



迎接中国文化产业发展的 新时代

总报告课题组 张晓明 胡惠林 章建刚执笔

2000年10月，中共中央十五届五中全会通过的《中共中央关于“十五”规划的建议》，令人瞩目地提出，要“完善文化产业政策，加强文化市场建设和管理，推动有关文化产业发展”；要“推动信息产业与文化产业的结合”；有关文化产业的说法达6处之多。2001年3月，这一建议为九届人大四次会议所采纳，并正式被纳入全国“十五”规划纲要。于是，“文化产业”这个近年来频频出现于报端的概念，第一次正式进入了党和国家政策性、法规性文件，发展文化产业成为中国下一个阶段国民经济和社会发展战略的重要组成部分。它标志着，文化产业这个发端于美国，滥觞于欧洲，挟新经济之势蓬勃于世界的朝阳产业正在中国迅速崛起。

文化产业重大政策的出台绝不是一个孤立和偶然的事件。首先，中国改革20年来，国民经济快速健康发展，综合国力不断增强，经济体制改革全面推进，对外开放水平不断提高，人民生活持续改善，科技、教育、文化等社会事业全面进步，这些成就的获得为我国文化产业的发展奠定了历史的基础。其次，随着“八五”和“九五”两个国民经济和社会发展五年计划的顺利完成，我国的经济告别了“短缺时代”，社会主义市场经济体制初步建立，全方位对外开放格局基本形成，我国的经济和社会发展进入了一个极为重要的时期。发展文化产业成为我国应对世界性的新技术革命浪潮和产业结构升级运动，转变增长方式，实现跨越式发展的重要战略选择。第三，由于我国人民生活水平普遍提高，整体进入小康，人民群众不仅在衣、食、住、

行、通讯、卫生和生活环境等物质生活的各个方面提出了更多、更高的要求，而且在文化娱乐、广播影视、图书出版、体育康复、旅游等精神生活方面也提出了更多更高的要求。只有发展文化产业，才能适应人民群众日益增长的物质和文化生活需要，促进社会主义物质文明和精神文明建设。

总之，作为加快发展、深化改革的新举措，扩大开放、应对入世的新战略，党中央与时俱进，不失时机地提出发展文化产业，赋予我国“文化产业”以合法地位。我们有理由期待这个产业或产业群的迅猛发展为国民经济增长和整个国家的现代化进程做出越来越大的贡献，有理由期待它在我国经济结构调整和技术升级过程中发挥越来越重要的作用，有理由期待它为满足人民群众日益增长的文化需求，并进而发展有中国特色的社会主义的文化事业，发挥强大的功能。在这样一个重要的历史时期，编纂“中国文化产业蓝皮书”顺理成章，恰逢其时。

然而，什么是文化产业？哪些行业可以划在它的范畴之内？如何全面准确地描述这个产业或产业群的成长状况和发展前景，这类问题目前国内还没有一致的意见。如何推进这个产业的健康、高速发展？这个产业的迅速壮大会不会带来一些负面的影响？人们还存在某些困惑。甚至当我们打算粗略勾勒这个产业的发展现状时却发现，我们的统计部门还刚刚开始创建和编制可能适用的统计指标体系，采集和发布准确的数据尚需时日。这是一个还处在转型过程中、总体图景相当破碎、发展前景却非常远大的产业。制订这样一个产业的权威报告，就不能仅仅依赖于观察和经验性描述，而必须从某些最基本的规定开始。

我们能看到什么往往取决于我们怎样去看。

文化产业有种种不同的定义。我们认为，就所提供产品的性质而言，文化产业可以被理解为向消费者提供精神产品或服务的行业；就其经济过程的性质而言，文化产业可以被定义为“按照工业生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动”；在我们这样一个特定的制度环境中，文化产业除了具有一般产业属性之外，还具有某些特殊的社会和意识形态属性。这是我们理解文化产业的最基本的出发点。如果将文化产业置于知识经济迅猛发展的当代世界经济背景下，我们又可看到，近 10 年以来，文化产业已经发生了重大转变，越来越成为第三产业中最富现代意义、与高科技尤其数码技术发展最紧密结合的产业，并且越来越反过来影响和改变着传统文化产业的面貌。由此我们认为，现代文化产业实际上是一个巨大的“产业群”，它们建立在大规模复制技术之上，履行最广泛传播的功能，经商业动机的刺激和经济链条的中介，迅速向传统文化艺术的原创和保存两个基本环节渗透：将原创变成资源开发，将保存变成展示，并将

整个过程奠定在现代知识产权之上。

出于这样的理解，我们从行业门类上，把文化娱乐业、新闻出版、广播影视、音像、网络及计算机服务、旅游、教育等看做文化产业的主体或核心行业；把传统的文学、戏剧、音乐、美术、摄影、舞蹈、电影电视创作甚至工业与建筑设计以及艺术博览场馆、图书馆等看做文化产业正在争夺的前沿；把广告业和咨询业等看做是它成功开拓的边疆。

出于中国国情和第一本“中国文化产业蓝皮书”操作便利的需要，（我们还）考虑到文化产业传统的行业管理归属，以上所说的产业门类将与文化部、新闻出版总署、国家广电总局、信息产业部、国家旅游局等主管部门的业务大致对应。按照时下的说法，这是一个“中等”的文化产业概念。应该说，文化产业在中国的发展还很不充分，其全部丰富性尚未充分展开，因此它的范围必定还会发生变化，相信这种变化将在以后的“中国文化产业蓝皮书”中表现出来。

我们还希望说明，作为第一本“中国文化产业蓝皮书”，要反映一个正在从前市场经济模式脱胎出来的新兴产业，我们的研究方法不仅是经济学的，也是文化学、社会学和政策学的；不仅是定量的，可能更多还是定性的。我们认为，经济学与社会学、政策学并举的方法，将更好地反映我国文化产业与整个经济社会发展同样具有的“发展”与“转型”二重奏的特点，以一种内在的力度和逻辑的张力凸显我们所面临的现实。

当然，无论是进行经济学分析还是社会学分析，统计数据的运用都是不可或缺的。对现实进行数量化的描述具有令人瞩目的功效和进行横向比较的方便。然而遗憾的是，由于统计数据的缺乏，我们还不得不在一定程度上依靠专家系统开展这方面的工作；有时甚至不得不“拼凑”一些数字，或给出一些约略的数字，以帮助读者建立量的印象。应该说，中国社会正在进入统计的时代，不少政府部门已经有定期的数据发表。文化产业中一些产业化程度较高的部门如旅游业、新闻出版业等，历年的统计资料都比较齐备。同时有关部门正在抓紧制定完整的统计指标体系，并力争早日进行数据采集工作。或许我们在不久的将来可以依赖这类更加权威的数据。基于上述考虑，我们专门设计了“专家论坛”栏目，以期对文化产业做出与行业性报告有所不同的分析，不仅反映文化产业作为产业群的宏观图景，而且拓展对文化产业的前瞻性视野。

一、文化产业在中国的迅速崛起

文化产业在我国的兴起，记录了一个重大政策的变迁过程。

当代中国的文化产业的起步可以追溯到改革开放之初的 1979 年。

当时，广州东方宾馆开设了国内第一家音乐茶座。随即，营业性舞厅等经营性文化场所在各大城市争相开业，我国第一次出现了文化市场。到了 1987 年 2 月，文化部、公安部、国家工商局联合发出了《关于改进营业性舞会管理的通知》，第一次明确了举办营业性舞会的合法性质，文化经营活动正式成为我国社会主义文化事业的合法组成部分。1988 年，文化部、国家工商局又联合发布了《关于加强文化市场管理工作的通知》，不仅在政府文件中首次出现了“文化市场”的字眼，而且对众说纷纭的文化市场的范围、管理原则和任务等做了界定，从而结束了文化市场管理无章可循的局面。

与此同时，关于文化可能具有的“产业”性质，关于“文化产业”与国民经济和社会发展的关系等，事实上一直被我国有关部门所关注。1985 年，国务院转发国家统计局《关于建立第三产业统计的报告》，把文化艺术作为第三产业的一个组成部分列入国民生产统计的项目中；这事实上确认了文化艺术可能具有的“产业”性质。1991 年，国务院批转《文化部关于文化事业若干经济政策意见的报告》，正式提出了“文化经济”的概念。1992 年，江泽民在“十四大”报告中明确提到要“完善文化经济政策”。同年，《中共中央国务院关于加快发展第三产业的决定》把“文化卫生事业”当做了加快第三产业发展的重点。同年出版的国务院办公厅综合司编著的《重大战略决策——加快发展第三产业》一书，明确起用了“文化产业”的说法，这可能是我国政府主管部门第一次使用“文化产业”概念。1993 年 12 月 8 日，《中国文化报》以一个整版的篇幅发表了当时文化部领导的讲话，提出“在改革开放中发展文化产业”，这是我国政府文化行政部门领导人首次全面阐述对于文化产业的政策性意见。

随着国民经济“九五”计划的顺利完成，我国经济告别了“短缺时代”，进入了全新的发展时期，对文化产业的政策进一步明朗化。1999 年，国务院发展计划委员会主任曾培炎在《关于 1998 年国民经济和社会发展计划执行情况与 1999 年国民经济和社会发展计划草案报告》中，明确提出要“推进文化、教育、非义务教育和基本医疗保建的产业化”，文化产业第一次被正式纳入国家发展计划的政策视野。1999 年 1 月，“全国文化产业发展研讨会”在大连召开；5 月，文化部与亚欧基金会共同举办的“亚欧文化产业和文化发展国际会议”在京召开，这是我国召开的第一个关于文化产业问题的政府间国际会议。2000 年 10 月 13 日，在中共中央十五届五中全会结束之后的第三天，中共中央政治局委员、中国社会科学院院长李铁映同志在中国社会科学院文化研究中心举行的文化产业理论研讨会上做了长篇讲话，对于发展我国文化产业提出了一系列指导性意见。随后，文化部

文化产业司与北京市社会科学院首都文化研究中心于 10 月 22 日在北京召开了“首届大城市文化产业研讨会”。国家文化产业创新与发展研究基地在上海交通大学召开了“21 世纪中国文化产业论坛首届年会”。中共中央十五届五中全会前后召开的这几次重要会议，积极配合党中央关于发展我国文化产业的重大战略决策，起到了舆论准备和学习宣传的重要作用。

自 1978 年党的十一届三中全会召开起，中国的改革开放已经不间断地进行了 20 多年。这 20 多年间，中国的经济获得了空前的增长，国内生产总值年均增长在 9% 以上；人民生活不仅满足了温饱，而且整体上达到了小康。到 2000 年，我国的国内生产总值已经突破了 10000 亿美元，人均 GDP 也在向 1000 美元的高度接近。文化产业在我国的迅速崛起，是我国改革开放 20 多年来，国民经济和社会发展获得伟大成果的重要标志；是国民经济战略结构顺利调整，社会主义市场经济体制基本建立，全方位对外开放格局基本形成的重要标志；是以信息技术为主体的高新技术产业在我国异军突起的重要标志。文化产业已经并将继续成为我国下一轮经济发展的重要增长点，这一点已经无可置疑。

1. 近十年以来，中国的第三产业增长迅速，在国民经济结构中的比重提高，成为带动经济增长的重要因素，这构成了中国文化产业迅速崛起的大背景

1992 年 6 月 16 日，中共中央发布了《关于加快发展第三产业的决定》。《决定》指出，我国国民经济的发展已经进入第三产业迅速发展的时期，发展第三产业对于优化国民经济结构，深化体制改革，增加就业，满足人民群众日益增长的物质和文化生活需要具有重大的战略性意义。此后，以加快发展第三产业为主要标志，深化改革和促进产业结构提升一直是中国经济发展战略的基本特点，文化产业就是在这个大的背景下进入了顺利发展的轨道。

这一战略决策对我国国民经济发展产生了重大影响。从全国的情况看，到目前为止，第三产业已经在我国有了长足的发展，其重要性日益突出。

首先，第三产业在国民经济 GDP 中所占比重提高。从“八五”到“九五”，我国第三产业增长率年均超过 9%。2000 年，第三产业增加值占国内生产总值的比重达到 33.2%，与 1995 年相比提高了 2.5 个百分点。第三产业固定资产投资总量年均增长 14.3%，分别比第一、第二产业高近 5 个和 10 个百分点，其中一些新兴产业（如邮电通讯和信息产业等）更是高达 20~30%，有力地带动了经济的增长。其次，第三产业对国民经济增长的贡献提高。2000 年，我国第

三产业对 GDP 增长的贡献率为 28%，比 1995 年高近 5 个百分点，而同期第一产业和第二产业对 GDP 增长的贡献率分别下降了 4 个和 1 个百分点，在我国第一次出现了第三产业与第二产业共同带动国民经济增长的局面。第三，第三产业对扩大就业起到了越来越重要的作用。自 20 世纪 90 年代以来，我国第一产业增加值平均每增长 1%，就减少了 126 万个劳动力；第二产业增加值平均每增长 1%，可创造 26 万个就业岗位；而第三产业增加值平均每增长 1%，能创造 100 万个就业岗位，第三产业已经成为我国吸纳劳动力就业，顺利实施产业结构调整的主渠道^①。

2. 在顺利实施第三产业发展战略的过程中，与文化产业相关的“新兴第三产业”门类，以远远超出其他产业门类的速度发展起来，成为带动第三产业发展的主导因素

在 1993 年国家计委提出的《第三产业发展规划基本思路》中，明确要求在继续发展批发零售贸易业和社会服务业等传统第三产业的同时，积极发展旅游、信息、咨询服务等新兴产业，增大其在第三产业中的比重，对其中直接关系国民经济发展后劲的科技、教育事业和信息、咨询业，更要超前发展。根据《国家发展计划委员会关于发展第三产业扩大就业的指导意见》中的数字，到 1997 年，仅信息服务业（包括电信、邮政、广播影视、计算机应用服务等）、旅游业（包括旅馆、旅行社、旅游景点以及相关的交通、餐饮、商业、娱乐业）、文化、体育产业（包括娱乐服务、文化市场、新闻出版和健身服务、体育市场等）、科技教育业（包括科研和综合技术服务、教育培训等）等与文化产业相关的产业统计，其增加值就约占国内生产总值的 5.2%，从业人员约占总就业的 3.7%。1997 年以后，这些产业有了更为迅猛的发展，其增加值占国内生产总值的比重又有了较大的提高。仅据北京市旅游业的统计数字，1998 年其增加值就占到全市 GDP 的 9.6%，已经成为北京市的支柱产业。

3. 在近年来科技革命的浪潮中，与信息产业相关的文化产业异军突起，成为带动第三产业，以至于带动整个国民经济发展的主导产业

自 20 世纪 90 年代末以来，由于受到数字化信息技术革命的影响，通信、广播电视和视听消费电子产品数字化进程加速发展，使得计算机、通信、广播电视这三个原来分工明确的行业出现融合汇聚现象，带动了我国相关文化产业的发展。根据国家统计局和国家计委的数字，“九五”期间，我国信息技术产业的产值平均年增幅达到 25~30%，到 2000 年，我国电信业和邮政业的业务总量达到 4725 亿元，

引自《国家发展计划委员会关于发展第三产业扩大就业的指导意见》。

如果加上与国民经济和社会信息化密切相关的新兴电子信息产业，业务总量可达到 14725 亿，比 1995 年（“八五”末）翻了两番^①。这些产业的发展为文化内容在前所未有的规模上创作与传播开辟了广阔的新天地，传统的大众传媒如新闻出版、广播电影电视业等均在向信息产业迅速靠拢，以“新媒体”的姿态，异军突起，成为新兴文化产业的主体。传统的音像业在居民“消费类信息技术产品”拥有量急剧增加的情况下，正在迅速的技术升级和产业重组中，走向新的发展高峰期。所有这些变化都造成了大众娱乐形态的迅速变化，反过来为信息产业的发展形成了一个又一个新兴的市场。我国文化产业已经成为与信息产业互为条件、相互促进，对国民经济发展全局具有同样重大意义的产业。

4. 我国的文化产业成为地区经济和地区发展的新的主要增长点

文化产业的发展在沿海经济发达地区，特别是大城市尤为迅猛。以北京、上海、长沙为例，其文化产业 1998 年增加值占全市 GDP 的比重分别是 4.4%、4.3% 和 5.94%，已显现成为支柱产业的势头。据 1999 年 5 月北京市统计局对所圈定的北京 25 类文化行业中的 13 类主要文化行业进行统计显示，至 1998 年，所创造的增加值已达 87.9 亿元，占全市 GDP 的 4.4%。如果再加上旅游业所创造的增加值，总值将达到 281.2 亿元，占全市 GDP 的 14%。不仅如此，继北京、上海、广州、深圳等发达城市编制文化产业发展规划之后，江苏、浙江、湖南、湖北、天津、四川、重庆等地也都纷纷制订文化产业发展规划。在所有这些规划中，力图使文化产业产值在未来 5~10 年内占 GDP 的 5~6% 并成为当地经济发展的支柱产业几乎是一个共同的目标。

所有这一切都清楚地表明，中国的文化产业已经在改革和发展的大潮中块然成形。人们正在以一种新的眼光，重新审视这个蓬勃发展中的产业，深入理解其产生和迅速成长的必然性，从而更自觉地促进它的发展，推动其产业升级，使我国的文化产业乃至整个经济更健康更迅速更持续地发展下去。

二、文化产业在我国兴起的原因

文化产业在我国的兴起既有经济发展的原因，又是体制变革的结果；既受到科学技术革命的内在推动，又为全球化的发展趋势所裹挟。文化产业是一个集中代表了现代经济、社会和文化发展的全球性

^① 曾培炎主编《2001 中国国民经济和社会发展报告》，第 147 页。

趋势的新兴产业，在我国的兴起有其必然性。

1. 收入需求结构的变化刺激了我国文化产业的发展

文化产业的兴起是我国经济发展和社会进步的重要标志和产业结构开始出现重大调整的突出特征。它同时也是由改革开放以来，我国居民收入水平的提高和消费结构的变化所推动的。

根据权威部门研究，改革开放 20 年以来，我国经济持续健康发展，城乡居民的收入水平持续提高，由此导致居民消费结构发生根本性变化。1978 年，我国居民的消费水平是 184 元，到 1998 年上升到 2972 元，增长了近 4 倍，每年的平均增幅达到 7%^①。而且，进入 20 世纪 90 年代以后，反映居民消费结构的恩格尔系数降到了 50% 以下，说明我国居民从总体上告别了温饱，进入了小康。其中城镇居民的恩格尔系数到 20 世纪 90 年代末降至 40% 以下，开始走进了富裕时代^②。像上海这样的城市，居民的人均收入甚至超过了 4000 美元，开始进入中等发达国家的水平。

值得注意的是，在这个过程中，居民消费结构中用于文化教育消费的部分越来越大，增长速度越来越快。据专家研究，1981~1997 年，我国城镇居民消费结构演变经过了以生存资料数量扩张为主的“粗放型消费”阶段，到生活消费需求稳定、家庭新兴耐用消费品普及率迅速提高的“集约型消费”阶段，最后进入发展、享受资料快速增长，更加注重消费质量的“舒展型消费”阶段。第一阶段以吃穿类消费为主，占到总消费的 3/4，第二阶段中吃穿类支出开始下降，第三阶段生活必需品支出继续稳步下降，而服务性消费支出比重全面上升和递增，娱乐文教支出首次超过用品类支出，将我国居民消费次序从“吃、穿、用”改变为“吃、穿、娱乐文教”。相当一部分居民群体的消费重心开始向教育、科技、旅游及精神产品消费等领域移动^③。

因此，国民经济“九五”计划的完成，使我国的经济、社会发展出现了重大的转折，开始越过专家们所说的人均收入的门槛，显示出消费的“脱物”倾向。发达国家的某些消费趋势在我国也已出现，文化类消费需求在整个居民消费结构中所占比例的决定性上升，以及文

① 刘世锦等：《中国“十五”产业发展大思路》，第 112 页，中国经济出版社，2000。按照普通人的数学常识，1998 年的消费水准是 1978 年的 16 倍强，换句话说翻了 4 番；年增长幅度应在 14% 以上；但常识也告诉我们，说我们的生活普遍提高了 16 倍也不符合实际。事实上这里的常识显然没有考虑物价上涨等因素。

② 刘世锦等：《中国“十五”产业发展大思路》，中国经济出版社，2000。

③ 刘世锦等：《中国“十五”产业发展大思路》，第 124~125 页、第 128 页，中国经济出版社，2000。

化消费品市场需求总量规模的急剧扩大，成为我国文化产业兴起的重要内在动因。

2. 科学技术革命推动了中国文化产业发展

技术创新通常被认为对产业结构变化具有重大影响，这一点也充分表现在我国文化产业的发展中。

自 20 世纪 90 年代以来，在信息技术全球化浪潮的推动下，我国的数字化信息技术产业成为国民经济发展中最为耀眼的增长点。我国信息产业和电信业迅速从传统的基础设施领域脱颖而出，进入一个有线通讯和无线通讯、传统电讯和计算机网络、电信产业和新闻媒体、金融服务的大规模“产业弥合”时期，成长为我国国民经济最大的综合性支柱产业。以信息产业为主体的产业结构提升运动为大批与文化产业相关的新兴产业群的生长提供了新的技术基础，并反过来对一些传统文化产业领域产生了延伸影响。近年来，信息技术产业和电信业在我国的超前发展，在我国的文化产业中造成了最为引人注目的产业关联效应。如果对近年来我国产业界热点问题进行一番检视，我们可以发现，国内对与文化产业相关的产业发展和投资热点的关注，无不与“国民经济和社会发展信息化”这个大主题相关。1999 年是“网络热”；2000 年，信息化突入传媒领域，引发“传媒热”，新闻出版、广播电影电视等传统大众传媒部门迅速“触网”，出现了信息产业与文化产业的“大汇流”的壮观景象。

可以说，新技术革命与文化需求形成了推动我国文化产业发展的两轮。新兴产业向需求强劲且技术进步的领域，尤其是负载着高密度文化内容的高新技术产业集聚，已经直接导致了新兴文化产业群的急剧膨胀，并迅速改变着我国传统第三产业的格局。中国经济结构的持续、健康发展的现代图景已经显现。

3. 新一轮全球化浪潮拉动了中国文化产业发展

无论是需求结构变化还是产业结构变化，都已经被证明是经济和社会发展的国际性的普遍趋势，但是这种普遍趋势对于处在不同发展阶段的国家却具有全然不同的意义。由于发达国家已经完成了现代化的进程，从整体上进入了“后工业化”发展阶段，在全球经济和社会发展日益一体化的当代，就在总的发展趋势上为后发国家“设定”了发展道路。在信息技术产业与文化产业相关的领域，这一点表现得特别明显。正是在这个意义上，我们认为，是新一轮全球化浪潮拉动了我国文化产业的发展。

近十几年来，美国因率先完成了向“知识经济”的重大转型，一直引领着西方发达国家的产业结构加速调整的进程。到了 20 世纪 90 年代末，这个发展进程达到了一个历史性的转折点，有两件事值得载

入历史。第一件事是“北美行业分类系统”的发布。该系统将信息产业重新定义为“将信息转变为商品”的行业，不但包括软件、数据库、各种无线通信服务和在线信息服务，还包括了传统的报纸、书刊、电影和音像产品的出版，而计算机和通信设备等的生产将不再包括在内，被划为制造业下的一个分支。这一重新定义的目的就是为了将信息与文化产品从一般的货物生产和服务行业中区分出来。第二件事是美国的消费类视听技术文化产品出口达到 600 亿美元，取代航空航天工业的位置，成为第一大出口产品。这两件事情标志着，美国已经完成了新一轮产业结构调整，再一次抢占了国际性产业升级运动的制高点，国际经济关系的不对称格局再一次形成。

在这个正在形成的国际格局中，信息与文化产业是发达国家最具优势的产业，而大量未开发的文化遗产与巨大而增长迅速的居民文化消费能力是不发达国家最具吸引力的资源。不发达国家在经历了廉价出口物质资源，高价进口制造成品的不平等国际经济关系历史后，又可能经历廉价出口文化资源，高价进口文化产品的新的不平等国际经济关系。

我国政府已经注意到了这一发展趋势，并在加入 WTO 的谈判过程中，在制订我国当前传媒体制改革的政策时充分考虑了这个大背景。加速我国文化产业的发展，特别是加速发展与新兴的信息技术相关的新闻出版、广播电影电视业，已经成为我国深化改革、应对入世、实现跨越式发展新战略的不可缺少的组成部分。在全球经济一体化的大背景下，我们只有奋起迎接挑战，认清国际上文化产业迅速崛起的现实，迅速制定我国自己的文化产业发展战略，迎头切入世界经济的前沿，积极参与新一轮国际分工，才能在当代国际经贸活动中扮演重要角色。

4. 改革启动了我国文化产业的发展

我国文化产业的发展特别表现出制度性启动的特点。20 多年的持续经济增长、收入水平的提高、需求结构的变化、科学技术革命的推动、全球化浪潮的拉动，为我国的文化产业发展积蓄了大量“动能”，形成了一定的“位势”，这时制度创新和改革的深化，就会为我国的文化产业发展打开“闸门”，令其汇入国民经济发展的洪流。

以制度创新适应新兴产业的发展需要，从而启动文化产业的发展，是一个新的世界性发展趋势。根据对各国传媒体制现状和发展趋势的研究我们发现，自 20 世纪 90 年代以来，从美国到欧洲，发达国家已经基本上解除了通信业、传媒业、信息业之间传统的行业管理壁垒，完成了适应传媒手段汇流的制度创新，目前正在进入针对传媒内容的制度创新时期。随着世界各国纷纷拆除其自身的传媒行业壁垒，

以及国家间的关税壁垒，一个超越民族国家的文化内容市场正在形成；信息产业的全球化已经成为现实，文化产业的全球化趋势正在凸现。如何发展文化产业已经成为各国发展战略制定人员所要考虑的主要问题。

中国的改革开放深刻而广泛。以经济结构调整为主线、以市场化为导向的转变势必要扩展、影响到社会生活的方方面面。在我国实施国民经济“八五”和“九五”计划，营造社会主义市场经济的总体环境和推动全方位对外开放基本格局形成的同时，对原国有文化事业单位的改革已经启动，这些重要的改革措施逐步地放开了文化市场，减少了国家的财政补贴，改善了文化事业单位的条件，丰富和活跃了人民群众的生活，增加了国家的税收，促进了精神文明的建设。

文化部所属文艺院团的体制改革早已在进行，极大地活跃了我国的演出市场；旅游管理体制的改革也对于我国文化旅游业的发展具有重要的推动作用；随着我国加入 WTO，新闻出版业、广播影视业的改革也提上了日程。报刊业“治散”、“治乱”和行业归口管理改革启动了文化产业的宏观产业结构调整，组建“报业集团”、“出版集团”、“广播影视集团”则开始了文化产业的微观产业组织创新。中国的文化产业在改革开放大潮的推动下，波澜壮阔，蔚为壮观。

三、中国文化产业的现状与问题

我国传统的文化体制是适应计划经济的需要建立起来的，实行的是计划管理模式，出于当时的需要，传统的文化管理体制只强调了文化作为思想道德教育手段和国家意识形态的属性，忽视乃至排斥了文化作为消费产品的商品属性，忽视乃至排斥文化产业在发展现代经济，以至于发展现代文化中的积极作用。这种体制就是所谓“事业单位体制”，其运行模式是“财政支持型”、“社会福利型”，俗称“政府办文化”。

改革开放 20 年以来，中国的文化产业的发展经过了以“文化事业”为基本特征的初期发展阶段，以“事业单位，企业管理”为基本特征的探索发展阶段，目前正处在“发展”、“转型”、“入世”三大任务并存，全面提速和全面融入国民经济发展总体战略的阶段。中国文化产业的发展正在进入一个全新的发展时期。在这个重要的时刻，我们应该对现状与问题有清醒的认识。

1. 中国文化产业低水平供求关系与非对称结构性矛盾

我国的文化市场已有“长足的发展”。改革开放以来，特别是 20 世纪 90 年代以来，一方面，经济社会生活各方面条件迅速改善，人

民群众的文化娱乐需求正在被迅速释放；另一方面，各种新型文化产业门类不断产生，文化产业结构性变化频繁。但是现有统计数字显示，我国文化产业还处在一种低水平供求平衡和非对称结构性矛盾的状况之中。

从绝对值来看，我国居民的文化消费需要与文化产业部门的供给之间并没有很大的出入。

从需求方面说，2000年，我国的人均GDP已经达到了849美元，反映城乡居民生活水准的恩格尔系数也降至50%以下。城镇居民人均可支配收入达到6280元，人均消费性支出是4998元，其中被列入统计的，与文化相关的旅游、娱乐和耐用消费品、教育、文化服务、通讯等项消费总计949元，占到可支配收入约19%。按照我国目前大约有4亿城镇人口计算，我国目前城镇居民文化消费需求大约有3796亿元。农村居民人均收入达到2253元，人均消费支出中通讯和文教娱乐类支出280元，总计达到2520亿元。这样算下来，我国与文化相关的消费需求应该在6000亿~6500亿元之间（6314亿元）^①。

从供给方面看，根据有关统计数据汇总，我们的文化产业各行业近年来（1998或1999）进入统计的产值大约是6000多亿元（1998年6240亿元），其中教育、文化艺术及广播电影电视业1812.9亿元（1998），国内旅游收入2831.92亿元，图书报刊355亿元，邮电通讯是1235.1亿元（1998），音像制品12.7亿元。（广告业等尚未计入）

以上两个大致相符的数字不过是分别从供需两个方面描绘了我国文化市场的规模，却还无法得出我国的文化产业发展状况可以令人满意的结论。略做分析就可以看出，文化市场的现状只是一种低水平的供需平衡，更何况，由于还存在着各种体制性问题，所以它还只是一个存在结构性矛盾的、非对称性的平衡。

根据国际上的研究，在人均GDP跨越1000美元时，消费支出中吃穿用类比重大大下降，住房类基本不变，而文化精神消费类支出开始大大上升；第三产业应该占到GDP总量的40%左右，其中文化类产品的产值所占比例也大大增加。我国目前人均GDP接近1000美元，但是第三产业的比例（33.29%）低于这个标准达6个百分点，其总量大约是5000亿元人民币。尽管我们可以去除由于消费习惯和体制因素而出现的误差，并去除可能用于非文化类消费的支出（如医疗等），余量也应该有3000亿~4000亿元人民币。

对于这3000亿~4000亿元人民币的市场空缺应该做如何理解？

^① 根据中国统计信息网提供数字推算。

一种解释是，我国居民文化消费能力被大大压抑了，因此制约了文化产业的成长。有许多事实可以证明这一点。比如说，根据我国文化产业部门各种散见的数字，我国的电影业、电视业存在大量的经营不善和亏损，许多作品出版后无人问津，库存积压严重；而一些作品却不明原因地骤然获利。有统计表明，电影的生产近年来在走下坡路。1992年全国共生产了170部故事片，为近10年来之最，此后1995年是146部，1996年是110部，1997年是88部，1998年只剩下82部。我们本应不断增加的观众都上哪里去了呢？近年来，火爆一时的传统文化娱乐业如歌厅舞厅等经济效益迅速下滑，成为亏损行业。这些现象说明，我国文化产业部门所提供的产品，有相当一部分不能满足人民群众日益增长和不断变化着的文化消费需要。

还可以做另一种解释，即我国居民事实上已经实现的文化消费有相当一部分没有被列入统计。目前音像界有一个被公认的市场容量计算方法，即根据居民的消费类视听技术设备的拥有量估算音像制品的市场容量。根据这种方法，我国居民目前大概拥有：电视3.5亿台、CD机1000多万台、VCD机3000多万台、LD影碟机500多万台、多媒体电脑1500多万台，等等。如果按照每个硬件每年均需要10件（套）新的音像制品统计，据信每年音像产品的总销售额应有超过1000亿元的规模，但根据有关部门1996年的统计，我国的音像制品只有不足20亿元的正版收入，占总量的2~3%；根据1999年的统计，正版收入约有50亿元^①，即使由于政府加大“扫黄打非”的力度，正版率有所提高，据信实际市场规模也应该在1500亿~2000亿元左右。这方面的事实说明，有相当大部分居民的文化消费需求正在流失。我们的文化市场供需之间存在巨大的结构性缺口应该是一个不争的事实。

文化市场巨大的供求差别已经成为国家文化和经济安全问题的隐忧。目前我国居民个人金融资产已经达到9万亿元左右，银行存款约7万亿元，随着我国在住房、养老、医疗和教育等方面各项改革措施的逐步推出，人们对文化、教育和娱乐的消费需求将得到进一步释放。这是一个巨大的市场空间，甚至已经形成了一个目前我国文化产业无法填补的真空。加入WTO后，国外文化产业集团将可能以技术与内容的多重优势大举进入，迅速占领我国的文化市场，文化市场“有限开放”的政策在市场规律的作用下可能会在不长的时间里遭遇严峻挑战。

近年来，人们频繁地看到这样的数字：英国文化产业的年产值将

^① 参见庹祖海在“音像制品研讨会”上的发言。

近 600 亿英镑，从业人员约占全国总就业人数的 5%；日本娱乐业的年产值早在 1993 年就超过汽车工业的年产值；美国的文化产业更加发达，其视听产品出口额已经成为第一大出口产品，并在国际市场上占据了 40% 以上的份额。根据媒体的报道，我国政府已经开始考虑允许一些国际知名传媒集团进入我国媒体市场。这是一个重大的信号，说明文化产业国际化的进程可能出人意料地加速，我国文化市场已经暴露在国际文化资本的强大压力之下，我国改革开放 20 多年积累的经济和文化之果已经成为国际文化资本垂涎的目标。

2. 中国文化产业经营单位众多但产业组织集约化程度不高

面对巨量的市场需求，以及国际传媒文化集团大兵压境，我国的文化产业在总体上缺乏竞争力，难以满足人们群众不断增长的文化需要，这一点足令我们忧虑。我国的传统文化产业诞生于计划体制之下，长期以来既被行政体制分割又被各种政策保护。在这种情况下形成的总体格局，表现出经营单位众多，产业集约化程度不高，资源极度分散和不讲经济效益的突出特点。在文化市场迅速成型的今天，这些特点全部转化为弱点。

从人员规模看，仅以文化部所属文化产业机构为例。截至 1999 年，我国文化部下属的企事业单位共 33.07 万个，这里包括了艺术演出团体、影剧院、图书馆、群艺馆和文物保护单位，从业人员共 166.15 万人；当年国内演出场次是 42.3 万场；国内观众达 4.69 亿人次。文化娱乐业有机构 17.47 万个，90.3 万人；文化市场其他经营机构 9.7 万个，23 万人^①。这些单位的特点是大多机构较小，如文化部下属每个单位平均才有 5 人左右。

从经营规模看，音像业是一个典型的例子。我国音像制品的生产、复制单位近 600 家，每年生产正版音像制品（盒带、VCD、CD 和 DVD）两万种约两亿件（盘），平均每家企业年生产 34 万件，月生产不足 3 万件；而销售单位约有 7 万个，每年全部正版音像制品销售两亿件，平均每个销售点 1 年不过卖 3000 来件，日平均竟不足 10 件。图书批发零售业是另一个例子。1999 年文化部所属图书批发零售机构有 13056 个，2.3 万人，营业收入只有 5.45 亿元，人均 2.3 万元左右，每天营业额为 60 来元^②。

资源分散和集约化程度低的问题在新闻出版和广播影视业中表现得极充分。我国新闻出版体制与传统工业经济管理体制有共同特点：

① 数字来源于文华：《加入世贸组织对中国文化产业的影响和对策》，见《WTO与中国文化产业》（刘玉珠、金一伟主编，文化艺术出版社，2001），第 2~3 页。

② 《中国文物统计年鉴》第 459 页。

新闻出版单位必须是以一定级别的行政机构为“上级单位”，并且建立在其财政拨款的基础上。这些新闻出版单位一旦形成就被固化，既不能淘汰也不能重组；新的需求一般产生于新的行政机构，通过新的拨款来建立，同样先天不足。长此以往，新闻出版机构就随着行政机构的膨胀而膨胀起来。这些新闻出版机构大都规模狭小、重复建设、效益低下，既不能满足人民群众的精神文化需要，又造成了资源的闲置和浪费。近 年来，特别是近 年来，各有关方面一直在尝试对文化管理体制进行多方面的改革实验，但是基本状况并没有根本性改变。

据 年的统计，我国报纸有 种，期刊 种，出版社 余家，电台电视台 余座。这是一笔经数十年积累形成的巨大而宝贵的文化资源。在全方位对外开放格局基本形成的今天，如果我们自己不迅速对其加以整合、优化，转变其经营模式，增强其竞

一种市场趋势，在中国则主要依靠政府行政手段，如何将结构调整与体制转型结合起来，仍然是个问题。

这样，文化产业的发展就与深层次改革问题相遇了：文化产业是一个特殊的产业，既具有一般的行业属性，又具有社会公益性质。其中的核心产业门类如传媒产业，既具有大众传媒的特点，又是党和国家的宣传渠道。如何基于这些特点做出制度性的安排，既按照市场经济的一般规律健康发展，又保证先进文化的主导作用，这是一个全新的问题，需要我们以创新的精神大胆开拓。

但是，保证广大人民群众的文化权利是一个更为根本性的问题，也是我党和国家确保对社会主义文化事业领导权的基础。应该看到，在加入 WTO 和深化改革的形势下，在数字化信息技术的冲击下，传统传媒制度的经济基础和技术基础已经发生了变化，人民群众的文化权利的实现方式也已经发生了变化：越来越从以国家行政机制为中介的非自主方式，转向以市场为中介的自主选择方式。这就要求我们积极探索在市场竞争条件下发挥传统政治优势的新办法。因此，我们应特别注意研究调控文化市场发展的新体制、引导精神产品流通的新机制，以及活跃文化生产的新组织形式。只有这样，才能真正促进文化的发展。

当然，我们也看到，在出现了全球性的“传媒汇流”和“放松管制”之后，由于文化内容产业发展的不平衡，甚至是西方发达国家也在重新考虑如何以新的产业政策、新的制度性安排对待文化内容产业的问题。保护民族文化遗产，弘扬民族文化传统，确保民族文化安全，已经成为世界各国面对全球化的共同战略主题，将会出现许多值得我们借鉴的经验。我们的政策制订人员需要做的是向前看，而不是向后看。

4. 中国文化产业发展的先进性要求与文化原创能力不足之间形成战略矛盾，资源潜力不能转化为产业实力

发展我国的文化产业还是有一些得天独厚的条件。首先是中国文化有着巨大的影响力，世界上使用华语的人口为世界之最，中国悠久的历史文化除在中国境内，还在东南亚、北美及欧洲的华人区具有广泛的影响。这应该说是中国的文化企业进行市场开拓的最有利条件，因为语言和文化的差异一直被认为是经济全球化和国际交往中最大的消极因素。在经济学的垄断竞争理论中，保持产品差异被认为是维持产品在市场上的垄断力量的关键。文化产品的差异首先是来自价值观及表达手段的独特性；文化差异也是我们在国际竞争中和在赶超发达国家时可以依赖的比较优势。

从生产要素的角度看，中国的文化资源异常丰富，举世公认。几

千年乃至更长时间的文明发展，幅员辽阔的国土上还留存着许许多多的历史文化遗址、遗迹，还有各种类型的自然地理、人文地理景观；图书馆、博物馆里保藏着数以百万计的艺术珍品、典籍和文物；中国人的言谈举止、风情习俗、节日庆典中保留着大量有形无形的文化符号；中国的人文社会科学学者对传统文化进行了不间断的研究和播化。凡此种种，都为中国文化产品乃至其他可以负载文化符号的耐用消费品的设计、生产、创新提供了不竭的灵感源泉。

但是仅仅满足于此显然落后于时代。当今世界，文化已经具有原生形态、经济形态和技术形态，新兴文化产业得益于资本市场和信息技术两驾马车拉动，才有了前所未见的高速度，才将大批文化资源转化为产业和财富。我国正是在上述两个方面都显得被动和迟钝。

比如，文化旅游是将民族文化资源潜力化为产业实力的重要方式，旅游业在我国文化产业各门类中还是产业化程度最高的部门，但是，在该领域将文化遗产转化为产业的成功案例至今还极为鲜见。从多年前全国各地灾难性的“人造景观热”，到近年来有关部门关于文化遗产所有权和管理权能否分离，市场机制如何引入问题上的多次争论，许多问题还没有进行彻底讨论，并转化为合理的政策法规。事实已经证明，凭空建造的主题公园永远不会有信誉，而文物的粗放利用则无异于破坏，正确的道路显然应该在这二者之间。但是，在如何将文化遗产的保护与开发有机结合，做到既保护了文化遗产，又推动了文化旅游，我们还未能有一个较为明确的方针，因此而贻误了诸多发展的机遇。

文化遗产数字化是将民族文化资源转化为新兴产业基础的一个关键环节。目前，“文化内容革命”正在世界范围内展开。世界各国为迎接信息时代的到来，正大规模地将文化遗产转换成数字化形态。1992年，联合国教科文组织开始推动“世界的记忆”项目，该项目的目的是在世界范围内推动文化遗产数字化，以便永久性地保存，以及最大限度地使公众公平地享有。1999年，在芬兰倡议下，欧盟国家开始启动一项多国框架性合作项目，名为“内容创作启动计划”，文化遗产数字化被确定为基础性内容。我国的文化资源数字化进程因国家数字图书馆工程的启动（1996）可以说动手并不晚，但直至目前，还没有形成国家发展战略，还没有将其上升为国家文化产业建设的基础性工程，这不能不说是我国文化产业发展的一个深层危机。

向数字媒体转移是将传统文化资源开发为经济资源的必要步骤，实质上是空前规模的产业整合准备条件，具有巨大的经济意义。国际性信息技术集团和文化传媒集团早已开始着手整合世界各国的数字文化资源，为开发新的世界市场做好准备；中国文化资源关系到对中