

重庆文化产业发展总报告（2008）

何浩 程锋 瞿庭涓

一、概述

2008 年是极不平凡的一年。这一年是改革开放 30 周年，全面贯彻落实科学发展观成为将改革开放事业继续推向前进的强大动力。这一年是国际国内经济形势发生重要变化的一年，美国次贷危机引发的金融海啸席卷全球，已经从金融业迅速传导到实体经济。在这样一个宏观大背景下，我们更多地看到文化产业发展所面临的难得机遇。中央决定从 2008 年 9 月开始，在全党开展深入学习实践科学发展观活动，以人为本、全面协调可持续发展的理念迅速传导至国民经济和社会发展的各个领域，文化在经济社会发展中的地位不断凸显，无论是公益性文化事业保障人民基本文化权益的功能，还是经营性文化产业调整经济结构和繁荣文化市场的作用，都已引起广泛关注和高度重视。

迎接机遇的到来需要完善的配套政策。一些更加具体、更有针对性的政策正在酝酿，近一两年会陆续出台，包括培育骨干文化企业、建设文化产业基地、支持文化企业融资以及文化产业布局等，将在一定程度上满足产业发展的现实需求。对重庆文化产业来说，改革重塑文化市场主体带来的增长效应逐渐释放，重大产业项目将成为产业增长的新的支撑。在产业政策的带动下，顺势而上建成已经立项的重大项目，策划和储备一批新的中小项目，通过项目运作吸纳社会资本、壮大企业实力、推动园区建设，进而培育新的经济增长点和产业集群，是重庆文化产业应当坚定不移奉行的做大做强之路。

目前，文化产业总量明显增加，对全市经济社会发展的影响力正在增强。2007 年，全市生产总值达到 4 112 亿元，比上年增长 15.6%，过去五年则平均增长 12.6%。当年，重庆文化产业增加值首次突破 100 亿元，达到 114.19 亿元，按可比价计算，比上年增长 26.6%，高于 GDP 增速 11 个百分点，占 GDP 比重为 2.8%，比上年提高 0.3 个百分点。文化产业增加值对全市 GDP 的贡献率为 4.4%，拉动 GDP 增长 0.7 个百分点。与国内主要城市相比，重庆文化产业增速位居前列，仅低于广州、沈阳，高于京津沪三大直辖市和其他省会城市。2008 年，重庆文化产业预计将保持 25% 以上的增速，文化产业增加值可望达到 150 亿元。

反映文化产业景气程度的就业数据显示，2007 年重庆文化产业吸纳从业人员 31.24 万人，占全部就业人口的比例达到 2% 以上，而 2006 年这两个数据分别为 28.89 万人和 1.8%。从近几年的统计数据来看，重庆文化产业增加值占 GDP 比重每增加一个百分点，可以增加就业约 6 万人，而 2008 年前 11 个月全市新增城镇就业人口不足 30 万人。2006、2007 年全市就业人员分别是 1 586 万人和 1 560 万人，有所下降，文化产业吸纳就业人员却在增加，说明重庆文化产业的增长是健康的，有质量的，是可持续的。人均增加值的数据也能反映出这一点，2007 年重庆文化产业人均增加值为 3.65 万元，同比增长 18.9%，尽管由高到低排序大致没有变化，仍然是广播电影电视服务最高，为 7.67 万元，其次是新闻服务，为 5.77 万元，但相比 2006 年的 6.5 万元和 5.38 万元，都有一定增长，即使是绝对值最低的文化用品设备及相关产品销售，2007 年也在 2 万元以上，比 2006 年增长了近 40%。

文化消费更加活跃。2008 年重庆城乡居民收入继续快速增长。当年城镇居民人均可支配收入为 15709 元，同比增长 14.5%，增幅在西部地区 12 个大城市中位居第 3 位，农民人均纯收入增长达到 4 126 元，同比增长 17.6%，增幅居西部第 2 位。随着市民生活水平的提高，人们更加关注自我素质的提升与培养，对精神文化产品和服务的消费不断增加，其中书报杂志零售额达 12.38 亿元，同比增长 25.2%，增幅提高 13 个百分点，文化办公用品零售额 13.58 亿元，比上年增长 42.3%，增幅提高 10.3 个百分点。值得一提的是，电影、演艺两大观赏性市场在 2008 年都呈现出热闹纷呈之势，其中电影票房收入首次突破亿元，上座率由上年的 67% 提高到 2008 年的 81%；而仅 2008 年底举办的首届重庆演出季，

就推出了 48 台剧目上百场演出，观众达 10 万人次，票房收入达 3 000 万元。文化消费的旺盛势头，成为 2008 年低迷不振的重庆消费市场一大亮点。

但要看到，重庆城市和农村文化消费差距很大。2007 年，城市居民人均文化娱乐服务支出为 715 元，增长 13 %，占人均消费型支出总额的 6.6 %，比 2006 年下降 0.1 个百分点；农村居民同类支出 1 %元，仅增长 3.2 %，占比为 7.8 %。由于重庆城乡二元结构没有得到根本改变，农村居民收入不及城市居民的 30 %，2008 年恩格尔系数仍然高达 53.3 %，尚处于温饱阶段，短期内农村文化消费还难有实质性启动。

二、2008 年重庆文化产业发展呈现出的新气象、新特点

（一）产业内部结构持续优化，重庆文化产业步入升级轨道

自有文化统计数据以来，重庆文化产业内部结构一直在发生单向变化，即三大层级中的核心层所占比重逐步下降，外围层与相关层的比重在稳步提高。2007、2008 年这一表现尤为明显。数据显示，2005—2007 年，核心层在整个文化产业中所占比重从 60 %降至 51.7 %，而外围层和相关层分别从 26 %、14 % 上升至 31.2 %、17.1 %。与此相对应的是，近年来，外围层和相关层的增长速度远远高于核心层。以 2007 年为例，当年核心层的增加值为 59.06 亿元，增长 21.2 %，而外围层、相关层分别达到 35.61 亿元和 19.52 亿元，同比分别增长 32.2 %和 34.5 %，增长速度差距已经扩大到 10 个百分点以上。

上述数据变化可以解读为，实质上是重庆文化产业加快发展过程中产业升级的积极表现。所谓文化产业核心层，指的是以新闻服务、出版发行和版权服务、广播电影电视服务、文化艺术服务等为代表的传统文化产业成分。这部分产业发展相对成熟，但市场基本饱和，与新技术的结合不够紧密，增值业务的开发和增长空间都十分有限。同时这一领域进入门槛较高，市场开放程度较低。长期以来，主要是国有文化单位占据主导地位，社会资本进入受到诸多政策限制。与之相对应，新兴文化产业集中的外围层、以文化硬件生产销售为主的相关层，因其自身固有的产业特点，市场开放程度很高，特别是网络文化服务、文化休闲娱乐服务，互联网、多媒体等高新技术应用极为普遍，不断有新的增值业务和体验服务提供消费，市场潜力远远大于传统文化产业。因此，核心层与外围层、相关层在整个产业格局中的“一升一降”，反映了重庆文化产业在传统文化产业稳步增长的同时，新兴文化产业出现了跨越式发展的势头。

（二）重大产业项目有序推进，重庆文化产业新的经济增长点正在形成

2008、2009 年连续两年重庆市政府工作报告提出要加快建设文化产业基地，2009 年更是确立了文化产业增加值增长 30 %的目标。不论是建设产业园区，还是实现产业的高增长，都必须依靠重大项目的支撑。从 2008 年启动的十大项目推进情况来看，尽管进度不一，但都有实质性的进展。其中，大足影视制作基地、新华畅快物流这两个项目较为成熟，大足影视剧基地完成投资 2.2 亿元，总体规划获得批准，已征地 982 亩，新增 2 000 亩土地征用手续正在办理，前期建成了“CS 真人实战营地”子项目，并且举办了首届“龙水湖畔国际露营音乐节”，聚集了大量人气，显示出该项目的巨大潜力。畅快物流被列入重庆市首批重点现代物流项目，土建施工进度顺利，预计 2009 年底能够全部完成。数据库建设、模块设计进入收尾阶段，物流传输设备也陆续运抵重庆，整个项目在 2010 年上半年建成运营。

解放碑时尚文化城受到广泛关注，不仅因其地处解放碑商业步行街黄金地段，也因其策划、设计和运营理念的高起点。该项目在市领导的亲自关心下，经过多方协调，取得了项目用地土地储备权，完成了概念规划、环评和商业策划，已经进入引进战略合作者、优化建筑概念设计和拆迁阶段，可望于 2009 年内动工。重庆日报报业大厦及创意产业园项目落户渝北，正式签订投资协议和土地出让协议，以优惠价格购买项目所需土地。黄桶坪艺术园区在九龙坡区支持下完成了初步规划，并且举办了首届国际艺术节，启动了艺术品交易市场建设。重庆出版集团公司与江津区政府就重庆印刷包装产业基地项目正式签约，首期

占地 500 亩，投资额将超过 10 亿元，预计 2012 年整个基地工业产值将达到 50 亿元。

自 2008 年以来，由于国内外经济形势急转直下，国家、市里都出台了拉内需、保增长的若干政策，其中一个重要方面就是通过项目建设来拉动投资。以此为契机，全市共策划申报了 53 个文化产业项目，总投资额达 458 亿元。这些项目，连同已经规划建设的重点项目，在资金、政策到位的情况下，有可能在今后几年成为重庆文化产业可持续发展新的引擎。

（三）新兴文化产业发展迅猛，对传统文化产业的拉动效应开始显现

在文化产业 9 大行业门类中，2007 年增加值排在首位的仍然是出版发行和版权服务业，为 32.34 亿元，但增速只有 15%，新闻服务业发展更加趋缓，增速仅为 6%。文化休闲娱乐服务业实现增加值 25.86 亿元，同比增长 29.7%，高于全市文化产业增长速度。而作为新兴文化产业的代表，网络文化服务业则增长了 45.6%，广告、会展、文化商务代理等其他文化服务业也增长了 37.4%，带动了商贸、饮食、休闲、酒店等行业的发展。四大文化集团大力发展新兴文化产业的努力收到明显成效，2008 年动漫、网络、移动电视、手机电视等新兴文化产业营业总收入同比增长 107.37%，并且一举扭亏为盈，利润同比增加 1105 万元。

尽管新兴文化产业所占比重还很低，但对传统文化产业的改造和拉动作用不可小觑。重庆日报报业集团推出的手机报，一年左右时间订阅量最高达到 42 万户，在全国省级手机报中名列第五，不仅使新闻资源得到最大程度的利用，而且其推广发行成本极低，几乎可以忽略不计。重庆广电集团（总台）也成功推出了手机电视，目前用户达到 2 万户，这一项目引进合作资金 8000 万元，通过融资使项目基础设施建设有充足的资金保障。网络方面，华龙网与大渝网经过精心培育，分别在重点新闻网站和商业网站领域取得了新的成绩，华龙网日均 IP 访问量超过 40 万人次，成为西部新闻门户第一网，当前正与重庆广电集团（总台）旗下视界网推进深度融合。大渝网借助腾讯公司的力量，迅速跃升为重庆第一生活门户网站，并与重庆商报展开报网互动，形成新闻资源与网络资源共享的独特模式。出版、发行业也在力争搭上网络这班信息化快车，重庆出版集团公司完成了 450 多个品种图书的数字化采集，并打造了天健在线原创文学平台；新华集团的网上书城访问量和销售额也保持了双增长。由于国内传统文化产业的新技术改造普遍处于起步阶段，重庆文化企业在这一领域不存在明显差距，应当抓紧谋划新兴文化产业发展和传统文化产业的升级，使新产品、新业务所占比重不断提高，占据文化产业链条的有利位置。

（四）国有文化产业仍占主导地位，民营文化企业保持快速增长，区县文化产业竞相启动

2007 年，重庆国有文化产业实现增加值 34.96 亿元，占总量比重由上年的 30.7% 微降至 30.6%。2008 年，在国际金融危机、汶川大地震、奥运期间地方媒体广告投放减少、国家进一步加大医药广告管理力度等多重因素影响下，重庆市国有文化资产经营管理公司监管下的四大国有文化集团仍然取得了不菲的成绩。全年实现营业总收入 52.21 亿元，同比增长 11.15%；实现利润 2.12 亿元，同比增长 22.05%；资产总额为 104.33 亿元，国有资本保值增值率 112.16%，首次实现“资产突破百亿、收入突破 50 亿、利润突破 2 亿”。2008 年，重庆出版集团公司推出的《藏地密码》累计销售 150 万册，成为年度国内超级畅销书，出版集团在图书零售市场占有率达到 0.79%，由 40 位跃升为 24 位，首次进入前 30 强。重庆广电集团（总台）的数字电视主城用户增加 25 万户，主城用户接近 100 万。重庆日报报业集团与重庆大学出版社共同投资组建了图书出版公司，内容产业向多元化又迈出了一步。重庆新华书店集团有限公司在“重庆市商贸流通 100 强”批发零售类企业中位列第八。国有文化产业的整体实力和影响力都进一步提升。

民营文化产业 2007 年实现增加值 79.23 亿元，占全市文化产业增加值总量的 69.4%，同比提高 0.1 个百分点，增速超过 29%。重庆民营文化企业主要集中在印刷业、网络文化服务、文化休闲娱乐、广告业、会展业、动漫制作和影视剧制作等门类，并在这些领域拥有举足轻重的地位。比如重庆印刷企业近 90% 为非国有企业，其资产、销售收入和利润指标均在重庆印刷业中占绝对优势。在 2008 年重庆市第二批文化产业（动漫）专项资金确定的 4 个项目中，民营企业就占了 3 个，其中享弘公司制作的动画片《魔盒与歌声》获得近 200 万元的播出奖励。重庆润视公司成立不过 3 年多，已经推出了《红

色记忆》《记忆之城》等有影响的影视作品，目前正在筹拍总投资为 1 500 万元的电视剧《医者仁心》。尽管民营文化产业比重不断提高，但不可否认的是，国有文化企事业单位在重庆文化产业中牢牢占据着主导地位，这是因为在文化的内容和传播等核心领域，都由国有资本控制，民营企业的发展需要国有文化产业的有力拉动，国有文化产业发展水平，对民营文化企业的生产经营具有直接而重大的影响。

区县文化产业因体量小、影响弱，向来不受重视，但受近年来文化体制改革和文化产业大发展激励，许多区县意欲在文化产业发展方面有所作为。基础较好的渝中区已经建成较场口中央娱乐区，聚集了 370 多家成规模、上档次的品牌娱乐企业，总营业面积达 9 万平方米，2008 年营业收入预计达 1.08 亿元。万州引进民营企业投资打造了“老万州不夜城”，集中了民俗、奇石、根雕、歌城、文化旅游商品展示等多种经营业态。永川渝西书城、九龙坡华岩寺佛文化产业园基本完工，江北、南岸、长寿都有新的文化项目启动规划或开工，奉节、大足、酉阳谋划文化大县建设。区县文化产业的兴起，势必为全市文化发展增添更多新亮点。

三、存在的问题与分析

重庆文化产业总量初具规模，发展速度在国内处于前列，但透过成绩深入剖析，就会发现重庆文化产业素质不高、总体竞争力较弱的问题依然存在，特别是产业集聚效应生成较慢，既不利于产业集群的打造和产业结构调整，又在一定程度上影响了社会资本进入的积极性。

（一）产业结构不尽合理

2007 年，重庆文化产业核心层、外围层、相关层之比为 51.7 : 31.2 : 17.1，产业结构还不尽合理。目前，重庆文化产业与国内其他城市的差距，主要是在外围层、相关层，而不是核心层。譬如文化产业增加值占 GDP 比重位于全国前列的深圳市，其 2007 年文化产业总量是重庆的 4 倍多，但其核心层增加值只有 67 亿元，与重庆大体相当，占比为 17.6%，相关层是该市文化产业绝对主体。其他如北京、上海等城市，外围层与相关层的比重都远远高于重庆。换句话说，重庆文化产业在规模上的差距，主要表现在文化服务业、文化制造业以及文化市场方面，这与城市的消费水平、工业结构息息相关。

（二）产业集聚度不高

文化产业走向成熟的标志之一，是出现相对集中的文化集散区块，地理上的相对集中，促进文化要素的集中和文化生产消费的一体化，继而形成现代文化产业集群，增强文化产业的创新力和竞争力。重庆目前已经形成了一些文化企业聚集区，但规模小，企业少，影响弱，基本上只是具有空间上的聚合，而无产业要素的融合。譬如在渝中区解放碑得意世界，集中了重庆规模最大、档次最高的文化休闲娱乐场所，但由于缺乏统一规划和行业引导，其业务模式高度趋同，缺乏差异竞争，创新动力不足，很容易为沙坪坝、观音桥、南坪等地商圈模仿，也难以孕育出引领文化娱乐潮流的旗舰企业。动漫方面，重庆获得了“国家动画产业基地”“国家动画教育基地”两块牌子，但重庆大大小小数十家动漫企业散落于高新区、九龙坡、沙坪坝、南岸茶园等地，大学城亦有动漫园区规划。这种分散发展的后果是，创意交流不畅，人才各为其主，资源无法共享，众星捧月般的创意工作室也就缺少可持续发展的动力。重庆演出业由于剧场分散，且硬件普遍较差，还不具备行业集中的条件。产业集聚效应不强，直接影响了产业园区的打造和产业集群的形成。目前规划的六大产业基地，实际上是依靠“十大项目”作为支撑。但仅有一个开发业主的参与，而没有众多企业和项目的入驻，不可能形成真正意义上的产业集群。

（三）市场主体不足

企业是产业的根本，骨干企业是文化产业的主体，重庆文化产业的市场主体却量少、质弱。经过近几年的改革与发展，重庆拥有了一批具有一定实力和竞争力的文化企业。但无论是四大国有文化集团，还是《电脑报》《商界》等，重庆骨干

文化企业主要集中在体制内，民营文化企业虽然数量多，有活力，但整体实力还有较大差距。比如重庆五洲图书发行公司 2008 年在全市民营书业中首个实现销售码洋 1 亿元，民营印刷业产值上亿元便已是行业龙头，而四大集团 2008 年户均资产在 26 亿元左右，营业收入约 13 亿元，利润约 5 000 万元，就单个企业的块头来看，民营企业与国有文化集团还不在于一个等量级上。放眼全国，重庆骨干文化企业的实力还十分弱小，如上海“新华传媒”，截至 2008 年 9 月资产总额达到 38.35 亿元，实现利润总额 2.14 亿元，相当于重庆四大集团盈利的总和。不久的将来，一个打破区域分割、实现整合统一的文化市场将最终形成，国内文化企业必将短兵相接，展开全方位竞争，而决定竞争胜败的，就是骨干文化企业的规模与实力。根据 2012 年重庆文化产业增加值超过 300 亿元、占全市 GDP 比重达到 4 % 的目标测算，四大集团 2011 年的资产总额应当达到 224.90 亿元，营业总收入至少达到 113.91 亿元，基本上是在未来 3 年左右时间里，再造一个四大集团，重庆培育文化骨干企业的任务异常艰巨。

（四）投融资支撑体系不健全

要实现文化产业的跨越式发展，仅仅依靠现有的存量资产很难实现，必须引入增量，而打造文化产业战略投资者是引入增量的最有效途径。截至 2008 年底，全国已经出现了 15 家上市文化公司，这些企业本身具有良好的产业素质和行业领先优势，完成上市融资后，迅速扩大规模、提档升级，展开了全方位的扩张，带动当地文化产业呈现加速发展之势。今后几年，重庆文化产业重大项目总投资额将在 270 亿元左右，不论是财政投入还是民营企业进入，都无法完成这样大规模的投资。从前几年的经验来看，单个项目融资额度一般只有几千万元，而通过银行信贷获取支持资金一方面会大量增加企业财务成本，另一方面会大大提高资产负债率，况且民营文化企业获取银行贷款非常困难。因此，谋划构建产业发展的支撑体系，将对未来几年重庆文化产业的发展方向、重大项目的顺利完成起着关键作用。当前，一是要推动有条件的企业上市，二是要筹划建立产业发展基金，三是要构建担保机制，促进与金融资本的对接。

四、2009 年发展预测

2009 年，针对国内经济面临前所未有的困难与挑战，中央提出要加快转变发展方式，大力推进经济结构战略性调整。正是在这样一个外部压力推动内在发展转型的特殊时期，文化反向调节的功能受到广泛重视。许多学者指出，文化产业在经济下滑过程中往往会逆势而上，文化产品和服务的心理慰藉、精神激励功能，会刺激出版物、影视剧、动漫游戏等大众文化消费，为文化产业的发展繁荣带来契机。提及最多的例子，一个是 1929 年至 1933 年世界经济危机，美国的广播、电影等产业得到飞速发展，并且造就了好莱坞、迪斯尼、时代华纳。另一个是 1997 年亚洲金融危机爆发后，日本和韩国的文化产业也得到迅速发展。这些事例证明学者的看法有一定道理。文化产业对经济结构的优化作用、对金融危机的缓冲作用、对促进就业的拉动作用，的确可以使我们在经济困难的形势下增强应对危机的能力。同时，在当前的形势下发展文化产业，还有满足精神需求、提升人民信心、促进社会和谐稳定的独特作用。

正是基于这样的大背景和认识，举国上下对文化产业的发展都给予了足够的重视，各种政策措施必将陆续出台，文化大省、文化大市建设将成为新一年响亮的口号。因此，我们要看到在经济危机下，文化产业所面临的机遇，要遵循文化产业发展的客观规律，着眼国家宏观经济结构调整的方向，乘势而上，加快重大项目建设，加快产业升级，完善政策和支撑体系，坚持以科学发展观引领重庆文化产业又好又快向前发展。

（一）坚持不懈地深化体制改革，加快建立和完善重庆文化产业体系

种种迹象表明，此次经济危机不仅促使我国加快经济结构调整，对于社会改革层面的冲击更大，涉及医疗、教育、住房、户籍、社会保障等诸多领域。新一轮改革即将全面启动。文化体制改革经过 5 年多的摸索前行后，中央明确提出，2010 年前原有综合性试点地区整个改革要全面完成，其余省市要基本完成改革试点工作，并将改革在面上迅速推开。实践证明，某些文化领域的改革之所以推进不快，力度不大，进展不平衡，与人事、社保、财税等方面的改革不协调、政策不配套有着直接关系。

一旦社会改革取得实质性进展，文化体制改革所面临的难以逾越的许多难题将迎刃而解。文化产业体系不健全的现状将大为改观。

目前，重庆文化宏观管理体制基本到位，“党委领导、政府管理、行业自律、企事业单位依法运营”的大格局基本形成。随着文化综合行政执法的实施，政事分开、政企分开、管办分离乃至政资分开的完成，文化行政部门职能转变也取得了明显成效，下一步需要重视的是强化政策调节、市场监管、社会管理和公共服务职能。应着力转出一批主体，公益性国有文化事业单位通过深化内部干部、人事和分配制度改革，转换机制，增强活力，形成适应发展要求的企业化管理模式；着力改出一批主体，对经营性国有文化单位实行“事改企”，通过明晰产权改制改造，有条件的改制为规范的现代企业；着力放出一批主体，在国家鼓励其他资本进入的领域内，通过完善产业政策，优化服务环境，让民间资本进入文化领域，形成一批民营文化企业；着力扶持一批主体，扶持龙头文化产业集团和重点文化公益单位。此外，认真发展文化中介组织、行业协会。文化经纪、代理、评估、推介、咨询等市场组织的完善，可以取代政府很多越位行为，全天候全覆盖地履行市场协调、监督、服务和维权等职责，大大提高重庆文化产业市场化程度。重点要完善文化市场体系。应当像抓工业一样全面推进资本、产权、人才、信息和技术等文化生产要素市场建设，尽快形成产供销一体化的文化市场体系。重庆城乡二元特征明显，农村文化市场极不成熟，可以在改造传统流通业态和网络体系的基础上，重点在主城区、远郊区县中心城镇大力发展连锁经营、物流配送等现代流通组织形式和营销方式，使书报刊、电子音像制品、演出娱乐、影视剧、艺术品等文化产品市场得到充分发育。

（二）推进重大产业项目建设，加快培育重庆骨干文化企业和战略投资者

在文化市场波澜不惊的情况下，没有重大项目的拉动，文化产业要实现持续快速增长难度很大。同样，没有重大项目的建设，骨干文化企业也很难通过常规发展做大做强。因此，规划建设重大产业项目，必须与骨干文化企业与战略投资者的打造结合起来考虑。

目前，已经着力推进的十大文化产业项目涵盖文化卖场、影视、创意、动漫、传媒、物流、当代艺术和印刷包装等多个产业门类，这些项目的建成，将大大提升产业的集中度，同时也将使国有文化集团的规模和整体实力得到明显增强。要实现这个目的，需要解决几个问题。首先是土地问题，十大项目全部涉及土地问题，经过努力，大部分都已取得实质性进展，南滨文化创意产业基地和出版传媒创意中心则需当机立断，尽快协调落地，启动规划建设。其次是融资问题，一方面要抓住国家实施积极财政政策和相对宽松货币政策扩大内需的时机，争取国家投入、银行贷款，减轻自身的资金压力；另一方面要更加开放兼容，采取合作、合资等形式，让有实力、有优势的资本和企业参与进来，形成国有资本引领带动、社会资本有序流入的新格局。其三是责任问题，由党委、政府和国有文化资产监管部门牵头做好项目规划论证工作，明确建设主体，落实工作责任，形成科学高效的重大项目推进机制，形成“开工一批、签约一批、储备一批、策划一批”的梯度推进态势。

打造文化产业战略投资者这种说法，中央和地方都在反复提及。但是战略投资者的出现，必然伴随着重大项目的建设，因为投资必须有优质的对象，战略投资的对象必然是重大项目。随着十大项目的启动，重庆打造文化产业战略投资者的时机已经成熟。此前，重庆广电集团产业公司、出版集团公司、新华集团公司、电脑报经营有限责任公司等均在实施股份制改造，启动上市筹备工作，尽管在政策上已不存在不可逾越的障碍，但企业的现代企业制度建设需要一个较长的时期，当务之急是抓紧在完善法人治理结构、加强内部管理方面取得长足进步，一俟资本市场复苏就能迅速进入上市日程表。

（三）内容和技术创新，推进文化产业转型升级

从当前国内外文化产业发展的趋势看，内容创新、技术创新是提升产业竞争力的核心因素，通过增加文化产品与服务的内容含量、科技含量，坚定不移地推进文化产业转型升级，应当成为未来重庆文化产业的发展战略。

重庆文化产业应坚持内容创新。国外文化产品一般首先通过电影和电视剧抢占市场，随后音像制品、书籍、玩具等衍生品

接踵而至，甚至输出迪斯尼乐园这样的主题公园。近年来国产电影有后来居上之势，贺岁片《非诚勿扰》仅凭片中酒店、银行、电脑、手机、航空公司等众多赞助商支持，便收回大部分投资，同名小说也热销。电视剧《乔家大院》带动了山西“大院旅游”热，《闯关东》则通过挖掘地域文化资源提升地区文化形象。可以说，影视产业的社会效益和经济效益都是其他文化门类难以匹敌的，重庆文化产业应将其列为第一选择。

重庆文化产业还应与高新技术联姻。重庆传统文化产业已经面临市场饱和的临界点，亟待科技提升，开拓新的市场。目前报纸、电视都在极力发展手机报和手机电视，随着3G业务的启动和逐渐普及，付费用户有可能出现较大增长。出版和发行也在加快数字化、网络化建设，数字出版物阅读和网上购书正在成为新趋势。传播方式的改变，对于内容产品的需求是空前的。基于这种判断，应当重点开发面向通信终端和网络终端的文化产品与服务，突出即时性、互动性、共享性和娱乐性。开发这种综合性增值业务，需要创意、制作、技术、运营等多个环节的配合，并借助报纸、电视、网络等多种媒体的支持，这对现有文化企业开展全业务合作提出了更高要求。未来有可能出现重量级的企业兼并重组，最终产生覆盖全业务的文化传媒集团。重庆文化产业发展应当有这种前瞻性。

（四）完善产业支撑体系，不断优化重庆文化产业发展大环境

文化产业发展成熟需要一个较长的过程，相关政策的配套完善相应也有一个过程。借鉴其他领域的改革与发展经验，中央于2003年出台了国办发〔2003〕105号文件，2008年底到期之际，又出台了国办发〔2008〕114号文件予以延续。由于这两个文件制定之时，我国文化体制改革并未完成，因此都以经营性文化事业单位转制为企业和支持文化企业发展两个规定的形式出现。在支持文化产业发展方面，文件主要突出了文化企业投融资政策和税收优惠政策的完善。要贯彻好114号文件，重庆应当抓紧制定出实施细则，特别是专门针对文化企业的税收优惠政策，如经营性文化事业单位转企后免征企业所得税，广播电视运营服务企业收取有线数字电视基本收视维护费免征营业税，等等，必须不折不扣地全面落实。针对文化投入不足的问题，应当研究制定一套文化企业贷款贴息、信用担保的操作办法，与文化产业发展专项资金、文化产业投资基金等，一道形成比较完备的文化金融支撑体系。为了加快重庆文化产业集聚进程，有必要专门就六大文化产业基地制定相应的地方政策，在资金补贴、土地、税收、社保、工商登记等方面实行更为灵活和优惠的管理办法，吸引文化企业和社会资本进入，促成重庆文化产业特区和集聚区的形成。

五、结语

刚刚步入2009年之际，国务院下发了《关于推进重庆市统筹城乡改革和发展的若干意见》（国发〔2009〕3号），给予重庆促进区域协调发展和推进改革开放重要的战略定位，提出了统筹城乡改革发展的总体要求，其中就有“在西部地区率先建成文化产业发展机制，创建多元投资机制，开发特色文化资源，推进文化产业基地和文化市场建设，促进文化产业发展”的明确表述。目前，市委已作出决定，将于5月召开中共重庆市三届五次全委会，专题研究文化建设问题。这些都是重庆文化产业加快发展的重大机遇。因此，在新的一年里，我们必将看到更加良好的前景。