

# "One belt and one road" boosts the economic efficiency of Shandong's cultural industry

Li Weijuan \*

Shengli College China University of Petroleum, department of Chinese Law and Economics Management, Dongying, Shandong, China

Liweijuan666@163.com

\* Corresponding author

**Keywords:** "One Belt and One Road", Culture industry, Shandong Province

**Abstract.** The article systematically analyzes the policy evolution and input and output of the cultural industry in Shandong Province and analyzes the current economic development status and problems of the cultural industry in Shandong Province, and finally uses the opportunities brought by the "One Belt and One Road" favorable policy to create a brand culture, complementary cultural circles both at home and abroad and cultural consumption. The final goal is to improve the economic benefits of the cultural industry in Shandong Province.

## 1. 引言

《文化部“一带一路”文化发展行动计划（2016—2020年）》提出扩大和引导文化消费以及加大对外文化贸易以促进文化产业的提质增效。山东省作为GDP排名全国前三的经济大省，拥有丰富而又具有特色的文化底蕴，典型的如孔孟文化、齐鲁文化以及红色革命文化等对我国传统文化影响深远。2016年山东省文化产业的增加值2836.77亿元，占GDP的比重首次超过了4%，增速水平高于国家平均水平，文化产业稳步发展。面对文化产业的全球化发展潮流，山东省的文化产业发展是否与其经济发展相匹配，是否可以借助国家的利好政策进一步拓展其文化产业的市场进而实现其经济效益的提升是比较现实的问题。

## 2. 山东省文化产业发展现状及问题分析

### 2.1 山东省文化产业投入情况

财政投入是一个产业发展的保障，文化产业的发展离不开政府经费的投资和基础设施的打造，通过汇总2005-2015近十年山东省文化产业的事业费支出以及最新的基础设施打造情况，分析山东省对文化产业的投入情况如下。

(1) 文化事业费稳步增长，但在全国位次有待进一步提升。结合2005年-2015年近十年的数据得出以下结论：(1) 山东省的GDP稳步提升，但增速有所下滑。从2005年的18366.87亿元到2015年的63002.33245亿元，增长243.02%，幅度较大，但近年来年度增长率有所下滑，2005年-2008年稳定在全国的排名第二，2009年-2015年下滑一个名次，稳定在第三名，目前仅次于广东省、江苏省，是比较发达的经济大省，宏观经济的良好发展为文化产业的发展奠定了比较雄厚的经济基础。(2) 文化事业费开支与GDP成正比，但在全国位次中有待进一步提升。山东省的文化事业费开支从2005年的6.17亿元，增长到2015年的29.977亿元，增长385.85%，文化事业费的支出随着经济的发展稳步提升，两者呈现正相关，表明随着地方经济的发展政府对文化产业的重视逐步上升。但经费投入方面仍低于全国平均水平，2015年全国平均文化事业费支出占财政支出的比例为0.39%，而山东省的仅占0.36%。

(2) 分地市的文化产业基础设施发展差异大，有待协同发展。为更全面的了解山东省17地市的文化产业的基础设施，结合山东省统计局2016年颁布的数据分析山东省17地市文化产业机构的数量和文化事业费的支出情况。纵观整体数据，2015年山东省的文化机构合计2352

个,藏书量4727万册,文化事业费447481万元。相比2014年的数据,机构数量由2014年的2562个减少到2352个,精简210个,但藏书量和文化事业费居有所提升,分别增加247万册和53069万元。在17地市中,青岛、济南和烟台、临沂、济宁五座城市的各项指标要明显优于其他城市,产业基础雄厚,文化事业费的支出较多;日照和莱芜两座城市的文化机构数、藏书量以及事业费支出相对较少,文化基础较弱;其余10城市的文化基础处于中间状态。由于受地域环境以及地区经济的不同,山东省的文化产业发展差异明显,文化机构、藏书量以及文化事业费的支出差异较大,可以发挥城市群的作用,协同发展。

## 2.2 山东省文化产业产出情况

(1) 文化产业的人均文化消费支出不足,消费者欲望有待进一步激发。2015年山东省的人均文化娱乐消费支出是640.7元,低于全国平均水平的760.1元,山东省人均文化消费支出占总支出比例4.4%,低于全国4.84%的平均水平。北京、上海、江苏的人均文化娱乐消费比例分别为7.67%、6.82%和6.16%,名列全国前三名,远远高于其他省市。一系列数据表明虽然山东省的文化产业近几年发展迅速,但跟其GDP在全国的领先排名相比还有进一步提升的空间,大众对于文化产业的消费欲望有待进一步激发。

(2) 文化产业逐渐成其主导产业,但外贸进出口贸易额有待提升。与全国文化产业的出口额相比较,山东文化产业的出口额较少,虽然在2015年出口额实现全面破零,但出口过10亿元的地市共有3个,分别为烟台的92.6亿元、青岛的20.7亿元和临沂的11亿元,与山东省文化大省身份的打造还有很大的差距。根据《中国文化及相关产业统计年鉴》(2016)显示,2015年我国文化产品进出口总额1013.1亿美元,其中出口额871.2亿美元,进口额141.9亿美元,贸易差额729.3亿美元,相比2014年均有一定程度的下滑,2014年的进出口额为1273.7亿美元,其中出口额为1118.3亿美元,进口额为155.4亿美元,贸易差额155.4亿美元。在近十年的发展中,进出口总额的增长率继2009年出现首次负增长后,2015年则第二次出现负增长,其中,进出口总额的增长率下滑20.5%,出口额增长率下滑22.1%,进口额增长率下滑8.7%,一系列数据表明我国文化产业的整体外贸出口额和山东省的文化贸易出口都有待进一步提升。

## 3. “一带一路”战略下山东省文化产业发展的机遇

### 3.1 政府发力,利好政策引导作用凸显

山东省对文化产业发展的利好政策颁布较早,早在2007年,山东省就提出了打造优秀文化品牌进入国际文化市场的目标,目前文化与经济发展虽然呈现全球化趋势,但文化贸易仍是山东省的短板,为促进山东省的文化产业走出去发展,可以充分借力国家领导人倡导的“一带一路”战略,该战略由国家主席习近平提出,融合“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的战略构想,强调与多边国家的合作发展,打造区域合作平台,共同促进双方经济的发展。对于山东在“一带一路”建设中的定位,2015年国家三部委联合发布《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》明确了青岛、烟台等沿海城市的纽带作用。2017年为更好的将山东省的文化产业与国家的“一带一路”战略相融合,山东省文化厅印发《山东省“融入‘一带一路’大战略,齐鲁文化丝路行”实施意见》[2017] 11号,要求充分发挥山东省文化资源的独特优势,积极组织齐鲁文化的丝路之行,将山东省的齐鲁文化推向世界,促进不同国家和地区之间的文化交流。

### 3.2 地缘位置独特,国内外市场开拓便利

从区域发展战略看,山东省拥有海陆统筹、联动发展的区域特征,其中国家着力打造的山东半岛蓝色经济区就是将陆地经济向海洋经济的延伸;从国外看,“一带一路”规划中东连亚太经济圈,西接欧洲经济圈,形成了纵贯东西的大经济带,同时拥有更大范围的陆海统筹、东西联动经济圈,山东半岛是海陆的交汇点<sup>[1]</sup>。从国内来看,山东省处于京津冀和长三

角的结合部，拥有区位和交通的优势更有利于发挥地缘的优势，为山东省融入“一带一路”发展战略提供有利条件。

## 4. “一带一路”下山东省文化产业发展建议

### 4.1 结合地方特色，打造品牌文化

2015年11月，《中共山东省委关于制定山东省国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》将提升文化软实力作为山东省未来五年的发展目标之一，要积极推广齐鲁文化在内的文化产业的发展，努力使得文化发展主要指标达到全国先进水平，如在泰国建立的“尼山论坛”品牌就加强了齐鲁文化在国际中的知名度。山东省是孔孟之乡，是儒家文化的发源地，对于儒家道德文化的弘扬和传播一直以来都在世界上声名远播，这既是山东省独一无二的文化软实力，也是促进“一带一路”发展的重要的文化因素。如大型动画片《孔子》，国内外市场均具有不俗的反响，在法国戛纳电影节中摘得“最佳作品”奖项。另外山东省十七地市文化特色明显，如济南的山泉文化、青岛、烟台的海洋文化、济宁的孔孟文化、菏泽的牡丹文化、泰安的泰山文化等，17地市应充分发挥其地域及资源优势形成了各自的文化品牌，抓住‘整合’和‘创新’两个关键词，通过整合并购释放出17地市更多的资源，打造完整的文化产业链，将地方特色打造成国际品牌。

### 4.2 结合地缘优势，打造国内外文化互补圈

在地缘经济关系的测度中，山东省与中亚、东南亚、中东欧和西亚及中东在文化旅游方面均表现出较强的互补性，同南亚也在2013年演变成了互补型地缘经济关系<sup>[3]</sup>。山东省在文化产业推广的过程中要坚持“求同存异”“和而不同”的交流理念，促进共同价值追求。一是走出去挖掘市场，如组织部分文化类企业参加“一带一路”国际性文化产品交易会、投资洽谈会等，积极培育山东省的文化产业基地和文化产业园区的转型升级，二是通过迎进来方案，积极邀请“一带一路”沿线国家和地区的相关部门参加山东省的相关会议，如文化产业博览交易会、中国非物质文化遗产博览会等，打造国内外文化互补圈。

### 4.3 结合内需拉动和贸易出口，促进文化消费市场升级

目前山东省的文化事业费支出和人均文化娱乐消费均低于全国的平均水平，为进一步增加文化消费额，应积极通过内需拉动和外贸出口促进文化产品的消费。一是内需拉动，中国人民大学文化产业研究院2013年首次公布的文化消费指数，其中2016年的消费水平指数83.7，低于2014年的83.8，与2015年的85.7相比出现较大幅度的下滑，下滑2.3%。2015年-2016年消费意愿与消费能力的增长幅度也不是很大，并且消费意愿在2015年出现较大幅度下滑，山东省人均文化消费支出占总支出比例4.4%，低于全国4.84%的平均水平，表明山东省区域大众的消费有待进一步激发。主要通过文化产品的供给侧改革和需求侧管理开展。一是结合大众的需求为文化产品进行二次创造，发挥自身独特的区位优势，多渠道开拓山东省内文化市场；二是充分发挥“互联网+”的功效，2016年，山东省人民政府办公厅印发了山东省“互联网+文化产业”行动方案，主要运用大数据等信息技术，充分挖掘消费者的消费动向和兴趣点，有针对性的开发文化产品，拉动文化消费升级从而推动文化产业的发展。三是大力推进“一带一路”战略实施对外文化贸易，目前我国的文化类产品主要通过产业博览会和国外发行公司进行海外市场的拓展<sup>[2]</sup>，应进一步借助“一带一路”文化交流合作平台以及各类“丝绸之路联盟”，通过与国外开展产业合作，借鉴国外的发展经验，提升自身市场经营能力和运作能力，同时借助我国港口的作用，促进文化产品的对外出口，这不仅有利于山东省经济贸易的发展，也有利于促进我国的对外合作与经济发展<sup>[3]</sup>。

## 5. 结束语

积极开拓市场提高产品的市场占有率是实现某一产业经济效益提升的关键，山东省的文化产业近几年投入大量的文化事业费和人才教育使得文化产业的经济效益发展中稳定上升，但总体看距发达省市如北京和上海还有部分差距。国家“一带一路”倡议的提出为山东省的文化产业发展带来很好的机遇，其不断完善的政策理念引导，独特的地缘优势以及丰厚的文化底蕴和强大的科教投入为其融入“一带一路”提供了很好的保障。建议结合 17 地市的地方特色，打造品牌文化，结合地缘优势，打造国内外文化互补圈以及结合内需拉动和贸易出口，促进文化消费可以从内和外共同促进文化产业的市场开拓进而实现其经济效益的提升。

## 致谢

本文为山东省社科联人文社会科学课题《生态位视域下山东省文化创意产业竞争力评价及提升策略研究》（编号：17-ZX-LT-01）的阶段性成果之一。

## References

- [1] Wang Shuang, Research on the development path of Shandong's open economy from the perspective of "one belt and one road" strategy, *Dongyue Tribune*, vol.36, pp. 51-55, 2015.
- [2] Song Xiaohui, Study on competitiveness of cultural trade in Shandong, *Shanxi Agricultural Economy*, vol.15, pp. 34-36, 2018.
- [3] Wang Lei, Zhou Lin, Liu Ning, Research on the Potential Evaluation of Shandong Foreign Trade Cooperation under the ackground of "The Belt and Road" Initiative, *Prices Monthly*, vol.497, pp. 61-66, 2018.