

参 考 信 息

江苏技术师范学院图书馆主办 第 15 期 (总 124 期) 2011 年 12 月 25 日

注重大学文化建设与文化育人

编者按：文化是一个民族的精神和灵魂，是国家发展和民族振兴的强大力量。文化软实力是国家软实力的重要组成部分。围绕增强凝聚力、创造力、竞争力、影响力，提升国家文化软实力，对国家发展和民族振兴具有重要意义。大学文化建设是国家文化建设的一部分，因此必须遵循批判继承、学习借鉴、综合创新的文化发展的总规律，处理好传统性与现代性的关系，在传承中创新；加强对外交流，在交流中促发展。同时要处理好共性和个性的关系，研究、总结自身文化发展历史，形成自己的文化特色。高等学校作为培养文化产业人才的摇篮和国家文化建设的重要基地，对于文化产业相关学科设置与面向社会需求之间不相适应，需要重新审视文化产业的学科建设。为此，我们选编部分材料，供领导和相关部门参考。

目 录

1. 中华文化论坛论点撷英..... (2)
2. 对提升国家文化软实力的思考..... (3)
3. 产业集聚与文化产业园区建设探析..... (6)
4. 高等学校文化产业学科建设的策略研究..... (9)

一、中华文化论坛论点撷英

（一）推动文化发展的十种路径

北京大学文化产业研究院副院长、文化部国家文化产业创新与发展研究基地副主任陈少峰教授2010年09月27日在接受《人民网》记者采访时提出了推动文化发展的十种路径选择理论：

第一种是自我充实型的文化。这种文化是以个人的内心体验、幸福观、感恩、爱、分享、信仰、友情等为内容，是个人自我充实、促进幸福感的基本文化。第二种是营造氛围型的文化。在现代社会中，许多人都比较容易陷入交流的缺失，需要任何能够主导环境变化的人利用各种环境营造的手段，促进一种交流和关心的文化建设。第三种是自由表达型的文化。通过自由表达，可以鼓励人们思考和借鉴别人的观点，可以分享智慧，可以纠正谬误，可以体现尊严等等。第四种是提升型的文化。这种文化中的提升是素质的提升和智慧的提升，是专业欣赏能力的提升而不是以精英的意识排斥大众文化的感受和体验。第五种是满足型的文化。所谓满足型文化是满足大家的文化需求，包括公益性的满足民众的基本文化权益和文化产业满足大众的快乐。满足型文化是满足人们现有的需求，这种需求体现在丰富性、个性化和通俗化文化建设等方面。第六种文化是支撑型的文化。支撑一个社会健康发展、支撑社会成员之间良性互动以及支撑任何事业、机构稳定发展的文化，如制度文化、商业文化、企业文化、职业道德等等。支撑型文化是一个社会文化软实力的重要组成部分。第七种文化是积累型的文化。积累型文化包括继承传统文化的精华并加以积累，以及任何一个领域的好的文化积累，也包括为未来美好事业所做出的事前的积累。第八种文化是竞争型的文化。竞争型文化是一个单位如城市、学校、企业等通过文化提升竞争力的文化。文化是人力资源的动力，也是单位吸引力的魅力源泉。第九种文化是纠偏型的文化。文化活动作为体现人性和社会选择中的复杂的现象，往往包含着极端化的行为，需要疏导和引导，并且通过合理的途径对偏激予以释放消解。第十种文化是愿景型的文化。人们对未来有信心，是激发人们进取的动力。愿景包含理想和对未来的信心，但是，愿景型文化不是越理想越好，不是理想化，而是提倡一种务实性的理想。要实现中国的文化大发展大繁荣，需要同时从这十个方面来努力。国家应当有一个专项支持的文化建设资金来帮助这些方面的文化建设，而不是仅仅通过官方的渠道来建设文化。

（二）提振文学的文化精神

中国人民大学教授陆贵山在2010年10月8日《人民日报》上撰文认为：

提振文化精神的终极目的是促进社会的全面进步和人的全面自由发展。在精神生产领域，必须防止和克服利益原则和快乐原则的不良影响。人们的行为受价值规律和利益原则影响。文化作为一种特殊的产业，不考虑利益原则是不对的。马克思恩格斯《神圣家族》中指出，人们的思想和行为一旦离开利益必然会出丑的，利益原则是人们的思想和行为的重要的制导机制。他们认为：“这种利益是如此强大有力，以至顺利地征服了马拉的笔，恐怖党的断头台，拿破仑的剑，以及教会的十字架和波旁王朝的纯血统。”但利益原则同样是一把双刃剑。既有助于增加财富性积累，同时也具有一定的腐蚀作用。一方面我们应当在重视提振文学的文化精神的基础上，获得丰盈的利益和创造可观的财富。另一方面也要强调遵循非潜在的公开合理的规则，利用正常的手段，获得正当的利益。仍然应当坚守社会效益和经济效益的统一，从总体、全局和普遍意义上说，还是需要把社会效益放在第一位。

（三）什么是真正的文学批评

曾凡在2010年10月11日《学习时报》上撰文认为：

文学批评应当回到现场回到现实。文学批评来自于对眼前正在发生的文学现象的观察、判断、梳理和参与，是批评家对现实的一种反应。所以，文学批评的基本内涵就应当是关于文学的、有现场感的、个人性的和批判性的……首先应该是关于文学的，关于文学现象、文学作家、文学作品、文学观念等等的评论、争论、分析、介绍。其次是要关乎当前的有现场感和个人性的评论……文学批评必须回到对文学的批评这个基本出发点来，必须是对文学的和为文学的批评，必须有批评者自身的立场态度和真知灼见。真正的文学批评，和文学创作一样，是批评家站在人类历史和文明发展的立场上，对人和世界的一种精神召唤。所以，这种文字必须要有观点有态度有立场，要有对社会的判断和批判，要有对价值的理解与承担，同时更要有对美和艺术的发现。

（四）文化存在决定精神状态

陈代平在2010年10月17日《解放军报》上撰文认为：

以往人们研究精神状态，总是就精神状态说精神状态，往往效果不甚理想。其实马克思主义哲学早就告诉我们：存在决定意识。要想改变意识，就要改变存在。同样，从文化存在和文化深层上去透析，才能真正读懂人的精神状态。领导岗位是充满矛盾和难题的，是充满风险和挑战的，但它却能通过责任的担当和激情的点燃，升腾事业成就感。这种心路历程就是人文洗礼。说到底，精神状态反映的是一种文化存在。文化优劣孕育不同的精神状态。什么叫“文化存在”，就是现实生活中已有的各类文化。文化存在有优有劣，精神状态有好有坏，尽管表现形式千姿百态，但文化基因才是最本质的东西……用文化自觉提升精神状态。“文化自觉”是相对于“文化自在”而言的。所谓文化自觉，就是对现实存在的文化具有敏锐发现、优劣选择、扬弃更新、拓展升华、传承发展、能动运用的自觉意识和驾驭本领。增强文化自觉，就要深刻认知“软实力也是硬道理”，使文化力服务战斗力，保障战斗力，提升战斗力。一个人才辈出的集体，一定有一片人文精神的沃土。

（五）文化产业需要“跨界”发展

高宏存在2010年11月2日《人民日报》上撰文认为：

经过十余年的发展，我国文化产业已经成长为国家战略性、先导性产业。文化产业的发展壮大，将提升我国经济质量和水平，改变目前经济发展的落后模式和方式。但文化产业自身的发展重点必须做出适当调整，特别是要更加注重文化产业发展“边界”的突围，力促文化产业与其他产业的融合，不同文化产业门类之间的渗透交叉，突破行政疆域限制壁垒，从而深化行政管理体制改革，迎接“十二五”文化产业发展的繁荣。

融合不同行业，延伸产业链条。首先，要支持和鼓励文化产业与制造业、现代服务业和新农村建设融合，增加制造业和现代服务业产品的精神文化价值，发挥文化产业对第一、二、三产业的带动提升作用，提高中国制造的文化附加值，发掘传统产业中的文化因素，创造跨界性新生产业。其次，要强化文化产业与传统服务业之间的融合，促进文化与旅游、商贸、通信、会展、教育培训、健身休闲等行业的融合发展。此外，要注重文化行业之间的渗透融合，延伸产业链条，真正实现文化产业化。

调整自身结构，转变发展方式。首先，要推动集约化经营发展。文化产业发展应实现从规模化、数量扩张到集约化、品质发展的转化，改变散、小、乱现象。其次，要构建复合型产业链，实现文化创意和品牌的多形态开发，延伸和拓展产业链条。再者，遵照文化产业类型、行业门类、产品形态和服务方式，探索与文化产业发展规律相适应的多样化文化企业组织形式。对标准化、规模化的文化产品生产企业或企业集团，采用集约化产业组织形式。第四，针对具有民族特色的民间文化技艺，在保护优先基础上，推进民族工艺产业化，实践环保低碳生态文化产品的生产创造理念，鼓励个性化生态文化产品生产。

突破区域限制，推进协调联动。首先，不同区域要根据国家主体功能区划分和地区文化资源特点，确立重点发展的文化产业领域，加强区域产业布局，明确产业重点和优势行业。其次，促进跨区域产业协作，推动区域间文化产业对接、联动和转移，实现优势互补共同发展，加快城乡产业协调发展。此外，在可能的条件下，逐步推进两岸共同文化市场建设。

（摘自：《中华文化论坛》论点摘编2010年第4期）

二、对提升国家文化软实力的思考

（一）文化软实力的基本内涵

软实力，是美国学者约瑟夫·奈在20世纪90年代首次提出的一个概念，根据他的观点，国家实力可以分为硬实力和软实力。硬实力主要体现为经济、军事、科技等看得见、摸得着的物质力量，而软实力则是依靠文化、政治价值观和外交政策等而产生的吸引力。软实力主要是依靠文化价值的感召力、政治制度的吸引力和国民形象的亲和力等释放出来的无形影响力，它包括文化的吸引力和感染力、意识形态和政治价值观的吸引力、外交政策的正当性和道义性、处理国家关系时体现的亲和力、发展道路和制度模式的吸引力、国际舆论对一国的赞赏和认可程度等。

文化软实力是国家软实力的重要组成部分。文化软实力是指一国的传统文化、价值观念、意识形

态等文化因素对内产生的凝聚力、感召力、创造力和对外产生的吸引力、亲和力、说服力。与政治价值观和外交政策等其他构成要素相比，文化软实力在国家软实力中更具根本性。究其原因，文化是一种既有柔性又有刚性的力量，它内蕴于社会各个领域、各个方面，又实实在在地发挥着作用。文化积淀了一国的传统习俗、核心价值、宗教信仰、伦理道德、哲学思想、民族精神等，国家的制度安排与创新、内外政策制定等也被烙上了文化印迹，在不同国家有不同的表现形态。

（二）提升国家文化软实力的现实意义

一个国家的硬实力搞不好，可能一打就败；一个国家的软实力搞不好，可能不打自败。文化软实力建设对国家发展和民族振兴具有重要意义。

1. 提升国家文化软实力是增强民族凝聚力的需要

一个民族的文化凝结着这个民族对世界与生命的历史认知和现实感受，积淀着这个民族最深层的精神追求和行为准则。文化熔铸在民族血脉之中，始终是民族生存发展和国家繁荣富强取之不尽、用之不竭的力量源泉。提高国家文化软实力，可以凝聚人心、增进共识、鼓舞斗志、振奋精神。当前，随着经济全球化和世界多极化的深入发展，不同文化之间的交流、交融、交锋日趋激烈；随着我国改革开放的不断推进和社会主义市场经济的不断发展，人们的思想意识和价值取向等也日趋多元、多样、多变，一些人甚至出现了信念缺失、道德失范、心理失衡等问题，有效解决这些问题，我们必须大力提高国家文化软实力，不断巩固全党全国各族人民共同团结奋斗的思想基础。

2. 提升国家文化软实力是提高综合国力的需要

当今时代，文化与经济、政治、科技等相互交融的程度不断加深，国与国经济竞争中的文化因素越来越突出，经济发展越来越依赖文化支撑，文化已经成为国家核心竞争力的重要因素。从一定意义上说，谁拥有了强大的文化软实力，谁就能够在激烈的国际竞争中赢得主动。文化产业已作为一种新兴产业蓬勃发展起来，并日益彰显出独特的优势。文化产品与服务作为一种独立的贸易形态，已经成为国际经济贸易合作与竞争的重要方面。

3. 提升国家文化软实力是维护文化安全的需要

一个国家或民族一旦失去文化发展的生命力，动摇了文化根基，就可能成为别国的附庸甚至走向灭亡。文化领域的扩张与反扩张、渗透与反渗透是国际政治斗争和意识形态较量的一项重要内容，一些西方国家把文化当成颠覆和控制别国、实现自身战略意图的重要工具，文化安全已成为国家安全的重要组成部分。对我国来说，只有不断提升国家文化软实力，才能建立有效的文化安全机制，保证我国文化主权不受侵犯，进而在各种思想文化的相互激荡中赢得主动。

（三）提升我国文化软实力的紧迫性

1. 社会转型造成社会核心价值观危机

改革开放30多年来，我国一直处于变化最快、发展也最快的社会转型期，这期间，我国的社会发展取得了前所未有的伟大成就，随着改革开放的深入推进，新旧体制的转换，也产生了一系列的负面现象——严重的官员腐败，巨大的贫富差距，落后的科教水平，相对不足的公民自由，不时被践踏的社会正义……这些种种的严重负面现象，无不在侵蚀我国民众心中已有的社会核心价值观。加上封建腐朽没落思想的沉渣泛起和各种外来文化、观念的杂乱纷呈，人们自觉或不自觉地受到它们的影响和侵蚀，以致社会广泛出现道德困惑、价值观混乱、信仰危机等问题。所有这些问题又集中体现为社会核心价值观的缺位，社会主义市场经济环境下的新的社会主义核心价值体系还没有完全建立，人们陷入拜金主义、享乐主义、极端个人主义等腐朽文化侵蚀的迷茫中，对人格、人生意义、价值的追求产生彷徨和失落感。党的十七大报告提出要“建设社会主义核心价值体系”，立意深远，非常及时。

2. 文化事业投入不足，文化产业发展起步晚，文化国际竞争力整体薄弱

我国中央和地方政府的文化事业支出在各自财政总支出中的比例一直较低。新中国成立以来，这一比例最高也只达到0.52%，而近年来的大多数年份是一直在0.40%左右徘徊。以2008年为例，全国文化事业费为248.04亿元，占国家财政总支出（62427亿元）的比重为0.40%，全国人均文化事业费为18.68元，比2007年增加了3.62元。这有限的文化事业费又主要用于城市，农村更是少得可怜，据新华网2008年3月13日报道，2006年我国用于农村的文化事业费，分摊到每个农村人口只有1.48元。文化事业属于公共文化服务体系范畴，政府投入不足严重影响了我国文化事业的发展，制约了文化软实力的提升。

我国的文化产业起步晚，国际竞争力薄弱。2000年，《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》首次使用“文化产业”一词，文化产业才被列入国家发展战略。尽管我国的文化产业这些年有了长足发展，但是与发达国家相比，我们的起步已经晚了数十年。据《中国文化产业国际竞争力评价和若干建议》，参照国外有关竞争力研究的通行做法，中国文化产业竞争力指数在具有典型性的世界15个国家中居末位，竞争力指数数值仅为美国的24%、英国的29%、日本的38%，与印度和南非接近，因此，我国文化国际竞争力可见一斑。在文化产业外向发展方面，我国属典型的文化贸易（含版权贸易）逆差国，具有我国主流价值和现代理念的核心文化产品在国际文化贸易中总量偏小。

3. 文化体制存在障碍，文化创造活力不足

随着改革开放的不断深入以及社会主义现代化建设的向前推进，我国文化体制显露出明显的滞后性。目前的文化体制仍然沿袭了计划经济传统体制的某些弊端，表现在文化发展没有相对独立的体制空间，文化体制与政治结构紧密相连，文化发展带有过强的政治功利目的和一元化价值倾向，文化产品和服务内容受限制过多，未能完全展现社会生活的各个层面，不利于文化的竞争和发展。在文化管理上，政府与文化经营单位之间的责权利关系没有理清，政府过多地干预文化经营管理，一方面，使文化经营者缺乏自主权和积极性；另一方面，文化单位存在条块、行业和区域分割，无法形成整体合力。文化市场体系不规范，发行、流通渠道不畅，对文化的有效传播形成了较大障碍。文化市场体系不健全，对文化知识产权保护不力，盗版、非法出版、非法营销等活动猖獗。文化单位的所有制结构整体单一（近年推行的文化产业改革使这一问题有一定程度的缓解）和文化活动的非经济化、非产业化，一方面，导致文化单位投入大、产出少，文化效率较低；另一方面，抑制了社会办文化的积极性。

4. 西方文化霸权对我国进行文化渗透和遏制，我国文化价值观缺乏广泛认同

西方文化霸权、文化帝国主义或文化殖民主义对我国的渗透和遏制从来没有停歇。西方国家尤其是美国一直把文化、意识形态、社会制度等软实力因素，放在与军事和经济同等重要的地位，积极利用其大众传媒，向全世界宣传其文化价值观，试图实现西方文化霸权。西方对华文化渗透、谋取文化霸权的战略构想，是以经济全球化框架中的经济上的优势为主要依托、附加西方文化价值观念的“促销”，这种文化渗透从经济领域入手，再向教育、文体等领域辐射，具有一定程度的合法性和隐蔽性，且渗透力强。西方文化霸权对我国进行文化渗透的同时，还对我国进行文化遏制。当前我国文化软实力尚处于“初级阶段”，西方舆论却开始炒作中国软实力崛起的威胁，以达到遏制、围堵和捧杀的不良用心。如我国在海外创建的汉语文化中心——孔子学院，旨在教授外国人学习以难学著称的汉语，促进中外文化交流，西方一些舆论却十分警惕，称中国正在通过孔子学院对外进行文化渗透、强行输出中国价值观，因而设置不少障碍进行遏制。同时，由于近代中国的贫穷落后和西方对东方文化的敌视，使中华文化在世界上缺乏广泛认同，这些都是我国文化软实力提升面临的严峻形势。

（四）努力提高国家文化软实力

1. 加强社会主义核心价值体系建设增强凝聚力

文化软实力在很大程度上表现为文化凝聚力，而文化凝聚力又主要体现在人们对核心价值体系的认同上。在当代中国，社会主义核心价值体系在文化建设中处于支配和统摄地位。提高我国文化软实力，应把建设社会主义核心价值体系作为首要任务和根本前提，坚持用马克思主义中国化最新成果武装全党、教育人民，用中国特色社会主义共同理想凝聚力量，用以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神鼓舞斗志，用社会主义荣辱观引领风尚，增强广大干部群众走中国特色社会主义道路的自觉性和坚定性。应更好地把社会主义核心价值体系的基本要求渗透和体现到社会生活各个方面，纳入经济社会发展目标、发展规划和政策制定中，使之成为全体人民真心认同、自觉遵守的价值理念。

2. 弘扬中华文化，促进文化交流，增强创造力

提高国家文化软实力，不能离开中华优秀传统文化这一根基。中华文化是中华民族生生不息、团结奋进的不竭动力，也是提高国家文化软实力取之不尽的思想源泉。我们应始终保持对民族文化的自信，坚持以中华优秀传统文化为基础，以外来有益文化为补充，大力发展具有中国特色、中国风格、中国气派的先进文化，不断增强中华文化的生命力、创造力、感召力。应深入挖掘和弘扬中华文化中的有益思想，并积极推动中华文化走出去，同世界各种文明开展交流与对话；善于从中国特色社

会主义伟大实践中汲取新鲜养分，从人民群众火热生活中汲取丰富营养，领时代潮流，引风气之先，在推动历史进步中实现国家文化软实力的提升。

3. 推进文化创新，壮大文化产业，增强竞争力

创新是文化发展的主题，也是提高国家文化软实力的强大动力。应坚持以市场为主导，通过积极的产业政策和有序的市场化运作，发挥各类企业的积极作用，大力发展文化创意等重点文化产业。实行重大项目带动战略，选择一批成长性好、竞争力强的文化企业或企业集团，尽快扩大企业规模，提高集约化经营水平，促进资源整合和结构调整，打造具有核心竞争力的文化产品和文化品牌。继续深化文化体制改革，着力推动经营性文化单位转企改制，健全文化市场体系，完善产业政策体系，创新文化管理体制，进一步解放和发展文化生产力。积极促进文化与科技有机结合，采用数字、网络等高新技术，大力推动文化产业升级。

4. 提高传媒实力，促进有效传播，增强影响力

一个国家的文化影响力，在很大程度上取决于其有效传播能力。提升有效传播能力，应按照强强联手、优势互补的原则进行战略重组，加快建设若干语种多、受众广、信息量大、影响力强、覆盖全球、在国际范围有较高知名度和较强话语权的新闻传媒集团；进一步研究国外受众，改进传播方式，多用事实说话、用专家说话、用当事人说话，把我们的立场和观点寓于对事实的客观报道中，通过事实本身的力量说服人、引导人；充分利用我国网民数量居世界第一、网络技术和网络媒体发展迅猛等优势，加大网络舆论的管理引导，占领网上信息和舆论高地，通过网络等新媒体来提升国家形象、影响国际舆论。

（摘自：《对提升国家文化软实力的思考》中共珠海市委党校 珠海市行政学院学报 2010年第6期）

三、产业集聚与文化产业园区建设探析

伴随着世界经济一体化步伐的日益加快，全球各国都在不断探索符合自身特色的国家竞争优势，而产业竞争优势正是国家竞争优势的重要源泉。在培育产业竞争优势的过程中，产业集聚的理论与实践得以不断发展和完善。独具特色的产业集聚区既带来了巨大的经济效益和社会效益，又为国家竞争优势的提升发挥了非常重要的作用。“文化”既是一个民族赖以生存和发展的土壤，又是一个民族得以屹立于世界民族之林的精神纽带。随着人民生活水平的不断提高，人们对精神产品的需求与日俱增，由此带动了文化产业的兴起。文化产业的核心竞争力的提升不仅有着重大的经济价值，更具备着深远的社会意义和民族价值。作为文化产业发展重要内容的文化产业集聚，在文化产业核心竞争力提升过程中的巨大作用早已毋庸置疑。

（一）产业集聚与文化产业园区

所谓产业集聚是指在一个较大的区域范围内，大量产业联系密切的企业以及相关的支撑机构，高度密集地集聚在一起。产业的空间集聚形式能够发挥很强的群体竞争优势和集聚发展的规模效益，进而极大地促进产业的形成和壮大，提升区域竞争力。产业集聚有三个特点：一是以某种专业产品为主导，二是以某个地理区域为集聚地，三是有相当数量的企业按照产业链条的联系集聚于此。美国加州的葡萄酒产业集聚、意大利萨索洛的瓷砖集聚、硅谷微电子产业集聚、浙江义乌小商品集聚等都是产业集聚的典范。

文化产业的集聚形成了各具特色的文化产业园区，园区化也成为文化产业发展的一个显著特征和重要趋势。文化产业园区具有人力科技资源丰富、园区企业集聚发展、服务平台建设完备等显著特点。文化产业园区一方面在促进资源整合，营造文化创新氛围，实现科技、人才、企业等多方面要素集聚上有着先天的优势；另一方面，文化产业园区的建设更可以充分引起社会对文化产业的关注，为文化产业提供更大的物质空间载体，也会为地方经济发展以及社会进步发挥重大作用。因此文化产业园区正被很多国家看作是城市复兴的有力工具。一个地区若有了众多的文化产业园区，便可形成巨大的文化产业动力，对该地区的文化产业发展将起到强有力的推动作用。美国有著名的好莱坞电影区，英国有谢菲尔德文化产业园区，加拿大有BC省动画产业园区；国内有著名的北京798艺术区、深圳大芬油画村等。建设与发展我国文化产业园区具有几个方面的战略意义：

第一，挖掘资源，传承特色。中华民族悠久灿烂的历史文化和特色鲜明的地域文化为文化产业园

区的建设提供了丰富的资源,文化产业园区将市场化和产业化的机制引入到文化资源的传承与开掘中,这些机制极大地提高了文化资源的整合程度,提高了资源利用率,实现了资源的高效配置,从而促成独具特色的文化资源在产业化过程中不断迸发出新的生命力。

第二,创新体制,塑造品牌。企业品牌的形成需要良好的生存环境,好的生存环境也能加速企业品牌的形成。文化产业园区通过设置有效的企业集聚机制,提供完备的服务体系,打造适宜各类文化机构生存、发展的“文化生态链”,为园区内企业的成长壮大、品牌的塑造创造了良好的环境。园区内企业总体力量的汇聚,将有利于“乘数效应”的形成,产生“1+1>2”的效果。园区企业的合力更有利于打造极具影响力的区域特色文化品牌,形成“区位优势”效应。

第三,注重结构,形成规模。美国的好莱坞电影区在国际电影市场上的占有率达到85%,伦敦西区的剧院数占据伦敦剧院数超过40%。相比较而言,在现阶段,我国文化产业集中度、关联度较低,规模效应较差,已成为我国文化产业发展的重大结构性问题。文化产业园区的建设为文化企业的兼并、收购、联合、重组创造了有利的条件;为组建跨地域、跨行业、跨媒介的文化产业集团提供了便利;为开创龙头企业带动,大中小企业联合发展的格局开辟了路径。因此,建设文化产业园区对改善文化产业结构,形成产业规模效应意义重大。

此外,文化产业园区对开发地方旅游资源、增加就业、丰富文化生活、改善人文环境等方面也具有重要的意义,并最终为促进区域经济社会的可持续发展做出独特贡献。

(二) 校园文化科技园建设的实践与思考

1. 整合学校各类资源, 彰显园区特色

在把握园区建设定位的时候,管理团队充分考虑了中国人民大学“主干的文科、精干的理工科”的学科特点,提出了有别于各个大学建设“科技园”的思路,明确了“文化科技园”的定位。四年多以来,中国人民大学文化科技园充分发挥了学校的学科优势、人才优势和区位优势,以“文化产业”主题建园、立园、强园。人大文化科技园作为文化产业园区的独特建设内容包括:

率先创建国家级大学文化科技园。文化科技园建立了“产业地产+服务体系+产业投资”为一体的企业集聚机制,积极培育文化产业企业和文化产业人才。2008年12月,园区通过科技部、教育部评审,成为全国首家以文化产业为特色的国家级大学文化科技园。目前,人大文化科技园集聚企业170余家,其中文化产业企业超过了80%,涉及新闻出版、文艺演出、版权贸易、网络文化服务等具体业态。

打造首家国家版权贸易基地。自2007年10月30日授牌以来,中国人民大学国家版权贸易基地以推进国内外版权流通、推进文化走出去为目标,探索打造版权产业要素市场,不断丰富面向版权产业的公共服务项目。通过提供优惠的招商政策,国家版权贸易基地吸引30多家优质版权企业在园区集聚;通过发起建设中关村版权联盟,突破地理空间开展产业链交流合作;通过开展“版权价值评估”国家标准研究,筹备建设版权定价中心;通过提供版权展示交易线上、线下空间,举办国际版权论坛,建设公共服务平台;通过落实国家版权局委托的版权行业年鉴——《中国版权年鉴》的编纂工作,建设了版权信息平台,该年鉴第一期已于2009年11月出版,并获得中国年鉴奖特等奖。

发挥学科综合优势,建立文化产业研究基地。在成功运作文化产业主题园区的基础上,中国人民大学文化科技园组建了文化创意产业中心这一校级研究机构,整合学校相关科研院所优秀资源,开展文化创意产业研究和政策咨询等活动。该研究中心立足于研究我国文化创意产业发展的全局性、战略性、前瞻性问题,深化文化创意产业理论、实践与政策研究,促进文化创意产业产、学、研一体化,推动我国文化创意产业全面发展。目前该中心主要的研究课题包括:“文化部文化产业统计平台建设研究”、“中国省市文化产业发展指数研究”、“中国文化产品出口指数研究”、“金融支持文化产业发展系列问题研究”、“西部文化产业特色园区发展战略研究”等;近年来举办了一系列以文化产业为主题的国际论坛;此外,该研究中心出版的理论专著,编写的行业交流刊物,建设的网络信息平台,均在业内创出了品牌,形成了鲜明的特色,产生了较大的影响力。

2. 打造完备的服务体系, 做强园区品牌

中国人民大学文化科技园一直非常注重服务体系的建设,园区为所有在园企业搭建了公共服务平台,还为留学生创业企业、学生创业企业、版权贸易企业搭建了专业化的服务平台。园区通过全面、周到、专业的服务,既增强了在园企业的归属感和忠诚度,又不断吸引优质的文化产业企业前来园区

落户。

成果转化平台。文化科技园以创意及创意技术转移中心为平台，一方面为学校学术科研成果的产业化提供通道，另一方面也为园区企业的创意成果提供公共转化平台。

行业交流平台。园区通过举办国际高峰论坛、创业者沙龙、成果推介会，通过带领园区企业参加文化产业博览交易会、北京国际图书博览会、法兰克福书展等专业性的博览会，通过组建中关村版权联盟，为企业搭建了通畅的行业交流平台。

投资融资平台。中国人民大学文化科技园与数十家投融资机构签订了战略合作协议，并定期、不定期地召开投融资对接会、项目推介会，为园区企业融资搭建平台。

创业孵化平台。文化科技园打造了“孵化服务+创业投资+创业导师”为特色的创业孵化体系，通过提供系列扶持政策，孵化各类企业120余家。截至目前，园区孵化留学生创业企业80余家，吸引近200名留学人员前来园区创业；园区通过学生创业大赛，为优秀的大赛团队提供“零成本”创业政策，现有学生创业孵化面积500m²，在园学生创业企业13家；与此同时，中国人民大学文化科技园还在筹建中国人民大学创业学院。

公共服务平台。中国人民大学文化科技园的公共服务体系满足了园区企业各方面的服务需求，具体包括法律服务、人事代理服务、人才招聘服务、知识产权服务、资质代理平台、财会服务、信息技术服务、会场服务等。

3. 优化企业类型与结构，提升产值规模

伴随着园区服务体系的不断完备，伴随着园区孵化政策的不断健全，伴随着园区知名度和影响力的不断提升，中国人民大学文化科技园“筑巢引凤”的成效日益显著，很好地实现了“做强企业、贡献社会、多方共赢”的局面。园区通过及时调整招商政策，设定企业准入机制，不断优化入园企业的类型与结构。在仅仅6.7万平米物理空间保持不变的情况下，园区企业的产值规模得以不断提升。截至2009年底，文化科技园170余家企业的销售收入超过了120亿元人民币，税收贡献超过10亿元，园区就业人数达到3000余人。

中国人民大学文化科技园的发展得益于精准的产业定位、科学的资源应用、持续的品牌塑造、完善的服务体系；得益于园区企业化的运作模式和一支高水平的管理团队；还得益于中央及北京市政府多方面的政策支持。由此可见，文化产业园区的建设是一个系统工程，它的发展情况是各种因素共同作用的结果。

(三) 对各地发展文化产业园区的政策建议

1. 根据自身特色准确定位、科学规划特色文化资源是发展文化产业的基础和依托。

我国幅员辽阔，各省市都有着丰富多彩、独具特色的历史与文化资源。因此，在建设区域性特色文化产业园区时，一定要注重挖掘自身的比较竞争优势。一方面注重实施个性化、差异化战略，依托本地独特的文化资源发展文化产业园区；另一方面要增强创新意识，避免因盲目跟风、追赶时髦而最终落入战略雷同的误区。在挖掘发展文化产业的特色和优势的基础上，需要对园区做出科学完善的发展规划。就产生和发展模式而言，文化产业园区主要包括自发的文化资源聚集模式、政府引导的依托原有资源模式以及政府规划的全新建设模式等。不论具体文化产业园区属于何种产生和发展模式，在其专业化、品牌化的发展过程中，科学而完善的发展规划是必不可少的。只有对文化产业园区从战略定位和战术安排上做出科学的规划，并按此规划在建设的过程中根据需要适时地调整政策措施，才能使该文化产业园区在日益激烈的市场竞争中立于不败之地并不断得以发展。

2. 坚持“政府引导、市场主导、企业主体”

北京市发展文化创意产业“政府引导、市场主导、企业主体”的思路是值得各地积极参考。文化产业园区的发展，需要地方政府在税费减免、配套设施、投资融资、创业培训、中介服务等方面建立完善而稳定的产业政策体系。政府既要理清文化事业与文化产业的政策边界，又要界定政府和市场的作用范围，进而在文化产业园区中完善政府的投入和管理，为园区内企业营造良好的发展环境。文化产业企业的积极性、创造性、主动性是文化产业园区发展的主要原动力，文化产业园区的发展应该主要基于市场的拉动，而非政府力量的推动。鉴此，园区管理者要充分发挥市场在配置文化资源中的基础性作用，并遵循市场经济规律；要充分发挥文化企业的主力军作用，生产更多更好的精神文化产品。

3. 加强人才队伍建设力度

一方面要吸引领军人才进入园区。创意人才是文化产业发展的核心要素，对文化产业的发展起着至关重要的作用，创意阶层中的领军人才更是如此。中共中央组织部已实施“千人计划”从海外引进战略科学家和高端领军人才。因此，地方政府和文化产业园区管理机构均应制定针对文化产业领军人才的吸引政策。

另一方面，要优化园区管理人才队伍结构。文化产业园区的成功运营，需要具有全球化视野、战略眼光，熟悉文化产业、房地产业运作规律的复合型管理团队。团队应由在企业管理、资本运作、企业孵化、房地产经营、物业管理等方面积累了丰富实践经验的人员组成。他们能够为园区战略目标设定、规划建设、招商引资、服务体系搭建、品牌推广等发挥应有的思想力+行动力，为入园企业提供全方位的优质服务并与之形成良好互动关系以实现园区的可持续发展。

4. 遵循产业集聚的内在规律

产业集聚与产业区位、产业增长、区域经济增长等方面都有着内在的、规律性的联系。任何产业集聚区的建设，都需要努力实现“企业集中布局、产业集群发展、资源集约利用、功能集合构建”这四个要素的有机融合。文化产业园区的顺利、健康、持久发展，需要政府、园区和企业多层面按照产业集聚的内在规律全方位地做好工作。在文化产业园区建设中，要把握好融合发展、创新发展、可持续发展等原则，着力优化产业空间布局，突出产业结构优化升级，突出体制机制升级，提升文化产业集聚水平，突出城市与产业融合发展，促成文化企业的集约、集合、集中、集聚，让文化产业通过园区的载体实现又好又快发展。

（摘自：《产业集聚与文化产业园区建设探析》中国高等教育 2010.21）

四、高等学校文化产业学科建设的策略研究

（一）剖析高等学校文化产业学科建设的现状

随着文化产业热潮的兴起，高等教育内文化产业相关学科相伴而产生了变化。短短的几年时间，我国高校诞生了六七十多个文化产业类专业或方向，且招生规模每年都在大幅度提高。而“文化产业”在高校中主要是通过学科设置来实现，对于高校文化产业学科来说，在学科建设上至今还没有理性规划。

1. 从国家的学科划分看，由于文化产业是一个新兴的前沿性、边缘性和交叉性学科，现有学科难以与之直接对应，文化产业主要被归属在哲学学科下。

2. 在教育部学科门类、一级学科、二级学科目录中，没有“文化产业”或者“文化产业管理”专业，仅在高校本科专业目录中被划分在管理类学科之下，而列入本科专业目录仅仅意味着被批准的高校可以就此专业进行招生。

3. 从国家对文化产业的领导管理部门看，中宣部、文化部、广电总局、新闻出版总署、旅游局等部门都是文化产业的管理部门，2003年末举行的全国宣传工作会议，明确提出由宣传部统领文化事业和文化产业工作。这事实上意味着国家对文化产业认识是以文化为主导的。

4. 从全国高校中的文化产业的实际状况看，学科划分和专业设置存在混乱局面，有的学校设在管理学，有的学校设在经济学，有的学校设在社会学，有的学校设在文学，很多课程的设置体系都是将一些原有文学、管理、经济等专业内容的简单相加。专业定位尚不明确，有的学校是试办专业，有的学校则作为方向。在培养目标上，与其他专业也存在着趋同化的倾向。

5. 从行业分类来看，根据国家统计局“文化及相关产业分类”将文化产业区分为核心层、外围层、相关层。核心层包括新闻服务、出版发行和版权服务、广播、电视、电影服务、文化艺术服务；外围层包括网络文化服务、文化休闲娱乐服务、其他文化服务；相关层包括文化用品设备及相关文化产品生产、文化用品设备及相关文化产品销售。但目前高等学校中“文化产业”相关专业没有专门培养上述某个具体行业的从业人员，而是培养上述行业中共需的经营、策划、管理人才。

二、高等学校文化产业学科建设的策略思考

1. 以教育理念创新为先导机制，构建现代文化产业人才培养新机制

美利坚百科全书《教育》条中写道：“从最广泛的意义说来，教育就是个人获得知识或见解的过程，

就是个人的观点或技艺得到提高的过程”。“学校教育是由专职人员和专门机构承担的有目的、有系统、有组织的,以影响入学者的身心发展为直接目标的社会活动。”教育的本质作用不仅在于传承人类知识、文化精华,启迪智慧,应社会需要培养人才;而且在于提高全民族的素质。因此,高等学校应以教育理念创新为先导机制,以及创立高校与文化企业联合培养人才的新机制。在教育理念与文化生产力、教育功能与对文化产业服务、教育层次与大众文化需求、教育模式与文化产业互动、教育资源与文化产业整合、教育专业方向与新型文化业态的对接等方面的机制探索。

2. 建立文化产业教育创新创业模式, 促进文化产业相关学科内涵建设

以培养学生能力为着眼点,建立文化产业教育创新模式,促进文化产业相关学科内涵建设。在人才培养、队伍建设方面,重视培养大学生的创新能力、实践能力和创业精神,鼓励大学生积极参与文化产业的科学研究、创新活动和社会实践,提高大学生的人文素质和科学素质。教育创新是一个系统工程,包括教育理论创新,教学体制创新,专业设置、课程体系、教学内容、教学方法、教学手段创新,管理创新,学习创新等多种形式和多个层面。在现阶段,应将文化、艺术、营销、管理、融资、信息技术、电子商务等教学内容,与文化产业的国际化、文化产业化和产业文化化要求进行整合,提升文化产业教育的内涵。

3. 打破学科界限, 优化配置文化产业相关专业

美国对文化管理学的研究和文化管理人才的培训处于领先地位。全美有30多所大学开办了艺术管理专业,培养本科生、硕士研究生和博士研究生等大量高质量的文化管理人才。我国高等学校的文化产业学科尚处于起步阶段,应当吸纳其成功经验:在学科建设和规划中,建立跨学科和多学科整合的文化产业教育等学科群,以及分层次、分阶段设立文化产业教育的具体门类和专业方向;在专业设置上大胆创新,尝试打破传统的专业分类,模糊一些专业的界限;在课程结构方面和课程选择上更加注重反映学科发展、贴近社会、贴近市场。

4. 以人才市场需求为导向, 明确和制定文化产业人才的培养策略

以人才市场需求为导向,明确和制定文化产业人才的培养策略。高等学校文化产业相关学科在培养目标、培养模式、课程结构、教学计划、教材选用、教学内容、教学手段等方面进行综合教学改革和实践,并制定相应的教学大纲与教学计划,如搞专业的“嫁接”、突出文化产业人才的个性化培养模式、进行大平台招生在后期分流自主选择进入文化产业相关专业学习等;按照地域性实现校际间和校内教育资源的整合、共享和优势互补;顺应国际化的潮流,大胆引进、借鉴国际上一流高等教育文化产业的先进经验,紧密结合中国国情,坚持“以我为主、博采众长,融合提炼,自成一家”的原则,并且在共享全球文化产业教育资源方面大胆实践,如利用外国教材,开展国际和校际间的课程认证与学位认证等,提高我国文化产业的高等教育水平和国际竞争力。

5. 以科学发展观为指导, 加强师资队伍建设

师资队伍建设是高等学校文化产业相关学科发展的关键,教师的素质和水平,是学校办学水平与地位的重要标志。笔者建议建立区域性的文化产业师资库,实现多所高校教师资源的共享,甚至境外教育资源共享,在自愿互利的基础上,做到校际间的优势互补、互通有无、合作多赢、协同发展、整体优化;针对中国文化产业发展的现状和培养文化产业高级管理人才的目标,可聘请吸纳国内外文化产业领域知名专家学者、业界精英及政府官员成为顾问或走进课堂,听取他们来自文化产业前沿的最新信息,共同提高办学水平和办学效益,为高等教育文化产业学科建设与发展奠定坚实的基础。

6. 高等学校与文化企业优势互补, 走产学研合作之路

高等学校与文化企业之间具有极大的互补性。对于高等学校来说,融入文化产业园,与新型文化企业对接,走产学研合作之路,这是高等教育适应文化产业发展的必然选择,也是大学功能在现代社会日益拓展的必然结果。高等学校通过与文化企业合作,捕捉行业发展信息,使学科发展保持前瞻性,学校的教学、科研、人才培养更好地适应经济发展的需要。在此过程中一方面使得学生实践能力得以促进,另一方面也为企业提供多元化服务,协助企业解决生产过程中的技术与管理问题,促进文化产业相关领域科研成果尽快转化为生产力。

(摘自:《高等学校文化产业学科建设的策略研究》中国成人教育 2010年第24期)