



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 张 苏 秋
郭 新 茹

创客文化与设计文化启蒙

管 宁

文化产业视域下海昏文化的传承、传播与创意开发

刘爱华

基于大健康视角的地区中医药文化产业发展研究：以南
京市栖霞区为例

宋宝香 尤 华

文化视角下企业内组织社会化对新生代员工工作投入的
影响

吕彦菲 潘 镇

“互联网思维”下我国数字出版“走出去”的问题与对
策

闫玉刚 魏 茁

澳大利亚图书馆数字版权保护体系及启示

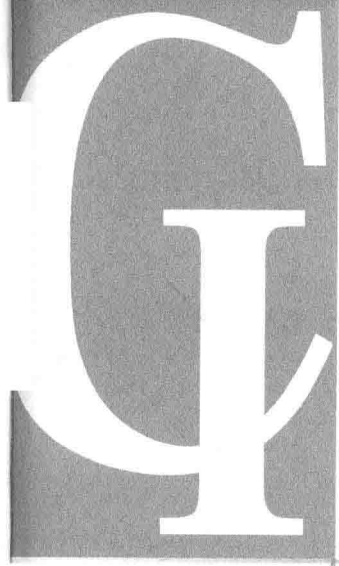
王艳红 潘杏仙

“框取”与“溢出”：电影作用于城市旅游的机制
张经武



南京大学出版社

14



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 张苏秋
郭新茹



南京大学出版社

14

图书在版编目(CIP)数据

文化产业研究. 14 / 顾江主编. — 南京: 南京大学出版社, 2016. 11

ISBN 978-7-305-17913-6

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(2016)第 281467 号

主 编 顾 江

副主编 张苏秋 郭新茹

编 辑 周 锦 姜照君 朱文静 吴建军
高莉莉 陈 广 车树林 王亚楠
贺 达 虞重立 李苏南 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(14)

主 编 顾 江

副 主 编 张苏秋 郭新茹

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 17.75 字数 308 千

版 次 2016 年 11 月第 1 版 2016 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-305-17913-6

定 价 58.00 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	于 平
王燕文	王家新
王廷信	左 健
刘玉珠	刘志彪
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
周 宪	周安华
孟 建	洪银兴
胡惠林	徐 宁
徐耀新	高书生
顾焕章	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

经济转型升级时期,产业发展提档升级,要求全面深化经济体制改革,转思想、调结构,从供给侧发力,寻找新的经济增长点。十八届三中全会以来,我国的新型城镇化战略、“一带一路”、“中蒙俄文化走廊”、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。

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。在融合发展的“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、江苏省文化产业研究基地、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》围绕着文化产业学术前沿、文化消费、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。自问世以来,秉承百年南大浓厚的学术氛围,厚积而薄发,以规范、严谨、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。

希望以《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

创客文化与设计文化启蒙	管 宁 / 2
我国文化产业安全概念内涵及其分析框架	周晓宏 郝春晖 郭文静 / 16
乡土社会与宗族文化——浅谈中国农村宗族文化的乡土根源	陶 勤 / 29

文化消费

文化产业视域下海昏文化的传承、传播与创意开发	刘爱华 / 42
浅析荒岛图书馆的社会文化服务功能	石晶晶 李 妍 / 54
马瑟励志海报：商业时代的经济利器	杨莉萍 何 靖 / 66

产业创新

基于大健康视角的地区中医药文化产业发展研究：以南京市栖霞区为例	宋宝香 尤 华 / 76
数字化时代下创意产业创新发展模式研究	贺 达 杨中石 / 87
基于 DEA 模型的长江经济带文化创意产业绩效分析	杨 毅 陈秋宁 / 96

文化金融

文化视角下企业内组织社会化对新生代员工工作投入的影响	
.....	吕彦菲 潘 镇 / 112

基于观众行为的表演艺术产品产值推估研究——以长沙市为例	
.....	方 圆 梁晶晶 / 125
博物馆文创产品的价值、设计方式和原则	陈凌云 / 144

文化贸易

“互联网思维”下我国数字出版“走出去”的问题与对策 ...	闫玉刚 魏 茁 / 160
电视节目模式国际贸易:动因及对全球电视节目产业的影响	罗立彬 / 171
韩国文化产业人才政策的特点及启示	张 蕾 丁凤熙 / 189

版权经济

澳大利亚图书馆数字版权保护体系及启示	王艳红 潘杏仙 / 202
甘孜藏区民族村寨保护与发展的现状、问题及对策	陈光军 周裕兰 / 211
动漫期刊 IP 产业链发展及跨界增值探析	蒋海军 / 222

博士论坛

“框取”与“溢出”:电影作用于城市旅游的机制	张经武 / 234
冷观网络剧之爆红	阮南燕 / 249
从非智力因素的视角研究新媒体专业学生就业水平提升的路径	
.....	沈逸君 仇存进 / 258

CONTENTS

Academic Frontier

- Maker Culture and Design Culture Enlightenment Guan Ning / 2
- The Conception Definition and Analysis Frame of Chinese Cultural Industry
Security Zhou Xiaohong Hao Chunhui Guo Wenjing / 16
- Rural Society and ancestral culture—On Local roots of Chinese Rural Clan
Culture Tao Qin / 29

Market Consumption

- Humble Opinion on the inheritance, Propagation and Creative Development of
Haihun Culture from the perspective of Cultural Industry
..... Liu Aihua / 42
- Analysis on the Social Cultural Service of Huangdao Library
..... Shi Jingjing Li Yan / 54
- Motivational posters of Mather; Economic means of Commercial Times
..... Yang Liping He Jing / 66

Industrial Innovation

- Region Traditional Chinese Medicine Cultural Industries Development Research
from the Perspective of Big Health; Based on a Case Study of Qixia

District in Nanjing	Song Baoxiang You Hua / 76
The research of the interactive innovation model in the cultural and creative industry	He Da Yang Zhongshi / 87
Industry Performance Evaluation of Yangtze River Economic Belt—Based on the Data Envelopment Analysis	Yang Yi Chen Qiuning / 96

Culture Financial

Influence of Company Organization Socialization on Employees' Job Engagement of the Generation "Y", From the Perspective of Culture	Lv Yanfei Pan Zhen / 112
Estimated Study of Production Value of the Performing Arts—Based on Audience Behavior in Chang Sha city	Fang Yuan Liang Jingjing / 125
The Value, Design Approach and Principles of Museum Creative Products	Chen Lingyun / 144

Culture Trade

Problems and Solutions of China's Digital Publishing "Going Out" With the "Internet Thinking"	Yan Yugang Wei Zhuo / 160
International Trade in TV Program Formats: Causes and Influence to the Global Television Program Industry	Luo Libin / 171
The Characteristics and Enlightenment of Korea's Cultural Industry Personnel Policies	Zhang Lei Ding Fengxi / 189

Copyright Economic

The digital copyright protection system of Australian Library and Its Enlightenment	Wang Yanhong Pan Xingxian / 202
---	---------------------------------

Study on the Protection and Development of Sichuan Ganzi Tibetan Traditional Village	Chen Guangjun Zhou Yulan / 211
An Analysis on the Development and Trans boundary Appreciation of Cartoon Journal IP Industry Chain	Jiang Haijun / 222

Dr. Forum

“Framing” and “Leaking out”: the Law of Film’s effect to City Tourism	Zhang Jingwu / 234
The Introspection of Web Series	Ruan Nanyan / 249
From the Prospective of Non-Intellective Factors to study the Approaches to Improve the Employment Level of the New Media Majors	Shen Yijun Qiu Cunjin / 258

术前沿

创客文化与设计文化启蒙

管 宁

摘 要:近年兴起的创客文化,以个人和团队的爱好致力于各领域的创造,由此形成创新的重要驱动力;作为创客文化主体的创客,不仅延伸和拓展了各种高新技术的新用途,而且激活了知识库存,促进了产品创新与推广,引发了文化再生产,导致新经济模式的诞生和新工业革命的降临。设计文化是创客文化发展的重要基础,是后工业时代不可或缺的基因,也是文化繁荣的标志之一,在今天世界先进制造业和文化创意产业发展中具有举足轻重的地位。在我国,尽管传统文化中拥有丰富的设计文化资源和智慧,但现代设计文化缺失、大众设计意识淡漠,亟待进行设计文化启蒙。创客文化和设计文化发展需要宽松、包容的环境,政府、社会、企业和学校等对创客文化环境的营造都赋有其自身的职责。建立具有中国本土特色的设计文化体系和创客文化,应该成为我们未来致力的方向。

关键词:创客文化 设计文化启蒙 后工业时代 文化创意

时至今日,电视媒体的节目制作已不再单纯依靠专业人士,而拥有了种种新的手段和模式。近年电视媒体与流行音乐界携手,共同打造了一场又一场音乐视觉盛宴——《中国好声音》《我是歌手》以及《中国好歌曲》等的热播,不仅成就了许多电视品牌栏目,而且造就了一批流行音乐的民间歌手。如果说这些以选秀为主要方式的电视节目,为人们发掘了民间音乐和歌唱高手的话,那么,创客运动则是以提供平台和空间的方式,集聚了民间创意达人和创新能手,它所形成的创客文化,成为我们今天经济社会文化发展的重要驱动力。

创客运动是借助某种平台与组织形式集聚创意人才和智慧,并通过这种集聚以几何级数放大创意智慧的动态过程,这个过程的结果,不仅仅是一批创客之间的创意交流与碰撞,它还可能是一种创新的大爆发。创客运动打破了以往创意人才和创意人士的交流方式,扩大了创意社群,促进了跨界融合,形成了一种全新的创意集聚方式和创新创造模式,并逐步具有自身的内在规则和运作规律,由此产生了

创客文化。当然,在创客运动中,创意智慧的集聚与放大显然是有条件的——需要有智慧、自信、自强、自主的个体条件,以及让个体的能力和潜质获得全面发展的平等、互信、民主、自由的社会文化条件(环境),并以一定的社群组织结构、组织形态、团队协作、生产组织等方式,形成一个社会网络系统,最终实现创意智慧的碰撞、生发,带来层出不穷的创意和创新思想,并且能够形成产品和进入生产制造领域。而这一切又都有赖于互联网经济,以及先进制造业和以 3D 打印为代表的最新工业技术。

一、创客文化与创意阶层

何为创客文化?目前已有不少学者作了探讨和定义,认为创客文化是指:致力于个人或团队制造的专业人士和爱好者形成社群并不断壮大的景象;制作的作品包括技术装置、开源硬件或软件、时装、家庭装饰,乃至任何可用于现实生活中的作品(McCall, 2009)。对于什么是创客,克里斯·安德森的定义:“一群使用互联网和最新工业技术来进行个性化生产的人。”归纳国内外学者的分析,创客作为创客文化的主体,具有浓厚的个人兴趣和发明特长、善于使用互联网和新技术、擅长改进式创新并拓展新用途、乐于和有相同爱好者一起制作并共享等特征。很显然,从创客的特征及其行为的出发点来看,其对经济社会乃至文化发展的独特作用不言而喻:创客不仅延伸和拓展了各种高新技术的新用途,而且激活了处于存量状态的知识库存,使人类智慧的潘多拉之盒被打开,推动了技术传播和运用,促进了产品创新与推广,引发了文化再生产,并导致新经济模式的诞生和新工业革命的降临。

创客文化在今天的勃兴不是偶然的,有其深刻的背景。

经济新常态背景下,从产业升级、结构优化,到供给侧改革、消费升级,无一例外需要更多的技术创新和文化创新。在前互联网时代,创新创造主体主要是专业科技人才和文化创意人才,而当互联网普及带来知识传递便捷、创意共享成为可能的当下,消费者大众就成为参与创新的重要群体。我国大众创业、万众创新的提出,创意众筹、众包的出现,在很大程度上是基于今天网络社会发展的特点和需要。大众消费者加盟创新,极大地释放了人们的聪明才智,为经济发展、科技创新、文化创意注入了鲜活思想和无穷的动力。在此背景下,创客文化的兴起,改变了以往单纯依靠专业科技和文化人士决定产品设计和市场趋势的局面,大众消费者参与新产品新项目的设计创造,扩大了专业技术和知识的应用范围与领域,不仅促进了技术创新和产品更新,而且极大地推动了产品的多样化、个性化,使定制消费、

品质消费、体验消费等成为新兴的消费趋势,并在这一过程中形成新的商业模式。

新技术革命一波接一波席卷而来,带给经济和社会领域深刻的变革,不断影响和改变着人们的生产方式、商业模式和生活方式。以互联网和移动互联网为核心的信息技术突飞猛进,而 3D 打印、开源电子原型平台(Arduino)等的诞生,让不同爱好的消费者的产品制作和 DIY 有了施展的空间,创客文化因此拥有深厚的生长土壤。许多大型科技公司内部,就向员工提供各种类似创客空间的平台,使科技和文创人才能够尽情发挥创造力和想象力。

各国政府从振兴经济角度,提出重振制造业的战略计划,意识到民间的创造力不可限量,纷纷出台政策鼓励和支持各类群体、各种身份的有创造爱好和志向的人从事创新活动。我国在 2015 年政府工作报告中提出“大众创业、万众创新”,并出台《关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》《关于支持新产业新业态发展促进大众创业万众创新用地政策的意见》等,对科研人员创业、小微企业创新等给予融资、用地等方面政策支持;而美国早在 2012 年就推出《促进创业企业融资法》,通过政策鼓励大众融资平台建设,以促进大众创新创造。英国、德国、法国、日本等国家,也出台相应政策措施,支持本国的大众创新创业。可以预见,随着创客运动的兴盛,科技创新与运用所带来的生产和消费领域的深刻变革,将成为引领经济发展的重要驱动力量。

随着科技和社会发展,不仅行业分工越来越细,而且学科划分也更加细化。在这个过程中,存在另一个走向:在实践领域,行业融合往往产生新兴业态;在学科领域,交叉学科时常是创新的源泉。也就是说,跨界别、跨行业的融合发展,跨学科、跨领域的科技文化创新,往往能催生新业态、引领新创造、成就新模式。推动文化创意和设计服务与相关产业融合发展,不仅需要文化创意的介入,还需要科技创意、管理创意、规划创意和营销创意等的融入。这就特别需要树立集成创新的理念,超越学科、行业的视野,以多维度、大综合的思维方式,在交叉领域、跨界融合中实现创新。而创客文化的出现,正适应了这一历史趋势。

在这一历史背景下,以创客为核心的、致力于运用创意想法推动科技文化创新发展,进而为社会经济发展繁荣提供新动力的群体,成为这个时代的弄潮儿和新的阶层,也构成现代高端服务业的重要支撑。这个群体由于不仅仅限于专业科技人员,而是有越来越庞大的业余爱好者和广大消费者参与,使发明创造不再局限于发明家和专业人士,而是遍及普罗大众;不再局限于实验室等专业场所,而是遍及诸如车库、旧厂房、公共场所等形形色色的平台空间。在文化创意领域,也将不再是

由作家、艺术家、导演、演员、设计师、建筑师、手工艺者等组成的文化创意人才和团队独领风骚,而是拥有越来越多来自高校、社会、民间以及其他行业富有热情和想象力、有专业技能、善于运用互联网等技术手段,将丰富多样的创意想法变成产品的个人与团队的亮相登场。这批文化创客的出现,势必成为文化创意智慧集聚的重要来源。当下许多文化产业存在行业发展同质化、创新驱动不足、产品个性缺乏等弊端,格外需要一批文化创客的加盟和介入。但文化产业领域所需要的为数众多的文化创客,仅仅依靠自发的形成和自发的组织集聚远远不够,还应当有意识地创造条件,设立各种形式的文化创客孵化基地,构建相关扶持和服务平台,引导和鼓励文化创客的互动交流,营造创客文化发展的良好环境,让文化创客在适宜的土壤中快速成长。

经济新常态下,结构优化与创新驱动,无疑都离不开创客文化的发展。经济结构优化需要的高端综合设计服务、高端文化创意服务、高附加值产品与品牌、优质原创能力等,都有赖于创客文化提供源源不断的创意思想、创新理念、创造动力。创客们的创新驱动,不仅有助于推动传统产业转型升级,还将带来一系列新兴业态和新商业模式,并在促进行业融合、新产品开发方面发挥举足轻重的作用。我国政府提出“大众创业,万众创新”,便是从国家层面鼓励创客文化的发展,积极营造创客时代所需要的外部环境。在此背景下,创客将逐步成为社会新宠,其数量在未来也将与日俱增,形成庞大队伍。这些代表新经济和新生生产力的群体,便成为新的社会阶层——创意阶层,而随着创客文化的兴起与蓬勃发展,创意阶层的崛起也势在必行。

二、创客文化与设计文化启蒙

创客文化的兴盛虽然与互联网的普及密不可分,并且许多创新思想和行为必须借助互联网才能形成创客的社群文化,其中科技运用性创新、微创新成为重要内容和形式。在文化创意产业领域,新常态下面临的转型升级与提质增效,同样需要借助创客文化的发展来推进。事实上,文化创意领域的许多创造与生产模式,如工作室、咖啡坊、创意团队、创意集市等,本身就具有创客文化的特性。当然,这与创客文化所特有的内涵与形式还是有区别的——创客文化更强调创新主体基于兴趣爱好的创造创新行为,功利色彩淡薄,强调创客之间广泛密切的交流互动,强调创新成果的共享。这种以人的内在创造冲动为特征的无功利的创意创新活动,将最大限度地激发人们的创意智慧和创新潜力。因此,在文化创意产业领域,也需要大