

湖南省文化产业集团化发展实证研究*¹

贺培育 郑自立*

(湖南省社会科学院, 中国湖南长沙 410003)

【摘要】: 推进文化产业集团化发展是“十三五”时期湖南文化产业发展的基本策略之一。以湖南省为例, 通过实证分析发现, 湖南文化产业集团化发展态势良好, 呈现出产业集团化、产业园区或基地化、区域企业集团化等形式和特征。与此同时, 湖南文化产业集团化发展也存在着一些问题, 如产业集团大而未强、统而难筹、少而不匀。为推进湖南文化产业集团化发展, 文章认为要坚持品牌发展、平衡发展、差异发展、尖端发展的战略, 充分发挥产业集团化发展的规模经济效益, 提升湖南文化产业综合竞争力。

【关键词】: 文化产业; 集团化发展; 文化体制改革; 品牌战略; 湖南

【中图分类号】: G124 **【文献标志码】**: A **【文章编号】**: 1000 - 8462 (2017) 05 - 0133 - 07

DOI: 10.15957/j.cnki.jjdl.2017.05.018

文化产业竞争力的提升离不开完善而高效的文化产业集团的形成和发展。我国文化产业集团化发展的历史原点可追溯至 1990 年代初。其时, 一些国内学者提出的组建报业集团的观点和思路, 以及全国首家报业集团《广州日报》报业集团的成立, 拉开了我国文化产业集团化发展的序幕。进入新世纪以后, 推动文化产业集团化发展更是上升为国家决策, 成为各地政府和企业的自觉行为, 我国文化产业集团化由此不断向纵深推进、全域发展。在全国文化产业集团化发展趋势下, 湖南省委、省政府也积极出台各项优惠政策鼓励引导产业集群、兴建产业园区, 尤其是自 2006 年提出“文化强省”战略目标以来, 经过十余年的发展, 湖南文化产业集群化、规模化发展趋势逐渐明朗。尽管湖南文化产业在集团化道路上迈出了坚实的步伐, 但相对广东、上海等沿海发达省市而言, 仍较为滞后。同时, 随着文化体制环境和文化市场环境的深刻变化, 如何以现有的资源进行合理整合和优化配置, 尽快打造出具有较强竞争力的“航母级”文化产业集团, 以赢得市场竞争优势, 也成为湖南文化产业发展的当务之急。因此, 推进文化产业集团化发展不仅是湖南文化产业适应新常态、提升竞争力的必然要求, 也是摆在我们面前的一项重大课题。本研究拟在对湖南文化产业集团化发展进行实证考察和分析的基础上, 针对性地提出推进湖南文化产业集团化发展的优化策略。

1 文献综述

许多学者从不同的学科领域和角度对产业集群现象进行了研究。国外有关产业集群的思想渊源, 最早可追溯至 Marshall 的外部经济理论, 他把众多中小企业集聚的地区称为“产业区”, 其形成动因和存在原因主要是获得外部规模经济效益^[1]。We-

¹ 收稿时间: 2016 - 09 - 15; 修回时间: 2017 - 01 - 14

基金项目: 湖南省智库专项重大委托项目 (16ZWA03); 湖南省哲学社会科学基金项目 (16YBA252)

作者简介: 贺培育 (1962—), 男, 湖南衡阳人, 研究员。主要研究方向为制度民主、文化产业等。E-mail: hepeiyu913@sina.com。

*通讯作者: 郑自立 (1975—), 男, 湖南永州人, 博士, 副研究员, 硕士生导师。主要研究方向为文化产业、马克思主义理论等。E-mail: richard903@sina.com

ber 则从空间地理的角度提出了产业集聚的古典区位理论，该理论认为产业集聚是为了节约成本^[2]。在马歇尔和韦伯的两大理论基础之上，后来的学者们将区域经济、竞争优势、规模报酬递减、创新行为等概念和理论融入产业集群研究中，由此涌现了“集聚经济”理论、增长极理论、竞争优势理论、新经济地理理论和新产业区理论等。国内学者关于产业集群比较有代表性的研究有：叶建亮运用新增长理论对浙江省企业集群经济现象的分析^[3]，童昕等对我国三大区域性个人计算机相关产业群空间演变及其区域产业关联的对比分析^[4]，周兵等对产业集群与经济增长关系的定量分析^[5]，符正平对产业集群形成机制的分析^[6]，以及白小虎以义乌小商品市场集群为案例，对规模经济和范围经济的机制内容以及市场集群发展机理的实证研究和探讨^[7]等。综合来看，目前国内产业集群研究主要集中在其形成机理、集聚效应、组织创新、发展政策等方面。

文化产业作为当前重要的经济形态，其集聚化趋势也受到了学术界的广泛关注，并取得了一些有价值的研究成果。这些研究主要集中在以下两个方面：一是文化产业集群的形成机制分析。根据相关研究，文化产业集群的形成主要是内生动力和外部推力的作用。其内生机理主要有竞争优势、资本积累和交易成本节约等，外部推力则主要是指政府的引导培育政策。一些学者强调内生机理在文化产业集群形成中的作用，例如，胡惠林指出，文化企业集中形成产业关联由此为其带来的成本节约、产品创新等经济效益和利益预期是推动文化产业集聚的重要原因^[8]。另一些学者则强调政府行为及其政策对文化产业集群形成的重要影响。例如，刘保昌指出文化产业集群的建构与发展与当地产业政策及其连续性存在着重要关系^[9]。二是文化产业集群的影响因素分析。相关研究表明，诱发文化产业集群的主要因素有文化资源禀赋、特定市场需求、空间区位临近、知识共享创新、政府相关政策、社会网络结构等。例如，顾江等通过对亚洲三国文化产业集群发展模式的研究发现：深厚的文化历史底蕴、完善的外部环境、经济结构的演变、专业化人才队伍和全球化的服务市场是亚洲三国文化产业集群成功发展的共同特点^[10]。李学鑫等的研究发现社会结构关系在河南省民权县“画虎村”文化创意产业集群形成沿海中起着关键作用^[11]。三是文化产业集群的政策支持分析。学者们多在分析具体文化产业集群现状及其问题的基础上，提出促进文化产业集群发展的对策建议。例如，尹利军等通过对福建文化产业集群发展现状和存在问题的研究，提出了一系列促进福建文化产业集群发展的财政税收和投融资政策^[12]。彭安民以长沙文化产业为例进行分析，得出要提高城市文化产业集群竞争力就必须实施环境战略，为集群发展创造良好的投融资环境^[13]。

可见，目前学界围绕文化产业集团化发展问题已经做了一些有益的探索，这些研究成果加深了我们对该问题的认识，为本文的研究工作奠定了坚实基础、提供了有益借鉴。但是，从现有文献来看，有关文化产业集团化的研究多为抽象性思辨分析，实证研究并不多。鉴于此，本文将以湖南省文化产业集团化发展为例，对其发展态势、特征、问题等进行实证分析和考察，并在此基础上提出推进湖南文化产业集团化发展的优化策略。

2 文化产业集团化发展的多维理论考辨

2.1 产业集群理论

产业集群理论认为，在全球资源有限的条件下，通过优化资源配置，推进产业集群发展是实现产业可持续发展的前提和基础。而产业集群发展的重要特征就是具有较高的产业规模结构效率，即产业内的企业处于规模经济水平，企业之间具有科学的分工协作，产业生产力组织和配置合理，产业处于高效运行状态。在一个集群发展的产业中，达到或接近经济规模的企业的产量在整个产业产量中占有较高的比例^[14]。湖南虽然是文化资源大省，经过多年的发展也形成了一定规模和数量的文化企业和文化资产，但毕竟湖南的文化资源资产仍是有限的，并非用之不竭。长期以来，湖南一些地方文化产业发展存在着盲目冒进决策、理性推进乏力、文化资源过度开发、发展方式粗放等问题，文化产业发展建立在低水平重复建设之上。文化企业生产成本低，经营规模小，技术含量低，产品质量差，文化附加值低，造成文化资产资源的极大浪费。这种过度利用既有资产资源、不计代价和不顾未来的短视发展，必然影响文化产业的长久活力和生命力，影响文化产业的可持续发展。因此，根据产业集群理论，推进湖南文化产业集团化发展，促进文化资产资源的规模和集约化经营，显然有利于平衡文化资源开发与保护的权利和责任关系，有利于实现文化资产价值最大化发挥，有利于实现文化产业的整体效益和长远效益。

2.2 文化体制改革理论

改革开放以来，我党在文化体制改革上作出了一系列重要理论创新，对文化发展道路、文化管理模式、文化对外交流、文化权益保障等问题作出了诸多有益的探讨，形成了中国特色社会主义的文化体制改革理论体系。在诸多创新理论成果中，对于如何处理好政府和市场在文化资源配置中的关系和作用问题的探讨，对当下我国文化发展影响最为深远。中国特色社会主义文化体制改革理论强调，随着社会主义市场经济体制的不断完善，文化繁荣发展越来越离不开市场，越来越需要发挥市场在文化资源配置中的积极作用^[15]。因此，改革开放以来我国所进行的文化体制改革在本质上来说，就是一场以“市场化”为重要特征的文化体制改革，是基于“市场化”的关于文化资源占有和配置方式的系统化制度安排。这场文化体制改革的重心就在于如何让文化资源价值最大化，形成更具活力的文化市场主体。而推进文化产业集团化发展恰恰顺应了这场文化体制改革的要求，有助于巩固国有文化企业的市场主导地位，有助于盘活国有文化企业经营性资产，让“呆滞”的国有文化资产“活起来”，有助于延长文化产业的产业链，拓展文化产业的发展空间。

2.3 品牌战略理论

21世纪被称为“品牌经济时代”，品牌业已成为影响产业市场竞争力的核心因素之一。现代品牌战略理论认为，一个产业的强大与否，主要取决于该产业的企业品牌数，而企业品牌的打造和维护又都必须依赖于一定的规模支撑^[16]。目前，相对于中西部省区而言，湖南文化产业发展较快，许多方面都走在前面，拥有诸多文化品牌，但把湖南文化产业发展放在全国甚至亚洲、世界范围来看，除了“广电湘军”“出版湘军”等少数文化品牌在产业领域占有一席之地或者说居于产业链中高端水平以外，其余产业大都仍处于产业领域较为低端的水平。要改变这一窘境，就迫切需要大力推进文化产业集团化发展，只有这样，才能让优势产业更强，让低端产业走向中高端，塑造出更多的原创性湖湘文化品牌，从而提升湖南文化产业整体品位和竞争力。另外，推进文化产业集团化发展也有助于扩大湖南文化产业的国际影响力。

3 湖南文化产业集团化发展的实证分析

3.1 湖南文化产业集团化发展态势

近年来，湖南文化产业发展快速，总体保持较好势头。无论是文化产业总产值还是增加值，均呈稳步增长趋势。2015年，湖南文化产业总产值突破5000亿元大关，2009—2015年湖南文化产业增加值由682.16亿元上升到1707.18亿元，7年里年均增幅保持在15%左右。湖南文化产业对GDP贡献率也不断上升。2009—2012年一直稳定在5.2%，此后便由2012年的5.2%增加到2015年的5.9%，是湖南省重要支柱产业之一。截至2011年底，湖南营业收入过亿元的文化企业达110家，利润过千万元的文化企业达235家，上市文化企业有4家^[17]。良好的发展势头锻造了大批文化产业“金字招牌”。



数据来源:根据湖南省统计局和网络数据整理。

图1 2009—2015年湖南文化产业增长变化
Fig.1 Changes of cultural industry grow in Hunan from 2009 to 2015

“广电湘军”。1990年代初期，湖南广电提出“大广播、大电视、大宣传、大产业”战略，先后成立了广播影视、有线电视网络等产业集团。2012年，湖南广播电视台全年实现总收入163亿元，总收入和总资产在全国省级电视台排名第二。目前，湖南广电主要电视剧的生产单位有湖南卫视、潇湘电影集团、湖南经视、电广传媒、北京响巢公司等5家。其中，湖南卫视收视率和收入长期稳居全国省级卫视第一。作为全国广电行业上市企业的代表，湖南电广传媒开创了资本运作的先河，并已发展为涵盖集创投、旅游、有线网络等众多业务为一体的综合性大型企业，首批进入国家“三网融合”试点单位，连续四届获得“全国文化企业30强”荣誉称号^[18]。

“出版湘军”。湖南出版投资控股集团和中南传媒是“出版湘军”的典型代表。2012年，湖南出版投资控股集团总资产达158亿元，实现销售收入130亿元、利润9.19亿元，连续5年进入中国最大企业集团500强，连续4年进入中国文化企业50强，并于2013年蝉联全国文化企业30强。2010年在上海证券交易所成功上市的中南出版传媒集体股份有限公司，创造了在出版行业里一次性整体上市的记录。其主要经营业务涵盖书刊报纸、电子音像、网络媒体等多种媒介。

“动漫湘军”。作为动漫产业的先行者，湖南动漫已形成了研发、制作、发行、教育培训、播出、衍生产品开发等比较完整的产业体系；拥有国家级动漫基地3个，较大规模的动漫企业8家、动画工作室60多家；拥有三辰卡通、宏梦卡通、天闻动漫、山猫和金鹰卡通卫视频道等著名品牌。鼎盛时期，湖南动漫年产动漫电视节目4万分钟。国家广电总局数据显示，在全国国产电视动漫生产排名中，湖南多次位居第1。湖南原创动漫产量连续4年排名全国第一，三辰卡通公司和宏梦卡通公司连续3年排名全国十大动漫企业第1、2位。

“演艺湘军”。以长沙歌厅酒吧为龙头的湖南文化娱乐业也是湖南文化产业的一个重要板块。湖南文娱演艺业以省会长沙为龙头，歌厅、酒吧、剧院、茶座、卡拉OK、电子游戏厅、网吧等文化娱乐场所种类全、规模大、经营火爆。湖南文化娱乐业的发展得益于良好的消费环境。同时，在湖南卫视带动的电视娱乐文化、湘菜为特色的地方餐饮文化、健康足疗为补充的休闲文化、消费为配套的酒吧文化共同渗透和影响下，湖南文娱业已形成规模效应、互动共赢的局面。

3.2 湖南文化产业集团化发展特征

产业聚集从而产生规模效应，因此集团化或规模化是行业发展的必然趋势。随着人才、资金、技术、机遇等各大要素的汇

聚与流动，产品、企业、品牌等市场主体经营理念也开始发生实质上的转变，湖南文化产业集团化发展趋势也逐渐明朗。湖南文化产业集团化发展的趋势或特征主要表现为三个方面。

一是产业集团化。早在新千年之际，湖南就相继组建了湖南广播影视集团、湖南出版投资控股集团、湖南日报报业集团、潇湘电影集团、湖南新华发行集团、湖南新华印刷集团、长沙晚报报业集团、长沙广电集团等 8 家产业集团，而后在一轮又一轮的改革中不断洗牌、改制、重组，使得资源配置一步一步得到优化，通过集团化发展、规模化经营实现了低成本、快速度的扩张，进而增强了整体实力和市场竞争力。目前湖南已拥有电广传媒、拓维信息、中南传媒、天舟文化四大上市文化企业和正在大力推进的华声在线、体坛传媒、快乐购、光传媒等文化企业的集团化与上市，上市之风正在影响着湖南文化产业的发展。加上湖南文化产业主管部门主动在深圳文博会、“港洽周”、“沪洽周”、湖南两岸文化创意产业合作周等活动上搭建平台、提供服务，一批有实力、有竞争力的文化企业的经营理念发生了重大转变。可以说，湖南文化产业在集团化道路上迈出了坚实的步伐。

二是产业园区（基地）化。截至 2012 年，湖南省文化产业园（基地）达到 50 余个，其中国家文化产业示范园区 1 个、国家文化产业示范基地 9 个，处于全国文化产业园（基地）发展第二梯队。其中最具规模的园区代表是长沙天心文化产业园，作为中南五省唯一的国家级文化产业园，近年来其成功引进了天择传媒、和光文化、腾讯湖南、新浪湖南、中元文化等重点文化企业和项目，汇聚了一批在全国有影响的 brand 企业。到目前为止入园文化企业 800 家，龙头企业近 20 家，文化产业总产值过百亿元。到 2015 年，其实现文化产业总产值 300 亿元，实现产业增加值 100 亿元，吸纳就业人员 18 万人，入园文化经营单位超过 4 000 家，其中重点企业 1 000 家、规模以上企业 120 家。

三是区域集团化。从湖南全省范围内 14 个地级市、自治州文化产业发展的情况来看，长株潭地区是整个文化产业的高地，大概占据了 45% 左右的份额，尤其是长沙地区，它的文化产业的增加值已经占到了长沙国民经济 GDP 的 10%。以 2009 年为例，该年度长沙市文化产业增加值 371 亿元，占全省文化产业增加值的 54.5%，2010—2012 年其比重也一直在 50% 以上，可以说在全省文化产业发展中“一市独大”；而其他市州，除张家界依托深厚的地域文化和自然旅游资源，增加值占 GDP 比重达 7.9%，其他 12 个市州均未达到全省 5.2% 的平均水平。可见，湖南文化产业发展高度集中于长沙地区，区域集团化趋势明显（表 1）。

表 1 湖南文化产业区域结构

Tab.1 Regional structure of Hunan cultural industry

年份	全省文化产业增加值(亿元)	长沙文化产业增加值(亿元)	长沙市文化产业增加值占比(%)	其他市州文化产业增加值(亿元)	其他市州文化产业增加值占比(%)
2008	583	270	46.3	313	53.7
2009	682	371	54.4	311	45.6
2010	827	450	54.4	377	45.6
2011	1 013	550	54.3	463	45.7
2012	1 175	600	51.1	575	48.9

数据来源：根据湖南省统计局和网络数据整理。

3.3 湖南文化产业集团化发展存在的问题

尽管湖南文化产业集团化发展实践已经取得了不俗的成绩，但其中亦存在诸多隐患亟待解决。

一是产业集团大而未强。目前湖南八大产业集团的资产总额达到了 872.5 亿元，年利润近 50 亿元，规模之大在湖南文化发展史上绝对是空前的。但是湖南文化产业竞争力并未因此得到明显的改观。根据中国人民大学创意产业技术研究院发布的《中

国省市文化产业发展指数（2015）》显示，湖南2015年文化产业发展指数名列全国第九，与2014年持平，而在影响力指数上还有所下滑，由2014年的第6位下滑至2015年的第9位^[19]。这在一定程度上是由于湖南文化产业集团组建未能很好地按照市场规则进行运作和经营，从而导致无法真正实现资源共享和有机重组。某些文化产业集团在组建之初，其母公司在某一行业领域、某一区域及资金、管理等方面尚未达到一定规模和优势，是在体制架构和运行机制等条件尚不具备的情况下盲目扩张的。再加上一些新组建的文化产业集团内部体制改革不彻底，一些“积病”没有得到很好的解决，这就给集团的持续健康发展留下后患，使得文化产业集团缺乏市场运营活力。比如湖南演艺集团，就存在演出设施老化、演出场地缺失、艺术生产资金严重匮乏、离退人员权益和在职人员的职称、行政级别评定等诸多历史遗留问题未能得到好的解决，严重影响了其产业集团化发展。

二是产业集团统而难筹。湖南文化产业集团业务涉及范围不断扩展，如湖南教育报刊集团在以书报刊经营产业为主的同时积极布局文化养老服务产业，湖南日报报业集团有限公司旗下则有5家全资子公司、4家控股子公司、2家参股公司，业务涉及报刊、旅游、产权交易、房地产交易等诸多领域，还有一些产业集团的业务范围跨省跨行。这就意味着单靠文化宣传部门已难以协调解决好文化产业集团在其发展中面临的各种问题，它需要宣传、文化、旅游、财政、税收等诸多部门一起统筹管理。这就要求我们必须在一定范围内打破条块分割的文化管理格局，着眼于面向国际国内两个市场建立起有全方位拓展能力的文化管理体制机制，然而目前湖南在这方面还做得还远远不够。另外，在对这些文化产业集团管理上做到“四管统一”的同时，如何不损害它们的积极性，如何让这些产业集团更强而又不扼杀同类或同领域中小文化企业的活力，亦是当前亟需解决的一大难题。

三是产业集团少而不匀。首先，从产业门类来看，湖南目前组建的文化产业集团多集中在新闻出版、电影电视、演艺娱乐等传统产业领域，而在文化旅游、创意设计、数字印刷、网络文化等诸多新兴文化领域尚未建立起相应的产业集团。其次，从区域分布来看，湖南已组建的八大文化产业集团集中在长沙地区，而在其他一些拥有特色优势资源的地区尚未组建起相应的产业集团。比如湘西地区未能依靠其文化旅游资源发展起具有比较优势的文化旅游产业，形成较大规模的文化旅游产业集团；湘南地区未能发挥其承接珠三角产业转移的优势地位，形成较大规模的文化制造产业集团。再次，从层级类别来看，湖南已组建的八大文化产业集团都属省管文化企业集团，在一些文化产业发展形势较好的地市县尚未能形成规模较大的文化产业集团。文化产业集团在门类、区域、层级等方面发展的不平衡，不利于其形成良好互动与互补以及保持持续增长活动，最终不利于集群效应和协同优势的发展，影响全省文化产业综合竞争力。

4 促进湖南文化产业集团化发展的建议

根据上述对湖南文化产业集团发展态势、特征及问题的分析，本研究认为推进湖南文化产业集团化，一是要坚持“品牌发展”，发挥国有文化产业集团的示范引领作用，形成更多的“湘”字号文化品牌；二是要坚持“平衡发展”，促进在大湘西、大湘南地区形成富有地域特色的文化产业集团，促进在有条件的地市组建文化产业集团；三是要坚持“差异发展”，分业分类推进湖南文化产业集团化发展，实现文化产业集团化的错位发展；四是要坚持“尖端发展”，不断提升文化产业集团信息化、国际化水平。

4.1 深化国有文化资产管理改革，进一步做大做强湖南国有文化产业集团

文化产业集团的组建涉及到多方利益，如国家、地方、相关企业的职工等，能否处理好它们之间的利益关系是组建成败的关键。湖南现阶段文化产业存在的部门、地区壁垒，以及各自为政的局面构成了组建文化产业集团的障碍。因此湖南文化产业集团化发展迫切需要解决当前政府和文化企业内部管理体制不畅、管理手段单一的问题。首先，政府要协调好工商、税务、审计等部门之间的关系，统一改革，保障文化主业集团的顺利组建，提高组建效率，降低内耗。其次，要加强资产评估机构的建设，保证组建文化产业集团中资产评估的科学性、客观性和公平性。再次，要在总结各地监管经验的基础上，尽快出台《湖南省省管国有文化企业国有资产监督管理办法》，推动湖南国有文化资产管理工作由行政主导向法律主导转变。最后，要构建和完善有文化特色的现代企业制度，着力健全党委领导与法人治理相结合的国有文化产业集团治理体制，确保文化产业发展的正确导向。

4.2 实施集团化发展区域平衡战略，大力推进大湘西、大湘南地区文化产业集团组建工作

湖南文化产业发展呈现出明显的区域发展不平衡特征，从文化和创意产业经济总量来看，作为经济发展核心的长株潭地区发展较快，而大湘西、大湘南地区仍有较大的发展空间和潜力。例如，2014年长株潭地区、洞庭湖地区、大湘西地区和大湘南地区文化和创意产业增加值占全省比重分别为59.4%、16.5%、9.4%和14.7%^①。这种地区不平衡性决定了湖南在推进文化产业集团化发展中须注重区域统筹，着力推进相对落后的大湘西、大湘南地区文化产业集团组建工作，这是实现湖南文化产业可持续发展的必然要求。一是建议组建由省委常委、宣传部部长领导，省宣传文化部门牵头，旅游、税收、金融、国土、工商执法部门联合参加的省文化产业集团化发展领导小组，小组办公室设在省委宣传部，负责日常管理工作。在大湘西、大湘南各地市也要设立由地市主要领导挂帅的文化产业集团化发展办公室，负责协调地方文化产业集团化发展工作事务。二是加强和推进文化产业集团化发展的顶层规划工作。立足于新常态背景，尽快制定出台《大湘西文化产业集团化发展远景规划（2017—2026）》和《大湘南文化产业集团化发展远景规划（2017—2026）》，对湖南文化产业集团化发展的空间布局和产业结构做进一步优化。三是进一步加强对全省文化产业人才的战略性、总体性规划，以环洞庭湖区、大湘西、大湘南文化产业人才的共建共享与优化配置促进全省文化产业的集团军作战和跨越发展。四是建议由长沙、吉首、永州三地市文化厅（局）牵头联合成立“三大板块”文化产业人才工作联席会议，研究部署人才建设与合作相关事宜。依据三区文化产业集团化发展目标和各自定位，建立健全区域内文化产业人力资源选拔、培养、引进、流动、管理、测评、激励、保障的相关机制和政策法规，实现全省文化产业人才区域错位发展和交流融合。

4.3 分业分类施策，有差别地推进湖南文化产业集团化发展

湖南文化产业的不同行业无论是在资产资源拥有量上还是在发展态势上都有显著性差别，这也就决定了湖南在推进文化产业集团化发展上不能用“一个模式”。基于湖南文化资源资产分布和文化产业发展形势，文化产业集团应从三类产业特色出发，差异化推进。一是在新闻服务、出版发行和版权服务、广播电视电影服务、文化艺术服务等传统文化产业业态领域，宜采取政府主导的集团化推进模式。根据不同地区的资源特征选择规模适宜、条件相对成熟的示范性企业，通过政府成功的运作实践，衍生或吸引更多相同、相近和相关企业聚集，最终形成特色产业集团。二是对于湘绣、湘茶等一些民族特色文化产业业态的集团化，宜采取行业协会主导的集团化推进模式。这种发展模式更多依靠行业协会参与产业发展，依靠同业自治的方式来保护地区行业的利益，充分发挥行业组织在行业标准制定、行业评比、行业培训、行业监督、协调会员纠纷方面的中介作用，搭建联系资源供给、产品生产和市场之间的桥梁，促进具有一定规模的文化产业集团的形成。三是对于文化产业新型业态中的文化创意和设计服务、文化信息传输服务等这些新兴文化产业的集团化，宜采取虚拟集团化推进模式。通过加强网络信息共享服务，健全和完善企业信息公开与沟通，以此规避资源获得的区域地理障碍，快速优化资源配置，使集团不断强化自己的核心能力，从价值链整体上创造最佳竞争优势。

4.4 实行“网络兴文”和“科技强文”战略，不断提升湖南文化产业集团化发展的信息化、国际化水平

充分利用信息技术、数据库技术和网络技术，对各类区域文化资源进行加工和整合。一是加强对文化产业集团信息化建设的统筹规划，研究编制湖南文化产业集团信息化建设的年度工作计划、中期发展规划和长期战略指导意见。二是加强对文化产业集团信息化建设的组织领导，对全省文化集团建设信息化做统一布置、全面推进，避免单打独斗、各自为战，以提高效率和效益。三是支持和鼓励省内大型文化企业积极整合相关辅助网络企业和科技企业，延伸产业链，构建多元化发展的文化产业集团。四是加强跨区域战略合作，组建跨区域文化集团公司。鼓励和支持省内有条件的文化企业同兄弟省区具有同类资源的高科技企业对接乃至战略并购，实现优势互补，强强联手，从而快速有效地占据省外市场。在条件成熟的情况下，可尝试与国外优秀文化企业进行战略合作，组建跨国文化产业集团公司，以开拓海外文化市场。

参考文献：

-
- [1] A Marshall. Principles of economics: An introductory [M]. London: Macmillan, 1890: 120 - 135.
- [2] Weber A. Theory of the Location of Industries [M]. Chicago: University of Chicago Press, 1929: 69 - 89.
- [3] 叶建亮. 知识溢出与企业集群 [J]. 经济科学, 2001(3): 23 - 30.
- [4] 童昕, 王缉慈. 全球化与本地化: 透视我国个人计算机相关产业群的空间演变 [J]. 经济地理, 2002, 22(6): 697 - 705.
- [5] 周兵, 蒲勇健. 产业集群的增长经济学解释 [J]. 中国软科学, 2003(5): 119 - 121.
- [6] 符正平. 论产业集群的产生条件与形成机制 [J]. 中国工业经济, 2002(10): 20 - 26.
- [7] 白小虎. 专业市场集群的范围经济与规模经济——义乌小商品市场的实证分析 [J]. 财贸经济, 2004(2): 55 - 59.
- [8] 胡惠林. 关于区域文化产业战略与空间布局 [J]. 山东社会科学, 2006(2): 5 - 14.
- [9] 刘保昌. 文化产业集群研究三题 [J]. 江汉论坛, 2008(6): 135 - 138.
- [10] 顾江, 咎胜锋. 亚洲国家文化产业集群发展模式比较研究 [J]. 南京社会科学, 2009(6): 38 - 41.
- [11] 李学鑫, 陈世强, 薛诺稳. 中国农区文化创意产业集群形成演化的影响因素研究——以河南民权“画虎村”为例 [J]. 地域研究与开发, 2010(2): 16 - 21.
- [12] 尹利军, 吴声怡. 促进福建文化产业集群发展的财政金融政策研究 [J]. 发展研究, 2010(12): 83 - 85.
- [13] 彭安民. 基于产业集群的城市文化产业竞争力提升研究——以长沙文化产业为例 [J]. 求索, 2006(10): 58 - 61.
- [14] 秦远建, 李必强, 段红. 论产业集约化发展 [J]. 科技进步与对策, 2002(6): 21 - 23.
- [15] 蔡武. 我国文化体制改革的历史进程及理论创新 [J]. 中共党史研究, 2014(10): 5 - 13.
- [16] 郭先登. 关于实施品牌战略的理论与实践研究 [J]. 山东纺织经济, 2011(5): 5 - 11.
- [17] 高定一. 湖南 110 家文化企业收入过亿元 [N]. 湘声报, 2011 - 11 - 18(1).
- [18] 胡楠. 广电湘军创新为本优质资产适时注入——访湖南广播电视台党委书记、台长欧阳常林 [EB/OL]. <http://money.163.com/12/1218/02/8IVNAMDV00253B0H.html#>, 2012 - 12 - 18.
- [19] 彭翔. 中国省市文化产业发展指数报告(2015) [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2015.