



北京大学文化产业前沿教材

李向民 著

# 中国文化 产业史

湖南文艺出版社

李向民 著 ● 湖南文艺出版社



# 中国文化产业史

**图书在版编目 (CIP) 数据**

中国文化产业史 / 李向民著. —长沙: 湖南文艺出版社, 2006. 9

北京大学文化产业前沿教材

ISBN 7-5404-3787-1

I. 中... II. 李... III. 文化—产业—文化史—中国—高等学校—教材 IV. G129

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 100041 号

**中国文化产业史**

李向民 著

责任编辑: 刘茁松

图书设计: 郭天民

出品: 湖南出版投资控股集团教材中心  
湖南文艺出版社

湖南文艺出版社出版、发行  
(长沙市东二环一段 508 号 邮编: 410014)  
湖南新华印刷集团邵阳分公司印刷

2006 年 9 月第 1 版第 1 次印刷  
开本: 720×960mm 1/16 印张: 26  
字数: 360,000 印数: 1—3,000

ISBN7-5404-3787-1  
I·2310 定价: 45.00 元

本社邮购电话: 0731—5983015

若有质量问题, 请直接与本社出版科联系调换。

## ● 作者 简介

**李向民** 南京航空航天大学文化产业研究中心主任、教授、博士生导师，江苏省文化产业集团有限公司董事长，“中国文化产业十大杰出人物”，享受国务院特殊津贴专家。著有《精神经济》《大梦初觉》《中国艺术经济史》《中国艺术品经营史话》等专著，是中国最早研究文化产业的学者之一。

# 北京大学文化产业前沿教材 (第一辑)

文化产业战略与商业模式  
陈少峰 著

中国文化产业史  
李向民 著

文化企业管理  
王晨 编著

文化产业人力资源开发  
向勇 主编

区域文化产业  
花建 著

责任编辑：刘茁松  
图书设计：郭天民

# 北京大学文化产业前沿教材

## 主 编

叶 朗 李向民

## 执行主编

陈少峰

## 总 策 划

朱建纲

## 策 划

刘清华

## 策划助理

向 勇 王 晨 谢不周 李文君

## 指导单位

文化部文化产业司

北京大学社会科学部

## 主持单位

北京大学文化产业研究所

国家文化产业创新与发展研究基地

南京航空航天大学文化产业研究中心

## 出品单位

湖南出版投资控股集团教材中心

湖南文艺出版社

## 学术顾问委员会

叶 朗 丁 伟 丹 增 张国有 朱 虹 王永章  
刘玉珠 王 涛

## 编委会

叶 朗 谢 锐 张新建 程郁缀 张晓明 朱建纲  
李向民 熊澄宇 喻国明 金元浦 胡惠林 王 强  
陶东风 王育济 施维达 冯子标 花 建 祁述裕  
齐勇峰 欧阳友权 张朝霞 徐世丕 罗争玉 陈少峰



# 总序

进入 21 世纪，中国的经济与文化发展进入一个新的融合时期，产业结构调整稳步推进，文化产业作为中国经济的重要的支柱产业已经引起政府部门和整个社会的高度重视。在这种形势下，文化产业的学科建设和文化产业的人才培养就成为一个极其紧迫的任务被提到了我们的面前。

为了适应这种形势的需要，我们组织编写了这套“北京大学文化产业前沿教材”。这套教材针对文化产业新型人才的分析问题能力和实践能力的培养，突出对产、学、研密切结合领域的探索和把握，突出以产业链结构为核心的跨学科的知识整合。

我们在策划这套教材的时候，注意到使这套教材具有比较广泛的适应性。也就是说，这套教材既适应文化产业管理专业的本科生和研究生的专业课，也适应与文化产业相关的其他专业如新闻传播、广告、艺术、娱乐表演、出版、新媒体等专业的选修课；它们既可以作为在校学生的教材，同时也可以作为文化产业领域的从业人员及文化与宣传领域的管理人员的自学读物。

我们邀请了全国高等学校文化产业研究机构的许多知名学者和文化产业领导部门的一些领导同志参加这套教材的编写工作，这将有助于使



我们这套教材尽可能地综合当前国内外文化产业学科的最新成果，达到比较高的水平。

最后，我要对湖南出版投资控股集团董事长、总经理朱建纲先生以及出版社的编辑为这套教材付出的心血和劳动表示深深的谢意！

叶 朗

2006年7月



中国文化产业史

# 前言

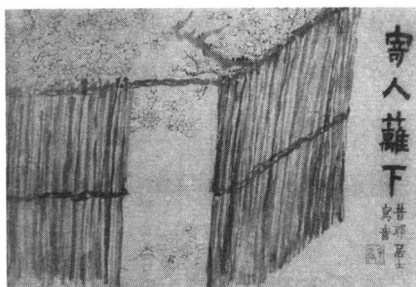
文化产业，作为一个概念是工业革命的产物，也是一个典型的舶来品。从本质上讲，文化产业具有一种与中国传统主流文化格格不入的东西。因为中国古代的文人文化是主体性的、表达自己内在精神世界的高雅活动，而那些产业化、市场化的文化行为，似乎是卑下的、庸俗的，甚至是沾满铜臭的。

因此，在“文化产业史”之前加上“中国”的定语，就显得有些尴尬，就像让一个西装革履的帅哥戴上一顶瓜皮帽。但是，真的戴上了，再一看，倒也别有一番景象。我们不是狂热的国粹主义者，也从不认为中国无所不具，外国的奇技淫巧都从中国偷学的。但是，如果我们带着“文化产业”这个手电筒，冒冒失失地闯进中华五千年文明的宝藏，却也同样可以洞察一道活活泼泼的“时光隧道”，看到那些编钟、画卷、青铜器们，抖落身上的尘土，演绎出同样绚丽夺目的大戏。因此，中国的文化产业不是天外飞落的陨石，也不是从花果山蹦出来的石猴，它是一条苍龙，从遥远的远古飞来，有时潜龙在渊，有时飞龙在天，呼风唤雨，摇头摆尾到今朝。

那么，在这昏暗的历史中，我们能看到什么？

文化产业不同于一般的文化艺术活动，它的内涵要小得多。首先，这是一种功利行为。自娱自乐的行为，照理说就该排除在外，比如说王羲之约了一帮文人墨客，去兰亭雅集，曲水流觞，吟诗写字，自然不算。与之相似，艺术家个人的遣兴之作，比如说俞伯牙坐在钟子期的坟前弹一曲《高山流水》，也不是文化产业。但是，有些事情我们得小心，比如说李白送一首诗给某人，看起来没有发生一手交钱、一手给诗的交易，但可能是这位庄主收养了诗人多日，为他安排了生活，这其实是一种变相的交易行为。

这就带出了另一个问题。“扬州八怪”中多人曾经寄居大盐商家中，陪侍主公作画，是不是也是一个经济活动。而历朝历代，皇宫里网罗的一大批杰出艺术家，他们为王昭君画像，为杨贵妃伴奏，陪武



则天游龙门献诗，甚至在康熙的生日宴上演出《长生殿》，这是什么行为。我们可以简单将其概括为“艺术赞助”。但艺术赞助只能说明资金的来源，不能决定文化活动本身的性质。为了不被纷繁的现象所淹没，我们将这些问题暂时放到一边。我们取舍的标准，只有一把尺子，这就是，在一次具体的活动中，有没有拿了钱。比如说，韩愈收了钱才帮人写墓志铭，李龟年“安史之乱”以后才流落江南卖唱。

当然有些事情就比较清楚，比如郑板桥就明码标价地卖对联和竹子，梅兰芳拿了包银才粉墨登场。至于杨柳青的年画、景德镇的瓷器、吴桥的杂技，显然是具有复杂的分工、标准化的流程、大规模的贸易、严密的组织，等等等等，很工业，因而也就自然而然地是文化产业史的重要

角色。

这不是一般的艺术史，因为艺术史不愿谈钱。这也不是经济史，因为经济史拒绝浪漫。这一切，决定了文化产业史像一个在刀锋上游走的幽灵，踉踉跄跄，但是我们希望它能越走越稳。但此刻，我们且不要伸手去扶它，给它一根竹竿吧，看它能走多远。

这根竹竿有这么几节，分别是文学业、绘画业、书法业、演艺业、工艺业、雕塑业和建筑业，当然还有后来出现的唱片业、电影业等等。

我们首先需要发现一些与经济有关的文化活动，比如交换工艺品、在街头卖唱，还要寻找那些文化艺术活动背后的经济支持，比如说是谁给了艺术家工钱。这样我们就陆陆续续地发现一些零散的价格资料，让我们知道青铜器的工钱、名家的画价。再进一步，我们可以了解在这些文化活动中，艺术家的功利动机、对利益的计较，各种憨态、丑态跃然纸上。当然，我们永远也不能忘却在社会下层奔波的民间艺人，他们对文化产业理解最深、最质朴，所做的探索也最大胆。就像大包干是凤阳小岗村农民的创举一样，中国文化产业的最早的行业协会是由一帮在寺庙作壁画的画工组织的。这些问题，我们不忍放弃，也许正是从这些蛛丝马迹中，我们可以寻找出中国文化曾经跋涉过的崎岖泥泞的产业化道路。



中国人一直对艺术品价值（价格）感到迷惘，有点头晕。唐代张彦远认为，绘画价格根本无从确定，不可捉摸。他说：“书画道殊，不可浑诘。书即约字以言价，画则无涯以定名……画之臻妙，亦犹于书，

此须广见博论，不可匆匆一概而取……但好之则贵于金玉，不好则贱于瓦砾，要之在人，岂可言价。”<sup>①</sup>按照这种看法，绘画的价值实体完全无从把握，其市场交换价值（价格）的确定并不本自绘画艺术品内在的因素，而完全由外部因素确定。这种外部因素，最重要的是人们对绘画艺术水平的认识。而由于各人审美趣味迥异，价格会大相径庭。因此，价格取决于人的主观判断，全无客观标准，更谈不上其实质内涵，实际上陷入了价格不可知论。宋代大画家米芾也有同样的困惑，他说：“书画不可论价，士人难以货取，所以通书画博易，自是雅致。”<sup>②</sup>其实这并不是中国文人想不通，就连经济学说史上赫赫有名的，19世纪英国古典政治经济学的集大成者大卫·李嘉图也弄不懂，它认为，像艺术精品这样一种所谓稀缺性商品，“它们的价值与原来生产时所必需的劳动量全然无关，而只随着希望得到它们的人的不断变动的财富和嗜好一同变动。”<sup>③</sup>

这本文化产业史自然没有任务去研究这些复杂的问题，将它留给精神经济学去坐冷板凳吧。我们就当一回太史令，尝试着写一回文化产业的史记，再不济，就学学皇上身边的近侍臣工，记一本文化产业的《起居注》，为日后进一步的研究存下一些也许有用的第一手资料，也为今天我们研究和从事文化产业提供一些可资借鉴的史实。

这就涉及到搜集史料的方法和方式。先看材料的来源。历史材料大致可分为文字材料和实物材料。有关历史的文字材料很多，甚至无法准确划定其外延，一切能够反映历史事实的文字材料，无论是正史、文学作品、笔记野史等等都可成为史料。不少人对这些文字材料，尤其是文

---

① 张彦远：《历代名画记》卷二《论名价品第》。

② 米芾：《画史》。

③ 大卫·李嘉图：《政治经济学及赋税原理》，中译本，商务印书馆1962年版，第8页。

学作品和笔记野史的可靠性提出质疑，其实这是大可不必的。我们知道，历史的真实至少包括两个方面，即历史事件的真实和历史背景的真实。在某些文学作品中，事件的真实性颇可怀疑，甚至可以认为是完全出于虚构，但我们没有理由也因此而否认其背景的真实性。作为一个时代的作者，他的思想不能不受到当时社会背景的深刻影响，其记载和创作都无不打上了时代的烙印。从这个角度说，几乎所有的文字材料对于某一具体时代来说，都是真实可靠的。余英时在《古代知识阶层的兴起与发展》一文中的一段议论显然是颇有见地的：

《史记》、《战国策》及诸子著作中涉及游士之生活与思想者，其个别故事之真实性几乎全都可疑，其中当然有夸张、误传，以至捏造等等情况。但是从社会史的观点说，它们所显示的时代通性则绝对可信，因为即使是捏造，也是当时的社会心理的产物也。本文采用这些材料，仅取其通性之真实，并不表示接受个别故事为历史事实。<sup>①</sup>

本书也出于同样的认识，广泛而大胆使用这些似乎可疑实则可信的文字材料。这种文字材料的延用，对于艺术经济史来说有着特别的意义。因为艺术经济活动有很大一部分是属于民间活动，在各代的社会地位和功用远远赶不上政治、军事、经济等等，在中国传统的英雄史观指导下完成的历代正史中，并没有艺术经济的位置。在那里，我们几乎很难找到史学先贤的记载。因此，我们只能把注意力转向其他文字材料。当然这并不意味着，我们就此放弃对文字材料的鉴别和考证。

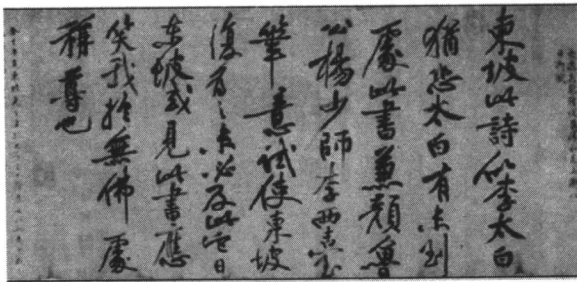
事实上，有许多文字材料是具有相当的可信度的。如书画题跋、笔记、日记等等，事件大多为作者亲历，也相当可靠。同时正史中也有不

---

<sup>①</sup> 余英时：《士与中国文化》，上海人民出版社1987年版，第73页。

少材料从侧面反映了各代艺术经济的情状。

实物材料也相当有用。这种实物随着考古发掘的不断开展而越来越丰富。历代文物遗址都从一定的角度反映了艺术经济的发展状况。



比如我们通过研究某宫阙遗址，测定建筑工程的规模，可以估算人力、物力和财力的投入，分析大型艺术经济活动的组织情况。通过寻找雕梁画栋的陈迹，可以了解当时艺术消费的状况和水平，等等。再如通过分析一地出土的玉器，研究其来源，进而认识当时进行工艺品商品化生产的情况和运输、交易情况。



中国文化产业史

# 目录

## 总 序

## 前 言

## 第一章 洪荒时代 002

### 第一节 艺术起源的经济学观点 002

- 一 实用艺术——物质生产中“走私”的美感 002
- 二 装饰艺术——物质生产外派生的美感 003
- 三 原始宗教——古代艺术发生的助推器 004

### 第二节 艺术品交换与艺术等价物的出现 007

- 一 装饰艺术品是人类最早的私有财产 007
- 二 艺术商品化的滥觞 009
- 三 艺术生产商品化的萌芽 010
- 四 商品观念向氏族内部的渗透 012
- 五 艺术品是一般等价物的早期形态 013

## 第二章 夏商西周 015

### 第一节 青铜器和玉器及其生产 016

- 一 青铜艺术的社会价值 017
- 二 以青铜器为中心的艺术经济活动 018
- 三 国家对青铜器生产的管理 019



四 玉器艺术及其生产 028

## 第二节 王室的艺术消费 030

一 祭祀 031

二 建筑 033

三 宫廷宴乐与乐舞奴隶 035

## 第三节 艺术市场 038

一 工艺市场 038

二 文学市场:采诗之谜 042

# 第三章 春秋战国 045

## 第一节 工艺业 046

一 艺术价值的经济认同 046

二 青铜器的生产管理:物勒工名 047

三 艺术品市场的出现:珠宝之利百倍 049

四 艺术品价格及其变动:陶朱公的白璧 051

## 第二节 建筑业 052

一 工程预算:大型工程的计划性 053

二 劳动力的安排:不误农时 054

三 材料供给:许绾的死谏 055

四 赋敛聚财:勾践的阴谋 056

五 筑工地位:歌手助兴提高效率 057

## 第三节 演艺业 058