

燕京

文化创意产业

学刊

2015年卷
(总第6卷)

主编 包晓光
副主编 罗赟

中国社会科学出版社





燕京 创意文化 产业学刊

2015年卷（总第6卷）

主编 包晓光
副主编 罗赟

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

燕京创意文化产业学刊. 2015 年卷: 总第 6 卷 / 包晓光主编.
—北京: 中国社会科学出版社, 2016. 7
ISBN 978 - 7 - 5161 - 8419 - 6

I. ①燕… II. ①包… III. ①文化产业—北京市—丛刊
IV. ①G124 - 55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 138263 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 安 芳
责任校对 周 昊
责任印制 李寡寡

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 北京君升印刷有限公司
版 次 2016 年 7 月第 1 版
印 次 2016 年 7 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 27
字 数 443 千字
定 价 89.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话: 010 - 84083683
版权所有 侵权必究

本卷学刊出版得到首都师范大学文学院专项经费资助

学术顾问 陆贵山 李醒尘

编委会 包晓光 祁述裕 李怀亮 向勇
洪泉湖(台湾) 陈瑛 张朝霞
徐国源 李康化 陈信凌 赵玉忠
董庆文(美国) 秦勇 凌燕
杨霞

前 言

清点时下主流媒体反复言说的热词，“供给侧改革”是一个出现时间较短、热度颇高的一个说法。主流媒体的声音往往代表政府的想法，所以，“供给侧改革”这个有些经济学家味道的说法，可能预示了我国“十三五”时期甚至更长一个阶段的改革的方向与重点，因此，特别值得关注。

厘清“供给侧改革”的内涵与外延，我们发现，“学究”气的表述后面蕴含着的道理其实颇为严峻。什么叫“供给侧”？说白了就是商品与服务的生产方、提供方。与“供给侧”相对的是“消费侧”或“需求侧”，也就是接受、使用那些商品与服务的方面。显然，“供给侧”与“需求侧”谁都离不开谁，二者互相依存，是对立统一的关系。

如果把主体“人”代入“供给侧”与“需求侧”，“供给侧”是“生产者”“服务者”“制造者”一方，“需求侧”也就是“消费者”和“使用者”一方。这里的主体可以从多个层面来理解，比如从宏观、中观、微观方面，可以将“供给侧”理解为社会生产各行业、企业、从业者三个方面；可以将“需求侧”理解为国家与行业组织消费、团体消费、个人消费。但是，不管从哪个层面来看，最终的基础性的层面都要最终落实到劳动者或消费者个人身上，不管是“供给侧”还是“需求侧”，都是如此。

既然“供给侧”要“改革”，就说明“供给侧”有问题、有改革的必要，非改不可。中国改革开放三十多年来，“供给侧”最本质性的变化就是逐渐把命运交给市场（虽然不是所有和全部），由市场决定生产什么、生产多少、怎么生产。中国“供给侧”——行业、企业、从业者对利润的追求所创造的巨量货品，使“中国制造”举世皆知。然而，在人们为此兴奋不已的时候，“供给侧”的问题日益显见。随着这些问题的尖

锐化,人们开始检讨和反思问题,媒体上出现越来越多的关于这些问题的表述。

比较自觉地反思生产——“供给侧”问题,21 世纪初期就开始了。比如那时的“三角债”就是一个非常著名的说法,它使中国国企举步维艰,陷入债务的怪圈,不少企业发不出工资,只好用产品充抵,发给工人去卖。面对危机,中国政府积极推动以建立现代企业制度为追求的“供给侧”改革,通过“债转股”、企业兼并重组等方式,为企业解套。记得像东北那样的老工业基地,不少国营大型企业纷纷倒闭,企业“富余人员”纷纷下岗,自谋生路。可以说那是一个充满转型痛苦的时期,劳动者作为生产者和消费者承受了双重的苦难,不少家庭生活拮据。如果夫妻双职工都下了岗,其生活的困苦可想而知。

2002—2012 年,中国经济发展很快,GDP 增长速度在世界新兴经济体中名列前茅,“中国制造”为世界各国人民,特别是发达国家的人民带来了实实在在的好处。但是“中国制造”背后的问题并没有消失,在某些方面反而更加突出。当时的一个著名提法是“可持续发展”,后来还提出了“生态文明”的思想,应该说这些“热词”代表了新的反思深度。回头看看当时中国国民经济的“供给侧”,我们每年生产的钢铁、煤炭、水泥产量都接近天文数字,化石资源产地发生的各种矿难司空见惯,对不可再生资源的疯狂无序的掠夺在造就一批批富豪的同时,也带来了日益严重和普遍的生存环境问题。显然,那时人们就痛苦地意识到,这种经济增长模式不能再持续下去了。尽管如此,中国经济的庞大体量以及国际经济既定秩序的不合理性,使中国经济的自主转型变得非常困难。事实上,这个时期发端于美国、波及全球的次贷危机,进一步加剧了中国“供给侧”的问题,4 万亿的投资刺激计划,在保持增长的同时也强化甚至扩大了“供给侧”与“需求侧”的矛盾。

2012 年之后,一些曾经著名的“热词”逐渐从媒体和人们的视听中消失,其中“和谐”的淡出特别引人注目。实际上,“和谐”是人们的普遍理想,《共产党宣言》中描述的共产主义社会就是一个和谐社会。在和谐社会里,供需是平衡的,没有不足也没有浪费,一切都恰到好处。但是,中国国民经济的现实远非如此,“供给侧”与“需求侧”的矛盾正在使我们远离“和谐”,所以“和谐”虽然是一个美好的愿景,但是在当下却掩盖和模糊了人们对问题与矛盾的认知。所以,“和谐”消失之后,

“问题”就浮出水面，不能不想办法解决。

与“供给侧改革”配套的说法还有“三去一降一补”，内容是“去产能”“去库存”“去杠杆”“降成本”“补短板”，其矛头都是相对于“供给侧”的，这说明“供给侧改革”当前要做的就是这“三去一降一补”。应该说“三去一降一补”目标明确，有针对性，但如何落实是个难题。以房地产业为例，大家都知道房地产开发是地方政府收入的重要来源，是开发商谋取巨额利润的事业，将房价保持在一个较高水平上，同时其上下波动又让供需双方能够接受或忍耐，符合政府、开发商和业主的利益。所谓“断崖式”下跌，是政府、开发商、业主都不愿意看到的。但是，对于降低住房库存来说，只有两个途径：一个是提高消费者对住房的购买力，另一个是将房价降低到足够多的消费者能够购买的水平上。在目前来看，一般劳动者虽然对住房有强烈的消费欲望，但其收入增长乏力，很难为高库存埋单。以北京为例，2015年城乡居民平均可支配收入为4.8万元，一个三口之家其家庭年可支配收入不足15万元。北京目前五环外的自住房或两限房价格基本都在每平方米两万元以上。以这样的收入购买70平方米的自住房，不吃不喝也至少需要10年。目前，中国经济正处在下行区间，世界经济复苏乏力，难以指望居民购买力有明显的提高。因此，“去库存”是一个两难课题。

所谓“去产能”，当然是指去除那些过剩的、落后的、与需求脱节的产能。实际上，改革开放以来，去产能的工作一直断断续续在做。比如我们还记得，当纺织业出现过剩的时候，要限产压锭；当煤炭业过剩的时候，要关闭非法小煤窑；当钢铁业过剩的时候，要关闭一些落后的钢铁企业。凡此种种都属于“供给侧”的主动调整。过剩的、落后的产能生产出难以消化的高库存，所以，过剩产能与过量库存是一个问题的两个方面，其背后起支撑作用的是大量低端劳动资本以及占有这些资本的利益攸关方。因此，“去产能”与“去库存”一样，是一个两难课题。

“杠杆”是一种工具，人们运用杠杆往往是为了省力，即以小博大、四两拨千斤。在经济活动中运用杠杆追求利益最大化是比较常见的经济行为。一般来说，“杠杆”往往掌握在权力机关手里。比如政府掌握行政、税收等政策杠杆；银行等金融机构掌握金融杠杆；企业掌握成本价格杠杆。一般民众四两拨千斤的投资行为也具有杠杆化的色彩，但是这种杠杆往往是权力机关精心设计的工具，对老百姓来说，与其说是一种投资，不

如说是一种购买,是“需求侧”的投机行为。杠杆是一个好东西,但是如果杠杆使用不当,撬动了本不应该撬动的东西,或者权力过于痴迷杠杆的力量,一味地投机取巧,那么杠杆的作用就变坏了。比如美国次贷危机揭露出来的对金融衍生工具的滥用,就是一种坏的杠杆化。在我国,某些实体企业将银行贷款用于投资股票、证券、房地产业的急功近利的行为,实际上就是一种过度的杠杆化,对经济健康发展的危害不可低估。“供给侧改革”要“去杠杆化”,说明我国实体经济的杠杆率偏高,如果实体经济中的骨干行业企业过度依赖融资投资产生的巨额回报,那么经营风险就会成倍上升,资金链的断裂必然会极大地拖累中国的实体经济。但是,“去杠杆”说起来也不容易,如何监管金融机构与企业间的关系与行为,也是一个不小的难题。

其实,说到底,“供给侧改革”就是要使“供给侧”的“供给”行为更加理性,更加守规矩、更加精细化。对于那些过剩的、冗余的、落后的,甚至坏死的“供给侧”怎么办呢?这就要用到另一个时下流行的官方“热词”：“壮士断腕”。“壮士断腕”是一种超经济的非市场的政府行为,就像生命体一样,当“供给侧”的某些组织坏死的时候,不得不下狠心断然去除掉这些威胁到整个机体生命的组织。“壮士断腕”实际上是不得已而为之,因为每一次“断腕”都必然会带来或大或小的痛苦,有些痛苦是很难承受的,所以,我们说“壮士断腕”也是一个两难课题。

与“三去”相比,“一降一补”更加符合传统经济学规律。如果说“三去”是减法,那么,“一降一补”就是加法。千方百计降低“供给侧”的生产和流通成本,就会提高“供给侧”的生产效率和效益。降低成本是商品经济社会产生以来企业生产的不懈追求,成本竞争是推动科技创新和技术进步的强大动力。因此,“供给侧”总是要千方百计地寻求降低生产成本之道。实践表明,降低成本的方法有很多。比如劳动力密集型企业通过廉价劳动力来获取超额利润,这种做法用一个流行“热词”来说就是所谓的“人口红利”,随着中国劳动力成本的升高,这种做法正在逐步变得困难起来,但是,与发达国家劳动力价格相比,我国的劳动力价格仍然普遍偏低。所以,笔者并不赞成中国的“人口红利”已消失的说法,实际上廉价劳动力仍然是某些行业或企业利润的重要来源,这一点只要看一看春运期间全国劳动力人口流动的海量规模就一目了然了。当然,有些行业的超额利润是通过享有垄断地位来实现的,不容置疑的垄断性保

证了它的“通吃”，从而获得丰厚的行业利益。某些企业的超额利润是通过弄虚作假获得的，对这些生产厂家来说，降低生产成本已经演化成了欺骗行为。通过垄断或造假来回避降低成本的难题都非经济发展的正途，唯一健康发展的道路还是通过科技创新与技术装备水平的提升来增强企业的竞争力。

改革开放三十多年来，我国已经初步建成了社会主义的市场经济体系。与西方发达国家经济体系相比，我国的市场经济体系还存在许多“短板”，比如城乡经济发展水平的差距、东西部的差距、城市基础设施建设的差距等。这些有形的差距可以通过“补短板”的方式不断缩小乃至解决。近年来一个最成功的实例就是中国的高铁建设，通过高投入、高科技创新、科技成果高转化率，中国高铁已经成为“中国创造”的名片，“短板”成功转化为优势。可以预见，随着国家对科技创新支持力度的加大，类似的短板成功转化为优势的事例还会更多。

尽管如此，问题的关键仍然是——那个最根本的“短板”到底是什么，我们将如何解决？俗话说“没有规矩，不成方圆”，在笔者看来，虽然经过了三十余年的努力，中国社会主义市场经济体系得以建立，但是，这个市场体系还很不健全，要将其概括为“短板”，那就是——“有市场，不规矩”。所谓“规矩”，实际上就是市场经济活动应该遵循的法则、伦理、游戏规则。高库存、高产能、高杠杆的背后隐藏着的是对市场法则、伦理、游戏规则的无视。没有规矩的市场盛行的是丛林法则和习惯力量，这样的力量传导到“供给侧”，结果必然是生产的无序和供给的失衡。在笔者看来，投资固然是政府“补短板”的重要杠杆和手段，充分发挥投资的拉动作用是不可缺少的。但是，政府更为重要的使命是对市场经济法则、伦理、游戏规则的守护、维持和建设。如果这一点做得不充分、不持久、不到位，那么，“壮士断腕”的无奈之举就会频频发生。

2016年是“十三五”计划的开局之年，在世界经济增长乏力、中国的改革开放步入“深水区”的局面下，如何深化社会主义市场经济改革，保证国民经济健康稳定发展，关系到全体中国人民的福祉。只有坚持社会主义市场经济的法则、伦理、游戏规则，逐步消除市场中的习惯力量，中国的经济才能真正企稳向好。

目 录

前言	(1)
----------	-----

卷首特稿

中国传统文化的魅力与局限	陆贵山 (3)
台湾文创产业发展的策略与成效	
——以莺歌陶瓷博物馆为例	洪泉湖 (16)

文化创意产业

促进互联网金融与北京文化创意产业的对接	何 群 刘 珊 (33)
智慧旅游	
——中国开拓入境旅游市场的重要途径	郭 靖 (46)
出版视野下的旅游攻略网站研究	安小兰 徐 婧 (58)
文化政策与文化法规比较研究	赵玉忠 (69)
我国文化产业治理体系的质性分析	朱锦程 (75)
“用”与“权”	
——“巧权力”理论新解	冯若谷 (83)

传媒文化研究

“书香社会”:中国网络文学出版新追求	包晓光 (94)
媒介融合:认知、动力和权力	张加春 (102)
网络舆论监督:“第五权力”的有限效果论	党生翠 (111)

- “协管”与“玩家”:美国政府的新媒体角色及其启示 郑以然 (119)
- “资源基础理论”视野下地方报业资源战略研究
——以钱江报系媒体电商业务为例 黄 森 (127)
- 未来五年广电媒体发展形势预期与政策研究 常 昕 (133)
- “互联网+”时代民族地区电视媒体产业升级发展探析
——以内蒙古广播电视台为例 马 骐 周大伟 (150)
- 抗日战争时期《新疆日报》的抗战新闻报道与中华民族
集体历史记忆的边疆书写 李宏刚 (159)
- 与“大数据”共舞
——电视媒体如何理解和转化大数据驱动力 刘 星 (171)
- 试论公共空间艺术机构在地影响力模式的
可行性 崔亦丹 颜 煌 (182)
- 改进突发事件报道 提升行业软实力
——以《中国交通报》报道“东方之星”客轮翻沉事件
为例 连 萌 (192)

广告与营销

- 危机四伏的中国广告业 祝 帅 (199)
- 互联网思维下广告信息传播营销模式探讨
..... 陈 璞 施旺才 郭小龙 (210)
- 被玩坏的新《广告法》
——评析对新《广告法》的误读 杨 乐 (220)

新型城镇化与文化创意产业

- 现代农业与创意产业结合路径研究 王紫薇 (229)
- 古镇文化资源开发与产业化发展研究
——以大汶口古镇为例 郭 嘉 (238)
- 农业文明发展出路的探索者
——专访大汶口古镇项目负责人赵宗琦
..... 李 倩 张思莹 王芮琪 (247)

文化、生态、农业现代化对提升旅游产业人口

就业水平的协同作用研究 沈 虹 张德培 (256)

运河文化景观再现与城市可持续发展

——以台儿庄古城重建为例 唐月民 (265)

从度戒仪式看瑶族区域的文化旅游开发

——以江华瑶族自治县河路口镇牛路村
为例 胡 靓 徐海龙 (272)

境外文化创意产业

台湾创意生活产业之特色文化体验

——以北投文物馆为例 李玉雁 (281)

从台湾的“社区总体营造”到大陆的“乡村实践”:空间改造与人

“文化主体性”激发的互动研究 李 艳 (289)

文化创意产业视野下的传统艺术传承与开发

——以台湾传统艺术中心为例 罗 贇 (300)

日本“全球重要农业文化遗产”的现状与经验 杨 慧 (306)

曼谷唐人街的节庆文化建设与旅游推广研究 宋 帆 (313)

韩国流行音乐产业的发展及启示 贾 佳 (325)

文化创意产业与新媒体教育

文化产业管理专业阅读书目体系构想

——以首都师范大学文化产业管理专业为例 秦 勇 (339)

增权理论视角下的工人互联网教育项目效果探析 高传智 (344)

创意孵化器

基于创意阶层的众创空间的发展及转型分析 裴菁宇 (353)

思维在线直播演唱会商业新模式探析 潘杨燕 (361)

首都休闲文化管理与“美丽乡村”建设研究

——以八达岭长城文化带为例 王米琪 (368)

出版企业“微店”分销渠道分析	李红澄 (380)
当前城市社区文化建设状况调查	
——以青岛社区为例	白 杰 (387)
国产网络自制剧发展现状与未来前景	
——基于网络剧《匆匆那年》与《盗墓笔记》的	
价值链分析	李 贺 (394)
跨文化传播视角下的中国网络字幕组研究	张思楠 (403)
编后语	(413)
《燕京文化创意产业学刊》2016 年卷	
(总第 7 卷) 稿约	(415)

卷首特稿

中国传统文化的魅力与局限

陆贵山

摘要：中国古代传统文化历史悠久，积淀而成的独特魅力可以概括为如下几个方面：对世界和自然的朴素的总体性把握；宝贵的民本思想；系统的礼治思想；亲和有序的伦理道德思想。局限性也显而易见，主要表现在如下几个方面：人治的思想和体制；向后看的历史观；淡漠认知理性和科技理性；缺乏思想力量和创造精神。面对中国古代传统文化，我们理应抛弃那些缺乏思想力量和创造精神的负面因素，抓住历史机遇，积极进取，把中华古国建成先进的现代化国家。

关键词：中国传统文化 魅力 局限

总体而言，中国古代文化是主流的、占统治地位的“正题”，新文化运动对其发起批判和冲击，实际上是做了一个“反题”，中国化马克思主义将两者的“正题”和“反题”进行了宏观辩证的综合，完成了一个“合题”，即实现了“正”“反”“合”的有机统一。中国化的马克思主义文化既吸收了中国古代文化的正面元素，又扬弃了中国古代文化的负面元素；既吸收了新文化运动的正面元素，又克服了批判中国古代文化的激进倾向，把中国古代文化传统和新文化运动传统的、合理的、先进的思想成分集于一身，开始建构成具有时代感和民族特色的新文化。本文所论内容主要指中国古代的传统文化。

一 中国传统文化的魅力

（一）对世界和自然的朴素的总体性把握

《易经》的乾卦中最先提出“元亨利贞”的卦词。对这个卦词的解释众说纷纭，颇有歧义。大多数人所能接受的说法是认为代表乾卦的四种基