

中小城市文化产业特征及发展对策

——以河北省邢台市为例

□王明礼 冯 娟 吕运红

[摘要] 被公认为 21 世纪朝阳产业的文化产业,在经济社会发展中的地位日益突出。随着国家对文化产业政策指导和地方政府支持力度的不断加大,中小城市文化产业发展势头良好。本文在对中小城市文化产业发展状况进行分析的基础上,概括出中小城市文化产业的特征。通过分析邢台市近几年文化产业发展状况,提出中小城市文化产业发展要注重地方特色、构建产业集群、实施品牌战略、发挥政府和市场的双重作用等针对性建议,以期对政府制定相关政策和中小城市文化产业健康发展提供参考。

[关键词] 中小城市;文化产业;邢台市;产业特征;发展对策

[中图分类号] F062.6 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1006-5024(2012)11-0095-04

[基金项目] 2012 年河北省社会科学基金项目“中小城市文化产业竞争力评价指标体系设计”(批准号:HB12LJ001)

[作者简介] 王明礼,邢台学院副教授,硕士,研究方向为经济数学;

冯 娟,邢台学院副教授,硕士,研究方向为数学应用;

吕运红,邢台学院讲师,硕士,研究方向为模型与算法。(河北 邢台 054001)

Abstract: The culture industry, which is considered as the sunrise industry in the twenty-first century, has an increasingly prominent position in the economic and social development. It has a good momentum of development in small and medium-sized cities with the guidance of the national policies for the culture industry and swelling supports from local governments. On the basis of the analyses of the cultural industry development in the small and medium-sized cities, this article sums up its characteristics, and puts forward suggestions that the culture industry should pay attention to local characteristics, construct industrial clusters, implement brand strategies, and take advantages of the dual functions of market and governments as to provide reference for policy making and healthy development of the culture industry in small and medium-sized cities.

Key words: small and medium-sized city; culture industry; Xingtai city; industrial characteristics; development countermeasures

2009 年 7 月 22 日,我国通过了第一项文化产业专项规划——《文化产业振兴规划》,标志着发展文化产业已经上升到国家战略层面。在国家“十二五”规划纲要中,更是明确将加快发展文化产业作为国家的战略意图,中小城市也充分意识到文化产业在地方经济发展中的重要地位,并已高度重视文化产业发展。文化产业形成了一定规模,文化产品、文化传播服务、文化休闲娱乐活动呈现多元化发展的趋势,其发展的载体和平台基本建立,文化产业的竞争也日趋激烈,中小城市文化产业发展面临重要机遇和挑战。

一、中小城市文化产业的发展现状

随着国民经济的快速发展和居民消费观念的转变,中小城市的文化产业从无到有,从小到大,迅速发展。随着市场经济的发展和文化市场的逐步开放搞活,各城市的文化产业已形成了一定的规模,中小城市在大力发展文化产业的同时,不断完善产业政策,优化产业结构,充分挖掘当地可利用资源,大力推行文化产业,不断拉长产业经济链,逐步形成了以文化艺术、广播影视及音像、新闻出版、旅游等为主体的文化产业,文化消费也逐渐成为城市居民消费的热点,居民人均

文化消费支出呈现出明显的上升趋势,文化消费需求的不断扩大直接拉动地方文化产业投资总量大幅增加。2009年,我国中小城市文化产业增加值达到了1535.66亿元,城镇居民对文教娱乐用品的支出比重也达到了12%,文化产业已经成为地方经济新的增长点,在地方经济中占有越来越重要的地位。巨大的文化市场和发展潜力使其成为当地经济的重要支柱产业之一,对地方经济的发展具有强大的牵引力,拥有非常广阔的发展前景。但相对于其他产业而言,中小城市的文化产业尚处于刚刚起步阶段,发展还不充分,无论是产业规模和结构,还是社会化和产业化的程度,与大城市相比,都有相当大的差距,如影视业、动漫业处于未涉足或起步阶段;有广阔发展前景的网络、传媒等新兴文化服务行业规模较小。文化产业在发展过程中面临着来自大城市的竞争压力,同时也存在着简单复制大城市发展模式、缺乏规划、政府资金投入短缺、行业发展不规范等问题,这些因素势必影响到文化产业快速健康向前发展的步伐。为了应对挑战、加快中小城市文化产业自身的发展,在国家出台的相应政策指导下,各级地方政府也开始不断从政策支持、资金投入、基础设施建设等方面加大对文化产业的扶持力度,这些都为文化产业的发展奠定了基础。

二、中小城市文化产业的特征

中小城市文化产业具有不同于大城市的属性,经过几年的发展已初步形成包括新闻出版业、广播影视业、文化艺术业、旅游业、休闲娱乐业等文化产业体系。邢台市作为河北省南部的中小城市,地理位置优越,历史文化资源丰富,但其文化产业起步晚、规模小、产业附加值比较低。近几年,邢台市政府深入贯彻落实科学发展观,强化“文化创新试验区”的发展定位,积极拓展国内外市场,挖掘和提升传统产业的文化内涵,促进文化创意产业和高科技的融合发展,初步形成旅游、出版发行、文化艺术等文化产业集群,有效地促进了邢台经济的发展,城市竞争力稳步提升,在中小城市中颇具代表性。因此,以邢台市为例探讨中小城市文化产业的特征,有一定的借鉴意义。

(一) 细分行业间有很强的关联性

中小城市文化产业是综合性很强的产业,各细分行业间有众多的要素、系统相关联。根据邢台市国民经济和社会发展统计公报及邢台市统计局2005—2011年统计的文化产业增加值及各细分行业增加值数据资料,可以观测到文化产业及细分行业间的关联情况。

通过细分行业之间具有的较强关联性,还可以看出邢台市旅游产业增加值与体育娱乐产业增加值的关联度最为显著;新闻出版和广播音像影视产业增加值与旅游产业增加值相关度居中。这说明,经营性文化产业中各细分行业能够相互促进;产业之间的相互融合,有利于推动文化产业的发展。邢台市政府连续举办的三届“太行山文化节”,带动了很多城市文化品牌等项目,就是旅游文化与其他文化产业相结合的最好体现,也凸显了邢台文化产业发展的光辉前景。

(二) 文化资源产业化力度欠缺

中小城市拥有丰富的文化资源,在文化产业化过程中,产业规模、产品质量、资源绩效、市场竞争力等和大城市相比存在很大的差距,没有形成地方产业特色鲜明、创新能力强、产业链完整的文化产业基地、园区或集群。有些行业比如广播影视及网络行业等起步较晚。有些行业受地域或经济发展水平的限制,如旅游业、广告业等,对大力推动文化产业发展目前还尚待时日。再有,在实际推动过程中,不少地方对丰富的地方文化产业资源关注不够,产业化力度欠缺。比如,邢台的旅游资源峡谷群、崆山白云洞等在北方属于罕见的自然景观,虽然已经开发多年,但至今仍没有形成规模,在全国的知名度不高,影响力不大。已经引起国家和省有关部门领导的高度关注的宁晋县工笔画作为极具地方特色的手工业,即使从业人员年人均收入3万元至5万元,年产值超1.6亿元,效益十分可观,但也同样面临着没有走出去的尴尬。作为现代社会生活的一部分,文化需求和文化消费呈现多样性,如何从消费市场和现代产业角度提炼文化资源的市场价值要素,进行有效的开发和利用,这是中小城市文化产业发展必须考虑的问题。

(三) 文化产业竞争力不强

作为朝阳产业,文化产业是集文化、科技和经济深度融合的综合性产业,文化产业竞争力影响因素包括生产要素、需求要素、相关产业等。从生产要素来看,中小城市大都具有丰富的文化资源,有历史遗址、特色工艺、文化艺术等,有些文化资源具有独特性和唯一性,这些构成了当地文化产业的核心竞争力,但因为相对于其他产业起步较晚,受地方经济发展程度、居民消费意识、科技发展水平、人才资源、产业观念等的影响,多数文化企业特别是民间工艺品等企业依然处于小规模、作坊式、低水平的初级生产阶段,深度开发不够;从需求要素分析,公众对文化产品的服务和需求可以促使文化产业规模的不断扩大,但由于在文化资源的开

发上缺乏新思路、创新意识不够、营销力度不足,绝大多数的文化产品和服务都还是原生态的展现,产品的知名度低、附加值处于比较低的层次,普遍地存在着“叫好不叫座”的现象;从相关产业层面看,文化产业属于边缘产业,产业跨度大,产业链的完善离不开相关产业的支撑,把各种文化资源和各种优质资本、技术、人才、品牌等加以优化整合,才能使文化产业形成较强的优势。

三、中小城市文化产业发展对策

(一) 中小城市文化产业发展要走特色之路

要走特色发展之路,首先在产业发展上应处理好产业发展与消费需求的关系;处理好产业调整与相对稳定性的关系,既要注意发展前景,也要考虑产业发展的基本条件,找准产业及其建设的出发点。其次,结合自身实际,对产业发展的环境和条件进行认真的分析、评估,对产业的优势和不足、机遇与挑战进行符合实际的诊断和把握。遵循市场需要和“有所为,有所不为”原则,确定本地的特色走向、特色目标以及形成特色的各项定性、定量指标,注重其实用性、可行性和前瞻性。第三,在产业优化与建设的过程中,应特别重视文化产业的内涵建设,注意对产业的社会背景和行业背景的分析,以适应市场发展的要求;通过整合、交叉渗透等形式,加强产业开发与建设,做强优势和特色产业,形成领先优势。中小城市文化产业走特色发展的道路,有利于文化产业朝着多样化的方向发展,避免一些中小城市盲目攀比大城市的发展思路而形成“千城一面”的景象。

随着中小城市文化产业的不断发展,各地文化产业呈多行业大众化趋势。由于中小城市文化市场狭小,难以自成体系,又没有地域优势,如果不注重特色,很容易出现产业结构雷同、相似的问题,导致区域特色不明显。为了避免这种问题,中小城市文化产业必须结合当地产业发展实际和区位优势,找准当地文化产业发展的市场定位,根据自身的资源禀赋,选择最能够体现本城市特色的文化产业优先发展,做到人无我有,人有我优,人优我特,以此获得竞争优势。如云南大理、河北承德等市,均以其悠长的历史文化构成了超强的城市软实力;湖南湘潭、江西井冈山和陕西延安等城市以伟人足迹为特色的文化产业产生了显著的市场效应;齐齐哈尔的芦苇画、相纸溶刻画、活性炭系列工艺品等极具地方特色的文化艺术品在很多展会上都成为热点。

(二) 构建以文化主导产业为首的产业集群

产业集群是指在特定领域中,地理上集中,且有相互关联性的企业、专业化供应商、服务供应商、相关产业的厂商,以及相关的机构构成的产业空间组织。文化产业集群是一个稳定、持续、有序的组织,它能综合文化行业和产业组织的功能,充分发挥集聚功能,吸引来自国内外的资金、人才、技术、信息等要素,树立区域性的整体规模产业优势,从而在竞争力、吸引力和影响力等方面拥有各细分行业所不具备的整体竞争优势,如“鄂西生态文化圈”,将湖北省经济欠发达的8市(州、林区)整合成为经济、文化和社会综合协调发展的一个圈,以圈域丰富的生态文化资源为基础,以旅游为引擎,有力地推动了鄂西区域经济的跨越式发展。

主导产业是指在国民经济中具有较快的增长速度,对其他产业发展具有较大的带动作用,在很大程度上决定着产业结构特征及其演变趋势的产业。通过探析邢台市文化产业间的关联,我们认为中小城市要着力培育文化主导产业,充分发挥文化主导产业对其他产业的带动和渗透作用;利用当地文化产品和完善的文化服务体系,拉动文化产业发展,逐渐形成具有地方特色的文化产业集群。中小城市文化主导产业的选择与当地经济可持续发展密切相关。文化主导产业的发展,不仅要适合本区域实际情况,能带动人口、资源、环境与经济社会协调发展,对中小城市文化产业产生扩散作用,而且还能将文化优势辐射到相关产业链中,进而带动整个区域经济的可持续发展。因此,必须坚持因地制宜、大胆创新、长远眼光等原则,把具有高关联度、高需求弹性、高就业率、高区位商、高创新率等特征的产业选择为主导产业,构建市场前景好、投资回报率高的重大文化产业项目,形成具有发展潜质的产业集群。

邢台市文化产业之所以发展较快,主要在于选准、选好符合当地实际的旅游业作为文化主导产业,政府力量与市场力量结合、文化内涵与科技手段结合,精心打造以旅游业为主导的文化产业集群,建造独具特色的旅游景区和旅游服务设施,加大城市旅游市场的营销力度,塑造城市旅游形象,提高城市旅游的吸引力和竞争力,并通过城市旅游产业的发展来带动相关产业的发展,提升邢台市社会、经济和文化的发展水平,成功地推动区域经济快速发展。从邢台市文化产业关联效应分析,文化旅游业具有其他产业无可比拟的发展优势,仅2012年“五一”期间,邢台共接待游客31.5万人次,同比增长11%,旅游总收入1.89亿元,同比增长21%。旅游业所产生的大量人流、物流、信息流、资金流

打破了中小城市对外封闭性,起到了“一业带百业”的作用,为其他产业的发展开拓了空间。

(三) 做大做强做出品牌

中小城市地理环境、文化资源分布、社会经济发展水平、文化意识形态、传统习俗以及民族宗教信仰等客观因素和既成现实,是形成不同区域文化发展的优势与劣势的主要因素。近几年,文化产品种类繁多,由于受到利益驱动和社会风气浮躁等影响,文化产业单纯追求经济效益,出现了大量的粗制滥造的文化产品,误导了市民的消费取向,影响了民众的精神健康,造成了恶劣的社会影响。同时,人们所需要的真正具有人文内涵、精神价值、审美情趣的作品却日益减少,难以满足民众的需求。因此,应从本地区文化资源的比较优势出发,选择能够充分发挥本地区文化资源比较优势的战略产业做大做强做出品牌,并以此带动相关文化产业的健康发展。

中小城市文化产业是具有高度融合性的产业,要打造文化产业品牌,首先要进行科学的市场调查研究,知己知彼,以市场需求为导向,充分挖掘当地丰厚的文化资源,以当地特色文化产业为依托,从产业开发与建设、产业环境、产业体系等各方面进行统一规划,选择好优势产业,倾力打造品牌文化项目,以品牌刺激市场、开拓市场,围绕主导产业做文章,充分发挥其示范带动效应,通过辐射、扩散、渗透带动文化产业和其他行业共同发展。如品牌演艺产品《印象·刘三姐》在旅游地的演出,改变了游客的出游行为,延长了游客逗留时间并刺激了旅游者在旅游地的消费。

(四) 发挥政府和市场的双重作用

在经济全球化趋势日益凸显,社会主义市场经济体制日臻完善的背景下,加快中小城市文化产业发展的步伐,必须发挥政府和市场的双重作用。文化产业是一种特殊产业,在其发展初始阶段,必须依靠政府的协调、指导、监督和优惠政策的支持。政府作为产业政策的制定者,以及与外部沟通的桥梁中介,要引导文化产业发展方向并规范企业行为,维护当地文化市场环境的健康发展,为产业发展建设良好的公共设施;鼓励、支持企业、个人、团体、境外资金等社会力量参与兴办文化产业,完善发展文化产业和文化服务市场;重视文化产业载体和平台建设,提供公共基础服务,培育文化消费群体,提升大众对文化、艺术的兴趣和水平,鼓励对文化艺术的追求。同时,文化产业又是市场的主体,它要在竞争

激烈的市场中立于不败之地,就必须在国家优惠政策的引导、扶持和推动下,采取必要措施,积极参与市场竞争,学会按市场经济规律办事。经济效益是文化产品生产的支柱,文化产品的消费,具有精神导向的作用,它能直接满足人们的精神文化需求,改变人们的世界观,提高消费者欣赏水平、认识水平和研究水平等综合素质,因此,在提高文化产业经济效益的同时,必须高度重视文化产业的社会效益。中小城市文化产业发展,只有从实际出发,发挥市场和政府的双重作用,树立新的经营观和发展观,切实加大文化产业改革的力度,增强自我造血功能,才能提高在市场竞争中自我发展的能力,实现文化产业的经济效益和社会效益的统一。

四、结论

中小城市文化产业是具有高度融合性的新兴产业,通过分析文化产业的特征,我们得到:中小城市在文化产业发展和调整产业结构方面,应充分认识和重视当地特色文化产业的发展,充分发挥优势文化产业对其他产业的带动和渗透作用,在发展特色文化产业的同时,特别需要加强文化产业各细分行业间的结合,利用当地文化产品和完善的文化服务体系,充分联合各种文化产业进行文化集团建设,文化产业范围的宽泛性、行业的组合性、产业关系的联动性等特点决定了文化产业的发展是一个系统工程,必须树立大文化、大市场的观念,通过全社会各方面的通力合作,实现文化产业的健康发展,使文化产业为国民经济发展作出更大的贡献。

参考文献:

- [1]何欣.珠海市文化产业现状及发展途径研究[D].长春:吉林大学,2011.
- [2]王任.常熟市文化产业发展的影响因素及战略选择研究[J].常熟理工学院学报,2011,(9).
- [3]张静辉.唐山文化产业发展现状分析及对策研究[D].大连:辽宁师范大学,2010.
- [4]李永东.中国中小城市文化产业发展规划论[J].华北电力大学学报(社会科学版),2010,(2).
- [5]吴德进.产业集群论(第一版)[M].北京:社会科学文献出版社,2006,(2).
- [6]张振鹏.提升山东文化产业核心竞争力研究[J].山东社会科学,2009,(2).

[责任编辑:陈齐芳]