市场竞争中获得生存机会，文化产业也不例外。在发展过程中，随着规模的扩大可能出现收益递增的规模经济现象，也可能出现内部结构因规模扩大而趋于复杂、内耗严重的规模不经济现象。为了持续获得规模经济，消除规模不经济，就需要牢牢把握文化产业的规模质量属性。因为规模质量不仅能从文化存量的绝对值方面衡量产业发展现状，还能从规模的增减变化和盈利能力等视角来衡量文化产业的发展水平，在注重衡量产出结果的同时，着重考察文化产业发展的有效性，考察文化资源配置的合理性。此外，规模质量还能影响到文化产业的竞争实

力乃至国家软实力，毕竟不同国家之间产业的竞争已由以规模竞争为中心转变为以质量竞争为中心的较量。因此，规模质量不仅追求数量扩张的外在表现，还追求质量提高的内在表现，是推动产业不断发展的基石。

（二）增长质量

文化产业的发展需要以一定的速度为基础；然而，过分追求增长速度，可能会导致资源浪费严重、产业结构严重失衡等问题，甚至会影响经济的持续发展。因此，在加快文化产业发展的过程中，应该重视文化产业增长质量属性。增长质量不仅是文化产业扩张能力的重要表现，还是衡量增长方式属于粗放型还是集约型的重要标准。如果只注重文化产业发展速度而忽视了质量，文化产业将处于野蛮的生长状态，容易造成资源浪费；如果只强调质量而忽视发展速度，文化产业将可能无法及时满足多样化的文化需求，也不利于国家软实力的快速提升。因此，增长质量要求文化产业不仅追求产业自身能力的快速扩张，还要追求相关利益者收益的不断增长。

（三）效益质量

效益用于衡量劳动消耗与所获得的成果之间的关系。效益质量属性要求文化产业在发展中应追求较小劳动消耗或更大的产出，它是推动文化产业走内涵式发展道路和文化产业转型升级的必然要求，也是文化产业向质量型产业转型、实现良性循环发展的关键。目前，文化产业主要依靠资源的投入来实现增长，尤其是劳动资源的投入；虽然我国是一个人口大国，但随着人力资源结构的变化和待遇的提

升，廉价劳动力的产业成本优势将不复存在，用工成本上升已成为制约文化产业发展的瓶颈，这就促使文化产业要不断提高人均产出，努力提升效益质量。

（四）营运质量

文化产业的经营过程就是一个投入产出的有机系统，该系统的运转状态能够反映产业的经营质量。所以，文化产业质量反映在发展过程中即为产业的营运质量，综合表现为文化产业内部资源周转能力和管理能力。产业内部资源周转能力越高，表明资源占用越少、现金流周期越短，这能降低持有成本，有利于提高产业的利润率和资产回报率；同时可以更好地发现和解决日常运营中暴露出来的问题。管理能力能够反映产业运行的规范化、集约化程度。管理能力的提升，不仅有利于产业内部体系的完善，更有助于节约资源、提高经营效率。因此，文化产业必须注重内部营运质量，以便更好地促进文化产业的长久发展和内部结构的持续优化。

二、现有文化产业评价模型分析

一些学者借鉴相关理论对文化产业进行了研究，提出了一些评价模型和指标体系。

目前文化产业评价模型主要基于以下几种思路：（1）以某一成熟理论为基础，依据相关理论内涵，逐层推导；（2）从后向前追溯，寻找产生结果的原因；（3）按照文化产业运行过程或内在逻辑机理构建评价模型和指标体系；（4）将显性指标和隐性指标相结合，综合评价文化产业的结果和决定要素。这些研究极大地丰富了文化产

业评价理论与方法，有利于文化产业更好地发展。但也存在一定局限：一些评价模型构建过程过于主观；部分评价模型基础指标表述不够具体，庞杂琐碎；较多的研究将地区作为样本进行分析，缺少利用成熟统计口径、针对某一地区文化产业的深入剖析。因此，文化产业评价还未形成统一的评价模型。

三、江苏省文化产业质量评价模型构建

（一）构建原则

在构建江苏省文化产业质量评价体系时，遵从以下原则：

1. 科学性

它不仅要求指标体系结构科学合理，还要求处理方法和过程科学合理。通过文献收集、专家探讨等方法，确定指标库，同时根据历史数据进行优化，确保有事实支撑。

2. 代表性

文化产业质量研究涉及的内容多、范围广，易造成为追求全面而使指标失去代表性的问题。因此，应充分把握文化产业质量内涵，突出重点，简单明了地优化评价指标，使其更具有代表性。

3. 定性和定量相结合

首先，应在相关理论基础上，选出代表性好的指标作为候选指标；其次，通过历史数据进行量化处理，剔除不合适的指标，构建出符合江苏文化产业实际的指标体系。只有这样，才能克服定性分析过于主观、定量分析过于客观的缺陷。

4. 系统性

系统性原则不仅要求评价体系应尽可能全面地覆盖评价对象的方方面面；还要考虑到各指标之间的关联性，使指标体系能客观、准确评价江苏文化产业质量状况。

（二）初始指标来源

在深刻分析文化产业质量内涵的基础上，从规模、增长、效益和营运四个维度，选取 24 个具有代表性的指标，组成文化产业质量研究指标库。

部分指标说明：

经济贡献度计算公式： $\text{经济贡献度} = (\text{文化产业增加值} / \text{全省 GDP}) \times 100\%$ 。

全员劳动生产率是衡量生产力水平、员工技术熟练程度等内容的重要指标。

劳动报酬产出率公式： $\text{劳动报酬产出率} = (\text{文化产业增加值} / \text{应付职工薪酬}) \times 100\%$ 。总资产周转率计算公式： $\text{总资产周转率}(\text{次}) = \text{营业收入} / \text{平均资产总额}$ 。

营业成本比率是营业成本与收入的比值，该指标便于同行比较、明确改进方向。资产利润率能够起到督促企业全面改善生产经营管理、实现利润最大化的作用。

（三）指标筛选

本节将通过指标间的相关系数以及指标与量表总分之间的相关系数来对原始指标进行筛选。运用 SPSS22.0 对 2014 年江苏文化产