



CSSCI来源集刊
CNKI来源集刊

文化产业研究

Cultural Industry Research

主编 顾江
副主编 周锦 姜照君

历史文化遗产保护与活化利用研究——以南京市鼓楼区
民国历史文化街区品牌建设为例

周凯 高玮

传统文化资源与文化创意产业正相关吗——基于首都生
态涵养区Ci指数与CYi指数匹配分析

王瑞雪 许立勇

“互联网+”语境下我国文化金融发展路径探析

周明鹃 水心勇

消费语境中西南少数民族地区的民间艺术产业化路径研
究

徐子涵

防降价均衡与离散型文化创意产品的定价机制研究

李伯钧 张苏秋



南京大学出版社

13

江苏省哲学社会科学界联合会学术著作出版经费资助

CSSCI来源集刊

CNKI来源集刊

文化产业研究

Cultural Industry Research

主编 顾江
副主编 周锦
姜照君



南京大学出版社

13

图书在版编目(CIP)数据

文化产业研究. 13 / 顾江主编. — 南京 : 南京大学出版社, 2016. 6
ISBN 978-7-305-16937-3

I. ①文… II. ①顾… III. ①文化产业—世界—文集
IV. ①G114-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 109356 号

主 编 顾 江
副主编 周 锦 姜照君
编 辑 郭新茹 陈 广 张苏秋 车树林
王亚楠 贺 达 虞重立 杨中石
水心勇 程莉莉 朱文静 马 卿

出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093
出 版 人 金鑫荣

书 名 文化产业研究(13)
主 编 顾 江
副 主 编 周 锦 姜照君
责任编辑 陈 佳 编辑热线 025-83319778

照 排 南京南琳图文制作有限公司
印 刷 江苏凤凰数码印务有限公司
开 本 787×1092 1/16 印张 17.25 字数 299 千
版 次 2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-305-16937-3
定 价 38.00 元

网 址 <http://www.njupco.com>
官方微博 <http://weibo.com/njupco>
官方微信 njupress
销售热线 025-83594756

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

编者寄语

“新常态”意味着我国经济发展增长速度的改变、经济发展方式的改变,十八大以来,我国的新型城镇化战略、“一路一带”、长江经济带和京津冀一体化协同发展战略,不仅推动着区域经济社会发展,也为区域文化产业、特色文化产业和文化走出去提供了新的发展路径。坚持把社会效益放在首位,社会效益和经济效益相统一,推动文化事业全面繁荣、文化产业快速发展。十八届三中、四中和五中全会提出:进一步深化文化体制改革,构建现代文化市场体系和公共文化服务体系,对文化立法提出了新的要求,推进基本公共文化服务标准化均等化发展,推动文化产业成为国民经济支柱性产业的战略布局。

文化产业是现代经济重要的增长点之一,文化产业的发展一方面可以提高文化软实力、增强国家综合实力,另一方面可以推动经济结构调整、加快经济发展方式转变。在创新驱动发展的背景下,文化产业发展的动力之一就是不断地开拓和创新。在“互联网+”时代,网络文化产业全面兴起,文化产业与互联网、移动互联网的结合产生了新的文化消费习惯,创造了新型的文化产业业态。互联网改写了经济运行方式,与文化产业正在深度融合,延伸和扩展了新的文化产业链。我国文化政策体系将不断完善,全面覆盖公共文化服务、“互联网+”、创业创新、文化企业扶持、双效统一等多个方面,《关于加快构建现代公共文化服

务体系的意见》、《国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》、《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》等指导政策，为我国文化产业指明了新兴方向并提出了发展思路。

《文化产业研究》是由文化部—南京大学国家文化产业研究中心、江苏文化产业研究基地、江苏省文化产业学会、南京大学文化产业发展研究所、南京大学商学院联合主办的 CSSCI 来源集刊。《文化产业研究》围绕文化产业学术前沿、市场消费、产业创新、文化金融、文化贸易、版权经济、博士论坛七个板块，从多学科视角，探析文化产业发展的新理念、新动向和新特征，力求关注全球文化产业理论和实践动态，跟踪区域文化产业发展进程，把脉文化企业发展态势。

《文化产业研究》融合了现代经济学、管理学、社会学、艺术学、历史学等多学科的理论与方法，从多角度、多学科研究国内外最新文化产业发展态势。自出版以来，秉承百年南大浓厚的学术氛围，厚积而薄发，以规范、严密、扎实、创新的风格得到国内外学者的高度评价，为丰富国内外文化产业理论与实践的研究增添了新的亮点。

希望《文化产业研究》搭建的学术交流平台，以其精准的定位、开阔的视野、前沿的视角服务于国内外研究学者，能够推动我国文化产业的规模化、集约化、专业化发展。

感谢国家自然科学基金项目“演化经济地理视角下创意产业空间演化机制研究”(71373119)的资助。

邵江

目 录

学术前沿

- 国家利益和时代趋势:新世纪文化产业大推进的格局思考 张 鹏 / 2
- 历史文化遗产保护与活化利用研究
- 以南京市鼓楼区民国历史文化街区品牌建设为例 周 凯 高 玮 / 15
- 国内文化创意产业研究现状及反思 马凤娟 / 25

市场消费

- 基于消费心理学视阈的我国网络游戏赢利模式研究 朱 云 包哲石 / 40
- 我国城镇居民文化消费的空间效应
- 基于空间面板模型的实证研究 王亚楠 程利杰 / 52
- 基于市场的视角分析如何从创意到创意产品 王 波 / 65
- 芜湖老字号企业发展现状及对策研究 秦宗财 / 75

产业创新

- 传统文化资源与文化创意产业正相关吗
- 基于首都生态涵养区 C_i 指数与 CY_i 指数匹配分析 王瑞雪 许立勇 / 90
- 江苏动漫产业现状分析及对策 章旭清 王廷信 / 103
- 河南省文化产业关联效应分析:基于投入占用产出模型 王志标 / 115

法国文化产业的发展及其启示	张 宇 / 137
---------------------	-----------

文化金融

“互联网+”语境下我国文化金融发展路径探析	周明鹃 水心勇 / 146
文化治理视阈下我国创意产业园区创客服务的政策激励机制及其激励效应研究	朱锦程 / 153

文化贸易

文化与科技融合的国际经验研究综述	张 国 / 166
实施“一带一路”战略,推进黑龙江省对外文化贸易产业发展	景 侠 / 181

版权经济

竞争对民间工艺品生产的激励 ——基于云南建水陶产业的分析	张黎明 / 194
文化授权理论及其在博物馆中的应用	王秀伟 潘彬彬 / 204
徽州民居创意设计的文化内涵	王愿石 / 218

博士论坛

消费语境中西南少数民族地区的民间艺术产业化路径研究	徐子涵 / 228
防降价均衡与离散型文化创意产品的定价机制研究	李伯钧 张苏秋 / 239
城市文化产业与城市竞争力 ——基于江苏省面板数据的实证研究	车树林 虞重立 / 251

CONTENTS

Academic Frontier

- The Interests of the State and the Era Trend: the Thinking about Pattern of
the Cultural Industry Development in the New Century ... Zhang Peng / 2
- Study on the Protection and Utilization of Historical and Cultural Heritage—
Based on Historical and Cultural Blocks of Republican China in Gulou
District of Nanjing City Zhou Kai Gao Wei / 15
- Reflection on the Current Research of the Cultural and Creative Industries in
China Ma Fengjuan / 25

Market Consumption

- Research on the Profit Model of China's Online Game Based on the Perspective
of Consumer Psychology Zhu Yun Bao Zheshi / 40
- The Spatial Effects of Cultural Consumption of Urban Residents in China—
Based on the Empirical Study of Spatial Panel Data Models
..... Wang Yanan Chen Lijie / 52
- The Analysis of How to Transit from Creative Thought to Creative Products
from the Perspective of Marketing Wang Bo / 65
- Research on Wuhu Time-honored Brand Enterprises Current Development and
Countermeasures Qin Zongcai / 75

Industrial Innovation

- Are Traditional Culture Resources Postively Related to the Cultural Creative Industry—An analysis on the Match of Cultural Resources and Cultural Creative Industry of the Capital Ecological Zone Wang Ruixue Xu liyong / 90
- On the Situation Analysis and Countermeasures of Jiangsu Animation Industry Zhang Xuqing Wang Tingxin / 103
- Analysis on Linkage Effect of Cultural Industries in Henan Province:Based on the Model of Input-occupacy-output Wang Zhibiao / 115
- Cultural Industry Development in France and its Enlightenment Zhang Yu / 137

Culture Financial

- On the Cooperation Development Path of Chinese Cultural Industries and Finance in the Context of “Internet Plus” Zhou Mingjuan Shui Xinyong / 146
- On Policy Incentive Mechanism and Incentive Effect of Maker Service of Creative Industry Park in China under the Perspective of Cultural Governance Zhu Jincheng / 153

Cultural Trade

- Literature Review about the International Experience of the Integration among Culture, Science and Technology Zhang Guo / 166
- Implementation of the “one Belt and one Road”, to Promote the Development of Foreign Culture Trade of Heilongjiang Province Jing Xia / 181

Copyright Economic

- Competitive Incentives for the Production of Folk Handicrafts—Based on the
Analysis of Jianshui Pottery Industry in Yunnan Province Zhang Liming / 194
- Cultural Licensing Theory and Its Application in the Museums Wang Xiuwei Pan Binbin / 204
- Cultural Cannotation of Creative Design of Huizhou Vernacular Dwellings Wang Yuanshi / 218

Dr. Forum

- Way of Realizing Folk and Minority Art Industrialization in Southwest Regions
in the Context of Consumption Cultures Xu Zihan / 228
- Undercut-proof Equilibrium and the Research on Price Formation Mechanism of
Differentiation of Cultural and Creative Products Li Bojun Zhang Suqiu / 239
- Urban Cultural Industries and Urban Competitiveness—Empirical Research
Based on Panel Data of Jiangsu Province Che Shulin Yu Chongli / 251

国家利益和时代趋势：新世纪文化产业大推进的格局思考

张 鹏

摘 要：从我国文化产业的政治、经济、文化和精神等领域的战略定位分析着手，梳理我国新世纪文化产业的现状和格局，归纳了文化产业发展中的资源挖掘与文化遗产、批量生产与文化创意、资本运作与文化引领、组织创新与文化经营等方面特征，进而提出现有文化产业的发展困境，并在结构调整、媒介融合、内容深耕和审美引导上提出了发展突围的策略思考。

关键词：文化产业 新世纪 格局

一个国家或地区的经济发展活力在于这个国家的文化产业发展活力，只有处在文化产业核心领域的媒介、报刊、出版、广播、电视、电影、网络、动漫、创意等产业类型具有活力，国家经济才能朝着良性、创新、高效、灵活的方向发展，国家社会才能走出资源、能源、环境、人口的发展困境。文化产业已经成为众多国家的朝阳产业和支柱产业，继而影响整个社会的产业生态和人文环境。新世纪以来，文化产业以前所未有的速度和规模进入大发展时代。在全世界的范围，文化产业正在以每天 220 亿美元产值的速度迅猛发展。美国前四百强企业中，有 72 家是文化企业；英国文化产业增值速度，高于全国经济增速的两倍；日本的音像产业是全国排名第二的支柱产业；欧洲文化产业产值是汽车制造产业的两倍。中国的文化产业虽然起步稍晚，整体发展与发达国家相比还有很大差距，但是文化产业的增速从新世纪伊始就开始赶超我国 GDP 的增速。在经历了改革开放初到 20 世纪末那样一个文化产业发展的自发阶段之后，千禧之后，文化产业的发展就进入了一个自觉阶段：人们对文化产业的认识深度在不断加强，对于文化产业的关注目光也从产品生产转移到格局发展。中国文化产业发展的增速超过信息产业，成为我国增速最快的产业类型。全国 500 强企业中，文化企业已经超过了十分之一。

一、目标和规划:我国文化产业发展的战略定位

(一) 政治定位:“国家利益点”

在全球范围内,文化产业被公认为新世纪的经济增长点和文化加油站,文化产业作为一个创新驱动的高地,越来越被各国重视。文化的创新力度和知识的颠覆革命,也越来越成为各国的竞争重点和竞赛核心。各个国家的领导阶层,都意识到了文化产业的发展前景和推动价值,因此也都在着力颁布出台各种国家政策,以此来促进文化产业发展,保障自己的国家在新一轮的全球化浪潮中不掉队、有地位,捍卫国家的文化在全世界范围内的影响力和发言权。

从2000年开始,我国推出了一系列文化体制改革,最大限度地解放了文化生产力,从而实现了文化产业的大发展。2000年,党的十五届五中全会通过的《关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》,第一次在党的中央文件中正式使用了“文化产业”概念。2002年,党的十六大报告首次把文化事业和文化产业区别开来。2004年,党的十六届四中全会提出“文化生产力”。2005年,中共中央、国务院制定《关于深化文化体制改革的若干意见》。2007年,党的十七大提出“加快文化产业发展,增强国家文化软实力”。2009年,国务院通过《文化产业振兴规划》,标志文化产业上升为国家战略。2010年,国家九部委联合发布《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》。2011年,党的十七届六中全会发布《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》,首次确立“将文化产业发展成为国民经济支柱性产业”。2012年,党的十八大再次明确“要推动文化产业快速发展,到2020年全面建成小康社会,文化产业成为国民经济支柱性产业。”2013年,十八届三中全会提出“建立多层次文化产品和要素市场,鼓励金融资本、社会资本、文化资源相结合”。同年12月,“国家艺术基金”成立,募集资金总额达到200亿人民币。2014年,国务院发布《关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》;与此同时,文化部、央行、财政部联合发布《关于深入推进文化金融合作的意见》,比四年前的“《意见》”更落地、更具体、更详细。2015年,《电影产业促进法(草案)》通过;《文化产业促进法》工作正式启动;习近平主席访美,为中国电影产业和文化产业带来利好发展……可以说,我国的文化产业,已经在众多的国家政策利好和多方的市场经济元素推动下,迈入一个多元结合、多样创新、百花齐放、百家争鸣的大发展时代。文化产业在这样一个大发展的背景下,被确立为“国家战略的重

中之重”,被定位为“国民经济支柱产业”。

中国的快速崛起,面临着复杂的国际背景:政治经济力量不平衡,西方发达国家垄断了大量产业资源。在快速崛起之后,中国面临的问题就是如何进行健康良性的可持续发展,尽量减少能源的消耗和资源的占用。这一系列问题,已经上升到了国家战略高度。因此,我国文化产业在政治上的定位,是融合了可持续发展战略的“国家利益点”。

(二) 经济定位:“市场发动机”

1999年10月,世界银行在一个全球会议上提出,文化是经济发展的重要组成部分,文化也将是世界经济运作方式与条件的重要因素。2006年年底,有欧洲媒体提出,创意和文化产业是欧洲经济增长的“发动机”和“秘密武器”。^①可以说,文化产业作为一种朝阳产业,已经深刻影响到了整个经济生态和市场走向,已经是一个国家或地区经济振兴的核心竞争力。

在美国财富五百强的企业中,有超过五分之一的企业核心业务是文化产业;在英国,文化产业的经济增长速度两倍于全国经济平均增长速度;在日本,文化产业是国民经济的第二大支柱产业;在欧洲,文化产业的收入两倍于汽车制造业;在纽约、伦敦等国际大都市,文化产业的就业容纳量高居全行业的前三名。而在中国,文化产业的经济增速,更是可以用“惊人”来形容,已成为中国经济转型升级的重要力量。十二五期间,我国文化产业的总体增加值每年增速高达20%以上,其中电影产业的增加值甚至高达每年50%,2014年全年的电影票房为296亿元,2015年就升到了440亿元,中国一跃成为全球第二大电影票房市场,仅次于美国。2004年,我国首次对文化产业增加值进行统计,全国文化产业增加值为3100亿元,占到了国民生产总值的1.94%。而到2013年,仅仅10年的时间,全国文化产业增加值已经达到了21000亿元,占到了国民生产总值的3.77%。

可以说,我国经济发展进入到一个全新局面,从高速增长向中高速增长的速度放缓,到从规模速度型增长到质量效益型增长的方式转变,再到从放量扩张到存量优化的结构调整,文化产业在其中扮演了非常重要的角色,对于预防风险、稳步增长、促进改革和深化结构都具有非常重要的意义。一方面,文化产业具有高智力价值性、高文化融合性、高质量成长性和低能源消耗性、低资源占用性、低环境污染性的特征,非常符合我国经济转型的战略定位;另一方面,文化产业又因为其特有的

^① 邵培仁. 文化产业经营通论[M]. 成都:四川大学出版社,2007:2.

文化影响力、品牌号召力、形象塑造力和价值引导力,对于传统产业有强大的盘活功能和激励作用。因此,我国的文化产业在经济上的定位,是具有了不竭活力动力的“市场发动机”。

(三) 文化定位:“传承创新力”

马克思的政治经济学理论中提到了这样的概念:劳动产品具备着两种属性,其一是它的价值构成,其二是它的使用价值构成,这两种价值具备着角色转变的效果,任何一个主体不能同时拥有商品的这两种价值。文化产品是劳动产品的一种表现形式,其生产过程中融合了人类无差别的劳动,这也使得文化产品有着自身的价值和对应的使用价值。在以前,文化产品具有贵族特色和顶层高度,它的使用价值要达到理想化的审美需求。同时又很少有文化产品能成为交易品,如果出现文化产品被交易的状态,那一定是以单一产品的高附加值形式进行运作。在现有的社会大环境中,文化产品已经发展成为专用于交换的商品,可以在规范化的标准中进行高批量的复制和生产。在提升其产量和追求其价值的过程中,需要通过各种渠道体现出其所具备的商业价值,这也是该产业发展的内在逐利动力。如何能够让文化产品产生商品交易行为,能够在短时间内获取更高的利润,这也越来越成为文化生产者最关注的内容。当下,文化产品生产和发展的主要环节体现在文化市场需求和消费购买领域,文化产品需要具有更广泛的商品价值和娱乐效果,这样才能带来更好的利润空间。因此,文化产业的有序快速发展,需要考量其运作环节中的各方面要素。需要现代技术的完善以及市场经济的优化等,以此产生整体的商业运作产业链。同时我们还要着重关注其所具备的传统文化精髓和文学经典元素,在此基础上进行有效的延拓,让其整体发展进程虽然不可避免的被构建在对利润的追求之上,但却要有着自己独特的文化坚守和价值追求。

中国自古就是一个文化大国,是拥有五千年文明和两千年文化的礼仪之邦,在近现代历史上曾经饱受西方文化侵袭,在新中国成立后遭遇“破四旧立四新”思潮的影响,从而一度出现了民族文化和传统文化的巨大断层。改革开放以来,中国文化开始进入了价值重构和文明重建的崭新时代,尤其是新世纪以来,文化与经济、法制、科技之间的壁垒被逐渐打破从而实现联通。可以说,文化产业不单被定位在传统文化的复兴和民族文化的回归层面,更是被定位到了文化精神的传承和文化市场的创新高度。文化,作为弘扬社会主义核心价值观的重要载体,作为展示中国梦积极向上奋勇争先精髓的重要窗口,越来越受到国家重视。2015年9月11日,中央政治局会议通过了《生态文明体制改革总体方案》和《关于繁荣发展

社会主义文艺的意义》，针对中国目前文化发展方向做出重要指导，提出要以大力弘扬中国价值、中国精神为核心，构建社会主义文化社会。从最近出台的这一系列政策不难看出，我国的文化产业，在很大程度上，有着意识形态引导和思想道德教化的功能，有着社会舆论导向和政府决策解释的功能，有着民族文化遗产和外来文化评判的功能。因此，我国文化产业在文化上的定位，是融合民族传承和文化创新的“传承创新力”。

（四）精神定位：“价值传送带”

文化产业的精神影响力是深远的、持久的、强大的，能够改变大众的审美观念、道德标准、文化素养和思想价值，从而最终对一个国家或民族的精神诉求产生深远影响。在西方发达国家，文化产业在迅速成长为国家支柱产业的同时，也在迅速的影响着大众精神文化生活。西方文化借助文化产业的强大推动力量，成为了全世界的主流文化和强势主线，这并非因为西方文化的悠久历史和深厚积淀，更多是因为文化产业对于人类精神的强大控制力量和引导作用。从文化产业的经营水平和发展态势来看，上个世纪80年代，美国的主流媒介已经被50家传媒集团控制，包括美国广播公司、全国广播公司和哥伦比亚广播公司在内的美国三大广播公司，垄断了全国90%的传媒市场。如今，全球50家媒体娱乐集团，已经占据了当今世界95%的文化市场，媒体巨无霸支配着全球文化传播。^① 迪斯尼、漫威动画、环球影业、亚马逊、时代华纳、新闻集团……一系列的文化产品在获取巨大经济效益的同时，也在传输着强大的精神价值观念。爵士乐、麦当劳、NBA、街头音乐、独立电影、耐克鞋这一系列文化符号，在文化产品的裹挟下，成为大众心目中各具强大影响力的精神符号。这些文化产品，直接影响着文化产品的消费者内心，直接影响着他们的生活理念和精神观念。可以说，在新世纪里，文化产业承载着人类精神，通过现代传媒平台、技术生产和营销公关，无缝对接着人文情怀和思想空间。

我国文化产业虽然发展速度飞快，但在某种程度上来说，还是存在着文化资源丰富而文化价值薄弱的现象。无论是在价值理念、学术观念、实践创意还是精神影响方面，都受到了西方文化的严重侵袭。韩流、哈日、拜美、尚欧等现象非常明显，国人的文化价值受到这些文化的巨大冲击，国内的文化市场也受到这些文化的入侵占领，这对于国家的文化安全和精神导向都有着一定程度的威胁。文化产业在保证发展速度和拓宽发展领域的同时，需要思想深度和精神层面的深耕细作，需要

① 天海翔. 中国文化产业[M]. 北京: 中央编译出版社, 2006: 1.

对社会价值和国家精神的坚守保护,需要有民族精神和中国梦的价值输入。因此,我国文化产业在精神上的定位,是具有价值导向和精神诉求的“价值传送带”。

二、现状和格局:我国文化产业发展的特征梳理

(一) 资源挖掘与文化传承相结合

虽然我国的文化产业起步较晚,发展水平也存在很大程度的不均衡,但就文化资源来说,我国文化产业的发展空间却可以用海量来形容,优势极为明显,潜力相当巨大。

其一,广阔的自然环境资源,蕴藏着巨大的文化内涵,武陵源、泰山、黄山、长江、西湖……这些在中国历史上有着强大文化影响力的自然环境资源,其文化开发与价值传承是紧密相连的,如王潮歌和张艺谋合作的“印象”系列,《印象西湖》《印象丽江》《印象刘三姐》等,以自然实景为舞台,蓝天白云和雪山湖水成为背景,依托于这些自然资源的印象演艺文化,已经形成了一个巨大的产业生态链,每天都在产生高额利润。

其二,丰富的人文景观资源,包含着灿烂的中华文明,长城、故宫、兵马俑、马王堆、黄鹤楼……这些在中华文化中有着巨大文化附加值的人文景观资源,其文化挖掘与人文传承是紧密相连的,如故宫的创意文化纪念品开发,主打宫廷景观和皇族文化元素特色,将这些独特的文化元素通过创意绘画或印刷造型的形式展示出来,以鼠标垫、行李牌、明信片等文化产品形式进行售卖,在产生良好经济效益的同时也传递着人文精神价值。

其三,海量的思想文化资源,具有极高的文化黏着力,儒家思想、和谐精神、人本观念……这些民族思想在华夏子孙中有着挥之不去的持续影响,其文化挖掘和民族传承是紧密相连的,如国学课堂、国学训练营、传统文化深度体验、文化读书会等,这些传统的思想传承,搭上了市场运营的快车,从而具备了经济活力和精神张力的双重影响力。

其四,延续的民俗文化资源,保留着很强的文化特色,拜年、祭扫、祝寿、嫁娶……这些在中国民间有着普遍认同的民俗文化资源,其文化创新和习俗传承是紧密相连的,如主题婚礼策划、特色文化沙龙等,这些传统产业,都在积极挖掘文化元素和民俗精神,试图在创新创意的道路上赢得更多的市场认同。

其五,繁荣的文学艺术资源,包含着多元的文化价值,李白、张爱玲、苏东坡、名著、昆曲……这些在中华历史中有着悠久沉淀的文学艺术资源,其文化利用和审美