

专家视点

中国文化产业进入起飞阶段

——访中国社会科学院文化研究中心副主任张晓明

本报记者 王敏



张晓明

“得益于中国经济转型,未来5到10年,中国文化产业将会进入一个快速增长周期。”10月12日,在接受《中国企业家报》记者专访时,中国社会科学院文化研究中心副主任张晓明表示,“我们要以跨界和越界的方式,以产业大融合的方式去看待文化产业。因为我们面临的是一个文化与经济普遍互渗的时代,不是一个彼此之间界限越来越清晰的时代。”

文化产业将成支柱产业

《中国企业家报》:“文化产业”的提法在中国已经10多年了,你觉得10多年间中国文化产业的发展经历了怎样的过程?

张晓明:2000年,中共中央十五届五中全会正式把文化产业列入国家发展战略,这是文化产业第一次进入国家最高文件中,可以把这作为中国文化产业发展的标志性事件。

从发展内容上看,从2008年全球金融危机开始,到2009年国家出台文化基金政策,中国经济发生了重大转型,文化产业成为非常突出的、能够推动中国经济转型的关键性产业。

可以说,自全球金融危机以来,在中国新一轮的经济转型过程中,文化产业的重要性受到了前所未有的关注。可以预见,今后5到10年,中国文化产业的发展将比前十年有更好的宏观经济环境。

《中国企业家报》:将于本月15日开幕的十七届六中全会将要重点讨论“文化产业发展”问题,2010年十七届五中全会进一步明确突出推动文化产业成为国民经济的支柱性产业。这对文化产业的发展起到什么作用?

张晓明:回顾前一个十年,中国文化产业有了三个重大的变化。

第一个,观念的变化。十年以来,文化产业从一个理论界的边缘话题经过政府和民间大规模的普及,上升到

党和国家重要文件中核心概念,在落实科学发展观,实行新时期国家发展战略中扮演着越来越重要的角色,这是一个非常重要的关键性变化。从传统来看,我们一般很难能够把文化和产业放在一起,所以文化产业这个概念,不管在国外还是在中国,都是一个革命性的变化。

第二个,发展环境的变化。文化市场经历了从封闭到开放的过程,应该说直到这十年,我们的文化发展才从一个计划配置基础性资源的制度环境转移到以市场配置基础性资源的阶段。已经大约有15的出版社、事业单位完成了事业向企业的转型,地方的出版发行机构已基本上完成了改制的任务,电影制片厂已经完全转化为企业。

第三个,发展动力的变化。在十年之前,发展基本上是靠财政支持,文化单位是事业单位,靠财政拨款,发展的任务基本上是在传统的计划体制内,发展的动力来自于政府。这十年推动体制改革、市场开放,发展的动力逐渐从政府转向市场,市场的内生动力逐渐趋于主导地位,这极大地释放了长期体制下长期压抑的文化产业发展潜力。

将要召开的十七届六中全会专门讨论文化产业发展,这说明了国家层面对文化产业的重视程度,必将促进文化产业的大发展。

迎来快速增长周期

《中国企业家报》:是否可以认为目前中国文化产业的发展面临着前所未有的机遇?

张晓明:中国的文化产业在下一个十年将有一个更好的宏观经济环境,因为中国整个经济在转型,所以文化产业将迎来一个五到十年的快速增长周期,五个重大的市场空间呈现在我们面前。

一是文化产业满足最终消费需求。从经济学来讲,它是满足最终消费需求的产业,业界曾经分析过,我们在人均GDP3000美元时文化产业产值应该是4万亿元,我们现在只实现了1万亿元左右,也就是说,我们现在蕴藏在世界市场未经释放的消费潜力是目前我们已实现文化消费的4倍以上。

二是文化产业作为生产者服务业的发展机会。作为新兴产业,文化产业不仅要满足人民群众精神文化消费的需求,而且要满足相关产业投入的需求,文化产业不仅是消费者的服务业,同时也是生产者的服务业,而对于生产者服务业,它的发展程度标志着中国文化产业的成熟。

三是当代文化产业作为数字内容产业的发展机会。从理论上讲,文化产业的发展是跟新的数字化信息技术有关,传统的文化产业,或者说上一轮的文化产业是以美国好莱坞这样的产业发展模式为代表,而不是现在的网络文化发展。全球金融危机将加速推动技术创新,中国的文化产业进入一个基础创新、业态创新、商业模式创新的时期,和新媒体相关的文化产业,或者叫数字内容产业,将在这一轮发展中以前所未有的速度增长。

四是文化产业作为一个城市化产业的发展机会。文化产业将随着城市化的竞争获得新的重大发展机遇,我们看到,高铁的迅猛发展已经改变了一大批二三线城市的区位性质,甚至改变了很多传统的观念,比如说传统的城市圈,三五百里的概念,按照汽车高速公路两小时的车程就算城市圈,而现在按照两小时的高铁来算,大概是1000公里左右,大量的新一轮和别具特色的文化设施在建设。

五是文化产业作为一个全球化产业的发展机会。当代文化产业,实际上是一个全球化的新兴产业,中国在国际文化贸易和版权贸易中的地位将迅速改变,在国际文化产业分工体系中的位置将发生变化。

《中国企业家报》:如何衡量文化产业达到了“国民经济支柱性产业”的标准?

张晓明:一个最基本的判断是文化产业要占到同期GDP的5%—6%;而目前中国文化产业占同期GDP大概在2.5%,这就意味着在“十二五”期间文化产业增加值要翻一番。中国文化产业近8年连续以17%左右的速度增长,如果以此速度来计算的话,应该可以完成。

并非逆经济周期而行

《中国企业家报》:有说法称,目前全球经济复苏乏力,在这种情况下,人们可能更愿意进行文化消费。你如何看待这种说法?

张晓明:事实上,我一直比较反对“文化产业是逆经济周期而行的产业”的说法。

我个人认为,文化产业是经济发展中的一个独立领域,总体上它也受到经济危机的影响,而不会是逆势而动。当然,文化产业跟经济发展的周期不完全同步,但是也不会完全相反。有一个词我觉得比较合适,叫“亲周期性”,就是同周期但不同步。也就是说,一般认为文化产业属于文化消费,属于弹性比较大的消费。所以当经济危机来的时候,其它产业已经受到影响,文化产业受到的影响可能会比较晚,它会衰落得比较晚。而当整个经济开始走向一个增长周期的时候,文化的起步有时候会早,有时候也会晚,它跟经济周期不同步。

在全球金融危机中,中国的文化产业保持了快速发展的态势,每年的年均增长在15%—17%之间,有一些文化产业更是实现了超出以前的更快增长速度,比如影业、动漫、游戏等,出现了爆发式的增长,增长的速度在30%—40%,在新媒体领域甚至是成

警惕“GDP挂帅”倾向

《中国企业家报》:你认为目前制约文化产业发展的瓶颈有哪些?

张晓明:现在的问题是,文化产业发展也沿袭了有问题的经济增长模式,出现了同样的“GDP挂帅”和“增长主义”倾向,一些领域存在泡沫化趋势,应加以改变。今后几年对于中国文化产业来说,既是大企业盘活存量、重新洗牌的机遇期,也是个人创业、建立中小企业的最佳时期。而目前主要问题还是国有资本没有从文化产业竞争性领域退出,民营资本准入限制过多,多种所有制共同发展的合理格局远未形成,极大地制约了中国文化产业现实潜力的充分发挥。

《中国企业家报》:针对这些问题,你有什么好的建议?

张晓明:现在讲得最多的叫“超越”与

倍的增长。

《中国企业家报》:你认为目前中国的文化产业发展到了哪个阶段?

张晓明:可以把文化产业分为三个发展阶段——消费者服务阶段、生产者服务阶段和消费者加生产者服务阶段。

文化产业服务于消费者,就是消费者服务的阶段;服务于生产者,就是我们现在讲的文化创意产业,则是生产者服务阶段。

消费者加生产者服务阶段,这可能是大家目前不太熟悉的。我举一个例子,前几年在网上出现了一个短片,叫《一个馒头引发的血案》,风靡全国。恶搞了陈凯歌大片的胡戈本是一个传统意义上的网络消费者,但这个网络消费者区别于其他网民,他不是一般的被动的消费者,他做了一个FLASH短片,把它放在网上,而这个短片就恶搞了陈凯歌花数亿元拍出来的大片,而且获得了非常高的知名度,胡戈显然就是从被动的消费者变成了生产者。

在中国,至少在发达地区,我们已经准备好了进入全球文化产业发展的最前沿,我们的创意产业其实已经有了很好的创意阶段的基础,我们很多产业的文化现象已经跟国际接轨,不仅仅可以消费文化,而且可以参与文化创造。

“链接”。所谓超越,我们不要太局限的眼光去看当前的文化产业,我们要以跨界和越界的方式,要以产业大融合的方式去看,其实文化创意产业没有边界,而且这个边界越来越模糊,我们面临的是一个文化与经济普遍互渗的时代,不是一个彼此之间界限越来越清晰的时代。

所谓链接,就是要推动文化产业的发展,适应文化产业发展的趋势,必须改变传统公共文化和文化产业二分的看法,改变教育和产业分割的格局。同时改变我们的企业,传统企业只是单纯地生产而不注重研发的局面,我们要建立起盈利部门和非盈利部门,教育部门和产业部门、研发部门和产业部门之间的链接,只有把链接建设起来了,我们才能获得进入或者发展产业真正、良好的条件。

TOYOTA
车到山前必有路 有路必有丰田车

在历史中见证辉煌 在辉煌中预见未来

LAND CRUISER 90
LAND CRUISER 60
LAND CRUISER 40
LAND CRUISER 200

60 LAND CRUISER ANNIVERSARY 1951-2011

创享自由新境界
LAND CRUISER 200
兰德酷路泽

60年, LAND CRUISER系列车型驶过全球每一寸大陆,更畅销180多个国家和地区;60年,被无数人推崇与信赖,更创下超过600万台的销量奇迹;60年,一个横跨世界的四驱强者,更是一个众望所归的传奇SUV品牌。
现在,旗舰专业SUV LAND CRUISER 200兰德酷路泽秉承专业基因,以领先科技和高端配备,续写未来!

www.ftms.com.cn 手机网站m.ftms.com.cn 一汽丰田顾客服务中心:800-810-1210 400-810-1210

AAA TOYOTA 安心 安全 爱用

TOYOTA竭诚为您提供24小时救援服务,详情请咨询一汽丰田经销商

CROWN 皇冠 REIZ 锐志 PRIUS 普锐斯 COROLLA 卡罗拉 COROLLA EX 花冠 VIOS 威驰 RAV4 LAND CRUISER 200 兰德酷路泽 PRADO 普拉多 COASTER 柯斯达