

# 全球化背景中上海文化产业的现状与思考

杨剑龙（上海师范大学都市文化研究中心 200234）

**内容摘要：**近年来上海形成了文化服务业发展迅速、文化创意产业引领发展、民营文化服务业突出发展的特点。与纽约、伦敦、柏林世界性国际大都市比较，上海的文化产业明显存在着差距，这不仅存在于文化体制、思想观念上，更存在于文化格局、文化战略上，发展的氛围不够宽松和谐，缺乏足够的创新意识，缺乏世界眼光。上海应抓住世博会的契机，加快发展上海文化产业；加强文化创新机制，促进文化产业的竞争力；打造文化产业精品，开拓文化产业国际市场。

**关键词：**全球化 上海 文化产业

**中图分类号：**F719 **文献标识码：**A **文章编号：**1005-1309(2008)07-0073-06

党的十七大将文化建设置于十分突出的地位，在推进文化大发展大繁荣的部分，突出强调了文化产业的发展。胡锦涛指出：“深化文化体制改革，完善扶持公益性文化事业、发展文化产业、鼓励文化创新的政策，营造有利于出精品、出人才、出效益的环境。坚持把发展公益性文化事业作为保障人民基本文化权益的主要途径，加大投入力度，加强社区和乡村文化设施建设；大力发展文化产业，实施重大文化产业项目带动战略，加快文化产业基地和区域性特色文化产业群建设，培育文化产业骨干企业和战略投资者，繁荣文化市场，增强国际竞争力。运用高新技术创新文化生活方式，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。设立国家荣誉制度，表彰有杰出贡献的文化工作者。”<sup>①</sup>从文化体制改革、保障人民基本文化权益、文化产业群建设、文化产业骨干培育等方面，比较全面地论述了文化产业的建设与发展，成为今后文化产业发展与建设的指导性策略。

胡锦涛总书记不仅将文化的发展与繁荣提高到民族凝聚力和创造力的重要源泉与综合国力竞争的重要因素的高度，更提高到使人民基本文化权益得到更好保障、使社会文化生活更加丰富多彩的层次。文化产业的建设与发展是促进文化大发展大繁荣的重要前提之一，只有文化产业得到了充分的发展，才有可能真正达到文化大发展大繁荣。

## 一、上海文化产业的发展

本·亚明在1926年《摄影小史：机械复制时代的艺术作品》一文中提出了“文化产业”这一概念（“Culture Industry”）<sup>②</sup>，以后关于文化产业概念的阐释各不相同：芬兰强调文化企业将文化和艺术的创作看作为企业的行为，是与商业运作、文化艺术作品的传播扩大能力有关的商业活动；英国将文化产业视为与影视、戏剧、音乐、艺术等所有文化形式有关的生产活动；美国将文化产业看作艺术创作、艺术表演展览和手工艺创作等相关的文化产品的销售和服务等商业经济活动；联合国教科文组织将文化产业定义为按照工业标准生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的系列活动。<sup>③</sup>从总体上看，文化产业是以生产文化精神产品、提供给人们文化需要与文化消费为目的的产业部门，它通过文化产品的生产、流通和消费的过程达到文化服务和商业赢利的目的。

随着人们文化需求文化消费的不断递增，随着文化产业在国民经济比重的不断加大，文化产业已经成为一个国家、一个城市竞争力的主要标志之一，文化产业已经成为国家经济发展的核心产业。中国的文化产业从20世纪70年代末起步，已经有了长足的发展，国家统计局首次发布了我国文化产业的统计数据，2004年，我国共有属于文化产业的单位34.6万个，个体经营户36.2万户；从业人员996万人，占我国全部从业人员（7.52亿人）的1.3%，占城镇从业人员（2.65亿人）的3.8%。文化产业当年实现增加值344.亿元，占GDP的2.15%。<sup>④</sup>



与纽约、伦敦、柏林这些世界性国际大都市比较，上海的文化产业明显落后并且存在着相当大的差距，这些差距不仅存在于文化体制、思想观念上，更存在于文化格局、文化战略上。这大约主要呈现在如下几方面：

（一）上海文化产业发展的氛围不够宽松和谐。与纽约、伦敦、柏林相似，上海也是一个移民城市，20世纪30年代上海的繁盛也是由于诸多人才的集聚所营造成宽松和谐的文化氛围。自新中国的户口制度形成后，移民城市的性质变化了，导致了上海文化的逐渐衰落。改革开放以后，尤其是1992年以后，虽然我们加大了上海开放的力度，但是仍然未形成与国际大都市相吻合的宽松和谐的文化氛围。

纽约对于外来移民有着更为宽容的姿态。曼哈顿的格林威治村是著名的“艺术家家园”，每年大量来自世界各地著名艺术家慕名前来演出；苏荷区是画家的天堂，大量画家集聚在此创作。据1999年美国统计年鉴，纽约画家、雕塑家、工艺美术家有15,058人。这些具有较高文化素养的人群造就了纽约，使纽约成为全美国最大、全世界重要的艺术品市场。<sup>②</sup>伦敦是英国创意产业发展的龙头和中心，仅从事电影业和传媒业的伦敦有10万人，英国1300个影视公司中，70%落户在了伦敦，伦敦电影业的产出占英国的75%，每年电影及相关行业的产值为7.36亿英镑。<sup>③</sup>柏林形成了开放宽容的文化氛围，吸引了来自世界各地的艺术家。目前在柏林生活和工作的艺术家人数为德国之最，据统计2000年至2005年，在柏林的独立艺术家人数上升了40%。众多的艺术家为柏林文化创意产业的发展提供了资源，文化创意产业的发展也为艺术家们带来了可观的收入，2002年柏林艺术家的年收入要高于德国艺术家平均收入的40%，而柏林的房地产价格却低于全德国平均价格的20%以上，日常生活的开销也明显低于慕尼黑、科隆等大城市，这又吸引了更多的艺术家移民柏林。<sup>④</sup>

2003年《伦敦市长文化发展策略草案》开篇就说：“文化是促进理解、形成城市特征的强大力量。它可以跨越障碍、颂扬差异，使不同背景的人们融合在一起。文化可以激发灵感、带来教益、创造财富，给每个人带来无穷的愉悦。”<sup>⑤</sup>他强调以文化使不同背景的人们融合在一起，激发灵感创造财富。文化产业发展的氛围不仅在于吸引人才的某种开放姿态（如柏林为了吸引外来人口，自2002年起向每一位迁来柏林的人（包括外国人）发放100欧元的欢迎费）；更在于给予外来的文化产业发展人士提供创业与发展的空间。伦敦在文化发展中，强调文化的多样性，倾向于对弱势群体的关注，甚至成立了黑人和亚洲文化遗产委员会，促进黑人与亚洲文化的发展。

上海近些年来强势政府弱势文化的状态，形成了过于一统的文化发展格局，上海地域传统以老大自居的心态、涨幅过高的房地产、短视的眼光与策略等，使得上海缺乏文化产业发展的宽松空间，影响了上海文化产业的发展。

（二）上海文化产业发展缺乏足够的创新意识。作为海纳百川的开放性大都市，上海历来以对于外国外地文化的引进中创新见长。20世纪30年代，高植在《在上海》一文中就认为：“上海是中国‘外国化’到最极度的地方。一切新兴的东西，物质的，精神的，都由上海发动，然后推到全国去。虽然所谓新文化运动的五四运动发源于‘北京’，一九二六年国民革命军发难于广东，可是上海仍是中国工、商、经济、文化、出版界的中心。从物质文化方面看，从非物质文化方面看，上海都是中国的头脑。”<sup>⑥</sup>海派、京派、京派、京派也几乎成为人们的共识。上海虽然在近些年的发展中，仍然呈现出一定的创新意识，但是在与纽约、伦敦、柏林等国际大都市相比较，上海文化产业的发展缺乏足够的创新意识。

在上海近些年的发展中，稳重有余而创新不足，守规矩讲规范虽然形成了上海的处世原则，但是墨守成规思想保守，形成了上海文化产业缺乏创新的面貌。1998年2月至1999年10月，维也纳文化研究组织“媒体帝国”（Mediacuh）开展了一项大规模的调查，调查范围涉及了欧洲诸多人文艺术与新技术创新中心，通过调查发现：这些文化产业内的创新中心打破了人文艺术与产业之间的传统障碍，“通过人文艺术、产业、政府与公民社会之间的伙伴关系，创造出新的经济增长点”，具有“数字文化运作上的极端多样性”，既为获取新的技术提供各种机会，又为创造发明提供各种手段。研究认为，与新兴媒体相关的文化既为多媒体产业创生新的内容，又把握原有的文化遗产，更为社会的沟通与创新提供崭新的方式。<sup>⑦</sup>就从纽约百老汇对于歌剧经典的打造，我们就可以看出在继承传统中的创新意识。纽约的剧院分为上演经典名剧的百老汇、演出制作成本小颇具创意新剧目的外百老汇、演出带有实验性小型剧作的超外百老汇三种类型。在外百老汇、超外百老汇的剧作演出获得成功后，可能会

进入百老汇成为豪华大型的经典剧作。百老汇的一些剧院几乎是常年上演同一经典名剧，在一再上演过程中使剧作的演出精益求精日臻完善。百老汇诸多剧目演出的场次令人咋舌，《歌剧魅影》1988年1月26日在百老汇首演，至今已经上演了近20年，成为在百老汇上演时间最长和场次最多的音乐剧。不少剧作被改编电影上演，又导致了观摩音乐剧新的热潮。百老汇的剧作早已走向世界，在世界各地各大城市上演，甚至创下了歌剧在国外演出场次的新记录。

上海在文化产业的发展中，缺乏足够的创新意识，在电影创作中早已没有了20世纪30年代引领中国电影的地位，缺少具有全国影响的影片，更鲜有引起世界瞩目的电影，上海电影风光不再。在戏剧类创作中，像舞剧《野斑马》、多媒体梦幻剧《时空之旅》等原创性的作品不多，在求稳中限制了创新。上海的报刊缺乏《南方日报》、《羊城晚报》、《南方周末》等的开拓与创新精神，缺乏创新色彩，束缚了上海文化产业的发展。

（三）上海文化产业发展缺乏世界眼光。在全球化背景中，文化产业的发展必须应该具有世界眼光，不仅应关注文化产品在本国所占有的市场份额，更应该具有将文化产品占领国际文化市场的眼光与策划。这不仅需要在开掘与继承民族文化遗产的基础上推陈出新，更需要关注国际文化产业市场与动向，不断瞄准国际文化市场的前沿，不断以创新意识打造具有创新色彩的文化品牌产品，形成文化产品生产与销售的良性系统，在不断扩大国际影响中，将文化产品推向世界。

在世界文化产业的发展中，好莱坞的电影、日本的动漫、韩国的电视剧的成功都值得我们学习借鉴。诸如韩国在发展文化产业的战略中，提出的基本方针为：1、集中力量开发具有国际竞争力的高质量文化产品；2、重点培育战略性文化产业，不搞平均主义，实行选择与集中的基本政策，集中力量支持重点产业和重要项目；3、力争使国家扶持政策产生最大的整体实效（韩国《文化产业发展5年计划》）。韩国的文化产业发展计划中，显然具有鲜明的世界眼光，在开发具有国际竞争力的高质量的文化产品中，使韩国的文化产品具有世界性的影响和国际性的市场。

上海在文化产业的建设与发展中，更多地引进国外的文化产品，无论是好莱坞电影，还是百老汇歌剧；无论是日本的动漫，还是韩国的电视剧；无论是维也纳的音乐会，还是俄罗斯的芭蕾舞，我们虽然以外国的艺术精品丰富了上海的文化舞台与市民的文化生活，但是我们却缺少将更多的自己独创的艺术精品推向世界，使具有中国文化传统上海地域特色的文化精品在国际文化市场上赢得份额扩大影响。

虽然，近些年来上海的文化产业有了长足的发展，但是与纽约、伦敦、柏林等国际大都市比较，上海的文化产业发展存在着很大的差距，我们应该在分析研究上海文化产业发展的现状的基础上，汲取世界国际大都市文化产业发展的经验，推进上海文化产业的迅速有序地发展。

### 三、上海文化产业发展的思考

文化是一个城市的灵魂，文化产业是一个城市发展的动力。作为国际文化大都市的上海，在未来的发展中必须将发展文化产业置于重要的地位，随着人民生活水平的不断提高，对于文化产品的消费水平也日益提高。迅速有序地发展上海的文化产业，对于满足上海市民不断增长的文化需求，对于加强上海城市的国际影响与文化竞争力，具有十分重要的意义。在上海文化产业现状的分析中，我认为在今后几年中上海文化产业的发展应该注重如下几方面：

（一）抓住世博会的契机，加快发展上海文化产业。拿破仑三世在1855年的巴黎世博会中说：“我们的愿望：希望这次世博会不仅仅是新奇的玩艺的集合地，而是全世界的工业、商业和文化艺术领域的一个传播文明文化的渊源。”纵观世博会的历史，世博会已逐渐从各国先进工业品的博览，演变为各国文化、科技、社会发展成就的展示，在重视科技物质成果的展示的同时，更重视文化内涵的表达，重视文化产业的促进，世博会的举办大多为该国带来了长远的经济利益和社会效益。



世博会已经成为传播文明文化的渊源，同时是促进文化产业发展的动力。上海 2010 年的世博会是上海文化产业发展的一个重要契机，国际上诸多国家承办世博会大多加速了文化产业的发展。1855 年巴黎世博会，将展览与文艺演出结合，扩大了世博会的影响。1992 年的塞维利亚世博会，其文艺演出达到了近万场。2005 年爱知世博会在演艺和展览上交相辉映，获得了巨大的成功。世博会不仅在展览期间有文艺演出、文化旅游、卡通产品、街头巡演等，同时也开发世博会后期的有关文化产品。上海世博会在 6 个月的会展期间大约有 7000 万人流，应该在世博会的平台上充分创造和发展文化产业，借鉴与汲取以往世博会的经验，开发与发展由世博会带来的重大文化产业项目和文化商机，从而提升上海城市的综合竞争力。

（二）加强文化创新机制，促进文化产业的竞争力。在全球化背景中，文化产业的竞争力与其创新性有着十分密切的联系，上海文化产业的发展必须加强文化创新机制。在文化管理体制方面注重政府管理与市场调控的结合，强调文化产业发展的规范化与奖惩并行；在产业投资方面提倡政府投资和社会参与的结合，尤其注重民营企业、私营企业加入文化产业的建设与发展；在文化产业产品的生产中强调具有创新色彩产品的开发，强调打造具有国际竞争力的文化产品；在文化产业的发展中注重文化产品的引进与文化产品的输出并行，注重对于市民文化消费层次提高的引导。

文化创新机制的形成必须加强文化人才的培养与引进，在文化产业发展的过程中不断注重对于文化人才的培养，注重人才创新意识的培育，同时也注意引进有一定影响的文化人才，在政策、待遇等方面予以优惠，吸引国内外有影响的文化人才集聚上海，形成文化创新与文化产业竞争的机制，在平等竞争的基础上，形成上海宽松和谐却充满竞争的文化氛围。

（三）打造文化产业精品，开拓文化产业国际市场。文化产业对社会产生影响主要依靠具有实力的文化精品，上海必须努力打造文化产业的精品，打造出具有国际水平与影响的文化精品，不仅在引进诸多国际上的文化精品，丰富上海的文化舞台文化市场，满足市民的文化消费与艺术欣赏，更应该在不断打磨的过程中打造具有内涵的文化精品，开拓文化产业的国际市场，注重的文化影响与经济效益方面的双赢。

打造文化产业的精品必须既注重对于国外文化精品的学习借鉴，更注重对于本民族本地区优秀文化传统的开掘与继承，越是民族是就越世界的，这是一个颠覆不破的真理。在文化精品的打造过程中，纽约百老汇的经验值得借鉴，在不断打磨的过程中构成百老汇歌剧的经典性，在不断推向市场推向世界的过程中，拓展文化精品的世界性影响，获得社会影响和经济效益的双丰收。

全球化是一柄双刃剑，对于发展中国家尤其如此，一方面它提供给发展中国家诸多发展的机遇，一方面它又努力使发展中国家走进世界格局中而弱化了本民族的特性。上海在全球化的背景中，既给文化产业的发展提供了机遇，又对于文化产业的发展形成了某种危机。上海必须在全球化的背景中，抓住机遇、克服危机，不断发展上海的文化产业，增强上海城市竞争力，丰富市民的文化生活，对于世界文化的发展和文明程度的提高，作出重要的贡献。口

注释：

①胡锦涛在中央党校发表重要讲话：坚定不移走中国特色社会主义伟大道路。人民日报，2007 年 6 月 26 日。

②本·亚明．摄影小史：机械复制时代的艺术作品．江苏人民出版社，2006 年 10 月版。

③国际统计信息中心课题组．国外关于文化产业统计的界定．中国统计，2004 年第 1 期。

④胡谋，李南玲，王攀．国家统计局首次发布我国文化产业精确统计数据．人民日报，2006 年 05 月 22 日。

⑤靳慧，姚琳琳．2004 年上海市文化产业统计数据发布．东方网，2005 年 7 月 12 日。

⑤上海 2005 年文化产业同比增长 13%，第一财经日报，2006 年 9 月 21 日。

⑥董巍．上海文化产业年总产出近 2350 亿元．金报，2007 年 9 月 13 日。

⑦上海市人民政府．上海加速发展现代服务业实施纲要．2005 年 1 月 21 日。

⑧林广．上海与纽约文化形态比较研究．历史教学问题，2005 年第 6 期。

⑨祝碧衡，吴卓群．伦敦创意产业最新动态．上海创意产业中心，2006 年 8 月 17 日。

⑩于雪梅．柏林与上海文化创意产业发展比较．上海经济，2005 年第 1 期。

⑪林广．上海与纽约文化形态比较研究．历史教学问题，2005 年第 6 期。

⑫碧衡，吴卓群．伦敦创意产业最新动态．上海创意产业中心，2006 年 8 月 17 日。

⑬于雪梅．柏林与上海文化创意产业发展比较．上海经济，2005 年第 1 期。

⑭伦敦文化管理机制与发展策略．特区文化研究中心，2006 年 2 月 25 日。

⑮高植．在上海．大上海半月刊,1 卷 1 期，1934 年 5 月 20 日。

⑯New Media Culture in Europe, Amsterdam, 1999, De Balie and Virtual Platform. <http://www.dds.nl/-virtplat>

⑰世博会 150 年历史．中国广播网，2007 年 7 月 20 日。

该文为上海市重点学科都市文化学项目（Y0401）。

收稿日期：2008-05-29