

# 燕京

## 文化创意产业

### 学刊

第二卷

包晓光 主编  
秦 勇 副主编



文物





# 燕京 创意文化 产业学刊

第二卷

包晓光 主编  
秦勇 副主编



文物出版社

封面制作：钟雪亮

责任印制：张道奇

责任编辑：孙 霞

### 图书在版编目（CIP）数据

燕京创意文化产业学刊. 第2卷 / 包晓光, 秦勇  
编. - 北京：文物出版社, 2011. 12

ISBN 978-7-5010-3353-9

I. ①燕… II. ①包… ②秦… III. ①文化产业 - 北  
京 - 丛刊 IV. ①G124 - 55

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2011）第 248870 号

### 燕京创意文化产业学刊（第2卷）

包晓光  
秦 勇 编

\*

文物出版社出版发行

（北京市东直门内北小街2号楼）

邮政编码：100007

<http://www.wenwu.com>

E-mail: [web@wenwu.com](mailto:web@wenwu.com)

北京市通州运河印刷厂 印制

新华书店 经销

710 × 1000 1/16 印张：22

2011 年 12 月第 1 版 2011 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5010-3353-9 定价：48.00 元

首都师范大学

首都文化创意产学研合作模式创新平台

首都文化创意区域发展模式构建与区校合作创新途径研究平台

**联合资助项目**

学术顾问：刘新成 徐延豪

## 编 委 会

包晓光 祁述裕 向 勇 李怀亮

张朝霞 陈 鹏 秦 勇 徐国源

陈 瑛 陈信凌 赵玉忠 李 艳

徐海龙 齐军华

# 前 言

2011年10月18日，中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议通过了《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》。该决定意义重大，特别是对长期从事文化教育事业的人来说，澄清了困惑，指明了文化建设的方向。

《决定》中有一句话说得十分痛切：“物质贫乏不是社会主义，精神空虚也不是社会主义。没有社会主义文化繁荣发展，就没有社会主义现代化。”近代以来，“物质贫乏”的窘境曾令中华民族倍感屈辱，这种屈辱感和不平等意识构成了中华民族富国强兵实现现代化的重要内驱力。改革开放，实行市场经济改革，释放了民族积聚并压抑已久的物质欲望。生产力的解放，导致了改革开放三十余年国民经济的高速增长。不管从何种意义来说，这种高速增长带来的人民物质生活水平的提高、国家硬实力的增强，都是前所未有的历史进步，具有划时代的意义。从文化角度来看，国民经济、人民物质生活水平、科学技术的进步与提高，为文化的发展与繁荣提供了必要的基础和前提。没有国家和民族的富足的物质基础做前提，文化的繁荣与发展也很难做到。因此，建设现代化国家，使人民过上富裕安康的日子，仍然是国家和民族发展的要义。

“物质贫乏不是社会主义，精神空虚也不是社会主义”，这句话的重点显然是在后面。改革开放三十几年来，尽管人们的物质生活水平有了很大提高，精神生活内容也日益丰富，但是，“精神空虚”的现象也令人忧虑。这种“精神空虚”与改革开放初期的“精神空虚”有明显区别。前者是“文革”终结后神圣化消解过程中的“空虚”，具有反思和批判的色彩。后者则是在欣欣向荣的物质生活和消费文化的后面掩盖着的“空虚”。这种“精神空虚”甚至成为文化的一个组成部分或某种机制，在某些条件下，完全可以

借助信息网络平台等先进科技手段和现代商业营销大批量复制和传播。

中国的网络规模、网民数世界第一，中国的手机保有量世界第一，中国的动画生产世界第一，中国的电视剧生产量世界第一……也许在文化生产文化消费方面我们还有很多个“第一”不为人知，但是人们仍然痛感“精神空虚”，其原因何在？

前不久，有一位朋友从美国回来，讲了一个真实的笑话。他们一行到美国的加利福尼亚，要品尝当地的珍宝蟹。烹制珍宝蟹的师傅是个华人，朋友的妻子目不转睛地盯着师傅煮蟹子，不肯离开。师傅先是十分不解，后来恍然大悟，笑着说：“你是不是担心你的珍宝蟹会被掉包，大的变成小的，鲜的变成陈的？告诉你吧，美国没有假货，不会欺骗你的！”一个普通劳动者，而且还是个华裔，其所流露出来的对美国国家的信赖和自豪，不正是美国文化软实力的一个写照吗？

文化糟粕、学术垃圾、精神假货、艺术赝品的大肆泛滥也能营造出热闹喧嚣的文化景观，但是，这种景观绝非文化的真正繁荣，而正是文化衰败的征兆。文化的真正繁荣应该是文化精神的昌明、文化精品的涌现、文化人格的高尚与自信、文化价值的生长与增值。

华夏传统文化的深厚底蕴与历史积淀，使得这一文化形态成为世界文化体系中极富特色的组成部分。它一方面为当下倡导的文化创新提供了得天独厚的基础性资源，另一方面也对文化创新提出了历史性课题。华夏传统文化的核心价值及其形态到底是什么？怎样把它的精粹部分挖掘出来并与现代文化融合在一起？这是以文化建设为己任的人都应该思考的问题。

改革开放以来，特别是文化创意产业大发展以来，我国的文化软实力有了显著提高，中华文化走出去战略也屡有出色表现。但是，应该看到，在文化繁荣的表象后面，还存在很多问题。正如《决定》所概括的那样：“一些地方和单位对文化建设重要性、必要性、紧迫性认识不够，文化在推动全民族文明素质提高中的作用亟待加强；一些领域道德失范、诚信缺失，一些社会成员人生观、价值观扭曲，用社会主义核心价值观体系引领社会思潮更为紧迫，巩固全党全国各族人民团结奋斗的共同思想道德基础任务繁重；舆论引导能力需要提高，网络建设和管理亟待加强和改进；有影响的精品力作还不够多，文化产品创作生产引导力度需要加大；公共文化服务体系不健全，城乡、区域文化发展不平衡；文化产业规模不大、结构不合理，束缚文化生产力发展的体制机制问题尚未根本解决；文化走出去较为薄弱，中华文化国

际影响力需要进一步增强；文化人才队伍建设急需加强。推进文化改革发展，必须抓紧解决这些矛盾和问题。”其实，在这些问题的后面，还是一个文化的核心价值认同问题。解决了这个问题，其他问题就好办了。

邓小平有一句名言“落后就要挨打”，这是对中华民族百余年来救亡图强历史体验的精辟概括。其实，这句话的含义还需要挖掘其在今天当下的重大意义，这就是：如果文化落后，同样要挨打。这也就是上引《决定》中后一句话——“没有社会主义文化繁荣发展，就没有社会主义现代化”——所揭示的道理。

值此《燕京创意文化产业学刊》第二卷出版之际，作为从事文化教育事业的工作者，我们由衷希望基于华夏传统文化以“仁”为核心的中国当代文化体系，不仅能以“民族的”令世界惊叹，同时还能以创新的“仁”兼容“世界的”普世价值，使我们的文化创意产业成为世界文化价值的不可取代的创造和生产中心。

编者

2011年10月



# 目 录

|           |     |
|-----------|-----|
| 前 言 ..... | (1) |
|-----------|-----|

## 卷首特稿

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 项立刚 新媒体评论二则 ..... | (3) |
|-------------------|-----|

## 宏观视界

|                                               |      |
|-----------------------------------------------|------|
| 宋建林 少数民族非物质文化遗产保护的显著成绩 .....                  | (9)  |
| 杨丽娅 “适当距离”与文化产业发展中的政府职能 .....                 | (18) |
| 董雪梅 简析文化产业理论研究缘起及发展 .....                     | (25) |
| 王 婷                                           |      |
| 包晓光等 世界城市建设与文化生态资源保护<br>——以首都城乡结合部为研究案例 ..... | (35) |

## 深度焦点

|                                  |       |
|----------------------------------|-------|
| 徐国源 苏州地域特色与文化创意产业发展研究 .....      | (71)  |
| 耿 羽 银幕配额制缩减后的韩国电影产业变化研究与启示 ..... | (98)  |
| 彭玉钧                              |       |
| 阮南燕 全球价值链下的我国影视产业价值链构建 .....     | (107) |
| 唐月民 中国电视传媒业的国际地位及境外媒体的威胁分析 ..... | (119) |
| 萧盈盈 中国电视娱乐的产业动力与文化责任 .....       | (132) |

李 艳  
荀 鹏

当代中国人物传记电视剧的社会功能及创作特征探析

——以 30 年间 150 余部人物传记电视剧为样本 ..... (138)

## 业界物语

- 傅维伯 从人艺小剧场到东方先锋 ..... (163)
- 宋革新 中国当代期刊业的发展路径 ..... (168)
- 连 勇 传媒在房地产经济中扮演的角色 ..... (175)

## 理论探析

- 陈信凌 媒体精细化管理的有效切入  
——电视媒体绩效评估的特性及趋向 ..... (185)
- 李志田 传播, 是最好的记忆  
——CCTV 探索发现频道《中国记忆》研究 ..... (194)
- 谭云明 试论新媒体文化建构 ..... (202)
- 胡 敏
- 孙士聪 信息时代的他我  
——网络文化中身份认同的社会学考察 ..... (212)
- 安小兰 平板电脑和电子阅读器的创意溯源 ..... (222)
- 秦 勇 中国电子书运营模式中的瓶颈问题  
胡田书  
——以汉王科技与盛大文学为例 ..... (228)
- 徐 震 启蒙抑或审美?  
——新时期戏剧发展道路之反思 ..... (238)

## 创意孵化器

- 赵小璐 我国乡村生态旅游发展动因分析 ..... (251)
- 王 萌 谈昌黎县“三歌一影”非物质文化遗产保护与开发 ..... (259)

|                  |                                        |       |
|------------------|----------------------------------------|-------|
| 代小飞              | 政府、院团、市场三者之间的良性互动<br>——北京儿艺改革模式 .....  | (270) |
| 张春娜              | 试论东北二人转的唯“丑”主义与消费文化心理 .....            | (280) |
| 曹红琳              | 从《喜羊羊与灰太狼》看我国动画类文化商品的现代性特征<br>.....    | (289) |
| 苏 红              | 依托现状谋划发展<br>——我国文化消费问题探究 .....         | (299) |
| 杨欣欣              | 很幸运，为梦想付出过<br>——记“青春——不止步的流浪”创作展 ..... | (309) |
| 王晓辰              | 从文化资源到文化资本<br>——中国传统节庆文化的传承与发展探析 ..... | (317) |
| 张 亚              | 浅析社交网络文化与人的发展 .....                    | (326) |
| 编后语              | .....                                  | (332) |
| 《燕京文化创意产业学刊》约稿启事 | .....                                  | (334) |

# 卷首特稿

---



# 新媒体评论二则

项立刚

## 一 iPad 对于杂志业的革命

十几年前，当互联网开始兴起时，互联网会对媒体有冲击，大家都在叫狼要来，不过过了几年，发现狼并没有来，或是狼来了，咬的人不同。三年前，作为一个通信业很成功的行业媒体的总编，我还是放弃了自己的杂志，其中非常重要的原因——对于行业媒体而言，纸的时代要过去了，我守着这块地方，可能就是慢慢等死，所以要毅然出来一搏。近一两年，很多新闻纸的媒体已经面临了压力和挑战，互联网的兴起，大大压缩了大家的生存空间。我也看到更多的媒体人在一个个离开，最近，我们也听到美国的《新闻周刊》要被卖掉的消息。我相信，再过三至五年，可能纸质的新闻纸媒体还会被大大压缩生存空间。

然而，这个过程中，我一直有这样的一个感觉，就是高档的杂志是不会被互联网打败的，因为这样一本杂志，它有阅读的快感，精美的图片，只能用铜版纸印刷，而且其实很多读这些杂志的人，并不是为了获得信息，而是为了一种身份的象征。一个已经很有钱，时尚起来的富婆真的未必要去读什么《时尚》杂志，这类杂志的主要读者是大学毕业三年左右的年轻女性，她们离时尚人群还有一定的距离，但是她们正在努力时尚起来。我讲课时，常说一个感觉，这样的女孩在地铁是要看一本时尚类杂志的，这样她和身边那个民工就全不一样了。显然互联网上的杂志满足不了这样的功效。

很长时间我一直在想，如果互联网的冲击下，最后留下的杂志，那一定是时尚类的高档杂志。但是，iPad 的出现，彻底改变了这样的格局。

首先，iPad 这样一个阅读器的出现就是一个时尚的象征。苹果一直用一

个封闭的系统，最成功的工业设计，强大的市场活动和有创意的市场行为，把自己的产品塑造成一个标志物。这就是为什么苹果 FANS 疯狂而无理智的原因。但是，正是这样的—个结果，让苹果的产品成为—个人群的区隔。价格并不问题，价格太便宜了才是问题，正是略高，咬咬牙才能买得起的价格，才让那些初级白领和准白领们，在用这样的产品时，有一种不同的感觉。而且 iPad 的设计和外观的感觉，足以让很多人回头和关注。我想，对于很多准时尚—族而言，—个很酷的 iPad 就是让他们有了看铜版杂志的感觉。

其次，iPad 的出现，对于同档杂志的展现确实有了革命性的突破，在互联网上，我们电脑去阅读—些电子杂志时，因为需要用浏览器，其实经常受到—些干扰，很难有高档杂志的冲击力。但是 iPad 却不然，它不是用浏览器。通过客户端，它把—本杂志最天衣无缝地展现在屏幕上，而且可以配合音乐和视频。精美的图片和版面设计都可以通过 iPad 阅读器非常完美地展现，而且它的屏幕因为更大，也更接近杂志平面的大小，冲击力和表现力都是非常好。用 iPad 看—本时尚杂志，不但不会破坏杂志原有的效果，甚至比纸质的效果更好，更有特色。这—直是 PC 和手机很难实现的效果。

iPad 强大的地方，杂志可以随时下载，你有更多的选择，我们再也不需要苦等—本杂志的出版，即使你远在西藏，也不怕路途的影响。

我想，对于做高档杂志的杂志社而言，iPad 是—次冲击，同时也是一次机会，—方面它对于杂志的销售量将会形成很大的冲击，另—方面，它也可以让你的杂志被更多的人方便地看到。如果将杂志电子化，是自己做客户端，还是和集成商合作，如何定价，怎么建立商业模式和收费体系，广告是不是还是主要的收入来源，广告怎么呈现，这些都是复杂的问题，也是我们需要进行观察和研究的。

## 二 思维定势要让微软失去手机时代

思维定势是每个人都有的，在很多情况下，思维定势也非常有价值。比如面对—个事情需要处理时，我们可以根据思维定势来进行处理，这样可以减少判断、分析时间，反应速度会大大提高。但是思维定势也会导致我们会用自己最习惯的思维去面对新问题，失去思考和新的探索，从而失去创新的动力。

面向智能手机时代，是用过去手机电话的思维定势去看智能手机，还是

用 PC 的思维定势来看智能手机？这是一个问题。相对于过去的手机，智能手机功能更加强大，它不仅可以用应用程序来打电话和发短信，它还可以做以前电话做不了的事，甚至很多以前需要 PC 来做的事，比如上网，进行简单的文字编辑，看图片，编辑影像，还有照相。因此很多人都说，未来手机可以干所有电脑能做的事，甚至比电脑还方便，还强大。

我们渐渐要面对的智能手机应该是什么样子？众多厂商都在下功夫，力求研发出具有杀伤力，能够有创新精神的新一代智能手机。这里面有两种思路，一种是把 PC 尽可能做小，把 PC 复制到手机上，做成一个所谓的小电脑，另一个思路，就是根据手机的基本特性、使用习惯、用户体验，开发出新一代的智能手机，它不是手提电话，但也绝对不是小电脑。

对于智能手机的创新代表性企业——苹果公司，这里我不花时间讨论了。我们看到了象微软这样曾经的巨头，正在用 PC 思维定势来看智能手机，而在这个领域它正在失去自己的机会。

在 PC 领域微软的强大有目共睹的。Windows 基本上一统天下，具有不可战胜的力量，在这个基础上，微软希望重现 Windows 在手机操作系统上的辉煌，也是令人理解的。应该说，在这个领域，微软起步很早，也做了很多的投入，但是成绩却并不好，最好的成绩不过 10% 左右的市场份额，而这个份额能不能守得住，还是一个巨大的难题。现在一方面有 Symbian 这样有诺基亚强大支持的系统的堵截，另一方面又有 Android 这样充满活力的追兵，还有苹果、黑莓的对抗，没有大的变革，Windows Phone 可能会凶多吉少。但是为什么微软会出现今天的情况呢？

1. 希望把 Windows 照搬到手机上，从 Windows CE 开始，它就是一个 Windows 的缩微版，想当然地认为用户一定会在手机上重复 PC 的体验。确实，和其他系统相比，和 Windows 的 Outlook 等软件的同步是比较好的，但是这些需要专业知识的学习，而且需要专门的软件进行连线操作，对于非常多的用户而言，它的价值，并没有比直观的功能更有效。众多用户会为苹果设计所吸引，会为黑莓的 Push Mail 而付费。但是对于微软的系统，绝大部分用户却找不到一个付费的理由。

2. 没有找到自己的定位，用户不知道 WPhone 可做什么。手机是一个非常个性化的工具，尽管它已经非常强大，但是绝不足以支持做任何事情。所以成功的手机都会有人群定位。操作系统也是同样，简洁的操作系统，支撑有针对性服务是一个大趋势。黑莓受到商务人士的追捧，因数它是一个强大



的移动办公的平台，我们可以找出十条不足，至于说移动办公谁最强，当然是黑莓。我们用户真要带一个手机想把所有事都做了吗？不是，他只用手机做他最需要做的事。商务人士追黑莓就非常正常了。iPhone 首先是一个娱乐平台，它时尚，有非常好的娱乐功能。但是一个通用的操作系统，我们找不到 WPhone 的针对性定位。

3. 没有处理好强大和效率的关系。和一般的手机操作系统相比，WPhone 是很强大的，但是，我们听到了太多关于这个操作系统的抱怨，就是慢，手机只要是用这个操作系统，反应如老牛是非常正常的感觉，可能我们不能每天都在体会功能强大的价值，但是，查一个电话号码需要半天时间的反应会让用户完全失去耐心。说白了，这个操作系统的基础不是为手机建的，现在却要被用在手机之上，小马拉大车，跑不动是自然的了。

4. 沿袭 Windows 的界面是弊端不是优势。因为用途不同，用户的体验的感觉不同，手机再强大，用户拿它做的事，和 PC 做的事都是完全不同的。微软看到了一部分手机用户用手机做 PC 的事，却并没有看到，绝大部分用户，用手机做的是和 PC 完全不同的事，因此，打破层级管理，用新的 UI 来建构和用户交流的界面是一个大问题。PC 上很方便的菜单到了手机上并不方便。而且手机是一个综合的技术，不仅是软件还需要硬件上完善，苹果就是用了触摸屏技术，从而实现了 UI 和用户体验的革命。在这个上面微软还是很习惯过去的感觉。

看看微软在面向智能手机时代的整体思维，是一个重复过去的思维。正是这种思维，让这个有着创新精神和强大的公司，一直在这个领域无大作为，而且也是越来越式微。这个教训需要微软自己来纠正，同时，这个教训对于面向 3G 和智能手机时代所有人，都是需要考虑的。你是想复制 PC 和互联网还是想创造一个新的体验？这是我们每个人都需要回答的问题。

（作者：中国产业联盟秘书长、“飞象网”总裁、通信业知名观察家）