

文化力与文化产业

李京文 李建平 / 著



方志出版社

○ 李京文 李建平 / 著



方志出版社

文化力与文化产业

图书在版编目 (CIP) 数据

文化力与文化产业 / 李京文, 李建平著. —北京: 方志出版社, 2007. 10
ISBN 978-7-80238-165-0

I. 文… II. ①李…②李… III. 文化—产业—研究—中国 IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 158987 号

文化力与文化产业

著 者: 李京文 李建平

责任编辑: 丛 珺

出 版 者: 方志出版社

(北京市建国门内大街 5 号中国社会科学院科研大楼 12 层)

邮编 100732

网址 <http://www.fzph.org>

发 行: 方志出版社出版发行部

(010) 85195814 85196281

经 销: 新华书店总店北京发行所

法律顾问: 北京市大禹律师事务所

印 刷: 北京通州丽源印刷厂

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 11.25

字 数: 193 千

版 次: 2007 年 10 月第 1 版 2007 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-80238-165-0/F · 152

定价: 26.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

序

——从“知识就是力量”到“文化力竞争”

冯 俊*

文艺复兴刚刚结束不久，英国哲学家弗兰西斯·培根就喊出了“知识就是力量”的口号，呼唤科学的伟大复兴。当时新兴科学技术初见端倪，工业革命尚未开始，知识和科学技术的伟大力量并未真正显示出来，但培根先知先觉地认识到，科学知识是人类认识自然和改造自然的一种“新工具”，一种伟大的力量，它能够为人类带来福祉。

然而，在培根生活的时代，人类认识和改造的对象是客观自然界，是自然对象和自然力，科学知识的力量也不过是人力的延伸和放大，把人从肢体与自然对象的直接作用中解放出来。到 20 世纪的中后期，人类的生产方式和生活方式的发展已经经历了前工业时代、工业时代而进入到后工业时代。在前工业时代，人类生产作用的对象是自然界，人类社会的竞争表现为对于自然资源和领土疆域的争夺。在工业时代，人类生产作用的对象是人化的自然，即被人改造过、加工过的自然，人类通过作用于人工产品——机器、人造的技术环境再去作用于已经被人类的劳动改造过的自然界，人类社会的竞争更多地表现为对于资本的竞争和技术的竞争。科学技术的作用在工业时代极大地发挥出来，成为重要的生产力。后工业时代是信息时代，资本主义高度发达时代，也是一种新经济时代，在文化形态上也被称做后现代时代。法国哲学家利奥塔在 1979 年出版的《后现代状况——关于知识的报告》一书中就已经观察到，在后工业时代人类的知识呈现出两大特点，一个特点是人类的一切知识都被信码化、数字化，也就是信息化，凡是不能被信码化、数字化的知识几乎不被人们看做知识，因此这个时代是一个信息化的时代。另

* 本文作者冯俊博士，哲学家，现任中国人民大学副校长，哲学院院长。

一个特点是知识全部商品化，知识的发现和传授变成知识的生产和销售，甚至知识就是为了销售而生产，学习知识成为一种知识的消费过程，完全是一种商品交换关系。以往是现实的物质性产品才能是商品，而如今越来越多的象征性、符号性和可能性因素其实也就是文化的因素也成为了商品，在商品中信息化、复制化的人为的文化因素越来越压倒自然的因素。掌握和传递信息成为非常重要的事情，生产和制造各种新的信息，也成为提高社会地位和扩大权力的重要途径。掌握信息成为权力的象征，一个国家控制和占有信息的多少成为国力的一种象征。国与国之间的竞争已不再仅仅是攻城伐地、争夺自然资源，而更多的是争夺人才、争夺信息资源。谁拥有更多的信息，谁就有更大的权力。因此，人们对于培根的“知识就是力量”（knowledge is power）又有了新的解释，把力量（power）理解为权力，话语权、竞争力，谁拥有的信息、知识越多，谁的权力就越大，哪一国拥有的信息越多、或者拥有能够生产和制造信息的人才越多，哪一国的话语权和竞争力就越强，人类社会的竞争成为对于信息的竞争和人才的竞争。由于知识和信息具有了生产和销售的特点，在金钱、权力和真理之间又形成了一种新的联系，在过去，金钱多、权力大，未必占有的真理就多；而现在，拥有的科研经费（金钱）越多，就会有更多的可能获取和垄断更多的信息（权力），就会有更多的机会去发现真理、掌握真理。因此，不仅知识就是力量、就是权力，而且金钱越多、权力就越大，就有更多的机会掌握知识和真理。

然而，在利奥塔写作《后现代状况——关于知识的报告》的时候，信息技术还不太发达、互联网（Internet）还没有出现，可以说真正信息化的时代还没有到来。互联网的出现真正改变了人类的生存方式和交往方式，把信息化时代推向了一个新的阶段。此外，那时全球经济一体化的趋势还不够明显，新经济的时代还没有完全到来。在世纪之交和进入 21 世纪之后，信息技术的高度发达，公共媒介的全球化，使我们生活在一个“地球村”之中，经济的全球化波及到世界的每一个角落，成为一个人人都不能回避的历史趋势。特别是社会经济生活发生了很大的变化，新经济就是一种知识经济（knowledge - based economy）或信息经济（information - based economy）。“何谓新经济，一种比较普遍的说法是：新经济是基于信息技术的全球化经济；另一种说法是：新经济是基于知识经济的全球化经济。不论哪一种说法，都指出了新经济的实质是信息化和全球化（见本书第 4 页）。”利奥塔所说的信息的生产和销售、一切信息都成为商品，象征性、符号性的因素即文

化因素成为商品，以及文化的复制因素、复制的高节奏和高效率在这种新经济中表现得尤为突出和更加充分。

李京文院士和李建平研究员合著的《文化力与文化产业》一书就是对于在新经济条件下文化何以是一种力量、文化如何通过产业而变成商品、文化力如何体现为国力和竞争力做出了最好的阐释。李京文院士是一位经济学家、管理学家，他有着广阔的国际视野并对中国国情特别是经济的发展有着全面地了解，并有着丰富的为中央和地方决策提供咨询和建言献策的经验，他是在我国最早研究知识经济和文化产业的学者之一。李院士在本书中提出的“文化力”的概念既把握了时代的特征又充分反映了新经济的特点，是一种理论创新。他对于中国文化产业的现状、趋势走向和政策分析的表述，对于我国的经济发展和文化产业的发展是具有指导意义的。李建平研究员是一位文艺理论家、文学批评家和文化学者，他对于区域文化和地方文化的研究、对于文化产业的调研和个案研究很有特色并具有较高的水平。两位李先生的合作可谓珠联璧合，这本书的论题新颖，选材也独具匠心。通读全书，我觉得有以下几点非常具有启发性，值得我们仔细研读。

第一，该书提出的“文化力”和“文化力竞争”的概念是一个重大的理论创新。作者把“文化力”看做是驱动新经济迅猛发展的内在动力。“我们在这里所说的文化力，是国家综合实力系统中相对于经济力、政治力而言的，它是国家综合实力系统中的重要组成部分。在人类社会的长期发展过程中，文化力在国家经济与社会全面发展中主要表现为一种精神力和智力因素。它作为一种隐性的力，往往需要借助或者是转化为经济力和政治力才能发挥出来。新经济的出现和发展状况让我们看到，文化力在今天的时代，已由过去的隐性力转化为显性力，已站到了人类发展动力源的前台（见本书第6~7页）。”作者认为，从人类发展动力源的历史演变过程看，人类走过了由自然力、资金力到文化力推动自身前行的历程。人类社会的发展由资本权利时代进入了知识权力时代、文化权力时代。信息社会靠文化力，靠智慧和创新。

作者对于“文化力”概念内涵的概括是：文化力是一种凝聚力，共同的文化理念能凝聚起相同文化基因的人们共同朝着一个目标努力，汇聚起巨大的开发力、变革力。文化力是导向力，文化代表人类生存的智慧，对未来发展有重要的引导性价值。文化力是辐射力，文化对经济的辐射，改变了人类的进程。文化力是精神力，也是物质力，文化不仅仅是属于上层建筑的精神

力量，也具有属于经济基础的物质力量（见本书第91~92页）。

“文化力”概念的创新之处还体现在它丰富和补充了“科学技术是第一生产力”的说法。以往在我们谈论“科学技术是第一生产力”的时候，更多地是重视技术力，而忽略了科学力、更忽视了文化力。存在着重技术轻文化、重自然科学轻人文社会科学的倾向，因而导致了科技迅猛发展而道德缺失、文化缺失。科学技术的发展并没有给人类带来更多的幸福，而是给人自身的生存带来了更多的威胁、给人类的精神带来了更多的忧虑。只重视科学技术，而忽视或轻视人文社会科学，犹如鸟失一翼，“天缺一角，日失其圆”。而“文化力”概念是一个综合性概念，它是自然科学、社会科学和人文科学的融合。文化力，实质就是一切科学的合力。因而克服了重科技而轻人文、轻文化的倾向，而使人文社会科学和自然科学和技术真正处于同样重要的地位。

“文化”之所以会是一种力，是因为在新经济的条件下，文化不再仅仅是具有思想引导和精神支柱作用的社会价值，而是成为具有精神和物质两重属性的东西，变成了产品和商品，成为实实在在的资产。“文化力”体现在产品和商品中。不仅名人字画成为价格不菲的商品，而且专利权、著作权、商标品牌、技术标准、互联网域名等等，也都是实实在在的资产。在商品中，文化含义和文化内容、智力附加值在产品价格中占的比重越来越大。正如法国哲学家波德里亚在谈论日常生活和消费社会时所描述的一样，商品除了具有使用价值、交换价值之外，还具有符号价值、象征性价值，符号价值和象征性价值就是文化价值，因为其中所包含的文化含义或象征意义而使商品的附加值大大增加。文化渗透到商品中去，人的消费也成为一种文化消费、一种符号消费。商品的制造者和推销者们把文化注入到商品中去，然后又渗透到人的生活中去，改变了人的心态和行为方式，同时也改变了文化的结构，使文化去魅化、非神秘化，使高雅文化和世俗文化的界限越来越模糊。

既然“文化力”体现在产品、商品和经济发展中，自然就会出现“文化产业”的概念，是文化产业而使文化成为一种力量。作者揭示出，“文化产业”就是“创意产业”、“内容产业”。它源于个体创造力、技能和才华，内容的创新是商品具有更大价值的关键，它突出“文化创意”的卖点，注重内容的经济价值。文化产业是以“文化创意”为核心，融合现代技术，以产业化运作方式制造、营销文化产品和服务，具有高关联度的产业群。文化产业

以现代科技为依托，从根本上改变了传统的文化形态及其观念，大规模的工业化生产使文化彻底地大众化了。西方文化产业真正形成和蓬勃发展始于20世纪50年代，尤其是80年代之后，由于电子技术等新技术的运用，以及资本的大规模介入，西方国家的文化产业获得了空前快速的发展。作者认为，国际间的竞争日益表现为文化的竞争，文化作为一种软力量正成为改变世界历史的关键因素。今天，在一个地区一个国家一个民族或是一个企业的经济发展中，文化对生产力发展的贡献率的大与小，将决定着这个国家、这个地区和这个企业发展水平的高与低，甚至生与死。从全球经济结构的变迁看，文化产业在全球范围内日益成为一种主导性产业。发展文化产业已经成为国家层面的一种战略决策，国与国之间的竞争更多地表现为“文化力竞争”。作者的这些观点是非常具有洞察力和创新性的。

第二，该书丰富了我们对于“文化”内涵的理解。该书在阐释什么是“文化力”、什么是“文化产业”、什么是“文化力竞争”时就已经丰富了我们对于“文化”内涵的理解，拓展了文化的空间，不仅如此，作者还在以下几个方面进一步丰富了我们对于文化的理解。

首先，作者认为，20世纪推动中国前行的不是经济力加技术力，不是政治力加军事力。真正将中国推向世界、推向现代化进程的是文化力、思想力。在“五四运动”与传统文化的关系问题上，作者认为，“五四运动”的最根本的影响是“文化革新运动”或“新文化运动”释放出来的巨大的文化力，“五四运动”所体现出来的爱国、进步、民主和科学的精神，这不仅仅在它本身在所发生的年代起到了重大的作用，而且它对我们今天的生活与发展，仍在产生影响，仍在发挥作用。“五四运动”对于中国的传统文化并不是全盘否定，相反，中国传统文化中有许多有生命力的东西，尤其是传统文化中那民族的向心力、凝聚力和“家国”思想所构成的爱国主义，通过“五四运动”的磨砺，更加凸现出来。另外，20世纪的另一伟大变革——中国的改革开放，作者也认为是文化力的一次巨大释放。“改革开放的20多年，是我国又一个文化力大发展的20年。是邓小平理论这20世纪中华民族最伟大的思想成果，指引了我国人民在政治经济各个领域的大发展大飞跃，使中国的综合实力大大增强。可以说，在20世纪的百年里，是文化力在推动中国前行（见本书第23页）”。

其次，作者揭示了文化认同概念与区域文化发展的关系，认为文化认同是区域文化发展的基础，是跨区域文化交流的桥梁，是区域经济合作尤其是

跨行政的区域经济合作的“黏合剂”。文化认同（cultural identity）是指文化的同一性，文化的身份特征或文化心态，也是一种文化的向心力或文化的凝聚力，往往是用来指一个民族或一种文化的身份特征。而本书的作者则创造性地在跨民族、跨文化的意义上来使用“文化认同”，把它看做是民族、国家或区域范围内的共同的文化心态，并且把它作为区域经济合作的基础，这不论是在文化学上还是在经济学上都是很有创见的。作者认为，在中国和东盟之间，在历史发展进程中，由于民族起源、人口迁徙、习俗影响和文化交流等原因，形成了一些跨国界多民族所共具的文化形态与文化认同理念，其中有那（水稻耕种）文化、儒佛文化、华人文化三种。这三种文化构成了巨大的文化产业资源库和文化产业经营空间，可以开发许多文化产业项目，并且以广西为例，描绘了它与东盟各国的经济合作中可以开发的文化产业的前景。

再次，文化战略和文化安全问题。作者认为，通过参与国际贸易推动民族文化的发展，既吸收世界文化的优秀成果，同时又保持自己文化的个性并培育自身前进的动力，在维护国家文化安全的过程中推动文化的发展，成为发展中国家制定文化贸易战略必须考虑的问题。精神文化产品涉及到不同的文化传统和意识形态，这些文化传统和意识形态体现了不同的价值观念，它们有许多方面都是根本对立的。通过向他国输出自己的文化产品，传播自己的文化观念和意识形态是当代国际社会斗争与较量的重要形式和主要手段，个别经济强势国家通过推销自己的文化产品来推销自己的价值观和文化，把自己的价值观念和意识形态强加给其他国家，或者以自己的文化来消灭一些弱小国家或民族的文化，因此，一些发展中国家或不发达国家在发展文化产业和国际文化产品贸易中应该维护本国的根本文化利益和文化安全，制定相关保护政策，保护本国文化的个性，维护世界文化的丰富性和多样性。

第三，该书把文化产业的发展与促进区域经济合作联系起来，是一种具有经济战略和外交战略意义的思考。时下许多地方流行“文化搭台，经济唱戏”，文化是推动经济发展的一种工具，文化的内容与经济的内容完全是外在的，不仅没有促进文化的发展反而经常会把文化庸俗化和功利化。而本书的作者所提倡的文化产业，文化的内容和经济的内容之间的联系是内在的，文化本身就是产业、就是一种经济，是推动地方和区域经济发展的新动力。不仅如此，作者还认为，文化产业的发展还可以推动区域和国家间的经济合作，这种经济合作的基础是区域和国家间的文化认同，共同的文化心态有着

共同的文化需求，因而也孕育着共同文化市场，共同开发文化产业的市场就成为区域经济合作的重要任务。通过文化产业的发展来推动区域经济合作和国家间的合作，促进区域稳定和推动世界和平，这应该是一种具有经济战略和外交战略意义的新思考。

第四，该书在对文化产业的研究中既注重对于全局的考察又重视对于区域和个案的研究。作者从经济全球化和信息技术的全球发展以及从世界范围内的“创意产业”、“内容产业”和“知识经济”的最新发展趋势着眼，分析了中国文化产业的现状和发展趋势，并结合各地区的区位优势分析了发展文化产业的潜力和特色，提出了中国发展文化产业的构想和政策设计，为政府发展中国文化产业提供政策选择。同时，作者从中国—东盟文化产业合作发展、泛北部湾文化参与中国—东盟区域经济合作的意义和途径等角度，分析和预示东盟和泛北部湾地区的那文化产业、儒佛文化产业和华人文化产业的可以开发的项目和可能的经营空间。尤其是作者认为区域的文化产业的发展应该注意发挥区域文化特色和文化优势，把文化传统和文化特色变成支柱产业和特色产业的思想很有创意。作者在第四编“区域文化产业研究”中，以广西为例专门探讨了我国欠发达地区如何加快文化产业的发展，并对四川、广西和云南三省区的文化产业的现状与发展进行了比较研究，并就广西自治区的文化产业发展和其下属的百色地区的文化产业的发展现状、存在的问题进行了深入地剖析，并提出了今后发展的指导思想、工作思路和对策建议，既有虚又有实，既有整体又有局部，既有数据分析又有发展建议。在第五编“文化产业个案研究”中，作者解剖了一个行业案例和一个单位的案例，行业案例就是作为广西文化产业领头者的广西的广播影视业，单位案例就是作为广西文化产业建设的改革者和探索者的接力出版社，他们的探索和实践、经验和教训，可以为整个广西文化产业的发展、甚至整个西部地区乃至全国的文化产业的发展提供借鉴。

“文化力竞争”和文化产业发展既是一个理论问题又是一个实践问题，既是一个文化问题又是一个经济问题，既关系到我国社会经济发展的全局又关涉到国际贸易、国际关系和全球竞争，是一个既具有重大理论价值又具有重大现实意义的问题，也是一个具有前瞻性、全局性的问题。李京文院士和李建平研究员在过去的几年中所做的研究是具有开拓性和探索性的。从中共中央“十六大报告”提出要“积极发展文化事业和文化产业”，到2005年12月以中央文件的形式颁发《中共中央国务院关于深化文化体制改革的若干意

见》，“文化产业”的建设和发展已经成为国家的意志和社会的共识，文化产业勃兴，文化竞争力日益增强。中央提出，要“形成完善的文化创新体系，加大知识产权保护力度，积极应用先进科技手段，推进内容创新，使原创性文化产品在市场上占有重要地位；形成以民族文化为主体、吸收外来有益文化，推动中华文化走向世界的文化开放格局，进一步提升文化事业和文化产业的国际影响力和竞争力”。“大力提高文化产业规模化、集约化、专业化水平”，“大力推进文化产业升级。用先进科学技术促进文化产业发展，积极采用数字、网络等高新技术和现代生产方式，改造传统的文化创作、生产和传播模式，延伸文化产业链（见《关于深化文化体制改革的若干意见》）”。在中央的这些提法中我们可以看到李京文和李建平两位学者所做的研究考察和理论概括的影子，由此也可以看出本书所做的研究和探索是符合时代的需要和社会的需要的。

从“知识就是力量”到“文化力竞争”，反映出人类社会的进步和发展。从“君子不言利”到文化成为商品、成为产业，反映出文化发展的自身裂变和变革。文化也是生产力，文化力的竞争成为国际竞争的一种重要方式，这反映出当今世界全球化的大趋势。如何在保持本民族的文化传统和文化特色、保持世界文化多样性和丰富性的前提下，通过文化产业的发展来推动文化的发展和跨文化交流、推动国际贸易、区域合作和世界和平，这正是《文化力和文化产业》一书给我们昭示的主题。

应该指出的是，本书虽然是在近两年陆续完成，但与中央当前关于建设具有中国特色社会主义的指导方针却极为合拍，胡锦涛总书记在“6·25”讲话中特别强调：“我们必须更加自觉、更加主动地推动文化大发展大繁荣，更好地保障人民群众的文化权益。”“要大力推进文化创新，全面推进文化体制改革，最大限度地焕发广大文化工作者勇于创新的积极性，使全社会的文化创造活力充分释放、文化创新成果不断涌现，使当代中华文化更加多姿多彩、更具吸引力和感染力。”学习胡总书记的这些重要论述，更加感到《文化力与文化产业》一书是符合党中央精神的力作，因而作此序向广大读者推荐此书。

2007年8月于中国人民大学

前言

2006年9月18~21日,由中华人民共和国文化部文化产业司和广西壮族自治区文化厅主办的“2006中国—东盟文化产业论坛”在广西壮族自治区首府南宁举行。我和广西社会科学院文史研究所所长李建平研究员一同接到论坛筹委会的邀请,出席论坛并被安排在同一天下午分别作主题发言。此次论坛活动,促成了两人合作出版著作的意愿。这本《文化力与文化产业》,就是在这样的情形下形成的。

“文化力”这一概念由贾春峰先生1992年秋在一次以社会主义精神文明建设为主题的学术报告会上首次使用。1993年10月,他在中央党校召开的“市场经济与思想文化建设”研讨会上,专门就“文化力”问题做了一次发言。以后,“文化力”这一概念开始流传开来,逐渐为学界和政府所重视。我们是在20世纪90年代末研究知识经济时开始涉足文化力和文化产业领域研究的,2000年开始从事关于文化产业的课题调研。本书的各篇文章和调研报告,反映了我们对21世纪以来这七八年文化产业蓬勃发展态势的认识、思考,表达了我们对该产业发展的建议。一些文章是国家基金项目 and 省级社科规划课题的子报告或其中的章节,大多数是首次公开发表。

全书分为五编,第一编《文化力论》,是我们结合国内国际的新形势,对文化力的本质、形态、构成、发展情形等问题做的理论探索,表述我们在文化力理论方面的见解。本编文章为李建平所撰写。第二编《中国文化产业研究》,内容包括关于文化产业的理论阐释、对近几年中国文化产业发展态势的表述和如何发展的政策建议。本编文章为李京文所撰写。第三编《中国—东盟文化产业合作发展研究》论述我国文化产业发展新指向与新领域——国际性文化产业合作发展问题。本编文章为李建平所撰写。第四编《区域文化产业研究》,有三篇文章分别论述西部地区、广西壮族自治区、百

色市三个不同层次的区域文化产业的发展对策，另一篇对西南三省区文化产业发展的不同形态与路径做出比较研究。本编文章为李建平所撰写。第五编《文化产业个案研究》，是对演艺、出版、广播影视、文化遗产开发等不同类型文化产业项目、企业和行业作的个案分析。关于北京大学歌剧院的一篇由李京文撰写，其余四篇为李建平所撰写。还需说明的是，本书作者之一李建平作为主要从事区域文化研究的学者，对文化产业的调研主要在西南地区，特别是广西壮族自治区，因此，主要由他写成的第四编《区域文化产业研究》和第五编《文化产业个案研究》中的文章，研究对象局限于西南地区和广西壮族自治区，但其中一些文章和议题，如关于《印象刘三姐》的创新、关于接力出版社的改革与发展、关于抗战文化遗产的开发利用等，是有着超出区域文化范畴的普遍意义的。

文化产业是 21 世纪以来我国发展较快的产业类别。为适应这种产业发展的快速变化，在编选本书的时候，我们舍弃了 21 世纪初头几年的一些调研报告，除了两篇理论文章是早几年发表的外，其余大部分是 2005 ~ 2007 年的文章或调研报告，这三年的文章占到全书文章 70% 的比重。

2006 年 11 月 10 日，胡锦涛总书记在中国文学艺术界联合会第八次全国代表大会、中国作家协会第七次全国代表大会上的讲话中指出：“当今时代，文化在综合国力竞争中的地位日益重要。谁占据了文化发展的制高点，谁就能够更好地在激烈的国际竞争中掌握主动权。……创造民族文化的新辉煌，增强我国文化的国际竞争力，提升国家软实力，是摆在我们面前的一个重大现实课题。”这本著作，就是我们作为社会科学工作者，这几年在参与经济社会发展实践、参与重大现实课题研究在文化力和文化产业研究方面的一点心得和工作记录。我们愿意继续在这个领域里前行，为“增强我国文化的国际竞争力，提升国家软实力”尽力。

李京文

2007 年 8 月 26 日

目 录

序

——从“知识就是力量”到“文化力竞争” 冯 俊

前 言

第一编 文化力论

新经济进程中的文化力竞争与对策 (3)

文化力推动中国前行 (15)

文学参与经济社会发展的形态与实践意义

——以 20 世纪 90 年代以来广西文学情况为例 (19)

第二编 中国文化产业研究

中国文化产业发展的现状及走势 (33)

中国文化产业发展中的政府政策选择 (52)

附：加快发展文化事业和文化产业

——访中国工程院院士李京文 (55)

第三编 中国—东盟文化产业合作发展研究

文化认同理念与中国—东盟文化产业合作发展 (59)

泛北部湾文化参与中国—东盟区域经济合作的意义和途径 (66)

文化力与文化产业

打造花山文化国际性品牌及走进东盟的策略	(74)
附一：“中国—东盟文化产业论坛”中外专家观点集粹	(77)
附二：第一届中国—东盟文化产业论坛发表《南宁宣言》	(80)

第四编 区域文化产业研究

西部欠发达地区如何加快文化产业发展

——以广西文化产业发展为例	(83)
四川、广西、云南三省区文化产业比较研究	(91)
广西文化产业现状分析和发展研究	(100)
对百色市文化产业发展的几点意见	(107)

第五编 文化产业个案研究

大力发展中国的高雅艺术

——关于创建北京大学歌剧研究院的几点意见	(113)
论《印象·刘三姐》的全方位创新及发展建议	(117)
文化体制改革与接力出版社的发展	(123)
广西广播影视产业分析和发展研究	(140)
抗战文化资源调查与利用	
——以广西抗战文化遗产为例	(157)

后 记	(164)
-----------	-------

第一编
文化力论

