

生态文明时代的 文化产业发展

——中国文化产业
的哲学机理与创新战略研究

应小敏 著

中国广播影视出版社

本书系教育部人文社会科学“中国文化产业的哲学机理与创新战略研究”项目（10YJC710074）成果

本书获浙江省传播与文化产业研究中心、浙江传媒学院省级重点学科“戏剧与影视”出版资助

生态文明时代的文化产业发展

——中国文化产业的哲学机理与创新战略研究

应小敏 著

中国广播影视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

生态文明时代的文化产业发展：中国文化产业的哲学机理与创新战略研究 / 应小敏著. —北京：中国广播影视出版社，2016.1

ISBN 978-7-5043-7552-0

I. ①生… II. ①应… III. ①文化产业—产业发展—研究—中国 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 285534 号

生态文明时代的文化产业发展
——中国文化产业的哲学机理与创新战略研究
应小敏 著

策 划 刘 媛 卢雅然

责任编辑 叶怡雯

封面设计 海燕·贝壳悦读

出版发行 中国广播影视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtv.com.cn

电子信箱 crtvp@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 北京市通州京华印刷制版厂

开 本 710毫米×1000毫米 1/16

字 数 193(千)字

印 张 15

版 次 2016年1月第1版 2016年1月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-7552-0

定 价 45.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

目 录

绪 论	国家产业振兴规划带动下的文化产业发展战略	1
第一章	正本清源：文化产业的外缘引进与内缘启动	14
第一节	外缘引进：从法兰克福学派到拥抱大众文化 /	14
第二节	内缘启动：从改革开放到大众文化兴起 /	41
第三节	文化产业：从核心“内容产业”到边缘产业 /	53
第四节	国家战略：从文化创新到“三步走”战略 /	67
第二章	双性博弈：文化产业的文化品性与产业品性	80
第一节	文化品性：社会效益与审美本质 /	81
第二节	经济品性：经济效益与资本逻辑 /	88
第三节	文化经济：文化与经济的高度交融及深度依存 /	101
第四节	哲学机理：文化的价值认同与经济发展 /	109
第三章	内容为王：文化产业的民族特色与世界表达	120
第一节	民族特色：地区性经验与民族元素 /	121
第二节	世界表达：经典传承与普世主题 /	135



第三节	创意经济：文化型创意与国际创新战略 / 145
第四节	他山之石：伦敦西区经验与中国戏剧产业发展 / 155
第四章	政策体系：文化产业体制改革与振兴之路 176
第一节	观念升级：文化定位的调整与政策体系的更新 / 177
第二节	体制改革：生产主体的松绑与市场调控的谱系 / 191
第三节	文化竞争：国际文化政策与中国文化外交 / 204
第四节	复兴之路：文化魅力的增强与中国形象的重塑 / 214

绪论 国家产业振兴规划带动下的 文化产业发展战略

在经济全球化背景下，世界各国都将发展文化产业和提高文化产业国际竞争力作为新的经济增长点与文化传播支点。21世纪初，中国即宣告了战略性文化产业政策正式形成，从此结束了政府垄断文化生产的官办文化时代，开启了政府和市场合作进行文化生产的全新时代。战略性中国文化产业政策，既是对全球化和中国市场化改革的回应，也是改革开放30多年来中国文化发展的实践探索和文化体制改革经验的结晶。战略性中国文化产业政策的出场，引发了中国文化体制的全面改革，开辟了中国文化发展道路的新方向；2009年国务院的《文化产业振兴规划》将文化产业发展提高到“国家战略”的高度，更是提出了许多需要认真思考和研究的文化发展及经济发展的理论与实践课题。

一、国家战略：文化产业发展的政策推动与正合博弈

自1947年德国法兰克福学派的阿多诺、霍克海默在《启蒙的辩证法》一书中首次提出“文化产业”这一概念以来，关于文化产业的研究，一直倍受国际学界的关注；官方与学界相互配合，以“创新性”为基本命题的文化政策不断推陈出新，时至今日，主要发达国家的文



化产业政策与发展研究，已经进入了全面深入阶段。而在国内，学界对于文化产业的关注起步较晚，始于20世纪80年代“文化经济”研究，而对于文化能否成为“产业”，当时仍有不同的声音。随着文化经济的不断发展以及理论研究的不断深化，1992年国务院办公厅综合司编著的《重大战略决策——加快发展第三产业》一书正式启用“文化产业”一词，标志其被官方认可。由此，学术界对文化产业发展问题的研究逐渐展开和深入。

进入新世纪，中国的文化产业已经成为满足人民群众精神文化需求的重要途径。文化产业的快速发展，调动了全社会参与文化建设的积极性，打破了计划经济体制下国办文化的单一局面，形成了多门类、多层次、多样化的文化生产和服务体系。推动文化产业跨越式发展，使之成为新的经济增长点、经济结构战略性调整的重要支点和转变经济发展方式的重要着力点。

党的十八届三中全会提出：“紧紧围绕建设社会主义核心价值体系、社会主义文化强国深化文化体制改革，加快完善文化管理体制和文化生产经营体制，建立健全现代公共文化服务体系、现代文化市场体系，推动社会主义文化大发展大繁荣。”^①当前，如何借振兴文化产业之机走出国际金融危机，在生态文明时代切实转变经济增长方式，在全球化挑战中捕捉到隐藏的契机并实现文化中国的伟大复兴，是我国文化产业发展的内在使命。

文化是民族的血脉，是人民的精神家园，文化复兴是中华民族复兴的重要组成部分，是中华民族全面复兴的标志；一个国家、一个民族只有精神文化和经济、政治、社会等各方面同步发展，才能真正实现繁荣昌盛；文化大发展大繁荣，需要全民族的文化自觉，需要有识之士的推动，特别是需要先进政党的推动；建设和发展什么样的文化，

^① 《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，十八届三中全会文件。

决定着一个国家和民族的前途未来。

作为社会主义文化大发展大繁荣的一部分，积极发展文化产业，既是中华民族文化复兴的切实“抓手”，又是经济增长模式转变的客观需要。当今时代，文化与经济、政治深度交融，并成为世界各国综合国力竞争中的主要考量指标。如果说农业经济时代的发展依靠的是自然力，工业社会的发展依赖的是资源、资本和技术，那么，随着知识经济和信息社会的来临，经济增长模式发生了根本的改变，知识和信息即“文化力”取代资源、资本和技术在经济中的主导地位，构成了经济增长的主要因素。文化产业在一些发达国家甚至成为国民经济的重要支柱产业，譬如英国摇滚乐的经济效益早在 1996 年就已经远远超过了钢铁产业；1998 年辣妹成为英国最大的出口项目；到了 2002 年，在政府的税收优惠等政策扶持下，英国的创意产业出口额达到 175 亿美元，成功推动了英国出口，有效地抵补了货物贸易逆差。而日本的娱乐业经营收入也已经超过汽车工业的产值。美国的文化产业产值约占 GDP 的 1/5，其音像制品出口超过航天工业等。可以肯定，随着经济全球化的深入发展，文化产业在世界经济中的比重还会日益增大，文化产业对经济的推动作用会日渐凸显。因此，我们必须跟上世界经济和文化的步伐，大力发展我国的文化产业。

21 世纪初，中国即宣告了战略性文化产业政策正式形成，从此结束了政府垄断文化生产的官办文化时代，开启了政府和市场合作进行文化生产的全新时代。战略性中国文化产业政策，既是对全球化和中国市场化改革的回应，也是改革开放 30 多年来中国文化发展的实践探索和文化体制改革经验的结晶。战略性中国文化产业政策的出场，引发了中国文化体制的全面改革，开辟了中国文化发展道路的新方向。特别是国务院于 2009 年 8 月颁布的《文化产业振兴规划》，将文化产业发展提高到“国家战略”的高度，标志着文化产业已经成为我国国民经济体系中的一个先导性、战略性的产业；同时，这部“规划”也



提出了许多需要认真思考和研究的文化发展及经济发展的理论与实践课题。

2010年10月，党的十七届五中全会明确提出要推动文化产业成为国民经济支柱性产业，这一定位把文化产业提到了前所未有的高度。全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议》在描绘“十二五”时期我国经济社会发展主要目标时，专门写入了“文化事业和文化产业加快发展”，这在历史上是第一次。2011年10月，在党的十七届六中全会通过的《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》明确将“文化产业”列为推动社会主义文化大发展大繁荣的组成部分，重申“加快发展文化产业，推动文化产业成为国民经济支柱性产业”。

2011年是中国“十二五”规划的开局之年。未来五年，是落实国务院《文化产业振兴规划》的第一个五年，也是贯彻《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》的第一个五年，我国文化产业必将在调整产业结构、带动产业升级、推动中华文化繁荣兴盛中发挥重要作用，并迎来崭新的发展里程。我们要首先从转变经济发展方式的时代背景和要求，进一步认识和理解文化产业在国民经济建设中的战略地位和作用，更加准确地把握文化产业作为国民经济发展新的增长点和支柱产业的时代潮流和发展趋势，从而在国家战略性新兴产业的层面上，推动文化产业又好又快发展。其次，要从和平崛起国家战略和提高综合国力的战略视角，充分认识和把握世界多极化、经济全球化背景下，不断增强我国文化软实力和国际竞争力的必然性。

在充分看到文化体制改革成效显著、文化产业发展硕果累累的同时，也要看到我们对于文化产业的理论认识与实践经验仍在积累的现状，我国文化产业的总量还不够大、水平还不够高，在整个国民经济中所占的份额相对较小，对经济结构的调整作用发挥得不够，对国民

经济的贡献及影响还不充分。为此，需要我们保持清醒头脑，增强忧患意识，加快形成自己的文化优势，拓展国际文化市场。推动中华文化“走出去”，是不断增强我国文化软实力和国际竞争力的战略昭示和必然选择。

显然，发展文化产业在中国不单单是一种纯经济的考虑，更是全球化大潮中我们面对强势文化冲击所实施的一项文化复兴战略。因为发达国家依靠现代化的经济和科技强势，借助文化商品将其价值理念（尤其是美国的文化观念）大量输出到别的国家，尤其是那些渴望实现现代化又以美国为样板的第三世界国家，这样就造成了对文化接受国原有文化形态的巨大冲击甚至是毁灭。我们国家作为新兴的市场化国家，虽然有五千年的悠久文明，但是在全球化影响下也难免遭受外来强势文化的侵蚀。

为了发展和壮大自己，我们既要继承传统，发扬我们民族优秀的文化，也要坚持改革开放积极吸纳外来的先进文化；更重要的是，为了在新形势下继续保持我们党的文化优势、保持我们党对文化的领导权，就必须从两个方面下手：一是在微观层面，通过文化体制改革、与世贸规则接轨等途径，提高核心竞争力来提升我们的文化产业层次；二是在宏观层面，通过弘扬民族精神、培育先进文化，提高我们国家的文化公信力、重建文化道统来提升我们民族文化的国际地位和阐释效度，最终实现新时期、新环境下的中华民族崭新的文化自觉与文化自立^①。

美国经济学家杜蒙指出：“经济本身不是目标，文化才是。”^②全球化的深入发展，使人类进入了一个前所未有的文化竞争时代。高新

^① 傅守祥：《文化经济时代：中国文化产业的发展与管理》，《深圳大学学报》2007年第2期。

^② Bernard Ostry, *The Culture Connection*, with an Introduction by Robert Fulford. Toronto: McClelland and Stewart, 1978. 160.



技术的飞速发展和市场化的迅速普及，改变着文化生产、存储和消费的方式，特别是数字技术和网络技术的飞速发展引发的多媒体、多频道化以及通信、互联网和广播电视融合的趋势，为文化内容的发展提供了潜在的需求和广阔的空间。在文化发展面临着这些全新的经济、技术和国际环境的条件下，党中央、国务院高度重视文化产业发展，深入推进文化体制改革，努力提升文化产业竞争力。总的看，我国文化产业呈现蓬勃发展的良好态势，正成为推动社会主义文化大发展大繁荣的重要引擎和经济发展新的增长点；同时，我国文化产业的发展水平还不高、活力还不强，与人民群众日益增长的精神文化需求、与日趋完善的社会主义市场经济体制、与现代科学技术迅猛发展及广泛应用、与对外开放不断扩大的新形势均不相适应。

毫无疑问，文化产业既具有“文化品性”也具有“产业品性”，这种看似矛盾的“双重属性”明显存在“双性博弈”的特征。但是，客观来说，文化产业的文化品性与产业品性的“双性博弈”属于“正合博弈”，其实质是文化产业的经济效益与社会效益的协作性竞争，我们需要良性的财富流动也需要丰富的意义流通，正在进入发展快车道的中国文化产业应当努力避免“零和博弈”。文化经济的发展是文化与经济的高度交融及深度依存的结果，也依赖文化的价值认同及经济的制度依托；同时，精心设计的和有限度的“政府规制”尤其是政策体系层面的引导、制度经济学意义上的战略推进，将会保障社会的可持续发展。当代美国以好莱坞电影产业、迪斯尼文化产业、麦当劳文化等独领世界创意产业之先，其中政府的政策引导、企业的创新战略等功不可没；从理论到政策再到实施，美国经验值得研究和借鉴。

二、哲学机理：文化产业发展的外部平台与内在品质

文化产业的“地基”是文化，而其“灵魂”则是创意。从文化产业的内容生产及其吸引力构成来说，“中国战略”应当强调民族特色和

世界口味的兼顾，因为它既体现经济的地区性经验与全球性体验，也体现文化的民族元素与普世主题。另外，发展和振兴文化产业，我们还需要理清大众文化与文化产业的_{关系}，这两者其实是一体两面、同源共生的，文化产业的时尚化消费内容主要是美学化的品牌和内蕴艺术化创造的大众文化产品。而从经济范式上讲，文化产业的“生命力”在于创意产业，同时它又属于低碳经济的范畴。

文化产业是知识经济发展的重要组成部分，也是最有代表性的创意产业与低碳经济。文化产业具有低碳经济的特点，是比较典型的朝阳产业和绿色经济，不仅具有生态增值的功能，而且能够改变传统消费观念和生活方式。但是，目前有些文化企业存在过分依赖有形文化资源、集约化程度不高和盲目发展、资源浪费以及同质化竞争的问题。文化生活和_{文化创造}提倡“生态文明”和“低碳消费”，其指向就是拒绝各种巧立名目的大晚会大制作，改变文化一次性消费，改善初级产品出口等文化创造、流通和消费方式，呼唤与“生态”“低碳”相适应的文化观念出现，使之内化于文化生产与文化生活之中，构建低碳的文化发展模式和文化生活方式。兴建“文化产业园区”，不应该成为政绩工程的金粉，也不应该成为追逐经济利益的幌子，更不应该将公共财政和社会资金用于搭建伪文化的牌坊，因为这些行为都与低碳经济及绿色生活背道而驰。换言之，文化建设成效的衡量标准（尤其是实践标准）不应该变成文化设施和硬件建设的投入，这将蜕变为单一的“工程”标准，进而成为“形象工程”“政绩工程”，会从根本上弱化文化的价值与作用。

我们必须不断增强创新意识，在文化产业中积极发挥创新的优势，开拓新的市场。文化要走向市场，使其在市场中找到自我发展的空间，这样形成良性的循环发展环节链，不但能够繁荣经济的发展，而且能够促进文化本身的进一步发展，亦能转变以往的文化营销观念，积极促成新的文化消费群体的形成。研究中国文化产业衍生品面临的挑战



和战略对策，应从经济与社会、政治与治理、经济发展成本、中国与世界的关系等多个方面来思考；提升中国文化产业的核心竞争力，需要以社会主义核心价值体系为指导、以复兴伟大的中华文明为目标，把文化事业与文化产业的发展、文化产业的经济效益和社会效益有机地统一起来，提升全社会的文化消费能力。

中国文化产业发展必须解决好三个问题：第一是产业发展政策、战略问题，制定一个具有前瞻性、战略性或者强调文化制高点的宏观战略；第二要解决好要素配置问题；第三要强化文化企业的主体地位，提高整个文化产业的竞争力，形成体系健全、产业链条完善、辐射带动能力强的产业环境。我国还处于经济转型期，文化产业领域需要分析制度性障碍与行业、产业壁垒的不同，要抓住行业标准，消除技术壁垒，建立全国性的市场平台。伴随着文化体制改革进程向纵深的推进，中国将进一步释放文化产业的活力，增强文化产业的整体实力和竞争力。

文化观念虽然受到政治、经济等诸多因素的影响，但是，某一文化传统或价值倾向一旦形成，就会成为一个影响认知和决策过程的相对独立的变量，成为引导人们观察外部世界和作出决断的棱镜。当前，我国文化产业发展首先应该进行深入的观念升级，彻底调整原有的文化定位和产业定位，全面更新原有的政策体系；在世贸平台之上，推进我国完全市场建设并健全公平贸易的律法体系；进一步推动体制改革，对生产主体和民间资本松绑并建立市场调控的谱系；加快文化“走出去”步伐，增强中华民族文化的魅力，重塑中国形象。

文化产业政策是文化产业发展的关键因素。确认文化产业合法性的意义首先在于它代表着对前现代文化观念的祛魅、对计划经济时期旧文化观的深层解构，它使当代中国文化政策获得了全新起点。而《文化产业振兴规划》解决了放开市场准入、全民参与、扩大市场规模等核心问题，我国有望成为有影响力的文化产业大国。进一步研究和

解决文化产业政策体系中的空间开拓和时间接续等问题，能够为切实提升我国文化产业创新能力、增强国家软实力提供有力的理论支撑和政策支持。

全球化的逻辑及其影响下的国际文化发展新趋势深刻影响着中国文化发展的道路。在改革开放的社会背景下，中国文化产业发展的战略性推进有三个内在推动力：一是改革开放释放出来的企业家精神和大众娱乐需求相结合催生的文化市场推动力；二是经济改革的示范效应和文化事业面临的生存压力相对比引发的文化事业单位生存模式创新推动力；三是结构调整的需要和人民日益增长的精神文化需要相叠加造就的客观需要推动力。

当今时代，文化与经济、政治日趋融合；而赋予文化产业以战略地位，意味着文化领域权力的重新分配和转移，不可避免地会产生新的文化利益格局，文化权力和利益格局的变化将给政治带来哪些影响？政治对文化产业发展又会有哪些新的约束？作为文化产业的一体两面，大众文化的大众性、通俗性、普及性和易变性特点，决定了卓越性不是它的主要追求；在全新的文化生产格局中，谁对文化卓越性的保持负责？通过什么样的方式生产卓越性，使其与大众文化形成良性互动，并充分发挥其引导和提升作用？

从世纪初的“入世”到2009年的“文化产业振兴”、从文化软实力的强调到“文化中国”的复兴，国内文化产业发展的“外部环境”越来越友好，但是其“内在品质”与国外产品相比有较大落差。在内容为王的文化创意/生产时代，迅速提升国内文化产业的人文含量和精神品质，成为当代文化建设与产业升级的当务之急。在大力发展文化产业，充分认同文化的娱乐属性的同时，千万不能偏废了文化的审美本质。毕竟，文化是“以文化之”，是心灵的洗礼和提升。文化在实现更广泛传播的“大众化”的同时，应该思考如何去除其中“三俗”的因素，承担起思想启蒙、价值引导的功能；同时，倘若文化不再以文



“化”人，而只沉湎于争名谋利，我们将以什么面目面对子孙？因此，中国的文化产业发展，任重而道远。

我们当前的文化氛围，以“文化消费”“大众娱乐”为关键词，“收视率”“票房”成为娱乐性文艺产品体现自身价值最直观的量化指标，这种状况造成的深层负面将影响若干年，届时会积重难返。文化产品的制作者和传播者应该做的不是以追求利益最大化为理由屏蔽大众对不同文化的选择，不是有意无意地制造文化传播与接受上的信息不对称。“通过市场体现价值”也不意味着文艺作品（或曰文化产品）要以自贬身价的方式迎合大众，而是要求我们为不同的文化产品和受众之间建立有效的连接通道，让真正有质量、有品位的精英文化产品与娱乐文化产品都有机会面对大众，选择的权利则交给大众。同时，娱乐性的文化产品也需要承担一部分主流文化责任，这主要体现在娱乐产品所表达的文化价值观、社会道德观应该与主流价值观、道德规范以及所谓“公序良俗”相适应^①。文化“化”人，艺术“养”心；重在引领，贵在自觉^②，将是我们在文化发展与创新领域的总目标。以此为目标，我们“要积极探索用社会主义核心价值观引领社会思潮的有效途径，既尊重差异、包容多样，又有力抵制各种错误和腐朽思想的影响，努力在多元中立主导、在多样中谋共识，团结不同阶层、不同认识水平的人们共同前进”^③。

三、本书的主要内容

对于文化产业发展来说，如何在世界经济不景气的大背景下，寻

① 王晓鹰：《娱乐有余，文化不足》，《人民日报》2010年10月28日24版。

② 仲呈祥：《审美之旅——仲呈祥文艺评论选》，中国青年出版社2008年版，“自序”第2页。

③ 刘云山：《更加自觉、更加主动地推动社会主义文化大发展大繁荣》，《十七大报告辅导读本》，人民出版社2007年版，第8页。

找到立足点并转变经济增长方式、在全球化挑战中捕捉到隐藏的契机并实现文化中国的伟大复兴，首要的任务是厘清文化产业的哲学机理、明晰文化产业的定位与政策定位，进而有针对性、有层次地促进并提高我国文化产业的国际竞争力，这是本课题研究的目标指向。

中国学人结合国际学术视野，立足中国当下，对文化产业政策与发展的研究主要从以下三个方面展开：一是文化产业发展的基础理论研究。学界对于文化与产业的关系，文化产业的内涵与外延、作用和意义、特点与规律，乃至加入 WTO 后文化产业的发展前景等基本问题的研究，颇有建树。代表成果有熊澄宇的《文化产业研究战略与对策》、胡惠林的《文化政策学》及《文化产业学——现代文化产业理论与政策》、祁述裕的《中国文化产业发展战略研究》、丹增的《文化产业发展论》、邹广文的《全球化与中国文化产业的发展》、谢名家的《文化经济论：兼述文化产业国家战略》、冯梅的《中国文化创意产业发展问题研究》、张彩凤的《全球化与当代中国文化产业的发展》、蔡尚伟的《文化产业导论》、林拓等编著的《世界文化产业发展前沿报告》，以及单世联、金元浦、范玉刚、杨吉华、贾旭东、张晓明、胡惠林、章建刚、王育济、齐勇锋、雷喜宁、白仲尧等学者的相关论文。这些成果从宏观体系角度对我国文化产业发展的社会背景，以及文化产业的政策更新等问题对文化产业做出了框架构建与理论梳理。

二是文化产业政策与发展的经济学相关研究，代表有“创意经济之父”霍金斯的《创意经济》、美国学者佛罗里达的《创意经济》及凯夫斯的《创意产业经济学——艺术的商业之道》等。20 世纪末期，英国学者兰德利首先将“价值生产链分析法（Value Production Chain Analysis）”引入到文化产业运行发展的应用研究之中，其后，国内学者也从价值链、分工协作与比较优势等经济学角度，分析研究了文化产业的资源链到产业链的整合，如花建、冯子标等；也有学者运用产业集群理论和经典的产业经济学 S-C-P 分析框架，分析研究了文化产



业的“结构—行为—绩效”和竞争力等问题，如康小明、顾江等。

三是文化产业政策与发展的行政学、法学相关研究。如罗争玉的论著《文化事业的改革与发展》，郭雅君的博士论文《社会转型时期政府文化管理行为法治化问题研究》，刘玉珠、霍步刚、傅才武、龚界文、崔新建、王琳、姬汝茂等人的相关论文，在文化行政管理体制的研究上取得了一定突破；赵玉忠编著的《文化产业法学通论》、陈杰等编著的《文化产业政策与法规》以及蔡炳福、郭玉兰、明立志、李顺德等学者的相关论文，开创了对文化产业相关法律问题的研究。

尽管国内学界对文化产业发展的研究已有不少积累，但多把目光集中在“现状分析”“政策调整解析”等表层方面。一般性研究较多而针对性研究较少，宏观层面的政策研究较多而微观机理层面的较少，个案研究与行业政策研究较多而跨学科研究较少，尚少见从深层次、整体性、系统性研究“文化产业哲学机理与战略推进”的课题，本课题立意弥补。因此，本课题从跨学科的全新视角，综合运用管理、经济、政策、文化、法律等多学科理论，整体关注文化产业发展，具有学科的交叉性、融合性和前沿性的研究特色。作为新的研究范式，“跨学科的哲学观照”将对文化产业研究的理论创新起到推动作用；通过理论与实证，特别是大量的经验实证研究，将对文化产业的制度设计和政策体系更新做出系统的阐述，将对文化产业理论体系完善和制度创新做出贡献。本课题的主要内容为：

第一章正本清源。以中外文化产业发展为研究背景，侧重在时空两方面做综合对比分析，试图阐明我国文化产业理论的西方引进以及国内现实实践的发展，使得文化产业在中国蓬勃兴起；分析文化产业的内涵及边界、“国家战略”的本质性突破，以及作为知识经济主要类型的文化经济的巨大发展潜力。

第二章双性博弈。提出文化产业的文化品性与产业品性博弈属于正合博弈，其实质是文化产业的社会效益与经济效益的协作性竞争。