

国家文化资源版权与文化产业案例研究

创意中国^与文化产业

皇甫晓涛 著

中国本是一个文化资源大国，曾经有着四大发明的人类文明核心技术与创新优势，然而却在全球文化博弈中不再拥有支配世界财富中心转输的文化资本、文化产权、文化贸易的优势。中国跨越发展的大国崛起之道，一定要找回这个核心优势与内容元素。为此曾有世界各国学者不断提出中国为何近代落伍的东方世纪难题，试图想从产权、科技、产业的创新要素中寻找答案。

然而我们却从大国崛起的跨越发展中寻找中国步起源的文化要素与符号元素，从文化资源的人文大国之核中寻找中华文化起点的文化源；并提出国家文化符号资源版权体系建设的重大时代创新问题，由此让中国文化资源走出印刷时代经学阐释的文本，进而让文化带着产权、资本、技术的创新之步，全面展开创意中国的新文化运动。这就是中华复兴与文化复兴的关系，也是中国难题与中国梦之间的深层文化关联。



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

G124/42

2007

创意中国 与 文化产业

中国本是一个文化资源大国，曾经有着四大发明的人类文明核心技术与创新优势，然而却在全球化博弈中不再拥有支配世界财富、引领的文化资本、文化产权、知识产权之优势。中国跨越发展、崛起之道，一定要找回这个核心优势与内容元素。为此曾有世界各国的学者不断提出中国为何近代落后的东方世纪难题，试图从科技、产业的创新角度寻找答案。

然而我们却从大漠孤烟、长河落日的发展中寻找中国步起源的文化要素与符号元素，从文化资源的人文大同之核中寻找中华崛起的文化之源；并提出国家文化符号资源版权体系建设的重大时代创新问题。由此让中国文化资源走出印刷时代经营阐释的文本，进而让文化带着产权、资本、技术的创新之步，全面展开创意中国的新文化运动。这就是中华复兴与文化复兴的关系，也是中国指路与中国梦之间深刻的文化关联。

皇甫晓涛 著



暨南大学出版社

JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

创意中国与文化产业：国家文化资源版权与文化产业案例研究/皇甫
晓涛著. —广州：暨南大学出版社，2007.5

ISBN 978-7-81079-799-3

I. 创… II. 皇… III. 文化—产业—研究—中国 IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 146048 号

出版发行：暨南大学出版社

地 址：中国广州暨南大学

电 话：总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85227972 85220602 (邮购)

传 真：(8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编：510630

网 址：<http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

印 刷：暨南大学印刷厂

开 本：787mm × 960mm 1/16

印 张：18.5

字 数：242 千

版 次：2007 年 5 月第 1 版

印 次：2007 年 5 月第 1 次

印 数：1—2000 册

定 价：30.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题，请与出版社总编室联系调换)

大国崛起的文化软实力： 文化的消费与创新（代序）

麻国庆*

在我们生活的全球化的今天，不同文化的频繁接触使得人类不能不正视文化在交流、技术合作、国际协商、经济发展等方面的作用。同时，很多冲突、经济摩擦、危机的出现常常与不为人所瞩目的文化因素联系在一起。因此，站在科学的文化观上去理解文化、理解人类，从文化的视角来解决人类赖以生存和发展的的问题，引导人们适应现在和未来变化的轨迹，是一迫在眉睫的问题。经济现象及经济行为是社会行为或文化系统的一部分，经济因素的变动不是孤立的，而是与社会结构和文化模式的变动相互作用的。第二次世界大战后，社会科学家普遍认识到，决定经济发展的不仅是经济因素，还包括许多非经济因素。与那只对人们的短期经济行为有直接影响的“看不见的手”——市场竞争——相比，有一只“无形的手”造成了地区间、民族间、国家间的具体经济形式的差异。这只“无形的手”就是隐藏于经济过程背后的各地区所特有的文化特质和文化传统。经济发展的最后动力是在经济体系之外。文化传统是经济现代化过程中的一个变数，它不仅可以促进经济的现代化，也可以妨碍经济现代化的进程。人们逐渐认识到，文化禀赋是经济发展的一种根源。对不同社会条件下文化模式、文化变迁的研究，对于经济发展的作用越来越引人注目。人们在经济的发展模型中有意地强调文化禀赋、资源禀赋、技术变迁和制度变迁之间的辩证逻辑关系。当然，我们不能堕入文化的技术决定论中，但也不能缺掉“文化变量”。我们深信，只有把文化禀赋的作用结合到经济发展分析和制度设计与改革中，这一视角才变

*本文作者系中山大学人类学系教授、博士生导师、中国艺术人类学会秘书长

站在科学的文
化观上去理解文化、
理解人类，从文化的
视角来解决人类
赖以生存和发展的
问题，引导人们适
应现在和未来变化
的轨迹，是一迫在
眉睫的问题。

文化禀赋是经济
发展的一种根源。

人类学更加强调的是地方化、本土化以及异质化的过程。这种认识是基于对全球范围中多样性文化的研究和积累。

这一文化也是近代以来民族——国家认同的一个重要源泉。原有的“无意识的文化遗产”，在今天常常为来自国家和民间的力量，进行着“有意识的创造”，这种创造的过程正是一种“文化的生产”与“文化的再生产”的过程。

得可行。而文化这一软中有实的要素，一定会在这一过程中扮演重要的角色。特别是在全球化的今天，文化的资源禀赋越来越凸现出其内在的魅力。

人类学对全球化的思考有其特殊的方式，与强调同质化、一体化甚至一元化的有关学科相比，人类学更加强调的是地方化、本土化以及异质化的过程。这种认识是基于对全球范围中多样性文化的研究和积累。作为对全球化回应的动态的文化资源的把握，人类学非常关注本土的或地方的文化认同、地方共同体主义、多元民族社会的民族主义以及本土的文化遗产与文化资源禀赋的现实影响力及其内在本质。同时我们也看到，文化的资源禀赋，在世界不同的国家和地区，出现了复苏、复兴和重构的势头。在现实中，全球化也带来了一种边缘性，边缘层还会不断地从自己的角度进一步强化自身的认同和地方性。而地方性甚至是族群性的认同，常常与文化的生产和再造联系在一起。即在全球化过程中，生产、消费和文化策略已相互扭结为一个整体。作为全球体系之中的地方或族群，常常在文化上表现出双重的特点，即同质性与异质性的二元特点。这种文化的变化呈现出基于“传统”的文化的生产，即我称其为有根的文化的生产，也是一种文化加文化的现象。可以说，当今是文化自觉地被传承、被发现、被创造的世纪。这一文化也是近代以来民族——国家认同的一个重要源泉。原有的“无意识的文化遗产”，在今天常常为来自国家和民间的力量，进行着“有意识的创造”，这种创造的过程正是一种“文化的生产”与“文化的再生产”的过程。这种“生产”的基础并没有脱离固有的文化传统。同时也出现了一种非基于本族群文化传统的文化创造现象，即无根的文化生产，这种无根的文化可以称为被生产的文化。

多民族、多文化的中国，在全球化的背景下，出现了一种具有全国化意味的现象。特别是在“文化搭台，经济唱戏”的口号下，在国家和社会群体之间，地方扮演了极其重要的角色，甚至在一定意义上都出现了“地方的再造”现象。我们在不同的地方都会看到不

我们在不同的地方都会看到不同文化的再造现象，这些还常常反映在乡村的振兴和城市的再建的文化符号之中。

① Hobsbawam, E. and T. Ranger (ed.) 1983. *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.

这一传统的复兴和创造过程，也从单一的民族文化的领域进入到地域共同体之中。

这正是一场文化的消费与生产的大戏。

同文化的再造现象，这些还常常反映在乡村的振兴和城市的再建的文化符号之中。这些现象使得我们要重新思考“传统”的内涵。我们知道，人类学对于“传统”的延续、复兴和创造以及文化的生产的研究主要指与过去历史上静态的时间概念相比，更为关注的是和过去紧密相连的动态的变化过程中所创造出来的“集团的记忆”。而 Hobsbawam 关于在“国民”文化的创造过程中“我们的历史和文化”所发挥的功能和扮演的角色的分析以及对于传统的复兴和创造的再评价^①，无疑对于我们的分析有着直接的参考意义。历史学在对于宏大的国民认同、国家历史的宏观把握的过程中，如果脱离了来自不同社会和地域的地方性的知识体系，也很难达到对于社会事实的真实性的认识，反之也一样。而人类学就要在这一背景之下，去研究地方社会的变动的过程与整体社会的关系，特别是由于地域的不同，其“传统”的创造方式和所表现出来的机制和功能也不一定相同。

这一传统的复兴和创造过程，也从单一的民族文化的领域进入到地域共同体之中。现代不同国家和地区的一些民族文化、地方文化等一系列的文化展示，就是一很好的写照。特别是在“文化搭台、经济唱戏”的口号下，观光业等文化产业成为一重要的地方经济来源的今天，文化的生产和再造是一到处存在的现象。我们也会经常看到，在某些民族的文化节日上，流行的歌曲和音乐与具有民族特点的节目互相映衬；纯粹的民族的传统舞蹈与富有现代技术手段的设备和西方味道的音乐互相交织在一起，在同一个舞台上展现着文化的传统与现代、文化的同化与异化。这正是一场文化的消费与生产的大戏。

皇甫晓涛博士的大作《创意中国与文化产业》就是在此宏大的学术文化背景下完成的。特别是他把文化产业的实质整合为符号经济、文化资源与文化资本的互动板块来进行分析和思考，给我们提供了认识中国文化产业的新的视角。

我们知道，传统的中国文化产业的观念，常常停留

对于来自民间的文化空间、仪式行为、文化类型与模式等丰富多样的田野内容的发掘远远不够。

很多原有的民族文化当成为展演的或给人看的文化时，其文化本质已经发生了很大的变化，若干年后，从何种渠道寻找他们的本真性的文化呢？

他身上的那种我们这个时代似乎已经少有的文人的敢想、敢表述自我、敢直接与所接触的文化互动等发自内在心路的情感。

在对诸如《诗经》、唐诗宋词、明清小说文学等的文本的阐发之中，而对于来自民间的文化空间、仪式行为、文化类型与模式等丰富多样的田野内容的发掘远远不够。即使有的地区发掘得较早，但很可能一夜之间，这一地方化的文化产品马上成为全国化的文化模式。

我在人类学这个专业里学习、教书、田野调查与研究，调查过很多地区和不同的民族，对于一些民族文化的逐渐消失和无根的文化创造，我非常痛心。有时我也和一些民族的上层交流，把我的想法告诉他们，然而他们的心情也很复杂，一方面想保留民族文化，但另一方面又要使文化成为商品以维持他们的生存。在这一过程中，很多原有的民族文化当成为展演的或给人看的文化时，其文化本质已经发生了很大的变化，若干年后，从何种渠道寻找他们的本真性的文化呢？这给我们提出了一个课题，正如恩师费孝通先生在指导我们做中国22个10万人口以下的少数民族调查时所提到的那样，即如何“保人”和“保文化”的问题。“保人”当然是一个生存的问题。但以何种方式才能两者兼顾呢？这不仅仅是少数民族的问题，同时也是汉族社会文化延续性的问题。我想，皇甫博士的出发点正是希望通过他的文化创意与文化产业研究，能够为维护民族文化的延续和发展作出自己的贡献。

我与皇甫博士相识时，还是多年前我在北京大学工作期间。当时，北大资助的一个关于新疆某个地区观光与文化资源整合的课题，让我们在一起相处了近一个月的时间。期间我深深地感受到他身上的那种我们这个时代似乎已经少有的文人的敢想、敢表述自我、敢直接与所接触的文化互动等发自内在心路的情感，这给我留下了很深很深的印象。他现在呈现在我们面前的著作，每个字句都体现出他的心知与他的文化、学术的展演是一体的。

他当过大学教授、做过地方政府的研究工作、进过博士后流动站，最后又出于他的心知回到大学的讲台，我常常和他开玩笑说：“老兄，我要跟你‘补课’。”这

位老兄年长于我，我一直没有离开过校门，很多人认为我也应该出去“闯闯”，但我好像一直没有这个缘分，只能躲进“校”楼，能否成为“一统”，我还不敢言。但在“校”楼的学术感觉，与经过具体的政策参与者的学术角色相比，在具体的问题意识方面会有一些的差距。我常常觉得自己的研究很难直接进入操作层面。而晓涛他恰恰能在这两者间建立很好的桥梁，他的研究让我们从另外一个层面看到学者的文化软实力。

他是我的兄长，我无资格来写序，只能从我的人类学学科和我同他的交往中谈些感受。当文化建立在可分的又是共同的生活意义及基本理念基础上时，文化才可能永远有生命力，我与晓涛在文化的理念上的的确是可分的又是共享的。

最后，根据本书的内容我还想喊几句口号，也是一个“大一统”，这就是在人类进入信息社会、高科技时代的今天，技术和文化或技术与人性之间的互动关系仍然是科技与人文的主题之一，甚至在某种程度上，高科技时代会有明显的人文文化的复兴潮流，特别是在东方社会，东方文化的人文特质一定会超越技术性对于人性的束缚，使得技术、文化和心性达到有机的统一。从人类的整体、文化的消费与技性人性来讨论全球体系中的文化问题，背后离不开不同文明之间的对话，而中国社会和文化中所积累起来的对异文化理解的精髓与人文精神，一定会为“和而不同”的全球社会与文化共享的高科技的全球社会的建立，发挥积极的作用。

他的研究让我们从另外一个层面看到学者的文化软实力。

技术和文化或技术与人性之间的互动关系，仍然是科技与人文的主题之一，甚至在某种程度上高科技时代会有明显的人文文化的复兴潮流。

2007年5月1日

创意中国的新文化运动（自序）

中国本是个文化大国、创新大国，五千年文明，两千年文化，四书五经，六艺诸子，四大发明，诗梦之国，文官制度，庄园经济，自然之道，礼仪之邦。然而由于近代中国法制、科技与产业的落后，一夜之间，被西方坚船利炮打破了国门，陷入百年以来的落后挨打境地，于是，有识之士开始向西方寻求救国之道，开始了欧风美雨的西化的现代化新文化运动，产生了现代中国文艺复兴的大家巨子——鲁迅、郭沫若……

在又一个世纪开始的全球化民族复兴中，经过百年以来西化、现代化之路的求索，经过否定之否定的历史思辨过程，中国人又开始了本土化、民族化的文化重构与文明再造，开始了创意中国的新文化运动。它不是简单的文化回归与缅怀，而是经过西化、现代化、全球化、全球化之后的真正文化创新与复兴，这将打通文化与法制、文化与科技、文化与经济的关联，在文化创新与文化产业的发展中，重构本土文化，发展民族文化，全面发掘创意中国的知识元素与文明要素，形成全球化开局的国家创新之核与世界非物质经济财富大转移的大国跨越崛起之魂。这就是创意中国的新文化运动。

现代资本主义之父亚当·斯密曾提出“中国人为什么勤劳而不富有？”的斯密难题，认为由于中国产权制度与经济法制的健全，阻碍了中国财富的增长，我们可以将其视为关于近代中国落伍的法制文明难题。近代西方哲人李约瑟先生随之又提出“中国为什么近代落伍？”的李约瑟难题，认为由于清王朝只注重国家财富的保护而忽略世界科技的发展，使中国失去了近代发展的先机，我们可以将其视为近代中国落伍的科技文明难

中国本是个文化大国、创新大国，五千年文明，两千年文化，四书五经，六艺诸子，四大发明，诗梦之国，文官制度，庄园经济，自然之道，礼仪之邦。

中国人又开始了本土化、民族化的文化重构与文明再造，开始了创意中国的新文化运动。

题。近年又有诺贝尔经济奖获得者罗伯特教授提出“1750年后的中国为什么落伍？”的罗伯特难题，认为由于中国没有产生株式会社的产业组织与经济制度，使中国失去了经济活力，我们可以将其视为近代中国落伍的经济难题。这三大中国难题使中国文化、文化资源、知识资本与经济发展、财富增长断了关系，使中国文化与法制建设、科技创新、产业发展断了关系，今天我们要重构的中国文化，正是在国家文化资源版权建设、文化技术创新、文化产业发展的起点上来倡导创意中国的新文化运动。

开设书院，开科取士，形成汉唐意识形态的文明轴心与诗梦之国、礼仪之邦、科举之制的王化和文化互动机制与体制……

中国四大发明的国家创新之核，其中有两项都与文本的制作、传播技术相关，即印刷与造纸，带来了汉唐文明的繁荣与唐宋文化的成熟。

中国文化与科学技术、社会制度最早建立联系的，就是汉代印刷术出现以后，对于中国夏商周上三代华夏文明的重构，于是出现了四书五经。梁启超先生说“六经皆史”，说的就是汉人对于华夏文明的文本阐发与经史重构，于是出现了史官文化，并以之进入道德、教育、法制、政治、艺术等上层建筑的汉王朝意识形态重构，开设书院，开科取士，形成汉唐意识形态的文明轴心与诗梦之国、礼仪之邦、科举之制的王化和文化互动机制与体制，并由此形成丝绸之路的王化之风与开化气象，形成汉唐文明的诗学、经史、教育、礼仪、歌舞、建筑、服饰、艺术、书法的时尚之风与风化之气、文化之体，并在庄园经济与耕读人家的自然与人文、物与我、仕与隐的互动中形成内圣外王的文化生机与万千气象。《西厢记》的离愁别恨、陈世美与秦香莲的恩怨情仇、《红楼梦》的红楼之梦、李白杜甫的离愁别绪，都是在这一文化背景下产生的故事、文本与情结、意境。

由此涉及中国四大发明的国家创新之核，其中有两项都与文本的制作、传播技术相关，即印刷与造纸，带来了汉唐文明的繁荣与唐宋文化的成熟。然而四大发明都因缺乏相关的产业、产权、科技、文化链接而最终落伍于他人。印刷术与造纸术的千古文本技术不变，使我们失去了信息技术、媒体技术与传播技术的创新链接，使我们在从农业社会到工业社会、从工业社会到信息社会的转型中一直落后于他人。指南针，由于缺乏新材料

技术——玻璃工业等的创新链接，无法用于航海与海权的商贸拓展，只能用于看风水的堪舆术的家园建筑与建设。火药，由于缺乏钢铁工业的创新链接，只能用于礼仪庆典的鞭炮礼花制作，而我们反而被别人的坚船利炮打破了国门。这是我们对于三大中国难题与中国四大发明的文化反思。正因为如此，我们需要一个从法制、科技到产业全面动员与复兴的创意中国的新文化运动，也就是用文化创新带动文化产业的全面文化复兴与伟大民族复兴。

季羨林先生曾说“21世纪是中国文化的世纪”，但如果中国文化都是他国的产权与版权体系，那将是国家与民族主权空心化的最大悲哀与问题，美国已用我们的花木兰赚了几亿美元的版权收入，韩国人已注册了我们的端午节。

国家之核在于创新，创新之核在于文化，文化之核在于产权。在全球化开局的经济博弈中，世界财富重心大转移，形成了大国成长的文化之战，谁占领了你的文化领土，谁就拥有了你的商业领土，谁拥有了你的商业领土，谁就占领了你的国家主权、知识产权、文化法权空间，你的领土主权就会空心化。欧洲的创意经济，美国的版权经济，日韩的内容产业，中国的文化产业，都在全球化的文化运动中形成非物质领土扩张的世界财富大转移的轴心体系。就是说，新的文明中心就是文化的轴心，文化产权的轴心，创意产业的轴心，也是世界财富的轴心。“9·11”之后，美国人悄然将用高新技术装备的新工业体系，转向了用信息技术装备的文化版权体系，原因即在于此。亚洲金融危机后，日韩的再度崛起，靠的就是内容产业、创意经济与文化产权的扩张。由此形成了欧洲创意经济的后资本主义、莱茵资本主义创意之都的文化帝国，比如伦敦、巴黎、维也纳、鲁尔、柏林从工业之邦到创意之都的转化与重构；形成了美日韩太平洋新资本主义的文化帝国，如美国的核心版权经济与日韩的内容产业体系；形成了中国跨资本主义的文化崛起，如珠三角文化大省建设与文化经济发展的沿海新

我们需要一个从法制、科技到产业全面动员与复兴的创意中国的新文化运动，也就是用文化创新带动文化产业的全面文化复兴与伟大民族复兴。

新的文明中心就是文化的轴心，文化产权的轴心，创意产业的轴心，也是世界财富的轴心。

开放优势，长三角世界城市群的崛起与文化名城世界经济舞台的构筑。创意中国的新文化运动是有其超文本的城市物化载体与创意经济产业链的。比如世界会展商业名都上海、古都文化名城南京、休闲文化名城杭州等。北京创意文化产业的崛起，也形成了从深圳大开放、浦东大开发到中关村大创意的跨文化资本与新文化运动，带来了创意中国的大国崛起之风与文化复兴之风。

创意中国新文化运动与文化创新、文化产业发展的方向与方法问题，有这样几个要素值得我们注意。

(一) 与物化、城市化结合，在创意城市的平台上，展开创意经济链的文化产业空间与舞台。

(1) 注重新媒体与文化创播技术，注重传播生产力与文化生产力的结合，注重城市品牌与符号资本的结合，注重城市文化与文化资本的结合。

(2) 走出文本的创造，展开创意经济的核心环节与文化载体，如中国文化标志城、汉字文化城、西域36国文化城、丝绸之路文化城的开发与建设。

(3) 注重文化技术与艺术的结合，注重信息技术与生命科学技术、新材料技术及认知科学技术的结合，形成文化生产力的国家文化创新体系。

(4) 注重人文与自然的结合、文化与生态的结合、城市文化与生态文化的结合。注重文化资本与制度资本、商业资本的融合、互动与建设体系。

(二) 注重文化版权建设与知识产权建设，注重文化产权与国家主权的结合。

(1) 建立国家文化版权资源体系。

(2) 建立文化技术版权体系。

(3) 建立文化服务版权体系。

(4) 建立文化贸易版权体系。

(三) 加强工业化、城市化的信息化、知识化、服务化、非物质化新文化运动的创意经济发展。

上个世纪，美国人将最先进的材料和设备装备到五星级社区上，形成顶级服务产业，这个世纪，美国人又在“寻底竞赛”(Race to the bottom)中，将最先进的技

术和材料装备到最小的芯片上，形成科技创新和文化创新的优势。王府井 CBD 商圈每平方米 GDP 是全国城市每平方米 GDP 的 10 倍，但中关村 CTV 科技文化谷的非物质经济园区每平方米 GDP 是王府井的 14 倍。中关村半年产值为 4 000 亿人民币，是一个工业大省的全年产值，是美国军费半年开支的八分之一。

（四）加强总部经济建设、俱乐部经济建设的新文化运动内容，更好地形成创意经济的产业组织运营平台与服务平台。

（1）注意总部经济的产业新文化运动内容，加强总部经济的文化经济与文化资本建设。

（2）注意俱乐部经济的城市新文化运动内容，加强俱乐部经济的文化资本与文化建设。注意俱乐部经济从设施产业、在场产业到在线产业、在版产业的转化与升级，产业链的形成与开发、运营，如凤凰卫视俱乐部文化地产的开发，央视百家讲坛自组织创新体系的形成与在线俱乐部产业链的开发。

在全球化开局的大国博弈中，文化制宪成为法律战的国家文化复兴重要战略举措，文化制宪正在形成全球新文化运动。

文化产业在全球生产方式演进的产业转型与产业升级中具有如此核心的国家、城市、区域创新作用，是因为世界经济的产业中心必将由有形的财物生产转向无形的服务性生产。文化产业在全球生产方式演进中经历了文化业的兴起与分类阶段、文化产业政策法规的建设阶段，以及文化产业发展的繁荣阶段。其中关键的是文化产业的分类及与文化产业分类相对称的相关国家政策、法制目标体系建设。

创意中国的新文化运动的历史呼唤与时代呐喊，就成为我们这本书以及我的这套文化创新研究著述的一个文化宣言之序。

在全球化开局的大国博弈中，文化制宪成为法律战的国家文化复兴重要战略举措，文化制宪正在形成全球新文化运动。

关键的是文化产业的分类及与文化产业分类相对称的相关国家政策、法制目标体系建设。

导 论

创意中国的符号经济与 民族文化的自组织创新系统

符号经济是文化产业全新交易模式的核心环节，也是文化资源变为文化资本的关键环节。正是经济的符号化与符号的财富化，才使得符号在非物质的文化资源中转化为物质财富与文化资本，因此符号经济又是文化创新的关键要素。文化符号与符号仪式，在文化制作的内容生产中往往产生多重的知识配置与全要素生产率，发生文化再生产的多次符号交易与文化服务，从而形成符号经济的文化产业扩张。比如，《大长今》的医药文化生态符号、服饰文化人文符号、礼仪文化制度符号、建筑文化环境符号，在影视内容生产的文化创新与文化传播中，首先是完成了文化传播与媒介经济的内容产业元素与在线产业的符号交易；其次是在文化传播与文化贸易中又完成了版权贸易与在版产业的符号交易；第三是在文化传播力转化为文化生产力、文化资源转化为文化服务的市场开拓与产业整合中，又转化为韩服、韩餐及相关旅游、休闲、会展经济的在场产业与在地产业的符号交易；第四是这一符号集成的影视剧品牌打造又转化为符号资本的资本与资产交易，从而形成内容生产与文化创新的资源链、产业链与资本链。同时在这一符号经济的文化产业链中，每一个符号经济元素又都可以拿出来做单项的文化交易，比如迪斯尼乐园的资本品牌与品牌符号的投资管理机制的符号资本交易，迪斯尼乐园中《花木兰》的在线产业、在版产业的音乐、动漫文化产业与内容生产交易和版权交易。

每一个文化符号与符号资源都有着民族文化资源的

符号经济是文化产业全新交易模式的核心环节，也是文化资源变为文化资本的关键环节。正是经济的符号化与符号的财富化，才使得符号在非物质的文化资源中转化为物质财富与文化资本，因此符号经济又是文化创新的关键要素。

《花木兰》的在线产业、在版产业的音乐、动漫文化产业与内容生产交易和版权交易。

内在依据，都是民族文化资源的内容生产与文化创新，如《大长今》之于韩国民族文化资源的再生产，才形成了符号资本与文化产业资本，因此符号经济的内容生产与民族文化的文化创新就有着多方面的内在联系。这就要求我们在民族文化资源中要善于发现文化符号，首先是做出符号资源的人类学发掘与田野作业的考察；其次是要做出资源管理的文化规划与项目设计、产品开发；第三是要做出文化技术的符号装备与产品设计、开发；第四是要做出文化资源、文化项目符号资源与资产的创新要素与知识元素评估与测绘；第五是做出符号资本的融通与文化产权的资本机制平台；第六是进入文化资本市场与多方面的符号交易平台。

对中国文化符号的研究，一直停留在从《诗经》到唐诗宋词、明清小说文学意象的文本阐发中，既缺乏人文类型的人类学考释，又缺乏系统的文化学发掘与整理，致使迄今从印刷文本到网视媒介的内容生产与文化传媒难以形成知识元素和创新要素的符号资本。它不像《哈利·波特》与《大长今》那样以人类学的科学元素与符号资本进入文化产业全新交易模式的资源动员与文化创新体系，这使中国的动漫与影视剧制作只是一种文本审美创作的翻版，而不能形成从建筑文化、服饰文化、餐饮文化到医药文化、宫廷文化、婚俗文化、礼仪文化的资源体系与文化产业的知識元素，进入不了在线产业、在场产业、在版产业、在地产业文化制作的内容生产与符号交易。究其学术背景与传统，就是缺乏人类学、文化学对于符号功能元素深入发掘、考释的科学研发与符号经济学的文化创新。这既是一个基础研究的学理问题，又是一个文化经济在应用研究中的重大创新和社会发展的問題。目前全球化领航的文化产业在中国难以形成全球文化博弈的创新内核与竞争优势，问题即在于其文化资源的科学基础和创新结构与国际文化产业科学发展在理论研究、文化整理、实践创新上的知识体系不对称，也与中国文化资源的符号元素、内容承载不对称。

为此，中国学术文化界做出了一定的努力与基础性

中国的动漫与影视剧制作只是一种文本审美创作的翻版，而不能形成从建筑文化、服饰文化、餐饮文化到医药文化、宫廷文化、婚俗文化、礼仪文化的资源体系与文化产业的知識元素，进入不了在线产业、在场产业、在版产业、在地产业文化制作的内容生产与符号交易。

的建设工作，比如叶舒宪等人的《中国文化的人类学破译》丛书，从《诗经》到《山海经》、从《说文解字》到《史记》，对中国文化的知识元素作出了地下发掘、文献考释与田野作业的“三重发掘”，但其毕竟被局限于文本阐发的比较文学研究领域，既缺乏对中国文化课题超文本的资源动员与科学研究，又缺乏对网视媒体内容生产的符号元素的系统整理，难以形成与国际前沿符号经济学、文化传播学和文学人类学相对称的文化创新科学力量。从符号知识元素的文化资源整理到符号功能元素的文化创新与内容产生，是目前人类学、文化学、传播学、符号学及经济学研究的整合趋向与重大学术前沿课题。为此，应以人类学的方法、文化学的视野、符号学的知识、经济学的理论，形成综合创新的科学基础，对中国文化符号作出超文本的人文类型考释，并由此对涉及的北京燕山皇室文化、内蒙草原游牧文化、辽西史前神话文化的红山文化，作出地下发掘、田野作业以及内容创新的系统整理与文化案例分析。同时，据此设计中国史前文化人类学博物馆与影视创新基地，并由这一案例研究，从资源序列上完成对中国历代建筑文化、服饰文化、饮食文化、宫廷文化、医药文化、礼仪文化、生殖文化的资源动员报告与文博基地的内容生产设计；从内容序列上按民族、区域人文类型的界定将我国文化符号资源分为中原古典文化与上三代华夏文化符号区系、北京国家文化与燕山文化符号区系、沿海与江浙商埠文化符号区系、南京古都文化与传统文化符号区系、杭州西湖休闲文化与江南水乡文化符号区系、四川巴渝文化与川蜀文化符号区系、西南民族风情文化与族群文化符号区系、草原游牧文化与族群文化符号区系、边区异域文化与边塞文化符号区系、东北白山黑水垦荒文化与红山文化符号区系、西北农业文明黄土文化符号区系、海南岛屿生态与族群风情文化符号区系的12个人文类型的文化符号资源规划体系。在此基础上，从功能区系与功能序列上以央视中国十大魅力城镇为原型，结合12个人文类型文化符号规划体系的战略布局，重构本土文化资

从符号知识元素的文化资源整理到符号功能元素的文化创新与内容产生，是目前人类学、文化学、传播学、符号学及经济学研究的整合趋向与重大学术前沿课题。

南京古都文化
 杭州西湖休闲文化
 江南水乡文化

源与都市文化符号风格系统,研究文物符号、文化符号人文类型的都市再造文化创新体系与内容生产文化创新基地、文博影视基地与文化创新基地。同时以红山文化为原型与案例,做出文化符号与符号经济的创新研究。

从夏陶、商铜、周漆、汉玉到唐俑、宋瓷、明木、清画的新材料与新媒介符号也极为丰富。

中国汉文化从汉字符号、神话符号到诗学符号、服饰符号、音乐符号、建筑符号、礼仪符号、宫廷符号,可供挖掘的文化资源极为丰富。从夏陶、商铜、周漆、汉玉到唐俑、宋瓷、明木、清画的新材料与新媒介符号也极为丰富。仅汉字文化,就有甲骨文化、金石文化、布帛文化、纸制文化、数字文化的多种材料与各不相同的符号结构。朝鲜族的民族文化,从长鼓舞到敬老节,从酒文化到服饰文化,从稻作文化到婚仪文化、饮食文化,都有着各不相同的文化符号与符号资源。它们与白山黑水关东本土文化、长白山东北亚生态文化、东北冻土林族群文化的文化符号又有着丰富的资源联结形式与内在关联形式。还有蒙古族的草原游牧文化,从蒙古包的建筑符号到狼图腾的生态符号,从马头琴的音乐符号到哈达礼的酒文化符号,也有着丰富的民族文化符号与符号资源、符号经济空间,腾格尔的音乐魅力就在于此。更为丰富多彩的是新疆的民族文化,西域36国的文化资源与文化符号可以再现为西域乐园的生态文化符号世界。西域诸国由丝绸之路的繁华到一片大漠无归的千古之谜,主要就是水资源的枯竭。在农耕文化中,越是发达的地方,牧场与农耕的资源消耗就越大,一旦必备的生态资源、生产资源枯竭,就会发生非人力可为的文明大衰竭与大迁徙,那时财富再多,权力再大都不再起作用。这给今天的工业文明以极大的警策与反思。其实西域“丝绸恐龙”的灭绝,一方面可以做成内容生产的文化资源,再现丝绸之路的融农耕、生态族群与商业文明于一体的繁华古文明;另一方面也可以做成文明猜想的动漫科幻片,还可以做成像迪斯尼乐园那样的西域乐园旅游文化项目的符号经济与符号拼盘,将西域36国的族群、王室、服饰、建筑、生态、商业符号元素做成文化产业内容生产的符号元素,进入多渠道的文化产业交易轨道

西域诸国由丝绸之路的繁华到一片大漠无归的千古之谜,主要就是水资源的枯竭。