

Review on the Evolution of the Cultural Industry and Its Development Model in China

Yao Jin

The Center of Traditional Chinese Cultural Studies of Wuhan University, Wuhan Hubei
Email: wuhanyaoyaor@sina.cn

Received: Dec. 4th, 2015; accepted: Dec. 21st, 2015; published: Dec. 24th, 2015

Copyright © 2015 by author and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

Abstract

The development of contemporary Chinese culture industry is mainly due to the growth of the modern power, the promotion of scientific and technological strength, and the market space released by the reform of the cultural system. The interaction of science and technology, culture and economy constitutes the impetus of the development of modern Chinese civilization and the development of creative culture industry. The culture and economy are closely integrated, which promotes the formation of the cultural industry cluster in the contemporary China. At present, based on the formation of elements and industrial characteristics, our country's cultural industry development patterns can be divided into high and new technology oriented development model, cultural and art oriented development model and cultural consumption oriented development model and other categories. Because of the different location factors, the cultural industries in the eastern and western regions are in different stages of development; the development pattern of the cultural industry is different. However, the impact of industrial policy is the same. In view of the importance of the cultural system to the development of the culture industry, it is necessary to strengthen the public cultural management innovation and promote the development of cultural industry system innovation, which can strengthen the competitiveness of China's cultural industry and integration of the world's cultural industry development trend.

Keywords

Cultural Industry, Industrial Form, Cultural Industry Cluster, Development Model

论我国文化产业形态演进及其发展模式

金 瑶

武汉大学中国传统文化研究中心，湖北 武汉
Email: wuhanyaoyaor@sina.cn

收稿日期：2015年12月4日；录用日期：2015年12月21日；发布日期：2015年12月24日

摘要

当代中国文化产业主要得益于现代性力量的增长、科技力量的推动和文化体制改革释放的市场空间。科技与文化、经济的互动构成了现代中国文明演进、创意文化产业发展的动力，文化和经济日益紧密结合，促进了当代中国资源共享性的文化产业集群的形成。当下，我国文化产业发展形态依据形成要素与产业特征，大致可以分为高新技术导向型发展模式、文化艺术导向型发展模式及文化消费导向型发展模式等类别。由于不同的区位因素，东西部地区的文化产业处于不同的发展阶段，文化产业的发展模式不同。然而，产业政策对其产生的影响与作用却是相同的。鉴于文化制度对文化产业发展的重要性，加强公共文化管理创新，推动文化产业体制创新发展，是加强我国文化产业竞争力、融入世界性的文化产业发展潮流的必要步骤。

关键词

文化产业，产业形态，文化产业集群，发展模式

1. 引言

文化产业是以文化背景、经济模式、产业结构和演变为基础形成的，以文化为基础、以创造为核心、以思想为动力、以科技为手段，具有高附加值、高科技含量的新兴产业。基于对娱乐时代、体验经济、服务经济与知识经济等现实语境的回应，文化、科技与经济的多重互动已形成了我国文化产业形态发展演进的动力因素。目前，当代中国文化产业主要得益于现代性力量的增长、科技力量的推动和文化体制改革释放的市场空间。由知识集聚形成的文化创意产业是国内经济增长的主要动力源泉，已逐步上升到了国家发展战略的层次。

2. 我国文化生产模式的形态演进

在全球化语境下，经济与文化一体化发展趋势推动文化创意产业在世界范围内的文化资源整合，文化产业已经形成了改变世界产业结构、文化格局与制度机制创新的新经济浪潮。分析文化生产模式的形态演进需要从文化、科技、信息、产业政策等多个角度来理解。

1) 在文化产业的意识形态领域中，现代性因素嵌入，文化理念、交往秩序、个性特征构成了社会实践层次上有规则的博弈。

理念内核是文化产业的灵魂。文化产业源于文化又高于文化，是对文化资源和文化理念创造性的开发与整合，是文化对社会经济创造性的深入发掘和拓展，是对生活全方位的影响和渗透[1]。在中国传统社会中，“人们的文化消费局限于一个狭窄的圈子，以同乡会、行会、宗族、家族为单位的集团购买和集团消费是其重要特色，市场化和商品化的程度较低，缺乏个人权利和批判精神。”[2]现代性的出现使公共领域的文化价值导向由自上而下的宣扬教化转向平行式的感化、传播，西方价值观的强调使社会、文化形态均出现了裂变。

按照哈贝马斯的理论，与公共文化生活领域等同的“社会生活情境”划分为三类别：文化、社会

和个性。文化是从社会历史中继承下来的知识储备；社会是一种合法的建立在集体行为之上的交往秩序；个性是个人或集体特有的性质。文化、社会、个性成为一种有规则的博弈，强调社会各个阶层的互动交流。随着文化生产力的增长，文化的发展进程表现出与社会生产、社会一体化和个体社会化的进程相一致的特点。凸显个性、追求自由独立、个人价值需求的思潮突破了思想层面的束缚，成为与国家意识形态并行的主流思潮。随之而来的公共文化空间价值论的拓展，大众的俗文化的广泛传播不断解构原有的占支配地位的精英文化，形成了新的文化共同体，其核心便是关注自身、关注现实。在公民社会、市场经济的条件下，满足大众的精神文化需求也成为了文化产品生产的主要目的。在当代中国社会，现代性因素嵌入，社会主义精神文明建设既注重对传统文化的弘扬，也不断推动着人们获取新知的步伐。文化理念、交往秩序、个性特征构成了社会文化实践层次上有规则的博弈，为文化创新及文化产业的发展奠定了良好的基础。

2) 信息革命改变了既有的文化格局，确立了现代性的文化生产、传播、消费方式。

技术的现代性与人类解放思潮的现代性是两种孪生的力量，科技的进步持续支持和推动者大众文化的扩散与流行，科技与文化、经济的互动构成了现代中国文明演进、创意文化产业发展的动力。在内容产业中，以高科技为内核的传播方式影响了社会各阶层的文化偏好。梅罗维茨(Meyrowitz)认为现代性的传媒方式、信息资源的可达性使得被精英阶层独占的文化资源为每个社会受众自由地获得、享有。由此，流行文化的叙事主题、演播风格与普通大众息息相关，大众文化成为主流文化范式[3]。斯诺(Snow)曾认为，当代社会公众普遍认同媒体所传播、反映的社会现实，因此当代的流行文化实际上就是媒体文化。在中国当代社会，由上下互动的双向传播与信息反馈使现代传媒网络形成一个巨大的文化场域，电视、广播、网络为传播载体的核心文化层中居核心位置，辐射和影响了社会各个阶层。与此相对应的是，以地方文化、城市文化为代表的亚文化圈由于社会等级差异的存在持久而广泛地发挥作用。社会公共文化空间接纳、糅合了社会各个阶层的意识形态与话语表达，重塑了意识形态类别，以社会分层为特点的“阶级”文化逐渐被媒体文化所覆盖，精英文化与大众文化的边界也正在逐渐消融，文化生产与消费成为了时代的强音。新的文化范式的重塑也改变了现代社会的文化格局。

在当代中国，信息革命的浪潮逐步改变既有的文化格局，凸显了信息技术在文化产业发展战略中的领军作用。文化创意产业发展以创意活动为主线，将信息、技术及各种文化资源融合渗透到产业结构和经济体系中的关键价值链环节，打破了传统产业界限，延长了传统产业的生命周期与产业链条，拓展了传统产业的市场空间，并不断地实现产业升级。

3) 介于国家宏观层面和微观经济结构之间的经济文化共同体在国民经济中的比重逐渐增大，文化和经济日益紧密结合。

欧盟委员会进行的关于欧洲文化经济的研究《欧洲文化经济(The Economy of Culture in Europe)》，认为信息通讯技术产业和文化创意产业是相辅相成的，信息技术的进步在很大程度上依靠其媒介的影响力，而内容产业也极大地依赖于信息工程的升级换代。信息通讯技术产业和文化创意产业集聚后共同反哺当地的经济。文化要素与信息、管理要素相融合形成文化资本，政策和智力支持引擎力的带动作用下，实现了当代经济与文化的功能组合，在此过程中“文化经济化”和“经济文化化”是同步的。它既是市场经济发展的产物，又是现代市场经济的重要组成部分。

我国文化经济的形成经历了由文化与经济的分离式向渗透式的转换过程(1949~1980)、由文化与经济的渗透式向文化经济的融合式的转换阶段(1997~2000)、文化与经济的融合式向和谐式的转换过程(2000~至今)等三个阶段[4]。文化与经济要素的分离式与融合式的并存我国表现为公益性的文化事业和经营性的文化产业两极，其载体分别为体制内的事业单位和市场上流通竞争的文化企业。双轨制形成的根本原因在于政府文化管理自上而下、同权分隔的体制规范和市场力量的增长和不断渗透，是具备中国特色的

政治、文化体制和市场经济互动的结果。现阶段，我国已进入了国家对文化创意产业的“战略支持”阶段，政府也高度重视文化创意产业并大力支持其快速扩张、集群发展，特别是在十八大报告中被提到了新的高度，确立文化产业在 2020 年将成为国民经济支柱性产业。通过调动政府与市场两大机制进行文化资源配置，将经济理性、产业选择和资本逻辑重新建构，形成事业化和产业化双轨路径，是经济体制改革推动下的宏观文化体制博弈格局的全新建构，也是协调经济理性与社会理性形成的文化资源配置方式 [5]。

4) 联结经济(economies of connection)逐渐成为中国文化经济领域的主要形态，文化产业集聚效应彰显。

当代文化产业在资源分配的实践层面上，建构了文化生产、传播、消费、溢出各环节环环相扣的制度运行模式。宏观文化秩序的规范运行迫切需要经济效益与社会效益的统一与共赢，联结经济作为一种超越工业经济时代的规模经济和范围经济，通过共有要素的多重使用、多种经济形态的相互联结，适应了时代的需求。特定区域范围内的联结经济体现为文化产业的集群。文化产业集群的概念是由波特 (Michael E· Porter) 在《国家竞争优势》(The Competitive Advantage of Nations) 一文中阐发的。文化产业集群从概念上讲，是文化产业领域中联系紧密的文化单位及相关支持性机构在空间上的集聚，并通过协同作用形成区域范围内、具备竞争优势的一体化发展产业链。“聚集经济是区域产业一体化发展形式，一方面是因为聚集经济的外部性使集聚效应可以扩展到区域经济的所有形式；另一方面是因为聚集经济本身的自组织特征” [6]。它的内在机制是，由于文化产业的是一个具有创新发展的确定性内涵同时，又拥有多维度、多层次的富于包容力、开放性和可扩展性的特性，这就内在决定了其产业发展具有空间形态集聚化的趋势。

3. 我国文化产业发展模式分析

在全球化的语境下，各国积极进行制度变革和创新，不失时机地制定文化发展战略，竞相采用当代高新科技手段和文化成果，力求在更高层次的文化竞争中取得优势，并千方百计保护本民族文化产业。随着文化产业的异军突起，国家对文化产业发展越来越重视，对文化产业的扶持力度逐步加大。从文化产业的绩效来分析，相对于英美发达国家而言，我国文化产业发展相对滞后，国内文化产业形态存在着空间分布不平衡、区域发展不协调的结构性矛盾。根据 2004 年至 2013 年我国文化产业十年发展状况分析得知，我国文化产业作为一个新兴产业，已经形成了门类齐全的体系；文化生产及再生产在文化产业中始终处于主体地位；文化产业区域发展呈现东部领先、中部追赶、西部快跑的梯度发展态势 [7]。

现代奥地利经济学学派保罗·克鲁格将空间经济思想引入正式的经济理论分析，从理论上解决了区域专业化发展的现象。高势位的文化经济共同体——文化产业集群具有聚集和吸引的功效，对信息、科技、文化要素进行集结，在相关产业业态及上下游产业之间产生互动的经济链锁，从而形成地区与个体差异。特色文化产业集群往往具备由地域因素形成的外生比较优势，包含自然资源禀赋、人文习俗等，以及知识资源集聚形成的内生比较优势。从文化产业的地理空间来看，东部地区的集聚程度相对较高，处于由多核向轴带状阶段过渡的阶段，文化产业以内容创意、交易传播为主。中西部产业集群在地理空间上处于多核孤立阶段，但由于历史文化资源和自然资源相对丰富，再加上政策推动力度大，文化产业发展的程度依然较高，以文化休闲娱乐和消费性文化产业集群为主体。依据形成要素与产业特征，我国的文化产业大致可以分为以下几种发展模式。

1) 高新技术导向型发展模式

高新技术导向型发展模式依托科技的带动作用，广泛利用高新技术产业的优势，发展文化与科技相结合的新兴产业，通过将文化、创意引入产品内涵之中，依托科技创新推动科技与文化的协同发展，融

合带动相关产业。该模式主要分布在创意设计类与影视传媒类创意产业部门，尤以信息技术开发、动漫及网络游戏、数字传媒最为典型。如中关村高新技术产业开发区、上海天山软件园、深圳怡景动漫基地、杭州高新区国家动画基地、北京 CBD 国际传媒产业集聚区等科技园区发展利用的模式。它与信息技术变革和高新技术发展紧密相关，信息技术的变革为文化产业提供新的方法和途径，从而使高新技术的不断展现出新的创意产业亮点。随着经济的发展与时代的变迁，通过高新技术产业集群的形式来形成国家发展战略层面的依托受到了各方面的关注。高新技术导向性发展模式一般分布于东部及沿海等经济较发达的地区，具备良好的资源禀赋，经济发展程度较高。

2) 文化艺术导向型发展模式

文化艺术导向型模式是依托当地人文资源，以文化艺术的生产、营销、消费为主导来拉动区域经济发展的一种模式。代表性的实例有通州宋庄原创艺术与卡通产业集聚区、深圳田面设计之都创意产业园、深圳大芬村等为代表的文化艺术密集区等。它意味着在时代条件下，文学艺术的创作走向产业化，不论对于文化艺术自身而言，还是文化经济一体化背景下社会的发展，都具有重要的意义。同时也在发展自身的同时带动了周边地区的经济发展与产业升级。该模式依托地方的文化氛围与艺术创意环境，创新能力及艺术产业化能力较强，并会最大限度地开发和利用当地传统的历史文化，在建设上更加注重景观创意化、环境生态化。通过创意设计与整体规划，文化艺术导向型发展模式已不断发展成为了集艺术创作与生产、文艺演出、旅游观光、民间工艺展示于一体的创意产业聚集模式。

3) 文化消费导向型发展模式

文化消费导向型发展模式是依托文化艺术市场和商业中心消费市场而促进经济发展的消费模式。它以独特的文化资源、消费方式、创意理念为核心吸引人流、商流、资金流，带动区域内配套设施与公共服务设施的完善，体现为以休闲旅游加娱乐体验、文化消费的方式发展当地经济。例如西安曲江文化产业集聚区、开封宋都古城文化产业园、武汉楚河汉街景区、湖北十堰的太极湖景区、云南丽江古城以及东部上海的同乐坊、深圳的金三角等就为文化消费导向型发展模式的典型。这些区域集中了大量娱乐中心或商业中心、金融中心，提供观光旅游、创意设计、休闲娱乐、养生度假等个性化服务和高端服务。一般它的聚居区规划设计得相对完善，也相应地成为了消费者、旅游者相对集中的地方。从文化产业的空间格局来看，中西部地区的文化产业形态多为以自然地理资源与历史文化资源集聚的文化消费导向型模式，但同样也取得了显著的成效。

由于不同的人文地理因素、政策因素、环境因素、文化体制因素，东西部地区的文化产业处于不同的发展阶段，文化产业的发展模式也不尽相同。通过政府主导和产业政策的支持，无论是以科技信息还是文化资源等要素为推动力带动下的文化产业，都取得了良好的收益。实际上，由于文化、科技、信息各种资源的优势组合及高度融合，形成了文化产业的新经济形态链条，包含信息经济的数字化产业、形象经济的艺术文化产业、宗教经济的旅游业、休闲经济的文化娱乐业、符号经济的传媒产业、会展经济的都市制造业、人文教育的教育产业等等，各种形态的文化产业发展形态并不能截然区分。文化产业由于各种力量的拉动，逐步演化成了重构经济结构、转变经济增长方式的力量形态，已成为国家核心竞争力博弈体系中的构造性元素。其中，产业政策支持对文化产业的激励作用是不言而喻的。

4. 我国文化产业发展的战略走向

在我国，发展文化创意产业已提升到了国家战略层面，从加快经济发展方式转变的全局和国家发展战略的高度。各国的产业实践已不断证明，文化体制作为制度的一种类型，其战略性的发展策略深刻而持久地影响着文化经济，决定着文化产业不同发展阶段的绩效。2011年，Stuant Cunningham 对软创新(Soft Innovation)理论进行了系统分析，指出了文化创意产业的发展，需要从创新、学识、政策等方面来推动，

其中公共政策的影响较大。法律规则、组织形式、实施机制以及行为规范等机制的信息反馈推动者公共管理创新,与文化产业模式的发展是互动的。

文化产业的战略性重组,是文化经济全球化的时代需求,应从宏观总体上把握文化创意产业的“历史性出场”。文化、信息、技术诸要素从经济基础到上层建筑、社会结构,对中国社会各个方面产生了深刻的影响。在经济全球化的推动下,未来文化产业的发展趋势是全球化思维,区域化运作[8]。对国内市场而言,完善文化产业集群和文化软实力发展的策略,需要政府遵循文化产业空间布局的规律和特色,制定出卓有成效的发展规划,集中社会各界、各阶层的力量进行宏观管理与调控。对于区域经济发展不协调的问题,近年来,政府也在不断调整发展战略,更加注重区域协作,注重差异化和错位发展,体现了战略支撑对文化产业发展的作用。2015年,统筹实施的“四大板块”和“三个支撑带”战略组合,把“一带一路”、长江经济带和京津冀协同发展明确为“三个支撑带”,体现了区域协作发展的重要性,形成了国际化视野下的高层次区域开发战略。

关于文化体制改革对文化产业发展的的重要性,也得到了各方面的关注。20世纪,美国经济学家道格拉斯·C·诺斯认为制度及制度变迁决定着特定时期的经济绩效[9]。因此,不断改革与完善文化体制,是增强文化产业的整体实力和竞争力的途径,同时它也是中国“走出去”发展战略的必然选择。中国文化产业融入世界文化链条,应在切实把握民族文化精华和内在价值的基础上,把本民族文化的精华加以提炼和输出,变成世界性的共同资源。完善文化产业服务体系,优化文化生产、传播体系,善文化产业服务体系,优化文化格局是文化生产全球化与资源配置国际化的步骤,也是为推动我国文化经济发展的必经过程。

参考文献 (References)

- [1] 曾耀农. 文化产业集群发展策略——以长株潭试验区为例[M]. 北京: 清华大学出版社, 2013: 4.
- [2] 傅才武. 1900-1949年的中国公共文化领域[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2011(6): 59.
- [3] 戴安娜·克兰, 著. 文化生产: 媒体与都市艺术[M]. 赵国新, 译. 北京: 译林出版社, 2001.
- [4] 陈赞晓. 中国文化经济的形成与发展[J]. 现代经济探讨, 2007(7): 10-12.
- [5] 王俞波. 文化秩序建构的重心转移与有限激进改革——基于“三方博弈模型”的分析[J]. 徐州工程学院学报(社会科学版), 2011, 26(1): 35-36.
- [6] 徐承红, 冯尧, 陈航. 知识溢出、聚集效应与成渝经济区协作发展研究[J]. 区域经济研究, 2010(3): 142.
- [7] 高书生. 我国文化产业发展的总体状况和主要特征[J]. 经济与管理, 2015(29).
- [8] 曾耀农. 文化产业集群发展策略: 以长株潭试验区为例[M]. 北京: 清华大学出版社, 2013.
- [9] 道格拉斯·C·诺斯, 著. 制度、制度变迁与经济绩效[M]. 刘守英, 译. 上海: 上海三联书店, 1994.