

● 相关文献

◆ 宏观视野

您现在的位置：首页>>研究文献>> 总报告--以全面改革为动力，加快发展...

总报告--以全面改革为动力，加快发展我国文化产业（节选）

作者：张晓明、胡惠林、章建刚 出处：中国网

一 2003年文化产业发展形势：总体判断和主要特点

今年以来，尽管遭遇“非典”，降低了第三产业的增长速度，我国国民经济在整体上仍然表现出强劲的发展势头。据估计，2003年国民经济增长速度将达到8.5%，超过2002年0.5个百分点。由于居民收入持续增长，文化消费需求旺盛，“非典”反而成为促进替代性消费生长，推动消费结构升级的因素。新兴文化类消费引发了文化产业领域的结构重组和升级，使网络内容产业浮出水面。在政策层面，文化体制改革试点则是今年最大的亮点。

（一）国民经济持续发展，推动了消费结构的升级换代，传统文化产业开始向新兴文化产业转移

2002年，全年国内生产总值跃上10万亿元的新台阶，达到102398亿元，比上年增长8%。其中第一产业增长2.9%；第二产业增长9.9%；第三产业增长7.3%。2003年以来，尽管出现意外的曲折，国民经济表现出更为强劲的增长。预计全年国内生产总值将超过11万亿，比上年增长8.5%。其中第一产业增长3.0%，第二产业增长10.9%，第三产业增长5.8%。

2003年，我国人民生活继续得到改善，文化消费类支出稳定增长。2002年，全国城镇居民人均可支配收入7703元，2003年将达到8380元，增长8.8%；2002年，农村居民人均纯收入2476元，2003年将达到2575元，增长4.0%。在居民消费中，“娱乐、教育、文化服务”类支出总额，2002年约5300亿元左右，2003年将达到5800亿元左右（以2001年国家统计局公布数字为基数，按10%增长推算）。

从2002年以来，城乡居民消费结构的升级趋势日益明显，按照专家的看法，我国新一轮消费升级的储备期已经有近10年之久，消费作为拉动经济增长的一个重要动力，正在寻求新的突破，旅游、教育、电讯及文化休闲服务开始成为新兴的消费热点。今年一季度，国内生产总值取得了9.9%的增长速度，成就可喜，到了二季度“非典”开始蔓延，增长率从9.9%回落到6.7%，下滑了3.2个百分点，影响主要是集中在第三产业，文化消费受到了一定的抑制。旅游业在第四季度尽管有恢复性增长，还将有较大损失（全国恢复与振兴旅游工作座谈会信息，全国旅游业将损失2768亿元人民币）。但是，根据专家分析，“非典”对消费的影响表现在一方面延迟了消费行为，另一方面是向替代性领域发展，而不是像水灾、火灾那样摧毁了人们的货币支付能力。因此，“非典”在一定程度上促进了我国传统文化产业向新兴文化产业领域转移和升级。

据2003年6月国家发展和改革委员会价格监测中心对全国35个大中城市居民消费信心和消费意向的最新调查显示，“非典”使17.35%和31.40%的居民增加使用互联网和通讯方面的服务，调查指出，这将有利于新兴的网络教育、网络文化、电子银行、电子商务等现代化生活和消费方式的推广。信息产业部公报显示，1~6月，全国电信业增加值完成1319.8亿元，增长19.2%，增幅比GDP高11个百分点，已经表现出这种消费的转向。另据国家统计局专家说，我国目前工业生产共有39大类，排在第一的是电子通信设备制造业，其中手机显得尤其突出。2002年我国通讯用户增加1亿，今年全年可能再增1亿，达到了5亿规模，其中移动用户第一次超过了非移动用户。通讯用户的巨大增长使得各种各样信息内容娱乐业发展迅猛，我国已经提前出现了从“离线文化产业”向“在线文化产业”转移的趋势。

（二）文化体制改革进入实质性启动，存量领域的产业发展潜力开始得到释放

根据十六大报告“抓紧制定文化体制改革的总体方案”的要求，2003年初，开始文化体制改革试点调研。6月，召开了文化体制改革试点工作会议，改革试点随后在全国展开。8月，中共中央政治局集体学习国际文化产业发展形势，胡锦涛同志发表了重要讲话。10月14日，十六届三中全会通

过了《中共中央关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》，在完善社会主义市场经济的总目标下，对发展文化产业和深化文化体制改革提出了具体要求和任务。12月5日至7日，中共中央在京召开全国宣传思想工作会议。胡锦涛同志在会议上发表重要讲话，进一步提出“坚持把积极发展文化事业和文化产业作为宣传文化部门的重要任务”，并特别指出，要高度重视文化体制改革工作，根据社会主义精神文明建设的特点和规律，适应社会主义市场经济发展的要求，积极稳妥地推进。要适应发展社会主义市场经济、深化文化体制改革和我国加入世贸组织的新形势，立足我国国情，借鉴各国经验，加强宣传文化领域的法制建设，为宣传文化事业的健康发展创造良好的法制环境。

在中共中央的领导下，文化体制改革试点工作既为今后出台的改革方案提供经验性依据，也在实质上推动了市场化和产业化的进程。目前中央确定的改革试点总共有35个试点单位和9个综合试点省市，行业遍及新闻媒体，出版单位，图书馆，博物馆，文化馆，文艺院团，影视制作企业，印刷、发行、放映公司等等。试点工作对文化单位进行公益性事业和经营性产业的分类，对在WTO谈判框架内开放文化市场，对以政府配置文化资源为主向以市场配置为主方式转换等的基本取向是非常明确的。在试点工作的推动下，不仅原有国有文化企业提高了市场竞争力，壮大了产业规模，还出现了民营资本投资文化产业的高潮。

根据新闻出版总署2003年统计，我国出版、报业集团中有31家进入我国企业500强，年收入几十亿的出版集团14个，年收入10亿元以上的报业集团9个，年收入10亿元以上的发行企业、印刷企业已经数十家，单品种发行千万册以上图书，百万份以上报纸，三百万份以上期刊，百万张以上光盘的企业已经有相当数量。另据全国工商联最新统计，今年1~9月，全国民营经济固定资产投资额9577亿元，同比增长30%，投资方向出现多元化和结构日趋合理的特点。民营经济开始全面进入工业，以及第三产业中的金融服务业、教育文化产业、新闻出版业、高速公路等公用设施领域。

制止报刊摊派政策出台，与文化体制改革相呼应，成为本年度最具有实质性意义的改革举措。据统计，我国目前有1万多种报刊，由各级党政机关直接主办的报刊就有1452种，这些报刊中的相当一部分是利用职权摊派发行的。2003年3月10日，中宣部和新闻出版总署联合下文，在各省（市、区）党委宣传部、新闻出版局和中央各部门报刊管理机构，开展“制止报刊摊派问题专题调研工作”。6月中旬，新闻出版总署、中宣部和国家邮政局一纸令下，暂停除科技类外所有报刊的征订活动。7月15号，中共中央办公厅、国务院办公厅联合下文，1400多种报刊被纳入治理范围。

以制止报刊摊派为名的整顿打开了我国新闻传媒业产业化进程的大门，因而对整合文化产业存量资源意义深远。根据有关细则规定，长期以来“政府主办”的报刊管理体制正式转为以报业集团、广电集团和出版集团作为接收主体的“报刊社主办”，此举措同时使得17号文件后一直裹足不前的试点集团跨媒体运作得到实质性的推进。最重要的是，1400多种报刊被停办，将使我国多年来靠行政权力发放的“刊号”资源大幅贬值，这标志着国家开始退出竞争性传媒市场，市场机制开始实质性地发挥作用。

我们完全可以这样推测，大量报刊停办将导致市场空白出现，引发一轮空前规模的兼并重组浪潮，我国传媒市场的产业链条将被重新打造，我国经济体制改革过程中曾经出现过的发展规律，即国有企业的战略性重组和国有经济的战略性调整，即将在文化产业领域重现。今后几年，特别是首先在沿海发达地区，将可能出现若干家超大型的，以主要党报党刊为主办单位，以试点传媒集团为主体的，具有较强竞争优势的，多媒体、跨行业、跨地区的传媒集团。与此同时，随着传媒领域对社会资本准入的逐步放开，传媒集团的现代企业制度建设也可能得到实质性的推进。

（三）信息产业与文化产业关联运动引人注目，产业格局出现大范围重组，增量领域的新兴产业力量异军突起

现代文化产业是一个与现代高技术日益融合的产业，特别是一个与信息产业相互关联、互为表里的产业，代表了一种新兴的产业力量。这一年以来，我国以“三网合一”为名的产业融合趋势日益明显，宽带与移动成为两大迅速接近的技术突破领域，硬件领域的汇流已经是现实。广电、通讯、信息产业从不同的角度突进，启动了一个又一个新兴消费市场，引发了一浪高过一浪的新兴产业关联运动，推动产业格局重组，最终使“信息内容产业”走向了前台。

首先，数字电视进入全面实施，改变了广电领域的产业格局，使影视内容提供商开始拥有优势地位。

中国城乡居民的电视拥有量目前在3.6亿台左右，无线电视覆盖率近乎百分之百，已经饱和。因此，前两年就有专业人士提出，我国电视产业发展的重心将有可能像美国那样向有线电视发展，拥有1亿用户的有线电视媒体将成为中国最有价值的媒体。2003年数字电视进入全面推广阶段，这

一预测成为现实。

2003年中，国家广电总局领导宣布，我国数字电视已经过两年试验后，于今年开始了有线数字电视全面推广，计划在未来五年完成。2003年9月1日，中央电视台首次试播数字付费电视频道，宣告了我国全面推进有线电视数字化的开始。11月19日，国家广电总局领导称，我国批准的付费电视频道已达27套，数字电视用户超过20万。

启动有线电视数字化进程具有重大意义。数字电视可以使电视频道资源大大增加，从稀缺走向过剩，因而不可避免地实行有偿收视。传统依赖于广告的“广播电视”的单一商业模式将发展成为收费的“窄播电视”，今后还将进一步发展出基于互动点播的“专播电视”，最终形成一种多元化的电视产业格局。在这个意义上说，数字电视和收费频道的开播是全面重组中国电视产业格局的开始，目前的内容制作商与播出机构之间不合理的价格关系将随着定价制度的市场化程度提高而出现变化，内容服务提供商将开始具有优势地位。

其次，通讯和信息产业从粗放发展走向集约，网络内容产业浮出水面。

近年来，通讯业和网络业在不断发展的技术创新和融合过程中，一直维持着高速增长的态势，越来越快地实现着一个又一个规模化消费市场，今年出现的新特点是，电讯运营服务开始转向内容增值服务，内容成为拉动增长的主要手段。信息产业与文化产业的互动关联出现了新格局。

通讯和信息产业界可以理所当然地将今年称为“网络内容年”，这是通讯和信息产业从规模扩张型发展模式走向效益增长型发展模式的必然结果。从2002年到2003年，我国电信用户每年增长1亿户，今年9月，全国电话用户突破5亿户（其中固定和移动电话各占50%）。但是据电信部门统计，今年第一次出现了增长规模不增加收入的现象。专家分析结果是，由于我国电话普及率在城市和发达地区已近乎饱和，农村地区属低端用户，消费能力有限，因此电信业粗放式和规模化的发展遭遇瓶颈，进入了一个必须依靠增值服务实现集约式增长的时期。网络文化产业的兴起可以说是恰逢其时。

网络文化产业（又被称为“信息内容产业”，与信息技术产业相对应），目前涵盖了网络游戏产业，手机内容产业等内容。2003年6月5日，文化部正式批准10家单位筹建全国性互联网上网服务营业场所连锁经营单位，成为这个产业浮出水面的标志性事件。10月，首届中国国际网络文化博览会在北京举行，首次对这一产业进行了集中展示。

网络游戏产业近年来发展极为迅速。2001年，中国网络游戏用户是400万，市场规模约3亿元人民币。2002年，中国网络游戏用户达到800万户，市场规模达到了10亿元人民币，超过了电影业。2003年，据估计将达到25.5亿元人民币，超过音像业。2004年，可能达到42亿元。

手机内容产业有更为惊人的表现。首先是短信业务。中国的短信息在2000年的时候还只有5至10亿条，占全世界总量的1%；2001年达到189亿条，占全世界总量的7%；2002年达到900亿条，占到全世界总量的20%；今年将达到2000亿条，占全世界总量4000亿条的一半。在短信业务获得成功的基础上，去年10月，中国移动又率先推出了彩信业务。彩信业务实现图像、动画、贺卡、照片等实时传送，具有更完善的表现形式和更广泛的应用空间。

网络内容产业的爆发式增长颠倒了传统的产业链条，使内容增值服务成为带动硬件投资和电信运营的龙头，使文化产业真正成为信息产业的高端。据有关方面测算，网络游戏带动电信运营服务增值比例是1：7，按照这一比例，2002年网络游戏为电信业贡献价值68.3亿元，2003年对电信创造价值约150亿元，2004年将达到近300亿元。此外，据有关方面估算，目前正在实施的连锁还可带动网吧硬件投资1000亿元。彩信业务也刺激了手机作为终端信息处理系统的娱乐功能的发展，使市场上支持彩信业务的手机品种越来越多，并开始启动移动宽带技术突破。新一代网络通讯技术突破在即，更大规模的投资浪潮正在兴起。

网络游戏和手机短信业务的发展还使网络业走出低谷。从中国三大门户网站的业绩来看，就在“非典”猖獗的2003年第二季度，搜狐网站非广告收入同比激增354%，达到1250万美元，大大超过了公司预期，毛利率达到64%。新浪网站在今年第二季度的非广告收入大幅跃升为1649万美元，比上季增长了52%，与去年同季相比更增长了504%。最近，中国三大门户网站新浪、搜狐、网易的股票价格在纳斯达克全线飘红，第二季度的增长率分别为200%、141%和140%。门户网站已经在短信及网络游戏这个文化与技术融合的突破点上，形成了新的盈利模式。

（四）市场开放提速，文化管理体制和机制谋求多方创新

消费结构的升级，市场经济体制的全面建立，已经在文化产业领域启动了民间投资的热情，落后的管理体制和机制在被动中起步，开始谋求多方创新。

公共新闻媒体是现代社会公众重要的知情渠道，既有产业性质，又关乎舆论导向，因此新闻宣传历来被认为是与意识形态最接近的内容，需要严加管理。今年初以来，新一届中央领导提出了改

进新闻宣传工作的要求，要求缩短领导人会晤、出访的播报，要求新闻报导“三贴近”（贴近实际、贴近生活、贴近群众），等等，已经预示了新闻宣传管理体制的变化。

4月8日，美国《时代》周刊一篇题为《北京遭到SARS袭击》的报道，将中国政府推入了国际舆论负面报道的中心。为扭转被动局面，北京成立了防治“非典”联合工作小组新闻中心。这也是建国以来第一个专门面对危机成立的新闻中心。据统计，截止2003年六月二日，除了每日发布“非典”信息外，新闻中心共组织召开新闻发布会九场，累计有一千三百八十多名中外记者参加。新闻发布会每次召开，中央电视台都进行现场直播，信息发布空前透明。“非典”报道尽管仍然具有应付突发事件的危机新闻传播管理性质，但是无疑已经展示出了开放式和国际化的现代传媒内容管理模式。

2003年3月20日，美伊战争爆发。我国新闻界展开了一场空前激烈的传媒内容竞争。平面媒体，电视媒体，网络媒体对事件展开了全方位，多角度报道，央视的24小时滚动式直播和专家现场评述，将一个重大国际事件实时和直接地带到了全国人民的面前，打破了国际报道的许多传统规定。美伊战争的报道在我国新闻宣传领域具有划时代的意义。

从“制播分离”改革，到允许中外合资生产影视产品，影视制作一直被认为是较为远离意识形态，较易于开放的领域，但是由于落后的立项、审查、评审制度和机制，一直未能实质性地吸引徘徊于门外的社会资本。这种情况开始有所改变。2003年11月初，在嘉兴举办的金鸡百花奖颁奖仪式上传出消息，国家将对电影立项和审查制度进行改革。12月1日起，国产电影在立项方面，除重大革命历史题材、特殊题材、国家资助影片、合拍片四类之外不必再向电影局申报剧本，只需提供1000字的剧情梗概、片名、片种、影片题材等材料。作为试点单位，上影、长影等部分制片厂的影片将试行由地方自主申请、自主审查。中国电影审查委员会也已达成共识，将参照法律有关规定和大范围社会反应作为审查影片的依据。此外，议论已久的影视“分级制”也即将推出。相信新出台的立项和评审制度将进一步开启社会资本进入影视制作的大门，扭转我国电影业近年来产量一路下滑的颓势。

二 当前存在的问题和分析

近几年来，我国经济和社会生活领域出现了三个根本性变化：第一是随着国民经济持续快速增长，人民群众生活水平的迅速提高，居民消费结构的不断升级，长期以来困扰我们的物质产品的“短缺”，正在向服务类产品，特别是精神文化的消费服务类产品的“短缺”转移。第二是经过20多年以市场为取向的改革后，文化市场日益扩展，在精神文化产品的生产和服务领域中，资源配置的基础性机制，正在从计划向市场转移。第三是加入WTO，在经济领域我国的全球化进程明显加快，在文化领域市场开放的时间表也已经为WTO协议所设定。正是这样三个根本性变化，在很大程度上构成了我们目前谈论的以文化体制改革促进文化产业发展这一问题的背景。

对于我国文化生活领域供需状况，我们提出以下粗略的分析和预测：

首先，从需求角度算。

第一，按照目前公布的统计数字中，我国城乡居民实际文化消费，可以计算出的结果是，2002年消费约5300亿元人民币，2003年将达到5830亿元人民币。如果继续按照10%的同比增长率计算，今后几年可能的文化消费量是：2004年6410亿元，2005年7050亿元，2006年7760亿元，2020年可能达到29460亿元。

第二，已经实现的消费并不完全代表实际需求。根据国际经验，一定的GDP发展水平，与一定的恩格尔系数，以及一定的文化消费需求比例有相关性。根据这一理论数值计算，我们得到了另一组数字：目前我国人均GDP1000美元，恩格尔系数应该是44%，（城乡居民平均）文化需求应该在个人消费中占到18%，总量应该是10900亿元；2010年达到人均GDP1600美元时，恩格尔系数应为33%，文化需求在个人消费中应占20%，实际需求总量应为20100亿元；2020年达到人均GDP3000美元时，恩格尔系数30%，文化需求在个人消费中占23%，实际需求总量为42400亿元。

其次，从供给角度算。

第一，根据实际消费量统计，目前我国文化产业是5300亿，距离以上的理论需求（10900亿元）有5600亿元缺口。如果继续以目前10%的速度增长，到2020年，仅能达到29460亿元，距离以上计算的理论需求（42400亿）的缺口将达到12940亿元。

第二，还可以按照GDP与产业结构相关性的理论数值，计算我国第三产业的发展缺口，以加强文化市场存在巨大供需缺口的印象。按照国际上的研究，随着GDP的增长，恩格尔系数的变化，三次产业的结构会发生变化。大体上人均GDP达到1000美元时，第三产业在经济结构中所占比重应该达到40%，而当人均GDP达到3000美元时，第三产业应该占到55%。用这个标准来衡量，我国目前第三产业是33.7%左右，低于国际标准6~7个百分点，大约有6000~7000亿元的缺口。假定继续按

照三年来第三产业发展的平均速度增长，到了2020年，我国第三产业占GDP的比重将达到大约为42%左右，低于标准值13个百分点，大约会出现41000亿元的缺口。

根据以上的数值计算，以2020年全面建成小康社会这一目标衡量，我国第三产业必须从现在起，每年增长9%以上（由现在的33.7增加到2020年的55%）。如果文化消费比重随着人均GDP的增加而增加，文化产业的增长速度还要加大，至少达到每年13%（由现在的5300亿增加到2020年的42400亿）。

以上是依靠国家统计局统计数字，以及理论上应该实现的数字做出的分析，我国文化市场的实际消费量，以及我国文化市场的实际供给程度可能是完全不同的数字。但是，可以十分肯定地说，我国文化市场存在“战略性短缺”是一个极为严峻的客观现实。目前我国第三产业的发展速度仅在5.8%，其中与文化相关的产业门类增长速度更是连年降低（见去年《文化蓝皮书》总报告），与居民文化消费实际增长速度，以及居民尚未实现的文化消费潜力，形成了巨大的落差。对这个问题的严重性，我们应有充分的认识。

从总体上看，我国文化市场“战略性短缺”局面的形成出于以下原因：

首先是优质文化资源被现行“事业单位体制”所束缚，潜力不能充分发挥。

我国优良的文化资源大量集中于国有文化单位，由于长期实行计划体制下的部门、单位所有，导致国家的文化资源大量闲置，文化资产运作水平和效率低下，大量闲置，是造成文化产业供给不足，第三产业在国民经济结构所占比例不合理，经济和文化发展不协调的重要原因。因此克服文化市场“战略性短缺”的关键性举措显然应该首先解放国有文化事业单位的文化生产力。对此还应该多作一些分析。

其次是市场发展潜力被陈旧的管理体制和机制限制，社会资本不能充分伸展。

我国现行文化管理体制还是政府主办和政府垄断性质的，是一种“微观管理”，而且仅仅局限在政府兴办的文化事业领域，这种管理体制在市场经济环境已经发育，社会资本已经流动，技术创新活跃，文化市场的产业链条已经有所形成的形势下，显出种种“越位”、“缺位”、“错位”的弊病，导致文化产品生产和流通环节多，投资风险大，使投资人感到无所适从，阻碍了大量社会资本不能进入文化投资领域。这种管理体制当然使发展速度无法提高。

这一点在要素市场发育方面表现突出。缺乏一种基于社会主义市场经济体制、同时考虑到文化市场特殊性的现代投融资机制，已成为障碍社会资本进入文化产业领域，实现文化产业跨越式发展的重大问题。加入WTO以后，我国的国内市场与国际市场已经贯通，产品市场与要素市场已经连接，目前还在新闻出版广播影视领域实行的，不同产业环节“区别准入”政策已经极大地制约了要素市场的形成。根据有关研究，我国的资本市场目前已经有一批与文化相关类上市公司在运作，但是由于对业务环节进行了人为切割，没有将核心竞争力放入上市公司内，导致资本市场认可程度下降，近年来业务表现越来越差。

关闭