

现代文化产业体系与市场体系 协同发展的机制和路径研究

潘爱玲 王 雪

(山东大学 管理学院, 山东 济南 250100)

摘要 依据协同学理论,现代文化产业体系与文化市场体系可以看作一个有机整体,二者相互作用、相互促进。从现代文化产业体系与文化市场体系的内在联系出发,探讨二者协同发展的机制和路径,对于实现我国文化产业的高质量发展具有重要意义。立足于两大体系的耦合协同关系,将文化产业结构优化升级与文化产品市场有效拓展、文化产业空间优化布局与文化要素市场高效配置有机关联起来,以多元企业主体高质量发展为基础,以统筹政府与市场的关系为抓手,可有效推动两大体系的协同发展。

关键词 文化产业体系;文化市场体系;协同发展

引言

近年来,我国文化产业发展异常迅速,对国民经济的贡献度不断攀升。党的十九届四中全会提出要“健全现代文化产业体系和市场体系,完善以高质量发展为导向的文化经济政策”。习近平总书记也就发展文化产业做出一系列重要论述,多次强调要推动文化产业高质量发展,激发全民族文化创新创造活力,建设社会主义文化强国。2020年9月17日,习近平总书记在视察长沙文化产业园区时进一步指出文化产业是“朝阳产业”,“要格外重视文化产业发展”。在文化与科技融合趋势日益凸显、文化消费需求和供给模式发生重大变化的新时代,面对双循环的新发展格局,现代文化产业体系和市场体系的进一步发展也面临新的挑战。文化产品有效供给不足、文化产业要素区域错配、产业链条不通畅、协同发展机制不完善、国际化层次偏低等问题较为突出,严重制约了文化产业的高质量发展。而要实现我国文化产业的高质量发展,离不开现代文化产业体系与市场体系的健全及其协同发展,这是建立文化产业新秩序、优化文化产业新格局的重要途径。

对于如何健全现代文化产业体系和市场体系,学者们从多个视角展开了研究。在文化市场体系

构建方面,有学者从关键因素出发分别研究了多元资本、创新、制度设计等因素对我国现代文化市场体系构建的关键作用及建设机理^①,也有学者从市场主体、政府、文化要素与产品市场等全要素出发研究了健全现代文化市场体系的路径^②。在文化产业体系构建方面,有学者从特色产业、科技与文化深度融合、供给侧改革、文化体制机制创新等方面出发研究了文化产业优化升级的机理^③,也有学者从资源禀赋结构、比较优势和制度政策创新等角度出发分析了我国文化产业结构体系的演变逻辑^④。

通过文献梳理可以发现,学术界的关注点主要集中在文化产业体系或文化市场体系的构建上,而从两者的内在逻辑关系出发研究两大体系协同发展机理和路径的文献较少。从协同学角度看,现代文化产业体系和文化市场体系是有机统一的,二者互为基础、互相支撑,在一定条件下通过内部要素的相互协调展开合作,最终目的都是为了促进文化产业的高质量发展。因此,现代文化产业体系与市场体系的协同发展既是两个子系统间客观联系的反映,也是解决现代文化产业转型升级过程中文化人才、文化科技、文化资本、文化服务与文化信息等各种要素矛盾关系的重要出路。本文认为,要想构建符合我国国情的特色现代文化产业体系与市场

收稿日期 2020-08-24

基金项目 研究阐释党的十九届四中全会精神国家社会科学重大项目“现代文化产业体系和市场体系的协同发展研究”(20ZDA064);齐鲁文化名家研究项目“推动文化产业高质量发展的路径与政策研究”(20200309)

体系、实现文化产业的高质量发展,首先要厘清现代文化产业体系和市场体系各自的要素构成,在此基础上分析两大体系的内在联系,进而从两大体系协同发展的机制出发,寻求有效的协同发展路径。

一、现代文化产业体系与市场体系的要素构成与基本框架

随着系统科学的发展,源自机械工程学的“机制”一词被赋予深层次的含义,不仅用来指代机器的构造和运行原理,也更多用来揭示各有机体的构造、功能及关系^⑤。将机制的本义引申到社会经济领域,探讨现代文化产业体系与市场体系的协同发展机制,首先要从机制的基本内容出发,厘清现代文化产业体系与市场体系各自的要素结构,把握现代文化产业体系和文化市场体系各自的基本框架,为探讨二者的协同机制打下基础。

1. 现代文化产业体系的要素结构与运作规律

文化产业体系是由各类文化产业元素构成的复杂系统,满足大众的差异性文化需求是现代文化产业体系的基本功能。在特定条件下,文化产业体系是由驱动文化产业有序发展的各类要素非线性作用的结果^⑥,因技术水平的层级差异、时空特性的不同与文化需求目标的多样性而具有不同的结构特征。所以说,文化产业体系的演化是在不同层级的文化需求推动下,由空间因素和技术素质共同作用完成的,因此,可以参照赵儒煜与肖茜文的划分标准^⑦,将文化产业体系分成两个子系统,即文化产业结构体系与文化产业空间体系(如图1所示)。文化产业结构体系是因文化产业内各细分行业之间技术相关性而延展并诱发的产业体系,反映因技术素质的差异形成的、文化再生产过程中文化产业细分业态的相互联系和比例关系,因此技术创新是现代文化产业结构体系演化的关键支撑因素;文化产业空间体系是文化产业细分业态在特定地理空间上的结构布局,它反映的是异质性资源禀赋下文化产业集群的状态^⑧,本质上是文化产业技术在特定时空制约下形成的空间形态和区域布局。

从系统内部结构要素角度来看,现代文化产业体系演化升级表现为通过协同各子系统的功能与运作,使得文化产业结构体系与空间体系相互协调配合,从而形成有序结构,最终完成向平衡态文化产业系统的转换。一方面,文化产业结构体系决定了初始文化产业空间体系,因技术变动诱发的文化业态创新可以不断改变空间特征,推动文化产业发

展的空间统筹与区域协调^⑨;另一方面,文化产业空间体系也能反作用于文化产业结构体系。文化产业结构要走向高阶有序,依赖于特定空间体系的后天知识技术、创意人才、数据资源与资本禀赋的累积,只有在特定的地理区域中累积的资源禀赋与多元性文化消费需求匹配,才会诱发文化业态的创新,进而产生适宜时代需要的文化产业结构体系。

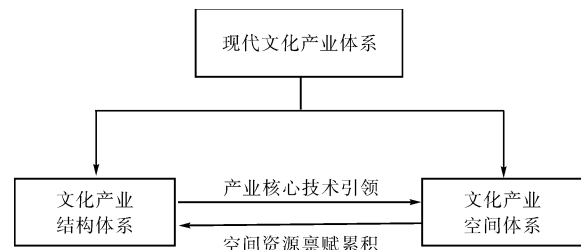


图1 现代文化产业体系结构图

2. 现代文化市场体系的要素结构与运作规律

现代市场经济下,各类资源的配置都离不开市场运作,因此文化资源禀赋的有效配置需要完整、健全的文化市场体系。文化市场体系是指文化市场主体生产、流通、分配、消费文化产品、服务、要素等市场内容的统一过程,是文化市场主体、文化市场内容、文化市场活动与文化市场环境诸要素的统一与互动^⑩。由此可以看出,文化市场体系作为复杂系统是由相互联系和作用的子系统构成的复合体,是不同性质的文化市场的关系总和,包含文化产品市场与文化要素市场(如图2所示)。文化产品市场是以文化实体产品或以无形文化服务为交易对象的所有场所、过程、关系等的集合^⑪,根据技术属性的鲜明差异可以进一步分成传统文化产品市场与新兴文化产品市场^⑫。传统文化产品市场包括报刊图书、演出娱乐、音像制品、书画作品与工艺品等细分市场,新兴文化产品市场包括移动传媒、数字多媒体等以网络和数字技术为载体的细分市场。文化要素市场同样也是文化市场体系的主体结构,是为文化产品的生产经营活动提供必需的有形或无形生产要素的市场,是市场合理配置资源的基础和保障,包括文化资本市场、文化技术市场、文化人才市场、文化信息市场等。

从文化产品市场和文化要素市场并存关系看,市场体系内的各子市场之间是相互作用的,二者的结构功能与运作规律是助推现代文化市场体系演化的主要动力。一方面,文化产品市场的多样性发展需求驱动文化要素禀赋的有序流动与延展,进而提升文化生产的效率与效用,从而带动整个文化市

场体系有序升级；另一方面，文化要素市场是进行文化产品生产的支撑和必要条件，多元文化要素的供给使高质量文化产品生产和文化服务提供成为可能，文化要素的融合创新为文化市场体系动态演化提供了支撑空间。同时，文化市场体系是文化产品、文化技术、文化人才、文化信息和文化资本等各类生产要素组成的开放性有机系统，需要根据总体经济的发展需求和文化产业的结构与空间变化等进行适时调整。

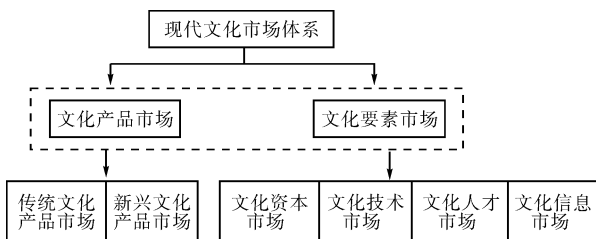


图2 现代文化市场体系结构图

二、现代文化产业体系与市场体系协同发展的理论逻辑

“协同”的概念由德国的赫尔曼·哈肯最先提出，他指出复杂的开放系统中既存在着自发、无规则的独立运动，也有受子系统间相互关联作用而形成的协同运动^⑧。根据协同学观点，当系统处于非平衡状态时，子系统间的关联关系较难约束系统的

无规则独立运动，这时系统呈现自发无序状态。而开放系统会不断与外界进行物质与能量交换，源于系统外部环境的控制参量促使开放系统内部各要素形成涨落起伏，当控制变量达到一定阈值时，子系统间的关联关系就占据了主导作用，从而使系统自发、无规则的独立运动转变为子系统间的协同运动，最终形成了系统的有序结构和类型。序参量反映了系统的有序结构和类型，代表了子系统涉入协同运动的程度，它既是子系统间相互竞争与协同的产物，又反向支配了子系统的竞合行为，决定了系统自组织运动的最终方向，这就是系统协同的过程。这种协同运动的结果是通过系统内部结构元素间的协调与协作形成一种拉动效应，共同推动双方或多方受益，获得整体效应的增强。

从系统论和协同论的角度看，现代文化产业体系与文化市场体系可以看作一个有机的整体系统，二者相互联系、相互作用。现代文化产业体系与市场体系的协同是指在一定条件下两个系统通过某些特定参量的非线性作用，达成时间、空间与功能上的有序运行和耦合发展，产生 $1+1>2$ 的协作效应。因此，文化产业体系与市场体系的协同发展不仅要重视自身的结构要素与运作规律，更重要的是要把握其向有序状态协同演化的行动逻辑，识别催化二者协同的控制参量与支配其协同演化的序参量。其逻辑如图3所示。

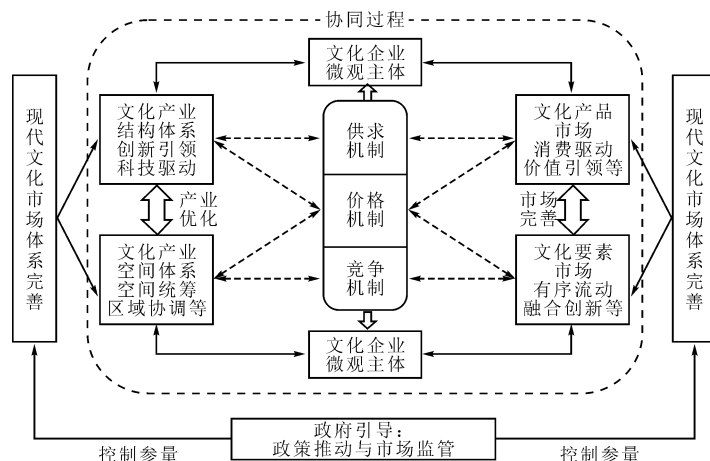


图3 现代文化产业体系与市场体系耦合协同的理论逻辑图

1. 协同学与文化产业体系和市场体系协同的契合性

协同学作为横跨自然科学与社会科学的交叉科学，具有较强的普适性，将其引入新形势下现代文化产业体系和文化市场体系建设的研具有较强烈的契合性。

第一，协同学认为系统应该是开放的，只有开

放的系统才能形成协同，而文化产业体系与文化市场体系均是开放性系统，两者会不断与外界环境进行物质、能量和信息的交换并形成反馈。一方面，政府的文化管理模式与监管政策、市场的配置作用以及文化企业面临的法治、金融、服务等营商环境都会影响文化产业体系和文化市场体系的协同过程；另一方面，文化市场体系是实现文化产业各主

体间生产、流通与消费链接的平台^④，而文化产业体系是文化市场体系内各要素禀赋流动与效应发挥的外化表现，特定水平下的文化产业体系也决定了文化市场内各要素禀赋与文化产品的供给质量与供给空间分布，因此两个系统之间也是开放互通的，在参量的作用下可以激发二者之间的有序关联运动。

第二，目前我国的文化产业体系与文化市场体系尚未达到平衡状态，运用协同学原理可以实现二者关系由无序到有序的平衡态转化，为实现文化产业的高质量发展要求奠定基础。一方面，从文化市场体系建设角度看，我国文化产品市场存在供给质量低、产品同质化以及科技驱动力弱、形态创新不足等问题，这就导致我国文化产业结构仍以价值链低端的细分行业为主，文化产业链条难以形成完整循环，限制了文化产业内部各细分行业的协同发展，文化供给与文化消费需求不匹配，最终阻碍了我国文化产品市场拓展与文化产业结构的升级；另一方面，文化要素市场中资本、技术、信息与人才要素的增速仍落后于文化生产需求，文化资源与产业资本错配、产业布局失衡以及文化国际竞争力缺失是我国文化要素市场与文化产业空间布局的主要痛点。文化市场中生产要素的不均衡配置是导致我国文化产业的东中西部发展差异大、城乡文化产业布局失衡与国际化布局缓慢的重要原因。而根据协同学的“控制参量”与“序参量”原理，处于远离平衡状态的文化市场体系与文化产业体系会在各参量作用下产生涨落起伏，实现由无序向有序状态的转变，其中控制参量对二者的协同具有导向作用，可以促进文化产业体系与市场系统不断接近协同的临界边界，而序参量决定了二者的协同运动状态，这与协同学中的系统状态变化具有较强的契合度。

2. 现代文化产业体系与市场体系协同发展的前提：政府引导

文化产业是内容产业，兼具市场属性与意识形态属性。文化产业的双重属性决定了现代文化产业体系与市场体系的协同过程离不开政府的有益引导。协同学视角下，来自外部环境的控制参量是影响开放系统协同演化的前提要素。王俊敏和沈菊琴的研究认为，根据“控制参量”原理，可以通过行政安排重塑系统内部各子系统的协同作用、控制系统由无序到有序的演化趋势^⑤。对应到现代文化产业体系与市场体系构成的开放自组织系统中，二者协同效应的形成也需要来自该复合系统组成要素之外的催化剂——控制参量的调控，即要考虑

政府与宏观政策的影响。

具体来说，来自政府的控制参量包括推动文化产业体系与文化市场体系协同的政策扶持机制和有关文化产业高质量发展的监管机制等，这些控制参量是规范与引导现代文化产业体系与市场体系协同的外推力。第一，各级政府制定的系列文化产业政策一般具有前瞻性与引导性，将从全方位、多角度为文化产业体系与市场体系的协同发展提供指引。从文化产业政策供给端视角，政府出台的文化金融支持政策、文化人才引进政策、文化技术扶持政策等可以推动文化要素市场的有序流动与融合创新，进而推动文化产业结构有序升级与文化产业空间体系布局优化；从文化产业政策需求角度，政府出台的刺激与引导文化消费的政策将会引导文化产品市场的拓展与文化消费结构的转型，如北京市政府从2013年开始推行的“北京惠民文化消费季”活动，累计实现直接消费金额840.4亿元，陆续引入的“线上文化消费活动”与“时尚科技类活动”极大提高了北京文化市场的丰富度，逐步引导了首都人民文化消费结构的转型升级。第二，文化产品兼具经济与意识形态的双重属性决定了文化产业生态系统的演化过程离不开政府监管。一方面，文化产品作为“商品”具有逐利性，另一方面，文化产品蕴含的意识形态属性能够对消费者产生潜移默化的思想引导作用^⑥。如资本逐利性导致直播市场乱象丛生，需要政府肃清网络环境。为了引导人民形成正确的价值观与世界观，网信办约谈虎牙、斗鱼等10家直播平台，要求各直播平台整改低俗、猎奇、盗版内容，增加推荐页面的正能量新闻内容。所以，良好的监管机制有利于弥补市场机制的缺陷，确保主流价值观传播，打击文化产业知识产权侵权行为，优化营商环境，有助于实现文化产业社会效益和经济效益的统一，保障文化产业体系与文化市场体系的健康协同发展。

3. 现代文化产业体系与市场体系协同发展的关键：市场调控

协同学认为，任何复杂系统由无序向有序状态的演变都遵循序参量支配原理，即序参量是影响系统有序运行的关键，决定了系统宏观有序的状态^⑦。现代文化产业体系与文化市场体系都是复杂的有机系统，该复杂系统向协同有序状态演化时需要序参量支撑。所以，就现代文化产业体系与市场体系的协同而言，除了考虑政府对二者协同的引导力量之外，还要把握系统内部演化的内驱力——序参量的关键作用，即要考虑市场机制的内生作用。

来自市场的序参量主要包括推动文化产业体系与文化市场体系协同的供求机制、价格机制与竞争机制等。由于文化企业是链接文化产业体系与文化市场体系的微观主体,所以市场机制作为序参量推动二者协同离不开文化企业的有序运作。一般说来,市场机制下文化产品的不同供求关系会影响文化产品的价格定位,而不同的产品与服务的价格差异会引导文化生产要素的投入方向。文化生产要素是进行文化生产的必要条件,在供求关系与产品内在价值的引导下,文化生产要素自由流动,特别是资本要素、人才要素和技术要素的有序流动,促进了要素市场价格机制的形成,因而产生了不同地理区域间文化创意、资本、技术与劳动力等要素禀赋的差异分布。在市场机制的作用下,作为微观主体的文化企业通过新设、兼并等手段在不同地域范围内寻求具有比较优势的资本、技术与人力资源,在一定程度上打破了文化产业的条块分割,产生了不同的文化产业集群,进而形成经济合理的文化产业空间布局。另一方面,在市场竞争机制的作用下,潜在竞争压力与多元化文化需求会推动文化企业技术研发的步伐,对利润的追逐使文化企业努力创新商业模式,将新技术应用到文化产品的创作中,引发了文化与科技的融合,进而推动文化产品的丰富和传播形式的创新,提高了文化产品市场供给质量。比如,宋城演艺的“千古情”系列主打主题景区剧场演出,注重4D效果,做到了科技感和历史情怀的完美契合,增强了游客的感官体验,也让宋城演艺探索出了属于自己的独特发展模式;再如,浙报传媒借助大数据技术实现多个平台用户数据的整合,将纸媒资源充分线上化,打造了全媒体生态圈,迎合了消费者的需求变化,实现了传统媒体向新媒体的顺利转型。所以,在竞争环境下,文化企业不间断的技术研发与应用,也有助于其实现生态位宽度的延展以及生态位的优化与跳跃,最终推动文化产业结构的升级。

三、现代文化产业体系与市场体系 协同发展机制:耦合协同

我们认为,在政府“有形之手”不断调控的基础上,受市场机制的内在驱动,经过企业微观主体的不懈努力,现代文化产业体系与市场体系在“互相影响、互促联动”的耦合协同作用力驱动下,两系统将逐渐走向平衡,实现由无序到有序状态的转变,两个系统内部各要素构成都将因此获益,最终实现文化产业的高质量发展目标。

一方面,耦合协同表现为成熟的现代文化市场体系对现代文化产业体系正向推力。文化市场体系的完善能够为文化产业体系的健全提供要素支撑,有利于促进文化产业向以链条创新、形态创新和空间优化为特征的高质量发展阶段变迁。如供求机制调控下文化要素市场中关键要素有序流动和协同配置,有利于改变要素错配的失衡状态,实现文化产业空间布局的优化;竞争驱动下文化产品与服务的技术创新,推动了文化产业的多业态融合与产业生态的再造,实现了文化产业结构体系由低级到高级发展阶段的变迁。另一方面,耦合协同还表现为现代文化产业体系的完善对文化市场体系的反作用力。现代文化产业体系的健全有助于规范市场环境,支撑现代文化产品的高质量供给,推动文化产品市场和文化要素市场向现代市场阶段转化。如AI技术、区块链技术、5G技术等引领的文化产业结构升级,改变了传统文化产业结构分布,科技型与内容创意型文化企业逐渐占据引领地位,文化新业态的出现会进一步提升文化产品市场的供给质量与效率,从而更好满足消费者的个性化文化需求。文化产业空间布局优化意味着文化要素流动的区域界限与条块分割逐渐弱化,各类文化生产要素在东中西部、城乡之间、国内外之间的有序流动通道被打通,文化企业的营商环境不断改善,文化市场的竞争效率和开放水平逐渐提升。

四、现代文化产业体系与市场体系 耦合协同的实现路径

现代文化产业体系与文化市场体系的关系呈现耦合协同形态,二者互相推动、协同互补。要转化我国文化产业体系与文化市场体系的非平衡状态,就应该从二者的构成要素出发,将文化产业结构体系、文化产业空间体系、文化产品市场、文化要素市场作为四个“发展极”,立足于现代文化产业体系与文化市场体系的协同机理,遵循产业发展与市场机制的内在规律,理顺政府引导和市场调控的关系,探索现代文化产业体系与市场体系耦合协同的发展路径。

1. 把握协同的基本形式:实现文化产业体系与市场体系的联动发展

现代文化产业体系与市场体系之间是开放互通的,在控制参量与序参量的作用下可以实现耦合协同,因此需要在把握二者协同的结合点上寻找其发展路径:一方面要聚焦于多元文化需求与技术革新,实现文化产业结构升级与文化产品市场拓展的

联动;另一方面也要立足于文化要素资源的协调配置,实现文化要素市场协同与文化产业布局优化的联动。

第一,聚焦于技术与消费驱动的双元动态创新,实现创新引领下的文化产业链条延伸和文化产品市场拓展。这要求以供给侧结构性改革为主线,把握通过渐进式创新实现产品和服务创新,以及通过颠覆式创新实现价值网络重塑的升级路径。一方面,对既有的文化产品和服务可以运用数字化技术赋能,增加传统文化项目的新内涵,满足新时代的个性化文化消费需求。对传统文化产品的创意策划、产品生产、营销推广与文化消费环节进行升级改造,如可以利用3D自动建模、虚拟现实技术与体感技术等对传统美术馆与文化遗产等文化资源进行数字化转化,增强文化产品的沉浸式与交互式体验;也可以搭载互联网与移动平台,利用新媒体与大数据营销,开发传统文化产品与服务的新活力。另一方面,通过技术连接实现文化产业与体育产业、康养产业、旅游业、商贸业等的融合,有效赋予其他产业以文化内涵,催生新的业态形式;实现互联网、大数据与文化产业深度融合,将区块链、5G等新技术移植到文化产业中,实现产业结构升级,拓展文化产品市场,以满足消费者多元化、多类型、多场景的文化消费需求。

第二,从文化要素资源的协调配置入手,实现文化产业空间体系与文化市场要素体系的协同联动。首先,要继续深入挖掘所在区域的文化要素禀赋资源,发挥比较优势,打造区域发展的特色名牌;其次,合理配置金融资源,创新文化融资方式,建立多层次资本市场,实现资本与我国东中西部文化创意要素的无缝对接,利用“金融+文化”推动文化产业在东中西部合理布局;再次,通过城市人才资源反哺乡村,实行多机构联动的文化创意人才培养机制并推动创意人才下乡,实现创意人才与乡村文化资源的匹配,以“人才+文化”优化文化产业在城乡间的布局,落实国家的乡村振兴战略;最后,建立和完善文化产业国际交流合作机制,引入国外先进技术与创意团队,结合国外消费者需求联合开发蕴含中国文化要素的文化产品,实现我国文化产业的国际化布局,加快我国优秀文化产品和服务走出去的步伐。

2. 重视协同的微观机制:激活文化产业体系与市场体系协同的微观主体

文化企业是文化产业体系与文化市场体系以及两大体系协同发展的微观主体,只有培育高质量

的多元文化企业,才能加速现代文化产业体系与市场体系的协同升级进程。多元文化主体中,小微文化企业是文化创新的主体,有利于提升文化市场活力;骨干文化企业是做大做强主体,有利于推动要素市场化配置与增强文化国际竞争力。一方面,要以微观层面的多维创新实现文化企业发展的“做新做精”。文化企业要注重深耕细分领域,深挖文化资源,以差异化、个性化的原创文化产品满足消费者的多样化需求,丰富文化产品市场。首先,要创新企业经营机制,激发企业内部的创造活力;其次,要创新产品内容,搭载新技术增加产品内涵;再次,要创新企业的营销渠道,实现线上线下联动,挖掘甚至创造文化消费新需求。另一方面,要以兼并重组为手段实现文化企业的“做大做强”。通过兼并重组既能促使普通文化企业快速成长为骨干文化企业,同时又可以实现要素合理配置,打破要素配置障碍,促进文化要素跨区流动与空间协同。第一,以跨地区并购打破空间壁垒,促进文化产业要素跨区域流动,有效获取异质性文化资源,给文化企业带来经营、管理、财务等方面的协同效益;第二,以跨行业兼并重组达到生态位移位和生态位拓宽的目的,实现文化与非文化业务板块的协同效应,实现文化企业的商业模式转型与生态位的跨越;第三,以跨所有制兼并重组冲破体制束缚,优化股权结构,发挥多元资本融合带来的创新活力。

3. 重视协同的推力与引力:把握文化产业体系与市场体系协同的关键参量

按照党的十九大提出的“构建市场机制有效、微观主体有活力、宏观调控有度的经济体制”的要求,保障两系统间的良性协同互动,既要“有效市场”又要“有为政府”^⑧。一方面,市场调控是文化产业体系与市场体系协同的序参量,根据协同学理论,序参量是复杂系统形成一定功能结构的决定因素,对系统自组织运动起着关键作用。因此文化产业体系与市场体系协同的关键是完善市场机制,利用市场机制激活文化需求与供给,实现文化产品以及文化要素的优胜劣汰,激发文化企业创造活力,驱动文化产业结构的优化升级,保障文化产品与服务多样性^⑨。另一方面,也要认识到单一市场机制驱动的文化产业体系与市场体系的自组织运动很难达到协同有序,市场机制的固有缺陷以及文化产业的双重属性决定了必须依靠政府这个控制参量的引导才能使二者间的联系达到协同的阈值,进行有序的协同演化。所以现代文化产业体系与市场体系协同需要统筹政府与市场关系,坚持“政府

引导市场,市场引导企业”^⑧的逻辑,营造良好营商环境,大力培育文化中介,提供现代文化产业体系与市场体系协同演化的多重保障。

第一,要在尊重市场经济和文化发展规律的前提下,积极发挥政府在政策支持和市场监管等方面作用。一方面要明确服务性政府角色定位,实施政府职能转换。在维护文化安全底线的基础上,改革文化体制管理模式,明晰产权界定,扩大文化企业的经营自主权,激活文化市场内生性需求,减少行政权力的过多干预。另一方面,要建立完善的市场监管体系,加强内容监管、渠道监管和版权保护,加强互联网内容建设。要完善知识产权立法体系,打击文化产业知识产权侵权行为,坚持党管媒体原则,积极弘扬主旋律,引导文化企业创作生产更多传播当代中国价值观念、体现中华文化精神、反映中国人审美追求的优秀文化产品。

第二,要优化营商环境,构建包括文化产业区域布局政策、文化产业结构升级政策、文化产业贸易政策、文化产业金融政策、文化产业财税政策等在内的文化政策体系,维护公平市场竞争环境,激活文化产业微观竞争力。

第三,要大力培育文化中介。一要培育经纪型、代理型、咨询型、鉴证型等多样化的文化中介组织,完善文化服务市场;二要发挥“互联网+”的创新驱动作用,由政府牵头推动建设文化数字资源平台,串联文化生产的价值链、文化资源的供应链、文化服务的品牌链,打造为文化企业提供投融资服务、企业孵化、信息交流和人才培养等服务的文化中介平台,打破文化要素资源的区域限制,加速文化产业结构升级进程。

结论

现代文化产业体系和现代文化市场体系是有机的整体,二者的协同发展能够有效地增加多元文化供给,增强人们的文化获得感、幸福感,对解决我国社会主要矛盾、推动文化领域供给侧改革以及促进文化产业高质量发展具有重要意义。寻求现代文化产业体系和市场体系协同的结合点,首先要从二者的要素结构入手,从文化产业的结构与空间布局出发把握现代文化产业体系的演化原理,从文化要素市场的配置与文化产品市场的高效供给出发把握现代文化市场体系的运作规律。从协同学视角看,来自政府的引导与监管机制是催化文化产业体系和市场体系联动的控制参量,市场机制是两者协同的序参量,它们通过企业微观主体的具体

运作发挥作用。根据现代文化产业体系与市场体系协同发展的理论逻辑,本文提出了现代文化产业体系和市场体系协同发展的实现路径,即立足于二者耦合协同关系,将文化产业结构优化升级与文化产品市场有效拓展、文化产业空间优化布局与文化要素市场协同配置关联起来,通过多元企业主体的兼并重组与多维创新加速现代文化产业体系与市场体系协同升级进程,以统筹政府与市场关系为抓手,为现代文化产业体系与市场体系的协同发展提供良好的生态环境。

注释

①魏鹏举:《多元资本对于中国现代文化市场体系的建构》,《清华大学学报(哲学社会科学版)》2019年第2期;惠鸣、张晓明:《创新推动现代文化市场体系建设》,《人民日报》2013年11月26日,第14版;黄先蓉、郝婷:《现代文化市场体系建设的政策需求与制度创新》,《科技与出版》2013年第12期;沈继松:《论制度变革与我国文化产业发展不平衡的辩证统一——以建立健全现代文化市场体系为视点》,《中国文化产业评论》2014年第1期。

②蒋建国:《建立健全现代文化市场体系》,《求是》2013年第24期;祁述裕、孙博、孙凤毅:《论文化市场》,《福建论坛(人文社会科学版)》2015年第2期;李康化:《建立健全现代文化市场体系的“三大表征”与“五大关系”》,《文化产业研究》2015年第1期;李媛媛:《现代文化市场体系建设的历史回顾、功能特点与政策建议》,《西安交通大学学报(社会科学版)》2017年第5期。

③李炎、王佳:《文化需求与特色文化产业发展》,《学习与探索》2012年第1期;谈国新、郝挺雷:《科技创新视角下我国文化产业向全球价值链高端跃升的路径》,《华中师范大学学报(人文社会科学版)》2015年第2期;李康化:《文化产业供给侧结构性改革的战略选择》,《福建论坛(人文社会科学版)》2017年第8期;李凤亮、潘道远:《我国文化产业创新的制度环境及优化路径》,《江海学刊》2017年第3期。

④沈继松、胡惠林:《我国文化产业结构内生动力机制探究》,《学术论坛》2016年第10期;顾江、车树林:《资源错配、产业集聚与中国文化产业发展——基于供给侧改革视角》,《福建论坛(人文社会科学版)》2017年第2期。

⑤系统论认为,系统内各部分的存在是机制存在的前提,即机体的构造决定了系统的运动原理及特定功能。

⑥付保宗、周劲:《协同发展的产业体系内涵与特征——基于实体经济、科技创新、现代金融、人力资源的协同机制》,《经济纵横》2018年第12期。

⑦赵儒煜、肖茜文:《东北地区现代产业体系建设与全面振兴》,《经济纵横》2019年第9期。

⑧张苏秋、顾江:《要素禀赋差异、行业异质性与区域创新能力——基于省级面板数据的实证研究》,《商业研究》2020年第2期。

⑨李露:《科技创新视角下文化产业与金融供给侧协同发展机制研究》,《科学管理研究》2018年第6期。

⑩陈孝明、田丰:《文化产业的核心能力及其培育——以广东为例》,《学术论坛》2011年第12期。

⑪罗紫初、秦洁雯:《论文化市场体系的内涵、结构与特征》,《出版科学》2014年第1期。

⑫方卿:《准确把握现代文化市场体系的基本属性》,《中国社会科学报》2014年5月21日,第3版。

⑬⑭赫尔曼·哈肯:《协同学:大自然的构成秘密》,凌复华译,上海:上海译文出版社,2005年,第26-41页,第26-41页。

⑮李昕焯、罗紫初:《文化市场体系对文化产业发展的支持机制与机理研究》,《湖北民族学院学报(哲学社会科学版)》2016年第2期。

⑯王俊敏、沈菊琴:《跨域水环境流域政府协同治理:理论框架与实现机制》,《江海学刊》2016年第5期。

⑰张世君:《网络文化产业中的企业社会责任问题》,《首都师范大学学报(社会科学版)》2013年第1期。

⑱邱金龙、潘爱玲、张国珍:《政府在文化产业发展中的角色解析:定位与补位》,《经济问题探索》2018年第4期。

⑲祁述裕、孙博、孙凤毅:《论文化市场》,《福建论坛(人文社会科学版)》2015年第2期。

⑳张振鹏:《我国文化产业转型升级的四个核心命题》,《学术论坛》2016年第1期。

责任编辑 曾巍

The Mechanism and Path of the Coordinated Development of Modern Cultural Industry System and Market System

Pan Ailing Wang Xue

(School of Management, Shandong University, Jinan 250100)

Abstract: According to the synergetic theory, modern cultural industry system and cultural market system can be regarded as an organic whole, and they are interrelated and interact with each other. Based on the internal relationship between the modern cultural industry system and the cultural market system, it is of great significance to explore the mechanism and path of their coordinated development for the realization of high-quality development of China's cultural industry. In view of the coupling and collaborative relationship between the two systems, we should integrate the upgrading of the cultural industry structure with the cultural product market and combine the spatial layout of the cultural industry with the cultural element market, basing on the high-quality development of diversified enterprises and taking the coordination of the relationship between the government and the market as a starting point to effectively promote the coordinated development of the two systems.

Key words: cultural industry system; cultural market system; coordinated development