

# 日本文化产业发展路径分析

金晓彤<sup>A</sup> 李 茉<sup>B</sup>

(A. 吉林大学 数量经济研究中心, 吉林 长春 130012;

B. 吉林大学 商学院, 吉林 长春 130012)

**【摘要】**文化消费与文化产业密切相关,共同组成扩大内需和改善民生的重要方面。在文化消费日益成为我国扩大内需和突破现实困局新着眼点的现实背景下,探寻我国文化产业发展的现实路径至关重要。日本文化产业发展所取得的巨大成果得益于其高效、合理的政府推进型发展模式,此模式突出体现在政府给出了强有力的战略和政策指导,健全和完善了法律法规体系,打造了适合中介组织发展的环境,奠定了以发挥市场机制配置文化资源的基础,并通过宏观的经济计划和产业政策实现管理职能的转变以及融资渠道的多元化和宣传渠道的特色化。研究日本文化产业的成功发展模式及路径选择,对我国具有重要的借鉴意义。

**【关键词】**文化产业;文化力;文化消费;政府主导;日本

**【中图分类号】**F296.331.3

**【文献标识码】**A

**【文章编号】**1000-355X(2013)04-0069-08

**【收稿日期】**2012-11-26

**【基金项目】**国家社会科学基金重点项目“中国经济发展中的文化消费问题研究”(12AZD021)

教育部人文社会科学研究项目“扩大我国居民消费需求长效机制的微观机理与实证研究”(11YJA790117)

吉林省社会科学规划基金资助项目“扩大吉林省居民文化消费对策研究”(2012B05)

**【作者简介】**金晓彤(1964-),女,回族,吉林省长春市人,经济学博士,吉林大学数量经济研究中心、吉林大学商学院教授,博士生导师。

李 茉(1984-),女,辽宁省朝阳市人,吉林大学商学院博士研究生。

## 一、问题的提出

面对全球经济动荡与国内经济总体增速回落的压力,文化消费正在成为我国扩大内需的新亮点,成为突破现实困局的新着眼点。拉动文化内需,扩大文化消费,培育新的文化经济增长点,对保持中国经济平稳发展意义重大。中央十七届六中全会通过的《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》首次提出“扩大文化消费”的观点,意味着调整经济结构、转变经济发展方式需要文化消费成为新的重要载体,需要以文化消费的增长来推动文化产业成为国民经济支柱型产业,需要文化消费为中长期扩大内需拉动经济增长注入强大动力。文化消费与文化产业密切相关,共同组成扩大内需和改善民生的重要方面,文化产业不仅是创造可观经济效益的“硬实力”,更是打造国

家品牌、提升综合国力的“软实力”，被称为 21 世纪的“黄金支柱”。<sup>[1]</sup>也恰恰是基于这一点，进入 21 世纪以来，许多发达国家将文化经济提升到战略目标层次上，将文化产业定位为国家战略产业。日本在文化产业的发展中，走在了世界前列。20 世纪 90 年代中期，日本就确立了文化立国的方略，经过近 20 年的发展，如今，日本文化产业取得了举世瞩目的成绩。根据《文化软实力蓝皮书(2010)》的调查结果，日本 2010 年市场规模为 12.641 万亿日元，占全球市场份额的 10%，仅次于美国，而拥有五千年历史文化资源的中国，其文化市场规模则只占 3%。同样作为亚洲国家，中日两国深受儒家文化的影响，有着相似的文化历史背景，同时，东亚经济一体化的趋势又促使两国呈现既竞争又合作的关系，因此在扩大文化消费的历史背景下，了解日本的文化产业发展模式，并在一定的战略高度上开发文化资源、发展文化经济，探寻适合我国文化产业发展的路径都具有十分重要的意义。

## 二、日本文化产业发展路径

20 世纪的 90 年代是日本经济“失去的 10 年”。虽然经济低迷，文化产业却表现出强劲的发展势头。究其原因则在于日本政府于 1995 年正式确立了日本的 21 世纪“文化立国”方略，并以日本文化厅所确立的《21 世纪文化立国方案》为始点成为其“文化立国”方略正式启动的标志。<sup>[2]</sup>作为文化立国战略的延伸与深化，日本政府调控文化产业的各种手段逐渐完善起来，修订和制定了一系列有利于文化产业发展的法律法规。日本政府分别于 2001 年 10 月对 1970 年颁布的《著作权法》进行再次修订，更名为《著作权管理法》，2002 年 12 月制定了《有关振兴文化艺术的基本方针》，2004 年确立了《文化产品创造、保护及活用促进基本法》，2007 年 5 月正式颁布了《日本文化产业战略》。这一系列相关法律法规及方针战略的推行标志着日本“文化立国”战略的全面启动。<sup>[3]</sup>由此可见，日本之所以成为世界上文化产业发展的强国，除特殊的历史传统和文化氛围外，其所实行的文化产业发展模式无疑是最主要的原因之一。就世界各国所推行的文化产业发展模式来看，大体上可以划分为两大类：一类是市场推进型模式，例如英国和美国，其完全凭借成熟的市场经济来发展文化产业；另一类是政府推进型模式，日本正是成功运用该模式进行文化产业发展的典例。在政府强有力的主导作用下，充分发挥市场机制配置文化资源的基础作用，通过宏观经济计划与产业政策对文化产业进行导引，从而实现社会资源的优化配置。日本的政府推进型文化产业发展模式的成功经验主要体现在如下几个方面。

### (一) 以“文化立国”战略为宗旨，配以积极有效的政府政策导引

日本文化产业的迅速发展，与其循序渐进的一揽子“文化立国”战略思想不无关系。由 1995 年“文化立国”方略的提出，一直到 2011 年确立实现“文化立国”6 项重点战略，整个过程反映了日本发展文化产业的全局性、前瞻性及走势规律。将文化产业的发展定位于立国、强国战略从根本上决定了日本文化产业的未来方向、发展思路及成功的前景。打造知识产权文化产品是“文化立国”的核心，由此来带动社会经济的综合发展，在不断强化国家“软实力”的同时，提升日本的国家形象。基于此，我们可以看出，日本政府将发展文化产业定位于关乎全局的长远战略规划，从而使之成为日本国民经济发展的支柱产业，而不是将其看作一般的产业选择。日本政府部门还通过设计恳谈会以及幕僚会议等一些列会议形式，对推动文化产业发展的具体对策进行研究和商讨。

“文化立国”的战略定位，奠定了文化产业发展的思想认识高度。这种从更高的层面上进行政策的制定，可以调动多方社会力量和资源，形成政府和民众的共识，为文化产业培育良性的生长“土壤”。其中各项积极的政策就成为改良“土壤”的关键，主要体现在如下 3 个方面。

第一，稳固其发展的传统文化基础，夯实文化产业发展的深层土壤。对各地富有个性的传统木质建

筑的维护,对各地节庆祭祀等传统文化活动的继承以及对各地文化遗产、民间艺术、传统工艺的扶持与振兴,是日本政府稳固文化产业发展深层土壤的核心措施。

第二,夯实其发展的社会民众力量,培育文化产业发展的肥沃土壤。通过对日本民间传统与艺术的扶持与振兴,充实文化产业的社会民众力量。同时,日本政府提倡上至总理大臣,下至平民百姓,都不断地再认识和再评价“日本魅力”,进而形成展示“日本魅力”文化的自觉性,开拓文化产业的发展空间。

第三,储备相关人才,积蓄文化产业发展的有机土壤。日本政府认识到培育人才是形成文化产业发展有机土壤的关键所在。因此,日本政府设定了专门的方案和计划来培养文化产品创新和制作的专业人才,并委托国内相关的教育机构专门负责培养这方面的人才,<sup>[4]</sup>而且,还借助“海外教育机构”向国外派遣研修生进行出国研究,同时,还表彰和奖励在文化人才培养方面贡献杰出的机构和个人。

#### (二) 以法律法规规制产业发展秩序,全面凸显中介组织的桥梁纽带作用

日本文化产业发展过程中政府的主导作用除了体现在战略上的宏观把握之外,还表现在战术上的详尽规划,其具体的表现形式之一就是构建了完备的法律法规体系,其在日本文化产业发展中起到保驾护航的重要作用。最具代表性的法律是《著作权法》,该法于1970年确立,经过20多次反复修订,最终于2001年变更为《著作权管理法》后开始正式实施。其他法律还包括《形成高度情报通讯网络社会基本法》(2000)、《文化艺术振兴基本法》(2001)、《知识财产基本法》(2002)以及《观光立国基本法》(2006)等。与此同时,日本为了保证所颁布的法律法规均具有可操作性,通常在新法律颁布之后,相关部门还会及时跟进更加具体的配套措施,例如《关于文化艺术振兴的基本方针》就是与《文化艺术振兴基本法》相配套的具体措施方案,《知识产权战略大纲》则是与《知识财产基本法》相配套的具体措施方案,从而为政府调控文化产业的政策手段提供了强有力的法律保证。此外,各项法律相应执行组织机构的组建也是日本进行高效立法施政的关键。“知识财富战略本部”就是根据《信息技术基本法》成立的,该部在制定“知识产业促进计划”的同时,设立了“文化产业调查会”,以便及时发现问题,补充和修订文化产业发展策略,制定出更加切实可行的文化产业发展法律法规。

相对于硬性的法律条文,作为政府职能延伸的文化中介组织则成为政府战术部署中最为灵活的“触角”,深入到市场基层,能够非常准确、快捷、全面地收集国家、行业和企业的相关一线信息,是文化市场中不可或缺的一个组成部分,也是推动文化产业发展的重要力量。<sup>[5]</sup>日本文化行业协会发展得较为成熟,几乎每个行业都有自律性组织或机构,他们为日本文化产业的顺利发展创造了完备的“软环境”。大多数行业协会是社团法人,他们主要的职责就是制定行业规范,维护协会会员的合法权益,而且每年都要提供行业的一系列统计数据。一般情况下,日本政府并不直接负责文化产品的审查,而是由行业协会直接进行把关,因此,行业协会在文化产业发展中的作用十分突出。比如,1939年成立的日本音乐著作权协会,就专门负责音乐著作权相关事务的审核,共拥有作曲家和作词家会员1.2万余人,管理着160多万首曲目。该协会的主要职能就是按照《著作权中介业务法》的相关规定来征收相关媒体所采用音乐的著作权使用费。另外,日本电脑娱乐提供者协会也是日本较为知名的行业协会,该协会成立于1994年,现有会员企业达200多家,以软件开发商为主,还有一些学校和经销商。2002年,该协会确立了电脑游戏软件产品的分级制度,以此为标准来审查该行业所开发的软件产品。一旦新产品被发现没有送审,协会将根据有关规定对该企业进行惩处。由此可见,行业协会在日本的文化产业发展中有着举足轻重的作用,其文化企业都会积极加入到各自的行业协会,并严格遵守其所制定的行业规范。

#### (三) 以政府作为产业集团发展的重要支撑,充分发挥市场机制的基础作用

日本是一个成熟的市场经济国家,其文化产业发展不是由政府简单“包办”的,而是在政府主导

的前提下,以市场机制为基础,实现资源的优化配置。具体而言,日本政府特别注重发展产业集团,关注综合经济效益,搭建国际化产业平台,由此发挥其支持引导作用。

### 1. 积极促成文化产业集团的组建,大力推进文化产业的快速发展

文化产业若想进行市场化的运作,企业作为产业发展的主体成为关键。日本政府十分重视对文化企业的培育,目前已经拥有一支由各个领域的知名企业所构成的成熟队伍。例如,演出界的四季以及宝歌两大剧团,电影界的东映、东宝和松竹三大知名公司,出版界著名的凸版印刷和大日本印刷两家公司,票务界的琵雅公司还有广告界的电通公司等等。此外,综合性的文化企业也是这支成熟队伍的重要组成部分,例如,艺神公司、吉本兴业公司等。与此同时,日本政府对文化产业的市场化运作方式还体现在其大力推崇的企业与企业之间要进行自由竞争的主导思想上。日本政府对企业的培育重点落在提升企业的竞争意识,引导其建立独立的营销体系,鼓励其通过市场化模式来谋求长足发展。此外,大型产业集团的出现也是文化企业市场化模式运作结果的体现,它们合理地调整产业结构,重新整合各个企业之间的资金、技术及经营等方面的合作,打破以往在行业之间与地区之间的明显分工界限,最终形成了一个各类文化行业之间相互融合与渗透的新格局,推动日本文化产业的市场化发展。

### 2. 遵循市场规律,获取综合经济效益

市场机制的核心就是市场规律,日本政府充分发挥市场机制的基础作用就体现在凡是可以市场化的文化,都要通过市场运作方式来发展。即便是一些简单的文化活动,也要依靠市场模式来运作,尽管收费很低,还是严格遵循市场规律,体现文化的经济效益。比如,日本各大报社的文化中心经常邀请一些专家学者举办讲座,其中包括高雅的艺术表演、美术讲座、书法讲座、摄影讲座等,收费不高,很受大众欢迎。文化和市场深入结合的一个较为成功的范式就是“出版——电影——音乐”的综合经营模式。即一部小说出版后,改编成电影,届时发行电影音乐 DVD,环环相扣的经营链条可产生较高的综合经济效益。我国影片《那山那人那狗》就是借用这种模式在东京市场上进行运作的。先是同名小说的出版,日本出版社先后再版 8 次,总销量达 7.6 万册,随后这部影片才上映,其中小说的销售额为 1.2 亿日元,同时电影票房超过 3.5 亿日元,取代《我的父亲母亲》,成为日本境内最具影响力的中国电影。

### 3. 产品不断创新,产业平台日趋国际化

在着力发展日本本土化文化产业的同时,日本政府还致力于为其文化产业的发展打造一个良好的国际环境。他们一直在积极地寻找世界性的元素,希望借此来构建一整套完善的文化产业体系以迎合消费者对各种文化的需求。文化产业发展的先导是文化产品的创新,日本企业不惜重磅投资来进行新技术和新产品的研发。同时,硬件产品的不断创新也更好地支持了文化产业中软件产品的发展。硬件产品包括随身听、CD、PSP 等娱乐休闲设备,他们为日本各类游戏和音像制品等软件产品的流行于世界铺开了道路。也正因为如此,游戏产业一直是日本文化产业中最耀眼的部分。日本经济产业省 2001 年的统计数据显示:日本游戏软件的年产量为 18 480 万件,其中 39% 的产品供应国内市场,20% 的产品出口欧洲,37% 的产品出口北美,出口总额达 2 532 亿日元。日本文化产业的竞争力除了体现在文化实体产品的创新发展上,同时还体现在其文化产品蕴含的内容之中,例如,动漫的故事性和艺术性体现了其深层的文化底蕴和艺术魅力。文化实体以及内涵的共同创新为日本文化产业的国际化搭建了更好的平台。

### (四) 以转变政府管理职能为突破口,构建起产学官沟通合作的社会网络

为了避免生硬的行政干预,日本政府和产业界建立了相互信任的关系,从而在目标统一的基础上谋求深度合作。政府重视宏观上的整体设计和导引,更多的是扮演着企业的“领航员”、“仲裁者”、“投资

者”及“保护人”的角色,企业完全拥有发展的主动权和自主性。政府通过制定各种扶植政策、提供预测信息及刺激性奖励计划来引导文化企业的发展。文部省和经产省是日本政府的管理体系中具有文化管理职能的两大核心部门,他们的差异在于文部省只负责公益文化管理,不分管文化产业;而经产省则侧重于文化产业的经济管理,通过调查研究来了解文化消费的状况以及文化市场规模的相关信息,并制定相应的发展规划和政策。但是,到了2000年,文部省也确立了文化产业的年度统计制度,并开始关注文化产业的发展情况。

除此之外,“产——学——官”相结合的模式是日本政府管理文化产业的又一特色,形成了政府与学界、学界与产业界、企业与企业之间大的沟通合作网络。文化企业可以通过对政府相应的法律保障与政策支持、研究机构提供的市场分析和预测等信息支持以及自身发展路径和能力的有机结合来谋求横向与纵向同时深化发展,不仅深挖国内市场,还要拓宽海外市场,确保“日本文化魅力”的竞争优势。

#### (五) 以政府的财政与金融扶持为基点,强力助推“日本文化魅力”形象的传播

日本文化产业的迅速发展重要原因之一就是具有强有力的资金支持后盾,这主要得益于其多元化的融资模式和渠道,不仅有政府的财政政策和金融调控的大力扶持,而且还有来自于市场中有关机构的资金支持。<sup>[5]</sup>例如,由政府和企业共同出资成立的中小企业信用担保公司,在为中小企业的贷款提供担保,为许多初创的中小型企业解决融资阶段的燃眉之急。还有由日本民众和企业共同投资的证券基金组织,其具体方式是由日本券商发起并成立文化产业基金来吸收日本民众和企业的资本,满足文化产业发展的资金需求。其他还有包括支持团体和个人从事文化艺术创作与传播的文化艺术振兴基金,支持日本动漫等文化产业发展的投资联盟体系以及能够产生未来现金流的知识产权证券组织,这些都是多元化融资渠道中必不可少的一元,这种模式分散了投资新产品开发的风险,拓宽了资金的筹集渠道,保证了文化企业发展的资金来源,夯实了文化产业发展的资金基础。

在稳固和扩大国内文化市场的同时,日本政府还着力强调与海外的文化交流,深度挖掘日本文化魅力,提升各国国民对日本文化的认识层次,在扩大日本文化影响力的同时,塑造“魅力日本文化”的品牌形象。各种大型会展和颁奖典礼就成为日本最具特色的营销宣传渠道,比如东京国际电影节、东京国际动漫节、东京亚洲音乐节、东京电玩展等。在近几年中,参展数量和交易额在亚洲首屈一指的东京国际电影节突破了以往单一电影市场局面,增加电影衍生文化市场,如音像制品、出版物等。2007年的“国际文化嘉年华”作为一个综合性文化宣传平台,主要是由东京电影节、东京动漫展、东京电玩展3个部分合并构成,更具日本特色。此外,日本政府创设的各种文化产业奖项也让人侧目,比如:总理表彰、表扬制度——“总理大臣授奖”,授予那些在文化产业方面有突出贡献的杰出人才以至高荣誉。同时,日本政府还对为提高和传播“日本文化魅力”作出突出贡献的外国人进行表彰,如“国际漫画奖”等。<sup>[6]</sup>这些奖项的设立是为了向海外传达日本的评价,以期得到其他各国的认可,获得文化领域的话语权,树立其权威的地位和形象,让“日本文化魅力”屹立于世界民族之林。

综上所述,在日本文化产业的发展历程中,发展战略的有效实施、政策法规的支持保障起到了关键性作用,而这主要源于日本政府在文化产业开启和发展的过程中所推行的“政府推进型模式”,这一模式既适应时代的要求,同时又与当时日本社会状况相吻合,为日本文化产业的发展指引了正确的方向。

### 三、我国的选择:基于日本经验的文化产业发展路径

中国经济的发展历程突显了文化产业在促进社会价值体系重构与社会经济和谐发展中的特殊优势,同时也反衬出了我国文化产业发展所面临的发展机遇、上升空间以及新的挑战,目前中国文化产业

正经历着与20世纪日本相似的发展历程。中国和日本同属于东亚儒家文化辐射圈内,具有较为相似的文化历史背景,因此,对日本文化产业成功发展模式的经验借鉴,有助于对我国文化产业发展的战略部署和政策制定给出基本判断和预期目标,从而探索出与之相匹配的现实发展路径。

### (一) 建立健全相关法制体系,为文化产业的良性发展提供法律保障

只有确立文化产业的<sup>[118]</sup>生产、流通、分配和消费等环节的法律法规保证,文化产业才能高效、有序地运行。日本文化产业的顺利发展,完善的法律法规体系是关键。1970年的《著作权法》,2001年的《文化艺术振兴基本法》,2002年的《知识财产基本法》以及2006年的《观光立国基本法》等一系列法律法规,涵盖了文化领域的各个方面,为其文化产业的发展提供了全面的法律保证。同时,每项法律都有配套的措施及时跟进,以保证每一项法律对文化产业发展的保驾护航作用得以充分发挥。鉴于此,我国文化产业发展的过程,也应该是同时也必须是我国法制体系建设与完善的过程。我国应当尽快梳理文化领域的法律体系,加快法治建设,为文化产业发展奠定坚实的法律基础。首先,从法律规范的角度,划分公益型和产业型文化的界限,做好文化企业的市场定位以及确定文化部门的产权归属等问题,彻底纠正旧体制下文化发展的制度缺陷。其次,要强化民众的法制观念,深化法制教育和法制宣传工作。在文化法制建设中,立法是根本,执法是关键,做到有法必依,执法必行。最后,组建各领域法律的相关组织机构,切实了解法律在实践中的空白点,不断完善我国文化法律法规体系,从而为文化产业的发展提供坚实的法律制度保障。

### (二) 深化文化管理体制改革,促进政府文化管理职能转变

文化管理体制影响文化市场机制的运行。我国文化产业尚未建立起高效统一的管理体制,多头管理、政企不分的问题仍然存在,例如:政府过多干预文化企业的经营管理,政府职能交叉、多头管理、缺位和越位现象严重,<sup>[119]</sup>阻碍了市场机制的正常运行。从日本的政府推进型发展模式来看,其成功的关键就在于其文化管理体制的改革以及政府职能的转变,从强制性的行政干预蜕变为宏观上的整体设计和导引,政府更多地是以“领航员”、“仲裁者”、“投资者”及“保护人”的角色出现。日本的成功经验告诫我们,政府应减少行政干预,侧重宏观调控,政策导引,从根本上实现政府“角色”的转变,调整其在文化产业发展中的传统定位,隐退竞争领域,把“包办文化产业”职能转变为“管理文化产业”职能。同时,积极调整和改革文化产业的管理体制,一改以往政府对文化行业“大一统”的管理模式,实行“普遍支持与重点扶持相结合”的战略模式。特别是要借鉴日本扶持中小文化企业的各种政策措施,以金融支持、税收优惠、技术援助等政策导引为主,充分发挥市场机制的调节作用,促进我国文化产业的健康持续发展。

### (三) 优化文化产品的创新环境,加强文化与科技之融合

我国发展文化产业虽然具有得天独厚的文化资源优势,但文化产业的市场开拓意识不强,对消费者需求把握不够,原创力严重不足。科技进步是文化发展创新的原动力,而科技含量高在日本文化产业中体现得尤为突出,其创新的设计理念正是因为有了先进科技的支持进而转化为具有竞争力的文化产品的缘故。<sup>[120]</sup>我们应借鉴日本的成功经验,充分调动“产——官——学”各方的积极性,依靠科技力量,注重引进先进技术,增加科技研发投入,出台鼓励政策,为文化产品创新提供有力的科学技术保障。<sup>[121]</sup>具体包括:第一,创新产品开发,丰富文化市场。我国可以基于高新科技平台开发网络游戏、动漫、数字娱乐产品等;除此之外,传统文化行业如广播电视、出版发行等也可以借助于科技力量获得新的竞争力。第二,创新人才培养,人尽其才,才尽其用。文化产业是一个特别需要创意的产业,其能否顺利发展,与人才的培养和积累之间的关系特别密切。<sup>[122]</sup>日本政府设定了专门的方案和计划,来培养文化产业方面的优秀人才,同时还新建了许多教育机构,<sup>[123]</sup>例如:隶属于东京大学的“内容产业工程专业”等。鉴于

此,大力发展文化产业,就必须有计划地培养一支高层次、复合型的人才队伍,同时加大人才培养机制的创新力度,创造优秀人才“进得来、留得住、用得上”的“人尽其才,才尽其用”的用人机制与激励机制。第三,创新发展模式,诱导文化消费。日本政府在引导和扩大国民文化消费方面成绩显著。例如:日本各大城市随处可见的漫画书店,面向各个年龄段观众的卡通动画片,最具平民大众化的娱乐方式卡拉OK也诞生于日本。由此可见,由文化消费带动文化产业发展是一条科学又高效的发展路径。我国应重视开发移动文化信息服务、数字文化娱乐产品等增值业务,为各种移动终端提供新的文化内容等,有效引致文化消费需求,把握文化消费市场,促进文化产业的进一步繁荣。<sup>[12]</sup>

#### (四) 强化财政政策与税收政策的支持力度,建立多元化的良性投融资机制

日本文化产业的政府推进型发展模式的经验表明,文化产业发展离不开国家政策和财政税收的支持,1990年,日本文化厅的财政预算为432亿日元,到1997年增加了近1倍,达到828亿日元。2003年,文化厅的财政预算首次突破了1千亿日元大关。从近几年的情况看,文化厅的财政预算呈递增趋势。尽管2011年日本经历了地震、海啸及核泄漏等一系列重创,但是,2012年文化预算为1074.47亿日元,比上年度增长了4.2%,这足以证明日本政府在财政支持上的强大力度。<sup>[99]</sup>这种支持对于尚处在初步发展期的我国文化产业来说尤其重要,我国政府应借助公共财政政策,加大对公益类文化产业的投入,同时,对文化企业要给予税收方面的支持,并为其创造良好的政治经济环境,不断完善相关配套政策,吸引资本对文化产业的投入。

文化产业属于具有高附加值经济领域,只有走投资社会化的道路,才能达到市场化的要求。于是,资本的融入又成为我国文化产业市场化和积极发展的关键。目前,我国文化产业融资渠道单一,资金不足,已经成为文化产业发展的一个重要瓶颈。而日本的多元化融资渠道则为其文化产业的发展提供了有力的资金支持。例如:日本政府推动民间企业建立文化产品开发投资联盟以及文化产业投资基金。<sup>[99]</sup>从日本的成功经验来看,改善文化产业投融资体制的核心就是在投融资领域导入市场机制,改变依靠政府直接投资格局,解除社会资本进入文化产业的准入门槛,积极组建文化产业基金和创业投资基金,从而形成社会资本公平竞争的市场环境。目前,我国的融资渠道虽然由一元化开始向多元化转变,但是多数为原始的、自发的多元化投入,希望可以向规范化的、良性循环的多元化投入迈进,这才是我们所期望的多元化途径。

#### (五) 积极扶持文化市场中介组织发展,提升第三方的地位和作用

文化市场的中介组织一般由行业协会等社会团体、一些民办非企业单位、律师事务所及会计师事务所等构成,是文化市场的重要组成部分。其作为推动文化产业发展的市场第三方,起到了收集国家、行业和企业的相关信息,分析和预测市场走势的重要作用。在日本文化产业的顺利发展的过程中,中介组织所打造的“软环境”意义重大。例如“内容产品海外流通机构”在日本的海外文化贸易与维权方面的功不可没,为保护日本在海外知识产权起到极其重要的作用。我国文化市场中介组织起步晚,底子薄,身份地位模糊,想要“走出去”就更需要中介组织的帮助。因此,政府应赋予文化中介组织正确的定位,引导其加强自身建设,完善其组织功能,促进国际交流合作。

#### (六) 注重文化贸易发展,大力推进我国文化产品的出口

海外拓展是日本文化产业成功发展的一大核心模块。日本一直将自己视为在世界范围内的“文化资源大国”,致力于建立一整套完善的文化产业体系并积极寻找世界性元素,通过其独具特色宣传的推广、不同文化产业间相互融合、相互渗透新格局的建立以及海外知识产权相关法律法规的保障,在全球范围内成功地打造了“日本文化魅力”。日本成功的经验告诉我们,随着全球化趋势以及科技信息业的发

展,在对文化产业的思考和实践过程中,中国既要注重内部文化的自身建设、构筑和发展,同时又要加大与外部文化的接轨、融合和辐射。要深度挖掘本国特色文化资源与成果,大力弘扬本国传统文化内核与民族文化精神,通过市场运作和商业包装给予传统文化资源新的生命,培育具有特色的文化产业;同时,我们还要积极开拓海外市场,与国际接轨,大量吸收国际文化市场的优质资源,拓展我国文化产品在国际文化市场的发展空间,以此扩大文化市场总量和文化产业规模,提升中华民族的品牌魅力,强化我国在全球竞争中的综合国力。

参考文献:

- [1] 赵政原. 日本拓展文化产业的经验及对我国的启示 [J]. 世界经济与政治论坛, 2008, (5): 118 - 124.
- [2] 李海霞. 日本文化产业战略思想及其启示 [J]. 现代日本经济, 2010, (6): 24 - 30.
- [3] 胡 珊. 日本文化创意产业的发展经验与启示 [J]. 时代经贸, 2008, (6): 98 - 99.
- [4] 百科事典. 文化産業 [EB/OL]. [http://jiten.big-lobe.ne.jp/j/92/f8/15/25f936855db51f2\\_900e2a\\_f\\_e9541d41a2.htm](http://jiten.big-lobe.ne.jp/j/92/f8/15/25f936855db51f2_900e2a_f_e9541d41a2.htm), 2010-07-05.
- [5] 张 彬, 晏 丹. 中日文化产业投融资模式比较 [J]. 商业时代, 2012, (4): 118 - 121.
- [6] 李海霞. 日本文化产业的主要特点探析 [J]. 天府新论, 2010, (6): 114 - 119.
- [7] 刘登佐, 何继善. 基于国际比较的中国文化产业的经济作用分析 [J]. 上海经济研究, 2008, (5): 73 - 78.
- [8] 王 琦, 张庆刚, 徐金娥. 中日文化产业发展之比较研究 [J]. 重庆城市管理职业学院学报, 2010, (3): 75 - 78.
- [9] 胡 攀. 大力发展文化产业满足文化消费需求 [J]. 重庆邮电学院学报(社会科学版), 2004, (3): 97 - 100.
- [10] 唐向红, 李 冰. 日本文化产业的国际竞争力及其前景 [J]. 现代日本经济, 2012, (4): 47 - 55.
- [11] 沈 强. 日韩文化产业发展比较研究 [D]. 吉林大学博士论文, 2010.
- [12] 朱自强, 张树武. 文化创意产业概念及其形态辨析 [J]. 东北师大学报(哲学社会科学版), 2012, (1): 117 - 121.

责任编辑 鲁 燕

## An Analysis of Development Path of Japan's Cultural Industry

JIN Xiao-tong<sup>A</sup> LI Mo<sup>B</sup>

(A. Research Center of Econometrics, Jilin University, Changchun, Jilin, 130012, China;

B. Business School, Jilin University, Changchun, Jilin, 130012, China)

**Abstract:** Cultural consumption is deeply related to cultural industry and they jointly constitute important fields of expanding domestic demand and improving people's livelihood. Under the circumstances of cultural consumption becoming focus point of expanding domestic demand and breaking through real dilemma, exploring real paths for China's cultural industrial development is crucial. In the process of Japan's cultural industry development, the great success has been achieved on the strength of high efficient and rational development mode by government. Typically, government offers powerful strategic and policy guidance, improves laws system, creates a sympathetic environment for intermediary organizations' development, lays foundation of allocating cultural resource based on market mechanism and realizes the transformation of management function and diversity of finance channels and characteristic of promotion channels through macro-economy plan and industrial policies. Japan's successful experiences have important implications for China.

**Key Words:** Cultural Industry; Cultural Power; Culture Consumption; Government-oriented; Japan