

牢牢把握文化发展的着力点

——关于传媒出版的时代思考

中国《经济师》杂志社 廉钢生

[摘要] 文章立足于经济全球化势必带来传媒出版的全球化,结合我们国情论述了必须把握文化发展的着力点。

[关键词] 传媒出版 全球化 文化发展

中共十六届四中全会把“坚持马克思主义在意识形态领域的指导地位,不断提高建设社会主义先进文化的能力”,作为加强党的执政能力建设的重要任务之一,提到全党和全国人民面前。我们传媒出版界一定要紧紧围绕上述任务,立足现实,着眼长远,牢牢把握“文化发展的着力点”,不断研究新情况、解决新问题、创造新机制、增强新本领,为巩固党的执政基础努力奉献。

着力点之一:经济全球化与传媒出版界面临的新形势

进入21世纪,正视传媒出版界面临的新形势,是把握文化发展方向的基础。

(一)整个社会进入知识驱动型时代。有报道说:2000年1月,在微软遭遇垄断官司前,它的总价值大约是5929亿美元,大约是巴西在1998年出口总额的10倍,大约是美国第二大贸易伙伴墨西哥出口额的5倍。但是巴西和墨西哥分别有1.7亿和1亿多人,而微软仅有3.2万名员工。那么,再过10年,20年,想想看,谁会暴富,谁会贫穷?传统不再重要,过去的财富也不再辉煌。今天美国最富有的人与80年代最富有的人已经完全不同了。1990年,美国最大的12家公司中有10家是做销售的。而到了1999年,美国最大的12家公司中仅有两家是做销售的,其余的10家从事制造业、金融业或者高技术产业。根据2000年销售额排行榜,总体说来,成长最快的公司是那些出售概念的公司,而不是拥有最多资产的公司。世界上大部分新财富产生于知识,而世界上多数人仍然忙于从事制造、组装、销售产品的商务或者实业。所以当研发取得长足进展之际,在有技术能力的人和缺乏技术的人之间,财富鸿沟就这样轻易地扩大了。大多数个人、种族或者国家迅速地无能为力地落伍了。美国拥有吸引世界上最聪明的头脑的能力,迅速地转向知识型经济。1990年,世界上最富有的10大富人当中没有一个是美国人,而到了2000年,10大富人当中就有6个是美国人。尽管我国已明确提出,以信息化带动工业化,以工业化促进信息化。然而时至今日,大多数政府官员以及企业家仍然不能理解这个知识驱动型经济的逻辑及其紧迫性。在我们干部队伍中,眼界不宽、知识和能力不强的干部不在少数,特别是一些领导干部存在较为突出的“知识恐慌”和“本领危机”现象。诸如搞发展不了解世界工业化、现代化进程和规律,搞经济国际化不掌握国际经贸规则和外语,搞城市化不懂得城市规划,搞信息化不会利用网络,搞依法治国不熟悉法律法规等。

(二)经济全球化必然催生传媒出版界全球化当前我们面临的经济全球化,实际上是第三轮全球化问题。是从20世纪70年代开始,是以电子技术为先导,以知识经济、信息革命为主体的高度国际分布为基础的全球经济一体化。是以高新技术为先导,以跨国集团为载体的全球性经济结构的调整。经济全球化势必带来出版产业的全球化。出版全球化也是一种事实,它起码有三个特征:一是出版物市场的全球化,如每年的国际书展,是出版物全球化的一个标志性载体。二是出版物贸易的全球化,即进口书报刊。三是版权贸易。这三个特征里最根本的矛盾就是对资本的贪婪和资本无限扩张的本性与市场容量的有限性之间的矛盾所导致的。关于目前我国出版业的改革与发展的形势,已经有三种类型的集团。但是现有集团是断裂型的,有明显的计划经济的痕迹。国外的集团都是跨媒体、多媒体的。上海已经在搞跨媒体集团,现在已将广电、文化、新闻出版、报业集团等搞成跨媒体集团,然后把所有管理机关都集中起来变成一个管理机构,精干、高效,人员大大减少。对于大多数非集团化的书报刊单位内部改革要仍继续深化。最基础的还是搞好新闻出版单位自身的内部改革,改革的取向是市场和效益。内部改革本质上讲是要调整一定范围的生产关系,使生产力得到解放、发展。所谓现代化最根本的就是信息化、互联网化、数字化。我国把信息化带动工业化放在很重要的位置。网络出现后,这一块压力比较大。网络出现后,将来纸介质的出版物还有多大市场?按照比尔·盖茨预言,2020年90%的出版物是网络 and 纸介并重的。还有另一种极端说法是基本上纸介质出版物休息了,成为少数富人的收藏品,如书法一样,作为一种欣赏。这种挑战迫在眉睫。像74卷的大百科全书,买一套需5000元,还是优惠价,放在家里占很大的位置,而现在就那么一个小盒,三张光盘,市场价50元,优惠价才35元。这就是我们出版业面临的问题。网络的问题绝不是一个赶时髦的问题,而是需迫切解决的现实问题。因此,将来的出版业要考虑如何当好内容提供商,要纸介质的我给你提供纸介质,愿意要下载的我给你传播信息,愿意要光盘的我给你制造光盘,做个好的内容提供商。出版单位是搞系统的知识制造和编辑。局网的建立,网站的建立绝不是时髦问题。有一句话,上网不见得能生存得好,但不上网肯定要死掉了。

着力点之二:与时俱进地创新先进文化发展方向

在21世纪的中国,发展先进文化,仍要坚持把社会效益放在首位,实现社会效益和经济效益的统一,把文化建设的着力点放在满足人民群众精神文化需求和促进人的全面发展,促进文化事业全面繁荣和文化产

业快速发展。

(一)建设先进文化关系到党和国家的兴衰成败。作为先进文化的建设者、创造者、传播者,必须坚决贯彻、努力体现:一要坚持马克思列宁主义、毛泽东思想和邓小平理论在意识形态领域的指导地位,用“三个代表”重要思想统领社会主义文化建设,牢牢把握先进文化的前进方向,夯实建设先进文化的根本思想保证。二要弘扬和培育中华民族精神,在全社会形成共同理想和精神支柱,是建设先进文化极为重要的任务。一个民族、一个国家,如果没有自己的精神支柱,就等于没有灵魂,就会失去凝聚力和生命力。有没有高昂的民族精神,是衡量一个国家综合国力强弱的重要尺度。以爱国主义为核心的团结统一、爱好和平、勤劳勇敢、自强不息的中华民族精神,是社会主义思想道德体系的重要内容,是中华民族生存、发展和繁荣的精神支柱和精神动力,是当代中国人民精神风貌的集中体现。这种民族精神既深深植根于中华民族的优秀传统文化,吸收了人类文明的优秀成果,又蕴涵和注入了我们党领导人民在革命、建设和改革实践中所创造的革命精神。经济全球化时代的文化建设要准确把握中华民族精神的丰富内涵,在与时俱进中生动体现时代精神。要大力弘扬和培育中华民族精神,使人民群众始终保持奋发有为、昂扬向上的精神状态。传媒是社会生活中重要、最具代表性的一面镜子,也是民族精神生动、形象的载体。在弘扬和培育中华民族精神方面,社会主义传媒更应当而且可以大有作为。我们要努力创作出弘扬富有时代特色的民族精神的作品,用以教育、鼓舞人和鞭策人。三要促进生产力的不断发展,满足人民群众日益增长的精神文化需求,是建设先进文化的出发点和归宿。作为建设先进文化重要组成部分的传媒,必须坚持服从和服务于全面建设小康社会、实现中华民族伟大复兴这一目标;必须充分体现人民的利益和愿望,使人民群众不断获得切实的文化利益。要通过思想道德建设、文化知识教育和科技普及等方式,逐步提高人民群众的思想道德素质、科学文化素质和身心健康素质,为社会主义现代化建设提供强有力的精神动力和智力支持;通过理论指引和舆论引导,营造良好的社会环境,保证经济和社会发展的正确方向;发展健康向上、丰富多彩的、具有中国风格、中国气派、中国特色的社会主义文化。四要立足于改革开放和现代化建设的实践,着眼于世界科学文化发展的前沿,与时俱进,开拓创新,是建设先进文化的内在要求。创新是一个民族进步的灵魂。实践没有止境,创新也没有止境。传媒在发展先进文化中必须充分体现时代精神和创新精神。

(二)加速整合文化产业,让文化真正形成生产力。为了推动中华文化更好地走向世界,提高国际影响力,我们必须下大力气增强我国文化的总体实力。目前我国的文化产业面临着四大困境:一是管理体制束缚了文化产业的发展。二是文化产业结构不合同。三是文化产业的公益性与市场性失衡。四是文化产业总量所占比例低。在我国,文化消费总量在国民生产总值中所占的比例仅为3.1%,在发达国家文化消费占GDP的比重达到20%。与世界上文化产业出口大国如美国、日本相比差距更大。美国文化产业产值仅次于航天航空业,是美国第一大出口产业,有着全球“文化巨无霸企业”的半数以上,控制了全球75%的电视节目的生产和创作。在日本文化产业的总量占到本国的国民生产总值的17%。其他的西方国家,文化产业也都占到了12%左右。而在我国,根据《纲要》所确定的发展目标,2005年,文化产业的增加值才占国内生产总值的2%左右。相形之下,差距可见之大。况且我国的文化产业范畴中还包括文化旅游、印刷业等,这些在西方国家都是不计算在内的。据有关部门测算,中国文化市场的潜在消费能力为3000亿元,而在实际生活中文化产品的消费是800多亿元,只占消费能力的1/3还不到。如果按照目前中国经济的发展水平和文化产品的消费水平继续发展,那么到2005年,中国文化产品的潜在消费能力将达到6000亿元。文化市场存在着很大的供求缺口,文化产业拥有广阔的市场前景和巨大的发展潜力。这表明,目前我国文化产业对国民经济的贡献实在有限,因此加快发展是当务之急。博鳌论坛秘书长龙永图在全球文化产业发展论坛上呼吁文化产业要做大做强,要寻求双赢和共赢,要建立这样的文化氛围。要实现这个目标,必须从至少三个方面努力:第一,解放思想,打破区域、部门和行业的界限,全球范围整合文化产业。现阶段不再是企业和企业的竞争,更是产业链和产业链、供应链和供应链的竞争,应该注意打造中国的文化产业集团。第二,我国文化产业目前落后其他产业10年到20年,文化产业发展要立足于本国产业市场,中国对文化需求不可限量,所以要盯住中国市场。第三,开放才能发展,我们的文化产业需要一个渐进开放的进程。比如通过合资,在掌握管理权的前提下,借鉴改革开放初期的做法,采取加工贸易的方式。例如进入国际电影的主流市场,利用国际人才工具资金,拍中国的电影,然后卖出去。

着力点之三:选拔好“老总”,提升文化产业核心竞争力

随着信息时代的发展,一个单位的研究、策划成了重中之重。靠别的是靠不住的。那些成立了策划部门而且搞得比较规范的出版社的同志,说他们现在可是解脱了,往年到了10月或年底还不知道明年的选题是什么?现在10月份就把明年的选题做好了。做得好的策划部门把3年的选题都搞出来了。作为老总或社长,这就做到了应对自如,心中有数。国外出版业比较发达,其中有一条就是把初级加工交给专家、学者去做。有一种说法,搞加工型企业的人永远富不起来,因为你没有创新。一家英国的出版社,只有一个社长三个策划人,一共四个人,一年出一百种书,码洋折合人民币4000万元。它就是有一个优秀的社长带领把加工交给别人去做,只管抓创新、搞策划、搞管理。重视传媒单位(企业)“老总”即行政“一把手”的作用,甚至把它提到“第一竞争力”的高度,具有重要的现实主义。一是有利于文化产业上级主办主管单位重视行政“一把手”

论新形势新时期国有资产的经营管理

浙江省淳安县工贸资产经营有限公司 许冠钧 浙江省淳安县发展计划局 金华斌

改革开放 20 多年来,特别是党的十六大和十六届三中全会以来,我国国有资产管理体制改革取得了明显的成效,国有资产质量明显得到提升。然而,如何继续优化国有资产经营管理,全面提高国有资产的运营效率,最大限度地实现国有资产保值增值,进一步发挥国有资产在县域经济发展中的作用,是授权从事国有资产经营管理各部门所面临的共同性课题。笔者就此作一探讨,与同行们商榷。

一、淳安县国有资产经营管理模式的演变及现状

改革开放以来,为适应国家经济体制改革的要求,淳安县的国有资产经营管理模式的演变也和全国各地大同小异,大体经历了五个阶段:第一阶段为 1980—1982 年,实行扩大企业自主权的改革。主要特点是“放权让利”,使企业有了一定的经营管理自主权和独立的经济利益,因而提高了国有企业的经营积极性。第二阶段为 1983—1987 年,实行利改税和税利分流改革。国家与企业的分配方式由上交利润改为按实现利润的一定比例及核定的基数上交所得税和调节税。这既有利于企业转变经营机制,提高经济效益,又有利于国有资产管理部更有效地行使国有资产管理职能。第三阶段为 1988—1993 年,实行承包经营责任制改革。以“包死基数、确保上缴、超收多留、欠收自补”的承包制度形成激励机制。从而保证了财政收入的稳定增长,促进了企业经营机制和投资主体的转变,企业后劲有所增强。第四阶段为 1993—1999 年,实行产权制度改革。国有资产管理改革突破了原来的放权让利框架,进入到产权制度创新阶段。改革主要方式是国有资产整体出售、股份制改造、租赁经营等,对部分非经营性资产和不良资产进行剥离和核销。第五阶段为 2000 年起至今,继续深化产权制度改革,同时全面推进劳动用工制度改革。2000 年初,淳安县政府出台了一系列关于国有、集体企业职工身份置换的政策,标志着全县企业改革进入实质性阶段。到 2004 年底,全县有 151 家企业实行全面改制,9465 名职工实行身份置换。

目前,淳安县国有资产经营管理的格局是:由政府国有资产管理办公室履行国有资本出资人的职责,下属淳安县工贸资产经营有限公司、淳安县财务公司、淳安县枫树岭水力发电有限责任公司、淳安县新安江开发总公司、淳安县茧丝绸总公司、淳安县对外贸易总公司、浙江省烟草公司淳安分公司、千岛湖经济开发区发展总公司和坪山工业园区投资发展总公司等 9 家国有资产专营公司,履行国有资产经营管理的职责,确保国有资产保值增值目标的实现。除此之外,全县各部委办局也从事对各自所属国有资产的经营管理。根据国有资产产权登记及有关资料统计,截止 2004 年 12 月 31 日,全县 15 个系统和部门,国有资产总额 310560.3 万元,负债总额 120293.7 万元,所有者权益 190266.6 万元。其中全县 10 个企业系统和部门资产总额为 167079.4 万元,负债总额 82197.7 万元,所有者权益 84881.7 万元,占全县国有资产总额的 53.8%;全县 5 个行政事业系统和部门资产总额为 143480.9 万元,负债总额 38096 万元,所有者权益 105384.9 万元,占全县国有资产总额的 46.2%。具体情况见淳安县国有资产统计分布图。



人选的选拔。要真正提高文化产业的核心竞争力,首先要提高文化产业的第一竞争力,选拔好行政“一把手”。因此上级主管单位管理文化产业一个十分重要的工作,就是“用好人”,用好人首先是用好一把手,就是遴选出一位具有现代水平和意识、称职的、优秀的社长、厂长、总经理,是使文化产业走上健康发展道路的重要的前提;选一个好的社长、厂长、总经理就等于主管部门做好了相当部分的管理工作,对于文化产业的发展能够起到事半功倍的效果。二是有利于一把手本人增强对这个职务的使命感、神圣感和责任感,使之千方百计做好自己的工作,不辱使命。当赋予了行政一把手必要的经营管理自主权后,为了发挥其“第一竞争力”作用,上级部分不仅要使其想有所为,有能力有所为,还要让其能够有所为,有条件有所为。因此,深化改革、减少行政干预,明确法人地位,完善法律法规十分重要和迫切。三是有利于员工尊重一把手的领导和管理,使一把手充分发挥其作用。员工要以生产力的标准,以两个效益的标准来衡量一把手的工作,看他是不是使两个效益提高了,是否使文化产业的品牌知名度扩大了,是否使职工的收益和上交国家的利税增加了。

【参考文献】

《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》、《人民日报》2004.9.27、《文化产业创新与发展》申维辰主编,山西人民出版社 2002.4