

文献引注为

叶臻, 李一森 (2009) “国际金融危机背景下的中国文化产业实证分析”
《中国文化产业年度发展报告》北京: 金城出版社, 501-522页。

Cited as

Ye, Z. & Li, Y. (2009) The Impact of Global Financial Crisis on China's Cultural Industries, Annual Development Report of Chinese Cultural Industries, Beijing: Gold Wall Press, pp. 501-522.

国际金融危机背景下中国文化产业路径初探

叶臻 李一森

英国赫尔大学商学院

一、国际金融危机对中国文化产业的影响

面对着改革开放30年来最严重的经济危机,我国文化产业发展面临着前所未有的挑战,也正迎来重大产业变革的先声和历史性的契机。从外部因素对国内的影响来看,当前国际金融危机最主要影响的是我国的实体经济,并直接体现在外贸订单的骤然减少,我国南方以制造业出口为主的企业大多陷入经营困境,中小企业大量倒闭。因此,从这个层面上讲,对于整体文化产业来说,受到冲击最大的应是文化产业相关层¹的文化产品制造业。相对而言,核心和外围层的文化服务业受影响较小。以福建省的文化产品制造业为例,受冲击最为严重的是那些长期为跨国企业作OEM代工的企业和他们的上游供应商,如工艺美术品制造业。相比之下,受冲击最小的则是那些长期立足于内需,发展国内市场的品牌的企业,如泉州的男装品牌。

现阶段国际金融危机尚未直接影响到位于核心和外围层的文化服务业²。然而,决策者们必须清醒地认识到一旦国际金融危机对实体工业经济的影响波及到居民消费,核心层的文化服务业势必受到由于可支配收入下降所带来的内需疲软,进而影响到国民消费心理和最终需求。尽管如此,世界性的危机必然带来世界性的调整。世界经济格局的变动将迫使中国产业加速进行调整和产业提升。长期以来由于追求高增长而产生的产业结构不平衡、粗放式增长和产能过剩等种种矛盾,必将通过内外需结构、产业结构和市场结构的逐步、有序调整得以化解。可以预见,未来新产业增长的“引擎”也将逐步从出口导向型、粗放式的增长逐步转向以内需为主、外需为辅的精细式产业创新发展模式,产业升级势在必行。

二、中国文化产业未来发展路径选择的依据: 绩效与集聚的实证分析

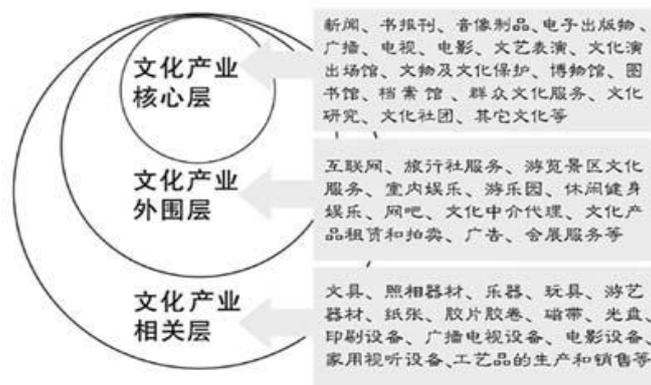
世界各国和地区由于不同文化背景和体制上的差异对文化产业有不同的称

¹文化产业相关层主要包括: 文具、照相器材、乐器、玩具、游艺器材、纸张、胶片胶卷、磁带、光盘、印刷设备、广播电视设备、电影设备、家用视听设备、工艺品的生产和销售等。

²文化产业核心层: 新闻、书报刊、音像制品、电子出版物、广播、电视、电影、文艺表演、文化演出场馆、文物及文化保护、博物馆、图书馆、档案馆、群众文化服务、文化研究、文化社团、其他文化等; 文化产业外层: 互联网、旅行社服务、游览景区文化服务、室内娱乐、游乐园、休闲健身娱乐、网吧、文化中介代理、文化产品租赁和拍卖、广告、会展服务等。

谓。在中国、德国、芬兰、日本、韩国等大多数国家称为“文化产业”，英国自20世纪90年代后期正式使用“创意产业”概念。然而，无论是文化产业、版权产业还是创意产业，它们都将新闻业、书报刊业、广播、电视、电影、音像、文化艺术表演等划入其核心产业范围。

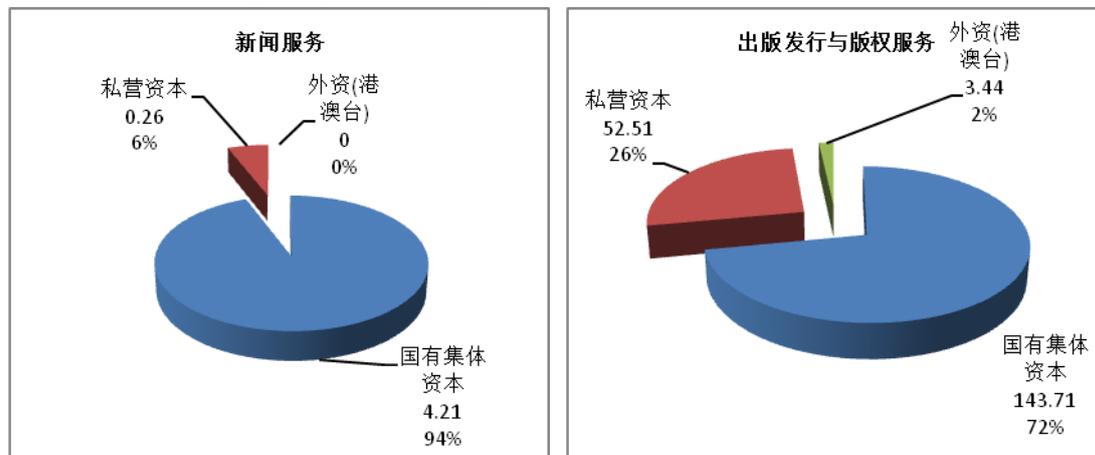
在我国，根据国家统计局《文化及相关产业分类》（国统字[2004]24号）来划分。我国文化产业可以根据部门管理需要和文化活动特点分为9个大类，24个中类和80个小类。此外，我国文化产业又可以主要分为文化服务和相关文化服务两大部分，以及“核心层”、“外围层”和“相关层”三个层次³。其中，文化服务包括了“核心层”和“外围层”的所有内容，相关文化服务则主要是指“相关层”，具体如下图1所示。以下，我们在这一个划分标准的基础上对我国文化产业进行实证分析，主要包括四大方面：（1）文化产业的资本结构分析；（2）文化产业的整体财务绩效分析；（3）核心文化产业的区位分布分析；（4）文化相关制造业的计量数据分析。



（图 1）资料来源：《人民日报》2005 年 3 月 2 日

1、我国文化产业的资本结构分析

资本结构指的是行业中资本来源性质的构成，主要取决于不同的经济成分。依据当前的国民经济统计口径，我国目前存在五种经济成分，即国有资本、集体资本、私营资本、外资资本以及港澳台资本。出于分析的考虑，我们按照其资本性质将其归纳为三种：国有集体资本、私营资本以及外资（港澳台），以方便进一步的分析和讨论。几个大类文化产业的具体资本结构图如下：



³ 人民日报，2005 年 3 月 2 日

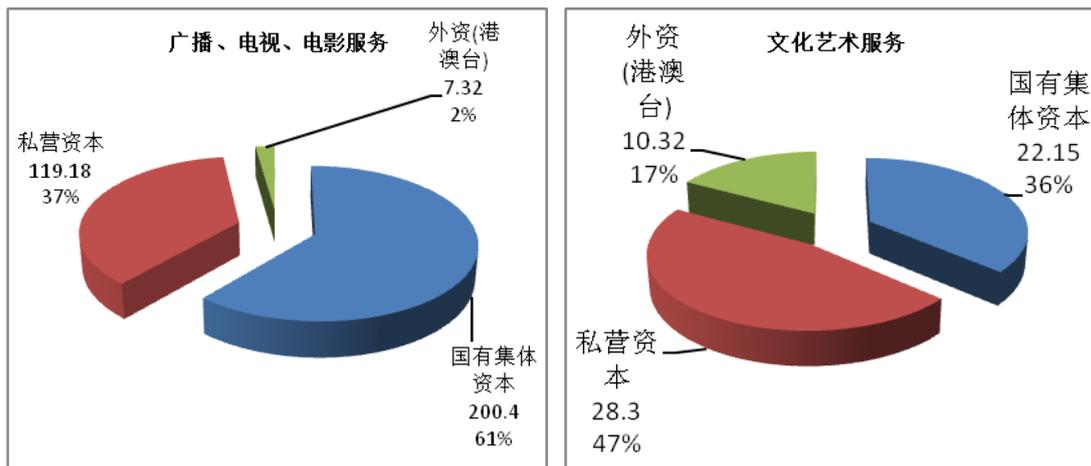


图 2

上图中新闻服务、出版发行与版权服务以及广播、电视、电影服务三个行业的资本结构中中国有集体资本位居首位，分别占到 94%、72%和 61%。由此可见，这三个行业是行政垄断性行业。外资（港澳台）资本在这三个行业中几乎不存在，私营资本仅占有一部分。

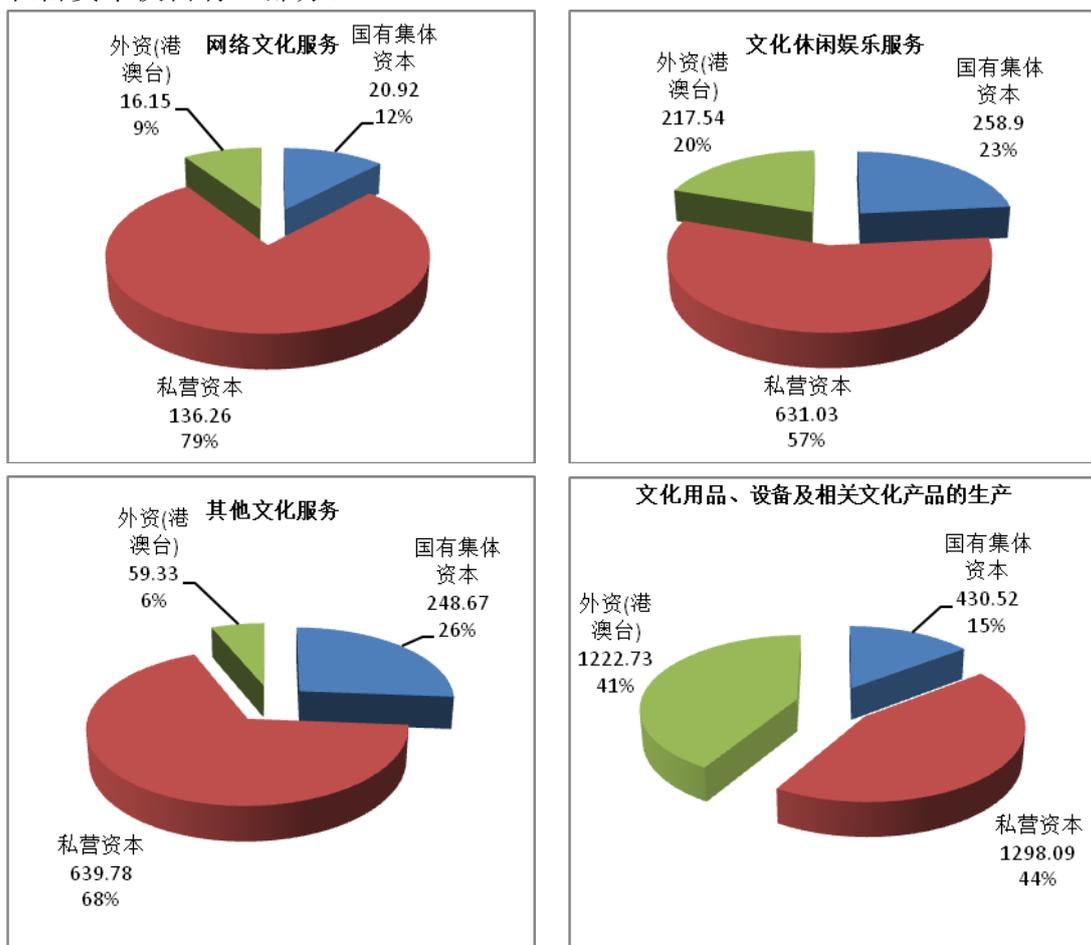


图 3

在文化艺术服务，网络文化服务，文化休闲娱乐服务，其他文化服务以及文化用品、设备及相关文化产品的生产这五个行业中，私营资本位居首位。国有集体资本在五个行业里都占有一定的份额，但比例不高。平均大概可以占到六层份

额；外资（港澳台）资本在文化艺术服务和文化休闲娱乐服务这两个行业里大概能够占到五分之一的比例。相比之下，文化用品、设备及相关文化产品的生产制造中外资比例则达到了 41%。综上所述，除文化及相关用品制造业以外，文化产业的资本来源主要来自于国内投资。

综上所述，国有资本在传统的新闻、出版、广电及文化艺术服务领域位于主导地位。私营资本在新兴的网络、休闲和其他文化服务领域也占据着主导地位。从市场结构和投资与消费的关系来看，未来文化服务业的发展必须重视扩大内需。通过引进私营资本对行政垄断性行业进行逐步改造，通过改善竞争机制，提高服务质量和整体业态。

2、文化产业整体财务绩效分析

我们对总体文化产业的财务绩效评估主要包括了盈利能力、偿债能力、营运能力、规模经济实力和成本费用利润率分析五个部分。

盈利能力无疑是判断行业绩效好坏最重要的依据。盈利能力主要通过主营业务净利率来体现（见附图表二）。从文化制造的各个行业来看，大部分行业的净利率并不高，都低于 10%，利率水平小于零的行业中值得关注的有家用影视设备制造业和家用音响设备制造，净利率只有-0.03 和-0.05。且过去十年来利润一直处于下滑的趋势，令人担忧。文化服务行业的情况也跟文化制造整体行业的情况类似，大部分行业的净利率水平在介于 0 和 15%之间；只有个别行业的净利率水平表现出比较明显的特征，如：文物及文化保护行业的主营业务净利率为负的 110%，属于补贴性、绩效差的行业。从偿债能力角度分析（见附图表二），整个文化产业可以分为两个部分，一部分行业的偿债能力较好，如新闻、广播、出版等，其相应的利息保障倍数数值都较高；另一部分行业的利息保障倍数则表现出负值的现象，主要包括：电影、艺术表演场馆、文物及文化保护、博物馆、群众文化活动、室内娱乐活动等。比较明显的是家用影视设备制造行业，其数据达到了-14.79⁴。从营运能力来看（见附图表二），资产周转率数据较高的行业是文化相关制造业中的照相机及器材制造、复印和胶印设备制造、复印和胶印设备制造和工艺品制造中天然植物纤维编织四个行业。资产周转率较差的行业有：博物馆、广播电视节目制作及发射设备制造、群众文化活动等几个行业。

从成本费用利润率数据来分析，文化相关制造类行业全员劳动生产率和成本费用利润率相对较差，盈利能力不高，劳动生产力低，但成本费用率也不高。可见这部分行业应是一种盈利和效率性上看粗放型的行业，亟待产业升级，通过技术改良和劳动力培训来提高效益。另一方面，文化服务类行业具有较明显的相对比较优势，首先其全员劳动生产率比平均水平略高一点，其次在成本费用利润率方面非常低。可见，如果努力发展服务类文化产业势必能带动文化产业的整体产业发展，并从而消除行业发展中出现的种种不平衡，减少固定资产投资及企业的成本费用，这样从原则上也可以起到节俭更多资源和能源消耗的目的。从规模经济实力来看，文化相关制造行业和文化服务业呈现明显不同的数据特征。文化相关制造的利税占有率明显高于整体文化产业中的其他行业值。从单个行业来看，总资产贡献率的行业数值中只有文物及文化保护一个行业的数值为负数，这可能和该行业的性质有较大关系。在利税占有率的行业数值中，有几个行业的数值明显高于其他行业，例如：出版业、其他商务服务、广告业等，其利税占有率的数

⁴ 当然，由于行业的性质不同，资产负债率的数据因行业而异。资产负债率较高的是一些文化相关产品制造类行业，其数值能达到 60%以上。

值都高于3%。可见，从规模经济实力来看，文化产业中行业间差距较大，具有异质性特征。

另外，从单个行业绩效来分析，盈利能力分析中的几个指标数值较差的行业都突出体现在如下几个典型行业中：电影、艺术表演场馆、文物及文化保护、博物馆、群众文化活动、室内娱乐活动、休闲健身娱乐活动、其他娱乐活动、文化艺术经纪代理、家用视听设备制造、家用影视设备制造。这些行业的主营业务净利润率和资产收益率都为负值，说明这些行业的盈利能力差，从单纯绩效角度考虑，亟待进行改革，通过政策扶持和引进竞争机制，双管齐下可以有效改善业态环境。

总体上，文化产业中制造类业的主营业务毛利率和主营业务净利润率都比文化产业中服务类行业低，说明文化相关制造业的附加值利润空间不尽如人意，亟待进行产业升级。从资产收益率和净资产收益率的数据来看，大部分文化相关制造业明显高于平均水平，可见文化产业发展需要投入的资产规模并不一定很大。不一定都属于资本密集型行业，因此对资本和能耗的需求不会太大。大力发展这些行业不但符合国家目前有关产业升级政策，也有利于巩固我国现有在全球制造业领域享有的比较竞争优势。下一章节中对此观点有专门的论述。

除一部分文化产品制造行业外，大部分文化服务业的所有权结构倾向于国有和私营经济。核心文化服务业，如新闻服务、出版发行与版权服务及广播、电视、电影服务的所有权结构比较单一，竞争机制有待改善。文化事业的总体绩效指标令人担忧，如何改善这一局面仍值得深入研究。

综合上述的分析。在当前的形势下，只有通过大力发展文化产业相关的生产型服务业才能巩固我国现阶段在制造业领域已取得的比较竞争优势。也只有通过大力提升支柱型的生产型服务业，如产品设计、知识产权转化和管理咨询等，才能提升产业能力和绩效，并进一步改善服务业的整体业态，在变更中重新打造并提升中国制造和服务业的共同核心竞争力。当然，使用何种经济手段，如开放国内市场以促内需发展，或通过引进国外高端生产型服务业或民营资本的介入从而加深行业竞争机制，加快体制创新的步伐，种种举措都是值得再做进一步的深度调研。在严峻的国内外形势下文化产业在改变需求结构和产业升级的过程中将起到何种作用？文化产业里的具体行业在这一变革过程中又将扮演何种角色？

3、我国核心文化产业的区位分布分析

相互联系的一群企业在地理空间上的集聚构成了产业集群，产业集群的定量辨识不仅要测量产业间联系，也要考察产业地理临近性⁵。目前产业集群定量测度方法主要有区位商和专业化系数、区位基尼系数、空间相关与产业联系法、因子分析和聚类分析等多元统计方法以及基于投入产出关系的图谱分析方法等都可以用来作为辨识产业集群的通常方法。实际操作中由于数据的可得性和数据结果的解释力问题，大多数研究主要采用区位商和地区专业化系数相结合的方法来测度地区产业的集中度。本文采用区位商方法进行分析。区位商强调从地区角度着眼，用它表示地区专业化程度更加明显。区位商值⁶反映产业在某个区域的相

⁵ 梁琦. 2004. 产业集聚论[M]. 北京:商务印书馆: 254 - 268.

$$LQ_{ij} = \frac{E_{ij} / \sum_j E_{ij}}{\sum_i E_{ij} / \sum_i \sum_j E_{ij}} = \frac{\text{该地区该行业就业人数} / \text{该地区总的就业人数}}{\text{该国该行业就业人数} / \text{该国总的就业人数}}$$

E_{ij} 为该地区该行业就业人数，i 表示某个地区，j 表示某个行业。

对专业化度。一般而言，如果 LQ 值大于 1 说明在某个时点上该地区该行业的就业人数相对别的地区而言更多，也表明这个地区的相对产业的集中程度比较高，该地区在该行业发展的地区分工中拥有比较大的区位优势。以下是我们对核心文化产业在我国的区位分布所进行的具体分析。

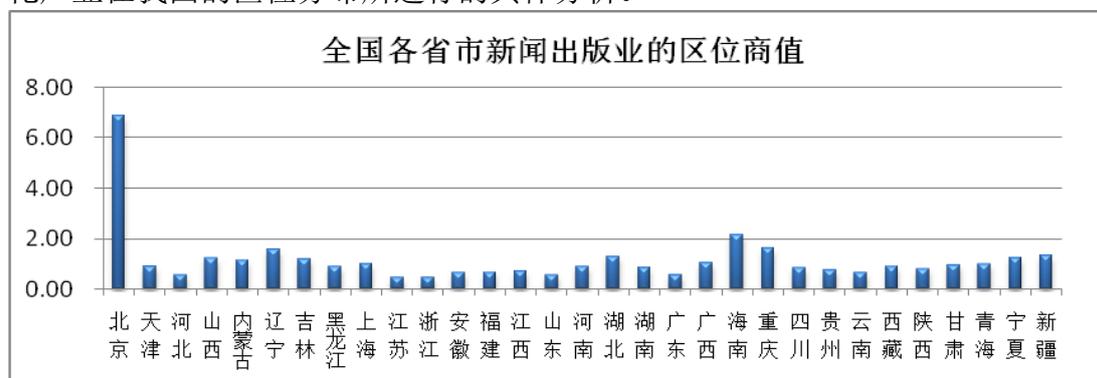


图 4

由图 4 中我们可以看出全国范围内新闻出版业的区位商值较高的是北京、海南、重庆、辽宁，相对值较低的是河北、江苏、浙江。尤其值得注意的是北京的区位商值远远高于全国其他省市，可见，作为我国的首都，北京在新闻出版业中具有绝对的集聚优势。而几个经济比较发达的省份新闻业的集中度相对都不高，也从侧面体现了新闻出版业的发展跟经济发展的关联性不高。

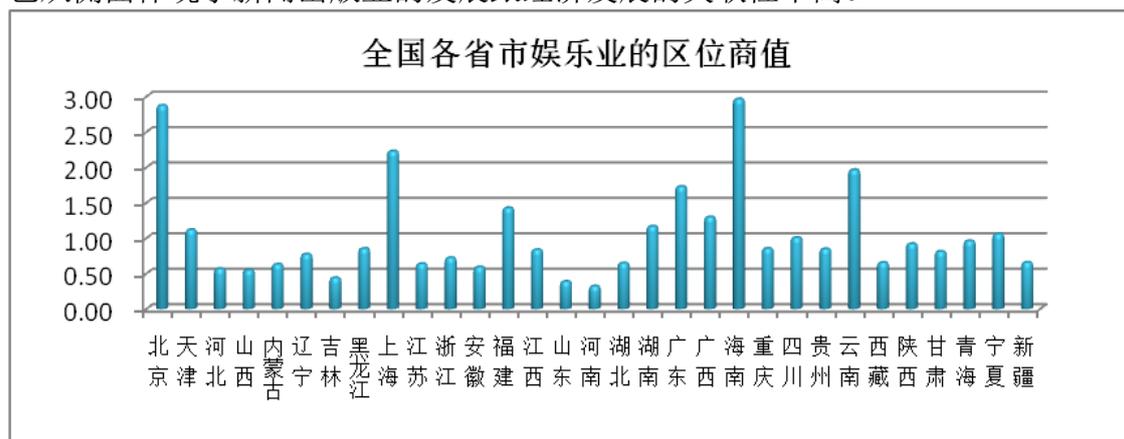


图 5

从全国各省市娱乐业的区位商值图 5 中可以看到，海南、北京、上海三个地方的区位商值比较高，其值都大于 2，紧随其后的有云南、广东和福建。说明这些地区娱乐业的从业人员密集度远远高于全国平均水平。在娱乐业的区位商值中比较靠后的是吉林、山东、河南三个省份，其值都小于 0.5，说明这三个省份的娱乐业就业人员的密集度不到全国平均水平的一半。从全国范围来看，区位商值大于 1 的省市不多，只有北京、天津、上海、福建、湖南、广东、广西、海南、云南九个省市。说明我国目前的娱乐业发展水平的区域差距仍然比较明显。

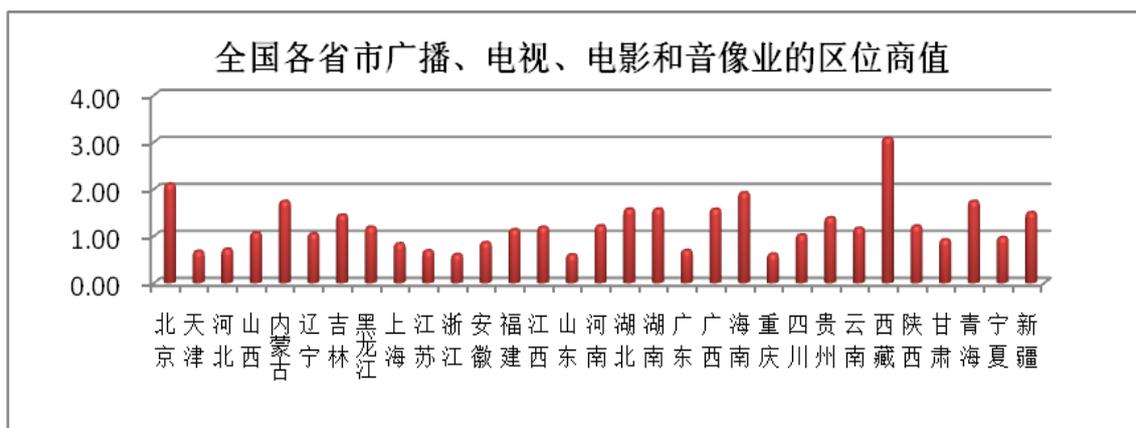


图 6

由上面的全国各省市广播、电视、电影和影像业的区位商值图 6 我们可以看到，其值排在前面几个的有：西藏、北京、海南、内蒙古、湖北、湖南以及青海，其中由于基数部分缺失，西藏和青海所测值偏高。区位商值较低的有浙江、山东、重庆和广东。说明该行业在这些地区能够吸收的就业人员相对于其他产业而言并不高。比较优势并不明显。产业集聚是一个动态的文化经济发展过程。因此如上对于区位分布的分析并不足以完全反映影响文化经济发展的主要因素。但在显示各省市相对差异上，对于政府进行统筹规划具有一定的借鉴。

4、文化相关制造业的计量数据分析

文化相关制造业主要包括文化相关的几个制造业，即：造纸业，文化用品制造业，乐器制造业，玩具制造业，游艺器材及娱乐用品制造业，专用化学产品制造业，印刷、制药、日化生产专用设备制造业，广播电视设备制造业，家用视听设备制造业，文化、办公用机械制造业，工艺美术品制造业。以下我们将通过销售利润率趋势图和计量数据模型来具体考察分析文化相关制造业整体以及各个具体行业的未来发展趋势。

(1) 销售利润率的趋势图

从附录三图中几个文化相关制造业的销售利润率月度变化趋势图来看，我们可以发现从1999年年初开始到2008年8月份，我国文化相关制造业的销售利润率总体上虽然处于不断的波动之中，然而总体趋势还是上升的。这在一定程度上可以说明，我国文化相关制造业相对于其他制造类产业而言具有较大的发展空间。

(2) 计量模型分析

以下我们通过几个能够反映产业未来发展效益的经济指标（销售利润率、销售增长率、人均销售率以及资本密集度）来构建一元线性计量模型，进而在此基础上探讨预测文化相关制造业在我国未来经济发展中的地位。

表 1 回归结果相关性分析

	销售增长率	人均销售率	资本密集度
正相关关系	造纸业，专用化学产品制造业，家用视听设备制造业，文化、办公用机械制造业和工艺美术品制造业	造纸业，文化用品制造业，乐器制造业，玩具制造业，游艺器材及娱乐用品制造业，印刷、制药、日化生产专用设备制造	造纸业，游艺器材及娱乐用品制造业，广播电视设备制造业和工艺美术品制造业

		业，广播电视设备制造业，文化、办公用机械制造业和工艺美术品制造业	
负相关关系	乐器制造业，玩具制造业以及印刷、制药、日化生产专用设备制造业		文化用品制造业，玩具制造业和文化、办公用机械制造业
不显著	文化用品制造业，游艺器材及娱乐用品制造业和广播电视设备制造业	专用化学产品制造业和家用视听设备制造业	乐器制造业，专用化学产品制造业，印刷、制药、日化生产专用设备制造业和家用视听设备制造业

附注：因变量为销售利润率；销售增长率、人均销售率和资本密集度为自变量。

结论：大多数文化相关制造业的销售利润率和销售增长率、人均销售率以及资本密集度都存在着较强的相关关系，其构建的一元线性关系模型也表现出显著的线性关系。这意味着未来产业政策如果向文化相关制造业倾斜的话，文化相关制造业的绝大多数产业销售利润率都会得到较大的提高。可见，文化相关制造业是我国进行产业结构升级的可操作性区域。

5、实证数据分析小结

(1) 从资本结构角度来看，各个行业具体的资本类型构成差异较明显，未来文化服务业的发展必须重视扩大内需，进而对行政垄断性行业进行逐步改造，通过改善竞争机制，提高服务质量势在必行。

(2) 从文化产业整体财务绩效的五个角度来分析，可以发现文化产业内各行业间的差距还是比较明显的。整体来看，文化服务业的财务绩效数据指标要比文化相关制造业的相关指标强。

(3) 通过核心产业的区位分布分析，可以发现目前核心文化产业呈现出明显的地区集聚特点，地区间的集聚程度差距还是比较大的。另外，通过分析发现核心文化产业的区位分布和地区经济发展水平并不存在绝对的相关关联。

(4) 通过对文化相关制造业的计量分析发现，当前我国的文化相关制造业相对于其他制造类产业而言具有较大的发展空间；另外，在产业结构升级层面上，文化相关制造业也具有较强的可操作性。

三、国际金融危机背景下中国文化产业发展的可行性路径探析

(一) 生产型服务作为经济增长的“新引擎”

以上实证数据分析主要是从微观结构和绩效层面来印证前面所说的观点。这些展示的是按文化部分类进行划分的文化产品制造业绩效，文化产品服务业所有权结构及其与业绩、增长、资本结构和出口依存度之间的关系。

1. 从销售利润率等财务指标的数据来看，除三个行业外大多数文化产品制造业的净利率存在着基本持平或下滑的趋势。由此可见，我国进行产业结构升级势在必行。

2. 文化产品制造业的主营业务净利率和其资本密集度、出口依存度之间整体上存在一定的负相关性。从出口依存度来看，84%的文化产品制造业的出口依存度超过35%，个别行业更高达91%，对外需的依赖作用尤为明显。

这是我今天想谈的有关发展路径的设想。这一方面我的观点是文化产业在产业升级中所担当的责任是非常重大的。要缓解当前产业结构不平衡所带来的种种负面效应，我们必需大力发展文化产业中的生产型服务业。生产型服务业包括建筑设计、工业设计和知识产权服务业等。在英美等发达国家，这些行业所占的外部研发比重都相当高。以波音飞机的生产地西雅图为例，该公司70%的设计被外包到华盛顿州。在英国，剑桥一郡基本上包括了大多数英国生物医药领域的外部研发为的领军企业。

国际生产型服务业的迅猛发展在产业组织方式上体现了一种新增长模式对传统资源型经济的突破，被广泛认为将是引领未来产业升级和知识经济的新引擎。我国产业结构在这方面具有一定的优势。一方面体现在大国内需潜力巨大这一强劲的支点，另一方面则体现在现阶段我国产业发展具较强的制造业比较竞争优势。因此，如果我们能适时的发展生产型服务业，势必能增强传统文化产业的内生能力。而做强、做专、做全，从研发、设计、转化、品牌销售到产品创新这一整套生产型服务行业才有可能主动、有序的调整现有的产业结构，顺利地完成产业的升级。

（二）发展高等和职业教育在文化产业中的作用

最后我还想简单联系英国的经验谈一下高等教育产业在推动现代服务业变革中所起的作用。英国生产型服务业的国际化进程中高等教育产业所起的作用可谓是重中之重。现代英国大学体系中许多新型公立大学建立的初衷皆来自于应对80年代以来英国产业结构，特别是制造业衰竭所带来的产业和就业形势的变更。这一趋势在近年尤为明显。英国政府对大学区的重新规划和建设不但培养了大量人才，塑造了教育产业，同时也带动了一系列生产型服务业，如节能型建筑和工程咨询行业的发展。图中所示由阿特金斯公司设计的诺桑比亚大学校区就是其中较好的例子。通过高等教育推动产业结构的升级和就业结构的转变对我国变动之际未来服务业的发展具有一定的启示作用。而大学在跨国、跨区域创新体系中的作用更是不容低估。通过大学这一平台来推动知识含量较高的现代服务业发展具有很强的发展可持续性。对国家来说，无论是扩大内需，改善就业条件，还是加快产业升级的速度都需要首先培育内生的创新能力。而这种内生的创新能力即可以通过模仿也可以通过创意来实现，但并不是所有模仿和创意都能够转变为生产力。制度、组织方式、内外部环境 and 机遇对于创新系统的演变尤为重要。这方面最有趣的一个例子当属意大利。作为首先使用蒸汽机的国家之一，大家都知道意大利并不是第一个完成工业革命的国家。当意大利国王耗时经年，把蒸汽机技术用于修建从他个人王宫到行宫这么一段路程的豪华皇家专列时，工业革命的列车已然从英国开出。工业革命给英国带来的是市场的繁荣和城镇经济的崛起。而意大利则失去了改变世界历史的一次机遇。所以，制度和组织方式对于创意所起的是非常关键的作用。

总而言之，在国际金融危机背景下的中国文化产业路径包括两个方面。第一通过发展文化产业相关的生产型服务业来巩固并提升现有制造业的比较竞争优势。第二，通过高等教育推动知识含量较高的现代服务业完成新一轮的产业升级。

参考文献:

1. 文化产业统计研究课题组:《2004中国文化及相关产业统计概况》,国家统计局人口社科司,2004年
2. 梁琦. 2004. 产业集聚论[M]. 北京:商务印书馆: 254 - 268.
3. 苏东水,《产业经济学》,高等教育出版社,2005年
4. 《第一次工业经济普查年鉴》,中国统计出版社,2004年
5. Fundamentals of corporate finance, Brealeys Myers and Marcus, Springer press, 2003
6. Regional economics and policy third edition, Harvey Armstrong and Jim Taylor, Blackwell publishing, 2005

附录略去, 参考原出版物。

Appendix Omitted, Refer to Original Publication.