

文化企业转型渴望制度护航 03	中国“文交所”还缺什么 05	市场是文化产业的最好土壤 06
“世界硅都”被指恶性污染 13	4S 店老板欠巨债“跑路”14	陈耀昌痛别沃尔玛 16

# 改革：文化产业最强音

■本报记者 陈青松

今年正值辛亥革命 100 周年，反映辛亥革命题材的影视作品轮番上演。

近期，电影版和电视剧版的《辛亥革命》同时热播，两部《辛亥革命》让观众目不暇接，在激发人们爱国热情的同时，还分别取得了收视率的飙升和票房的高收入。

据《中国企业报》记者获悉，自电影《辛亥革命》9 月 23 日全国公映后，上映仅 3 天全国票房就达到 1800 万元。

而正当《辛亥革命》如火如荼公映之际，中国对外文化集团所属的中国对外演出公司又传来喜讯：10 月 11 日晚，音乐剧《妈妈咪呀！》中文版第 100 场在北京世纪剧院上演，随着该剧第 13 万名观众迈入剧院，4500 万元票房成绩再次刷新国内音乐剧票房纪录。

以上现象，不过是我国文化产业大繁荣的一个缩影。

10 月 15 日，中共第十七届中央委员会第六次全体会议在北京开幕，深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣等问题成为此次会议重要议题。分析指出，随着相关政策文件的发布，我国文化产业将迎来重大发展机遇。

### 改革改出产业春天

“我国文化产业一直都很热，但现在这么热还不曾有。”深圳华强文化科技集团投资部一位负责人对《中国企业报》记者说，“文化产业形势很好，发展机遇非常难得。”

来自文化部的各项统计资料显示，2010 年，我国文化及相关产业法人单位增加值达到 11052 亿元，占国内生产总值的比重达 2.75%。

振奋人心的数据背后，是各行业一些可载史册的产业故事和美好前景：电影业连续 6 年保持 30% 以上增长，其中票房过亿元的国产电影 10 多部，我国成为世界第三大电影生产国，一举改变进口大片主导我国电影市场的格局。

动漫产业起步虽晚但进步神速，这两年最红火的动画片《喜羊羊与灰太狼》，各地收视率能达到 10% 以上，电影《喜羊羊与灰太狼之牛气冲天》首轮票房就达到 8000 万元，其动漫形象衍生产品达数十种。市价过 10 亿元。而经过 10 年发展，水晶石由名不见经传而震惊中外，继 2008 年北京奥运会开(闭)幕式影像制作运营项目总承包商后，2011 年又为伦敦奥运会制作吉祥物宣传片。

据《中国企业报》记者了解，前不久专事协调和管理举办世博会并保证世博会水平的政府间国际组织“国际

展览局”与水晶石签署战略合作协议，条约使水晶石公司享有国际展览局举办的任何展览展示项目的优先推荐供应商的权利，这对世界上任何动漫公司来说是一项巨大的机遇和荣耀。

网游方面，近年来我国搭载计算机和网络普及的快车突飞猛进。目前，我国网络游戏用户已超过网民总数 60% 的规模，超过 3 亿人。2010 年网络游戏市场销售收入 323.7 亿元，比 2009 年增长 26.3%，还带动电信、广告等相关产业 630 多亿元。国产网游赢得了近 70% 的市场份额。

文化与科技结合，衍生出新兴文化业态。其中，数字出版业总产值从 2006 年的 200 亿元增长到 2010 年的 900 亿元，年均增速超过 45%。此外，手机电视、手机音乐等围绕手机的娱乐文化形态丰富多彩。且蕴藏的商机巨大，仅中国移动在成都的音乐基地一年收入就超过 200 亿元。(下转第五版)

### 新闻分析



## 中国文化产业如何走出去？

■本报记者 万斯琴

美国的大片、日本的动漫、韩国的影视剧……世界一流水准的文化舶来品紧随全球化浪潮涌入中国市场，影响着中国文化产业。

纷繁背后，中国本土文化产业能否走出去？中共十七届六中全会从增强国家文化软实力、兴起社会主义文化发展新高潮、推动社会主义文化大发展大繁荣的战略高度，对大力发展文化产业做出新的部署。

中国艺术研究院一位不愿具名的研究员在接受《中国企业报》记者采访时表示，在世界范围内，诸多方兴未艾的创意产业发展潮流代表了社会现代化的前进趋势，许多具有创新特征的文化为中国发展文化产业提供了直接借鉴。中国在文化产业上势必会有所作为，但前提是需要一套全新的文化产业体系。当前，中国文化产业迫切需要从“规模优势”向“范围优势”转化。

以电影产业为例，从 2002 年至今的 9 年时间里，站在文化体制改革风口浪尖的电影产业开始巨变，一些大头部电影纷纷问世，满足了人们的一些精神需求，同时也使我国的电影事业攀升到了一个新的高度。

事实上，为贯彻落实党中央、国务院文化产业振兴的战略部署，推进文化体制改革，经国务院、中宣部、民政部、广电总局等主管部门批准，中国电影集团公司作为主发起人联合 7 家单位共同发起设立中国电影股份有限公司，并于 2010 年 12 月 9 日在国家工商总局注册。

2003 年以前，我国电影产量一直徘徊在 100 部以下，2009 年则达到 456 部，成为世界第三大电影生产国。

值得一提的是，《让子弹飞》成为 2010 年中国电影最成功的营销案例，它的宣发成本占到了整个影片投资的 1/2，这大大超出了国产电影宣发成本不到总成本 1/10 的惯例，基本达到了好莱坞电影工业的成本分配比例，这对最后的高额票房起到了至关重要的作用。

“全世界有数不清的电影院，每年票房近十亿美元，都算文化产业的收入，但全球 85% 的片源来自美国的好莱坞，他们才算是具有文化创新的产业。”一位不愿具名的著名影评人对《中国企业报》记者表示，“一个具有文化创新的多样化发展的中国电影市场，还远未到来。”

但是，美国 DMG 集团下属娱乐公司 DMG Entertainment 首席执行官 Dan Mintz 却不这么认为。他在近日接受媒体采访时说：“随着中国对电影产业的重视程度日渐加强和越来越多的制片公司和独立制作人出现，中国有望超过美国成为全球最大的电影制作和发行市场。”

据联合国教科文组织的统计，中国已经成为仅次于英国、美国之后居世界第三位的文化产业大国、文化产品输出大国。

中国的文化产业要想健康发展，必须拥有国内外两个市场，这两个市场又要以国内市场为根基。

研究文化哲学与文化思潮的陈锋博士认为，对于文化产业输出，开拓国际市场的办法有很多种，其实可以通过对份额最大的文化产品进行价值的重塑改造，使其所承载的文化价值适合于国外大众的审美，积极发展新型文化产业，提升文化产品的层级，增强我国文化产业的国际竞争力，建设具有民族品牌的文化产业骨干企业，使其具有参与和争夺国际市场的全方位的综合实力和能力。

在新的文化产业发展趋势下，如何以文化资源为依托，以结构调整为主线，以体制改革为突破口，在继续发展传统优势文化产业的同时，大力扶持新型文化产业发展，促进新型产业与文化产业的融合，进而成功掌握“西进”的入场券，已成为中国长远产业战略着重点之一。

## 中国企业崛起的轨迹

本报今起推出《中国企业新闻榜》

今天，中国企业“周新闻”板块开张了。

由本报主办的中国企业十大新闻发布活动此前已经开展 17 年了，每年发布的中国企业十大新闻都是企业改革发展、做大做强并推动中国经济不断超越的一个个缩影。今天我们推出一周中国企业新闻榜，是根据当今新闻传播特点和读者需求变化而最新开设的一个板块(见二版)，也是中国企业十大新闻发布活动日常化的一个平台和标志。

企业是我们的评选主体。新设立的新闻板块，在每星期二综合上周发生在中国的企业新闻，选出 10 条有重要意义的新闻，然后加以评述。和任何新闻奖的评选不同，中国企业新闻榜不单是从新闻的角度评价企业，而更多的是从中国企业发展成长发展的角度来解读新闻，也就是说更加关注新闻事件本身对于置身经济全球化背景下中国企业转型和发展的方向性引领和借鉴作用。

中国企业十大新闻是中国企业发展的大事记，中国企业新闻榜也应当是中国企业创新强国的案例索引。在这个榜单中记录下的是中国企业奋斗的历程和发展的轨迹。这里有成功、有挫折；有经验、有教训；有理性、有情感；有荣耀、有失落；有鼓舞、有鞭策。这个榜单所隐含的一个关键词是崛起。

中国企业是中国崛起的力量，是中华民族伟大复兴的基础性和决定性力量。中国企业正在用自己的努力改写着一个大国曾经羸弱的历史，书写着一个民族伟大复兴的未来。中国企业新闻榜所代表和强调的不仅是一种新闻价值，更是一种历史价值。

作为一段历史的记录者，我们感到责任重大，使命神圣；作为一种新闻的探索，我们期望能得到读者的支持与认同。

**新西望**

第十二届中国西部国际博览会  
特刊 (7-11 版)

**让西部企业感受世界的力量**

■ 导语

在中国社科院发布的最新一期《西部蓝皮书》中，中国西部今年的经济增速被预估在 13%，仍处在高于全国平均水平的快跑轨道上。

中国自实施西部大开发以来，西部经济一直呈现快速增长，特别是“十一五”期间，西部地区 GDP 平均增速 13.9%，比全国平均增速高出近 1 个百分点。这主要得益于西部稳定性好，宏观经济运行的潜在风险相对较低。但是，无论从经济总量，还是城市化程度，或是居民收入水平来衡量，西部与东部地区差距依然明显，继续垫底在全国平均线之下。

因此，追赶的脚步理应更快。我们注意到，中央在为中国经济适度减速做准备的时候，并未对西部经济发展采取过多的限制。日前，国务院总理温家宝在出席第 110 届广交会时就明确表示，呼吁各国投资者来中国，特别是到中西部地区投资。

现在的问题是：地方政府已经没有改革开放时那样对市场经济和民营企业的高度重视和迫切。相反，在前些年的成绩面前，一些政府部门已失去了改革的热情和主动，以至于使得国家对西部发展转型的战略，大多只停留在口号和文件层面，无法满足改革开放、转型发展的制度、政策、服务、审批要求，从而导致西部地区一系列新兴产业、现代服务业的发展遇到瓶颈，难以得到真正有效的解决。以企业融资为例，目前，不少西部中小企业都在向地方政府“求助”，希望由政府牵头，构建部门间上市工作的“绿色通道”，以解资金燃眉之急。毕竟，企业上市是一项系统工程，不仅要求企业自身符合条件，而且涉及发改委、工商、税务、司法、环保等诸多部门，工作环节多、程序复杂。这就要求，地方政府要切实考虑企业的需要，打通融资渠道；一方面在调控地方经济之时，避免挤压企业的融资难度；另一方面，也要增强对企业的服务意识，排除企业由于对上市问题认识不清而导致的畏难情绪。

那么，广大西部企业又是否做好了快跑的准备？答案却不十分明确。

在西部，中小企业的数量远多于大型企业。其在西部工业总产值中占了 56%。由此看出，中小企业是西部经济发展的中坚力量，其作用不容忽视。同时我们必须察觉，虽然西部中小企业在数量上占绝大多数，但其产值相对并未占大多数，这说明西部中小企业生产效率低下、经济效益不高。

这一方面是由于企业经营者的创新意识不强，缺乏长期经营理念，在利润分配上“只看眼前”；另一方面，企业在科技创新方面的投入较少，技术落后、设备陈旧、人才缺乏，导致其自主创新能力弱和市场竞争力较弱。西部各类繁多的所谓“金融中心”热就是这种现象的一个极端表现。

时下的“温州借贷危机”，也是以给西部企业发展敲响警钟。如果像温州多数企业那样，在企业发展中，抱有一种盲目投机的短视思维，将资本投入到击鼓传花的金融泡沫中去，而不注重自身资金、技术、人力的积累，泡沫破碎时不仅企业血本无归，走上破产之路，整个西部经济发展也必将面临破坏性的打击。

以去年深圳富士康十余名员工跳楼事件为标志，我国东部地区劳动力成本快速上涨，资源环境压力不断增大，产业链整体向西部转移趋势日益明显——已经由原来的单个项目、企业转为“组团式”整体转移，且层次不断提高，更多资本、技术密集型企业的加入转移到西部。这为西部发展带来了机会，无论政府或是企业都要有充足的准备抓住它。

当然，这并不意味着西部地区永远是劳动密集型产业的承载地。实际上，西部地区也积累了一定的产业和技术基础。只要政府扶持开路，企业找准方向，实现跨越式发展是完全有可能的。

产业链整体西移在局部地区的成功说明原来闭塞的中国西部，现在必须开放。中外大企业纷纷落户西部(央企在新疆、世界 500 强在成都)也说明原来闭塞的中国西部，拥有开放的价值。如果不开放，而在过去的环境中，无论如何折腾，都不会有冲击性的变化。开放是西部发展的杀手锏，开放可以让西部地区感受到资本的力量、世界的力量、观念的力量。

在一年一度的中国西部国际博览会召开之际，希望各地政府和企业家，都要以开放的心态，利用好这个平台，加强“西西合作”、“西东合作”，加大“中外合作”。