

“十二五”文化产业更重质量效益

张晓明

“十二五”期间，我国文化产业发展的有利条件是突出的。可以将消费增长、经济结构调整、新技术应用、城市化，以及出口结构升级看做是今后一段时间文化产业可以搭乘的“五驾马车”。

相比较而言，消费必会增长，但会相对温和，一般不可能像出口和投资那样，因为政策或外部环境因素而在短时间内出现大起大落。结构升级和制造业升级在金融危机的推动下将出现一个较大的变化，因为涉及新增投资，由此而产生的文化需求增长可能更为迅速一些。三网合一的突然提速则表明，信息技术的大规模商用对消费的拉动具有“爆发式增长”的性质。

高铁的迅猛发展，已经突发式地改变了一大批二、三线城市的区位性质，兴起了新一轮城市建设的高潮，而这一轮城市化的发展显然是“文化主导”的。地方政府的执政者显然将眼光投向了未来，大量新颖和别具特色的文化设施随着城市化的进程而涌现出来。

最后是出口。近年来联合国贸发会议制定了新的国际文化贸易指标体系，将富含创意设计内涵的产品（如传统工艺品等）纳入统计，结果发现创意产品的全球贸易持续年增25%以上，而中国已经成为全球最大的创意产品出口国，这意味着中国的出口结构在发生着日益深刻的变化。

因此，在新的发展阶段中，中国文化产业只要有意识地搭上消费增长、经济结构调整、新技术应用、城市化以及出口结构升级这五辆车，就能吸取发展的能量，集聚发展的动力，获得发展的

高速度。可以预计，“十二五”期间中国文化产业发展的最大特点将是，不再受到不利的宏观经济环境影响，不必再过分依赖于政府支持和公共财政投入，不再只关注增长的数量，而是把质量效益放在第一位。总之，在宏观经济环境的助推下，中国的文化产业发展方式将会发生重大转变，走上依靠内生动力发展的新路。

但是，也应该看到我国文化产业发展的不利条件。我国目前还处在工业化的中后期，国家经济还没有真正进入以消费拉动经济增长的阶段。目前这个阶段的最主要特点就是，收入增长虽然快但是差别大，绝大多数老百姓收入水平还不高，因此还不是积极的文化消费者。而真正推动文化产业发展、具有强烈的选择性文化消费倾向的年轻的城市中产阶级，还处在成长初期，极不稳定。近年来我国城市化运动中房地产极不合理的泡沫化，无异于是对这部分刚刚成长起来的积极的文化消费者的一次狠狠的剥夺，令他们不得不削减大部分文化开支。

当然，制度和政策上存在的问题也很多，我们还需要深化文化体制改革。长期以来管理文化生产的计划体制不能适应社会主义市场经济的发展和体制环境，很大程度上制约了文化大发展的势头。比如热议的“反三俗”问题，其实真正的热点问题不是如何评价“三俗”这种文化现象本身，而是应该如何去管理市场经济环境下的文化生产和传播活动。当我们使用传统的行政手段去纠正市场失灵行为的时候，结果往往是破坏了市场机制本身发生作用的

环境，增加了投资环境的不确定性，缩小了市场主体“自律”的可能性，为今后更大范围的“失序”埋下种子。因此，在一定意义上说，不合理的制度和政策比低俗本身危害更大。在这个意义上，我们更应该关心的，不是市场上有哪些低俗应该加以批评和约束，而是政府采取的措施，以及实施这些措施的方法是否合理。

因此，“十二五”期间我们还面临繁重的改革任务，非改革不能抓住重大的市场机遇、实现产业的发展。而且现在谈改革，是到了明确改革目标模式的时候了。十七大报告中明确了人民群众在文化建设中的主体地位，是在新形势下对我国宪法赋予公民的文化权利予以重新强调，说明中国特色社会主义建设已经从建立基本经济制度以保护公民经济权利，走向了建立基本文化制度以保护公民文化权利阶段。这将是一个全新的起点。我们可以告别文化生产的计划经济模式，在宪法规定的个人文化权利基础上构建起适应我国社会主义市场经济制度环境的法律体系，围绕个人文化经济利益调整社会法律关系，奠定文化发展繁荣的坚实基础。

从“十二五”开始，我国文化发展将进入一个充满希望的新的时期。我们不应该以单纯的量的增长来设计这个未来，而应该将其看做是一个真正值得期待的新的发展阶段。

（张晓明，中国社会科学院文化研究中心副主任、研究员，中宣部《文化体制改革总体方案》和《文化发展纲要》起草小组专家组成员。）

责编：张伟 美编：孙珍兰