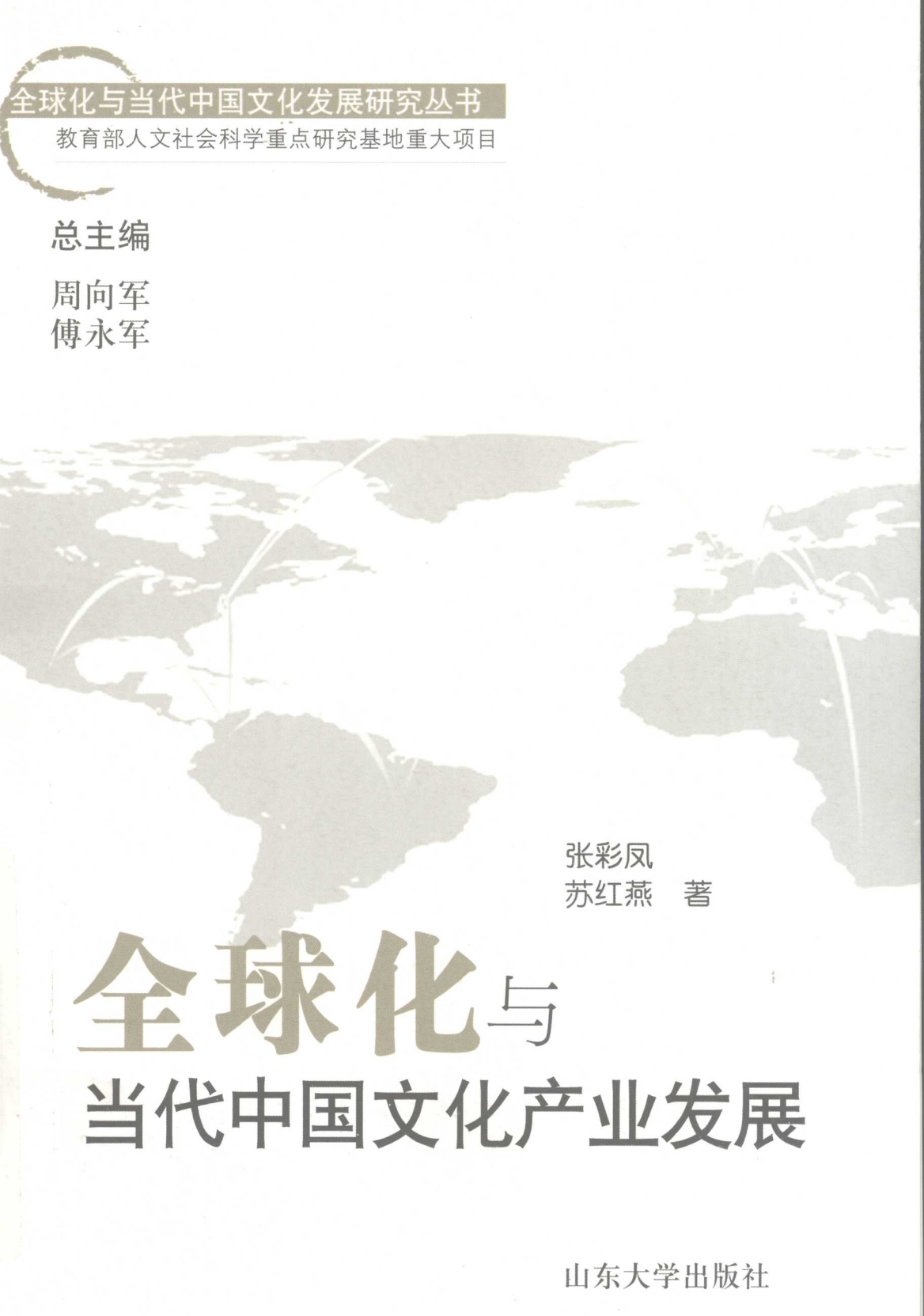




全球化与当代中国文化发展研究丛书

教育部人文社会科学重点研究基地重大项目

总主编

周向军
傅永军

张彩凤
苏红燕 著

全球化与 当代中国文化产业的发展

山东大学出版社

全球化与当代中国文化发展研究丛书

教育部人文社会科学重点研究基地重大项目
《经济全球化与中国特色社会主义文化建设》

总主编

周向军
傅永军

张彩凤 苏红燕 著

全球化与 当代中国文化产业的发展

山东大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

全球化与当代中国文化产业/张彩凤,苏红燕著.
济南:山东大学出版社,2009.4
(全球化与当代中国文化发展研究丛书/周向军,傅永军主编)
ISBN 978-7-5607-3828-4

I. 全…

II. ①张…②苏…

III. 文化-产业-发展-研究-中国

IV. G124

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第040286号

山东大学出版社出版发行

(山东省济南市山大南路27号 邮政编码:250100)

山东省新华书店经销

莱芜市圣龙印务有限责任公司印刷

720×1010毫米 1/16 18.5印张 256千字

2009年4月第1版 2009年4月第1次印刷

定价:28.00元

版权所有,盗印必究

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社营销部负责调换

总 序

全球化作为当今世界发展的一种重要特征,涉及经济、政治、文化、生活等人类社会的一切领域,是当今覆盖面最广、影响最大、渗透最深的社会现象。20世纪八九十年代以来,随着全球化进程的加快,众多学者开始从哲学、经济学、政治学、文化学、历史学、社会学等不同的角度研究全球化问题,他们形成的共识是:经济全球化深刻地影响了文化的发展。伴随着经济全球化进程的加快,世界各国、各民族间的文化不断跨越本国、本民族的空间障碍和社会障碍而相互影响、相互渗透。

全球化对当代中国的影响,始于经济方面,然后又及社会生活及文化诸方面。在经济全球化日益加快的过程中,各种文化、多种思潮相互交错、相互激荡,开启了世界历史的一个新时代。作为经济全球化的伴生物,文化全球化不仅意味着文化的全球整合,也意味着文化的冲突。这对中国特色社会主义文化建设既产生了积极影响,又带来了负面效应;既提供了良好机遇,又提出了严峻挑战。如何利用全球化提供的有利因素而又消除其消极影响,如何回应全球化的挑战,而又不丧失机遇,从而进一步搞好中国特色社会主义文化建设,是实践向我们提出的一个亟待解决的重大课题。

有鉴于此,2002年,由周向军教授作为项目负责人,承担了由教育部人文社会科学重点研究基地“山东大学当代社会主义研究”招标的



当年度人文社会科学研究重大项目“经济全球化与中国特色社会主义文化建设”(项目编号:02JAZJD710003)的研究工作,开始了对这样一个具有鲜明时代特色的课题的系统研究。之后,这个研究课题又成为山东省“十一五”重点学科(马克思主义基本原理)建设项目,并被纳入山东省“十一五”重点出版规划,得到教育部当代社会主义研究基地(山东大学)资助。经过数年的艰苦努力,团队的研究人员分别拿出了自己的研究成果。这些研究成果涉及“当代中国跨文化交流”、“中国传统文化现代转换”、“当代中国政治文化发展”、“当代中国文化形态”、“当代中国文化产业的发展”、“当代中国国家文化安全”等一系列重要的文化问题。我们期望通过对上述这些问题的研究,在以下几个方面有所突破:

第一,对经济全球化的实质、作用在全面总结以往研究成果的基础上,力求作出更加符合客观实际的、令人信服的科学说明。

第二,对经济全球化对文化的影响,特别是对类似是否存在“文化全球化”这样一些争议较大的问题,在深入调查研究的基础上,作出新的有深度的说明。

第三,对经济全球化对中国特色社会主义文化建设提供的机遇与挑战,在以往研究成果的基础上,作出更为全面、系统和深刻的说明。

第四,在中国特色社会主义文化建设回应经济全球化挑战的对策方面,要在总结以往经验教训的基础上,进一步从我国国情出发,就若干突出的问题提出切实可行的思路和主张。

我们期望我们的努力能够实现我们预设的目标。

当然,这里需要指出的是,本丛书各部著作的作者多为年轻学者,他们思维敏捷,创新意识强,有锐气和朝气;但作为成长中的学者,他们同时也有着学术功力尚欠火候,学术积累尚欠深厚,学术洞察力尚欠深邃,学术思考尚欠全面等不足,因而收入本丛书的各部著作,也会因为这些缺欠而会有这样或者那样的不足,甚至是错误之处,恳请专



家、学者和读者提出批评指正。但无论如何,收入本丛书的各部著作都是每位作者的用心之作,它们代表了参与本项目研究的所有学者现阶段关于经济全球化与中国特色社会主义文化建设等问题的阶段性思考。我们希望这些思考能够发挥抛砖引玉之作用。

本丛书是教育部人文社会科学重点研究基地重大项目“经济全球化与中国特色社会主义文化发展”研究的带有标志性的阶段性成果。丛书出版后,我们将广泛听取多方意见,继续加强研究,力争拿出新的、水平进一步提高的最终成果。

最后,借丛书出版之际,向所有为关心、支持本丛书写作与出版的各方人士表示感谢,特别感谢那些为本课题研究以及本丛书出版提供了各种有利条件的单位、机构。

周向军 傅永军

2009年3月22日于泉城济南

目 录

引 言	(1)
-----------	-----

第一章 文化产业的理论解读	(7)
---------------------	-----

一、动态发展的文化产业概念	(7)
---------------------	-----

二、独具风采的文化产业特征	(20)
---------------------	------

三、与时俱进的文化产业地位	(26)
---------------------	------

第二章 文化产业背景追溯	(32)
--------------------	------

一、全球化:当代社会发展的重要特征	(32)
-------------------------	------

二、经济全球化的辐射效应	(41)
--------------------	------

三、文化多元化与文化产业	(50)
--------------------	------

第三章 西方发达国家文化产业发展概况	(60)
--------------------------	------

一、西方文化产业发展历程	(60)
--------------------	------

二、发达国家文化产业发展实践	(68)
----------------------	------

三、发达国家文化产业发展特点	(83)
----------------------	------

四、发达国家文化产业发展的经验借鉴	(96)
-------------------------	------

第四章 我国文化产业发展的现实图景	(101)
-------------------------	-------

一、我国文化产业发展的背景描述	(101)
-----------------------	-------



二、我国文化产业发展的历程回顾	(113)
三、我国文化产业发展取得的阶段性成就	(125)
四、我国文化产业发展面临的突出问题	(145)
第五章 我国文化产业发展的战略选择	(158)
一、国家文化产业发展战略	(158)
二、区域文化产业发展战略	(186)
三、行业文化产业发展战略	(206)
第六章 我国文化产业发展的策略设计	(217)
一、优化产业结构	(217)
二、组建大型产业集团	(227)
三、增强文化产业投融资能力	(235)
四、培育文化产业知名品牌	(245)
五、加强文化产业法制建设	(255)
六、开发利用文化产业人力资源	(263)
结 语	(271)
参考文献	(274)
后 记	(284)

引言

起步于 20 世纪 80 年代的中国文化产业,迄今仅仅走过了 20 多年的发展历程,但是它所爆发出的巨大经济效应和社会效益却是惊人的,使人们感受到了经济与文化相互交融所具有的重大意义。今天,在国家深化文化体制改革、大力发展社会主义大文化、实施文化产业发展战略的背景下,我国文化产业各领域正在改革、探索中发展、前进着。相对于我国传统的产业形态而言,文化产业是现代经济社会中一种新的产业形态。一种新产业形态在其发生、发展过程中必然面临许多新问题、新矛盾。比如,文化产业的内涵和外延是什么,文化产业作为一种新的产业形态有什么特点,它与传统产业形态之间的联系和区别是什么,文化产业发展的规律是什么等等,若干问题需要我们去研究、去探索、去阐释。对文化产业进行理论层面的深入探究,将有助于文化产业在实践层面上健康、持续地发展。目前,学界对文化产业的研究是多方位、多角度的,有从文化学角度研究的,有从经济学角度研究的,有从社会学角度研究的,等等。本书试图选取全球化这一视角来研究文化产业发展中的若干问题,旨在全球化视野下观照和审视我国文化产业发展中已经存在和即将出现的问题。之所以择取这样一个视角研究我国文化产业,是基于如下几点认识:

第一,现代文化产业发端于西方,要科学地研究我国文化产业,就要追根溯源,认真探析西方文化产业的发展历史和特点。

众所周知,文化产业的概念是由法兰克福学派的代表人物阿多诺和

霍克海默于 1947 年在其著作《启蒙的辩证法》中提出的。阿多诺和霍克海默从艺术和哲学价值评判的双重角度对文化产业进行了否定性的批判。阿多诺和霍克海默认为,文化产品在工厂中凭借现代科学技术手段,以标准化、规格化的方式被大量生产出来,并通过电影、电视、广播、报纸、杂志等大众传播媒介传递给消费者,最终是文化不再扮演激发否定意识的角色,反而成为统治者营造满足现状的社会的控制工具。1963 年,晚年的阿多诺在《文化产业的再思考》一文中总结道:“‘文化产业’(culture industry)是我和霍克海默两人于 1947 年在阿姆斯特丹所出版的《启蒙的辩证法》一书中初次提出的。该书的草稿中原来应用了‘大众文化’(mass culture)这一词汇。我们用‘文化产业’替代了‘大众文化’,以便明确地排除它的宣传者们所考虑的内容,该名词会给人们以错觉,似乎它是来自大众自发创造的文化,是当代大众文化的一种形式。真正的大众化文化与我们所用的‘文化产业’有所区别。文化产业是把人们所熟悉的传统文化融入了新特质。其产品是为大众消费而特别制作的。它在很大程度上决定了消费的性质并且很大程度上是按计划而制造的。”^①也就是说,最初,文化产业是一个具有消极意义的概念。一种新生事物在其产生之时即被赋予消极意义,应该说对其今后的发展是不利的。然而,一切都是辩证的,存在的必然是合理的。文化产业的积极价值很快被同属法兰克福学派的本雅明所认识。与阿多诺和霍克海默相反,本雅明对文化产业和大众文化持乐观态度,承认大众文化的积极价值和历史意义。本雅明看出了艺术和技术的进步为民主和解放提供了机会。根据他的观点,艺术品的复制可以把艺术从宗教仪式的古老传统中解放出来。后来,越来越多的学者认可了文化产业对社会发展的积极意义。^②从文化产业的产生过程可以看到两点:一是文化产业的诞生与大众文化的发展紧密相联,也就是说没有大众文化的繁荣发展就没有文

^① [德]阿多诺:《文化产业的再思考》,载《文化研究》(第 1 辑),社会科学出版社 2000 年版,第 198 页。

^② 参见[芬]汉娜尔·考维恩《从默认的知识到文化产业》,http://www.lib.hel.fi/ulkkirja/birstonas/index.html.



化产业的蓬勃崛起；二是文化产业本身确实存在消极意义和积极意义两重性。对文化产业的这两点认识对于发展我国文化产业具有重要启示价值。基于文化产业与大众文化的密切联系，要推动我国文化产业的快速发展，就必须大力发展大众文化。党的十七大提出建设中国特色社会主义文化的新高潮，发展大文化，就是大力发展大众文化的重要举措；基于文化产业的双重效应，在发展文化产业的过程中要加强文化市场的监管力度，尽量把文化产业的消极效应降低到最低点。

第二，要使我国文化产业少走弯路，加速发展，就必须放眼全球，借鉴西方发达国家文化产业发展的成功经验。

文化产业在我国仅有 20 多年的发展历史，在西方已有半个多世纪的实践历程。西方一些发达国家在文化产业发展方面已经积累了很多成功的经验，在资金实力、科技水平、市场运作能力、创新能力和市场竞争能力等方面摸索到了一些成熟的运作方法，文化产业已经成为一些发达国家国民经济的支柱产业。具体经验可归结为几个方面：制定文化产业发展战略，合理规划文化产业发展布局；建立科学规范、协调高效的文化管理体制；实行投资主体多样化，建立多渠道融资机制，以雄厚资金推动文化产业发展；以先进科技为支撑，不断创新文化产品的内容和形式；实行商业运作，按市场规律进行文化生产和营销；培养高素质的文化产业经营队伍，拥有大量的文化产业优秀人才；组建行业协会，强化协会的专业化、自主化管理作用。需要特别指出的是发达国家充分利用了科技推动力、文化创造力、商业运作力为现代文化产业的三大动力机制，并因此产生了客观的社会和经济效益。相比之下，我国文化产业在文化产品设计、生产、销售、消费等各个环节都存在经验不足的问题，需要在摸索中前行。在此情形下，我们必须以开放、包容的心态，坚持“走出去，请进来”的发展理念，认真研究、学习、借鉴西方发达国家发展文化产业的成功经验和失败教训。比如，美国、英国、法国，还有我们的邻国日本、韩国等国家都是文化产业强国。我们要着重学习以下这些方面的能力：融资、文化产品设计开发、市场营销、品牌打造、集约化运作等。在学习、借鉴发展文化产业共性经验的基础上不断进行自主创新，走出一条符合我



国国情和文化特色的发展道路才是我国发展文化产业的必然选择。

第三,要准确认识自己,更好地发展自己,我国文化产业就必须自觉地融入全球化发展进程中。

自第二次世界大战以来,一个真正的全球化时代呈现在我们面前。全球化这一现象表现或渗透在经济、政治、文化、社会生活乃至国际关系等各个方面或领域。全球化包括交通全球化、信息全球化、市场经济全球化、知识技术全球化、文化全球化等方面。现代文化产业就是诞生于全球化这一宏大的时代背景下。美国等发达国家的文化产业在占领国内市场后迅速开拓国际文化市场。进入 20 世纪 90 年代以来,国外文化产品已大量充斥我国文化市场,如美国的好莱坞大片、迪斯尼系列产品,日本的动漫游戏产品等,国外文化产品的大量涌入,一度对我国的文化产品形成了挤压,一段时间以来,我国的电影业、音像业呈现不景气现象。与国外文化产品相比,在总体上我国文化产品的市场竞争力不强。文化产品生产、销售、消费的全球化已经成为一种不容忽视的客观现实。我们不能再故步自封,也不能无视这种现象的存在。只有正视挑战,才能应对挑战,战胜挑战。自觉地将我国文化产业发展融入文化产业发展的全球化进程,是我国的明智选择,也是必然选择。我国文化产业在产品设计、生产、营销等整个流程中都必须要有全球视野,在全球视野下衡量、检验我国文化产品的创造力、感染力、竞争力,使我国文化产品尽快缩小差距、提升品质。应该说,就自身而言,在短短的 20 几年里我国文化产业发展取得了骄人的成就。从无文化产业之说,到文化事业与文化产业概念分离,到大力推进文化产业发展进程,我国推动文化发展的模式已经由单一的文化事业体制转换为文化事业与文化产业并举的多元发展体制,这是我国文化建设史上的重大改革。目前,我国文化产业发展的基本情况是基本建立以产业政策为主要调控手段的文化产业宏观管理体制;基本形成以公有文化企业为主体、国有文化企业为导向、与非公有文化企业多元化发展的文化企业格局;初步建成比较完整的文化市场体系。积极开放和培育文艺演出、电影电视、音像和艺术培训市场,进一步规范和完善文化娱乐、文化旅游、艺术品市场;基本形成相互促进、



特色互补的区域文化产业协调发展格局。大型中心城市和沿海发达地区的文化产业向高科技、规模化方向快速发展,形成了产业化、网络化。但是,当在全球视野下审视我国文化产业发展水平时,我们会十分震惊地看到我国与发达国家文化产业发展水平的差距。仅举一例:我国上海最大报业集团文汇新民联合报业集团2000年销售收入为14.73亿元人民币,约合2亿美元。1999年《财富》排名全球500强第31位的日本索尼公司,年营业额为371亿美元;名列第150位的美国沃尔特·迪斯尼公司,年营业额为229.76亿美元;名列第333位的新闻集团,年营业额为129.94亿美元。^①由此可见,我国的文化产业集团与世界强国的文化集团的差距有多大。

总之,全球化视野是我们研究文化产业应该选取的一种广阔的理论视角,也是我们发展文化产业必须确立的一种实践视角。只有在全球化视野下,我们才能科学地把握文化产业发展的基本规律,才能有目的地学习、借鉴国外的成功经验,才能十分客观地认识我国文化产业发展的水平,才能不墨守成规、不故步自封、不夜郎自大,最终使我国文化产业走上良性发展、健康发展、科学发展、持续发展的轨道。

正是基于上述认识,本书把全球化视野作为研究、探析、审视我国文化产业发展相关问题的基本视角。立足于全球化视野这样的高度和广度,我们在研究问题时才能站得高、看得清,正所谓要识得庐山真面目,就不能置身此山中,而要置身此山外。也就是说,要站在全球文化产业发展的高度来审视我们文化产业发展的现况。因此,在本书的整个理论架构中,全球化视角贯穿全书各个章节,成为本书的特点所在。本书第一章“文化产业的理论分析”中所探析的文化产业概念、特征、地位,都是在全球化视野下,在对中外学者各种观点的比较分析的基础上得出相关结论;第二章“文化产业的背景追溯”则详细阐述了“全球化是当代社会发展的重要特征”、“经济全球化的辐射效应”、“文化多元化与文化产业”

^① 参见江蓝生、谢绳武《2001~2002年:中国文化产业报告》,社会科学文献出版社2002年版,第210页。



等问题,集中揭示了全球化与文化产业的内在联系;第三章“西方发达国家文化产业发展的基本概况”具体分析、研究了“西方文化产业发展历程”、“发达国家文化产业发展实践”、“发达国家文化产业发展特点”等问题,使我们对发达国家文化产业发展的基本概况有一个整体的认识和把握,为我们正确地认识我国文化产业发展现状提供了参照;本书第四、五、六章,用较大篇幅较为全面、系统地论析了“我国文化产业发展的现实图景”、“我国文化产业发展的战略选择”、“我国文化产业发展的策略设计”等系列问题。在这三章中,也始终贯穿着全球化的研究视角,在全球化视野下分析、研究我国文化产业发展中存在的种种问题,使我们的理论研究有一个客观的参照。

当然,尽管我们试图在全球化视野下对我们文化产业发展问题进行较为系统、全面、客观的研究、探索,但是由于我们自身研究能力和认识水平的限制,由于文化产业发展相关数据资料获取方面的局限,使得本书在写作方面也存在不少缺憾。比如,所引用的相关数据资料还不够全面、系统;对文化产业的研究过多地局限于宏观把握,对文化产业各领域的具体实践研究不够;偏重于总结、解析文化产业发展中存在的问题,而疏于对文化产业发展问题的前瞻性探索等等。我们的研究刚刚开始,而不是结束,或许本书存在的诸多缺憾正是我们今后进一步研究的动力。

总之,诞生于全球化发展背景下的我国文化产业,在全球化浪潮中必将更加自觉、理性地融入文化产业全球化的发展进程中,在应对挑战中不断超越、发展,走上快速、健康、持续发展的轨道,为复兴、繁荣中华文化发挥重要作用,使中华文化发扬光大,为人类文明发展作出贡献。

第一章 文化产业的理论解读

当今世界,经济、政治、文化的协调发展,已成为综合国力的重要体现,文化产业是经济与文化日益融合的时代产物,作为新兴的朝阳产业在各国经济发展中占有越来越重要的地位,许多发达国家的文化产业不仅在发展速度上超过了传统产业,而且在产业发展规模上已经成为国民经济的支柱产业。

我国文化产业自20世纪80年代中期以来蓬勃兴起,已经历20多年的实践发展历程。对我们而言,文化产业是一个新生事物,我们对这个新兴产业的认知还是很有限的,因此在实践中探索、尝试的我国文化产业特别需要文化产业理论方面的宏观性指导和前瞻性引领,唯有如此,才能把握正确方向,少走弯路,加快发展。目前,我们关于文化产业理论的研究远远滞后于快速发展的文化产业实践,我国对文化产业的相关研究尚处于探索阶段,且仅限于文化部门的实际操作性研究,缺乏理论界的总结性研究和前瞻性探索。尽管近年来学术界关于文化产业的理论研究逐渐活跃,但是有关文化产业概念的内涵、外延仍然众说纷纭,莫衷一是,在此情形下,我们更有必要关注文化产业的概念界定,本着真理越辩越明的学术态度认真探析文化产业的相关理论问题。

一、动态发展的文化产业概念

文化产业是个动态发展的概念,随着文化产业实践的深入发展,文



化产业概念的内涵和外延也在不断地丰富和发展。关于文化产业的定义,国内外仍处于不断的争论和研究中,目前还没有形成被广泛认可的统一的、规范的概念。在此,我们仅择取其中部分观点略加陈述、分析,以梳理出文化产业概念动态发展的脉络。

(一)国内外对文化产业概念的界定

1. 文化产业概念的起源

作为一种新的文化发展形态和文化现象,文化产业肇始于 20 世纪三四十年代,法兰克福学派的本雅明(Walter Benjamin)在其《机械复制时代的艺术作品》中最先表达了关于文化工业的思想。法兰克福学派的阿多诺(Theodor Adorno)和霍克海默(Max Horkheimer)在他们于 1947 年出版的《启蒙的辩证法》一书中首次提出了“文化产业”的概念,从艺术和哲学价值评判的双重角度对文化产业进行了否定性的批判。阿多诺和霍克海默认为,文化产品在工厂中凭借现代科学技术手段,以标准化、规格化的方式被大量生产出来,并通过电影、电视、广播、报纸、杂志等大众传播媒介传递给消费者,最终是文化不再扮演激发否定意识的角色,反而成为统治者营造满足现状的社会的控制工具。1963 年,晚年的阿多诺在《文化产业的再思考》一文中总结道:“我们用‘文化产业’替代了‘大众文化’,以便明确地排除它的宣传者们所考虑的内容……文化产业是把人们所熟悉的传统文化融入了新特质。其产品是为大众消费而特别制作的。它在很大程度上决定了消费的性质并且很大程度上是按计划而制造的。”^①阿多诺与霍克海默都认为,由资本家所控制的文化产业会操纵影响工人们的情绪,是控制大众意识形态的手段。由此可以看出,最初的“文化产业”概念是具有某种否定意义的。

与阿多诺和霍克海默对文化工业的批判立场不同,同属法兰克福学派的本雅明就对文化产业和大众文化持乐观态度,承认大众文化的积极

^① [德]阿多诺:《文化产业的再思考》,载《文化研究》(第 1 辑),社会科学出版社 2000 年版,第 198 页。



价值和历史意义。关于文化产业概念的演变,芬兰教育部文化事务顾问汉娜尔·考维恩女士作了完整的回顾。她指出:“20世纪40年代,法兰克福学派的阿多诺和霍克海默首先使用了‘文化产业’这个词……紧接着本雅明看出了艺术和技术的进步为民主和解放提供了机会。根据他的观点,艺术品的复制可以把艺术从宗教仪式的古老传统中解放出来。这两种观点——阿多诺和霍克海默对文化产业的消极定义和本雅明强调自由的定义——引发了战后对大众文化的争论。1965年,马克拉伯(Machlup)基于他对信息技术对国民经济的贡献的认识,提出了‘知识工业’这一概念。随后,德国诗人和随笔作家汉斯·马格涅斯·恩泽斯伯格(Hans Magnus Enzensberger)在1968年写作了《意识工业》一书。这之后,斯坦福大学研究人员正式提出了‘信息工业’的概念。早在20世纪60年代,赫伯特·席勒(Herbert Schiller)和阿芒德马·特拉特(Armand Mattelant)就已表明将革新中的传统文化融入全球资本主义的利益和进步中去具有何等的重要性。欧洲委员会和联合国教科文组织(UNESCO)使用了‘文化产业’的复数形式。欧委会还是用了另一个词:‘内容产业’。”^①

由此可见,文化产业概念的最初提出与大众文化的发展是密切相关的,是大众文化的繁荣发展催生了文化产业概念的应运而生。自诞生以来,文化产业概念经历了一个发展演变的过程。澳大利亚昆士兰技术大学创意产业研究和应用中心主任斯图亚特·坎宁安将文化产业的概念运动史划分为四个阶段:20世纪30~40年代法兰克福学派的否定性观点;20世纪70~80年代重新用文化来界定已成型的商业产业;撒切尔时期城市重建等实用艺术的实践;以及后来新古典主义经济学对艺术的应用。^② 文化产业概念的发展阶段显示了不同历史时期人们对文化产业概念的不同认知和理解。

① [芬]汉娜尔·考维恩:《从默认的知识到文化产业》, <http://www.lib.hel.fi/ulkkirja/birstonas/index.html>。

② 参见[澳]斯图亚特·坎宁安《从文化产业到创意产业:理论、产业和政策的涵义》, <http://creativeindustries.qut.edu.au/research/circa/documents/>。