



中华国学经典教育丛书

创意兴國

柯可◎著



中国出版集团
世界图书出版公司

广东省国学教育促进会 广东省文化传播学会 推介
广东省社会科学院国学研究中心审定 广东华文国学研究院国学教材
柯可主编《中华国学经典教育丛书》

中华国学经典教育丛书编审委员会
(排名不分先后)

唐明邦 张 磊 李本钧 田 丰 邸振兴 刘小敏 李庆新
李敏生 柯 可 江海燕 李 颺 刘介民 阮纪正 冯立鳌

創意興國



中国出版集团



世界图书出版公司

图书在版编目 (CIP) 数据

创意兴国/柯可著. —广州: 世界图书出版广东有限公司, 2015. 5
ISBN 978 - 7 - 5100 - 9602 - 0

I. ①创… II. ①柯… III. ①国学—研究 IV. ①Z126

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 105916 号

创意兴国

策划编辑: 陈名港

责任编辑: 韩海霞

责任技编: 刘上锦

出版发行: 世界图书出版广东有限公司

(广州市新港西路大江冲 25 号 邮编: 510300)

电 话: (020) 84451013

<http://www.gdst.com.cn>

E-mail: pub@gdst.com.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 广州家联印刷有限公司

版 次: 2015 年 5 月第 1 版

印 次: 2015 年 5 月第 1 次印刷

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

字 数: 320 千

印 张: 18

ISBN 978 - 7 - 5100 - 9602 - 0

定 价: 52.00 元

导 论

中华民族，志在文化复兴，实干兴邦；根在国学教育，培德育才。

“国学”是以中华传统思想为指针，有利于中国发展的中国特色的理论。它以自强不息、厚德载物、阴阳和谐、天人合一、道法自然、利乐有情为魂，以易学、道学、儒学和中国化佛学为核，以文学、史学、中医学、兵学、艺学、农学、生态国学等为用，引领中华民族创造了灿烂辉煌的古代文明，建构包括国德、国魂、国法、国学、国艺、国俗、国技在内的中华文化遗产体系，是一个博大精深而与时俱进的开放性理论系统。

习近平主席2013年底考察山东孔子学院时指出：“一个国家、一个民族的强盛，总是以文化兴盛为支撑的，中华民族伟大复兴需要以中华文化发展繁荣为条件。对历史文化特别是先人传承下来的道德规范，要坚持古为今用、推陈出新，有鉴别地加以对待，有扬弃地予以继承。国无德不兴，人无德不立。必须加强全社会的思想道德建设，激发人们形成善良的道德意愿、道德情感，培育正确的道德判断和道德责任，提高道德实践能力尤其是自觉践行能力，引导人们向往和追求讲道德、尊道德、守道德的生活，形成向上的力量、向善的力量。只要中华民族一代接着一代追求美好崇高的道德境界，我们的民族就永远充满希望。”

此后，中共中央办公厅印发了《关于培育和践行社会主义核心价值观的意见》，根据党的十八大精神，申明“培育和践行社会主义核心价值观，是推进中国特色社会主义伟大事业、实现中华民族伟大复兴中国梦的战略任务。”“这与中国特色社会主义发展要求相契合，与中华优秀传统文化和人类文明优秀成果相承接，是我们党凝聚全党全社会价值共识做出的重要论断。”并依据“中华优秀传统文化积淀着中华民族最深沉的精神追求，包含着中华民族最根本的精神基因，代表着中华民族独特的精神标识，是中华民族生生不息、发展壮大的丰厚滋养”的价值判断，明确提出了要“发挥优秀传统文化怡情养志、涵育文明的重要作用。”加紧“建设优秀传统文化传承体系，加大文物保护和非物质文化遗产保护力度，加强对优秀传统文化思想价值的挖掘，梳理和萃取中华文化中的思想精华，做出通俗易懂的当代表

达，赋予新的时代内涵，使之与中国特色社会主义相适应，让优秀传统文化在新的时代条件下不断发扬光大”的要求。

从党中央这一重要文件与国学的关系看，“富强、民主、文明、和谐”这一国家层面的价值目标，“自由、平等、公正、法治”这一社会层面的价值取向，“爱国、敬业、诚信、友善”这一公民个人层面的价值准则，既是五四运动以来中国人善于吸纳西方先进文化的表现，更是继承中华传统易学的和谐思想，包括道家、儒家、佛家、法家的道德、爱国、仁义、慈悲、法治思想的升华。为此，国学促教，引经化西，文化上开民智，铸国魂；经济上创新意，强国本，济民生；政治上扬国威，坚国基，和万邦；社会上修身齐家，和谐小康；生态上天人合一，美丽中国，将不仅为构建中国社会主义核心价值观寻来源头活水，还能伴随着时代进步不断吸收人类先进文化成果，为炎黄子孙奉献从孙中山的“三民主义”、毛泽东思想、邓小平理论、科学发展观直到中国复兴梦的“新国学”。

“新国学”为政府、社会、校企所提出的“智力运动强省”、“绿道生态文明”、“佛禅文化传播”、“环保再生资源”等战略决策服务的实践，充分说明了“面对世界范围思想文化交流交融交锋形势下价值观较量的新态势，面对改革开放和发展社会主义市场经济条件下思想意识多元多样多变的新特点”，以学校、社会、自我教育相结合的方式推进国学教育，培养德智体美全面发展的优秀人才，大力弘扬中华优秀传统文化，所具有的增强文化软实力、复兴中华的不可估量的重大战略意义。故唯有同心同德，因势利导，颂读精研圣哲经典，完善中华文化遗产体系，方可造就国之栋梁，达致民族伟大复兴，实现亿万人民建构精神文明、物质文明、政治文明、社会文明、生态文明的伟大中国梦。

然我中华文库满箱盈架，皓首穷经也难读尽，究竟如何才能依循现代育才规律，学以致用？这是社会各界不得不深思的。本丛书在回顾汉唐盛世，宋明文功，康乾武治的天朝气象，检讨自鸦片战争、五四运动直到文化大革命的历史教训，总结改革开放以来的各地经验和学术成果后，以《国学教纲》提出“易为学纲，儒为理纲，佛为心纲，道为总纲”，以《中华颂经》、《周易德经》、《老子道经》解经释义，以《国是策论》、《珠江新语》、《创意兴国》、《国德立企》、《生态国学》、《雄辩圣哲》综述国学兴邦理念，以《大学》和历代著名的启蒙读物《弟子规》、《三字经》、《百家姓》和《千字文》等传经诵典，将黄帝的天机奥义、圣贤的超绝智慧、儒释道之真知灼见，发扬光大，以循正道，索真理，兴中华。

为此，丛书一方面努力恢复《易经》作为“修身学道妙典，审时通变

明鉴，为人处世指南，精神文明规范，知往察来神卷，明哲保身真经”的中华文化百科全书崇高地位，全面阐释老子的恒道、玄德、清静、真知、无为、贵身、安民、用兵、治国诸观组成的哲学体系，及其炳耀千古的东方智慧的伟大现实意义，以推进马克思主义中国化；一方面以生态国学、孔子“六艺”、珠江文化等濡染先贤悠然自怡的生活艺术，以人类理想筑金塔，中华国艺修玉阶，循道培德，弘毅精进，养花格物，品茶致知，绘画正心，习书诚意，练武修身，抚琴齐家，诗教治国，博弈天下，鼓动民族正能量和雄辩风，培养青少年静思善谋，自信亲和的良好品质。

展望未来，国学教育将以修身治国平天下之优良传统与优美国艺，启发国人放眼世界，胸怀祖国，立足当下，安邦济世，为社会主义核心价值观之推行，复兴强国之实践，创意文化之星光，民族奋进之生命力，为人类文明的伟大进程，做出更伟大的贡献。

张磊 柯可

2014年3月13日

序 一

李本钧

文化在现代社会已经成为一个产业，是现代社会一个新的经济增长点。大力发展文化产业，大大增强国家经济文化实力，满足人民日益增长的精神文化需求，对社会主义物质文明建设和社会主义精神文明建设均有重要而深远的意义。然而，我国理论界却长期没有这方面的系统研究成果，使理论落在了实践的后头。有鉴于此，省社科院科研人员和省委宣传部有关领导同志，经过近一年的辛勤努力，合作完成了《文化产业论》这一省的重要科研项目。

该书以马克思主义和邓小平理论为指导，首先从文化产业的基本概念及其在当代中国的迅猛崛起入手，评析了围绕文化产业的论争及两种对立态度，有力论证了文化产业是经济文化全球化的历史产物，是具有光明前景的朝阳产业；全面论析了文化市场的生产主体、经营主体和消费主体的作用，对文化市场的资源开发与市场分工，尤其是文化产品的价值观，以及文化产业的产品复制与文化传播，发展经济与繁荣市场。政治宣传与意识形态、文化素质与审美教育、创新思维与文化建设等方面的巨大社会功能，简明阐析了文化产业的系统与服务方式，以及由改革推动力、科技促进力，文化创新力。商业运作力、政府调控力所构成的五大产业动力机制。在此基础上，全书通过论证国营文化产业与民营文化产业的服务改善、文化产业的市场法制建设、文化产业的人才与管理、文化产业的发展规律等一系列理论问题，具体结合我国的新闻出版业、广播影视业、信息网络业及其他文化产业的集团化实践问题，以及中国文化产业的城市发展战略等问题，对文化产业的生产规律、消费规律和我国当前违背文化产业发展规律的表现做了细致分析，提出了中国文化产业的组建方略、信息时代的网络文化建设等一系列重要命题。

《文化产业论》不仅在系统研究上是一部力作，而且具有较强的思辨性质。该书能站在科技进步与信息产业革命的历史高度，借鉴西方发展文化产业的实践和理论成果，以及国际大都市香港文化产业繁荣的经验，对中国文

化产业的资源开发、集团化生产与市场竞争，中国文化产业面临的问题，制约因素与解决方法，中国文化产业的发展战略等重大的理论问题做了深刻思考，提出了有益的建设性意见，对有关文化新闻部门将有一定的参考作用。

把文化作为一种产业加以研究是一个新的科研领域，进行系统的研究更为不易。因此该书存在一些疵漏就不可避免了。譬如对文化产业与社会主义精神文明建设的关系，对意识形态规律与市场运作的关系等问题，还可以做更深一步的阐释。我期望着这批中青年作者们日后再有新作。

参加《文化产业论》的作者，都是从事文化宣传工作和文化研究的中青年干部和学者。他们以中青年人敏锐的眼光捕捉文化产业这一时代的重大命题，在系统研究方面做出了大胆尝试。这是一件可喜可贺的事情。应主编柯可的邀请，我便欣然为该书作序。

2001 年元旦于广州

注：《文化产业论》中的柯可著部分（占全书 1/2）已全部收入《创意兴国》中。原书由柯可主编并与多人合著。

序 二

田 丰

文化是文明的活的灵魂，文明是文化活动的凝结；文化体现了人的能动性自觉性，文明是人能动地改造世界改造自身的成果；文化主要反映人的精神状况，包括情感、思维能力、价值观念等，它有积极与消极之分，而文明反映社会整体状态，涵盖人、社会、自然环境的互动关系，标志着进步与发展。可以看到，文化建设与社会主义精神文明建设有着不可分割的内在的联系，作为灵魂和主体能动的方面，文化建设的状况决定着精神文明建设的状况。随着文化产业的兴起和发展，文化建设的内容和形式、运行机制、管理机制等都发生了极大的变化，从而给社会主义精神文明建设带来多方面的显著的变化。

文化产业促进了精神文明建设内容的大众化。精神文明建设的根本宗旨是提高人的素质，服从和服务于广大人民群众的精神文化需要，促进人的全面自由发展。人作为社会关系的总和，与自然、社会、人自身发生全面的关系，既有感性的、理性的精神需要，也有信仰的精神需要。“人以一种全面的方式，也就是说，作为一个完整的人，占有自己全面的本质。”（马克思语）满足人民群众的多样化需要，是精神文明建设的题中应有之义。在自然经济、计划经济条件下，人的需要是狭隘的、封闭的，狭隘的生产方式、交往方式限制了人们的欲望，与此相应的精神文化生产方式突出了传道教化功能压抑了人们求美求乐的需求，娱乐、信息、审美、创造等功能被忽视了，这种功能单一化政治化的文化与改革开放条件下人们释放出来的精神文化需求很不相应，与全面提高人的素质的精神文明建设的根本任务很不相应。文化本来是人民群众创造的，如果它不能反映人民群众的愿望和心声，就失去了它赖以发育和发展的沃土，它就只能成为少数“精英”的事业，甚至可能成为少数人的政治工具（如“文革”）。文化产业的兴起和发展，把文化融入到市场经济的总体格局中，使文化的生产、交换、消费经受市场的选择。而人民群众是市场的主体，他们的多样化的需要通过市场反映出

来。于是，文化的结构、内容、品味以市场为中介紧紧地与群众联系在一起，随之变化而变化。文化不再是少数人的享用品，也不是由长官意志随意钦定的计划产品，借助于产业化的图书出版发行、大众传媒、娱乐市场春风化雨般进入千家万户，起着熏陶、传播、教育等作用，使广大人民群众及时得到知识、信息、艺术，开阔视野，增长见识，发展能力，全面提高文明程度。

文化产业促进了精神文明建设机制的社会化。无论是思想道德教育，还是科学、教育、文化、卫生、体育事业，都不能孤立地存在与发展，它与社会系统紧紧联系在一起，与社会生活的方方面面联系在一起。随着时代的进步，精神文化在经过与物质生产、经济生活相分离后，又逐渐趋于统一，特别是在进入信息社会的今天，文化成了经济发展的动力和灵魂，文化生活成为人们生活方式的重要部分。因此，精神文明建设应该是全社会的事业。然而，计划经济模式把精神文明建设简单化、孤立化了，国办文化事业不仅由于缺乏财力支持而难以为继，日渐萎缩，更由于缺乏竞争而自我封闭，失却活力。文化产业的兴起与发展，促进了精神生产、交换、消费的转型，市场机制对精神文化产业经营的资源配置日益发挥越来越重要和越来越广泛的作用。文化产业的可经营性、获利性吸引了社会各方面的投资，一个以不同形式的公有制为主体多种经济成份参与的文化投资和经营体制已经形成。文化市场的开放和发展促进了文化企业的公平竞争，激活了旧体制束缚的国有文化企业的各种要素，使之在竞争中走向集团化股份化，生产和经营社会化程度越来越高。市场的无形之手把管理者、生产者、经营者、消费者有机地联结为一个整体，精神文明建设成社会各部门、各行业、各阶层的共同的活动。随着我国加入 WTO，我国文化产业将日益融入经济全球化的进程，在参与全球文化产业国际竞争中壮大和发展，我国精神文明建设也将在各种思想文化相互激荡中不断得到提升。

文化产业促进了精神文明建设手段的现代化。精神文明建设必须借助于各种传播、教育的手段才能广泛地影响人们的思想意识和价值观念。在文化仅仅作为一种事业的状态下，思想政治工作作为精神文明建设的主要方面，往往局限于垂直式的单向传播（如下发文件、会议传达等等），不仅形式单调，而且影响面窄，时效性很差。面对社会变革带来人们知情意识、参与意识的普遍增强，面对国门打开带来各种观念、信息的冲击，这种思想政治工作的手段已不再适应了。文化的产业化，首先是促进大众传媒的迅猛发展，书籍市场、报刊市场、广播电视市场、娱乐市场趋向规模化系统化，传播工具的这种变化引起了传播方式的革命，双向的、横向的传播代替了垂直的单

向的传播，精神文明建设的内容和要求通过新闻、信息、艺术、文化的广泛传播而迅速进户进厂进村，入耳入心入脑。恩格斯说过，社会的需要比十所大学更能推动科学技术的发展。精神文明手段的现代化是通过机制创新引发技术创新而实现的。文化产业本质上按市场机制运作，这就为开拓市场吸纳人才提供了前提。而市场的迅速扩张迫切要求提高文化生产力，人才的积聚使文化生产、传播的手段的更新换代提供了可能，而世界范围内兴起的信息化、数字化潮流又为这种技术创新予压力和条件。近年来，文化产业的现代化以信息化、数字化技术的应用为标志，以信息技术全面改造带动出版、音像、电视、电影技术，全面提升图书馆、博物院、影剧院等文化设施的装备水平，极大地提高了文化生产、传播的效率和质量，较好地适应了广大人民群众日益增长的精神文化需求。当前，信息高速公路技术正在对我国文化产业的发展产生着越来越深刻的影响，这必将为精神文明建设手段的现代化注入新的内容和动力。

毫无疑问，文化产业的兴起和发展，对全国的精神文明建设的内容、机制、手段的创新发展具有十分重要的推动作用，不仅为精神文明建设形成自我发展自我更新的良性循环提供了强大的物质基础，而且为精神文明建设成为千百万人民群众共同参与的自己的事业创造了社会氛围和社会环境。然而，文化产业是双刃剑，它在开拓文化市场，使文化产品的生产和消费社会化的同时可能为追逐最大利润牺牲社会效益；它在大批量生产文化产品满足大众需求的同时可能把一种文化风格普遍化，从而压抑和抹杀人的自由个性；它在融入世界文化产业体系促进文化开放的同时可能为外来文化冲击民族文化打开方便之门。因此，我们在顺应经济社会发展规律，积极推动广东文化产业发展的同时，必须充分认识和估价文化走向产业化给精神文明建设可能带来的负效应。如何实现社会主义制度与市场经济的有机统一，既充分发挥市场对文化资源的合理配置的杠杆作用，又清醒地认识市场并不可能完全解决文化发展的一切问题，既遵循市场经济的一般规律，又尊重文化发展的特性和内在规律、做到市场调节与政府调控的有机结合，使文化产业的发展最大限度地满足人民群众的精神文化需要，为人的全面自由发展创造条件，促进社会主义精神文明建设的不断进步，这是时代向实践和理论提出的历史性课题。

柯可同志主编，顾作义、单世联、郑奋明、刘飏及于万东等同志合著的《文化产业论》一书，关注了世界尤其是中国文化产业发展的突出问题和精神文明建设的新问题，阐释了文化产业的性质、功能、规律、结构和发展趋势，并以战略高度对新闻出版、广播影视、信息网络等文化产业的诸方面发

展提出了对策，具有较高的理论性和较强的实践性。作为一部开创性研究的著作，尽管它某些方面还有待深化，但它的面世必将推动文化产业理论与实践的发展。

2000. 12. 28 于广州

目录 CONTENTS



导论	张 磊 柯 可
序一	李本钧
序二	田 丰

创意产业理论卷

第一章 中华文化创新与创意经济的发展	3
一、创意经济及其重大意义	3
二、创意与中华文化自主创新的互动关系	6
三、创意产业与中华文化经济全面自主创新	7
四、中国创意产业如何雄鸡迅跑	10
第二章 创意文化产业的基本社会功能	15
一、产品创制与文化传播功能	16
二、发展经济与繁荣市场功能	18
三、政治宣传与意识形态功能	21
四、文化素质教育与审美功能	23
五、创新思维与文明建设功能	27
第三章 创意文化产业的市场运作与产品价值	31
一、创意文化市场的生产经营主体	31
二、创意文化市场的消费主体	36
三、创意文化市场的系统分工与资源开发	39
四、创意文化市场的产品价值论析	46
第四章 创意文化产业的服务系统与服务方式	54
一、创意文化产业的服务系统与服务对象	54

二、国营与民营文化产业的服务改善	57
三、创意文化产业的四种服务方式	61
第五章 创意文化产业与法制文化建设	70
一、创意文化产业呼唤文化市场立法	70
二、我国文化市场立法准则的思考	73
三、文化执法队伍建设与政府职能转换	82
第六章 创意文化产业与网络业新格局	84
一、科技进步与信息产业革命	84
二、信息时代与创意文化产业新格局	89
三、信息产业及网络文化传播	91
四、网络业的管理规范初探	97
第七章 影视产业经营与文化意识	103
一、影视片的生产规律及其成功要点	103
二、中国影视的产业经营与片种选择	108
三、中国影视的改革方略与文化意识	111

文化战略规划卷

第八章 中华海神信仰与节庆文化资源	120
一、中华节庆文化资源开发的战略意义	120
二、中华龙文化源头与龙母文化传承	122
三、东方和平女神与中国海洋文化传播	123
四、中华海神妈祖之海洋文化发展战略	127
第九章 文化强省的创意文化产业发展战略	132
引言：全球化时代文化强省的文化产业发展之紧迫性	132
一、广东文化产业的现状、优势与不利因素	133
二、泛珠三角与广东城市群的文化产业格局	139
三、广东文化产业做大做强的发展战略和基本目标	143
第十章 创意文化产业的城市发展新战略	148
一、创意文化产业与大城市中心功能	148
二、北京、上海的创意文化产业前奏	153
三、广州、深圳的创意文化产业前景	159
四、广州与佛山同城化之文化资源整合	165

五、中国文化中心城市的联合发展战略·····	168
第十一章 中华国学引领广州经济文化繁荣·····	177
一、大力增强广州世界文化名城软实力·····	177
二、以中华国学大力振兴广州创意文化产业·····	179
三、中华国学与广州文化创意工程·····	182
四、龙舟竞渡与广州文化底蕴开发工程·····	184
五、广州棋都建设与创意文化产业投资工程·····	186

创意产业践行卷

第十二章 龙棋梦——少年心事当拿云·····	192
博弈全球展国力 振兴中华融妙法·····	192
第十三章 棋规立——培训产业奠基·····	207
巨人高肩登望远 教学相长棋艺精·····	207
第十四章 棋理明——棋书繁荣出版业·····	218
易理棋道通达时 童趣盎然喜获奖·····	218
第十五章 专利证——知识产业必由路·····	224
屡辩屡拒疑无路 金鲤勇跃龙门开·····	224
第十六章 棋娃笑——动漫产业正当时·····	231
绘声绘色演棋剧 校园师生乐开怀·····	231
第十七章 造棋具——网络游戏玩具业·····	238
得道多助制新棋 小荷初露尖尖角·····	238
第十八章 修规划——社科理论壮伟业·····	243
得道多助国艺美 世界名都智运兴·····	243
第十九章 办棋赛——传媒助兴娱乐业·····	250
猛龙出洞游碧海 文化公园庆佳节·····	250
后记·····	270



创意产业理论卷

引言

企业要生存，要发展，靠什么？业界人都说，两年靠金钱，三年靠营销，五年靠竞争，十年靠管理，二十年靠文化，而想五十年乃至百年雄屹不倒，则非靠信仰不可。所以热衷于中华传统文化及国学的中国企业家们，大都会信仰儒释道三教之一，这也就是我们在《国德立企》中详述的所谓儒商、佛商、道商。然而，中华传统文化并非仅仅是企业跨越金钱刺激的陷阱、管理制度的藩篱，跃上企业文化高峰与信仰文化境界的撑杆，而且还是它们尤其是中华创意文化企业，以创新凝聚企业核心竞争力的无尽智慧源泉。立足中国，放眼世界——

一辆金坦克，一辆创意文化产业的金坦克，正晃动着它那壮伟而矫健的身影，由工业时代隆隆驶进了21世纪被因特网紧紧联为一体的地球村。它以信息爆炸和发发金弹的震耳炮声，打破了计划经济时代单一文化格局的寂静沉闷，宣告了新千年由“生产力经济”向“注意力经济”的历史性大转移；它以保护知识产权的厚重铁甲闯开了高新科技的大门，以人类智慧的不竭油料发动知识经济的强大引擎，以数字化的坚硬履带碾过了千古沉睡肥沃美丽的文化平原，为创建理想新世界的全球文化车队，开辟了四通八达的广阔道路。