

体认文化产业新思维 新空间 新支点

——写给 2013

文化产业与文化市场编辑部

虽然2012年整个宏观经济环境趋冷、宏观经济增速放缓,但文化产业依然稳步增长,甚至是高歌猛进。有数据显示,2012年前10个月全社会固定资产投资增速比往年下降了10个百分点,但文化体育娱乐业的投资增速上升了15个百分点,达到了30%左右;从已上市文化公司的三季报可以看出,超过半数的公司全年业绩预增在五成以上;更有新闻性的是,2012年底闭幕的第七届中国北京国际文化创意产业博览会上,据不完全统计,签署文化产业项目协议和原创文化内容产品及艺术品交易总金额达1089.53亿元,比上届增长38.5%,其中中国原创的内容文化产品成交大幅增加,成交额达157.46亿元,比上届增长143%;北京市朝阳区2012年规模以上文化企业年收入预计突破2100亿元,区级财政收入预计80亿元;还有,2012年北京市文化产业增加值预计将占北京市GDP的12.5%。这一系列数字表明,经过利好政策的推动,文化体制改革能量的催生和产业自身的增长积累,在北京这样的发达地区,文化产业已进入实质性增长阶段,作为独立的经济形态已然成为国民经济支柱性产业。

党的十六大以来,从新兴战略产业的提出,到十七届六中全会努力建设社会主义文化强国,再到十八大扎实推进社会主义文化强国建设,不仅对文化产业发展提出了新的更高要求,更体现出了我们党对社会主义文化强国的自信和自觉。文化产业和文化市场面临着不曾有过的发展空间和机遇。

正因为如此,我们在为2012年和以往文化产业发展的业绩感到欣喜的同时,面对2013年和今后的文化产业与文化市场,仍然不能不指出这样的事实:在文化产业总量增长的背后,散、弱、小、差的产业结构没有发生根本性的改变;文化市场缺乏有效供给的产品结构和文化消费有效需求不足的市场状况没有改变;在政府管制与市场边界尚未厘清的体制环境下,市场对经济资源的基础性配置作用并没有得到充分显现,导致泡沫化倾向如影随形在不同的产业门类中都有不同程度的反映和体现。总之,文化产业领域中诸多多的基础性问题并没有得到根本解决。而上述这些问题,正是2013年和今后文化市场和文化产业领域必须面对的挑战和必须解决的问题。

为此,我们必须强调和充分认识到,作为执政党,中共十八大的召开,标志着中国的改革开放开始步入一个新的历史阶段。围绕全面落实经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设五位一体总体布局战略和十八大精神的全面贯彻落实,以及今年两会召开后一系列具体新政的推出,必将为整个文化的发展繁荣提供更加广阔的空间,文化产业与文化市场发展的外部环境必然会得到新的改善。因此,基于十八大报告的精神,关于2013年文化产业与文化市场的发展趋势我们提出如下判断:

第一,五位一体总体布局为文化改革发展和建设提出了新的历史要求,更为国家的文化产业空间布局和统一的文化市场体系建设提供了广阔背景和思考的新维度。

众所周知,区域壁垒、行业壁垒和条块分割的行政管制,不仅影响和破坏了统一文化市场体系的建立,阻碍了文化产品的有效流通,增加了文化产品的交易成本;同时,在唯GDP论和急功近利的政绩观推动下,导致一些地方文化产业项目的同质化,大干快上的文化地产背后是文化内容原创产品的缺失和对历史文化遗产的破坏。因此,区域文化产业的发展必须根据各区域资源禀赋的不同确定其差异化的发展方略,才是确保文化产业健康和可持续发展的关键。有鉴于此,对于有着5000年历史文明和广阔国土空间的中国,应在国家战略的层面上对文化和文化产业的空间布局进行硬性约束,从而根据区位优势的不同、区域资源禀赋和生产要素聚集程度的不同,建立起符合我国东、中、西差异化发展现实的层级化文化产业布局,是今年也是今后推动文化产业发展的重大问题之一。我们无法想象,在人口稀少、经济不发达的偏远山区或边疆地区,采取已经进入后工业时代的东部沿海发展模式,对于当地社会发展能够产生怎样的实际作用。对此,无论是国家层面还是各省区市乃至下一级的地方政府应有相对的战略考量。正如著名经济学家吴敬琏所强调的,政府要逐渐淡出对微观经济活动的干预,加强在市场失灵领域的监管和提供公共产品等方面的职能,而文化产业空间布局战略的建立正是政府应肩负的职责,也是十八大报告中有关“三个没有变”的基本国情对政府提出的要求。

第二,改革只有进行时没有完成时。

改革是最大的红利。新一届中央领导的这些观点进一步表明,过往的以转企改制为核心的文化体制改革并没有结束,尚需进一步深化,其中与转企改制密切相关的是,如何完善我国目前的文化管理体制,实现从“行业分层管理”走向向综合性大部制管理的转变。

这种转变,既是深化文化体制改革的重要举措,也是建立统一文化市场体系、完善文化产业空间布局的迫切需要,更是整个大文化领域的热



切企盼。对此,刚刚发布的《文化蓝皮书:中国文化产业报告(2012-2013)》有着清晰的表述,顺应统一市场体系建立的要求,解决文化行政管理体系中条块分割、职能交叉、效率低下的问题,是推动文化产业新一轮大发展的关键。该报告还强调,我们只要看看那些地方政府千篇一律的“文化产业规划”,以及那些挂来自文化、新闻出版总署、国家广电总局,甚至科技部招牌的多个“集聚区”“示范区”“试验区”牌子,就足以说明问题了。

该报告还进一步分析道,改革开放以来,特别是本轮文化产业的改革发展以来,这种“竖井式管理”模式,越来越成为制约文化产业发展的主要原因。事实上,随着2004年《行政许可法》的出台,推动了文化行政管理部门重新审核废除了一批行政审批事项,在一定程度上降低了改革中的企事业单位对行政部门的依附性。2004年9月,中央决定在综合性试点地区,以属地管理对文化市场实施统一综合执法,在地级市、县级市和县域内,对现有的文化局、广电局、新闻出版局实行合并,设立文化广电新闻出版局,同时履行原3个部门的行政管理职能。尽管以“统一综合执法”为名的合并直接作用对象是文化市场执法体制,但是对我国原有分行业的管理体制造成了重大冲击,客观上为组建国家级综合文化管理机构准备了条件。

因此,乘十八大的东风,抓紧总结全国地市级以下及部分地方省级文化市场综合执法改革的成功经验,不失时机地全面启动新一轮文化管理机构改革,推动国家层面文化管理机构合并,建立起在全国范围内面向统一市场的综合文化管理机构,这是时代的要求,是历史的选择,更是人们的期盼。

第三,城镇化建设战略的实施和推进为文化市场发展腾挪了新的空间。

在此,需要我们进一步体认的是,无论是城市化还是城镇化,大城市的郊区和二、三线城市和乡镇建设将是今后的着力方向。随着基础设施建设完善,文化设施建设不可或缺。因此如何使文化基础设施真正能够发挥文化惠民的作用,而不是一种摆设,其中一个重要问题,就是要解决好公共文化服务体系如何更好地发挥培育文化市场和涵养文化消费群体作用的同时,文化产业的非营利性功能又能够得到更合理和更科学的制度安排。

完善公共文化服务的内容和方式、方法,科学配置公共文化资源,既是下一步文化体制改革的着力点,也是培育文化消费人口,提高公众文化素质,建立社会主义核心价值观体系的需要。当然在这一过程中,对于文化市场而言,不仅提高了文化消费的边际效用,扩大了文化市场消费空间,更为重要的是,合理科学的公共文化产品配置,有助于减少甚至消除因政府购买的公共服务产品过多或购买机制的不合理而导致的负外部性对市场机制的破坏。作为经济学的一个用语,所谓的负外部性是指,由于经济主体的市场活动而给第三方造成的成本。目前,由于有些过多的公益性演出,自然会影响到商业性演出的票房,包括赠票过多、观众买票观看演出意愿不强等问题,或多或少与此有关。这一切值得深入研究和思考。

第四,加快经济发展方式转变和加快服务业发展的要求,为文化产业从外延式增长转变为内涵式增长提供了新的支点。

转变经济发展方式和文化产业有着密切关系。经过30多年的经济快速发展,人们已清晰地看到,单纯依靠投资拉动、资源过度开发的模式无法保证国民经济的可持续发展,因此,加快服务业特别是现代服务业的发展是必然选择。而以创意为源头、以内容为核心、以科技为支撑的文化产业作为服务业重要组成部分,无疑具有天然的优势,这也是文化产业何以成为国民经济支柱性产业的一个重要原因。具体到文化产业自身实践而言,有两大突出问题应予以充分关注。

一是文化企业作为市场主体,其自身的发展机制尚不完备,由此造成了文化产业结构散、弱、小、差的状况,造成了文化产业竞争力还不强的窘况。因此,转变文化产业增长方式是必然选择,也就是说靠增加投入实现的外延式增长是不可持续的,包括政策投入以及产业基数小、产业起点低所带来的感官性快速增长是不可能建立起真正有竞争力的文化产业。

由此带来的另一个问题是,面对旺盛的城乡居民文化消费需求,文化企业能够提供什么样的文化产品,文化企业如何生产和创造出富有文化内涵和普世价值的原创性文化内容产品则是关键。正如前文所述,文化市场目前缺乏有效供给的产品,这是导致目前文化市场中众多产业门类泡沫化的一个突出问题,诸如出版业的高库存、影视剧目的粗制滥造、舞台剧目制作的奢侈化、动漫产量大而品牌匮乏等。这对于一个需要产品引导消费和培育的文化市场来说是极不适宜的。而提升消费回馈公众,这不仅是正义的体现,更是符合经济转型与效率的必然路径,而这一切是需要大量产品为支撑的,是需要依托技术进步和生产效率提高而实现的内涵式增长为基础的。文化产业做强做大任重道远。

循着2013新年钟声远去的背影,我们看到的是,追逐文化强国梦想的脚步已经迈开,做强做大文化产业和文化市场的足迹日渐清晰,做

2012 年度阅读

意 娜

2012年是中国文化产业走向第二个十年的开端之年,也是文化产业理论学界丰收的一年。在党的十七届六中全会定下“建设文化强国”的战略目标之后,十八大胜利召开,文化产业面临着新的转型和发展机遇。这一年,中国文化产业理论研究的关键词是创新与务实。研究者们得到了更多的政府支持和民间关注,很多著名学者都有好几部重量级的著作问世,他们除了自己的研究,也开始着手培养年轻学者;在基本理论和政策分析的应景之作外,提高文化产业理论研究的“专业化”程度,更深入关注文化产业具体的行业理论建设,关心各种文化产业统计数据和相关评价指标体系的构建。本次推荐的图书都在某一方面成为“第一本”,开端之年,文化产业理论界迈出了很多个第一步,让人对刚刚开始的对2013年充满想象。

《国有文化企业发展报告(2012)》

主编:中央文化企业国有资产监督管理委员会领导小组办公室
出版社:经济科学出版社,2012年12月
内容简介:在大家的期待中,首部国有文化企业“白皮书”在2012年的最后一天正式发布。报告首次发布了国有文化企业统计数据,从多角度分析了国有文化企业发展状况,摸清了国有文化企业“家底”,对加强国有文化资产管理、推动国有文化企业改革发展具有重要参考价值。报告依据权威的数据资源,以相当专业化的经济学分析,得出了一系列具有重要决策参考价值的研究结果,将文化产业的理论和政策的研究推进到一个新的阶段,并且在很大程度上为目前文化产业领域的各种研究报告和理论专著确立了一个新的“专业化”标准。

《中国文化产业指数报告(CCIDI)》

主编:胡惠林 王婧
出版社:上海人民出版社,2012年9月
内容简介:该报告作为首个中国文化产业指数报告,问世就受到国内学界的广泛关注,在方法论上给国内学界提供了一个有力有益的参考。报告不同于以管理学和竞争优势理论为核心理论基础编制指数的做法,提出了编制“中国文化产业指数”的理论模型是以文化产业学为理论核心,文化经济学和文化政策学为支撑的理论基础,以国家重要文化产业政策文本主要内容作为指标体系构建的政策依据。报告提出了以表征和内涵指数为核心框架的中国文化产业发展“多级多指标综合指数体系”,突破和克服了以单一的指标体系编制中国文化产业指数发展的局限。同时,报告也指出了学界的共识:权威数据和完整统计数据缺乏的问题。因此,报告希望尽快建立和实行科学的文化产业统计指标体系,完善文化产业统计管理。

《世界文化产业研究》

主编:熊澄宇
出版社:清华大学出版社,2012年3月
内容简介:作者针对世界各国对文化产业的认知、定位不尽相同,各个国家在文化产业发展具体实践中政府定位不同、产业政策不同、产业特色不同等现实情况,整合了国际文化产业发展的全局视角和各主要国家文化产业发展差异性的视角,深入分析了英国、法国、德国、美国、印度、日本、韩国、澳大利亚等多个国家的文化产业发展现状、特点与趋势,重点介绍了其他国家非营利组织在文化产业发展中起到的作用。此外,本书还专章对国际文化传媒集团的案例进行了分析。全书以需求为导向,对世界文化产业的状况进行了清晰梳理,适合决策参考使用。

《文化蓝皮书:中国文化产业报告(2012-2013)》

主编:张晓明 王家新 章建刚
出版社:社会科学文献出版社,2012年12月
内容简介:中国社会科学院文化研究中心出版的《文化蓝皮书:中国文化产业报告(2012-2013)》是这个系列的第11本报告,仍然是我国文化产业理论和政策研究界的一个具有权威意义的标志性出版物。报告指出,综观2010年到2011年的发展,我国文化产业受到宏观经济形势下行和与配合文化体制改革出台的政策效应递减的影响,增长速度逐步下降,转型趋势已现,将进入实质性的拐点。报告将从事“短缺”走向“过剩”,从“分业发展”走向“融合发展”,从区域性竞争发展走向统一市场条件下的整体协调可持续发展,以及从行政性的“行业分层管理”走向面向市场的综合性大部制管理这四个方面,看做是标志中国文化产业走向拐点的主要趋势性特征。报告最后提出了:进一步放开市场,确立市场在文化资源配置上的基础性作用;尽快组建综合性文化管理机构;应对“政策红利期”即将结束的局面,通过深化改革开启新的“制度红利期”等观点和建议。

《动漫创意产业概论》

主编:金元浦
出版社:高等教育出版社,2012年2月
内容简介:虽然动漫创意产业的研究和教学都很热门,但这本概论是国内第一本从全产业链角度探析动漫创意产业的教程。这部教程并非实践指导手册,是标准的行业理论建设读本,分析了动漫产业以“技术”为依托,以“文化”为载体,以“创意”为内核,以“产业链”的延伸与扩张为基础的“四位一体”产业格局和“大动漫”发展趋势。这部教程最大的特色是编者跳出单一学科的视野,从文化产业的高度把动漫产业在全产业链中涉及到的有关文学、美术、管理学、传播学、电视学、电影学、广告学、统计学、金融学以及技术开发、版权贸易等诸多学科都打通,并开始向城市规划、建筑设计、医疗卫生等应用性领域扩张,具有显著的跨学科性质,使得揭开这一产业“神秘面纱”的工作成为真正学科联合的事业。

《中国文化产业园》

主编:李季 范玉刚
出版社:社会科学文献出版社,2012年3月
内容简介:这是中国第一本涉及全国范围文化产业园区的案例集。书中介绍了国内15个较为成熟的文化产业园区的经验、优势与不足,对于园区管理者、文化产业理论研究者 and 政府官员都有参考意义。书中提出了“说中国话的文化产业园”的概念,强调了不能形成对于建设园区的路径依赖,以至于认为发展文化产业必须建设园区;强调了园区建设不是简单照搬发达国家和其他地区成功园区,要结合地方实际,用国际表达方式和全球营销策略去制作本土化的文化内容;倡导园区应该通过民族文化资源的开发,大力发展高附加值和以版权为内核的内容产业。

(作者系中国社会科学院文化研究中心国际文化产业研究部主任,《文化蓝皮书:国际文化产业报告》执行主编)

