





# 北京市通州区 文化产业研究

◎ 杨家毅 / 著



BEIJINGSHI  
TONGZHOUQU  
WENHUA CHANYE  
YANJIU

文化产业发展的国际借鉴  
中国文化产业发展现状与思考  
国内部分城市文化产业发展比较  
通州区文化产业发展构想

◆ 漓江出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

北京市通州区文化产业研究 / 杨家毅著. — 桂林: 漓江出版社, 2012.11

ISBN 978-7-5407-6065-6

I. ①北… II. ①杨… III. ①文化产业-研究-通州区 IV.

①G127.13

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 265354 号

## 北京市通州区文化产业研究

---

- 作 者 杨家毅  
责任编辑 庞俭克 朱亚彤  
封面设计 红十月设计工作室  
责任监印 周 萍  
出版发行 漓江出版社  
地 址 广西桂林市南环路 22 号  
邮 编 541002  
发行电话 0773-2583322 010-85893190  
传 真 0773-2582200 010-85800274  
邮购热线 0773-2583322  
电子信箱 ljcbx@163.com  
印 制 北京市媛明印刷厂  
版 次 2012 年 12 月第 1 版  
2012 年 12 月第 1 次印刷  
开 本 715×960 毫米 1/16  
印 张 13.25  
字 数 200 千字  
印 数 1-1500 册  
书 号 ISBN 978-7-5407-6065-6  
定 价 28.00 元
- 

版权所有,侵权必究。印装错误,随时调换。



### 作者简介

杨家毅，男，汉族，中共党员。1980年2月生于陕西省石泉县，2003年7月毕业于西北大学文博学院历史系考古专业。曾先后在通州区文物管理所、通州区文化委员会工作。现为北京市考古学会理事、通州区文物保护协会副会长、通州区作家协会会员、通州区中仓街道办事处副主任。爱好广泛，尤好读书和写作，曾由漓江出版社出版《汉水——运河》散文随笔集及发表考古研究论著50余万字。



## 序

众所周知，近代以来，人类经历了几次产业革命的浪潮。由于种种原因，中国与前几次产业革命要么擦肩而过，要么就是在世界产业布局和国际分工中处在中下游。而在发展文化产业的浪潮中，在中国共产党领导下的中国政府和中国人民紧紧抓住了此次机遇。从上个世纪90年代开始，世界上很多发达国家都把文化产业当作核心产业发展。21世纪是文化的世纪，谁是文化强国，谁就是世界强国。据统计资料显示，在美国，文化产业所创造的社会价值占社会总产值的1/4以上。几乎与美、英等发达国家从全国战略高度推进文化产业的同时，中国共产党第十五届五中全会在《中共中央关于制订国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》中，明确提出要“完善文化产业政策，加强文化市场的建设和管理，推动有关文化产业发展”，这是“文化产业”首次写入中央文件，由此，文化产业进入国家发展战略视野。

在刚刚召开的党的十七届六中全会上吹响了向社会主义“文化强国”伟大目标进军的号角，这对于建设中国特色社会主义伟大事业具有十分重要的意义。《中共中央关于深化文化体制改革，推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》中明确提出“加快发展文化产业，推动文化产业成为国民经济支柱性产业”的目标，这将成为中国文化产业发展的里程碑。

北京是祖国的首都，是全国的文化中心。目前北京正在朝着建设世界城市的战略目标迈进。作为未来北京城市发展的重点区域和北京建设世界城市的重要组成部分，通州区正在集中精力推进现代化国际新城建设。从“十一五”开始，文化产业就被列为通州区发展的重要产业，并且取得了

令人瞩目的成绩，而且发展潜力十分巨大。

正是在这样的背景下，《北京市通州区文化产业研究》一书的出版就具有不同寻常的意义。特殊之处表现在以下几方面：一是理论与实践结合十分紧密。本书在党的十七届六中全会关于“大力发展文化产业”的精神指导下，根据文化产业发展的一般规律，结合通州区文化产业的发展实践，对通州区文化产业的发展进行了深入的思考，并提出了自己独到的见解，这既体现了作者对党的十七届六中全会精神的深刻领会，也体现了作者对通州区文化产业发展的思考的深度。二是现实与构想实现了有机统一。本书既有对通州区文化产业发展现状的阐述与分析，还有对通州区文化产业未来发展的构想，并且二者很好地结合在一起，例如在关于核心区文化产业发展章节里，既有对核心区文化产业现状和产业基础的论述，也对未来诸如依托“三教庙”发展国学传播中心等设想进行了阐述，虽然不一定能够实现，但是对通州区文化产业未来发展具有一定的参考价值。还有一点特殊之处在于，本书填补了通州区文化产业研究领域的一项空白。通州区文化产业是通州区文化建设的重要组成部分，也是通州区推进现代化国际新城战略的重要内容。通州区文化产业资源丰富，发展潜力巨大，在区委、区政府的正确领导下，全区的文化产业发展已经具备了良好的基础，但是对通州区文化产业进行系统、深入地研究，并且形成专著，还是第一次。

不管本书能否对通州区文化产业发展产生积极影响，作者这种孜孜以求的探索精神还是值得鼓励的。由衷地希望作者将这种精神状态保持下去，在繁忙的工作之余，思考更多的问题，写出更多、更好的作品。

是为序！

杜德久

2011年11月8日

## 目 录

第一章 文化产业理论研究概述 .....	001
第一节 西方文化产业理论研究 .....	001
第二节 中国文化产业理论研究 .....	004
第三节 对文化产业定义、性质的探讨 .....	008
第四节 文化产业相关概念介绍 .....	015
第二章 文化产业发展的国际借鉴 .....	022
第一节 美国文化产业发展概况 .....	022
第二节 法国文化产业发展概况 .....	026
第三节 韩国文化产业发展概况 .....	030
第三章 中国文化产业现状与思考 .....	037
第一节 中国文化产业概况 .....	037
第二节 中国文化产业面临的机遇和挑战 .....	040
第三节 中国文化产业发展的思路和对策 .....	044
第四章 国内部分城市文化产业发展比较 .....	047
第一节 杭州文化产业发展概况 .....	047
第二节 上海浦东文化产业发展概述 .....	053
第三节 曲阜文化产业发展概述 .....	057
第五章 通州区文化产业发展构想 .....	063
第一节 文化产业：通州发展的必然选择 .....	063
第二节 通州区文化产业的发展基础 .....	067
第三节 通州区文化产业发展的空间布局 .....	073
第六章 通州新城文化产业区 .....	090
第一节 通州运河核心区文化产业集聚区 .....	090
第二节 新华大街：新城文化与商业功能主轴 .....	100

第三节 八里桥休闲娱乐文化街区 .....	105
第七章 宋庄文化创意产业聚集区 .....	109
第一节 “画家村”的发展与宋庄文化创意产业集聚区的形成 .....	109
第二节 宋庄原创艺术产业 .....	114
第三节 与原创艺术相关的文化产业 .....	121
第四节 关于艺术园区管理模式的思考 .....	126
第八章 河东体验性文化产业集聚区 .....	133
第一节 什么是体验文化产业 .....	133
第二节 河东生态旅游业 .....	134
第三节 河东未来的“朝阳产业”——健康产业 .....	138
第九章 梨园音乐与特色文化产业集聚区 .....	143
第一节 九棵树音乐产业集聚区 .....	143
第二节 通州会展业的发展 .....	146
第三节 梨园宠物业和古玩业的发展 .....	150
第十章 通州区其他文化产业集聚区 .....	158
第一节 台湖国际图书产业集聚区 .....	158
第二节 北京通州文化旅游区 .....	163
第三节 通州区工艺美术行业的现状及发展构想 .....	172
第十一章 发展通州文化产业及相关问题研究 .....	176
第一节 通州区文化产业特色问题的探讨 .....	176
第二节 对通州区文化产业体制机制创新的探讨 .....	189
附录一：北京市促进文化创意产业发展的若干政策 .....	197
附录二：北京市文化创意产业分类表 .....	202



## 第一章 文化产业理论研究概述

文化产业是现代工业文明的产物。半个多世纪以来,随着科学技术的高速发展,文化产业在世界经济舞台上展示了自己作为“朝阳产业”的独特魅力,受到全世界许多国家和地区的青睐,在美欧和韩日等发达国家,文化产业已经成为其支柱产业。近年来,国内许多地区也把发展文化产业视为发展地方经济,弘扬民族文化的重要战略。2008年以来,在国际经济危机的不利因素影响下,我国的文化产业呈现出生机勃勃、逆势上扬的良好态势。发展文化产业成为我国政府调整产业结构、促进经济又好又快发展的重要内容。任何产业的发展必须要有相应的理论研究作为基础,否则就很难有长远发展。本章将介绍国内外学术界对文化产业的理论研究的影响,并就文化产业的定义和性质提出自己的见解。

### 第一节 西方文化产业理论研究

在阐述西方文化产业理论时,就不得不谈到法兰克福学派和该学派的“文化工业”理论,因为西方主流的文化产业理论体系(主要分为基础理论和应用理论),都源于法兰克福学派的“文化工业”理论。

#### 一、法兰克福学派和“文化工业”理论

法兰克福学派(Frankfurt School)是现代西方流行最广、影响最大的马克思主义流派。它因发源于莱茵河畔的法兰克福市的法兰克福社会研究所而得名。该研究所成立于1923年。1933年,希特勒上台后,它迁往纽约,附属于哥伦比亚大学。1949年又迁回德国。“二战”后,科学技术迅猛发展,科技的极大成功,在深刻改变社会与人类生活的同时,却也陷入异化之中。现代科技并未像人们所期待的那样,为人们带来空前的自由与全面发展,技术正在成为统治人的物质力量,并进而强化了工业社会对

人的统治。对此，法兰克福学派展开了自己的技术批判。该学派将马克思主义与精神分析学融为一体，被称为“批判理论（Critical Theory）”。

法兰克福学派是以批判的态度来研究当代文化的。该学派从对工业文明的批判中构建了自己的文化产业理论。法兰克福学派的学者阿多诺（Adorno）和霍克海默（Horkheimer）在1947年出版的《启蒙辩证法》一书中初次提出“文化工业”的概念。该概念的提出是用来代替“大众文化”的概念，专指大众文化的产品和过程。法兰克福学派认为，文化在前资本主义时代表现为一种精英文化或者贵族文化，但到了资本主义时代，随着先进科学技术手段在文艺创作中的广泛运用，文艺创作已经成了一种机械化、自动化作业。这种文艺作品的大规模复制和批量生产就是所谓的“文化工业”。概括起来，法兰克福学派“文化工业”理论主要有以下几个观点：

第一，文化工业所生产的文化产品，丧失了文化本身应具有的批判和否定精神。在法兰克福学派看来，批判是文化的内在特质，大众文化虽然打着文化的旗帜，但是却是一种物化的文化，它所缺乏的就是一种批判和否定精神。

第二，文化工业追求利润的最大化将无法实现艺术的超越性，降低了文化产品的艺术价值，也使得艺术个性趋于死亡，创作者不可能实现自由创作。文化工业为了迎合市场需求，不再以追求艺术价值而是以追求利润为最大目标，艺术带有极强的功利性，艺术的超越性无从谈起。同时，艺术价值的大小由市场价格评判，创作者为了迎合大众口味，自由创作无从谈起。

第三，文化工业的商品化生产是标准化、程序化和机械复制性的，这使得艺术带有浓厚的商业色彩，丧失了传统艺术原生态性和“韵味（Aura）”。特别是随着先进科学技术手段的运用，进一步加速了这种趋势。

第四，文化工业消费者的审美观被异化，独立判断能力日渐消失。在大众传媒的包围下，人们往往被迫接受一些流行的东西，受众的思想和审美观渐渐被改变，并被流行所牵引，致使人们的思考能力和独立判断能力日益弱化，从而被动地接受文化产品。

法兰克福学派的“文化工业”理论对后来的文化产业理论的发展起了深远的影响。虽然该理论带有明显的时代特征和局限性，但是他们对工业革命以来的工业技术现代化进程做出了深刻的批判性反思，也成就了系统

研究文化产业理论的先河。之后，西方关于文化产业的理论研究才有了长足进步，文化产业理论研究的两个主要派别，无论是“学院派”还是“应用派”，都源于法兰克福学派的“文化工业”理论。

## 二、西方文化产业的基础理论研究

西方文化产业的基础理论研究以英国伯明翰大学的当代文化研究中心（Center for Contemporary Cultural Studies，简称 CCCS）的成立为标志。该中心于 1964 年成立后，对大众文化和文化产业进行研究，被称为文化产业的基础理论，也称为学院派理论。研究文化产业基础理论的学者，由于取得很大的成果，后人将其称为伯明翰学派（Birmingham School）。伯明翰学派曾一度成为文化研究的代名词。该学派的代表人雷蒙·威廉姆斯（Raymond Williams）、斯图亚特·霍尔（Stuard Hall）等都是文化产业基础理论研究的标志性人物，除此之外，美国学者 F·詹姆森（F.Jameson）、约翰·费斯克（John Fiske）等也为文化产业基础理论研究做出了重要贡献。

与法兰克福学派的“文化工业”理论相比，英国伯明翰学派关于文化产业基础理论有以下创新：

第一，英国伯明翰学派基础理论和法兰克福学派“文化工业”理论对现代科技与文化产业关系的认识有很大不同。“文化工业”理论过分强调现代科技对文化产业发展的消极影响——现代科技是使文化丧失韵味和使大众失去独立思考能力的重要因素，而伯明翰学派基础理论则注意了文化产业生产和消费过程中的能动和解放力量。

第二，英国伯明翰学派基础理论和法兰克福学派“文化工业”理论对文化产业所持的态度不同。法兰克福学派对文化产业基本持批判态度，认为文化产业由于以利润最大化为追求目标，因而不利于文化的发展，也不利于保持人的个性。伯明翰学派则为文化产业高唱赞歌。例如，詹姆森认为大众文化的发展是实现人类自身全面发展必不可少的条件之一，因此大众文化的产业化，也就是发展文化产业是必要的。

第三，英国伯明翰学派基础理论对一些概念做出了不同于“文化工业”理论的解释。例如，对“文化”的解释，传统文化观以“经典作品”或“艺术作品”为核心和评价标准，而基础理论认为，文化不再以“经典”为标准。基础理论的代表人威廉姆斯就认为，文化不仅指伟大传统中最优秀的思想和言论，还包括法律、制度、风俗、习惯等。

### 三、西方文化产业的应用理论

文化产业的应用理论就是有关文化产品的研发、生产和营销,以及文化企业管理和运作的理论。由于文化产业应用理论直接面向市场和消费者,所以,经济学、管理学和社会学就成为文化产业应用理论的必备工具。

自20世纪80年代开始,在欧洲一些国家广泛使用“文化产业”概念。80年代末,英国学者麦耶斯考夫(Myerscough)在《英国艺术的重要性》中论述了“艺术与文化产业”问题,认为文化产业主要指艺术部门的文化活动。后来,英国的文化、媒体部和体育部(Department of Culture, Media and Sports,简称DCMS)开始把文化产业称为“创意产业”。

20世纪90年代初期,英国著名的媒体理论家尼古拉斯·迦纳姆(N. Garnham)在产业理论的应用研究方面做出了重大贡献。他认为“文化产业采用了特有的生产方式和行业法人组织来生产和传播符号,这些符号的表现形式虽然不是一律作为商品,但其表现形式却是文化商品和服务”。这一论断将经济学分析与文化产业理论紧密结合起来。20世纪末,查尔斯·兰蒂(Charles Landry)将“价值生产链分析法(Value Production Chain Analysis)”引入文化产业的应用研究,从而提出了文化产业的五个阶段性环节:创意的形成、文化产品的生产、文化产品的流通、文化产品的发送机构和最终消费者的接受等。

西方文化产业应用理论主要有这样一些观点:第一,文化产业主要指“大众文化”(或“流行艺术”)和大众传播媒介,如畅销小说、流行歌曲、音像制品、动漫、广播、电视、杂志等。第二,文化产业既按照文化艺术的规律来生产,也用一般普通商品的生产模式生产。文化产业同其他产业部门一样,是按资本运行的逻辑进行生产,需要追求利润的最大化。第三,文化产业的发展带来了当今世界文化形态、结构和格局的重大变化,导致了文化的商品化和消费化,也使得传统的文化观念、文化(艺术)生产方式、接受和消费方式,以及文化作用方式产生了重要变革。

## 第二节 中国文化产业理论研究

中国文化产业理论研究起步较晚,无论是基础理论还是应用理论都是上个世纪80年代末90年代初才开始的。中国文化产业基础理论研究的过程实际也是对法兰克福学派“文化工业”理论的认识和思考的过程。而中

国文化产业应用理论研究直接源于文化产业实践，所以理论和实践联系很紧密，但至今还没有形成完整的体系。

### 一、中国文化产业基础理论研究

随着我国改革开放政策的推进，上个世纪80年代，学术界对西方马克思主义理论感兴趣的同时，作为其重要流派的法兰克福学派也受到人们的关注。进入上个世纪90年代，国内许多学者对法兰克福学派的“文化工业”理论很感兴趣，并对“大众文化”和“文化工业”进行讨论。

在早期的探讨中，学者们自觉不自觉地受到法兰克福学派批判理论的影响，对文化产业基本持否定态度。之后，随着学术界对文化产业认识的深入，文化产业的研究呈现“争鸣”的态势，一直存在支持和反对两种截然不同的态度。

然而随着信息时代和知识社会的到来，文化产业迅速发展壮大，并且势头越发强劲。人们对文化产业的态度也发生了彻底的改变，大家不再简单地肯定或否定文化产业，而是把它和社会、经济、文化的某些根本变化联系起来。文化产业被认为是经济、社会、文化发展的必然趋势，将对现实社会产生深刻的影响。

随着文化产业在中国的发展和人们对文化产业态度的转变，学术界开始对“文化工业”理论进行了反思，意识到该理论的片面性和时代局限性。学术界又将目光转向英国伯明翰学派、美国约翰费斯克等对文化产业基础理论的研究。“culture industry”由原来翻译成的“文化工业”替换成“文化产业”，这说明我国大陆学术界已经正式接纳并认可文化产业。

近几年来，学术界对文化产业进行了更加深入的基础理论研究。周平远在《文化工业与文化政策》中认为文化产品的独创性并不会因为该产品的复制而消失，其原创性是在原作品本身。潘知常在《美学的边缘》中认为大众艺术本身绝不意味着任何误区，也不必然导致任何误区。金元浦在《定义大众文化》中甚至认为大众文化是现代工业和市场经济发展的必然产物，是有史以来人类广泛参与的、历史上规模最大的文化事件。

在人们对文化产业大加赞赏的同时，一些学者也提出一些值得思考的问题。2003年，单世联在《寻找文化产业的中国论说》中提出关于中国文化产业两个非常值得思考的问题：第一，与其他产业相比，文化产业或直接或间接地具有价值和政治意义。原则上，它并不一定与现行的政治规范相冲突，但因为它取得了一般商品的形式，因而与长期以来以文化为意



识形态、以文化为政治服务的观念，以及一整套与之相应的文化体制、文化政策有尖锐的冲突。从而在现行的制度框架下，文化的产业化是否应该受到一些限制？意识形态的规范与文化市场的要求是否相容？第二，文化产业确实将追求利润放在首位。如果我们认为文化的某些领域、某些形式不能产业化，那么这个界限如何划分？划分之后又如何保护受到文化产业挑战的文化领域和形式等？

## 二、中国文化产业应用理论研究

中国文化产业应用理论研究起步很晚，至今没有形成完整的体系。但中国文化产业应用理论研究有自己的特点，由于中国文化产业实践早于应用理论的研究，或者说应用理论研究直接源于文化产业实践，所以中国文化产业应用理论与文化产业实践结合得非常紧密，而且我国文化产业应用理论研究直接在党关于文化产业的指导下进行。

中国文化产业应用理论研究，以党的“十六大”为界，分为前后两个发展阶段。在我国，学者叶取源、王永章、陈昕主编的《中国文化产业评论（第一卷）》中把前后两个阶段分别称为“理论启蒙时期”和“理性发展时期”。这一提法得到学术界的认同。在我国，著名文化产业理论专家胡惠林教授主编的《文化产业概论》中也采用这样的提法。

第一阶段为“理论启蒙期”。这一阶段约从上个世纪90年代初到2002年党的“十六大”召开。在这一阶段，当地一些文件中已经开始提出发展文化产业，九届人大二次会议的《政府工作报告》提出的《国民经济和社会发展计划草案的报告》中明确提出“积极引导居民增加文化、娱乐、体育健身和旅游等消费，拓宽服务性消费领域”，“推动文化、体育、非义务教育和非基本医疗保健的产业化”，“文化产业”已是呼之欲出。党的十五届五中全会在《中共中央关于制订国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》中，明确提出要“完善文化产业政策，加强文化市场的建设和管理，推动有关文化产业发展”，这是“文化产业”首次写入中央文件，由此，文化产业进入国家发展战略视野。

在这段时期里，学术界对中国文化产业应用理论研究已经起步。从1993年到2001年间，《文化研究》（人大复印报刊资料）全文转载的有关“文化产业”的研究文章共有51篇，索引收录的研究文章有319篇，这些研究文章涉及文化产业应用理论的各个方面，如文化产业概念的界定、文化产业性质和功能的分析、文化产业战略和政策的研究等。但总体

上看,研究仍然不够深入,主要还停留在对文化产业进行介绍、宣传和论证上,没有触及中国文化产业机制的一些深层次问题,以及没有系统深入的论著。

第二阶段为理性发展时期。这一时期从2002年党的“十六大”开始。在党的“十六大”报告的第七部分“文化建设和文化体制改革”中明确提出“积极发展文化事业和文化产业”的基本任务,向全党强调:“发展文化产业是市场经济条件下繁荣社会主义文化、满足人民群众精神文化需要的重要途径。”对发展文化产业提出明确要求:“完善文化产业政策,支持文化产业发展,增强我国文化产业的整体实力和竞争力。”

党的十六届四中全会明确提出“解放和发展文化生产力”的积极主张,提出了中国文化建设和文化产业发展的时代要求。在2005年10月18日发表的《中共中央关于制定“十一五”规划的建议》中称,“积极发展文化事业和文化产业,完善文化产业政策,形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局和以民族文化为主体、吸收外来有益文化的文化市场格局”。

2009年7月22日,我国第一部文化产业专项规划——《文化产业振兴规划》由国务院常务会议审议通过,标志着文化产业已经上升为国家的战略性产业。2011年10月15—18日召开的中国共产党十七届六中全会以“推进文化体制改革”为主题,明确提出“加快发展文化产业,推动文化产业成为国民经济支柱性产业”,成为中国文化产业发展的一个新的里程碑。

以中央文件方式提出文化产业的发展和改革问题,这引起了学术界的高度关注,我国文化产业的应用理论研究由此进入理性时期。到目前为止,我国文化产业应用理论研究已经取得了比较丰硕的成果,不仅研究文章的数量显著增多,而且研究不断涉及深层次问题,研究质量不断提高。这一时期,出现了一系列全面论述文化产业的著作,如《文化蓝皮书——中国文化产业报告》系列、《中国文化产业年度发展报告》系列、《中国文化产业评论》系列及《文化产业通论》、《文化产业概论》等。另外,从不同层面研究文化产业发展问题的一些专著也相继出版,如《文化产业学——现代文化产业理论与政策》、《文化产业论》、《现代性与文化产业》、《文化产业的时代审视》、《文化产业发展的中国道路》等。

### 第三节 对文化产业定义、性质的探讨

从文化产业概念的提出到现在已经有近 70 年的时间了,当前,文化产业是一个极具发展前途的“朝阳产业”,是具有高附加值的“无烟工业”,渐渐成为支撑经济发展的支柱产业,也是一个国家综合国力的重要组成部分。但是,这文化产业的产生、定义在学术界和应用领域都没有统一的认识,因此在涉及一些具体的诸如政策、法规、管理,甚至进行经济学统计等工作时,都没有统一的标准。除此之外,文化产业的性质等问题也是我们探讨文化产业时不得不谈到的问题。

#### 一、关于文化产业发生原因的探讨

我个人认为,以交换为目的的文化产品和文化服务的出现有十分悠久的历史,可以追溯到人类社会形成的初期。伴随着人类审美意识的产生,社会分工的出现,人们用剩余的劳动生活用品交换制作精美的工艺用品,例如在远古时期的墓葬中发现了大量的制作精美的玉器、陶器、铜器、骨质项链等。这个时期出现的制作精美的艺术品绝大部分是特权阶层(氏族首领等)享用的,但在普通人群中应该出现了零星的文化产品交换活动。人类进入文明社会以后,劳动人民创造出了大量的文化艺术品,专门从事文化产品生产的阶层出现,他们除了要服务特权阶层外,有一部分文化产品用来交易。

从中国的情况看,从宋代开始,商品经济发展出现了新的变化,商品意识在城市社会中迅速滋长和蔓延,并向社会文化生活领域渗透。由于市民阶层的壮大,以满足市民生活和审美需要而出现的文化娱乐也兴盛起来,而这些文化娱乐活动带有明显的消费性和商品化的色彩。宋代市民娱乐的场所主要是瓦舍,商人利用这种娱乐场所做生意,使之成为娱乐与商贸合一的场所,故称之为“瓦肆”或“瓦市”。瓦舍中的娱乐活动丰富多彩,市民们可在瓦舍中尽情地观赏和娱乐。不过,这种观赏和娱乐属于文化消费,是要付费的。

文学艺术也开始了商品化的进程,许多文艺作品成为文化消费品。宋代以前的文学艺术,尤其是士大夫、文人创作的文学艺术,一般都是高雅的、非功利性的精神产品。到了宋代,文学艺术已被市井艺人所利用,变成了他们挣钱谋生的工具。例如,以宋词为例,词本是尊前宴边娱宾遣兴

的工具，由士大夫、文人在宴会中即兴创作，由歌伎当场演唱。北宋时期，随着商品经济的发展和市民阶层的形成，词从士大夫的尊前开始走向市井，成为士大夫、文人与市井平民共同享受的娱乐性技艺——小唱，是宋代十分流行的一种表演艺术，无论是歌楼、酒馆，还是瓦舍、私宅，都能见到它。

文化作为一种产业，到机械复制技术的出现，其产生才成为可能。德国美学家、文艺批评家和哲学家瓦尔特·本雅明（Walter Benjamin）在《机械复制时代的艺术作品》中指出：“艺术作品在原则上总是可复制的，人所制作的东西总是可被仿造的。……在文献领域中造成巨大变化的是印刷，即对文字的机械复制。……石印术的出现使得版画艺术能解释性地去表现日常生活，并开始和印刷术并驾齐驱。可是，在石印术发明后不到几十年的光景中，照相、摄影便超过了石印术。……如果说石印术可能孕育着画报的诞生，那么，照相、摄影就可能孕育了有声电影的问世。……19世纪前后，技术复制达到了这样一个水准，它不仅能复制一切传世的艺术品，从而以其影响开始经受最深刻的变化，而且它还在艺术处理方式中为自己获得了一席之地。”以商业为目的的文化产业与高雅的、非功利的精神产品的文化艺术相比，最大的特点就是机械复制，能够大批量生产。机械复制技术的产生使文化产业的产生成为了可能。

文化产业形成的原因是什么呢？也许有人会说是商业利益啊。这不错，但不是根本原因。也就是说，人为什么会接受文化艺术品的商业化呢？这可是和文化艺术作品的本性是背道而驰的啊。我个人认为可能与人类的“日常生活审美化”有关系。

所谓，“日常生活审美化”，就是直接将审美的态度引进现实生活，大众的日常生活被越来越多的艺术品质所充满，当代文化被日益美化。该命题由英国学者迈克·费瑟斯通（Mike Featherstone）于1988年4月最早提出，但是“日常生活审美化”现象在很早以前就出现了。按照陆扬教授在《费瑟斯通论日常生活审美化》一文中认为，中世纪以降的狂欢节和集市文化，都可视为先驱。我个人认为，中国的“日常生活审美化”现象可以追溯到北宋。迈克·费瑟斯通在《消费文化与后现代主义》中指出了三种呈现方式：一是艺术的亚文化，即在第一次世界大战和20世纪20年代出现的达达主义、历史先锋派和超现实主义；二是指将生活转化为艺术作品的谋划；三是指充斥于社会日常生活之经纬的迅捷的符号与影像之流。德