

中国文化产业学术研究大系

Chinese Cultural Industry: Academic Studies Series

主 编：范建华

副主编：童志平 齐 骥

中国文化产业规划 理论与方法研究

Chinese Cultural Industry: Study on Theory of
Planning and Methods

齐 骥◎著



云南出版集团

云南人民出版社

中国文化产业学术研究大系

中国文化产业规划 理论与方法研究

Chinese Cultural Industry: Study on Theory of
Planning and Methods

齐 骥◎著

● 云南出版集团

● 云南人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国文化产业规划理论与方法研究 / 齐骥著. -- 昆明: 云南人民出版社, 2013.12

(中国文化产业学术研究大系 / 范建华主编)

ISBN 978-7-222-11540-8

I. ①中… II. ①齐… III. ①文化产业-研究-中国

IV. ①G124

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第315392号

出版人: 李 维 刘大伟

责任编辑: 高 照 范 可

装帧设计: 刘光火

责任校对: 庞远燕

责任印制: 马文杰

书 名	中国文化产业规划理论与方法研究
作 者	齐 骥 著
出 版	云南出版集团 云南人民出版社
发 行	云南人民出版社
社 址	昆明市环城西路 609 号
邮 编	650034
网 址	www.ynpph.com.cn
E-mail	ynrms@sina.com
开 本	787mm×1092mm 1/16
印 张	23
字 数	350 千
版 次	2013 年 12 月第 1 版第 1 次印刷
印 刷	昆明卓林包装印刷有限公司
书 号	ISBN 978-7-222-11540-8
定 价	58.00 元

本丛书由云南省文化产业发展领导小组办公室策划并组织实施

“中国文化产业学术研究大系”编委会

总 顾 问：赵 金 高 峰

主 任 委 员：尹 欣

副主任委员：杨文虎 蔡春生 范建华

编 委：田大余 刘 荣 童志平 刘大伟

赵石定 王中秋 齐 骥 杨远梅

审 读 专 家：熊澄宇 胡惠林 张晓明

齐勇锋 施惟达

主 编：范建华

副 主 编：童志平 齐 骥

总 论

范建华

21世纪，发展文化产业已成为各国转变经济发展方式、优化产业结构的重要路径选择，中国也不例外。文化产业的鲜明特征说明，后工业文明时期要坚持可持续发展之路，文化产业这一重要的新兴经济形态和产业门类，正以其在国民经济中愈加突出的发展优势产生着越来越大的作用，正日渐成为经济战略的明日之星。

加快经济发展方式转变是适应全球需求结构重大变化、增强我国经济抵御国际市场风险能力的必然要求，是提高可持续发展能力的必然要求。鉴于文化产业在践行科学发展观、实现经济效益与社会效益双赢方面的重要作用，以及拉动就业、开辟脱贫致富新途径等方面的社会价值，文化产业被视为转变发展方式、推动经济转型的新增长点，这也为文化产业的理论研究提出了更高的起点和更严格的要求。但当前文化产业的理论体系却远远滞后于产业实际发展要求，文化产业的学理探索远远不能满足产业发展的现实需要，更不能为产业可持续增长提供智力支持和理论引导。

文化产业是一种战略产业，具有高度的战略价值。从行业特

中国文化产业规划理论与方法研究

Chinese Cultural Industry: Study on Theory of Planning and Methods

性看，文化产业的重要特点之一便是“无边界性”。文化产业渗透并融合了三大产业，整合了多种产业门类和形态。其发展过程需要资源要素的协同创新，“大产业”概念对于产业的融合和提升有着重要的作用，而打破行业和区域的划分，以产业为中心形成集聚态势和链条分工，则是文化产业发展的总体趋势。从区域角度讲，行政区域的割裂发展和单打独斗助长了我国文化产业同质开发，使文化产品相似，资源重复开发现象严重，“大区域”概念下的错位发展、互补发展需要突破行政区域的整体规划、设计，进而打造由资源广度开发向深度开发、产品同质化向链条化发展的文化产业结构形态。从产业本质看，文化产业以创意内容为主要生产要素，其产品具有可复制、低成本、高附加值等特性，突破了传统产业资源一次性利用的桎梏，形成了资源多次性利用的新优势。这既为人们基于大众的消费提供了一种现实选择，又为企业实现资源的多次利用、降低边际成本打开了上升通道；既可以彰显文化资源利用的可重复性，培育新的经济增长点，又可以推动其他产业更加注重发挥文化效能，加快节能减排进程，从而构筑起经济发展的多元支撑，建立适应新形势新要求的现代产业体系。

全球化背景下的中国文化产业正日益融入世界、对接国际，文化产业理论的完善对产业的发展在起到重要推力作用的同时，本身也在不断吸收先进研究成果，丰富自身框架体系，对文化产业的实体建设起到源源不断的引领和支撑作用。正是因为文化产业兼具经济和文化的双重属性以及精神和物质的双重力量，使其在文化经济一体化时代迅速成为现代国家重新安排国家产业调整和建构新的产业结构布局的重要选择。^①我国文化产业理论在实践发展中不断接轨全球，“依托国际销售渠道和发行网络走出去、

^① 胡惠林，《文化产业的战略价值》，《人民日报》2009年6月18日。

基于自主知识产权输出策略走出去、以国际合资、合作生产的方式走出去”等文化产业发展模式，逐渐成为中国文化产品和服务走向世界的重要路径。

随着文化产业理论体系的逐渐丰富，理论对实践先导作用的不断增强，以提高质量和效益为中心，加快转变文化发展方式，推进文化产业结构战略性调整的理论体系逐渐构建，且付诸实践。在中国文化产业发展进程中，以大力推进内容创新、形式创新、业态创新，促进文化与科技、金融、旅游等相关产业融合发展为核心的文化产业协同创新，正推动中国文化产业为实现规模化、集约化、专业化发展总要求而产生新的积极影响。

一 中国文化产业实践的快速发展已走在文化产业理论之前

文化产业的特殊性使中国文化产业可能走在其他传统产业之前并与世界同步发展。我国文化产业发展多元化和混合型的具体特征，决定了我国文化产业发展只能采用混合型的产业发展模式，走混合型产业变革道路。只有认清这一点，才能制定正确的区域文化产业发展战略。文化产业作为一种新兴产业经济类型和文化建设形式，将深刻地影响国家的发展道路和发展模式。大力推进文化产业的快速发展，已经成为提高我国区域综合竞争力、调整产业结构、参与世界产业经济功能主动分工与优先发展的关键战略所在。^①在这一背景下，中国文化产业既面临机遇，也存在挑战。只有以先进的理论和务实的实践，推动文化产业融合发展，重塑文化产业市场主体，优化文化产业空间布局，加速文化产业结构调整，才能使文化产业走在其他传统产业前列而与世界保持同步发展。

^① 胡惠林，《区域文化产业战略与空间布局原则》，《云南大学学报（社会科学版）》2005年第5期。

中国文化产业规划理论与方法研究

Chinese Cultural Industry: Study on Theory of Planning and Methods

文化产业的业态整合与协同创新将使中国文化企业可能在全球市场上率先突围并产生积极意义。作为低污染、低耗能、高附加值的新兴业态，文化产业较强的融合性，具备广泛嫁接产业形态、重塑新的产业发展格局的能力和优势。它吸纳了传统业态发展的基础和优势，转变了传统业态发展的思路 and 模式，创新了传统业态发展的路径和方式。从国家经济发展宏观层面上而言，文化产业的大发展必将在转变经济发展方式、实现绿色经济发展和走可持续发展道路产生重大积极的影响。而随着文化体制改革的深入，中国文化企业真正开启了由“小舢板”转向“文化航母”的历史征程。从中国文化企业发展的步调中，我们愈加清晰地看到，以市场要素的资源配置为出发点，加强资本的跨地域流动，使中国文化企业在做强做大中探寻出一条有益的路径。而随着文化与金融的有效对接，资本领域的重组正拉开文化产业整合大幕，对于市场规律的熟稔、驾驭和游刃有余的战略布局，正在成为文化市场建设的诉求。

文化产业的业态裂变与科技创新将使中国文化市场可能在世界舞台上熠熠生辉并在部分行业中起到引领作用。科技创新是文化发展的重要引擎；加快发展文化产业，必须推进文化科技创新。现代科技的发展尤其是信息技术、传播技术、自动化技术和激光技术等高科技的发展，现代科技广泛运用于各类文化艺术活动之中，在文化领域掀起了新科技革命的旋风，现代传媒高新技术革命对人类当代文化的发展和艺术文化生态格局正产生着以往所无可比拟的巨大影响。高新技术的产生和现代科技的发展，不仅导致所有传统文化形态的“升级换代”和现代更新，而且创造了大量崭新的文化形式。在这样的背景下，文化产业保留着最核心的本质，又充分挖掘着传统的文化艺术养分，通过数字技术的融合嫁接，以喜闻乐见的文化形态不断满足着人们更新的消费理

念。在文化产业业态不断创新、文化与科技融合不断加强的时代背景下，现代科学技术成果对文化产业正产生着巨大的影响，不少发达国家都借此机会壮大自己的文化产业，增强本国文化产品在国际市场上的竞争力。在这一语境下的文化产业需要不断融入新的技术引导传统产业升级，创造新产业以产生新的经济增长点，以学术理论的创新来推动文化企业发展观念的革新，文化产业管理者认知观念的革新，从而引导文化产业消费者的文化消费理念的革新。

同时，我们必须清醒地认识到，尽管近年来文化产业快速发展，但文化产业理论的先导作用缺失使许多文化产业发展中的重大现实问题无法用理论来引导和诠释。尽管我国文化产业各行业发展迅速，却尚未形成现代化的文化产业体系。现代文化产业体系的鲜明特点是产业结构合理、各门类齐全、科技起着重要推动作用以及核心竞争力强。就现实我国的文化产业体系而言依然相对落后，不健全，主要表现为：一是在产业结构方面，文化制造业的比重仍然偏大，而文化服务业尤其是高层次的文化服务业比重偏低。二是产业门类方面尚不健全，更谈不上完善。例如，在西方文化产业起着重要作用的文化金融业在我国尚处于初级发展阶段，由于文化产业多为轻资产公司，相对风险较大，天使投资在文化产业中的地位就尤为重要，但是我国在文化产业方面的天使投资尚少。三是文化科技水平相对落后，我国虽然在互联网领域也有腾讯、百度等高科技公司，但是和西方发达国家尤其是与美国相比，科技水平尤其是具有自主知识产权的原创性科技产品远远落后，文化科技在文化产业中所起的作用较有限。四是在文化产业的核心竞争力方面，我国文化产业采取的多是粗放型

的发展模式，核心竞争力较弱。^①

我们还必须清醒地意识到，十七届六中全会以后，全国上下形成了文化建设的新高潮。但也应该看到，由于改革目标远未实现，政府职能转变还没有到位，财政资金高增幅和财政支出的软约束并存，可能诱发企业对政府的不良博弈。在财政增收较快、资金相对宽裕的情况下，重要的问题不是财政是否具备能力，而是能否创新支持产业的体制机制，使财政资金能够有效发挥作用。特别是民营资本与国有资本进入文化产业发展中，并没有享有同等国民待遇，民营文化企业与国有文化企业相比，其市场主体地位并未得到相同的认知。^②此外，在管理方面，仍习惯于直接办文化、管文化，面对新的形势缺少相应的办法；在投入方面，基本上还在沿袭计划经济时期的做法，过分依赖政府，缺乏积极有效的、多渠道的筹资办法；在文化企事业单位方面，还没有树立起加强管理、改善服务、自我发展的观念。文化产业运行机制也缺乏内在的创新动力，一些基本的市场原则和规律仍被排斥在文化产品生产和经营领域之外，对国有文化单位运营性质的分类界定等基础性工作尚未进行。社会力量兴办文化产业的积极性还没有充分调动起来。^③这些急迫而现实的问题，却在当前的理论研究和学术探索中鲜有对策解答和路径研究，缺少基于知识成果转化与应用的研究命题，更缺少富有实践经验、管理能力和学术判断的复合型专业人才，从而更加导致文化产业发展中的许多重大现实问题又无法用理论来支撑和诠释，理论对实践的先导性和引领性不足。

① 郭全中，《文化产业发展中的八大难题与对策》，《青年记者》2012年第7期。

② 张晓明、胡惠林、章建刚，《站在时代的高起点上，推动文化产业的大发展大繁荣》，《中国经贸导刊》2008年第4期。

③ 刘兴华，《文化产业的发展问题研究》，《内部文稿》1998年第24期。

这些文化体制改革与文化产业发展中的现实问题，亟须以系统的理论框架和学术建构从根本上加以解决，亟须以务实的学术研究和学术探索从基础上予以解答。

二 中国文化产业实践的快速发展急需基于理论的学术研究和学科体系建设

由于文化产业学是综合性、跨学科的边缘学科，使得现阶段中国文化产业理论缺乏完善的学科理论体系和学术背景支撑。随着文化产业成为国家经济发展的战略性新兴产业，人们对文化消费多元化的需求更加强烈，文化产业进入迅速发展的历史时期，而文化产业理论研究却难以适应产业发展的需要，文化产业研究的历史与逻辑、理论与实践还难以做到完全统一，主要表现在以下四个方面：第一，从文化产业的基础研究上而言，对文化产业的内涵、外延、统计标准的划分难以完全统一，对文化产业的概念、范畴、标准和要素的不统一使其研究难以进行横向比较。第二，从文化产业的研究方法上而言，对文化产业研究的定性研究较多，定量分析不足，难以将文化产业的理论研究、实践探索和经验判断有机结合。第三，从文化产业理论成果的转化上而言，文化产业研究的动态反馈机制缓慢，对实践的梳理，对产业发展中的成败得失的总结，对引领产业发展的前瞻性探索不足，难以直接为宏观调控提供准确依据。第四，从文化产业的研究主体上而言，产业的快速发展催生了“快餐式”的研究者，学者往往盲目跟从产业热点和现实焦点问题研究，难以秉持“坐冷板凳”的研究精神，难以对文化产业进行跟踪式、长效性研究。

现实的产业发展迫切需要科学的学术理论发挥先导作用，各高校不断涌现的文化产业专业教育、人才培养急切希望产生研

究领域既有理论体系，又有实践指导意义的学科理论体系。文化是经济社会发展的不竭动力。人才是文化产业发展的关键。但从当前文化产业发展的现实情况看，人才匮乏已成为普遍共识。人才的缺位使文化产业的创意缺失，文化产品的竞争乏力，文化品牌的塑造艰难，文化管理难与市场竞争变化相适应。如何加强人才培养、发现本土人才、引进外部人才成为文化产业可持续发展的关键所在。此外，由于“文化产业”的概念是舶来品，对文化产业的概念认知、学科建设和学术构架的历史并不长，因此文化产业研究者的学科背景相对于传统学科而言更为多元化，这对于文化产业理论体系的整体构建而言是一把“双刃剑”。一方面，由其他学科研究转向文化产业理论研究的学者在研究的过程中，更加注重将文化产业学科与原学科进行嫁接，如人文历史背景的学者更关注文化产业的历史研究和概念考证，经济学背景的学者则侧重文化产业资本运作及市场体系建设研究，传播学背景的研究者和艺术学背景的研究者更侧重从文化产业的行业门类及内容本体创作角度进行研究，文化产业理论研究本身具有多学科、综合、交叉、渗透性质，学科背景的多元化提供了较好的基础。另一方面，文化产业研究者将跨学科背景的理论经验引入到文化产业研究中，拓展了文化产业研究的方法和领域，但对文化产业学术体系的系统化构建而言，文化产业本身学科基础的薄弱却影响了学术研究专业性的纵深化推进，这也致使跨学科的文化产业理论演绎难以深入到文化产业本体层面。

在中国“五位一体”建设中，实现建设社会主义文化强国的战略目标，迫切需要以文化为基点构建科学的文化产业理论体系。党的十八大将文化建设与经济建设、政治建设、社会建设、生态文明建设并列，“五位一体”地建设中国特色社会主义，进一步表明，建设“五位一体”发展格局将为中国到2020年如期实

现全面建成小康社会目标提供强有力的思想驱动、理论支撑和智力支持。而事实上,无论怎样的发展战略和思想路径,都离不开逻辑严密、富有秩序的理论体系的构建。中国文化产业的基础理论绕不开西方文化产业理论的影响和演进。西方文化产业理论由法兰克福学派对大众文化的激烈批判到伯明翰学派辩证地看待并支持文化产业,再到知识经济时代学术界开始对文化产业普遍的理解和认同,尽管从概念到内涵日益趋于发展目的的一致性,但仍未形成统一的文化产业概念,而作为舶来品,中国文化产业学术框架的构建不仅难以绕开西方文化产业理论体系,并且在很大程度上是基于西方理论体系框架下的引进与本土化延展。因此从总体上而言,在中国文化产业理论研究的初期,基础理论研究“秉承了法兰克福学派和伯明翰学派的文化研究传统,致力于对文化概念的解释,对文化工业的批判,对文化资本的阐释,对文化消费的理解,对文化经济化趋势的反思”^①,尽管取得了巨大进展,但是距离具有中国特色的文化产业学术体系仍有较大差距。面对当前全球文化产业发展的时代环境和国家推动文化大发展大繁荣的历史机遇,如何科学地回答建设社会主义文化强国进程中,文化产业应当扮演什么样的角色,文化产业发展所面临的一系列战略理论并提出前瞻性的理论思考引导实践探索?这也为当前和今后我国文化产业理论研究提出了新的要求。

三 试图构建中国文化产业理论的学术研究体系既是学术担当更是历史使命

2002年,党的十六大厘清了人们对文化产品生产和消费的关系。发展文化产业成为市场经济条件下满足人们精神文化需求的

^① 马健,《中国文化产业理论的系统建构》,《东岳论丛》2011年第8期。

中国文化产业规划理论与方法研究

Chinese Cultural Industry: Study on Theory of Planning and Methods

有效途径。十余年来,尽管学术界关于文化产业的定义展开了不同的讨论,并且在不同地区也有不同的侧重点以及由此产生的不同或相关的产业名称,但最基本的就是必须体现文化的社会效益和经济效益,必须兼具文化的意识形态属性和商品经济属性,这也是文化产业概念研究的基本出发点。随着国家文化竞争力不断提高,在国际文化竞争中的地位不断提升,文化产业作为国家文化竞争力的具体体现,在国家经济社会生活的重要地位和作用已成不争的事实。对文化产业运行实务的研究开始从区域宏观领域研究深入到文化产业园区、集群等运行实体研究,随着文化产业成为区域经济发展的重要门类,针对文化产业规划的专题研究也开始成为新的研究领域。从对文化产业理论的关注和研究到记录文化产业的发展进程,建立文化产业的学术载体,梳理文化产业的学术档案,文化产业学术界不断通过搭建文化产业的学术平台的方式,已经在学理层面对文化产业有了较为系统的、完善的、科学的认识并为国家文化产业发展提供了有效的支撑。经过十余年的不断探索,我们中国文化产业领域的一批致力于中国文化产业理论与实践研究的学者有信心、有能力来肩负使命。

在这一背景下付梓出版的“中国文化产业学术研究大系”系列丛书,其总体构架涉及中国文化产业理论与实践的方方面面,既突出学科重点,又侧重学科体系的整体性,从基础理论探索到实践运用指南,形成了较为完善的学科体系。

——中国文化产业基础理论研究主要基于两点,一是西方从法兰克福学派到伯明翰学派关于大众文化消费理论的演变与嬗变过程的理论影响,成为中国文化产业理论的主要来源;二是基于社会主义市场经济的确定,在社会主义市场经济条件下,人们的价值观念的变化和精神追求的多样化,在精神文化产品生产、交换、消费过程实践的创新而催生的一系列对文化产品、文化

消费品、文化商品的新认识、新定位引发的现实需求，和亟待回答的诸多理论问题。以上两方面正是中国文化产业理论研究的前提条件。因此，全面系统地梳理中国文化产业的概念、特征、研究对象及范畴，分析文化产业发展现状、存在问题及未来发展态势，并对其基本要素构成和生态系统生成与相关产业的相互关系等等基本问题，便是我们所需关注和回答的基本理论问题，这也便是中国文化产业发展通论所要回答的主要内容。

——撇开“文化工业”的角度，综观历史，我们不难发现，人类文明进程中的两大产品生产，即物质资料的生产和精神文化产品的生产是古已有之的，人类的基本消费需求也是维持人类生命并得以繁衍生息的物质必需品和愉悦人们精神需求的文化艺术品亦是古已有之的。因而，从文化产品的生产、交换、消费的文化经济学角度入手去研究中国文化产业的发展历史，是中国文化产业研究领域的新课题，我们力图运用历史学理论去分析中国文化产业发展的历史，对历史上的文化产品作为商品进入市场的经济现象作出经济学的解释，力求做到文化思想、历史理论、文化政策与文化产业发展历史进程的统一；社会经济发展与政治、文化进程的统一；把文化产品进入流通、交换、消费到文化产品进行大规模的复制和批量生产进而成为一种商品的历程放到世界经济现代化的历史进程之中，使其不仅具有文化经济学的特征，而且还兼有历史学和政治、社会、文化学科的特征，涉及文化史、科技史、艺术史、商品贸易史等领域。

——中国现行的文化体制，虽经历了改革开放30多年的洗礼，亦与中国社会的改革开放大势相伴行，但迄今为止，从其宏观管理体制到微观运行机制，依旧是以计划经济时代的苏联模式为基础的。在一定意义上说，中国文化体制的改革远远落后于经济体制的改革，这种带有浓厚苏联式文化体制对解放和发展中国

文化生产力是一种束缚，为此，始于世纪初迄今仍在深化的这一轮文化体制改革，无论从其广度和深度均是历次文化体制改革所无法比拟的，这一轮改革关乎中国文化体制如何真正适应社会主义市场经济的主流需要，关乎能否真正实现文化强国目标的重要战略。因此，深入研究中国文化体制改革的思路与路径，正是本学术大系的又一重要课题。

——文化产业作为一种带有浓厚意识形态属性的产业门类和精神产品的生产方式，其特殊性决定了国家宏观政策对其产生的巨大影响。文化产业的发展离不开国家文化政策的大力支持，发展文化产业必须在国家有关法律、法规的约束和保护下进行，要充分利用国家现行的法律、法规及其优惠政策，依法保护自身的合法权益。我们将立足于中国文化产业实现可持续发展和升级转型的时代背景，对新中国成立以来国家文化政策和文化产业政策不同时期的不同变化进行认真梳理，探求其政策变化的规律性；特别是当前文化强国建设战略背景下，在梳理目前国家支持、引导和推动文化产业发展的各类政策基础上，从文化产业政策在消除制约经济增长的瓶颈、有效转变经济增长方式、弥补市场机制的缺陷和转变政府职能，提高政府驾驭市场经济的水平 and 能力等方面展开深入探讨，对文化产业的产业发展政策、产业组织政策、消费政策以及人才培养与就业政策等相关配套政策进行系统的研究，从而为科学发展观视域下的文化产业发展提供基本保障。

——当前，中国文化产业的快速发展呈现出几何级数增长态势，从而对文化产业人才提出了更高的要求。就目前而言，文化产业经营管理人才的缺乏，成为制约文化产业实现可持续发展的最大瓶颈之一。因而立足文化产业的市场需求，全面阐释文化产业的政策管理、市场机制管理、环境管理、人力资源管理 etc.

容，从政府管理文化产业的职能和组织体系、政府管理文化产业的方式、政府与文化单位之间的关系，合理规范文化单位之间与社会其他经济组织、团体之间关系所确定的制度、准则和机制等方面，进行深入研究，从而使其在具有理论深度和学理价值的同时，兼具较强的实践指导意义。

——如何建立健全完善的社会主义文化市场服务体系和现代文化市场管理体系，从而构建完善的现代文化市场体系，是完善社会主义市场经济体系的重要内容，培育文化消费市场，提高文化商品购买力，以消费刺激再生产，从而起到扩大内需、提高社会劳动生产力的作用，是中国文化产业能否健康、有序、快捷发展的重要因素。以健全的文化消费市场为杠杆撬动和扩大国民的文化消费，是我们推动中国文化产业发展的重点和难点，我们力图从国际、国内两大市场和国内城乡两大消费人群的角度去探求中国文化市场与消费的内在规律，提出建立与完善社会主义文化市场，提高消费水平的战略性思考。

——资本是文化产品生产的基本要素之一，金融资本对于推动文化产业的规模化、集约化、专业化发展起到关键性作用。在文化产业发展中，如何形成有效的资本投入与高效的产出，如何构建一个科学、合理、有利于推动文化产业发展的完善的文化产业投融资体系，是摆在我们面前的重大现实问题，无论是国家宏观金融政策的扶持，还是吸纳社会资本的投入，这都需要在理论和实践层面进行科学、严谨的学理说明和实践操作指导，因此，增强对中国文化产业投融资体系建设的研究是中国文化产业人责无旁贷的义务。

——文化产业要实现规模化、集约化、专业化发展，实现做强做大，产业集群是必不可少的重要路径选择，试图通过探讨文化产业集群的演进模式、形成机理、分布规律等基础理论命题，