

协同创新，推进浙江省文化产业发展

徐旻鹰

摘要：历经改革开放三十余年的发展，浙江省已成为全国经济增长速度最快、成效最为显著的省份之一，全省文化产业也迎来前所未有的发展和繁荣期。随着党的十七届六中全会特别是党的十八大将文化产业发展提到新的历史高度，文化产业领域也逐渐进入发展的“深水区”。如何以协同创新的大文化格局为视野，推进浙江文化产业发展，使之安全顺利通过“深水区”，真正实现“文化大省”到“文化强省”的转型，是我们需要深入思考和研究的重要课题。

关键词：协同创新；文化产业；大文化；发展格局

作者简介：徐旻鹰，女，助理研究员。（浙江传媒学院 党委统战部，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G127.55

文献标志码：A

文章编号：1008-6552 (2015) 04-0118-06

历经改革开放30余年的发展，浙江省已成为全国经济增长速度最快、成效最为显著的省份之一，文化产业也得到快速发展。作为全国第一批文化产业试点省份，近年来，浙江省文化创意业、影视服务业、新闻出版业、数字内容与动漫业、文化会展业、文体休闲娱乐业、文化产品流通业、文化产品制造业等文化产业领域涌现出大批优秀文化生产和服务主体，多个文化产业品牌成为文化消费市场的生力军和主力军，全省文化产业迎来前所未有的发展和繁荣期。随着党的十七届六中全会特别是党的十八大将文化产业发展提到新的历史高度，文化产业领域也逐渐进入发展的“深水区”。^[1]浙江省十三次党代会报告明确提出，深入推进国家技术创新工程试点省工作，着力建设创新型省份。不断提升浙江文化产业发展质量和水平，实现文化产业又快又好发展，加速推进文化强省建设是浙江建设创新型省份，推动晋级转型升级的内在要求，也是浙江实现社会经济文化科学发展的重要支撑。因此，如何以协同创新的大文化格局为视野，推进浙江文化产业发展，安全顺利通过“深水区”，真正实现“文化大省”到“文化强省”的转型，是我们应深入思考和研究的重要课题。

一、浙江省文化产业发展现状

底蕴深厚的历史文化和丰富的文化资源为浙江文化产业拓宽发展空间奠定了基础。近十几年来，浙江文化产业实现快速发展，文化产业增加值连续几年保持快速稳健增长态势，产业结构和布局进一步优化。同时，我省在促进文化产业发展中，注重统筹规划、合理引导，既坚持统一部署、合理发展，又坚持凸显特色、错位竞争，逐步形成了依托深厚的水乡文化积淀、毗邻上海文化创新资源，发展数字内容与动漫、艺术创作等为主的浙北文化产业带；依托商贸流通以及东阳横店影视的知名品牌，发展影视制作、文化产品流通、影视服务等为主的浙中文化产业带；依沿海独特的海洋文化大气的底蕴，发展海洋旅游、演艺娱乐等为主的浙东海洋文化产业带；依托生态休闲旅游资源，发展生态文化旅游、艺术创作等为主的山水文化气息的浙西生态文化产业带。^①

“十一五”以来，浙江文化产业总体规模持续较快增长，年增加值的同比增幅均远超地区生产总值增幅，全省文化产业增加值年均增长率达16%左右。2008年全省文化产业增加值约占全国的75%，居

① 浙江省文化产业发展规划（2010—2015）。

全国第5位，2009年全省文化产业增加值807.96亿元，比上年增长99%，高出同期GDP增长速度28个百分点。2010年全省文化产业增加值首次跨过千亿元大关，达1056.09亿元。全省文化产业增加值在国内生产总值中的比重达到3.8%，高出全国平均水平1个百分点。2011年，全省文化及相关产业实现增加值1290.01亿元，比上年增长22.1%；占GDP的比重为4.0%，比上年提高0.2个百分点，文化及相关产业总量不断扩大，对经济发展的影响力也持续提升。2012年，浙江省文化产业增加值达到1600亿元左右，2013年浙江省进入全国文化产业发展的“前10强”。^①

在肯定浙江省文化产业快速发展的同时，我们也应该看到仍然存在诸多问题和不足：

其一，文化产业合作发展机制尚未成熟。当前，浙江省在文化产业发展中已逐步树立合作发展的意识，并运用于实践，但整体发展尚未成熟。文化产业的各要素各相关领域之间相对独立，缺乏成熟完善的合作发展机制，信息不对称，缺少稳定可持续的交流和互动平台，无法真正实现资源共享和优势互补。

其二，文化产业层次相对较低，创意创新能力相对薄弱。大力发展文化产业是建设文化强省的必然要求。从总体上看，特别是从文化产业创意的层面以及文化产业在全国的影响来看，浙江省的文化产业还需要进一步提升层次。当前浙江省文化产业发展中，中小文化企业较多，其中大部分依赖大企业进行作坊式生产和加工，规模化生产缺乏，创新能力薄弱，也缺乏主动创新创意的意识。另外，真正有影响力的创新创业企业不多，现有的大部分都是早已树立行业地位的，如横店影视、华策影视、中南卡通、宋城演艺等，缺乏新鲜血液。这对于浙江省整体文化层次的提升是非常不利的。^[2]

其三，专业人才不足，高水平创意人才和文化经营人才缺乏。文化产业的发展和文化的繁荣，必然会吸引众多文化企业投资文化产业，分得文化经济一杯羹。但快速进入和发展，伴随而来的问题也随之出现：专业人才的不足。我国文化产业发展较迟，浙江省虽然是文化大省，但在大环境下，也存在整体人才储备不足的问题，随着文化产业的不断发展，尤其是文化创意文化产业的迅猛发展，高水平的创意人才和文化经营人才缺乏，是目前文化产业发展面临的关键问题。

其四，品牌影响力和竞争力有待进一步提升。从国内外文化产业领域看，文化企业和产品品牌影响力和竞争力有待提升。很多区域内的知名老品牌缺乏活力，区域辐射半径小，像一些传统文化品牌，如杭州的张小泉剪刀、知味观、天堂伞等，其品牌价值不菲，底蕴深厚，但品牌影响力如果在全国甚至世界范围内是远远不够的。还有作为民营经济大省的浙江省，民营文化企业众多，有较大一部分从事简单的产品加工，小规模经营，没有自己的品牌，更谈不上品牌影响力和竞争力。

二、基于浙江省文化产业发展现状的原因分析

问题的存在，致使浙江省文化产业发展与本省文化产业发展大会确立的把文化产业发展成为支柱性产业的目标之间还有较为明显的差距。

（一）宏观管理体制框架形成，但政府职能转变尚未完全落实

浙江省委省政府高度重视文化及相关产业发展，将其纳入经济社会发展总体规划，并下发系列文件进行专题部署，明确提出推动文化及相关产业成为国民经济支柱性产业。全省各地各相关部门也出台了一系列文化及相关产业发展规划和配套政策。加快发展文化及相关产业已经成为各级党委政府的广泛共识，文化产业发展的宏观管理体制框架形成。

但实践过程中，政府的职能转变尚未完全落实。政府在文化产业发展中一直扮演着“大家长”的重要角色，这个“大家长”是“指挥官”、“司令员”，也是“操盘手”。在今天这样的文化产业发展形

^① 浙江省建设文化大省纲要（2001—2020年）。

势下,这个“大家长”角色还未较好地转变。

(二) 协同创新的理念和措施相对缺乏和滞后

当前文化产业的发展不是孤军奋战,需要群策群力。文化产业需要和现代高科技融合,又与旅游甚至农业等相嫁接,还与金融、教育等领域紧密相关。另外,当下全球经济一体化对文化产业也提出了“走出去”的更高要求,也进一步要求树立并深化文化产业发展协同创新的理念。这要求高校、科研院所与政府、文化企业等无缝对接,信息畅通,密切合作,以实现优势互补和效益共赢。

但在实际发展过程中,协同发展的理念并没有深入文化产业各个领域,文化产业发展中协同创新、协同发展规划不够,存在模仿、跟风等现象,还有产业内和产业相关领域信息不对称,平台架设不够顺畅,打通要素壁垒的体制、机制还未完全建立等问题。

(三) 产学不对接导致文化产业人才缺乏和浪费并存

当前文化产业人才不足,尤其是高水平的创意人才和文化经营人才缺乏。但实际上,一方面人才匮乏,企业对人才有大量需求,另外一方面人才浪费,高校也在培养文化产业人才,只是高校培养的人才,不为企业接受,所以就造成了文化产业人才稀缺,高校培养的人才又无处可去的尴尬局面。

这主要是由于产学不对接导致的,其中很大一部分原因则是因为信息不对称,以及教育主管部门、高校自身的管理体制的问题。高校培养的文化产业人才更多的还是理论化的,没有根据市场和行业需求作出适时调整和完善,按照一贯的授课计划,按照主管部门审批的专业和课程设置程序化培养,所以它和市场、行业需求存在很大的脱节,导致了文化产业人才培养质量不高、不能满足市场和行业需求的尴尬局面。

(四) 创新能力不足导致知名品牌和国际竞争力缺乏

文化产业创新能力不足,企业产品同质化倾向严重,多加工少创意。由于目前浙江省文化产业发展处在发展上升阶段,发展有动力,但并不成熟和完善,为了最大限度完成资本原始积累,节约成本,尤其是创意成本,很大一部分企业将生产主体放在代加工上;再由于文化产业监管尚不完善,为最大程度地降低研发成本,很多新兴文化产业,如网络、动漫、游戏、广告等行业存在模仿、复制和抄袭等现象,导致文化产品严重同质化。另外,很多传统品牌,很好地传承其历史性,但在保留了传统“旧”的同时,却忽视了现代“新”。没有强烈的品牌意识,没有创新和创意,也制约了我们的文化产业登上世界舞台,不走向国门,就谈不上掌握国际话语权。

三、以协同创新理念解决文化产业发展问题

通过对以上原因的分析提炼,我们发现,各种原因之下,其实有它潜在的最本质的矛盾根源,也即导致我们文化产业发展中出现瓶颈的原因——缺乏协同发展、优势互补、资源共享并打破文化主体壁垒的协同创新的大文化发展格局。因此,我们也提出要树立协同创新的大文化发展格局观念,以此为视野,突破瓶颈,推进浙江省文化产业发展,实现“文化大省”到“文化强省”的转型。

协同创新的大文化发展格局的内涵和意义是什么?首先,协同创新是指围绕创新目标,多个主体和因素之间共同协作、优势互补的创新行为,其主要形式是产学研协同创新,尤其是高校与科研院所、产业行业、地方政府以及中介机构之间深度融合,构建产学研协同创新平台。将协同创新运用到文化产业发展上,提出协同创新的大文化发展格局,主要是整合高校和科研院所、文化企业主体、政府部门、社会文化中介机构等各个文化发展和创新主体的资源,集各家所长,构建融合文化人才培养、文化生产与销售、文化资本运作、文化市场构建等多种文化发展环节和要素为一体的协同创新机制,破解文化产业发展中各要素各领域信息不畅、缺乏协作、资源不互补、优势分割、形式单一和职能重叠等瓶颈。

以协同创新的大文化发展格局为视野,从宏观与战略层面对浙江文化产业发展的进行系统审视,要做好以下几个方面:

（一）做好顶层设计，转变政府职能，为文化产业协同创新发展规划蓝图

顶层设计代表的是一种系统思维和全局观念。文化产业发展从无到有，由少到多，从外到内，已实现增量的突破，但是未来的发展需要增质，增质的首要就是做好顶层设计。根据浙江实际，从政府层面总体规划不同地区的文化产业发展蓝图，优化整合文化产业各要素，避免因文化粗加工和重复加工而降低文化含金量；要打造好服务、交流和沟通平台，推进文化与科技融合，更多体现创新意识，体现独特性和个性化。文化产业发展避免低端性、自发性和盲目性，走集约型、创意型、内涵型和智造型发展之路，打造有浙江特色的文化产业。

同时，要积极转变政府职能，变指挥命令为引领指导。改变“大包大揽”的传统做法，本着政府扶持、市场主导的态度，引入市场机制和各种社会力量，结合和利用政府“有形之手”和市场“无形之手”的优势，切实加强政府文化相关部门对文化产业的保障和扶持力度。推进文化产业体制改革，完善促进文化产业发展的相关配套措施。实现政府、市场、企业、高校等的互动互补和互惠互赢，实现文化产业发展增量又增质。进一步深化行政审批制度改革，深入推进简政放权工作。提高文化宏观管理能力，逐步推广文化市场网络在线审批，建立行政审批标准流程和文化市场行政审批回访制度，努力营造有利于文化生产、经营和消费的环境。进一步规范行政许可和行政处罚，推进依法行政工作。要充分发挥市场机制配置资源的基础性作用，实现人才、资金、技术和其他文化要素的优化配置；通过放宽市场准入、提供政策支持、营造良好发展环境等途径，调动社会力量的积极性，吸引社会资本发展文化产业。

（二）突破发展壁垒，完善体制机制，为文化产业协同创新发展提供制度保障

浙江省文化产业虽然发展快速，但体制壁垒、机制不完善等客观存在，创新和完善体制机制是破除壁垒，为实现文化产业各要素相关领域协同创新发展提供坚实的制度保障。

1. 突破文化产业各要素和相关领域间的壁垒

从文化发展的制度环境看，文化产业发展不再是“一家主管”，而需要融合财政、税收、教育、国土资源、人事，乃至教育、旅游和农业等多个部门一并协同创新。^①

从顶层设计入手，以制度建设为突破口，突破制约浙江文化产业发展机制障碍，打破各个文化产业发展主体间的体制壁垒，通过系统改革，实现政府职能、高校作用、市场行业需求的深度融合，充分释放人才、资本、信息、技术等方面的活力，构建浙江文化产业可持续发展的长效机制，提升综合竞争力。通过政府引领和分类指导，畅通信息渠道，为各主体互相交流合作牵线搭桥，构建交流和合作平台，形成协同创新的大文化格局，并在这样的格局下发展文化产业。

2. 建立各项政策优惠和扶持机制

依据浙江省《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》、《关于深入推进文化金融合作的意见》以及《关于支持小微文化企业发展的意见》等，制定“实惠”的财政支持机制，给予文化产业创新发展，特别是给新兴文化创意产业以适度税收优惠。对企业来说，最实在的政策是财税减免。比如，对符合相关条件的高新技术企业的文化创意企业所得税降至一定比例；对出口文化创意企业和对省、市、国家重点鼓励的文化创意企业实行增值税零税率或免税等。改善融资政策，鼓励吸纳各种资本，拓宽融资渠道，降低投资门槛，吸引民间投资。另外，建立和完善土地、价格、人才等优惠政策，营造宽容、大气、积极的文化创造环境，支持企业和个人加强产品研发和内容原创，推动文化内容、形式、手段创新；引导各类文化产业发展转型升级，提升其市场化、专业化、国际化水平。

3. 完善文化产业创新创意人才培养机制

人才培养紧紧依托市场、企业发展和需求。当前文化产业中主要缺乏复合型人才和新兴行业专业

^① 引自2013年9月8日郝振省在中国文化产业高端峰会的演讲《通过产业集聚推动文化产业协同创新——以国家数字出版基地为例》。

人才,既有宽广人文视野、又有精深产业理念的复合型高素质经营管理人才和顶尖的领军人物式的创意人才是目前文化产业重点需要的人才。文化产业发展的根本在于文化创意和创新,而内容创新是所有文化创新形式中的核心,就目前的创意人才状况来看,网络出版、编创、动漫制作和广告创意等人才尤为紧缺。因此,加强文化创意人才培养,更要培养文化产业紧缺人才,着力建设文化人才高地。建立文化人才培养重点项目,推进相关高校文化创意师资队伍和学科建设。对文化产业创意人才教育教学进行改革实践,可以重点推进高校和文化企业、团体深入开展“订单式”合作办学,发挥好专业院校的文化人才培训基地作用。

4. 健全非公有资本投资文化产业的扶持激励机制

非公有资本投资文化产业是浙江文化产业发展中的一大特色,在文化产业发展中起着越来越重要的作用。浙江的非公有资本对投资文化产业具有极高的积极性,投资规模越来越大,经营领域越来越广,投资视野越来越宽,为整个浙江的文化产业发展做出了重要贡献。

要鼓励和支持非公资本投入文化产业,特别是高新文化产业领域。建立更加完善的鼓励机制,规范、引导、鼓励和推进非公有资本投资和创新文化产业,破除文化体制壁垒,努力摆脱非公有文化企业低小散局面;促进文化产业融合,拓宽融资平台和融资渠道,完善现代企业管理制度,增加产品科技含量,树立精品意识和品牌的影响力。

5. 推进国有文化事业单位转企改制

国有文化事业单位通过转企改制,组建文化企业集团,做大做强国有文化企业,是我国文化体制改革的一项极为重要的目标,也是浙江省文化事业单位走出困境的有力途径。浙江省首批列入转企改制试点单位的省属3家国有文艺院团是浙江歌舞剧院、浙江曲艺杂技总团和浙江话剧团,改制后以“有限公司”的形式正式挂牌,省财政厅为3家新组建公司的出资人。改制后3家新公司盘活了现有文化资源,增强走市场和演出经营能力,不断引入社会资本,市场运作更加自主和灵活,在演出内容的选择上也更加贴近市场和受众,企业效益增加,影响力不断提升。^[4]

接下去,要继续指导推进已改制的文艺院团健全法人治理结构,进一步完善现代企业制度及其运行机制,探索国有文艺院团社会化改革。积极推进省级改制院团演艺资源整合,完善演艺产业链,打造具有较强竞争力的骨干演艺企业。

(三) 鼓励产业集聚,促进资源整合,为文化产业协同创新发展提供要素保障

产业集聚是指在一定区域内,特定产业的众多企业,以及与企业发展相关的各种机构、组织,通过纵横交错的分工合作体系紧密连成一个空间的集聚体,形成一种新型的空间经济组织形式,从而获得强劲的、持续的、具有竞争优势的经济行为。^①

1. 企业集聚

促使相近地理区域内、具有产业产品关联性的、企业文化共通性的众多文化产业企业集聚在一起,形成产业园、创意园区等经济区块,建立园区管理、协调和服务机构,打造科技创新大环境,促进学科、专业与科技融合,既个性发展,又优势互补。同时,企业集聚可以减少企业主体之间的物流成本、能源成本,交易成本等,良好的协调和管理也可以促成企业之间的头脑风暴和良性竞争,提升产业集群能级。浙江省内文化创意产业园目前已超过70家,主要分布在杭州、温州、宁波、绍兴、舟山等城市,杭州有西湖创意谷、西溪文化创意园、之江文化创意园、运河天地文化创意园,还有杭丝联166等。^[5]在建立创意园区,实现企业集聚的问题上,除了要建,更要管、要导,绝不能一哄而上,滥建

① 引自2013年9月8日郝振省在中国文化产业高端峰会的演讲《通过产业集聚推动文化产业协同创新——以国家数字出版基地为例》。

滥造，而需要科学布局，合理规划，结合企业文化和地区文化特色和背景，构建集聚效应明显、国内外辐射效应强的特色创意园区。

2. 行业集聚

除了企业集聚，行业资源也需要集聚、整合和优化，这是协同创新的大文化格局的必然要求。这是浙江省当前也较为重视行业资源的集聚整合。例如，屡创收视新高的“中国好声音”节目与社会资源合作，进行制播分离创新；横店影视集团整合社会资源，进行全产业链的模式创新，包括国外与民营资本投入，建立合作联盟，设立审查、拍摄服务机构，开办浙江横店影视学院，开创“影视+文化+旅游”的经营模式；在互联网领域，阿里巴巴进军文化产业，以62.44亿港元获得文化中国60%股份，此次收购的文化中国传播主要涉及影视制作、手机增值服务、杂志广告等，阿里资源、平台优势较强，在1-2年内其或也将在影视业中占据重要地位。^{[5](22-23)}行业资源的集聚是企业集聚延生和拓宽，既依托于企业集聚的有形实体，又突破实体，无形于政策、科技、专业、学术等相互融合、影响和优化整合。

（四）提升产业层次，增强品牌竞争力，为文化产业协同创新发展赢得国际话语权

在文化产业层次提升上，应该重视文化产业和文化产品的人文内涵。传承和创新传统文化，实现传统文化的现代化；扎根和提升当代艺术，实现当代艺术的经典化；“接地气，食烟火”，尝试高雅文化的大众化，这里不是指高雅艺术落入俗套，而是使越来越多的普通群众能接受、理解和感受到高雅文化。鼓励和推广像青春版《牡丹亭》这样的优秀艺术作品。同时，强调创意，追求艺术和高科技的融合。

在文化产业品牌塑造上，要依托浙江省丰富多彩的文化资源，立足产业发展基础优势，在突出特色上做文章，在发挥优势上下功夫，多层面、多维度开发，培育、打造和提升具有浙江特色的文化产业品牌。文化品牌的打造多缘自于一种丰厚的文化底蕴，是对这种文化的传承和发扬，可以是对原有文化、传统的发掘，发掘出具有深厚文化内涵与底蕴的文化品牌，也可以是创立一个前所未有的、全新的、富有现代气息和风尚的文化品牌。文化企业要充分考虑资源本身的独特性和市场需求，对资源进行深度挖掘和整合重组，树立独特而有知名度的文化品牌，才能使资源优势转化为产业优势，进而支撑文化产业的可持续发展。尤其对一些有着历史积淀，已形成良好口碑的传统品牌，更不能故步自封，需要不断注重品牌内涵提升和创新，否则很容易导致市场份额流失，知名度和影响力日渐萎缩。

同时，要加大文化产业创新力度，积极实施“引进来”、“走出去”战略。引入省外国外资金、先进科学技术、企业文化和管理方式，利用国内外优秀文化资源，增强文化企业自身创新能力，促进浙江省文化产业发展。进一步整合优势文化资源，鼓励、支持浙江省更多的文化企业和产业产品打入国内国际市场，并赢得市场话语权。增强和扩大浙江省丰富的非遗文化资源、文化旅游产品和影视制作等各类文化产品在海内外的知名度和市场占有率，以文化产品“走出去”带动文化企业“走出去”。组织和支持文化团体登上国际舞台，举办国际会展、论坛，开展与跨国文化企业和产业的合作。全方位、多领域融入国际舞台，让浙江文化在世界文化舞台赢得话语权。

参考文献：

- [1] 范周. 重视文化产业的协同创新 [N]. 经济日报, 2013-10-07.
- [2] 浙江“创业创新、科学发展”课题研究组. 从文化大省到文化强省——浙江文化建设辉煌五年 [N]. 浙江日报, 2012-05-23.
- [3] 刘玉珠. 协同创新与融合发展是文化产业转型升级的有效方式 [EB/OL]. 新华网. 2014-07-21.
- [4] 祁述裕, 高宏存. 关于文化事业单位转企改制模式的思考 [J]. 行政管理改革, 2010 (8): 32-34.
- [5] 俞强. 浙江民营文化产业发展探索 [J]. 观察与思考, 2011 (11): 18-21.