

<<中国文化产业发展战略研究>>

图书基本信息

书名：<<中国文化产业发展战略研究>>

13位ISBN编号：9787509703328

10位ISBN编号：7509703328

出版时间：2008-9-1

出版时间：社会科学文献出版社

作者：祁述裕

页数：356

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国文化产业发展战略研究>>

前言

文化产业是通过人们创造性的劳动，把知识、信息和意象等文化资源转化为具有交换价值的文化娱乐产品和服务的产业。

在现代社会，随着文化消费需求的不断增长，以知识、信息、休闲、娱乐为主要特征的文化产业快速发展，在促进经济社会发展中的作用日益突出。

一 文化产业兴起有着深刻的时代背景。

20世纪下半叶，在经济全球化和知识经济推动下，发达国家和地区面临前所未有的经济结构和产业调整：一般制造业在加速向后发国家和地区迁徙，城市功能由生产型为主向服务型为主转型，各种资源的全球流动速度加快，新兴国家和城市不断崛起，几百年来西方国家作为世界经济中心的地位开始动摇，一些发达国家和地区发展面临巨大挑战。

寻找新的发展途径，为国家和城市发展注入新的动力，是一些发达国家迫切需要解决的重大问题。

正是在上述背景下，文化和文化产业对城市乃至国家整体发展的带动作用受到特别关注和重视。

一些发达国家认为，从欧洲工业革命以来，单纯通过制造业来带动国家和城市发展的路径已经走到尽头；在新的时代背景下，现代服务业成为国家和城市发展的主要动力。

文化和文化产业既是现代服务业的核心内容之一，也为现代服务业发展提供动力。

因此，发展文化和文化产业被认为是国家和城市复兴的必不可少的路径。

西方一些学者甚至认为，通过发展文化和文化产业来振兴城市，其重要性与欧洲文艺复兴具有同等重要的意义。

发达国家政府和学术界所论及的文化和文化产业，其核心理念是创新（创造性）。

是以国家和城市振兴为目标，在创新这个核心理念的统领下，激发个人创造、发展新型服务业（主要指文化与科技融合的服务业）、提供完善的服务、提升城市品质、增强吸引力和集聚能力等。

在实践层面，主要沿着两条线索展开的：其一，围绕城市振兴实施的一系列文化和文化产业活动。

包括重视公共文化设施和商业性娱乐设施建设、重视节庆活动和会展业的价值、鼓励通过艺术对老城区进行创造性改造、鼓励创意和设计、重视塑造城市品牌和形象，等等。

其二，促进文化与科技的融合，大力发展新媒体产业，以推动产业升级。

网络技术、通信技术和数字技术的不断进步，打破了各种文化行业之间的界限，图像、文字、影像、声音被整合，文化艺术表现内容和表现形式得到极大的丰富，新兴文化行业层出不穷，新媒体产业呈现出令人鼓舞的发展前景，成为经济和社会发展的强大动力。

为推动文化和文化产业发展，许多国家和地区制定了发展战略和发展规划。

1993年，英国以“创造性的未来”为题，正式发布跨世纪的国家艺术发展战略。

1997年，英国成立了创意工业特别小组。

分析英国创意产业的现状，并于1998年出台了《英国创意工业路径文件》，以指导创意产业发展。

英国政府为推动文化和文化产业发展所作出的努力，对国际社会产生了深刻影响。

欧盟理事会借用英国“创造性的未来”的概念，提出“创造性的欧洲”文化战略目标，并在这一目标指导下提出欧盟文化政策的思想框架。

1998年，联合国教科文组织发表的文件《世界文化发展报告》，也吸收了英国艺术发展战略的基本思路。

2000年日本国会通过了《IT基本法》（《信息技术基本法》），2001年通过了《文化艺术振兴基本法》，2003年通过了《文化产业促进法》（《关于促进创造、保护及应用文化产业的法律案》）等，建立了完备的促进文化产业发展的法律体系。

2003年1月，日本前首相小泉就日本动画片《千与千寻》在国际影坛取得的成功及影响，提出要善于发现日本的“潜在力”。

2003年3月，日本政府根据《信息技术基本法》成立了“知识财富战略本部”，日本前首相小泉亲自担任部长，明确将音乐、电影等文化产业与技术、IT产业、名牌产品等并列为国民经济的基础产业。

1998年，芬兰政府制定的《芬兰文化产业内容创新启动方案》指出：“在现代社会，经济领域内的文化产品交换的份额正在不断地增加，文化产品交换成为国家经济的一个潜在增长点。”

<<中国文化产业发展战略研究>>

不可否认，文化产业是一个正在快速增长的领域，它对国际和国内的经济变革有着重要的潜在推动力。

世纪之交，韩国政府把文化产业选定为韩国的六大核心技术之一和十大跨时代增长动力产业，并制定了一系列法律法规和规划。

为迎接21世纪的挑战，新加坡创意工业工作小组围绕“远景2012”(Vision 2012)规划制定的《创意工业发展策略：推动新加坡的创意经济》(Creative Industries Development Strategy: Propelling Singapore's Creative Economy)的报告认为，进入21世纪，新加坡必须改变单纯依靠制造业、加工业和服务业的格局。

要把创意产业发展作为经济增长的火车头，促进经济转型和产业升级，提高国际竞争力。

提出在21世纪，要把新加坡建设成为“文艺复兴城市”、全球化设计中心、全球媒体中心，使新加坡成为一个艺术和文化方面具有高度创新性和兼具多项功能的国际化城市。

2002年，我国台湾地区制定了“挑战2008发展重点计划”。

该计划第一次把文化创意产业纳入台湾地区长期发展计划的重点项目。

我国台湾地区有关部门认为，在全球进入高度工业化的时代，台湾现有的以大规模制造业为主的生产形态，在周边国家和地区的挑战下已逐渐失去优势。

因此，台湾除了往高科技的方向发展之外，必须深化以知识为基础的经济竞争力。

而知识经济附加价值最高的类型就是以创意设计为核心的生产领域，尤其是源于艺术美学创作的设计。

该计划认为，必须在地方传统产业、初级产业向工业型都市经济转换这一传统发展模式之外，找出第三条路，这就是文化创意产业。

创意产业就其深层意义上来说，就是将美学层次落实到实践层面，透过美学去观照环境和产业。

二 改革开放以来，我国文化产业发展走过了两个阶段。

第一阶段大致从1978年到20世纪末，为文化产业发展的自发阶段。

其基本特点是，在经济体制改革的推动下，为满足人民群众日益增长的精神文化消费需求，文化领域逐步打破计划经济的束缚，放开搞活。

基本趋向主要表现为两个方面：其一，改变计划经济时期由国家包办文化生产的局面，允许社会力量参与文化产品生产。

20世纪80年代以后，社会力量逐步进入广告业、图书、音像产品、影视、演艺产品的生产和销售领域。

20世纪90年代新媒体的出现，以及政府在新媒体管理方面相对宽松的政策，为社会力量介入这一新领域提供了更大的空间。

社会力量在新媒体领域表现出极大的热情和活力，也使得新媒体在不长的时间里在中国快速发展。

社会力量参与文化生产所表现出来的文化创造力，使人们看到了文化产业的巨大潜力。

其二，改革国有文化单位机制，激发国有文化单位活力。

在引入社会力量参与文化生产的同时，国有文化单位的改革也在谨慎地进行。

起初是实行“事业单位，企业化经营”。

进入20世纪90年代，随着我国经济体制改革的不断深入，国有文化单位改制也在不断推进。

尽管就目前来说，国有文化单位的性质大都还是事业单位，但已经置身于市场竞争之中，商品经济规律已经成为绝大多数国有文化单位必须遵循的基本法则。

第二阶段大致从1995年到现在，为文化产业发展的自觉阶段。

其基本特点是人们由关注文化产品转到关注文化产业，文化产业在促进经济社会发展中的战略性作用受到高度重视。

促使这种转变的根本原因是我国经济结构调整和产业结构转型，以及对外开放程度的加深。

20世纪90年代中后期，我国的经济社会发展发生了以下五个方面的深刻变化。

1?以消耗物质资源为基本特点的经济发展模式已经无法为继 物质资源相对短缺是我国的基本国情。

我国一些主要物质资源的人均占有量均低于世界平均水平：人均耕地仅相当于世界平均水平的44%，

<<中国文化产业发展战略研究>>

人均水资源占有量约占世界人均水平的1/4, 人均占有森林面积仅相当于世界平均水平的17%, 大多数矿产资源人均占有量不到世界人均水平的一半。

改革开放以来, 我国经济的快速增长在很大程度上是靠消耗大量物质资源来实现的。

以2005年为例, 我国国内生产总值约占世界总量的4.1%, 而原油、原煤、铁矿石、钢材、氧化铝、水泥的消费量却分别为世界消费总量的7.4%、31%、30%、27%、25%和40%。

多年来, 资源消耗过大, 环境污染加剧, 经济增长与资源、环境之间的矛盾日益突出, 已经到了难以为继的程度。

解决经济增长与资源、环境之间日益突出的矛盾, 一个极为重要的途径是发掘文化资源的价值。

对我国这样一个物质资源相对短缺的国家, 发展文化产业是符合我国国情的必然选择。

我国具有悠久的历史、深厚的文化传统、多样化的民族文化形态; 同时, 转型时期所呈现出来的多样、复杂和多变的现代生活, 也为文化产业发展提供了取之不尽、用之不竭的文化资源, 这些都是其他国家难以比拟的, 也为发展文化产业创造了极为有利的条件。

2?居民消费由物质消费为主逐步向物质消费和精神文化消费并重转变 根据国际经验, 人均GDP在1000美元以内, 人们主要关心的是基本的物质需求的满足。

人均GDP在1000~3000美元之间, 人们消费需求进入物质消费需求与精神消费需求并重的时期。

2006年, 我国人均GDP达到了2000美元, 如果按照购买力平价计算, 我国人均GDP还要更高一些。

总体上, 我国进入了物质消费需求和精神消费需求并重的历史时期。

据统计, 1993~2005年12年间, 城镇居民消费中教育文化娱乐服务支出年均增幅为15.5%。

2006年我国城镇居民人均文化娱乐用品及服务支出增长18%。

精神文化消费需求显示出了巨大潜力。

文化消费需求的迅速增长, 使以满足人们的文化需求为主要特征的新经济形式层出不穷。

正如胡锦涛总书记在2008年1月31日全国宣传工作会议上所指出的, 当前“一个值得高度重视的问题, 就是随着经济社会持续快速发展, 特别是随着人民生活水平的不断提高, 我国进入了文化消费的快速增长时期, 人们精神文化需求更加旺盛, 文化已经成为衡量社会文明程度和人民生活质量的显著标志”。

文化消费需求的快速增长, 为文化产业发展提供了广阔的市场。

3?文化与科技相结合, 文化与产业相结合, 推动了经济结构调整和产业升级 文化在促进经济结构调整和产业升级过程中发挥着越来越重要的作用。

具体表现在以下两个方面: 其一, 文化与科技相结合。

以通信技术、网络技术和数字技术为基本特征的信息技术革命从信息收集和传输手段的变革发轫, 传输手段的变革反过来又刺激了对传播内容的需求。

在信息时代, 信息技术与传媒业、娱乐业等文化产业互为犄角, 互相促进。

信息技术的发展, 极大地促进了传媒业、娱乐业手段和方式的创新, 使新的文化行业不断涌现; 传媒业、娱乐业等文化产业的发展, 又刺激着信息技术的不断进步。

文化内容的开发和传播方式的变革, 不仅成为促进信息技术发展的动力, 也有力地促进了文化产业自身的发展。

正因为如此, 党的十七大报告强调, 要“运用高新技术创新文化生产方式, 培育新的文化业态, 加快构建传输快捷、覆盖广泛的文化传播体系”。

其二, 创意和设计对提升消费产品的品质具有极为重要的作用。

目前, 我国约有180种产品的产量在世界排名第一位, 被公认为世界工厂。

但我国制造业承担的大都是劳动密集型的生产或装配活动, 处于国际产业链分工的低端。

以我国最具有国际竞争力的纺织品生产为例, 我国纺织品产能、产量、出口量等均居世界第一, 但50%以上的服装出口为来料加工, 30%左右是进口国提供商标、款式、纸样进行复样加工, 自己的品牌只占10%左右。

2004年我国出口鞋59亿双, 占全球销量的60%, 平均单价仅为2.5美元, 不到意大利的1/10。

要改变上述状况, 就要提高自主创新能力, 包括技术创新和意象创新, 提高创意和设计水平, 增加产品的文化附加值, 提升产品品质。

<<中国文化产业发展战略研究>>

4?我国中心城市由生产性城市向服务经济为主的城市转型 很长时间里, 城市的功能主要被认为是组织工业生产, 城市建设主要是工业建设。

服务业发展滞后, 是我国经济社会发展不平衡的一个重要方面。

目前, 我国服务业增加值占GDP的比重只有40%左右, 不仅远低于发达国家70%以上的水平, 也低于发展中国家45%左右的水平。

2007年发布的《国务院关于加快发展服务业的若干意见》指出: 要“ 加快结构调整步伐, 提高服务业的质量和水平。

直辖市、计划单列市、省会城市和其他有条件的大中城市要加快形成以服务经济为主的产业结构”。文化产业是服务经济的一个极为重要的内容, 特别是信息创造、传播和各种休闲、娱乐功能是城市服务经济的不可或缺的组成部分。

发展文化产业对于提高城市的创新功能、完善休闲娱乐功能、增加城市的可宜居程度、提高市民的素质、扩大城市影响力均具有重要作用。

5?衡量国家综合实力由主要关注硬实力向硬实力和文化软实力并重转变 文化软实力包括多方面内容。

文化产业是文化软实力的重要载体和重要内容, 国家之间软实力竞争在很大程度上是文化产业的竞争。

在国际文化竞争中, 超级大国居于主导地位, 在占领他国文化市场、谋取高额利润的同时, 也输出其政治观念和文化观念, 对他国的文化观念和文化时尚产生了极为深刻的影响, 而发展中国家则处于被动位置。

美国电影产量占世界的7%, 却占据着世界电影市场份额的75%; 美国是世界上最大的出版物市场, 也是世界上最大的图书出口国; 世界上著名网站100多个, 其中94个在美国。

美国的电影、电视、音乐、书籍、体育、娱乐等在世界各地无处不在。

美国的强大, 深层是文化的强大。

因此, 对一个国家来说发展文化产业具有双重意义: 一方面, 文化产业竞争力状况反映了一个国家经济实力、科技水平和创新能力; 另一方面, 文化产业竞争力也是一种文化影响力, 是国家综合竞争力的重要内容。

上述五个方面的深层变化使文化产业发展从自发走向自觉, 成为社会关注的热点。

三 在我国文化产业发展从自发走向自觉的过程中, 对文化产业的认识也在不断深化。

在计划经济时期, 文化部门被视为只能由政府来投资和管理的一个事业单位。

改革开放以后, 在经过文化产品是否具有商品的属性、文化产品生产能不能通过市场来调节、文化单位应该不应该讲经济效益、文化生产可不可以形成产业等一系列争论后, 人们对文化生产的产业属性逐步形成共识。

1985年, 国务院转发国家统计局《关于建立第三产业统计的报告》, 把文化艺术作为第三产业的一个组成部分列入国民生产统计的项目中, 确认了文化艺术具有“ 产业 ” 性质。

1991年, 国务院批转《文化部关于文化事业若干经济政策意见的报告》, 正式提出了“ 文化经济 ” 的概念。

1992年, 党的十四大报告明确提出要“ 完善文化经济政策 ”。

同年, 《中共中央、国务院关于加快发展第三产业的决定》把“ 文化卫生事业 ” 作为加快第三产业发展的重点内容之一。

同年出版的国务院办公厅综合司编著的《重大战略决策——加快发展第三产业》一书, 明确起用了“ 文化产业 ” 的说法。

1999年, 国务院发展计划委员会负责人在《关于1998年国民经济和社会发展规划执行情况与1999年国民经济和社会发展规划草案报告》中, 明确提出要“ 推进文化、教育、非义务教育和基本医疗保健的产业化 ”, 文化产业第一次被正式纳入国家发展计划的政策视野。

2000年, 中共中央关于“ 十五 ” 计划《建议》中提出, 要“ 完善文化产业政策, 加强文化市场建设和管理, 推动有关文化产业发展 ”。

这是中共中央文件中第一次提出“ 文化产业 ” 的概念。

<<中国文化产业发展战略研究>>

2001年,中国证监会发布的新版《上市公司行业分类指引》中,将传媒与文化产业定为上市公司13个基本产业分类之一,从而结束了长期以来关于传媒业是不是产业、能否上市的争论。

2002年,在党的十六大报告中,文化建设被作为实现全面建设小康社会的三大目标之一。

党的十六大报告指出:当今世界,文化与经济和政治相互交融,在综合国力竞争中的地位 and 作用越来越突出,全党同志要深刻认识文化建设的战略意义,推动文化的发展和繁荣。

提出要积极发展文化事业和文化产业,深化文化体制改革。

2003年6月,中央召开了文化体制改革试点工作会议。

当年12月,中央召开了全国宣传思想工作会议。

这两次会议,对我国文化建设的状况作出了“两个不适应”的基本判断。

会议认为,改革开放以来,我国文化建设取得了很大的成绩,但总体来说,文化建设的现状不能令人满意。

其一,目前我们能够提供的文化产品和文化服务还远不能适应社会需要。

其二,我国加入世贸组织以后,我国文化市场将进一步开放,国内文化市场、文化资源方面的中外争夺会日趋激烈。

我们的文化工作在体制机制、思想观念和方法手段上还不能适应时代条件变化的要求。

会议提出了文化产品具有两种属性的理念。

针对长期以来,文化产品过于强调意识形态属性,忽视其商品属性,这两次会议指出,大多数文化产品既具有意识形态属性,又具有商品属性,意识形态属性是特殊性,商品属性是普遍性。

不能用特殊性否定普遍性,也不能因为普遍性否定特殊性。

提出深化文化体制改革要从转变观念入手,要大胆进行文化体制改革,一切妨碍文化发展的思想观念都要坚决冲破,一切束缚文化发展的做法与规定都要改变,一切影响文化发展的体制弊端都要坚决革除。

提出了文化体制改革的基本思路。

一是以增加投入、转换机制、增强活力、改善服务为重点,抓好公益性文化事业的改革和发展;二是以创新体制、转换机制、面向市场、增强活力为重点,抓好经营性文化产业的改革和发展。

2004年十六届四中全会第一次提出要解放和发展文化生产力,提出要增强我国文化的国际影响力。

2006年以中央办公厅和国务院办公厅名义发布了《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》,《纲要》系统阐述了我国“十一五”时期文化事业和文化产业发展的指导思想和目标,明确了“十一五”时期文化产业发展的思路。

2007年,党的十七大报告进一步提出,要推动社会主义文化大发展大繁荣,增强文化软实力。

经过长时间的探索,文化产业发展的理念、思路逐步明确。

在此期间,中央政府有关部门也对文化产业政策和法律法规进行了调整、修订和补充。

特别是我国加入WTO以后,政府文化部门根据“入世”条款的有关规定,先后修改和出台了一系列政策法规。

此外,在鼓励和支持民营资本进入文化产业、为文化事业和文化产业提供投融资方面支持、扶持重点文化行业、鼓励文化产品“走出去”等方面,制定了相关的政策,对推动文化产业发展起到了有力的促进作用。

“十一五”期间,许多省市也制定了文化和文化产业发展规划,一些城市把文化产业作为支柱产业加以扶持。

由于经济社会发展的需要,加上政策的推动,我国文化产业进入了快速发展的轨道。

四 在一个产业兴起之初,加强对该产业的战略研究,合理确定产业发展目标,科学谋划产业发展的实施步骤,确立产业发展的最佳路径,使产业自身各要素之间形成最佳配置,对产业的健康发展具有十分重要的意义。

美国发展信息产业就是一例。

美国1993年提出了建立国内信息高速公路计划,1994年3月副总统戈尔在国际电信联盟(ITU)大会上宣布建立“全球信息基础设施”(GII,即“全球信息高速公路”)的倡议。

<<中国文化产业发展战略研究>>

倡议提出后,美国“20世纪基金会”(Twentieth Century Fund)召集全美著名大学和研究机构的14位专家学者,就美国国内和全球信息高速公路面临的重大问题进行研讨,其研讨成果于1995年以W·德雷克主编的《美国信息基础设施政策之战略》一书发表,该书的基本思路对美国信息产业的发展产生了重大影响。

目前,我国文化产业同样迫切需要加强战略研究。

近些年来,文化产业领域的学术研究十分活跃,出现了不少有创见的成果。

但对我国文化产业发展进行整体、系统研究的专著还很少。

当前迫切需要理清文化产业发展脉络,深化对我国文化产业发展目标和基本思路的认识,促进文化产业健康发展。

本课题以2005~2020年为时间段,从实现全面建设小康社会目标的总体格局中探讨我国文化产业发展的基本思路。

本课题研究包括:其一,目标研究。

通过对文化产业发展现状尽可能客观评估,对文化产业未来发展进行预测。

其二,现状研究。

通过对文化产业发展所涉及的若干基本问题进行探讨,力求展示我国文化产业发展的基本状况。

其三,路径研究。

对文化产业发展路径进行探讨,寻求科学合理的发展思路。

其四,支持系统研究。

探讨保障文化产业健康发展所需要的条件。

作为第一部研究中国文化产业发展战略问题的专著,由于该项研究覆盖面广,涉及问题多,限于篇幅,本课题研究一定会有疏漏;同时,文化产业发展战略是一个难度较大的新课题,本课题研究也难免有不当之处,敬请批评,容以后再版时修正。

<<中国文化产业发展战略研究>>

内容概要

近年来，文化产业发展问题受到各级政府的高度重视，也成为学术界的一个研究热点。加强文化产业的战略研究，把握我国文化产业发展脉络，理清文化产业发展思路，明确文化产业发展目标，是促进文化产业发展的一项基础性工作。

《中国文化产业发展战略研究》是对中国文化产业发展战略进行全面、系统研究和论述的权威著作。

<<中国文化产业发展战略研究>>

书籍目录

序 言 / 001 导 论 产业发展与文化产业发展 / 001 第一章 2005 ~ 2020年我国文化产业发展战略目标 / 013 第二章 我国文化产业现状 / 031 第三章 文化生态环境 / 056 第四章 文化产业结构调整 / 085 第五章 我国文化产业发展格局 / 122 第六章 文化产业与现代城市发展 / 140 第七章 文化产业园区建设 / 177 第八章 主要文化行业发展 / 216 第九章 我国文化产品“走出去” / 238 第十章 健全文化市场体系 / 262 第十一章 文化行政管理体制改革 / 295 第十二章 公共文化服务体系建设 / 326 主要参考文献 / 353 后 记 / 355

<<中国文化产业发展战略研究>>

章节摘录

第一章 2005~2020年我国文化产业发展战略目标 文化产业发展战略目标包括多方面内容。本章从文化经济角度着眼,以2005~2020年为时间长度,从文化产业增加值、文化产业就业目标、居民文教娱乐消费总量、文化产品和服务出口总量四个方面,对文化产业几个主要方面的具体目标和增长速度进行测定,以求在实现全面建设小康社会目标背景下,在文化经济的层面上,对我国文化产业发展前景有一个尽可能完整的把握。

第一节 文化经济目标 2020年我国文化产业经济总量(文化产业增加值)的预期目标为3万亿元左右,约占同年国内生产总值(GDP)的5%,力争使文化产业成为我国国民经济的支柱产业之一。

为预测我国文化产业经济总量在2005~2020年这十五年间的增长和在GDP中比重上升的幅度,课题组使用第一次全国经济普查,(2004年底)的全国31个省、市、自治区的截面资料,选择了一些影响文化产业经济总量的变量因素,用多元回归模型确立了我国文化产业经济总量和比重的影响因素,并根据此模型对我国文化产业2010、2015和2020年的经济总量和占GDP的比重可能达到的水平进行预测。

一 文化产业经济总量模型设计 模型建立:预先设定影响我国文化产业经济水平的一些自变量,包括人均GDP、第三产业增加值占GDP的比重、城镇人口比重(城市化水平)、成人识字率,把文化产业增加值占同期GDP的比重(E_1)作为因变量,使用第一次全国经济普查的全国31个省、市、自治区的截面数据资料(见表1—1),分析因变量和自变量之间的关系并进行计量分析。

根据表1—1的全国和各地区数据,计算出因变量与这些自变量的相关系数,即因变量文化产业增加值占GDP的比重与人均GDP、第三产业增加值占GDP的比重和城镇人口比重之间呈正相关关系,它们的相关系数分别为0.7791、0.7662和0.6123,与成人识字率和GDP的相关性不大,其相关系数仅为0.1086和0.1560,进一步分析可以得出各因变量之间存在一定的线性关系。

因此,我们使用SPSS 13.0进行多元回归模型的构建,建模过程中采用了逐步回归的方法,剔除自变量间多重共线性的影响,最终得到的回归模型拟合方程式及其检验值为: 在公式1中: E_1 表示文化产业增加值占同期GDP的比重; $PGDP$ 表示自变量人均GDP; T 表示自变量第三产业增加值占GDP的比重。

模型检验:从模型分析的结果看,修正样本决定系数 $R_{a22}=0.7120$,说明回归直线对资料拟合度较高,可解释71%的因变量信息。

DW统计 $[DW-2]=0.037$ 接近于接受原假设,检验统计量 $F=39.3278$,判断回归模型具有统计学上的意义。

从回归系数分析看,查标准T值分布表,当自由度=31, $\alpha=0.25$ 时, $r=0.6828$,各回归系数(t_1 、 t_2 和 t_3)的值均大于T值,表明各回归系数对因变量的影响是显著的。

残差统计表中的标准化的残差服从接近(0,1)标准正态分布,原始和拟合的两条线非常接近。

综合表明,这一回归模型很好地接受统计意义上的检验(下文模型检验类似)。

二 文化产业经济总量主要结果预测 预测前提。

根据拟合方程式1可知,人均GDP每提高1000元,文化产业增加值占GDP的比重就会提高0.416,第三产业增加值占GDP的比重提高1个百分点就会使文化产业增加值占GDP的比重提高0.076。

把人均GDP和第三产业增加值构成作为政策变量,估计出政策变量的变化趋势,就可以对2010、2015和2020年我国文化产业的经济总量和结构进行预测。

基本估计。

根据我国国民经济总量和结构以及人口总量的变动发展,基本估计我国国民经济将继续保持稳定增长的势头,人均GDP的增长势头与国民经济整体运行趋势大体相同,第三产业将加快发展,第三产业增加值所占比重平均每年提高1.5个百分点。

预计2005~2020年期间GDP年均增长率将达到8%左右。

以2005年GDP总量为182321亿元预测,“十一五”期间年平均增长9%,期末GDP总量将超过28万亿元,人均GDP近2.2万元,折算美元将超过2500美元,2010年人均国内生产总值比2000年翻一番的目标将

<<中国文化产业发展战略研究>>

顺利实现；“十二五”期间年平均增长8%，期末GDP总量将超过41万亿元，人均GDP将接近3.2万元，折算美元将超过3500美元，按照世界银行2004年的标准，我国将由下中等收入发展中国家进入上中等收入发展中国家；“十三五”期间年平均增长7.5%，GDP期末总量将接近60万亿元，人均GDP将超过4.6万元，折算美元将远超过5000美元。

基本估计我国国民经济总量有望提前两年实现中共十六大提出的“国内生产总值到2020年力争比2000年翻两番”的目标。

根据以上预测方程，测算出我国文化产业2010、2015、2020年的经济总量规模分别约为8400亿元、16400亿元和30500亿元，分别约占同期GDP的3.0%、4.0%和5.2%（见表1—2）。

到2020年全面实现小康社会时，我国文化产业有可能成为我国国民经济的支柱产业。

三 实现文化产业经济总量目标的政策建议 为实现2020年我国文化产业经济总量（文化产业增加值）3万亿元左右、占同年GDP比重的5%左右的预期目标，我国文化产业从现在开始应该进入增长加速、在国民经济中贡献和地位上升的发展阶段。

在未来15年里我国文化产业经济总量要保持年增长速度在14.6%的发展格局，远高于国民经济年增长8%的速度。

分阶段的调控目标是：从2006～2010年的“十一五”期间，文化产业经济总量的调控目标是平均年增长速度接近17%，高于GDP年增长率（9%）8个百分点，“十一五”期末文化产业的总体增加值才能达到8400亿元的规模，占国内生产总值比重接近3%。

从2011～2015年的“十二五”期间，文化产业经济总量的调控目标是平均年增长速度接近14%，高于GDP年平均增长率（8%）6个百分点，“十二五”期末文化产业的总体增加值才能达到16500亿元的规模，占国内生产总值比重接近4%。

从2015～2020年的“十三五”期间，文化产业经济总量的调控目标是平均年增长速度接近13%，高于GDP年平均增长率（7.5%）5.5个百分点，“十三五”期末文化产业的总体增加值才能达到30500亿元的规模，占国内生产总值比重超过5%。

第二节 就业目标 2020年我国文化产业就业总量的预期目标为4600万人，占同期国民经济全部就业总量的5.3%左右，占第三产业就业人员数的11.4%左右，占城镇就业人员数的10.3%左右，使文化产业成为我国国民经济吸纳就业的主渠道之一。

为科学测定我国文化产业提供的就业总量在2005～2020这15年间增长情况和相关比重（文化产业就业人数占第三产业就业的比重、占城市就业的比重）的上升幅度，课题组根据发达国家文化产业提供就业机会的状况和我国实际情况，使用第一次全国经济普查的全国31个省、直辖市和自治区2004年的截面资料，选择了一些影响文化产业就业总量的变量因素，用多元回归模型确认我国文化产业就业总量和比重的影响因素，并根据次模型结果对我国文化产业2010、2015和2020年的就业总量和比重可能达到的水平进行预测。

一 文化产业就业总量预测模型设计 模型建立：预先设定影响文化产业就业水平的自变量，这些自变量包括人均GDP、第三产业就业人员比重、城镇人口比重、成人识字率和就业总量，把文化产业就业人员占同期就业总量的比重作为因变量，使用第一次全国经济普查的全国31个省、市、自治区的截面数据资料，分析自变量和因变量之间的关系并进行计量分析。

根据表1—3的资料，计算出因变量文化产业就业人员的比重与这些自变量的相关系数，得出文化产业增加值占GDP的比重与人均GDP、第三产业就业构成和城镇人口比重之间呈高度相关，它们的相关系数分别为0.9276、0.7994和0.8139，与成人识字率和就业人员总量的相关性不大，仅为0.2471和-0.0493，在因变量之间存在线性关系。

因此，使用SPSS13.0进行多元回归模型的构建，建模的过程中采用了逐步回归的方法，剔除自变量间的多重共线性的影响，最终得到的就业模型的拟合方程式及其检验值为：在公式2中：E2表示因变量文化产业就业人员占同期就业总量的比重；PGDP表示自变量人均GDP。

二 文化产业就业总量主要结果预测 预测前提。

根据以上拟合方程式2可知，人均GDP每提高1000元，文化产业就业人员占全部就业人员的比重就会提高1.16个百分点。

把人均GDP作为政策变量，估计出政策变量和被比较因素的变化趋势后，就可以对我国2005、2010

<<中国文化产业发展战略研究>>

、2015和2020年我国文化产业的就业总量和结构进行预测。

基本估计。

根据我国就业总量和结构的变化趋势，基本估计我国就业总量伴随着我国第三产业发展的加快和城市化进程的逐年提高，将继续保持稳定增长的势头，第三产业从业人员所占比重和城镇从业人员比重平均每年提高1个百分点。

分析比较1990~2005年这十五年我国就业总量平均年增长1.06%变化趋势，做出我国就业总量的时间序列模型：就业总量=64580.46+754.51×T。

以就业总量年平均755万人的增长趋势对我国未来15年国民经济就业总量的估计：2010年“十一五”期末就业总量为79671万人，2015年“十二五”期末就业总量为83443万人，到2020年“十三五”期末就业总量为87216万人。

根据拟合方程式2，测算出我国文化产业2010、2015、2020年的就业总量分别为1900万人、3000万人和4600万人，分别占同期国民经济就业总量的2.4%、3.6%和5.3%，占第三产业的比重分别为6.6%、8.7%和11.4%，占城镇就业人员比重分别为5.8%、7.8%和10.4%（见表1—4）。

估计到2020年，文化产业将成为我国国民经济中吸纳就业的主渠道之一。

三 实现文化产业就业总量目标的政策建议 为实现2020年我国文化产业的就业总量达4600万人、占同期国民经济就业人员数的5.28%左右，占第三产业就业人员的11.4%左右、占城镇就业人员数的10.4%左右，使文化产业成为我国国民经济就业主渠道之一，在扩大就业中起着越来越重要的作用的预期目标，在未来15年里，我国文化产业就业总量要保持年增长速度在9.7%的发展格局，远高于国民经济就业总量的年增长1%的速度。

分阶段的调控目标是：从2006~2010年的“十一五”期间，文化产业就业总量的调控目标是平均年增长速度接近10.6%， “十一五”期末文化产业的就业总量规模才能达到1900万人，接近全部就业人员的2.4%、占第三产业的比重为6.6%、占城镇就业人员的比重为5.8%。

从2011~2015年的“十二五”期间，文化产业就业总量的调控目标是平均年增长速度接近9.5%， “十二五”期末文化产业的就业总量规模才能达到3000万人，接近全部就业人员的3.6%、占第三产业的比重为8.7%、占城镇就业人员的比重为7.8%。

2016~2020年的“十三五”期间，文化产业就业总量的调控目标是平均年增长速度接近8.9%， “十三五”期末文化产业的就业总量规模才能达到4600万人，接近全部就业人员的5.3%、占第三产业的比重为11.4%、占城镇就业人员的比重为10.4%。

第三节 消费目标 2020年我国城乡居民对文化产品和服务的消费预期目标是农村文教娱乐用品及服务人均支出750元左右、占消费性支出的28%；城镇文化娱乐用品及服务支出1480元左右，占消费性支出的20%。

根据2020年全面实现小康社会目标的要求，参照农村居民家庭人均纯收入和城镇居民家庭人均可支配收入目标值的实现程度，从影响城乡居民文化消费的主要因素（收入、生活水平和需求层次）来进行计量分析，并对城乡居民文化教育娱乐等消费支出及占家庭总消费支出的比重进行测算和分析。

一 城乡居民文化消费支出模型设计 预先设定影响城乡居民教育文化娱乐服务支出的自变量因素，城镇包括人均GDP、城镇居民家庭人均可支配收入、城镇居民家庭恩格尔系数，农村包括人均GDP、农村居民家庭人均纯收入、农村居民家庭恩格尔系数，根据1985~2005年间的资料，分别计算出城乡因变量和自变量、自变量之间的相关系数，最终确定影响因变量的自变量。

从影响文化消费需求的收入水平、生活水平及需求层次等考虑，用收入和支出结构来建立文化消费模型，对未来15年我国城乡居民对文化消费需求进行计量分析和预测。

使用SPSS 13.0对1985~2004年间的全国资料进行二元回归模型的构建，过程中采用了全部回归的方法，最终得到城乡消费模型的拟合方程式及其检验值。

二 城乡文化消费支出主要结果的预测 预测前提。

分别把城乡居民家庭人均可支配收入（农村为居民家庭人均纯收入）和城乡居民家庭恩格尔系数作为政策变量，估计出政策变量的变化趋势，就可以分别对我国2005、2010、2015和2020年城镇人均文教娱乐用品及服务支出和文化教育娱乐服务支出占消费性支出比重，农村人均文教娱乐用品及服务支出占消费性支出比重等能够反映城乡文化消费状况的重要指标进行预测。

<<中国文化产业发展战略研究>>

基本估计。

根据1985~2004年我国城乡居民收入变化趋势和恩格尔系数的变动发展,尤其是在2000~2005年间,农村家庭人均纯收入年增长7.63%、居民家庭恩格尔系数五年下降3.6个百分点、城镇居民家庭人均可支配收入年增长10.81%、居民家庭恩格尔系数五年下降2.7个百分点的现状,基本估计,我国城乡居民家庭人均收入在未来15年里将继续保持稳定增长的势头,恩格尔系数平均每年均下降0.5~0.7个百分点。

以2005年城镇居民家庭人均可支配收入10493元、恩格尔系数36.7%计算,“十一五”期间年平均增长9%,期末人均可支配收入将达到16145元、恩格尔系数34.2%;“十二五”期间年平均增长8%,期末人均可支配收入将达到23722元、恩格尔系数31.7%;“十三五”期间年平均增长7%,期末人均可支配收入将达到33271元、恩格尔系数29.2%。

以2005年农村居民家庭人均纯收入3255元、恩格尔系数45.5%计算,“十一五”期间年平均增长8%,期末人均纯收入将达到4783元、恩格尔系数下降为42.0%;“十二五”期间年平均增长7%,期末人均纯收入将达到6708元、恩格尔系数下降为38.5%;“十三五”期间年平均增长5%,期末人均纯收入将达到8561元、恩格尔系数下降为35.0%。

实现小康目标时城乡居民的生活方式将分别进入小康和富裕阶段。

根据公式3~6,分别测算出我国城乡居民2010、2015和2020年的人均文化消费支出和比重,即城镇文教娱乐服务支出分别为732元、1065元和1484元,占消费性支出的比重分别为16%、18%和20%。农村文教娱乐用品及服务人均支出分别为416元、585元和748元,占消费性支出比重分别为17%、23%和28%(见表1—6)。

第四节 出口目标 加大我国文化产品和服务的出口力度,使其至少与我国其他商品和服务的出口总额同步发展,到2020年时在国际文化市场中所占份额和影响有较大幅度的增长和提高,预期目标与我国外贸进出口总额占世界贸易进出口V1总额的比重大致相当(估计进口占10%、出口占12%),接近于发达国家文化产品(服务)占全部商品(服务)出口总额的比重水平。

<<中国文化产业发展战略研究>>

编辑推荐

“中国文化产业发展战略研究”课题，获长江创意产业研究中心拨款赞助。项目于2008年结项付梓，蒙研究中心鼎力支持，谨此致谢！

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>