



華東政法大學

文化產業觀察

Cultural Industries Observation

(第一輯)

主編／錢偉

企業·管理

文化科技企業服務平台：實踐、反思與結構創新
文化及相關產業上市公司技術創新評估研究

藝術·經營

美術館觀展的景觀意向——為何人們選擇去參觀美術館？
如何破解多維藝術館經營難題——以常州現代美術館為例

媒介·營銷

自媒體微企業——徐達內小報的發展
以《野島冰花雪》看小微企業微博營銷

創意·融合

基于《沁園》的戲曲模式研究
戲院工作室：藝術與技術的嫁接

傳統·變革

粵韻繪畫發展的思考 and 挑戰
從《青春帶文化傳統》看文化小微企業的發展

資源·發掘

雲南建築裝飾的發展



知識產權出版社

全國百佳圖書出版單位



華東政法大學

文化產業觀察

WENHUA CHANYE GUANCHÁ

(第一輯)

主編／錢偉

本專輯受華東政法大學『文化產業管理學科建設』項目資助出版



知識產權出版社

全國百佳圖書出版單位

图书在版编目(CIP)数据

文化产业观察. 第一辑 / 钱伟主编. —北京: 知识产权出版社, 2014. 12

ISBN 978 - 7 - 5130 - 2801 - 1

I. ①文… II. ①钱… III. ①文化产业 - 研究 - 中国
IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 140519 号

责任编辑: 熊 莉

执行编辑: 俞 楠

责任校对: 谷 洋

责任出版: 刘译文

文化产业观察(第一辑)

钱 伟 主编

出版发行: 知识产权出版社 有限责任公司

社 址: 北京市海淀区马甸南村 1 号

责编电话: 010 - 82000860 转 8176

发行电话: 010 - 82000860 转 8101/8102

印 刷: 北京市科信印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

版 次: 2014 年 12 月第一版

字 数: 260 千字

ISBN 978 - 7 - 5130 - 2801 - 1

网 址: <http://www.ipph.cn>

邮 编: 100088

责编邮箱: yunan@cnipr.com

发行传真: 010 - 82000893/82005070/82000270

经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

印 张: 18.75

印 次: 2014 年 12 月第一次印刷

定 价: 48.00 元

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

《文化产业观察(第一辑)》

编委会

编委会主任

刘晓红

编委会成员

范玉吉 黄虚锋 王晓骊 吴 桥 钱 伟

目 录

观察，作为方法 钱 伟 7

企业·管理

文化科技企业服务平台：实践意义与结构创新 胡慧源 7

文化及相关产业上市公司技术创新评估研究 臧志彭 20

企业公共关系传播实践的伦理失范 高 雁 31

艺术·经营

美术馆观众的参观意向

——为何人们选择去参观美术馆？ 王 弋 43

如何破解乡镇艺术馆经营难题

——以费新我艺术馆为例 沈怡君 55

从“HIHEY 艺术网”看艺术品交易的新形式 张晓楠 72

“帕萨加德”画廊：新锐艺术微投资 胡 锡 83

媒介·营销

自媒体微企业“徐达内小报”的发展 胡凤桃 95

从“野兽派花店”看小微企业微博营销 李 金 104

从资源与机会的视角看文化小微企业的发展

——以上海雀沃信息科技有限公司为例 李沛欣 118

创意·融合

基于“觉网”的众筹模式研究 吴丹丹 131

魔镜工作室：艺术与技术的嫁接 李方露 150

新车间印象记 倪小芸 160

主题餐厅：将文化注入餐饮 熊颖杰 171

传统·变革

从“猫的天空之城”看实体书店的生存之道 廉慧慧 183

老约翰绘本馆发展的机遇和挑战 刘凯丽 194

从“青番茄文化传媒”看文化小微企业的发展 秦 礼 204

全人培养中的文化产业实践教学 卢 莹 213

资源·发掘

云南建水紫陶的发展 蔡玉绮 225

唐卡艺术与产业集群发展

——以热贡国家文化产业示范基地为中心 刘大庆 244

民族歌舞产业的发展现状及出路

——以红河州为例 杨舒迪 265

梯田文化的产业化发展

——以哈尼梯田为例 杨 洋 282

观察,作为方法

钱 伟

随着文化产业的发展,文化产业研究也从无到有,逐渐丰富起来。这一领域的交叉性,决定了研究者学术背景的多样性,也决定了研究路径的差异性。无论从经济学,还是管理学、政策研究视角,都给我们提供了一种深入了解文化产业现象的途径。但在其他学科中表现出来的负面因素(尤其是概念化倾向)也渗透到、反映在这一新生领域中。而目前我国的科研机制对此不但没有起到应有的平衡作用,反而加深了学术的游戏化倾向,离学术研究之初衷越来越远。为此,需要我们回到研究的起点,回到作为朴素方法的观察。

观察,通俗地讲就是看,但是是一种有意识地看,在研究中则体现为问题意识。学术研究应有独立的品质,但独立并不意味着学术研究与现实隔绝,成为封闭的概念游戏。其独立品质体现在研究动机、立场、过程不受各种现实因素的干扰,而具自身之关怀。^①换言之,这是一种有关怀的看。

^① 学术研究之独立性与现实关怀之间的关系,参见马克斯·韦伯:《学术与政治》,三联书店2005年版;钱永祥:“在纵欲与虚无之上:回顾韦伯的《学术与政治》”,见钱永祥:《纵欲与虚无之上:现代情境里的政治伦理》,三联书店2002年版,第86~93页。

汪丁丁曾对一个怀特海命题再三致意。他把这一命题表述为：在任何理解之前先有表达，在任何表达之前先有关于重要性的感受。^①而显然，要有对重要性的感受，首先要去观察，去看。

这种看，也即百多年前胡塞尔等在开拓现象学时所提出的直面现象。^②作为思的哲学需要“面对实事本身”，作为更具应用性的学科，文化产业研究不是更应该直面现象吗？

直面是为了摆脱各种对观察与思考的束缚。自福柯以来，研究者对话语、机构、体制的质疑渗透到了各个领域。一向自诩把客观中立作为原则的社会科学学科本身也被置于学者的解剖刀下细细审视。^③面对在20世纪成为显学且现实政治影响有增无减的经济学，“反思”(rethinking)的呼声近年来日益频仍。^④著名韩裔学者、发展经济学家张夏准(Ha-Joon Chang)便直接指出：“经济学原来并不像物理学或化学那样是一门科学，而是一种政治实践。”^⑤无视这样一个学术脉络，仍囿于传统学科藩篱，显然是无法做到“面对实事本身”的。“实事”在成为研究对象的同时，已被学科分割整理了。于是，所谓的“跨学科”便成为琐屑片段的比较和拼接，成为在不同学科领域的奔波，而无视对象的整全与现实的完整。的确，

① 怀特海的命题见 *Modes of Thought* 前三章，中译本参见怀特海：《思维方式》，刘放桐译，商务印书馆2004年版；汪丁丁的解释可参见“涌现秩序的表达困境”，见《新政治经济学讲义》，上海人民出版社2013年版，第170~172页。

② 参见倪梁康：“现象学运动的基本意义”，见倪梁康主编：《面对实事本身——现象学经典文选》，东方出版社2000年版，第1~36页。

③ 参见米歇尔·福柯：《词与物：人文科学考古学》，上海三联书店2001年版；《性经验史》，上海人民出版社2002年版；《必须保卫社会》，上海人民出版社2010年版；华勒斯坦：《开放社会科学：重建社会科学报告书》，三联书店1997年版。

④ 参见卡尔·波兰尼：《巨变：当代政治与经济的起源》，社会科学文献出版社2013年版；Michel Foucault, “Governmentality”, in Burchell Graham eds., *The Foucault Effect: Studies in Governmentality*, Herts, Harvester Wheatsheaf, 481-510; Timothy Mitchell, *Rethinking economy*, *Geoforum*39(2008), 1116-1121。新近引起热议的 Thomas Piketty 的 *Capital in the Twenty-first Century* (Belknap Press, 2014) 又是一例。

⑤ 张夏准：《资本主义的真相：自由市场经济学家的23个秘密》，新华出版社2011年版，第9页。

经过历年发展的学科早已累积了一套完善的“看”的方法,形成了被认可的“科学的”体系。在其框架内,无论如何我们可以得到一个安全、便捷且悦人的结果。但当我们发现了框外更广阔更真实的世界时,还能平静地安坐于原地吗?

“面对实事本身”的困难除了学科框架的限定之外,日常经验本身被意识形态所形塑造成了更大的障碍。阿多诺就用“半教育”(halb-bildung)一词来指称那种将文化从现实生活中抽离的传统。在这种传统中,知识反而“成了与对象物接近的巨大阻碍,因为他立即将对象物放入他既有的知识分类范式之中,加以分门别类,而一旦分类工作完成之后,他的‘感知’也随之终止”。^①其实,知识或意识形态对经验的形塑作用并不像阿多诺所讲的那样仅仅体现在“有教养的中产阶级”身上。雷蒙德·威廉斯用“感觉结构”(structure of feeling)一词描述了这一现象的普遍性。^②在雷蒙德·威廉斯这里,曾被阿多诺寄予希望的“无教育”者——“允许与客体形成直接的关系,而且它的怀疑、机智与反讽的潜力可以上升为批判的意识:怀疑、机智、反讽则是在未完全被驯化者中滋长的特质”——这种“未完全被驯化者中滋长的特质”完全是另一种臆想。无论知识的多寡,我们完全脱不出文化的形塑。文化决定了我们“看”到什么。如此,转向“观察”,转向“面对实事本身”的“看”,就是要求挣脱特定文化的框制。

如此观察下的文化产业能看到什么?

2012年世界银行与国务院发展研究中心联合课题组发布了《2030年代的中国》的报告。报告将中国2030年的愿景确定为“建设现代、和谐、有创造力的高收入社会”。未来的社会将更加复

^① 黄圣哲:“阿多诺的半教育理论”,载《东吴社会学报》2003年第15期。

^② 参见雷蒙德·威廉斯:《漫长的革命》,上海人民出版社2013年版;关于这一概念引起的争议,参见雷蒙德·威廉斯:《政治与文学》,河南大学出版社2010年版;殷曼婷:“雷蒙·威廉斯‘感觉结构’概念评析”,载《山东社会科学》2013年第6期。

杂，“它是以市场为驱动，以知识为中心，以服务为导向”。为达成这样一个目标当然需要采取新的发展战略。那么，在此过程中，文化产业可以起到什么样的作用？

的确，在政府的大力提倡与推动下，文化产业近两年来发展迅猛。文化及相关产业总值持续快速增长，文化企业积极上市，艺术品市场屡创新高。但在这些数据下面，和每个人的实际生活感受相较，我们感受到自己的生活和文化产业发展的相关性了吗？那些数据与报告反映出我们现实生活中所观察和体验到的实际感受了吗？热闹非凡的场面下那沉寂的潜流我们关注到了吗？当我们津津于票房、市值、投资收益率的时候，意识到这一切只是资本的工具了吗？从文件与资本的阴影中走出来，我们能看到什么？

文化产业的繁荣是否满足了我们的文化需求？我们的文化需求的进一步满足又受到什么限制？

以创新为其重要特征的文化产业有没有为社会注入创新的因素？工作方式的变化有没有带来对工作本身以及生活方式理解的变化？代际间的文化差异对文化产业的发展将造成什么样的影响？中国城市化进程又为文化产业的发展提供了什么样的契机？最终，文化产业发展将为我们每个公民的自我发展、社会的完善带来什么？

所有这些问题都要求我们打破学科、文化等各种框架，放下所有既成定见，像一个初学者，像第一次看那样去观察。

文化產業觀察

Cultural Industries Observation Vol. 1 (第一輯)

企业 · 管理

.....

文化科技企业服务平台： 实践意义与结构创新

胡慧源

与文化旅游、影视传媒、出版印刷等传统文化产业相比，动漫网游、数字出版、移动传媒等新兴文化产业除了关注文化、创意等传统要素之外，更加注重与科技创新要素的结合^①，在技术性、集约性、知识性、增值性、融合性、扩散性等方面都具有明显优势，这为文化产业整体发展和繁荣注入了新的元素和意义；在增强文化自主创新能力、推动产业之间关联融合的同时，更能起到促进文化产业转型升级、推动区域经济发展、减轻环境能源承载压力的“催化剂”作用。因此，科技创新驱动下的新兴文化产业的发展势必会引领文化产业未来发展的时代潮流。

但调查发现，一方面，作为新兴文化产业发展的微观主体，单个文化科技企业或公司囿于自身资源的有限性，抵御风险的能力十分薄弱，也无多余精力从事研发创新、信息共享、投资融资等对自身发展至关重要的活动。另一方面，行业内却存在众多分散的闲置资源，“出勤率”十分低下。由此，单纯依靠市场机制配置新兴文化产业资源的做法不尽合理，通过引入其他机制对此予以完善十分必

^① 吴忠泽：“科技创新：现代文化产业翱翔之翼”，载《中国软科学》2006年第2期，第1~5页。

要。从组织制度角度看,文化科技企业服务平台便是一种能有效应对上述困境的制度安排。

现阶段,关于文化科技企业服务平台的研究文献相对稀少,人们对于这一新兴事物的了解也不够深入。本文尝试从学理上对文化科技企业服务平台的内涵特点、实践意义及其结构创新进行初步探讨,以期为学界和社会深化有关文化科技企业服务平台的认知搭建一个背景框架。

一、文化科技企业服务平台的内涵与特点

文化科技企业服务平台意指以技术创新为导向,为文化科技企业提供创意研发、技术转移、创业孵化、管理咨询、展示交易等共性服务的一个或几个独立法人实体组成的共同体。其主体通常包括科研机构、高校院所、文化科技企业、职能部门等。通过在上述利益相关者之间建立起一种“桥接”关系,文化科技企业服务平台可以实现系统内要素资源的跨时间、跨空间、跨部门再配置,推动异质性资源之间的互补与协同,从而实现“ $1+1>2$ ”的效果。

“公共性”和“服务性”是文化科技企业服务平台与普通文化企业服务平台的共性所在。其中,“公共性”体现为平台使用资格上的“非排他性”,即无论是否是平台内部的组织成员,有相关需求的文化科技企业都可以使用平台资源。不同的是,平台内的企业成员无须支付使用费或使用费较低,而平台外的文化科技企业一般则需要以会员费、项目费、咨询费等形式缴纳一定的使用费。“服务性”体现为平台主体并不直接参与服务对象的生产运营活动,转而以技术转移、管理咨询、项目融资等方式协助服务对象顺利完成上述活动。

当然,由于在服务对象及其主要需求方面存在差异性,文化科

科技企业服务平台与传统文化企业服务平台在以下几个方面存在着显著区别:

高创新性。与传统文化企业服务平台相比,文化科技企业服务平台更加强调对多媒体数字技术、信息网络技术、通信技术等高新技术的运用及其创新的不断诉求。这种创新更接近于一种产品和服务创新,而非传统制造业强调的过程创新^①。其成果丰富甚至彻底改变了原有文化产品和服务的内容创意、表现形式与传播渠道,进一步增强了文化产品和服务的表现力、渗透力与感染力。

高融合性。随着高新技术自身创新周期越来越短,以高新技术为基础的新兴文化产业在产业内以及与关联产业间的物流、人流、信息流等交换不断加快和加深。在此情境下,文化科技企业服务平台内部各主体之间、服务平台与外部环境之间的互动与融合无论在范围还是程度方面都较传统文化企业服务平台更加深入。

高知识产权保护。与传统文化企业服务平台相比,文化科技企业服务平台提供的更多的是可以以符号、数据、信息等数字化编码形式承载的关键技术和研发设计,很容易被机会主义者以低成本甚至零成本地模仿、复制和窃取,相关利益者的既得利益面临严重威胁。为此,无论是在发展理念还是措施力度方面,文化科技企业服务平台对利益相关者的知识产权保护程度都更高。

二、文化科技企业服务平台构建的实践意义

在世界范围内,新兴文化产业正以“井喷”态势极速发展。英国的创意设计业、美国的数字出版业、日本的数字动漫业以及韩国

^① Chapin C, Cooke P, Propris L De, MacNeil S. Creative Clusters and Innovation. NES-TA, 2010.

的电子游戏业都显示出了巨大的市场潜力和产业持续竞争力^①，在丰富和增强国家软实力的同时，也极大提升了其参与世界竞争格局重组的综合实力。

研究发现，这些国家的文化产业之所以能快速发展，得益于各自完备的公共服务体系。这其中，作为直接服务于新兴文化产业的文化科技企业服务平台在丰富产品表现形式、提高产品科技含量、增加产品附加值、占据产业链高端环节方面发挥了重要作用。正是由于在上述平台建设方面的滞后，致使长久以来我国优秀的文化资源、智力资源、资本资源被禁锢现象严重，资源之间无法实现互补与共享，生产出来的文化产品科技含量低、产品附加值少、内容平淡、表现单一，严重制约了我国文化产业结构的整体优化与提档升级。因此，文化科技企业服务平台的构建在当前具有重大实践意义^②。

（一）鼓励技术创新，实现产业提档升级

文化科技企业服务平台将直接服务于新兴文化产业发展，在整合各方优势资源的基础上，强化科技创新水平和力度，通过引进、吸收与内化信息技术、多媒体数字技术、通信技术的最新创新成果，改造与提升文化旅游、工艺美术、娱乐演艺等传统文化产业门类，并进一步强化对创意设计、数字动漫、网络游戏、数字出版等新兴文化产业的技术驱动。

（二）增强产业融合，优化资源配置

文化科技企业服务平台的构建，是当前产业体系分工进一步深

① 沈颖：“科技创新推动文化产业发展的对策建议”，载《科技与经济》2006年第5期，第59~61页。

② 赵继新、楚江江：“北京文化创意产业公共服务平台构建研究”，载《北方工业大学学报》2011年第2期，第1~7页、第18页。

化的结果,其有效运营离不开科技信息、金融保险、教育培训等诸多产业的支持,这也为上述产业之间的融合发展提供了一个共同平台。此外,文化科技企业服务平台的构建能够有效整合平台内各方资源,及时将其提供给急需的文化科技企业,大大提升其在研发设计、技术创新、信息共享等方面的风险抵御能力,延续和拓展这些企业可持续发展的时间和空间。

(三)提升产业价值链,增强产业盈利水平

创意、内容、传播这三个环节是新兴文化产业价值链上关键的利润增值点。文化科技企业服务平台的构建能大大整合以及不断挖掘分散在行业内不同主体处的未尽资源,借助技术转移、投融资服务和整合营销等方式,丰富创意设计、内容生产和传播营销手段,提高上述三个关键环节的价值增值能力,从而提升新兴文化产业的整体盈利水平。

(四)促进政府职能转变,提高行政管理效率

文化科技企业服务平台的构建,有利于政府职能部门及时了解与掌握新兴文化产业发展的新动态,从而作为其对资源进行二次分配、提高资源配置有效性的重要决策依据。此外,如果配以合适的反馈机制,政府职能部门还能够依据服务平台的运行状况以及政策执行效果对相关政策法规进行及时修正,从而提高行政管理的效率与效果。

(五)打造区域产业品牌,提高资本集聚水平

文化科技企业服务平台先天具有高技术、高知识、高成长的良好外部形象,如若辅以完善的基础设施服务体系,势必会成为区域新兴文化产业发展的品牌之一。品牌效应的巨大号召力,将促使区域性优质文化资本、人力资本、智力资本、金融资本、社会资本等集