

新中国文化产业 70 年史纲

□ 李向民 杨 昆

摘要: 新中国成立以来,我国文化产业取得巨大成就,具体表现在总体规模扩大、市场主体增加、消费层级提升等方面。今天,文化产业正逐步成长为国民经济支柱性产业,迎来发展的“黄金期”,在满足人民对美好生活的需要中发挥着重要的作用。本文通过梳理 70 年来文化产业的发展脉络,探究不同历史时期的文化及产业政策、文化市场经营主体、文化市场和消费,探讨文化产业发展的规律,助推文化产业升级,实现文化产业社会效益与经济效益的统一。

关键词: 文化产业; 文化政策; 文化市场; 文化消费

中图分类号: G122

文献标识码: A

文章编号: 1671-8402 (2019) 10-0059-14

新中国成立 70 年来,中国共产党领导全国人民不懈探索社会主义先进文化建设道路,凝聚中国力量,构筑了中国精神、中国价值,丰富了广大人民精神文化生活,满足了人民对美好生活中精神文化的需求,取得了重要的文化建设经验和成果。文化产业的发展是我国经济建设的重要体现,也是社会变革、思想变化的折射。由于文化产业本身的意识形态属性,新中国成立 70 年来我国文化产业经历了曲折的发展道路,从一个侧面反映了中国政治生态的变迁和社会生活的变革。总体来看,随着社会不断进步,人民生活水平不断提升,产业环境不断完善,文化产业呈现了从小到大、从弱到强、从单一到融合的特点,内涵不断延伸,新业态不断涌现,在国民经济中占有重要地位。

我国政府调动一切积极因素,从政策指引、制度建设、基础设施建设等方面为文化产业发展提供了保障,奠定了社会主义文化基础。制度是资源配置的实际决定因素,制度的短缺或制度供给滞后会制约经济发展。文化产业兼具意识形态载体和经济建设功能,在新中国成立之后一直是国家和政府重点关注的对象。国家通过制度和政策影响文化产业发展,从宏观的政治、经济、文化背景到微观的企业生产、经营、销售等方面,指导文化产业发展方向,制定文化体制,规范文化市场,激

基金项目: 国家社会科学基金艺术学重大项目“中国特色艺术智库研究”(17ZD09)阶段性成果。

作者简介: 李向民,南京艺术学院副院长,紫金文创研究院院长,教授,博士生导师,研究方向:文化产业;杨昆,南京艺术学院文化产业学院博士研究生,紫金文创研究院助理研究员,研究方向:文化产业。

励文化消费，促进文化生产力的提升和文化产业社会效益、经济效益的协同发展。

新中国70年文化产业经历的曲折但又昂扬的发展过程，可以说是新中国成长史的一个缩影，也从另一方面呼应了国际形势、技术进步、金融创新等外部环境。总体上看，这一历程可以分为7个阶段：一是新中国成立初期的17年（1949—1966），社会主义公有制计划经济迅速确立，文化产业逐步事业化；二是徘徊中的前进期（1966—1978），文化产业被边缘化；三是改革开放初期（1978—1992），文化体制改革相对滞后，文化产业艰难复苏；四是全面建设市场经济时期（1992—2002），文化市场逐步繁荣，文化体制改革逐步破题；五是完善市场经济体制时期（2002—2009），积极做强、做大文化产业市场主体，完善市场体系，文化产业的经济功能日益凸显；六是大国崛起期（2009—2017），文化产业作为战略支柱性产业受到重视，文化产业在产业融合、业态创新中地位突出；七是新时代（2017—）文化产业在满足人民对美好生活需要中发挥重要作用，文化的引领作用进一步彰显。这7个阶段，都有一些标志性的重大事件。

一、新中国成立初期（1949—1966）：文化产业的公有化和事业化

新中国成立初期，我国以“一化三改造”为核心全面推进公有化改造：一是逐步实现社会主义工业化；二是逐步实现对农业、手工业和资本主义工商业的社会主义改造。在此过程中，中国旧文化产业通过社会主义改造被纳入计划经济体制。文化单位规划生产、统销统分，直接导致资源高度集中、统一调配。许多原来的文化企业不再是一个独立的经济实体，不能自由支配其运营收入，运营所需设备资产等需要专门的拨款，所取得的利润全部上缴财政。由于政治、文化体制的变革，文化供给、市场价格体系都被纳入计划与公有体制，这种变革对党和国家的政策宣传、文化建设有积极推动作用。

（一）文化及产业政策

新中国成立初期，社会主义基本制度确立，为当代中国各方面的发展进步奠定了根本的政治前提和制度基础，文化产业面临新的政治环境与经济环境，更加突出文化的意识形态属性，文化产业的主要特征表现在：一是基本完成工商业的社会主义改造，文化产业的产权制度和管理制度发生深刻变化，文化生产活动均以文化事业的形式面向社会；二是国家对文化人、艺术家实行工薪制，面向市场的文化艺术家从自由职业者等市场主体转变为文化艺术工作者，成为文化艺术单位的一分子。

文化产业既具有意识形态的特点，也具有经济属性特征。无锡泥人、景德镇瓷器、苏州刺绣等手工艺品的商品化特点比较明显，依然具有一定的市场流通度。但另一部分精神产品如戏剧、电影等主要强调意识形态的承载功能。1949年8月，中宣部在《关于加强电影事业的决定》中指出：“电影艺术具有最广大的群众性和普遍的宣传效果，必须加强这一事业，以利于在全国范围内及在国际上更有力地进行我党及新民主主义革命和建设事业的宣传工作”。新中国国家电影工业主要服务于政治宣传与新社会的文化建设，传统电影产业链迎来了根本性变革。电影在形象传播上具有大众化、通俗化的特点，因而成为国家传播意识形态、构建文化主导权的重要方式。1951年5月5日，政务院发布了《关于戏曲改革工作的指示》（五五指示），明确了戏剧演出的意识形态宣传作用，提出剧团和剧场管理制度等“改戏、改人、改制”的改革基本方针。1958年的“三并举”和1963年的“大写十三年”，把现代戏的创作和演出提到了首要位置。

针对文艺创作中出现的教条主义现象，中央提出了“百家争鸣”“百花齐放”的“双百”方针。1951年4月3日，毛泽东为新成立的中国戏曲研究院题写“百花齐放，推陈出新”，这成为建国初期戏曲工作的指导方针。1953年，毛泽东就中国历史研究问题提出了“百家争鸣”的主张。1956年4月中央政治局扩大会议上“双百”方针被正式提出，这是新中国成立以来党的文化政策的重大转折。

（二）文化经营主体

新中国成立后迅速开展社会主义改造，以期实现生产关系的飞跃，私有制改造成为此阶段的主要政治任务。因此，文化产业也出现了两个变化：一是大型文化企业如上海的电影公司、景德镇的陶瓷厂及一些民间手工业企业等开始通过公私合营等方式转变为公有经济；二是以个体劳动和自由职业为基础的文化产业也开始逐步转变为文化事业，如天桥的杂技艺人、民间剧团、书画家等开始成为各类文化事业单位的工作人员。

新中国成立初期，公有经济和私营经济并存，1949—1952年间，电影事业迅速恢复发展，国营电影制片厂和十几家私营电影企业共生产故事片101部，其中仅1950年即生产60部（国营29部，私营31部），形成了新中国成立后电影创作的第一次高潮。1949年、1950年的两次电影局扩大行政会议中提出，国营电影事业必须实行企业化，并在企业化过程中奠定了人民电影的经济基础。国有电影体制迅速成长。1949年11月建立的上海电影制片厂、1946年10月成立的东北电影制片厂和1948年接收的北京电影制片厂，成为新中国成立后三大国家电影制片厂，为社会主义电影事业的发展奠定了组织、物力、人力基础。

新中国成立后，手工业作为新民主主义国家5种经济成分之一，被写入《中国人民政治协商会议共同纲领》，政府对手工业的社会主义改造采取积极领导、稳步前进的方针，承诺在经营范围、原料供给、销售市场、劳动条件、财政政策和金融政策等方面加以扶持。工艺品的生产公司是属于计划经济体制，个人无法进行生产资料的组织和销售，只有调拨，没有市场。一些带有贸易性质的交易则主要面向国外。1953年，中华全国合作总社召开会议，提出经过合作化道路，把手工业分散的个体小生产变为集体生产，逐步实现半机械化或机械化，从而开始了手工业合作化的变革。1956年，上海工艺美术行业先后建立118家生产合作社，当年完成工业总产值2259.7万元，其中出口1079.8万元，占47.78%。

在劳动报酬方面，新中国成立初期一定程度上继承了民国时期的出版制度，作家通过稿酬、版税等收入保持高收入水平。1950年9月，第一届全国出版会议初步拟定了新中国的稿酬制度。1953年，中国新闻出版总署统一口径，制定了“按基本稿酬加印数定额付酬”的付酬标准，拉开了降低稿酬的序幕。1958年，随着国家政策的调整，稿酬大幅度下降。1966年6月，各出版单位自动取消稿酬，稿酬制度实际上被停止。戏剧影视行业的演员薪酬也出现了类似变化。1951年的“五五指示”规定戏剧团体的经营权和所有权相分离，对演员的薪酬分配制度也进行了变革，著名演员和普通演员之间的薪酬差异缩小，不再出现几十倍、上百倍的差距。1957年，电影人的酬劳制度改革为基薪、酬金的按劳取酬制度，一时间刺激了影片的生产。但1960年困难时期，全国各地开始采取撤并剧团、精简演员的紧缩政策。1962年国营剧团进行改制，对合作经营的专业剧团给予更广阔的市场空间。

（三）文化市场和消费

这个时期文化市场的政治化倾向明显，发展经费主要来源于国家赞助。1953—1957年间，国家文化事业费总投入4.97亿元，占基本建设投入的1%。重视创作轻视演出是这一时期的特点，把剧团当作一个创作部门而不是一个演出团体，戏剧的商业化、市场化和娱乐性被忽视。艺术家成为国有演出团体的专业文艺工作者，1950年，北京人民艺术剧院（即“北京人艺”）成立，组建了一支包括话剧队、歌剧队、舞蹈队和乐队的综合性表演艺术团体，制作出话剧《龙须沟》，获得了巨大成功。

以美国为首的资本主义国家在政治和外交上对新中国施加各种压力。随着东西方阵营的对立和“冷战”的开始，中国在政治上实行立场鲜明的政策，对以美国文化为代表的资本主义文化持批判态度。国内文化市场主要对社会主义国家及亚非拉等国家开放，与欧美国家文化交流几乎中断，对外文化市场处于半封闭状态。因此，以好莱坞为首的商业电影在中国失去了生存空间，国内放映的主

要是苏联、东欧和朝鲜等国的影片，且数量较少。

由于消费惯性和观众黏性，新中国成立初期的文化消费并没有大幅度波动。但随着国家对文化产业的主动性加强，人们的消费意识和思想认识逐渐改变，文化消费需求产生变化。起初传统戏剧仍有很大的市场，剧团为保证票房持续营业，50年代的《梁山伯与祝英台》和《白蛇传》两部剧反复上演，这一时期创作出话剧《茶馆》和豫剧《朝阳沟》这样的一批经典作品。这个时期，政府鼓励演员和剧团在经济上降低对国家的依赖，文化部号召所有国营剧团争取在1958年达到自给自足甚至有盈余。

电影业方面，当时负责制片厂开支、电影院和放映队开支以及全国发行收入、代理中外影片发行佣金收入等事宜的，均为各大行政（或军政）委员会文教部。新中国成立初期，各大城市的电影票价逐渐降低。1954年出台政策，将电影院划分为3个等级，并将电影票调整为6个等级，全国平均0.2元。这个价格从50年代持续到80年代，一直没有改变。农村地区的电影放映发展迅速，观影人次在1952年达到1.8亿人次，放映机构696个。1957年后电影事业有了突破性发展，电影事业整体发展向上（如图1所示）。

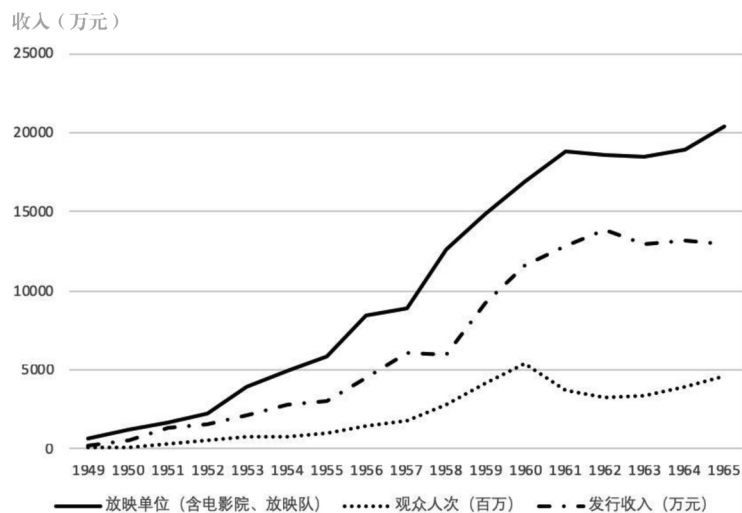


图1 1949—1965年间电影发展走势图

新中国成立后，我国创造性地完成了新民主主义革命向社会主义革命的转变，建立起独立的、较完整的工业体系和国民经济体系，形成了文化单位事业化、文化事业管理高度集中、文化资源统一调配的崭新的社会主义文化体制，“双百”方针逐步成为社会主义文化发展的核心思想。在社会生产力水平相对落后的情况下，文化产业的发展积累了重要经验。

二、徘徊中的前进（1966—1978）：文化产业的边缘化

这个时期，在特殊的政治环境下，无论是文化供给还是文化消费都处于匮乏状态，文化产业除了工艺品出口贸易外，主要以文化事业的形式存在。文艺作品内容趋于单调，创作有着严格的指导和分配。文化消费单一，以“样板戏”为代表的主流文化成为主要的文化供给。

（一）文化及产业政策

这个时期的文艺创作主要依据中央下达的文件、指示来确定文艺作品的内容和艺术原则，不以市场为导向，而以政治任务来进行，内容、形式相对单调。

（二）文化经营主体

由于取消了稿酬制度，自由职业已经没有生存空间。各类剧团单位主要从事“样板戏”的移植

和传播，一些手工艺企业，如宜兴紫砂工艺厂，因政治原因制壶工艺质量下滑，直到后期得到日本、香港的大宗外销订单后才逐步恢复元气。

（三）文化市场和消费

这个时期，剧团和演员演出传统剧目受到限制，全部上演“样板戏”的八九个剧目，“样板戏”产生很多文化衍生品，比如根据“样板戏”制成的彩色电影、电视纪录片、广播剧、唱片、连环画、中小学语文课本，甚至发行剧本、曲谱、挂图、年历、明信片、字帖、画片等，还有各种无偿的特许经营权内容，如各类相关标志和人物形象都出现在簿本、面盆、瓷器、烟标、玩偶、年历片、家具上。尽管缺乏营利动机，但事实上却打造了有史以来最大的文化生产链，其影响力绝不低于米老鼠、唐老鸭。大量相关“样板戏”衍生产品的开发和销售十分红火。

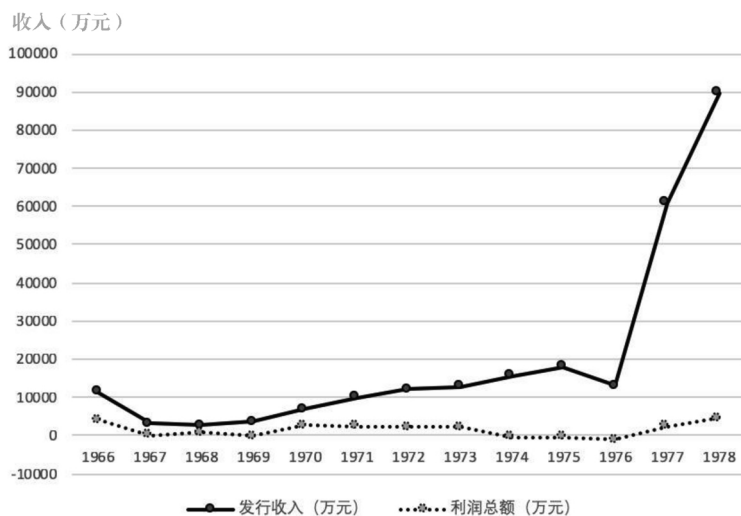


图2 1966—1978年间电影产业发展走势图

此阶段的电影也主要以“样板戏”为主，1966—1976年间共发行了70部长片，其中6部是重拍片，12部是“样板戏”和移植“样板戏”的舞台纪录片，外国影片36部，《新闻简报》是当时的热门电影。中影公司在此阶段只向阿尔巴尼亚、朝鲜、越南和罗马尼亚等少数国家输出一部分“样板戏”，同时也只准以上4国的影片进口。1976年后，由于解禁了一些影片，如《红楼梦》《洪湖赤卫队》等，文化消费出现反弹性激增（如图2所示）。高需求、无成本、高回报是这一时期的典型特征。越剧电影《红楼梦》解禁后，反响巨大。

此阶段艺术类图书的出版数量明显多于其他类型的图书，小人书（连环画）如《地雷战》《地道战》《白毛女》等，价格为1毛钱左右。1966年出版的《大海航行靠舵手》歌曲集，价格为2分钱。1967年出版的单幅月历为6分钱一幅，1973年12月上海人民出版社的《1974年摄影月历》，价格高达2.5元。

1971年国有出版社仅存46家。广大人民群众读书的需求无法满足。此后，在毛泽东、周恩来等领导人的过问下，图书出版得到一定程度的恢复。广播事业发展较快，成为人们日常的主要文化娱乐方式。城镇居民观影大多是由单位包场买下所有电影票发给单位职工。农村居民观影则依靠公社的流动放映队，费用由“公家”统一支付。1970年6月，降低了电影票价。新的标准是：大、中城市分为4级，即0.3元、0.25元、0.2元、0.15元；小城市（镇）、县城分为两级，即0.15元、0.1元；农村则不售票，以包场为主。文艺演出的票价与电影票价大体相当。

此阶段文化产业发展虽然已被边缘化，但民族工艺品手工业的生产贸易仍在继续，以“样板戏”及其衍生产品为主流的文化供给数量极高，且产生了规模化、复制化、流水化的文化生产，形成了特殊时期的文化产业发展模式。

三、改革开放初期（1978—1992）：文化产业在摇摆中复苏

国家在文化领域开始自上而下进行改革试点。东南沿海地区和少数大城市成为文化市场和文化产业化的中心。此阶段的政策仍有明显的“双轨制”特征，计划经济的惯性不断牵绊着文化事业的改革步伐，反复、摇摆成为文化产业制度变迁前期的重要特点。

（一）文化及产业政策

改革开放为文化发展带来新的契机，文化建设迈入了新的历史时期。政府对文化产业发展方面的政策处于探索阶段，主导思想仍然是坚持管制为主，允许文化产业在一定范围内发展并给予有力的支持。

此时电影业市场化运作的要求与发行权统购模式产生冲突。1979年国务院批转文化部、财政部的《关于改革电影放映管理体制的请示报告》中明确规定，中影公司所留利润“不得用于电影制片厂的基本建设”。制片部门和发行放映部门利润倒挂。一部影片只要文化部电影局通过即可，国家实行售价统购包销，彩色片每部70万元，黑白片60万元。1982年中央和地方财政投入约13亿元资金用于发展电影业，推动了电影发行放映事业以空前的速度发展。全国电影放映单位3年间共增长了17.63%。1984年中央颁布《中共中央关于经济体制改革的决定》，进一步扩大企业经营自主权，电影业具有了企业性质，开始了事业单位企业化经营的模式，独立核算，自负盈亏，通过银行借贷筹资生产，实现利润。

这一阶段，国家越来越认识到文化的经济属性。1985年4月国家统计局《关于建立第三产业统计的报告》中首次把文化艺术作为“第三产业”的一个组成部分列入国民生产统计的项目，说明已经承认了文化艺术的产业属性。1988年3月国务院批转《文化部关于加快和深化艺术表演团体体制改革的意见》，1989年1月财政部出台《关于事业单位财务管理的若干规定》。改革政策的相继出台，保障了文化单位经营形式的多样化和灵活性，推动了文化市场各行业的逐步开放。1991年6月10日国务院批转的文化部《关于文化事业若干经济政策意见的报告》中，在肯定“以文补文”活动的同时正式提出“文化经济政策”的概念。

（二）文化经营主体

文化事业单位开始企业化转型。1978年党的十一届三中全会开始了以经济建设为中心的转向，开始了改革开放新时期的探索。改革开放成为我国加快发展建设的主要途径。在计划经济向市场经济过渡的社会背景下，最突出的矛盾在于文化市场对开放的迫切需要和意识形态控制的强度。1978年《人民日报》等首都8家报社要求试行“事业单位属性、企业化管理”。1979年，财政部颁发《关于报社试行企业基金的管理办法》，着重明确报社是党的宣传事业单位，但在财务管理上实行企业管理办法。1982年2月文化部、财政部、国家工商局发布《文化事业单位开展有偿服务和经营活动的暂行办法》。1983年开始，全国文化事业单位开始试行以经营承包责任制为主要形式的体制改革。一些文化事业单位为了获取收益，缓解经费不足的矛盾，开展“以文补文”活动。

1978年之后，全国各地的剧团迅速恢复上演传统剧目，江苏省从1965年的51个剧团恢复到1979年底的155个剧团。文化部于1983年发文“严禁私自组织演员进行营业性演出”，政策对剧团及演员加强管理，一定程度上减缓了剧团经营市场化的步伐。1984年4月中国戏剧家协会组织了首届中国戏剧梅花奖的评选，戏剧演出日渐活跃，剧团数量从1975年的2836个一度增长到1980年的3533个，但80年代之后，电视机逐步进入家庭，很大程度上冲击了戏剧市场，戏剧演艺业面临巨大的发展危机，剧团数量、演出场次和收入水平均呈下降趋势。

稿酬制度逐步恢复。1980年7月恢复了印数稿酬。1981年12月国家出版局发布《关于对“文革”前遗留稿费问题的处理意见》，指出虽然关于“文革”前遗留的稿费问题尚无明文规定，“但针

对不同情况，原则上都应予以解决”。1984年12月国家又增加了基本稿酬的种类，印数稿酬增加一项支付标准。1990年7月印数稿酬大幅度提高，也提高了若干种类的基本稿酬。与此同时，一些艺人的天价出场费引起社会公众的关注，并且引发了最早一波“偷税风波”。

（三）文化市场和消费

改革开放以后，经济体制改革的重点是将高度集中的计划经济体制转变为社会主义市场经济体制。但文化体制的改革速度与强度相对滞后于经济体制改革，对市场的敏感度略低。我国不断探索和发展社会主义商品经济，激发了文化生产力，文化市场逐步复苏，出现了一些具有时代意义的文化艺术精品。电影几乎成为中国人最喜爱的文化消费品。著名的电影刊物《大众电影》复刊，1981年单期发行量就从起步的50万份一路攀升到创纪录的965万份。文化部和财政部出台了《国发1979（198）号文件及其实施细则》，规定了票房的分账模式。1980年起，生产故事片的版权归制片厂所有，改单拷贝按9000元累积总拷贝量结算。1981年上海电影制片厂摄制的戏曲电影《白蛇传》发行500多个拷贝，创单片发行的最高纪录，引发了观影热潮，总观众达到7亿人次。

1978年12月，国家出版事业管理局在全国报纸经理会议上正式宣布了报社企业化经营的决定。1979年我国出现了第一条报纸商业广告、电视广告、外国商业广告。1979年，广州东方宾馆开设了国内第一家音乐茶座，这是我国艺术市场、文化市场逐步开放的一个重要信号。随即，营业性舞厅等经营性文化场所在各大城市争相开业，我国开始出现了具有现代意义和形态的文化市场。1981年著名京剧表演艺术家赵燕侠承包了北京京剧团，这是第一个实行承包制的演艺院团。1984年上海开办了第一家营业性舞厅。随着政策调控和媒介技术的发展，中国的传统音乐产业逐渐崛起。随着港台音乐文化对内地的渗透和影响，以邓丽君为代表的港台流行音乐成为一种时尚标志。内地音像业逐渐起步，形成最早的一批流行歌手，带动了演艺业和卡带复制业的迅速发展。1984年、1985年，流行歌手张蔷的专辑《东京之夜》《害羞的女孩》磁带发行量都超过250万张，不仅救活了亏损多年的云南音像出版社，也使中国流行音乐产业迅速崛起。

1978—1985年，中国图书市场总量经历了井喷式超常规增长。巨大的购书需求得到释放，图书出版业的供给能力也得到极大提升。但1985年之后图书总印张数和总印数都有所下滑。1977年，中国共有114家图书出版社，到1988年增加到506家，增长3.43倍。

1988年文化部、国家工商局联合发布《关于加强文化市场管理工作的通知》，首次在政府文件中使用“文化市场”这一概念。文化市场的兴起成为改革开放初期的一种独特社会现象，为文化的发展繁荣起到积极推动作用。

改革开放以来，党和政府出于放开搞活的需要，开始探索文化的多样性，思想文化领域迎来了历史性变革。文化的经济属性和产业属性作为其社会属性的附庸，逐步被认知，但文化体制深层次的改革尚未开始，文化市场尚未形成规模，文化产品的供给尚无法满足社会需要，文化产业处于“复苏期”。

四、全面建设市场经济时期（1992—2002）：文化市场体系逐步建立，文化产业化持续推进

1992年邓小平同志南巡谈话发表，以“三个有利于”为代表的新的“思想大解放”的共识，成为20世纪90年代后中国社会主义经济发展的重要价值取向，全社会充溢着自由创新的气象。改革开放进入快车道，各领域改革全面推进，文化体制改革开始启动，从文化事业单位的创收到民营文化企业的启动，再到文化市场的乱象和整治，国家开始意识到文化市场不仅要开放，而且要有规范管理。文化商品和劳动的价格体系开始形成，人民文化消费逐步增长，形成一些新的文化热点和市场热点，如贺岁影片、流行音乐等。

（一）文化及产业政策

国家逐步认识到文化产业发展的的重要性，指导政策上从以政府管制为主向尊重市场规律、发挥市场作用为主的方向调整，逐步运用产业政策推动文化产业健康发展。

1992年邓小平南巡谈话是中国文化产业发展的一个重要节点。党的十四大提出“物质文明和精神文明都搞好，才是有中国特色的社会主义”，首次强调“发展文化经济、完善文化经济政策”。这给文化产业的发展提供了充分的经济环境和政策环境。1992年7月国务院办公厅编著的《重大战略决策——加快发展第三产业》首次使用了“文化产业”的概念。此阶段，我国出台了一系列指导文化体制改革的相关政策。1996年的十四届六中全会《关于加强社会主义精神文明建设若干重要问题的决议》中指出“要遵循文化发展的内在规律，发挥市场机制的积极作用，理顺国家、单位、个人之间的关系，逐步形成国家保证重点、鼓励社会兴办文化事业的发展格局。”1998年文化部文化产业司成立，这是我国政府部门第一次设立文化产业专门管理机构。2000年十五届五中全会通过《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》，第一次在中央正式文件中使用了“文化产业”的概念。此时，文化与产业、文化与经济开始了“合法化”的融合发展，标志着文化经济化和产业化发展的探索，自此文化产业与文化事业并驾齐驱。从中央到地方出台了一系列政策鼓励文化产业发展，文化产业进入发展快车道。

电影的市场化改革主要是由计划分配转向市场分配、由管理与经营一体化转向管理权与经营权相分离、引进世界通行的分账发行方式等。1993年1月5日颁布的《关于当前深化电影行业机制改革的若干意见》及其《实施细则》，明确指出“电影制片、发行、放映等企业必须适应党的十四大确立的社会主义市场经济体制”，“要看社会、经济两个效益”，同时打破中影公司长达40年的发行垄断，电影业开始触及体制核心的改革。

因应中国即将加入WTO组织，文化产业可能面临前所未有的机遇与挑战，国家从1999年起大力推动国有文化企业集团化发展，传统文化企业相继合并组成大型集团公司。2000年，广电总局、文化部联合下发《关于进一步深化电影业改革的若干意见》，电影局随后出台《关于加强宏观调控发行放映国产影片的实施细则》和《关于建立35毫米影片交易中心和单拷贝销售的实施细则》，重点提出电影制片发行放映一条龙改革试点，组建电影集团，进行集约化发展。2001年，国家广电总局、文化部发布《关于改革电影发行放映机制的实施细则》，打破了中国电影市场的行政分割和地域界限，推动了影院之间的联合，促进了资源的流动。2001年中办、国办转发《关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见》，组建70多家文化团体，文化市场进入整合发展和结构调整时期。

（三）文化经营主体

经过十多年的改革开放，社会主义市场经济体制不断发展完善，市场在资源配置中的基础性作用得到了认可，人们的物质需求不断得到满足。党的十五届五中全会提出将文化产业列入国家发展战略，区分公益性文化事业与经营性文化产业、深化对文化属性的认识。国有经营性文化单位转企改制为文化市场主体，转变政府职能，实行管办分离、政企分开、政事分开，极大地解放了文化生产力。1997年非国有文化部门创办的文化经营单位占整个文化经营单位的88.6%。

20世纪90年代初，演艺市场的灵活需求和国营剧团的僵化体制之间存在矛盾，演出成本不断提高，剧团盈利困难，由此催生民营剧团的复兴，不少国营剧团内部演员以个体身份参加民营剧团演出。各级政府对演艺市场的控制逐渐放宽。1994—1996年间，演艺团体的体制改革成为文化部的重点工作，1997年出台《关于继续深化艺术表演团体体制改革的意见》。出版业市场化改革逐渐步入正轨，1992年10月，全国首个具有独立法人资格的编辑出版学术团体中国编辑学会成立。同年，文化行业第一家股份有限公司上海东方明珠股份有限公司成立，并于1994年2月在上海证券交易所率先上市，迈出了国有文化企业借助资本市场发展壮大的一步。其后，无锡中视影视、湖南广电传媒、成都博瑞传播、北京赛迪传媒、北京歌华有线、陕西广电网络等企业先后直接或间接上市，

成为国有上市文化企业的“第一梯队”。这一时期对国有文化企业上市尚未形成统一、明确的政策，已上市企业均具有探索性的“个案”色彩。文化企业逐步出现集团化发展趋势。1997年广州日报报业集团成立，1999年上海世纪出版集团成立，开始了我国出版企业集团化、规模化发展的阶段。2001年证监会在新颁布的《上市公司行业分类指引》中将传媒与文化产业列为上市公司13个基本产业门类之一，其下含出版、声像、广播电影电视、艺术、信息传播服务业5大类，表明文化上市公司的行业地位已获得资本市场的初步认可。一些民营文化企业开始崭露头角。如华谊兄弟公司从一个广告公司涉足电影业，借鉴港台经验，推出了以《甲方乙方》为代表的贺岁片，在商业上取得成功，也使一度沉寂的电影市场迎来了新的春天。

为体现对知识和人才的尊重、对市场规律的尊重，1999年6月起，国家改革图书稿酬制度，变指令性的付酬标准为指导性和指令性相结合，以指导性为主、指令性为辅，增加了“版税”和“一次性付酬”两种使用作品的付酬方式，“版税制”重新成为支付稿酬的主要方式。与此同时，演艺明星的高收入再次因一些名人的税务事件引发社会讨论。

（三）文化市场和消费

改革开放后，市场经济是主要的经济体制变革方向，文化资源配置更具市场化，文化要素市场开始孕育生长。此阶段经济发展进入快车道，市场经济开始体现出规模效益。但文化市场整体规模较小，参与的市场主体较单一，主要集中在新闻出版、广播电视等内容行业。

由于电视机和录像机、光碟机进入家庭并迅速普及，电影和戏剧表演产业在这一时期持续下滑。票房收入从1990年的32.34亿元下降到2000年的9.3亿元，观影人次也由79.37亿人次下降到不到1亿人次，中小城市及县城影院的票房收入占全国票房的比例不到10%。此时期中国人均看电影人次不足美国的1/10，年票房收入不足美国的1/30。1994年，为克服行业和市场双双疲软的难题，中影公司开始每年从海外引进10部分账大片，同年11月，首部分账片《亡命天涯》在国内上映，获得2580万元的票房收益，拉开了分账大片独步影坛的序幕。1998年，分账大片《泰坦尼克号》在中国内地市场获得高达3.59亿元的票房。1994—2000年间，中影公司共引进海外分账片46部，总票房17.4亿元人民币。小剧场戏剧开始重新“复兴”，小剧场戏剧在京、沪地区发展迅速，并且出现了90年代初期和末期的两个演出热潮，出现了上海人艺的《留守女士》爆满400多场的动人景象，一定程度上改善了戏剧的市场处境。

文化市场的交易方式也迅速与国际接轨。1992年10月，中国文物艺术品拍卖的首场交易——“1992北京国际拍卖会”在北京21世纪饭店剧场举行。1994年全国共举办10多场文物艺术品拍卖会，共实现成交额1.8亿元；1994年6月中国拍卖行业协会成立，直接推动了《拍卖法》的诞生。1996年国家文物局下发了《关于一九九六年文物拍卖实行直管专营试点的实施意见》《关于加强文物拍卖标的鉴定管理的通知》。1999年北京翰海、中国嘉德、北京荣宝、上海朵云轩四大公司成交拍品8000件，成交总额为3.6亿元。1992年之后，中国图书产业结束了调整和徘徊，图书出版的品种、数量、定价总金额和质量等指标都出现迅速攀升。1995—2005年，图书品种由101381种增长到222473种，图书总印张数由316.78亿印张增长到493.29亿印张，定价总金额由243.62亿元增长到632.27亿元，分别增长了119.44%、55.72%和159.53%。

中国特色社会主义市场经济体制的建立为文化市场体系的建立奠定了基础，“文化产业”与“文化事业”逐步脱离，“文化产业”开始走上独立发展的道路，并且呈现出多元化、市场化的特征。

五、完善市场经济体制时期（2003—2009）：文化体制改革全面推进

2003年以后，随着中国加入WTO，国家开始有意识地发展文化产业，规范文化市场，人民文化消费占生活消费的比重逐步增长。好莱坞电影等国外文化产品对中国本土文化产业形成冲击。国家

进一步放开国内文化投资，社会资本开始向文化产业集聚。在文化产业发展这一战略思路被正式提出后，文化产业如何发展，经济效益与社会效益二者间关系如何处理是发展中面临的最大问题。

（一）文化及产业政策

这一时期，国家文化和产业的政策继续鼓励放开搞活，全面深化文化体制改革，释放文化生产力，降低社会资本进入文化产业的门槛，鼓励社会投资文化产业。2002年党的十六大召开，国家全面推动文化体制改革，促进了文化市场主体有组织、有计划的培育，这是文化产业发展史上的又一转折点。文化主力军逐步涌现，国有文化事业单位开始全面转变为文化市场主体，同时进一步放开和鼓励民营文化企业成长。2003年6月中央成立文化体制改革试点工作领导小组，同年召开全国文化体制改革试点工作会议，全国文化体制改革试点工作正式启动。2006年我国第一部文化发展规划《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》出台，提出要发展重点文化产业，优化文化产业布局 and 结构，转变文化产业增长方式，培育文化市场主体，健全各类文化市场，推动国有文化企业改制。随着社会主义市场经济的深化，金融资本对文化市场的影响愈加明显。文化产业资本来源也逐步开放和多元。

文化产业规模不断扩大，经济效益明显提高，国家对文化产业的统计范围和标准做出了更加明确的规定。2004年4月国家统计局印发了《文化及相关产业分类》，对我国文化产业的范围和分类进行明确界定。2005年出台了《文化及相关产业指标体系框架》。2006年5月，国家统计局首次公布文化产业统计数据，开启了我国文化产业标准化、科学化的研究时代。

（二）文化经营主体

适应市场经济发展和文化体制改革需要，出版业呈现产业化、数字化发展的特点。出版形态、业态和生态都发生重大变化。江苏省在组建新华报业、凤凰出版、江苏广电、江苏演艺集团之后，又成立了全国首个以文化产业命名的省级文化集团——江苏省文化产业集团。但这一时期的企业集团在经营范围上，大多延续了过去行业分割的格局，而且企业和事业之间的界限也不清晰，客观上存在着只更换马甲、不更换观念和机制的问题。而且大多数国有文化企业集团内部都存在着人员身份“双轨制”的问题，既有事业人员又有合同制企业人员，在内部管理和激励机制上存在很多隐患。

政府出台多项产业准入政策，鼓励多种经济成分共同发展。2005年8月《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》出台，明确鼓励和支持民营资本进入文艺表演团体、演出场所等文化产业领域，在文艺表演团体和演出场所等文化公司中可持有股份。文化经济政策相对宽松灵活，扩展了非公有制资本进入文化产业领域的边界。一些以互联网为基础的新型民营文化企业如腾讯、百度、盛大等迅速发展，既推动了文化业态的创新，也极大地丰富了人民文化生活。

2008年起，由光明日报社等单位合作主办第一届“全国文化企业30强”评选活动，首届30强名单在一定程度上体现了当时中国文化企业的最重要的样本。这些企业多数是国有事业单位转企后成立的文化企业集团，以及少数与旅游演出相关的民营文化企业。

（三）文化市场和消费

2003年国家广电总局颁布《电影制片、发行、放映经营资格准入暂行规定》（20号令），电影制作、放映环节基本放开，发行环节则大幅开放，鼓励境内国有、非国有资本（不含外资）与现有国有电影制片单位合资、合作或单独成立制片公司。境外资金涌入，“合拍片”成为中国电影的一个市场化需求。2004年末电影生产的国有企业投资比例已下降到50%以下，境外资本、民营资本联合拍摄的影片达到80%。2003年《英雄》创造了高达2.5亿元的票房收入。

随着文化体制改革的深入推进，文化产业从小到大呈现蓬勃发展态势，整体规模和实力快速提升。2010年我国文化产业法人单位实现增加值11052亿元，比2004年增长了221.3%，占国内生产总值的比重由1.94%上升到2010年的2.75%。全国共出版图书32.8万种，总印张604.7亿印张；全国新闻出版、印刷和发行复制业总产出为12698亿元，实现增加值3503.4亿元。全年制作广播节目

681万小时、电视节目274万小时,生产电视剧14685集,国产动画产量超过22.05万分钟,电影产量526部;全国广播电视系统总收入达到2302亿元,电影综合效益达到157.21亿元;艺术品成交总金额达1694亿元,成为世界最大的艺术品交易市场之一;互联网和移动网游市场规模达到349亿元。同时,涌现出一批总资产和总收入超过或接近百亿元的大型文化企业,成为文化产业领域的领军力量;现代文化市场体系初步建立,资产、产权、人才、信息、技术等文化要素市场逐步完善。文化产业日益成为经济发展新的增长点,在繁荣社会主义文化、满足人民精神文化需求、创造就业机会、优化产业结构、加快转变经济发展方式、提高国家文化软实力等方面发挥了重要作用。

总之,随着加入世界贸易组织,国家加大对文化产业的政策支持,文化体制改革逐步深入,社会资本逐步向文化产业聚焦,文化产业呈现规模化、国际化的新特点,进入快速发展时期。

六、大国崛起期(2009—2017):融合创新的文化产业成为国家战略性产业

2008年北京奥运会成功举办,2010年中国经济总量首次超过日本,成为世界第二大经济体。2012年中国第一艘航母辽宁舰正式入列,标志着中国的综合国力和国际地位迈上了新台阶。党和国家更加重视发展文化产业,文化产业政策成为经济和文化政策体系中的重要组成部分。

(一)文化及产业政策

这一时期,党和国家对发展文化产业的思路更加明晰,不仅重视文化产业的意识形态属性,对其产业发展也给予了高度重视,相继出台多项规划和政策措施。在全球金融危机之后,世界各国重视文化产业的发展,我国也更加注重文化产业在经济振兴中的重要作用。2009年7月22日,我国第一部文化专项规划《文化产业振兴规划》出台,文化产业上升为国家战略性产业。

2011年3月发布的《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》,第一次将文化产业明确为“支柱性产业”,提出“推动文化产业成为国民经济支柱性产业,增强文化产业整体实力和竞争力。”2011年10月,党的十七届六中全会通过了《关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》,提出加快发展文化产业,推动文化产业成为国民经济支柱性产业,坚持把社会效益放在首位,社会效益和经济效益相统一的发展思路。2012年召开的党的十八大更加重视文化建设和文化产业发展。十八大报告提出“促进文化和科技融合,发展新型文化业态,提高文化产业规模化、集约化、专业化水平。……增强国有公益性文化单位活力,完善经营性文化单位法人治理结构,繁荣文化市场。”2013年党的十八届三中全会通过《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》,国家文化政策的第一主题词从文化产业转变为现代文化市场,显示了政府将文化产业市场化发展的决心,重视发挥市场在资源配置中的作用。2014年2月,中央全面深化改革领导小组通过了《深化文化体制改革实施方案》,新一轮文化体制改革进入全面实施阶段。同年3月国务院出台的《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》。此阶段的政策已凸显将文化产业作为先导产业、同时与其他产业融合发展的指导思想。8月,文化部、财政部联合发布《推动特色文化产业发展的指导意见》,将特色文化产业发展工程纳入中央财政文化产业发展专项资金扶持范围。

2015年10月,习近平总书记在文艺工作座谈会上的讲话强调要坚持发展以人民为中心的社会主义文艺。一部好的作品,应该是把社会效益放在首位,同时也应该是社会效益和经济效益相统一的作品。2015年9月14日,中办、国办印发《关于推动国有文化企业把社会效益放在首位实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》,对迅速发展的文化企业参与市场竞争、经营性文化事业单位转企改制等问题做出规范引导。此阶段的文化产业政策体系和结构更加完备,涉及的范围和领域日益全面。国家对文化产业的分类更加明确、更具指导意义。2009年联合国教科文组织《文化统计框架》发布,2011年我国颁布《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2011),文化新业态不断涌现,2012年我国又出台《文化及相

关产业分类(2012)》，调整了类别，更加准确地反映了文化产业发展的未来趋势。

(二) 文化经营主体

这一阶段是中国文化产业规模迅速增长的时期，同时也是文化业态加速迭代更新的时期。文化企业的所有制结构更加多元化，文化企业集团开始跨地区、跨行业经营，市场竞争明显加剧，企业综合实力持续增长。涌现出以腾讯、万达、阿里、百度、方特为代表的大型民营企业，呈现出资本多元化、聚集程度高等特点。

随着政策扶持、科技进步和资本支持力度加大，文化产业发生了根本性的变革。在金融部门大力支持下，大量社会资本涌向文化产业，大企业、大项目不断涌现。文化企业相互整合资源，呈现全产业链发展的模式。从2007年开始，我国许多传统的出版传媒公司并购合作，纷纷成立大型集团。截至2017年底，出版业上市公司中净资产过百亿的公司有中南传媒、凤凰传媒、中文传媒和华文传媒4家公司。技术发展和行业融合催生了出版传媒业的许多新业态，网络游戏、移动音频等行业的发展成为文化产业的新兴力量。2017年，中国上市游戏公司的数量达185家，市场销售收入2036.1亿元，相比2008年增长了10倍。2012—2016年间，文化法人单位数量由66.3万家增长至130.02万家，增长96.12%；规模以上文化及相关产业企业数量由36469家增长至54728家，增长50.07%；营业收入由56264亿元增长至94050亿元，增长67.16%，市场主体发展迅速。

中国文化走出去也取得积极成效，图书和影视剧出口逐年提高，在国外的商业演出屡创新高。2013年，杂技剧《猴·西游记》在纽约林肯艺术中心商演27场，票房达1200万美元。

(三) 文化市场和消费

2013年，习近平总书记提出“一带一路”建设倡议。文化是促进各国人心相通最好的纽带，文化产业的对外贸易和交流取得了跨越式增长。2013年，我国文化产品进出口总额为1070.8亿美元，同比增长20.65%。2017年，我国文化产品和服务进出口总额1265.1亿美元，同比增长11.1%。其中文化产品进出口总额971.2亿美元，占比77%；文化服务业进出口总额293.9亿美元，占比23%。文化产品出口的科技含量有所提升。影视作品、图书出版等主要出口对象为东南亚、日本、韩国等国家和地区。这一时期是中国文化消费迅速扩大的时期。中国电影市场持续快速扩张，影院银幕数和影院票房数都迅速增长。2009—2017年间，银幕数从4723增长到50776，增长近10倍；票房收入由62.06亿元上涨到559.11亿元，增长8倍；观影人次由1.82亿人次上涨到16.2亿人次，增长7.9倍。

与此同时，文化消费结构也在加速转型。一些传统行业开始式微，一些与互联网相关联的新型文化产业迅速崛起，传统媒体报纸销售和订数则面临新的挑战。4G网络的商用推动了移动网络的发展和文化产业进一步转型。2013年12月4日，工信部向中国移动、中国电信、中国联通发放TD-LTE牌照，标志着我国电信产业正式进入4G时代。我国的手机用户数量也持续增长，2009年为7.5亿户，2017年达14.2亿户，短短8年翻了一番。移动互联网的普及推动了文化消费方式的转变和文化业态的创新，带动了中国文化数码产业不断创造新高。

2016年，文化部联合财政部在全国确定45个文化消费试点城市，从丰富产品供给、创新文化业态和消费模式等多方面，培育、引导和激发居民的文化消费能力，以更好地满足人民群众日益增长的美好生活需求。

我国综合国力的提升和经济的健康发展是文化产业繁荣的坚实基础。此阶段文化体制逐步完善，文化产业发展的目标更加明确，文化生产力显著提高，数字文化产业异军突起，文化走出去硕果累累，文化产业在国际竞争中更加自信。文化产业呈现数字化、现代化的特征。

七、新时代(2017—)：文化产业的新使命

在党的十九大上，习近平总书记做出中国特色社会主义进入新时代的伟大论断，指出现阶段我

国社会的主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。文化产业在满足人民群众日益增长的精神文化需求方面担负着更重要的作用，成为促进经济转型、社会进步的重要支柱。

（一）文化及产业政策

党的十九大的召开为文化产业发展提供了难得的历史机遇和广阔空间。文化产业作为支柱性产业，有力地推动全国经济高质量发展，既体现在整个GDP中所占比例达到一定规模，也体现在文化产业带动其他相关行业在上下游产业链上有所发展。2018年国家机构改革，新组建了文化和旅游部、国家广播电视总局、中央广播电视总台，中宣部统一管理新闻出版工作和电影工作。机构改革大力推动了文化产业管理机制的完善，有助于文化产业的结构变革。

2017年6月颁布了新的《国民经济行业分类》，2018年4月，国家统计局修订了《文化及相关产业分类（2018）》，适应了文化新业态不断涌现的新特点。针对文化产业概念表述不严谨、统计范围不规范等问题，2018年5月，十九大报告指出中宣部、国家统计局联合发出《关于加强和规范文化产业统计工作的通知》，要求各地坚持以文化属性定位定向，继续统一使用文化产业概念，不宜简单以文化创意产业、数字文化产业等新概念代替文化产业概念，自行扩大统计口径。众多政策的推行，有助于为推动文化产业发展提供数据支撑和决策参考。

习近平总书记指出“文化自信是一个国家、一个民族发展中更基本、更深沉、更持久的力量。”文化自信体现在文化产业蓬勃的发展态势中，也反映在我国文化对外交流的过程中。2017年国家印发了《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》，营造了传统文化传承发展的良好政策保障和社会氛围。文化产业各领域创作出大量高品质、高效益的文化产品。央视的《国家宝藏》、国产优秀动画片《大禹治水》等都取得了良好的社会效益。2018年我国文化产品和服务进出口总额1370.1亿美元，同比增长8.3%。演艺行业统筹国际和国内两个市场，扩大了市场份额和影响力。

文化法制环境进一步改善。2019年6月文化和旅游部发布《文化产业促进法（草案征求意见稿）》，从政策引导到法律规范，法案在人才、科技、金融财税等方面都有所涉及，为文化产业发展提供全方位的扶持保障。政府对文化产业的管理更加科学有效，给予文化产业宽松的发展空间，合理调动了社会资本和资源，促进文化产业健康发展。2017年2月，《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》重点提到政府鼓励和引导社会资本进入文化产业，鼓励社会资本进入文化企业孵化器、文化众创空间、文化资源保护开发等新兴领域。

党和国家的新一轮机构改革既赋予文化产业更重要的社会责任，也为其加速发展铺设了轨道。根据新的机构改革方案，新闻出版、版权、电影等职能划归党委宣传部门，文化和旅游部门合并组建文化和旅游部。文化与旅游的融合发展成为新的课题。与此同时，国家加强对内容的意识形态管理和引导，文化产业面临新的时代任务和发展机遇。

（二）文化经营主体

文化产业成为国家战略性、支柱性产业，文化企业进入跨行业融合发展的新阶段，数字文化产业迅速发展壮大。

传统文化产业转型升级步伐加快，数字出版、数字影音、游戏动漫、智慧旅游等文化产业新业态发展迅速，创新了文化企业的商业模式。行业中出现许多具有国际竞争力的独角兽公司和大型文化企业。2019年《财富》榜上世界500强排名中，与文化产业有关的中国企业有9家，分别是华为投资控股有限公司、京东、中国恒大集团、中国保利集团、万达集团、阿里巴巴集团、腾讯控股有限公司、苏宁云商集团和小米。与此同时，国有文化企业整体实力进一步增强。

国内数字影音行业呈现快速发展的态势，“爱奇艺”“哔哩哔哩”等一批数字影音企业在2018年相继上市。中国网络视频行业的营业收入由2013年的136亿元增长到2018年的952.3亿元，5年来平均增速达到50%左右。网络视频用户由2013年的4.28亿人增长到2017年的5.79亿人，占整体网

民规模的75%。中国动漫游戏行业也进入了发展高速期，2018年，动漫产业总产值突破1500亿元。

(三) 文化市场和消费

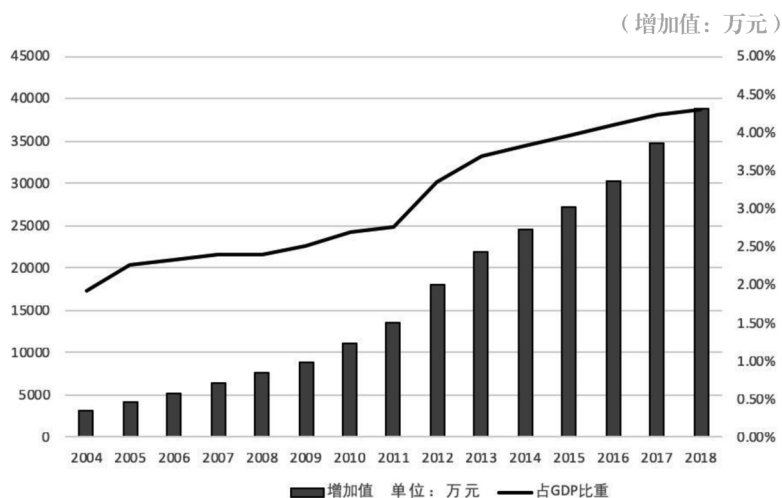


图3 2004—2018年文化产业增加值情况

2018年是改革开放40周年，我国文化产业进入快速发展新时期。据国家统计局数据显示，2018年我国文化产业实现增加值38737亿元，比2004年增长10.3倍，近3年文化产业增加值年均增长18.9%，远高于同期GDP年增速。文化产业增加值占GDP比重由2004年的2.15%提高到2018年的4.30%，为GDP创造的价值逐年递增（如图3所示）。截至2018年，全国文化产业增加值过千亿元的省（区、市）有13个，其中，广东、江苏、浙江、山东等省超过3000亿元。文化产业增加值占GDP的比重超过5%的省市有4个，分别是北京（9.64%）、上海（6.79%）、浙江（6.19%）和广东（5.37%）。我国已成为世界图书出版、电视剧制播、电影银幕数量第一大国，电影市场规模稳居全球第二。

随着信息化、数字化、科技化的发展趋势，文化产业也越来越重视培育新兴文化业态，着力推进“文化+”等战略，进行跨行业融合、跨地域发展。在传统的新闻出版业基础上，近年来出现了有声书和知识付费产品两大新型出版形态，到2018年年初达到高峰。

文化消费是人们为了满足精神需要在精神产品和服务方面的支出行为。随着我国经济实力的日益增强和文化产业的快速发展，我国文化投资和消费水平不断提高，且日益多样化。据不完全统计，截至2018年底，通过创新文化业态和消费模式，全国45个文化消费试点城市累计吸引居民消费约6亿人次，实现文化消费约1500亿元，参与试点公共文化机构数量达8344家，参与试点企业、商户数量31544家，形成了推进供给侧结构优化改革、释放需求端消费潜力、打通渠道端上下游、加强大数据应用等若干促进文化消费的有效模式。2018年，全国居民用于文化娱乐的人均消费支出为827元，占全部消费支出的比重为4.3%，是拉动内需和调整产业结构的重要因素。

当前，我国文化产业正面临最好的历史机遇期，对经济的提升拉动作用日益明显，已经成为国家战略性支柱产业。与此同时，文化产业在文化传承与创新中发挥越来越大的作用，也在满足人民对美好生活的需要中担当新的重要使命。

（作者单位：1. 南京艺术学院，江苏南京，210000；
2. 南京艺术学院 文化产业学院，江苏南京，210000）
（责任编辑：林秀琴）