



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 郭新茹 周锦

文化空间与在地性文化创意产业——基于大理—丽江的
实证研究

李炎 何继想

不确定性社会的文化政策研究

钱伟

GRA视角下文化产业的财政支持效应研究

周莉

我国图书零售市场差异化竞争研究——基于转售价格维
持的分析框架

姜照君

“一带一路”战略下我国对外文化贸易格局的新变化及
路径选择

唐月民

文化产业结构演进特征及其机理分析——以西安市为例

张茹茹 薛东前 刘振峰



南京大学出版社

12

江苏省

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 郭新茹
周锦



南京大学出版社

12

图书在版编目(CIP)数据

文化产业研究. 12 / 顾江主编. — 南京: 南京大学出版社, 2015. 12

ISBN 978-7-305-15368-6

I. ①文… II. ①顾… III. ①文化产业—中国—文集
IV. ①G124-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 298284 号

主 编 顾 江

副主编 郭新茹 周 锦

编 辑 姜照君 朱文静 张苏秋 吴建军

高莉莉 阮南燕 秦宗财 陈 广

王亚楠 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(12)

主 编 顾 江

副 主 编 郭新茹 周 锦

责任编辑 李廷斌 束 悦

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 18.5 字数 318 千

版 次 2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-305-15368-6

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

《文化产业研究》编委会

(以姓氏笔画为序)

丁 帆	王燕文
王家新	王廷信
左 健	刘玉珠
刘志彪	孙若风
李凤亮	李怀亮
李友根	李 炎
向 勇	张异宾
杨 忠	陈昭全
吴江波	花 建
沈坤荣	金鑫荣
金元浦	范从来
孟 建	周安华
周 宪	洪银兴
胡惠林	徐耀新
徐 宁	高书生
顾 江	梁 勇
黄昌勇	熊澄宇

主办单位

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

编者寄语

“十二五”以来,在强劲的市场需求支撑、广泛的社会资本参与以及国家政府的高度重视下,文化产业凭借其独特的价值链构成模式、广泛的渗透融合性、“蛙跳式”的成长方式,不断“提质增速”,已经逐步成长为国民经济的支柱性产业,取得了一系列瞩目的成绩:文化体制改革持续深入推进,一带一路、长江经济带和京津冀协同发展等重大战略的相继实施;文化与科技、贸易、金融、旅游的融合力度不断加强,特色文化产业示范区和示范乡镇相继涌现;大型文化企业集团快速成长,万达集团、凤凰出版传媒集团等龙头文化企业“走出去”成效显著;中小、小微文化企业呈爆炸性成长,创客、极客的创新创新创业能力不断提升……

2016年,是“十三五”的开局之年,也是我国由投资驱动向创新驱动迈进的转型年。在经济下行压力依然存在的情况下,在“大众创新、万众创业”的时代背景下,我们仍面临着一系列亟待解决的问题:如何继续在全面深化改革的战略部署中,助推文化产业做大做强;如何对接“供给侧改革”之“文创产品”之“供”,满足消费者多样化文化需求;如何找寻产业融合发展新空间,实现文化产业与各种要素市场的无缝对接;如何以文化产业的“转型发展、特色发展、融合发展、创新发展”带动其他产业的转型升级与结构优化……

这一系列问题为我们带来了新的研究领域。密切关注中国乃至世

界最新的文化产业发展时代进程,聚焦最新的热点问题,是《文化产业研究》一直所秉承的理念与宗旨,更是《文化产业研究》不断进步的不竭动力。我代表本刊诚恳接收国内外学者自由、广泛地投稿,也向关心支持《文化产业研究》发展的各界同仁致以衷心的感谢,更冀望《文化产业研究》以更为精准的定位、更加开阔的视野、更加前沿的视角服务于国内外研究学者,助推文化产业创新跨越发展。

感谢南京大学—国家文化产业研究中心主持的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动力机制研究”(71373119)的资助。

邵江

目 录

学术前沿

文化空间与在地性文化创意产业

——基于大理—丽江的实证研究 李 炎 何继想 / 2

不确定性社会的文化政策研究 钱 伟 / 13

中国区域文化产业竞争力评价研究

——基于 2013 年截面数据的实证分析 胡洪斌 / 21

论文化与科技融合的经济自觉 杨旦修 / 38

产业价值链视角下的文化产业人才培养策略研究 张 莉 / 48

文化金融

GRA 视角下文化产业的财政支持效应研究 周 莉 / 60

国际镜鉴中我国文化产业财政支持理念革新思辨 尚光一 / 77

财政补贴对我国旅游景区门票价格的影响 黄文迁 陈 广 薛立国 / 87

文化消费

区域中心城市文化消费比较研究 胥胜锋 / 98

大学生旅游过程中的“文化休克”现象及其原因探究

——以三江学院学生为例 曾 超 / 111

版权经济

“互联网+电影”:BAT 与电影产业的新媒体激变 阮南燕 / 124

我国图书零售市场差异化竞争研究

——基于转售价格维持的分析框架 姜照君 / 134

转型与挑战:信息时代的出版业发展 胡慧源 杨璇 / 143

文化贸易

“一带一路”战略下我国对外文化贸易格局的新变化及路径选择 ... 唐月民 / 152

国际文化贸易制度环境研究:宏观政策与微观态度 吴建军 郭新茹 / 164

对外开放对中国电影产业发展的作用:兼论进一步扩大开放的战略
..... 罗立彬 / 179

产业创新

城市人文形象构建下的行业语言服务能力研究

——以旅游行业中导游语言服务为例 李艳 齐晓帆 / 192

中国体育产业发展的逻辑基点

——对发展体育产业 促进体育消费政策的解读 王洪兵 / 205

博士论坛

四川文化产业转型升级的优势、问题与对策 韩英 冯兵 / 218

马克思的精神生产理论及其对我国文化产业发展的启示

..... 张培奇 张生 / 228

旅游型水乡建设背景下文化产业与水乡景观互动研究

..... 王玮 王浩 文博 / 237

中国古代陷入“家天下”路径依赖的原因分析

——从新制度经济学和进化博弈理论角度探析 张焱 / 251

文化产业结构演进特征及其机理分析

——以西安市为例 张茹茹 薛东前 刘振峰 / 269

CONTENTS

Academic Frontier

- The Culture Space and Grounded Creative Industry——Based on the Empirical
Study of Dali and Lijiang Li Yan He Jixiang / 2
- Cultural Policy Studies in Uncertainty Community Qian Wei / 13
- The China Regional Cultural Industry Competitiveness Evaluation Research——
Based on an Empirical Analysis of Data in 2013 Hu Hongbin / 21
- On the Integration of Culture and Technology Economy Consciousness
..... Yang Danxiu / 38
- Study on talent cultivation strategy under culture chain through cultural value
chine perspective Zhang Li / 48

Culture Financial

- Research on the Financial Support Effect of Cultural Industry Based on the
Perspective of GRA Zhou Li / 60
- Financial Support and the Development of the Cultural Industry in the
International Horizon Shang Guangyi / 77
- The Impact of Financial Subsidies on the Price of Scenic Spots
..... Huang Wenqian Chen Guang Xue Liguó / 87

Market Consumption

- Comparative Study on Cultural Consumption of Regional Central City

- Zan Shengfeng / 98
- Research on “Culture shock” of travel and its influencing factors——Case Study
on Sanjing university Zeng Chao / 111

Copyright Economic

- The Internet Plus Movie: BAT and the Change of Movie Industry in New
Media Ruan Nanyan / 124
- Research on the Differentiation Competition of Book Retail Market in China——
Based on Resale Price Maintenance Jiang Zhaojun / 134
- Transformations and Challenges : the Publishing Industry in Information Era
..... Hu Huiyuan Yang Xuan / 143

Cultural Trade

- The new changes and route selecting of China foreign cultural trade pattern
under the strategy of “One Belt and One Road” Tang Yuemin / 152
- The study of International cultural trade system environment; macro policies and
micro attitude Wu Jianjun Guoxinru / 164
- The Role of Opening Up to the Development of Chinese Film Industry and A
Study on the Strategy of Further Opening Up Luo Libin / 179

Industrial Innovation

- The study of industrial language ability undering the background of construction
of urban cultural image—taking guide language services in the tourism
industry as an example Li Yan Qi Xiaofan / 192
- The Logic of the Development of Chinese Sport Industry——the Understanding
of the State Sport Industry Development policy Wang Hongbin / 205

Dr. Forum

- The Advantage, Problem and Strategy of Sichuan Cultural Industry in Course
of Transformation and Upgrading Han Ying Feng Bing / 218
- On Marx's theory of spiritual production and its inspiration for the development
of culture industry in China Zhang Peiqi Zhang Sheng / 228
- Research on the Interaction of Cultural Industry and Water Landscape under the
background of Tourist Waterside town construction
..... Wang Wei Wang Hao Wen Bo / 237
- Analysis of "Jiatianxia" Path Dependence in Ancient China from the Perspective
of New Institutional Economics and Evolutional Game Theory
..... Zhang Yan / 251
- Evolutionary Characteristics and Mechanism of Cultural Industry Structure—A
Case Study of Xi'an Zhang Ruru Xue Dongqian Liu Zhenfeng/ 269

学术前沿

文化空间与在地性文化创意产业 ——基于大理—丽江的实证研究

李 炎 何继想

摘 要:全球化时代的文化创意产业在现代信息技术与世界性市场体系的支撑下呈现出跨区域、超时空的发展态势;另一方面,在地性文化创意产业也在特定的具有历史沿革意义的文化空间内执拗地生长与发展着。文化空间的类型、空间内文化资源配置、文化空间的聚合力,以及借助现代信息技术拓展其空间的能力决定了在地性文化创意产业的特征、规模和竞争力。

关键词:文化空间 在地性 文化创意产业

人类的生产生活活动都是在特定的空间内发生的。不同民族、族群在不同的地理环境中生产生活,创造了不同的生产生活方式,文化也因此孕育而生,从而形成与不同空间对应的多样性文化。空间也因此被赋予了文化的内涵,并成为特殊的文化表现形式。在1998年联合国教科文组织颁布的《宣布人类口头和非物质文化遗产代表作条例》中,明确地将人类口头和非物质文化遗产划分为两大类,一是各种“民间传统文化表现形式”,包括语言、文学、音乐、舞蹈、游戏、神话、礼仪、习惯、手工艺、建筑术及其他艺术、传统形式的传播和信息等民间传统文化表现形式;二是“文化空间”,其所指称的是某种集中举行流行的与传统的文化活动的场所,或一段通常定期举行特定活动的时间。^①在2003年的教科文组织第32届会议正式通过的《保护非物质文化遗产公约》中,其定义非物质文化遗产时,提出了“The Culture Space”的概念,将“文化空间”作为非物质文化形态的表现形式进行了界定。2003年和2013年的非物质文化遗产名录中也正式出现了像几内亚索索巴拉文化空间、摩洛哥吉马广场文化空间、乌兹别克斯坦伯逊地区文化空间等非物质文化遗产名录。文化空间作为一种非物质文化遗产形态和文化活动的空间场所的双重属性得到了

^① 王文章:《非物质文化遗产概论》[M],文化艺术出版社2006年版,第296页。

文化人类学家和国际社会的认同。“文化空间”在文化传承与创新发展中的作用和价值也日益凸显,成为文化旅游、文化创意和资本市场关注的对象。

文化是在特定空间内孕育、产生、形成和传承、发展的。文化空间有大有小。本文提出的文化空间更多指称的是更为宽泛的不同地区、民族、族群在漫长的发展进程中形成的,具有地方和民族特色,作为文化实践、传承、创新发展和相对稳定的,具有鲜明地区、民族特征的空间场域。文化空间无论大小,一旦形成,空间内独特的文化基因、文化资源、文化形态、文化结构,以及所形成的文化氛围又转化为文化资本,制约和影响特定的文化空间的文化传承、传播与创新。

一

文化空间有其文化属性,也有其自然属性。从自然属性看,文化空间是个地理概念。文化空间必须是相对独立存在的文化场,具有一定的物理、地理空间或场所,包括公共文化景观、公共文化场所,文化遗产和稳定的、流动性的生产生活场所。文化广场、广场文化、宗教场所、古村落、海岛、集镇中心、“大房子”、庙宇、寺观教堂、神山、圣山、河流、湖泊等都是文化空间自然属性的表现形式。文化空间具有时间性,积淀了不同民族、族群在其漫长发展过程中形成的具有综合性、多样性、节令性、周期性、神圣性、娱乐性的文化活动和文化符号体系等等。包括生产性、生活性、宗教性、岁时性的民间节日,神圣的宗教聚会纪念日,周期性的民间集贸市场,季节性的情爱交流场所,娱乐性的歌会舞节,盛大的祭祀礼仪及其场所,具有鲜明的地方性和民族性的文学艺术。文化空间的自然属性和文化属性形成的时空架构,成就了文化空间的生命与个性。文化空间也因此成为非物质文化遗产最为集中、最为典型、最为生动的形态和形式。工业革命以来,以工业文化遗产和大型公共文化设施、高校和城市商业文化中心区、大型主题公园为核心的现代城市文化空间也转化为后现代社会的文化空间。这些不同时空下形成的不同类型的文化空间,其文化资源配置、文化表现形态、空间的凝聚力、文化边界和拓展能力各不相同,但都成为在地性的文化生产、传播和传承的重要场域,是全球化时代区域文化经济发展的重要空间。

文化空间的边界有相对的稳定性,也会随着时代和社会的变迁不断变化,演绎着文化空间边界的解构与重构。前工业社会中,传统农耕经济和区域经济市场的地域性,文化生活的在地性,尤其是交通的通达性,以及不同文化空间内文化交流的成本因素等决定了文化空间边界的相对稳定和文化空间的自组织能力。文化空

间的相对稳定确保了文化空间的多样性,但也使得其文化的传播、创新与流变的能力不足。从文化多样性角度看,文化空间边界的相对稳定是文化多样性形成和保护的基础与条件。但从文化创新与发展看,文化空间边界的相对稳定,也成为文化创新和发展的一种阻力,局限了文化空间与外部文化之间的交流,限制了其获取新文化资源的能力,难以拓展其文化空间边界,提升自身的影响力。全球化和现代信息技术改变了空间的架构,文化空间相对确定的物理边界日益模糊,其文化边界则更是面临着解构和重构。特定的文化空间如能发掘其内在的文化资源,充分利用全球化带来的外来文化消费和快速变化的本土文化消费需求,通过现代信息技术和世界性市场服务体系,将特定的文化空间融入全球化的文化空间内,在更大的空间内,创新其资源的分布、配置和组合,则该特定的文化空间将可以转化成在地性的文化创意产业发展的重要场域。反之,其文化空间则会被其他经济形式所消解,走向解构和消亡。

“每种经济活动都要使用一组要素,那么经济活动的地方分布问题也就是确定后的生产要素分布的问题。而确定的生产要素组合的分布反过来又是一般的生产要素分布的问题了。”^①文化创意产业作为区域文化经济的一个重要组成部分,在其经济活动中也存在着要素的分布与组合问题。文化空间具体的文化表现形态以及文化资源的配置效率是决定在地性文化创意活动的基础。人类文明经历过农耕文明、工业文明和后工业文明三个阶段,人类三大文明都给今天的在地性文化创意留下了不同类型的文化空间。一般而言,农耕文明遗留下来的文化空间其文化表现形态主要是以传统村落、历史文化小城、生产生活性的节庆文化、民俗文化、民族民间艺术、民族民间工艺等。工业文明时代遗留下来的文化空间,文化创意活动所依托的资源要素主要表现为巨大厂区、遗存下来的机械、生产性空间和包括空间与城市、矿区、交通网络、信息资源和周边相对模糊的工矿与城市的交融带。其文化资源配置与空间分布和组合的内在逻辑暗合的是工业文明的大生产和可复制性。作为后现代社会中的文化空间,明显存在着物理空间与虚拟空间的对接和融合所带来的模糊边界,以及文化资源类型的多样性和流动性特征。物理空间与虚拟空间的对接为后现代社会的文化创意带来了潜在的活力和空间拓展的无尽想象力。人类三个文明阶段对应的文化空间,由于其资源的类型、特征和空间分布组合的巨大差异,三种空间内文化创意产业的实践和发展路径不同,三种文化空间内的在地

① [美]沃尔特·艾萨特:《区位与空间经济》[M],北京大学出版社2000年版,第29页。

性文化创意产品和服务方式也各不相同。对应农耕文明的文化空间,其文化创意经济更多的是混合性的文化创意活动,体现出来的文化创意产品与服务主要是展演型、体验型、工艺型的文化产品,其服务方式更多的则是文化旅游综合型服务。与工业文明对应的文化空间大多则是一种平台和体验相结合的服务方式,其文化创意产品则是艺术展示、广告、设计与现代艺术的体验。与后工业文明对应的文化空间则呈现其文化创意活动与城市社区一体化发展的态势,文化创意重回生活美学。文化空间内文化服务、图书、教育、艺术体验和公共文化设施与移动终端的文化创意服务渗透到日常生活的方方面面。都市文化空间内不间断的文化创意活动成为提升城市、大众生活品质的力量。

与工业文明和后工业文明对应的文化空间相比,中西部地区文化空间其文化资源相对稳定,文化生产与日常生活在特定的空间内相互交织,加之地方性文化消费相对不足,现代文化生产基础相对薄弱,文化转化为文化产品与服务的能力相对不足。要依托文化空间发展在地性文化创意产业,不仅要求文化空间的资源要具有可转化为大众文化消费产品的特征和能力,其文化资源的流动、分布要符合区域创新的要求。文化空间不仅内生性要强,还要具有相当的延展能力和吸引力,以促进文化资源的创新配置。西南民族地区具有鲜明地方特色和民族特色的文化空间很多,随着地方经济的发展,城乡居民可支配收入的增加,外来文化的影响和冲击。多种力量的博弈,催生了文化空间的现代建构。有些文化空间由于资源的相对单一,资源分布不尽合理,资源创新配置能力不足,空间延展性不强,面临着消逝和解构。但也有像“大理—丽江”这样的文化空间,其空间体量、资源种类、结构、资源的流动、布局与配置创新能力较强,空间的开放包容性好。他们秉承其文化空间在更大区域空间内的区位优势,历史文化空间的开放性、包容性,在全球化和网络化时代,充分利用其文化资源的共有价值和文化的差异性,主动将其文化空间融入全球范围内,拓展出文化创新发展的边界。文化空间的“创新能力正日益成为地区文化经济获取国际竞争优势的决定性因素和地区参与竞争优势的标志”^①。在“大理—丽江”文化空间内,在地性文化创意活动的要素相互联系,相互作用,促进了文化资源向现代文化产品服务的转化,催生了多样化的文化体验,产生了不同类型的特色文化产品,形成了相对集中的文化创意产业集聚区。“大理—丽江”文化空间成就

① 李子彪:《区域创新系统——多创新集极共生衍化模型与实证》[M],知识产权出版社 2015 年版,第 13 页。