

南京都市圈文化产业与信息产业互动研究

崔向阳

(南京财经大学经济学院副教授南京 210046)

摘要: 在当今网络经济时代,文化产业与信息产业的关系日益紧密。本文研究了网络经济时代文化产业与信息产业互动关系的基本理论,总结和分析了南京都市圈文化产业与信息产业互动发展的总体情况和基本模式,以及南京都市圈文化产业与信息产业互动发展存在的主要问题。基于以上研究,本文提出了构建南京都市圈文化产业与信息产业良性互动发展的政策建议:第一,促进信息产业与文化产业的融合,加快发展新型信息文化产业;第二,促进信息、产业的发展,为信息文化产业的发展提供重要支撑。

关键词: 南京都市圈; 文化产业; 信息产业; 互动发展

中图分类号: G127, G201 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-8263 (2008) 03-0141-11

南京都市圈雄踞江苏、安徽交界的长江下游地区,以南京为核心,沿沪宁、宁通、宁杭、宁马高速公路和京沪铁路、宁芜铁路向四周扩展开来,空间半径 100 公里,高速公路行程在 1 小时以内。根据江苏省政府批准实施的《南京都市圈规划(2002-2020)》,南京都市圈的规划范围包括:南京市,镇江市,扬州市,马鞍山市,滁州市,芜湖市的全部行政区域,淮安市的盱眙县、金湖县,巢湖市的市区、和县、含山县。在当今网络经济时代,文化产业与信息产业的关系日益紧密,信息产业的飞速发展极大地促进和改变了文化产业的发展现状。本课题研究南京都市圈的文化产业与信息产业互动的关系,试图揭示文化与信息两大产业的内在经济联系规律和模式,从信息产业这一独特角度为南京都市圈文化产业的发展寻求一些建设性的政策建议。

一、网络经济时代文化产业与信息产业互动关系的理论分析

(一) 文化产业和信息产业的概念

1. 文化产业。20 世纪 40 年代,法兰克福学派最早使用了“文化工业”(culture industry)的概念进行文化批判。2004 年,国家统计局在《文化及相关产业分类》统计标准中对“文化及相关产业”的界定是:“为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动,以及与这些活动有关联的活动的集合。”根据文化活动的重要性将文化产业划分为文化服务(主体产业)和相关文化服务(相关产业)两个部分;根据文化产业所包括的范围划分为三个层次,即核心层,包括新闻服务、出版发行和版权服务、广播电视电影服务、文化艺术服务;外围层,包括网络文化服务(指互联网信息服务)、文化休闲娱乐服务(指旅游文化服务、娱乐文化服务)、其他文化服务(指文化艺术商务代理服务、文化产品出租与拍卖服务、广告和会展文化服务);相关层,包括文化用品设备及相关产品的生产、文化用品设备及相关产品的销售。为了使用统计资料的方便,本课题一般使用国家统计局的概念。

2. 信息产业。目前,不论在国际上还是在国内,对于信息产业都缺乏一个权威的和统一的定义。一般来说,信息产业是指以信息为资源,信息技术为基础,进行信息资源的研究、开发和应用,以及对信息进行收集、生产、处理、传递、存储和经营活动,为经济发展及社会进步提供有效的综合性的生产和经营活动的行业。根据国家统计局《统计上划分信息相关产业暂行规定》(国统字[2003]83 号)规定,信息相关产业包括六类主要活动:电子通讯设备的生产、销售和租赁活动;计算机设备的生

产、销售和租赁活动；用于观察、测量和记录事物现象的电子设备、元件的生产活动；电子信息的传播服务；电子信息的加工、处理和管理服务；可通过电子技术进行加工、制作、传播和管理的信息文化产品的服务。（1）

（二）文化产业和信息产业的互动关系

信息产业的发展从根本上改变了众多文化产品的生产、传播和消费方式，深刻影响着文化产业的发展趋势；与此同时，信息产业对文化内涵的需求也在不断加大，文化因素同样已经深深渗透到科技领域，成为社会经济发展的重要产业。信息与文化两大产业的互动与融合已是大势所趋。具体来说，信息产业与文化产业两大产业的互动与融合表现在以下几个方面：

1. 信息技术促进了文化产业的发展。信息技术极大地推进了文化产业的发展，在发达国家市场上，计算机娱乐软件多媒体软件支撑的文化产业的发展势头强劲，其发展速度比图书、报纸、广播等传统媒体快了1倍。在一项针对计算机网络服务的专项调查中，人们发现网络越普及的地方，文化产业所占的比例越高。在全球25个互联网最普及的国家中，文化服务业所创造的价值比开通互联网前平均增加17.5%，从业人员增加43%。在美国，因特网普及之后，文化产业所创造的社会价值占社会总产值的比例，从过去的20%上升30%以上，达到9000亿美元。以美国国会图书馆为例，随着国际互联网的开通，该馆成为北美乃至世界最大的网络信息服务商，每天上网访问国会图书馆网站的读者就达3万人次，围绕网络进行数据库服务的年收入达3亿美元，其文化产品也由原来的图书、胶片发展为光盘、网站、数据库等形式，成为全球进行文献信息服务的最大企业。

2. 文化产业促进了信息产业的复苏。20世纪90年代后半期，全球知识经济与数字化的狂潮曾使世界经济如痴如狂，巨量的资金投入了网络业，全世界各行各业都争相到网络业来“烧钱”，结果新经济的泡沫迅速膨胀。在新经济的泡沫破灭之后，人们痛定思痛，深刻地认识到，在科技设施、技术手段和传播交互方式等工具问题逐步解决之后，传播什么或发送什么就显得极为重要。也就是说，消费者们需要什么、消费什么，成了新经济发展的关键。事实证明，正是缺乏文化产业的有力支持，知识经济才落入低谷，面临着严重的危机。正是在卫星电视、数字电视及网络游戏等新型文化产业的推动下，信息产业才开始进入一个新的发展时期。近年来，电脑动画和游戏软件等数字娱乐内容市场保持高速增长。全球电脑游戏行业已成为与电影、电视、音乐等并驾齐驱的最为重要的娱乐产业之一，其年销售额已超过好莱坞的全年收入。据美国游戏研究机构NPD Funworld调查，仅网络游戏业的电子游戏软件销售额就由1996年的37亿美元增长到2002年的69亿美元，电子游戏软件销售量由1996年的1.05亿套增长到2002年的2.217亿套。

3. 信息产业和文化产业的融合产生了新型文化产业。伴随信息技术的推进和信息技术在文化领域的应用，信息产业和文化产业相互融合，产生了许多新型文化产业，代表性的三种新型文化产业是：网络游戏产业、动漫产业、数字内容产业。第一，网络游戏产业。第一款真正意义上的网络游戏可追溯到1969年，当时瑞克·布罗米为PLATO系统编写了一款名为《太空大战》（Space war）的游戏，不同于以前的单机游戏，该游戏可支持两人远程连线，被公认为是网络游戏的雏形。1978年，在英国的埃塞克斯大学，罗伊·特鲁布肖用DEC-10编写了世界上第一款MUD游戏——“MUDI”，这是第一款真正意义上的实时多人交互网络游戏，它可以保证整个虚拟世界的持续发展。1996年，大型网络游戏（MMOG）的概念产生，网络游戏不再依托于单一的服务商和服务平台而存在，而是直接接入互联网，在全球范围内形成了一个大一统的市场，大大促进了网络游戏市场的发展。第二，动漫产业。是指以“创意”为核心，以动画、漫画为表现形式，包含动漫图书、报刊、电影、电视、音像制品、舞台剧和基于现代信息传播技术手段的动漫新品种等动漫直接产品的开发、生产、出版、播出、演出和销售，以及与动漫形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产和经营的产业。第三，数字内容产业。欧盟“InfoZ000计划”中把内容产业的主体定义为“那些制造、开发、包装和销售信息产品及其服务的产业。”内容产业的范围包括各种媒介上所传播的印刷品内容（报纸、书籍、杂志等），音响电子出版物内容（联机数据库、音像制品服务、电子游戏等）、音像传播内容（电视、录像、广播和影院）、用以消费的各种软件等。数字化内容产业是指将图像、文字、影像、语音等内容，运用数字化高新技术手段和信息技术进行整合运用的产品或服务，数字化内容产业即流过那条“粗管子”——光纤宽带电缆的所有节目。

二、南京都市圈文化产业与信息产业互动关系的现状和模式

近年来，南京都市圈信息产业发展迅速，有力地推动了文化产业与信息产业的相互融合，开始出现文化产业与信息产业良性互动发展的大好形势，需要对南京都市圈文化产业与信息产业互动关系的现状和模式进行研究和总结。

（一）南京都市圈文化产业与信息产业互动发展的现状

1. 南京都市圈信息文化产业的总体发展情况。总体来看，南京都市圈的文化产业仍以传统的演出业、影视业、音像业、广告业等为主体，网络游戏、动漫产业、数字内容等新型网络文化产业仍处于起步状态。但近年来，南京都市圈的信息产业发展迅速，出现了文化产业与信息产业良性互动的局面，新型网络文化产业开始迅速发展。

以南京市为例，近年来网络文化产业增长迅猛。根据南京市统计局公布的文化产业统计资料，2005 年，南京市文化产业增加值达 73.48 亿元，比上年增长 25.3%，增长速度大幅度高于全市地区生产总值增长速度，文化产业增加值占地区生产总值的比重得到较快提升，由 2004 年的 2.86% 上升到 2005 年的 3.05%，上升了 0.19 个百分点，高于全国和全省平均水平。其中，网络文化服务创造增加值 1.6 亿元、文化休闲娱乐服务创造增加值 9.8 亿元、其他文化服务创造增加值 4.6 亿元。2006 年，南京市文化产业实现增加值 90.67 亿元，与上年同比增长 18.9%（涉及增加值增长速度按可比价计算，下同），超过地区生产总值增幅 3.8 个百分点。文化产业增加值占地区生产总值比重达到 3.27%，比上年提高 0.15 个百分点。在文化产业的第一部分中，2006 年“文化服务”实现增加值 54 亿元，占文化产业比重为 60.2%，与上年同比增长 17.7%。其中，增幅最高的是“网络文化服务”，增长幅度达到 49.1%。

从下表可以看出，南京市文化产业的发展呈现两个特点：第一，文化产业增加值占地区生产总值的比重迅速上升。南京市文化产业增加值占地区生产总值比重从 2004 年的 2.86% 上升到 2005 年的 3.05%，又上升到 2006 年的 3.27%。第二，网络文化服务增加值占文化产业增加值的比重迅速上升。2005 年，南京市网络文化服务增加值为 1.6 亿元，占文化产业增加值的 2.17%；2006 年，南京市网络文化服务增加值为 2.39 亿元，占文化产业增加值的 2.64%。

表 1 南京市网络文化产业发展概况（2004—2006）^{〔2〕}

	文化产业增加值	文化产业增加值占地区生产总值的比重	其中		
			文化服务增加值	网络文化服务增加值	网络文化服务增加值占文化服务增加值的比重
2004 年	58.63 亿元	2.86%	37.10 亿元	-	-
2005 年	73.48 亿元	3.05%	45.71 亿元	1.60 亿元	3.50%
2006 年	90.67 亿元	3.27%	54.60 亿元	2.39 亿元	4.38%

2. 南京都市圈文化产业与信息产业互动发展的统计分析。根据上文的理论分析，信息产业的发展深刻影响着文化产业的发展趋势；同时，文化因素同样已经深深渗透到科技领域，影响着信息产业的发展。本节我们使用南京都市圈的资料，对文化产业与信息产业的关系进行统计分析。

第一次全国经济普查提供了 2004 年第三产业的主要数据，其中在其他第三产业中包括了“文化、体育和娱乐业”和“信息传输、计算机服务和软件业”的数据，我们把前者视为是“文化产业”，后者视为“信息产业”。经济普查数据区分了企业法人单位和非企业法人单位的数据，企业法人单位的数据包括资产、负债、所有者权益、主营业务收入和利润总额，非企业法人单位的数据包括年末资产、全年收入和全年支出。

南京都市圈各城市的“文化产业”和“信息产业”经济普查数据如下：（3）

表 2 南京都市圈“文化、体育和娱乐业”企业法人单位有关数据 单位：万元

	资产	负债	所有者权益	主营业务收入	利润总额
南京市	583524	271657	311867	170054	10078
镇江市	-	-	-	-	-
扬州市	9680	3680	6000	2313	-120
马鞍山市	-	-	-	-	-
滁州市	2213.5	469.7	1743.8	398.1	20.4
芜湖市	54585.0	18276.7	36308.3	3325.3	218.5
淮南市	-	-	-	-	-
巢湖市	5696	3317	2379	1531	315

表 3 南京都市圈“文化、体育和娱乐业”非企业法人单位有关数据 单位：万元

	年末资产	全年收入	全年支出
南京市	408246	250869	225527
镇江市	-	-	-
扬州市	61428	21199	20921
马鞍山市	14800	8400	-
滁州市	12260.6	3289.9	3205.5
芜湖市	16419.7	11875.5	12208.0
淮南市	-	-	-
巢湖市	8858	3736	3234

表 4 南京都市圈“信息传输、计算机服务和软件业”企业法人单位有关数据 单位：万元

	资产	负债	所有者权益	主营业务收入	利润总额
南京市	656724	265573	391151	548470	17264
镇江市	-	-	-	-	-
扬州市	356694	113704	242990	200780	33319
马鞍山市	63800	10400	51400	33000	5900
滁州市	705.3	70.2	635.1	377.9	34.6
芜湖市	153120.7	67358.9	85761.8	77623.8	18435.0
淮南市	-	-	-	-	-
巢湖市	2676	583	2093	1384	317

为了分析南京都市圈各城市的“文化产业”和“信息产业”的关系，我们使用企业法人单位的资产、负债、所有者权益、主营业务收入和利润总额，以及非企业法人单位的数据包括年末资产、全年收入和全年支出等 8 个数据，采用主成份法(Principal component Analysis) 计算各城市的综合性产业发展指数。(4)

表 5 “信息传输、计算机服务和软件业”非企业法人单位有关数据 单位：万元

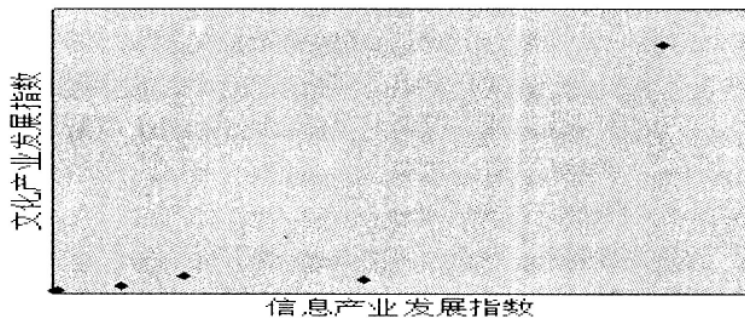
	年末资产	全年收入	全年支出
南京市	16096	5391	4924
镇江市	-	-	-
扬州市	10531	3424	3365
马鞍山市	-	-	-
滁州市	89.0	21.5	18.0
芜湖市	30.6	74.8	74.8
淮南市	-	-	-
巢湖市	2114	726	731

使用统计软件，画出南京都市圈文化产业发展指数和信息产业发展指数的散点图如下：

表 6 南京都市圈各城市文化和信息产业发展指数^[5]

	文化产业发展指数	信息产业发展指数
南京市	788656.60	697321.41
扬州市	44155.07	353556.20
马鞍山市	23200.00	76881.23
滁州市	8328.50	713.58
芜湖市	54147.16	147656.45
巢湖市	10266.55	3798.24

使用统计软件，计算南京都市圈文化产业发展指数和信息产业发展指数的 Pearson 相关系数：



图表 1 南京都市圈文化业和信息产业的散点图

表 7 南京都市圈文化业和信息产业的相关性

	文化产业发展指数	信息产业发展指数
文化产业发展指数	1	0.897 [*]
信息产业发展指数	0.897 [*]	1

^{*}表示显著性水平为 5 %（双尾检验）。

不管是从画出的散点图，还是从计算出相关系数都可以看出，南京都市圈的文化产业和信息产业之间存在着显著的正相关关系。鉴于数据太少，我们没有进一步进行 Grange，因果检验和回归分析，但可以初步得出结论，南京都市圈的文化产业与信息产业之间存在着一定程度的良性互动发展关系。

（二）南京都市圈文化产业与信息产业互动关系的基本模式

从上文的统计分析可以看出，南京都市圈文化产业与信息产业之间存在着一定程度的良性互动发展关系。具体来说，这种产业互动主要体现在以下几个方面：

1. 发展为文化产业提供支撑的信息产业。南京都市圈的各城市比较重视发展可以直接为文化产业提供支撑的信息产业，特别是计算机服务和软件产业、电子信息传输服务业。

在计算机服务和软件产业方面，代表性的城市是南京和扬州。南京市在《文化创意产业“十一五”发展规划纲要》提出，要大力发展计算机软件设计，重点扶持集成电路设计、手机软件、动漫游戏软件、教育软件，形成具有独特优势的软件产业集群。近年来，南京软件产业发展势头强劲，2006 年，软件收入达 258 亿元，连续保持 50%以上的增长态势，其中软件出口 3.8 亿美元，增长 80.95%。扬州市信息产品制造产业规模居全省第 6 位，教育信息化居苏中苏北第一位。2007 年，扬州市信息产业产值力争突破 240 亿元，其中，实现增加值 100 亿元，增长 25%；信息服务业实现销售收入 50 亿元，增长 20%。2007 年 4 月，

省信息产业厅和扬州市政府联合打造的全省第一个信息、服务业产业基地正式落户广陵新城，必将给扬州的计算机服务和软件产业带来更多的机遇，更加促进扬州地区的计算机服务和软件产业的进一步发展。

在电子信息传输服务业方面，南京都市圈的各城市近年来发展迅速，为新型文化产业发展奠定了较好的基础（详见下表）。其中，南京市的发展势头最为迅猛，截至 2007 年 6 月末，南京市计算机互联网用户达 74.58 万户，同比增长 23.68%，其中宽带用户达 69.28 万户，增长 31.21%。（6）

表 8 南京都市圈电子信息传输服务业发展概况（2006）⁷¹

	邮电业务总量（亿元）	固定电话用户（万户）	移动电话用户（万户）	计算机互联网用户（万户）	其中：宽带用户（万户）
南京市	93.60	344.20	488.0	67.50	61.50
镇江市	24.05	101.10	42.60	18.35	-
扬州市	30.81	137.93	49.50	22.20	-
马鞍山市	6.33	49.00	52.80	12.78	8.20
滁州市	11.52	102.85	79.94	8.50	-
芜湖市	19.07	85.12	78.46	13.02	9.11
淮安市	14.96	160.10	94.71	11.08	8.79
巢湖市	13.40	84.39	61.29	5.74	-
合 计	213.74	1064.69	947.3	159.17	-

2. 以信息产业改造传统文化产业。近年来，南京都市圈的各城市开始重视用信息产业来改造传统文化产业，有力的促进了传统文化产业的发展。这方面的典型例子是南京市对传统有线电视的数字化改造。

南京市在《南京市文化创意产业“十一五”发展规划纲要》中提出，“要积极推进广播电视数字化建设。加快建立南京数字电视公共服务体系和市场服务体系，完成城区有线电视数字化整体转换和南京都市圈地区有线电视网络的互联互通。积极拓展有线电视网络增值业务，最终形成一条以广播电视为龙头的文化产业链，使南京成为国内一流、世界较有影响的广播影视产品创作、制作、交流和交易基地。”2006 年 7 月 1 日，南京市正式启动了南京数字电视整体转换工程。根据南京市政府 2006 年 4 月 29 日公布《南京有线电视数字化工程实施方案》，2008 年底将实现全市 130 万用户有线电视数字化，率先建成全国一流的城市数字电视服务平台。具体分两步走：第一阶段，到 2007 年底，完成城区 80 万用户有线电视数字化，2008 年 1 月 1 日城区全部停止模拟电视播出；第二阶段，2008 年，完成区县 50 万用户有线电视数字化，逐步停止模拟电视播出。（8）2007 年 3 月 20 日，南京广电互动电视正式启动。互动电视实现了广播电视从“广播”到“点播”的重大变革，掀起了一场席卷传统视听境界的收视革命，标志着广播电视数字化的跨越式发展。

3. 发展新型信息文化产业。南京市在《南京市文化创意产业“十一五”发展规划纲要》中提出，“把动漫产业作为推动南京市经济发展的新增长点，充分依托人才、科技、文化和环境等方面的特色优势，积极为动漫产业的发展创造条件，力求把南京打造成集动漫创意、研发制作、人才培养、衍生产品开发等功能齐全的动漫产业集聚中心。”

近年来，南京市出台了一系列政策来促进包括动漫产业在内的文化产业发展，包括《关于加快发展南京文化产业的意见》、《加快文化产业发展的若干经济政策》、《加快发展文化创意产业》、《加快推进文化产业园建设》等 9 个政策（意见），为文化产业发展提供了强有力的政策保障。2006 年 7 月 23 日，南京市首家动漫产业园—江苏文化产业园在紫金山脚下的板仓街 1 号正式开园。据统计，目前已有四十多家动漫企业落户南京，动画片年生产能力两万多分钟，其中国产原创动画片近六千分钟。根据规划，到 2010 年，南京动漫产业总增加值要达 20 亿元，其中出口服务占 30%以上。5 年内，动漫企业总数将达 100 家以上，其中从事原创动漫企业占 60%以上，要创作百部国产原创优秀作品，每年生产制作动画片 500 集以上，总时长 1 万分钟以上。

（三）南京都市圈文化产业与信息产业互动发展存在的主要问题

在信息产业发展的推动下，南京都市圈文化产业与信息产业实现了初步的互动发展关系，但也存在一些需要改进的问题。

1. 与传统文化产业相比，新型信息文化产业的比重仍然太低。近几年来，南京都市圈文化产业，特别是新型信息文化产业发展速度较快。例如，2005 年，南京市文化产业增加值达 73.48 亿元，比上年增长 25.3%，增长速度大幅度高于全市地区生产总值增长速度，文化产业增加值占地区生产总值的比重得到较快提升，由 2004 年的 2.86% 上升到 2005 年的 3.05%，上升了 0.19 个百分点，高于全国和全省平均水平。其中，网络文化服务创造增加值 1.6 亿元，增长幅度达到 49.1%。

但与先进地区相比，南京都市圈还有较大差距。从文化产业增加值总量看，南京市的 73.48 亿元远远小于上海市（445.73 亿元）和北京市（385.94 亿元）；从文化产业增加值占 GDP 的比重来看，南京市文化产业占 GDP 比重 3.05% 远远小于西安（9.86%）、北京（6.37%）和上海（6.0%），分别比北京、上海、西安低 3.51、3.14、7.0 个百分点。上述数据表明，要在未来 5 年内使文化产业增加值占 GDP 的比重达到 5-10% 的目标，对南京市有较大的压力。从新型信息文化产业来看，2005 年，南京市以新闻出版、广播影视、文化艺术为主的传统意义上的文化产业实现增加值 29.63 亿元，占全部文化服务 45.71 亿元的 64.82%；而网络文化服务增加值为 1.6 亿元，只占全部文化产业增加值的 2.17%，只占全部文化服务业增加值的 3.50%，需要进一步提升网络文化服务增加值的比重。

2. 南京都市圈内部信息文化产业发展不平衡。在南京都市圈中，南京市信息文化产业的发展可谓一枝独秀。由于数据缺乏，我们只能将南京市与江苏全省、安徽全省的情况进行比较，从一定程度上也可以说明问题。

从江苏全省的情况看，2004 年，江苏文化产业实现增加值 258.55 亿元，占 GDP 的比重为 1.72%。其中，文化服务实现增加值 85.91 亿元。从文化服务业的内部结构来看，出版发行和版权服务业实现增加值 49.46 亿元，占全部文化服务业增加值的 57.57%；新闻服务业实现增加值 0.13 亿元，占全部文化服务业增加值的 0.15%；广播、电视、电影服务业实现增加值 16.88 亿元，占 19.65%；文化艺术服务业实现增加值 11.44 亿元，占 13.32%；网络文化服务业实现增加值 0.01 亿元，占 0.01%；文化休闲娱乐服务业实现增加值 5.78 亿元，占 6.73%；其他文化服务业实现增加值 2.20 亿元，占 2.57%。（9）

从安徽全省的情况看，2004 年，安徽省文化产业增加值 85.14 亿元，占当年全省生产总值的 1.8%。其中，文化服务实现增加值 51.85 亿元。从文化服务业的内部结构来看，出版发行和版权服务业实现增加值 25.45 亿元，占全部文化服务业增加值的 29.9%；新闻服务业实现增加值 0.12 亿元，占全部文化服务业增加值的 0.1%；广播、电视、电影服务业实现增加值 5.93 亿元，占 7%；文化艺术服务业实现增加值 4.26 亿元，占 5%；网络文化服务业实现增加值 0.33 亿元，占 0.4%；文化休闲娱乐服务业实现增加值 13.34 亿元，占 15.7%；其他文化服务业实现增加值 2.42 亿元，占 2.8%。（10）

从下表可以看出，南京市的网络文化服务业的发展水平远远高于江苏和安徽全省的平均水平。2004 年，江苏全省网络文化服务业实现增加值 0.01 亿元，占全部文化服务业增加值的 1.16%；安徽全省网络文化服务业实现增加值 0.33 亿元，占全部文化服务业增加值的 0.4%。2005 年，南京市网络文化服务业实现增加值 1.60 亿元，占全部文化服务业增加值的 3.50%；2006 年，南京市网络文化服务业实现增加值 2.39 亿元，占全部文化服务业增加值的 4.38%。

表 9 南京市网络文化产业发展与江苏和安徽省比较（2004）^{〔11〕}

南京市网络文化服务增加值占全部文化服务增加值的比重	江苏全省网络文化服务增加值占全部文化服务增加值的比重	安徽全省网络文化服务增加值占全部文化服务增加值的比重
约为 3%	1%	0.4%

3. 南京都市圈（特别是南京市）的网络使用费过高。信息产业是发展信息文化产业的支撑，但南京都市圈信息产业的产业集中度太高，某些企业具有较强的垄断势力，造成信息传输的使用费过高，在一定程度上阻碍了网络文化产业发展。

以南京市的网络使用费为例来分析。南京市目前和曾经提供宽带接入的公司主要有电信、长城、广电、网通、铁通等。长城、网通、铁通均存在着覆盖面积小的问题，铁通、网通有着明显的地域性，在一些较远的区域和较老的小区均没有提供宽带接入设备，至于长城宽带，这种地域性的特点更加明显，不少小区均没有提供接入服务。广电宽带虽然其在一些相对较远的地区也能安装，不过不少使用者均表示其宽带在稳定性方面有待提高，尤其在上网高峰这种现象尤其明显。因此，对于大多数的消费者而言，只能选择电信宽带上网。但由于电信的宽带在稳定性和覆盖面上的确优于其它宽带提供商，电信实际上处于垄断地位。

由于电信宽带的供给存在垄断性，南京电信拥有很强的定价权。2006年7月1日，南京电信停止了宽带业务包年。而同样是长三角城市的杭州市，2007年仍然有包年业务。虽然杭州市的宽带包年资费2007年比2006年提高了200元，但与南京市相比，仍然提供了宽带业务包年，对于需要长时间使用宽带的消费者而言，宽带使用费用相对较低廉。因此，与外地同一类型城市的宽带资费相比，南京市的宽带资费偏高，在一定程度上阻碍了网络文化产业发展。2006年10月下旬，南京电信一度曾推出宽带按流量计费。业内人士对此评论说：“如果国内主要ISP都依南京电信的成功经验施行宽带按流量计费，那么目前的国内网站将倒闭2/3，另外1/3也将收入锐减，生不如死。原因无他，都按流量计费了，互联网上的这些广告、图片、音乐、视频、各种软件都将能少则少，以前靠资源丰富性、配图精美性称道的网站将人不敷出、访问量锐减，IPTV等占用高带宽的应用都将成为空中楼阁。”（12）

三、建立南京都市圈文化产业与信息产业良性互动关系的政策建议

（一）促进信息产业与文化产业的融合，加快发展新型信息文化产业

基于以上的分析，我们可以得出结论，尽管近几年来南京都市圈的文化产业，特别是新型信息文化产业发展速度较快，但新型信息文化产业在全部文化产业中的比重还是太低，要努力促进信息产业与文化产业的融合，加快发展新型信息文化产业。主要的对策是：

1. 真抓实干。近年来，国家、江苏省、安徽省和南京都市圈各城市相继出台了一系列鼓励信息文化产业发展的政策。2004年3月23日，人民日报发表《中共中央国务院关于进一步加强和改进未成年人思想道德建设的若干意见》，要求积极鼓励、引导、扶持软件开发企业，开发和推广弘扬民族精神、反映时代特点、有益于未成年人健康成长的游戏软件产品。2006年4月，国务院办公厅转发了财政部等部门《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》（国办发〔2006〕32号），意见指出：“动漫产品是广大人民群众特别是未成年人喜爱的文化产品。发展动漫产业对于满足人民群众精神文化需求，促进社会主义先进文化和未成年人思想道德建设，推动文化产业发展，培育新的经济增长点都具有重要意义”。《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》也专门提出要着力发展数字内容和动漫产业，加快发展民族动漫产业，大幅度提高国产动漫产品的数量和质量，实施国产动漫振兴工程。南京市在《南京市文化创意产业“十一五”发展规划纲要》中提出，“把动漫产业作为推动我市经济发展的新增长点，充分依托人才、科技、文化和环境等方面的特色优势，积极为动漫产业的发展创造条件，力求把南京打造成集动漫创意、研发制作、人才培养、衍生产品开发等功能齐全的动漫产业集聚中心。”这些政策的出台，对发展南京都市圈新型信息文化产业提供了指导，现在的问题是怎样使这些政策落到实处，真抓实干，用足用好这些政策，使发展蓝图成为现实。

2. 加大投资。为了发展新型信息文化产业，各地争相加大对新型信息文化产业的投资。例如，从2007年起5年内，广州将每年设立1.5亿元软件和动漫产业发展资金，用以鼓励对软件和动漫产业的投资。在加大资金投入的同时，广州还鼓励国内外网游动漫企业以合资、独资等方式设立研究开发机构，并对认定为高新技术企业、新办高新技术企业和软件企业的网游动漫类企业给予税收优惠政策。同时，广州市科技局也设立了专项资金，重点支持战略性、原创性和基础性的创新活动以及重大产

品的研究开发，支持建立网游动漫产业公共研究开发平台，广州市“留学人员创业专项资金”和“中小企业创新资金”都向网游动漫产业适度倾斜。南京市也设立了南京市文化产业发展专项资金，制定了《南京市文化产业专项资金暂行管理办法》，设立每年 1500 万元的“南京文化产业发展专项资金”，用于银行贷款贴息、配套资助、奖励、项目补贴等资助，大力扶持文化创意产业、动漫产业发展和文化产业园区建设。建议南京市应进一步加大投资力度，完善文化产业发展专项资金的使用办法。建议南京都市圈的其他城市可以仿照广州市和南京市的做法，根据各地实际情况，出台类似的政府资金支持政策。

3. 鼓励原创。与传统产业不同，文化创意产业链是以创意为龙头，以内容为核心的。在这个产业链中，创意是核心价值。因此，动漫产业等新型信息文化产业的发展重点之一是鼓励原创。在国内的网络游戏上，欧美、韩国、日本等国家的网络游戏产品占据了市场的半壁江山。国内的很多企业为日本和韩国企业加工，帮他们画三维动画，只收取加工费，简单地充当世界文化产业打工者。这种状况急需改变，要走向创新第一，创意为主的阶段，从“中国制造”走向“中国创造”。广州等地已出台了鼓励原创的政策，广州市新闻出版和广播电视局设立了专项资金对本市企业生产的原创动画片给予奖励。在中央台首播的，每分钟奖励 2000 元，最高不超过 200 万元；在广州市和省级电视台首播的，每分钟奖励 1000 元，最高不超过 100 万元；在境外有影响的电视台首播的，每分钟奖励 2500 元，最高不超过 200 万元。

在鼓励原创的同时，要加大知识产权保护力度，为新型信息文化产业的发展营造有利的外部环境。建立健全知识产权保护体系，加大知识产权的保护和宣传力度，形成尊重创新、鼓励创新、保护创新的良好发展环境。加快游戏产业的开发，掌握核心技术，是中国网络游戏产业走向良性健康发展之关键。加快国产化游戏软件的研发，扶持盛大测评中心等落户南京的网络游戏企业的发展。加强监管，营造发展网络游戏的社会环境。制止私设服务器提供盗版游戏服务，加大对引进游戏内容的审查力度。

4. 促进积聚。动漫网游等新型信息文化产业的企业规模普遍较小，这些企业一般喜欢扎堆，从而自发形成一系列的产业的雏形。在这个过程中，政府要注意因势利导，规范管理，加强服务，促进文化产业聚集园区的形成和壮大。比如，例如，杭州市的 LOFT49 的形成最早是完全自发的，由于离运河很近，厂房空间结构又比较大，吸引了大批设计师和艺术家人住。杭州市对 LOFT49 采取了积极引导的方针，借助运河艺术节、西湖博览会等公共平台，积极为 LOFT49 包装、造势，进一步促进了 LOFT49 的发展、壮大。现在，杭州市的 LOFT49 已经和北京的 798 艺术区、上海的田子坊一起，成为了国内著名的文化创意产业聚集区。因此，建设信息文化产业园，引导信息文化产业集群式发展，符合信息文化产业的发展规律。

要建设信息文化产业园，要注意以下几点：第一，要加强服务，形成有利于企业发展的机制。园区管理部门要搭建平台，整合资源，激发创新。第二，要加强规划，提供有利于企业发展的空间。可以结合老城区旧工业厂房和住宅区功能改造、近现代建筑保护，建设信息文化产业园，为信息文化产业企业搭建发展载体。第三，要寻找一个可以依托的“创意之根”。这个“创意之根”可以是大学，也可以是研究所或大型企业。比如，上海同济大学周边形成的建筑设计产业带，就依托于同济大学在建筑设计领域的资源优势；杭州上城区的西湖创意谷，依托于中国美术学院的丰富人力资源。

（二）促进信息产业的发展，为信息文化产业的发展提供重要支撑

在“十一五”时期，数字电视、数码电影、宽带接入、视频点播、电子出版和数字娱乐等新的文化产业群将形成主流，传统文化产业比重过大的问题将在文化产业结构的数字化提升中得到根本性改变。信息技术的发展是信息文化产业发展的基石，要发展信息文化产业，必须进一步发展信息产业，充分利用科技的力量来发展文化产业。

1. 发挥优势。南京都市圈拥有发展科学技术的重要资源和比较优势，详见下表。南京都市圈各地可以充分发挥这些优势，大力发展信息产业。

2. 选准产业。在南京都市圈各城市各具优势，应充分发挥各地的比较优势，发展特定产业。例如，南京市在软件业方面具有雄厚优势，要努力使南京软件产业研发和产业化程度达到国际先进水平，把南京打造成国内一流、国际知名的“中国软件名城”。扬州市拥有全省第一个信息服务业产业基地，可以大力发展计算机服务和软件产业。芜湖市拥有国家级汽车电子信息产业园，可以在汽车电子信息产业方面大有作为。

3. 降低资费。根据前面的分析，南京都市圈特别是南京市的信息传输的使用费过高，影响了信息文化产业的进一步发展。应尽力向国家争取政策，对有关公司进行说服工作，尽力把网络使用费降下来。世界银行 2007 年 4 月发布了《中国的信息革命：推动经济和社会转型》报告，报告指出，尽管中国拥有世界第二大互联网和宽带市场，但目前中国互联网使用价格占收入水平的比重仍然偏高。发达国家互联网使用价格不到其收入水平的 1%，而中国的比例超过 10%，是发达国家的 10 倍，也高于东亚及太平洋地区约 8% 的平均水平。有专家预测，如果上网平均费用降低 20% 至 30%，我国的互联网用户数预计将会以前所未有的速度上升，有可能在现有 1.37 亿网民基础上，每年增加 2000 万，到 2010 年网民将达到 2 亿。

基金项目：南京财经大学南京都市圈发展论坛招标课题。

注：

(1) http://www.stats.gov.cn/tjfx/dfxx/t20070413_402402167.htm

(2) 数据来源：南京市统计局网站。

(3) 数据来源：各市公开发布的第一次全国经济普查数据公报。截至本文截稿时，镇江市、淮安市的经济普查数据尚未公开发布，在表中表示为“—”。

(4) 主成份分析的基本步骤是：1、对样本数据进行标准化变换；2、计算相关系数矩阵；3、计算相关系数矩阵的特征根和特征向量；4、计算特征根的方差贡献率和累计贡献率；5、根据累计贡献率确定主成分；6、根据主成分的特征根对应的特征向量计算主成分；7、根据主成分的方差贡献率计算综合得分。为了不影响研究报告的可读性，文中略去计算过程，计算过程备索。计算时使用的软件是 SPSS 14.0 for Windows。

(5) 镇江市、淮安市的第一次全国经济普查数据尚未公开发布，无法计算产业发展指数。

(6) http://www.njtj.gov.cn/view.asp?article_id=32957 & Article_Big_Cate_id=

(7) 资料来源：各地《2006 年国民经济和社会发展统计公报》。部分数据未公开发布，在表中表示为“—”。

(s) <http://www.cpll.cn/law7014.html>

(9) 数据来源：江苏省统计局网站。

(10) 数据来源：安徽省统计局网站。

(11) 因为缺南京市 2004 年文化服务业的数据，根据 2005 年和 2006 年的数据，我们推测南京市 2004 年南京市网络文化服务增加值占全部文化服务增加值的比重约为 3%。

(12) IT168: 按流量计费南京电信引发垄断争议。http://publish.it168.com/2006/1101/20061101001601.shtml

(13) 资料来源: 各地《2006 年国民经济和社会发展统计公报》。部分数据未公开发布, 在表中表示为“—”。

(14) 不含部队院校。

参考文献:

(1) 陈莹莹、黄全斌、万建民: “杭州: 发挥优势加快文化创意产业发展”, “聚焦创意产业聚集区”系列报道④, 《经济日报》2007 年 7 月 12 日第 11 版。

(2) 顾江编著: 《文化产业经济学》, 南京大学出版社, 2007 年版。

(3) 胡惠林著: 《文化产业学: 现代文化产业理论与政策》, 上海文艺出版社, 2006 年版。

(4) 毛蕴诗、梁家宽: “以产业融合为动力促进文化产业发展”, 《经济与管理研究》, 2006 年第 7 期。

(5) 王国荣: “信息化与文化产业: 互动、问题与对策”, 《社会科学》2003 年第 12 期。

(6) 徐浩然、雷深烨著: 《文化产业管理》, 社会科学文献出版社, 2006 年版。

(7) 叶明编: 《中国文化产业年度发展报告》, 湖南人民出版社, 2005 年、2006 年版。

(8) 中共南京市委宣传部课题组: 《南京发展创意文化产业优势及对策研究》, 《今日中国论坛》2006 年 2-3 期。

(9) 邹广文、徐庆文著: 《全球化与中国文化产业发展》, 中央编译出版社, 2006 年版。

(责任编辑: 喻一)