

福建人民出版社出版的这套“高等院校文化产业基础教材”，是山东大学文化产业管理学系成立伊始即已启动，历时多年方才完成的一套大学本科基础教材。首批推出的六种分别是：《文化产业概论》、《文化产业管理学》、《文化资源学》、《文化产业文献导读》、《文化产业知识产权》、《广告学》。这六种教材所对应的都是山东大学文化产业管理专业的核心课程，从最初的筹备方案，到2004年2012年间的三轮修订，同时，这是目前国内唯一一部由教师完成的本科基础教材。此外，这套教材也非常适合山东大学一线教师、某些山大特色专业、某些共性的理念。我们达成共识有两点：1. 可以追溯远，但“产业”意义现代“工业革命”后形成的一种产业，提供了强大的源动力，如留声机、照像机、印刷机、播放器、摄影等可以把一件文化产品按产业的需求量复制，火车、轮船、飞机又足以把海量文化产品的营销链条无限延展。正伴随着工业文明体系的建立，才产生了真正产业意义上的现代文化产业。2. 认为“农业文明”关联的是“农产品”，“工业文明”关联的是“工业产品”，而“数字技术”关联的则是“当代文化产业”。数字技术对文化产业的最大影响，就是使文化产品彻底摆脱时间与空间的限制，从而创造出巨大的利益。“文化产业”也因此而成为“朝阳产业”、“黄金产业”、或“最后一块暴利蛋糕”。但是，这也同时提醒我们，不能笼统地认定“文化产业”才是“朝阳产业”，只有数字技术所生的“当代文化产业”才是“朝阳产业”。从这一意义上说，以“三屏产品”（电视屏、网络屏、手机屏）为代表的数字文化产业，应该成为当代文化产业发展的主要方向。第二，关于文化产业的公众认知和理论导向，我的共识有四点：1. 认为“文化、创意、财富”是文化产业三个最为本质的表达元素，也是“文化产业”最通俗、最平实的诠释。2. 认为“文化”经过“创意”而产生“财富”，这之间并不存在“阿里巴巴”式的神话，存在的永远是《资本论》中所描述的从商品到货币的“惊险一跃”。而且，与工业、农业相比，文化产业的市场需求是“弹性”而非“刚性”的，这也就意味着这一产业更大的风险性。因而在宣传文化产业是“黄金产业”、“最后一块暴利蛋糕”的同时，更应突出“文化产业的高风险性”这一往往被忽视的观点。3. 认为文化产业的发展“文化”始终是一把双刃剑，既有普及、提升文化的，又始终包含着强烈的“反文化性”。4. 高度认同历史文化资源的丰富是中国文化产业的最大特点和最优势所在”。2002年的中国共产党第十六次全国代表大会，首次在大会报告中提出发展文化产业的战略部署。2003年1月，时任中共中央政治局委员、中国社科院的李铁映撰文指出：“中华民族有着五千年悠久的和灿烂的文化，其文化累积之丰厚、文化形态之多、文化哲学之深刻，是世界上其他国家少有的。这是怎么估价也不过分的宝贵的文化资源，是我们得天独厚的优势。对于中国新兴的文化产业来说，启动并整包装这些文化资源，就有可能形成具有中国特色的产业，并在全球市场的激烈竞争中占有可观的优势。”这于中国文化产业优势与特征的科学认识，至今仍然意义，当下中国文化产业最现实、最紧迫的问题是如何将“历史文化资源大国”变为“文化强国”。这其中，历史文化资源与数字技术的结合，可能是最值得关注的方向。第三，关于近30年中国文化产业理论研究的“学理架构”和当下的学科建设，我的共识有三点：1. 认为“文化产业”这一概念在近30年在中国出现，并不是简单转译，它的生成，可以直接追溯到改革开放之初对知识分子地位的认定：由于当时知识分子已从“臭老九”跃升为工人阶级的一部分，于是各个“知识部门”，如教育、文化部门等，也就与“农业”、“工业”一样，成为

丛书主编

王育济
韩英

Wenhua ChanYe
Wenxian Daodu

文化产业文献导读

刘玉平 王晓鹏 编著

海峡出版发行集团 | 福建人民出版社
XIAHAI PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP | FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

014005290

G114-43
07



丛 书 主 编 王育济
韩 英

文化产业文献导读

刘玉平 王晓鹏 编著



G114-43
07



北航

C1692521



海峡出版发行集团 | 福建人民出版社
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP | FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

文化产业文献导读/刘玉平, 王晓鹏编著. —福州:
福建人民出版社, 2013.9
高等院校文化产业基础教材/王育济, 韩英主编
ISBN 978-7-211-06733-6

I. ①文… II. ①刘… ②王… III. ①文化产业—文
献—介绍—世界—高等学校—教材 IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 130051 号

文化产业文献导读

WENHUA CHANYE WENXIAN DAODU

作 者: 刘玉平 王晓鹏

责任编辑: 江叔维

出版发行: 海峡出版发行集团

福建人民出版社

电 话: 0591-87533169(发行部)

网 址: <http://www.fjpph.com>

电子邮箱: fjpph7211@126.com

地 址: 福州市东水路 76 号

邮政编码: 350001

经 销: 福建新华发行(集团)有限责任公司

印 刷: 福建省天一屏山印务有限公司

地 址: 福州铜盘路 278 号

邮政编码: 350003

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张: 17

字 数: 269 千字

印 数: 1—3000

版 次: 2013 年 9 月第 1 版

2013 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-211-06733-6

定 价: 34.00 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换

版权所有, 翻印必究

序

2004年1月,教育部新设“文化产业管理”本科专业,山东大学历史文化学院成为全国首批承担这一专业的四所院系之一,并于当年实现了本科招生。次年春,山东大学文化产业管理学系成立。

任何一门学科的基础与范式,都只能建立在对研究史的总结之上,这是学科建设的第一块基石。山东大学已故史学名师郑鹤声先生有言:历史系每成立一个教研组,其首要工作必是整理学界相关著述之索引。基于这种办学传统,山东大学文化产业管理学系成立伊始,即会同历史系、档案系、考古系等,着手基础资料库的建设,并渐次启动《中国文化产业学术年鉴1979—2008年卷》的编纂工作。《中国文化产业学术年鉴》按学术编年史的框架,通过“年度学术论著选编”“评价集成与结论”“研究总目索引”等形式,对改革开放30年来中国文化产业研究的学术历程进行了系统的梳理。《中国文化产业学术年鉴》的编纂工作历时7年,出版后获得学术界、文化界的广泛好评,被认为是“涵盖了近30年相关领域中最完整的学术信息和最丰富的理论内容,既包括文化产业的概念、定义、逻辑内涵、行业边际、学科特点等学理方面的研究,又包括中国文化产业的历史、现状、行业模式、区域布局、新兴业态、业内典范等方面的宏观理论、政策和案例研究……近700万字的各类索引,更是为文化产业的学术理论研究和文化产业发展提供了海量资讯”(《光明日报》2010年3月31日);产业界、政府管理层,甚至央视《新闻联播》等,也对这套历时7年而成的学术年鉴给予了特别关注。

与《中国文化产业学术年鉴》相类似,现由福建人民出版社出版的这套“高等院校文化产业基础教材”,也是山东大学文化产业管理学系成立伊始即已启动,历时多年才完成的一套大学本科基础教材。该教材所对应的都是山东大学文化产业管理专业的核心课程,从最初的备课教案、自编讲义开始,经历过2004年至2012年间的若干轮授课实践和若干轮修改。

同时,这也是目前国内唯一一套由同一所院系的一线授课教师完成的本科基础教材。因而,除了相对严谨、扎实之外,这套教材也非常适合大学本科教学。

作为一套完全由山东大学一线授课教师所完成的教材,自然还会表现出某些“山大特色”,即山东大学师生有关文化产业的某些共识性的理念。

第一,关于“文化产业”自身的发展历程,我们的共识有两点:

1. 认为“文化产品”的历史可以追溯久远,但“产业”意义上的“文化产业”则是现代“工业革命”后形成的一种产业体系。工业革命提供了强大的能源动力,如留声机、照相机、印刷机、播放器、摄影机等可以把一件文化产品按产业的需求海量复制,火车、轮船、飞机又足以把海量文化产品的营销链条无限延展。正是伴随着工业文明体系的建立,才产生了真正产业意义上的现代文化产业。

2. 认为“农业文明”关联的只是“文化产品”,“工业文明”关联的是“现代文化产业”,而数字技术关联的则是“当代文化产业”。数字技术对文化产业的重大影响,就是使文化产品彻底突破了时间与空间的限制,从而创造出巨大的利润,“文化产业”也因此而成为“朝阳产业”“黄金产业”,或“最后一块暴利蛋糕”。但是,这也同时提醒我们,不能笼统地把“文化产业”认定为“朝阳产业”,只有数字技术所催生的“当代文化产业”才是“朝阳产业”。从这一意义上说,以“三屏产品”(电视屏、网络屏、手机屏)为代表的数字文化产业,应该成为当代文化产业发展的主要方向。

第二,关于文化产业的公众认知和理论导向,我们的共识有四点:

1. 认为“文化、创意、财富”是文化产业三个最为本质的表达元素,也是“文化产业”最通俗、最平实的诠释。

2. 认为“文化”经过“创意”而产生“财富”,这之间并不存在“阿里巴巴”式的神话,存在的永远是《资本论》中所描述的从商品到货币的“惊险一跃”。而且,与工业、农业相比,文化产业的市场需求是“弹性”而非“刚性”的,这也就意味着这一产业更大的风险性。因而在宣传文化产业是“黄金产业”“最后一块暴利蛋糕”的同时,更应突出“文化产业的高风险性”这一往往被忽视的观点。

3. 认为文化产业的发展对“文化”始终是一把双刃剑,既有普及、提升文化的功能,又始终包含着强烈的“反文化性”。

4. 高度认同“历史文化资源的丰富是中国文化产业的最大特点和最大

的优势所在”。2002年的中国共产党第十六次全国代表大会，首次在大会报告中提出发展文化产业的战略部署。2003年1月，时任中共中央政治局委员、中国社科院院长的李铁映撰文指出：“中华民族有着五千年悠久的历史 and 灿烂的文化，其文化累积之丰厚、文化形态之多样和文化哲学之深刻，是世界上其他国家少有的。这是一笔怎么估价也不过分的宝贵的文化资源，是我们得天独厚的优势。对于中国新兴的文化产业来说，启动并整合、包装这些文化资源，就有可能形成具有中国特色的文化产业，并在全球市场的激烈竞争中占有可观的优势。”这些关于中国文化产业优势与特征的科学认识，至今仍然有着强烈的导向意义，当下中国文化产业最现实、最积极的发展策略就是如何将“历史文化资源大国”变为“文化产业强国”。这其中，历史文化资源与数字技术的结合，可能是最值得关注的方向。

第三，关于近30年中国文化产业理论研究的“学理架构”和当下的学科建设，我们的共识有三点：

1. 认为“文化产业”这一概念在近30年的中国出现，并不是对法兰克福学派“文化工业”概念的简单转译，它的生成，可以直接追溯到改革开放之初对知识分子地位的认定：由于当时知识分子已从“臭老九”跃升为工人阶级的一部分，于是各个“知识部门”，如教育、文化部门等，也就与“农业”“工业”一样，成为“一种生产部门，一种产业部门”。正是在这种理论思维的推动下，“第三产业”的概念在1980年前后即为中国学术界所关注。“第三产业”作为一个包含着“知识生产”在内的术语，又直接导致了“文化产业”这一概念的生成。因而早在1981年就出现了“文化的产业化”的说法，出现了“第四产业”与“精神经济学”之间的讨论，至1987年就出现了“文化产业”的概念。尽管当时尚无学者对这一概念进行定义，但是这一概念所具有的“望文生义”的优势十分明显，与中国传统思维的路数亦十分吻合——无需定义和解说，即可粗知内涵。正因如此，“文化产业”这一概念才能超越“第四产业”“精神经济学”，以及后来的“文化工业”“创意产业”“内容产业”“版权产业”等外来概念，被中国学术界和社会普遍接受。“文化产业”这一概念在中国首度出现的时间是1987年，远早于20世纪90年代末才为学界所引介的“文化工业”，因而“文化产业概念的内生性”，是近30年来中国文化产业理论最重要的“学理性起点”。

2. 认为作为国家战略层面上的文化产业发展起始于近十年，但关于文

化产业的学术研究则贯彻于近 30 年。其中重要的节点是：1979 年以来经济学界关于“精神产品”和“知识价值”的讨论；20 世纪 80 年代学术界关于“第三产业”“第四产业”“精神经济学”“文化市场”“文化个体户与经纪人”“文化搭台与经济唱戏”“大众消费文化与精英文化”的讨论；20 世纪 80 年代中期“文化产业”概念的首度出现，以及 20 世纪 90 年代有关“文化产业”“创意产业”“版权产业”“文化经济学”“文化管理学”的诸多讨论；2000 年以来关于“文化事业与文化产业”的讨论，以及党的十六大以后国家战略层面上的文化产业研究；等等。对这些节点进行整合性梳理，可以为当下中国文化产业学科奠定坚实的基石，也是创立有中国气派、中国风格的文化产业理论体系的必由之路。

3. 认为文化产业管理专业作为教育部新设的一个十分年轻的应用型专业，就其人才培养目标而言，可以简单表述为：既要有纵贯古今的文化视野，也要有策划经营的文化理念，以及现代产业意识和经营思路的复合型人才。但就课程的设置和教学的重心而言，文化产业管理专业显然应该与具体的工艺美术设计、图书编辑出版、游戏创意、景区规划，以及演艺产业、广告产业、体育产业、旅游产业等有所区别。所以，在文化产业的教学、科研和学科建设中，应该突出“通识意识”“学问意识”和“经典意识”，要从学术史的梳理中奠定这一应用学科的学理基础；要引导学生关注工业革命以来有关“文化工业”“文化产业”的经典文献，关注近 30 年来中国学术界在文化与文化产业问题上的深度思考，从而保持大学教育应有的内在思想的活力、反省能力、质疑能力和价值动力。换言之，“文化产业”这一学科所面对的问题可能非常现实、非常政治和非常经济，但大学教育和学科建设仍应该与“现实”“政治”“经济”拉开距离，要努力建立并坚持大学自身的学术话语，并依据大学应有的治学逻辑设计学科建设的路径。

以上理念和观点主要体现在《山东大学关于增设“文化产业管理”本科专业的建议报告》（2003 年）、《山东大学关于建立山东省文化产业研究基地的论证报告》（2003 年）、《培养文化产业管理专业的合格人才》（2004 年）、《文化产业：学术阐释的原则与目的》（2006 年）、《加强文化产业的基础理论研究》（2006 年）、《文化·创意·财富：三论“文博会”主题词》（2006 年）、《论文化、创意、财富三者之间的关系》（2006 年）、《关于文化创意产业的几点认识》（2006 年）、《也谈文化与文化产业的关系》（2006 年）、《1987：中国文化产业的重要节点》（2009 年）、《中国文化产业学术

年鉴 2003—2008 年卷出版说明》(2009 年)、《中国文化产业学术年鉴 1979—2002 年卷特别说明》(2009 年)、《文化产业学科建设要有四大意识》(北京大学第七届文化产业新年论坛主题发言)(2010 年)、《济南历史文化资源与文化产业》(济南市政策研究室委托课题结项报告;文化部基层文化干部培训班讲义)(2012 年)、《数字技术与当代文化产业》(济南市第三届青年科学家论坛主题发言)(2012 年)等相关文献和著述中。山东大学的各位同仁在教学和研究中对这些方面的问题思考和讨论也较多,所形成的共识也都以这样或那样的方式渗透、沉淀在这套教材的相关章节之中。这也使得这套教材有了一些区别于其他著述的显著特色。

这套“高等院校文化产业基础教材”的出版,得益于福建人民出版社的全力支持和赖炳伟先生的促成,从选题调研、审定编写提纲、编稿到今天的付梓,时间已过去了一年多,这期间,赖炳伟先生以及责任编辑们的工作热忱和辛劳,感动了我们每一位作者。可以说,没有他们的努力,这套教材可能还会以内部讲稿的形式存在若干年。

《中国文化产业学术年鉴 1979—2008 年卷》的编纂和这套教材的出版,大致夯实了山东大学文化产业学科建设的基础,但能否在这一基础上更筑层楼,显然还有待更多的努力。

是为序。

王育济

2012 年 8 月 23 日

前言

改革开放以来，特别近十余年来，伴随着经济、文化、社会各项事业的快速发展，中国文化产业的理论与实践在互动中生长，在嬗变中演进，谱写出异彩纷呈的篇章。同时，半个多世纪以来，西方文化产业的理论和实践在当代世界已经产生并正在发生广泛而深刻的影响，也对中国文化产业带来了不容忽视的影响。

在种种新鲜的理论与实践面前，从事文化产业教学的广大师生热情高涨。然而，许多学生一时难以把住文化产业“跳动的脉搏”、确立学业的立足点和突破口。这主要是因为，文化产业是一个范围极其广阔的领域，或者从系统论角度说，是由众多范围广阔的子系统组成的异常庞大的超级系统。只要涉猎这个领域，他们就无不感到范围广大，信息资料海量，不少人甚至无从下手。

近年来，在为研究生开设“文化产业文献导读”课的过程中，我们曾多次努力查阅和积累相关资料，课堂上引导并和同学一起阅读相关文献，回顾中国文化产业30余年发展历程，试图从中梳理出脉络和梗概。于是，一个想法就自然而然地产生了：编写一部《文化产业文献导读》（以下简称《导读》），为文化产业管理专业研究生和本科生学习提供引导与帮助，同时也为学界、政界、企业界及其他感兴趣的读者了解、思考文化产业问题提供便利与参考。这就是本书编纂的基本定位和预期目标。

《荀子·劝学》有言：“不登高山，不知山之高也；不临深溪，不知地之厚也。”《导读》选编过程，也是“登高山”“临深溪”的探索和尝试。真正深入进去，我们才发现事情远比想象的复杂和困难，其中的劳神费力“冰炭不言，冷热自明”。例如，为了找到预想中达到较高水准的某一篇文章，至少要查阅和比较三五篇相同或相似的文章；有的著作和论文标题看起来新颖，很有吸引力，但从头至尾阅读后就发现内容不符合选编要求；梳理出某一类别的大致脉络，更是需要反复翻阅大量资料；一篇论文

或一部著作的最终选用，还要参考学界的评价和社会的反响，经过讨论后加以定夺，等等。

值得说明的是，本《导读》的编纂工作是建立在《中国文化产业学术年鉴（1979—2008年卷）》（以下简称《年鉴》）基础上的。作为按年度持续反映中国文化产业研究的理论走向的大型学术文摘类权威著作，《年鉴》面世后被称为“系统梳理改革开放30年中国文化产业学术理论状况”“确立文化产业的研究体系”“占据文化产业学科制高点”。《年鉴》所选“年度权威论文”为本《导读》提供了直接借鉴，同时《年鉴》（1979—2002年卷）“编纂说明”对本《导读》选编具有方法论的启示。

还应当说明，文献本身内容是本《导读》选编时最看重的，与此同时，我们特别注意查阅所选文献是否和在何处被转载、引用、评述等。例如，海外文献参考约翰·哈特利编著的《创意产业读本》、单世联编选的《文化产业研究读本》（西方卷）等，国内文献参考胡惠林主编的《我国文化产业政策文献研究综述》（1999—2009）、《中国文化产业评论》（多卷），以及张晓明等主编的《文化蓝皮书：中国文化产业的发展报告》（多卷本）；认真查阅和统计2008年以来的《新华文摘》、中国人民大学《复印报刊资料》各期全文收录和转载的文化产业学术论文，注意重要学术期刊对文化产业文献的引用情况。

本着优先保证选编文献的质量和代表性、兼顾时间和类别的考虑，我们对国内外公开发表的文化产业学术论文和专著精心遴选、反复甄别，最大程度地避免了随意性。具体说来，《导读》编选文献的过程贯穿了如下原则，即四个“注重”：一是审视文章和专著题目是否合乎文化产业学或文化经济学的基本理念，注重体现产业性特征。二是力求把握每一具体领域产业发展的大致脉络和理论动态，注重反映产业研究的纵向过程性特征。三是文献选择坚持质量优先，海内外专著充分考虑其代表性，注重体现学术性特征。四是处理好文献本身与转载、引用之间的关系，兼顾评价、影响及作者知名度。

在《导读》编纂中，我们努力做到三个“注意”：一是注意抓住原文写作的动机和主要特色，按照选编者的视角和理解适当加以评判和推荐。这也是选编的根据所在。二是注意把握原文献的核心要点和主要内容，选编的要点力求抓得准。论文摘要篇幅一般控制在1200—1500字范围内，专著摘要一般为5000字左右，视原著具体情况而略有差别。三是注意适当选择有价值的分析论证与引用资料，包括新颖的、翔实的数据。

按照四个“注重”和三个“注意”原则，本《导读》选出正式发表的论文 80 篇、出版的专著 15 部，均按发表或出版时间顺序排列。其他较有价值的相关文献由于篇幅所限，我们只能将其目录作为附录分别排列于论文卷和专著卷之后，以方便读者查阅，作为推荐阅读目录，也算是对所选文献的补充。

每部专著的导读都包括“著作概况”“作者简介”“摘要与导读”三个部分。“著作概况”一般参考原文献摘要和序言，简要指明该文的写作背景、立论出发点、中心思想、面对的理论与实践问题、写作特色、主要影响和价值评价等，给读者一个初步印象和大致框架，引起读者阅读兴趣。“作者简介”部分文字相对较少，主要介绍作者的职务、职称、研究领域和方向、研究成果、学术地位和社会影响等。通过这些介绍，帮助读者更好地理解原作、了解学术动态和产业信息，引导读者对文化产业相关领域的关注、把握，便于今后进一步开展相关研究。

“选文导读”和“摘要与导读”是导读的主体，一般注重把握创新之处、鲜明论点、主要论据等。摘录均出自原文，忠于原作，基本不用引文，不加引号（专有词语除外）。专著的“摘要与导读”，一般分为三至六个小部分，每一部分均设一个小标题。小标题参考原著章节题目或略加改动，也有根据所摘内容自拟，力求确切、鲜明、精练。各小部分之间和每一部分内都按一定逻辑结构和顺序展开，尽可能防止文字重复或杂乱堆积。这样，帮助读者理解的同时也便于读者把握原著基本精神风貌。

尽管编者做出了最大努力，但由于水平和时间所限，本《导读》肯定存在某些不足。真诚地希望学界专家、同仁和广大读者批评指正，以便于我们今后加以改进和完善。

刘玉平 王晓鹏

2012 年 12 月

目 录

前 言	刘玉平、王晓鹏 (001)
-----------	---------------

论 文 卷

试论社会主义精神生产	孙长宁、沙吉才、曾五一 (001)
服务消费品的使用价值与价值	李江帆 (003)
人类应当建立一门崭新的学科——精神经济学	李向民 (005)
试论文化艺术的商品性质及其调节机制	李 军 (006)
码洋·产值·利润——概念辨析和出版社经济效益评价	王纪卿 (008)
论社会主义的文化产业	李建中 (010)
艺术表演团体体制改革的几个问题	王文章 (011)
试论电影市场研究的特点和趋势	汪天云 (013)
现代艺术商品化的内在机制	姚文放 (014)
在改革开放中发展文化产业	高占祥 (016)
大型主题公园布局初步研究	保继刚 (018)
关于发展文化产业的哲学思考	谢名家 (019)
中外出版业发展规模比较	罗紫初 (021)
试论转型期中国传媒的市场传播意识	戴宇立 (023)
体育文化产业——中国体育产业的新拐点和新焦点	易剑东 (024)
20 世纪中国广告学理论的发展	陈培爱 (026)
文化产业发展与国家文化安全——全球化背景下中国文化	
产业发展问题思考	胡惠林 (028)
文化市场的理论定性与文化的市场定位及其管理	廖 奔 (029)
文化市场建设中的政府介入机制	顾 江 (031)
关于休闲的研究	张广瑞、宋瑞 (033)
试论表演艺术团体运作方式的产业化	谢大京 (034)

国家文化发展战略与国有文化部门的战略性改组	齐勇锋 (036)
加入 WTO 对中国体育产业的影响	于再清 (038)
当代西方文化产业理论研究概述	苑捷 (040)
关于中国动画文化发展的思考	彭玲 (042)
文化产业竞争力的内涵、结构和战略重点	花建 (044)
数字媒体在创意产业发展中的地位	肖永亮 (046)
民营资本对中国电视剧市场运作的影响	俞剑虹 (047)
试论书画艺术品的市场法则与规范运作	刘开云 (050)
文化产业：学术阐释的原则与目的	王育济 (051)
关于创意产业的理论思考	贺寿昌 (053)
中国报业的涅槃之痛与发展契机	喻国明、刘旸 (055)
中国会展业发展的问题与对策研究	祖强 (056)
发展休闲产业论纲	魏小安 (058)
区域文化产业发展模式研究	陈少峰 (060)
互联网艺术的产业化	黄鸣奋 (062)
解放思想，加大力度，把文化体制改革引向深入	欧阳坚 (063)
新媒体与中国动漫产业互动机制研究	何建平 (065)
出版体制改革与改革中的出版业	柳斌杰 (066)
对网络文化及产业的理性思考	娄成武、李冬 (068)
非物质文化遗产保护与国家文化发展战略	王文章、陈飞龙 (070)
中国大学出版社体制改革的历程及经验	周蔚华 (071)
提升我国动漫产业原创力的对策建议	赵弘、谢倩 (073)
北京奥运与首都文化创意产业的发展	金元浦 (074)
中国广告业的路径判断与选择	丁俊杰、王昕、何京、刘新 (076)
传统节日与现代节庆的差异及互动发展	王重农 (078)
旅游消费：家园遗产中“看不见的手”	彭兆荣 (079)
旅游产业生态集群及其实现方式	李庆雷、明庆忠 (081)
区域经济文化对区域创新模式的影响机制研究	辜胜阻、洪群联、杨威 (083)
网络游戏市场特性与竞争策略分析	张铭洪 (085)
中国动漫产业发展现状分析	王冀中 (086)
整合营销传播背景下广告产业形态的重构	程明、姜帆 (087)
中国演出市场现状分析及发展策略探究	聂建华 (089)

- 需求和供给视角下旅游产业潜力影响因素研究 冯学钢、王琼英、于秋阳 (091)
- 关于会展经济效应若干基本问题的辨析 杨 勇 (093)
- 我国文化创意产业发展的三个阶梯与三种模式 金元浦 (094)
- 中国艺术品市场标准化体系如何建成 西 沐 (096)
- 探索商业与美学的平衡——2009 年中国电影艺术备忘 尹 鸿 (098)
- 构筑文化产业而立之年的学术高地——《中国文化产业学术
年鉴》的理论与实践价值 王育济 (099)
- 世界博览会与博物馆发展的内在关系 吕建昌 (101)
- 中国电影实现文化软实力的背景、动因与发展分析 周 星 (103)
- 学科范式的转换与身份认同的构建——文化产业学科建设
的目标与对策 向 勇 (104)
- 中国动漫产业：呼唤“‘新’中国学派” 盘 剑 (106)
- 博物馆的社会责任与城市文化 单霁翔 (108)
- 资源、技术与共享：数字出版的三种基本模式 方 卿 (110)
- 论节庆文化与节庆产业 范建华 (111)
- 论文化产业与旅游联动发展的五大模式 花 建 (113)
- 中外旅游标准化发展现状和趋势比较研究 张凌云、朱莉蓉 (115)
- 中国图书“走出去”需破解的 N 种屏障 黄家坤 (117)
- 文化产业要上新的层次 叶 朗 (119)
- 中国文化产业政策及其实施效果——基于国家八大动漫游
戏基地（园区）政策调研的实证研究 李思屈、李义杰 (121)
- 数字出版创新商业模式新解 陈永东 (122)
- 基于旅游系统理论的中国乡村旅游发展模式探讨
..... 张树民、钟林生、王灵恩 (124)
- 编码，解码 [英] 斯图亚特·霍尔 (126)
- 布迪厄文化资本观念的本源、早期发展与现状
..... [英] 德里克·罗宾斯 (128)
- 日本动漫产业的发展及其对世界的影响 [日] 景宏 (130)
- 创意产业的核心因素 [英] 约翰·霍金斯 (132)
- 当市场让位于网络——一切都成为服务 [美] 杰里米·里夫金 (134)
- 创意产业 [澳] 约翰·哈特利 (136)
- 关于批判性媒体文化研究 [美] 道格拉斯·凯尔纳 (138)

推荐阅读论文目录	(141)
----------------	-------

专 著 卷

媒介经营与产业化研究	黄升民、丁俊杰 (152)
产业界面上的文化之舞	花 建 (157)
中国文化产业史	李向民 (164)
中国数字娱乐产业发展战略研究	李思屈等 (170)
文化产业经济学	顾 江 (177)
非物质文化遗产概论	王文章 (183)
文化创意产业概论	金元浦 (190)
文化产业政策与文化产业发展研究	欧阳坚 (196)
中国国家文化安全论	胡惠林 (203)
世界文化产业研究	熊澄宇 (210)
机械复制时代的艺术作品	[德] 瓦尔特·本雅明 (215)
文化工业：作为大众欺骗的启蒙	[德] 马克斯·霍克海默、西奥多·阿多诺 (221)
娱乐至死	[美] 尼尔·波兹曼 (227)
艺术的法则——文学场的生成与结构	[法] 皮埃尔·布迪厄 (233)
艺术文化经济学	[美] 詹姆斯·海尔布伦、查尔斯·M·格雷 (240)
推荐阅读专著目录	(247)
后 记	(251)

论文卷

试论社会主义精神生产

【作者】孙长宁、沙吉才、曾五一

【文章出处】《经济研究》1979年第6期

【选文导读】

精神生产是人类重要活动之一。人的劳动都是在一定的思想、意识支配下和一定的科学、技术条件的基础上进行的。建筑师、科学家、设计师、文学家、艺术家等都是从事精神生产的劳动者，他们以脑力劳动为主，以大脑为“车间”，通过思维、科学概念和艺术形象来表现外部世界，创造出各种有使用价值的精神产品，满足社会发展和人们生产、生活的需要。凡是科学研究（包括自然科学和社会科学）、文化艺术创作活动都属于精神生产，这些活动所涉及的部门和范围都是精神生产领域。

精神生产的形成和发展是以物质生产为前提的，精神生产的性质取决于物质生产的一定形式。精神生产，在人类社会历史上，随着社会生产力的发展而形成，而发展；在不同类型的社会中，它具有不同的性质和特点。原始社会没有专门的精神生产者，精神生产和物质生产最初是合于一身的。在资本主义社会里，精神生产同物质生产、智力劳动同体力劳动，往往是对立的，这种对立在一定程度上反映了阶级矛盾的对抗性质。随着社会主义生产资料公有制的建立，精神生产屈从于剥削阶级的一面消失了，它和物质生产完全对立的一面也消失了。

精神生产的特点首先表现在精神产品的形式方面，即精神产品（成果）例如知识、经验、观点、原理等等，大部分没有像物质产品那样的具体的实体形状。其次，在生产劳动的性质方面，精神生产劳动是一种以脑力劳动为主的劳动。精神生产领域里的每一项成果，往往

都是复杂的脑力劳动和艰苦的体力劳动的结晶，需要几年、十几年甚至几十年坚持不懈、顽强刻苦的努力。再次，在生产和再生产的过程方面，就物质生产而言，它可以在同样一个过程中连续不断地重复地生产同样的一种产品，生产的条件同时也就是再生产的条件；而精神生产则不同，一般说来，它的直接生产过程和再生产过程所赖以进行的条件和运动的形式是不同的。最后，从劳动的组织形式来看，虽然精神生产发展的趋势是逐步从个体研究为主发展到有组织的集体研究，但是，精神生产毕竟是一种有赖于个人创造性劳动的活动，因而始终是可以由个人进行的。

和物质产品的使用价值相比，精神产品的使用价值也有其不同的特点。精神产品的价值范畴，首先是这个产品生产出来以后它的效用能不能抵消这个产品生产过程所消耗的费用，其次是精神产品之间的交换以及精神产品和物质产品之间的交换问题。

在社会主义再生产中，精神生产和物质生产日益紧密地交织在一起，它们有着极其密切的关系，相互作用，相互促进，相互转化。

精神生产是由物质生产决定的。精神生产的方向为物质生产发展的要求所决定，发展水平受物质生产发展水平所制约。

精神生产对物质生产起着重要的反作用。这种反作用是通过精神产品体现的。精神产品大体上可以分为作用于物质资料生产的精神产品和作用于劳动力再生产的精神产品。一方面，一部分精神生产的产品，特别是科学技术的成果，应用于物质生产过程，直接转化为强大的物质生产力；另一方面，一部分精神生产的产品，特别是文化科学知识，通过教育、宣传、普及等各种形式，也就是经过它的再生产过程，传授给物质生产劳动者，提高他们的文化程度、科学知识以至改变他们的精神面貌。二者结合起来，就能大大地提高物质生产的劳动生产率。

精神财富的增长，直接标志着一个国家的科学文化的发展程度，并间接标志着这个国家的社会劳动生产力的发展程度。由于生产日益社会化和科学不断地转化为生产力，精神生产的直接生产职能将日益增长，精神生产效率越来越高，精神财富越来越多；从长远来看，精神生产对物质生产的预见作用、指导作用和促进作用将愈来愈大。

我们必须充分认识精神生产的重要性，一定要根据它的特点和要求，制订相应的方针政策，采取有力措施，加强对精神生产部门的引导；在国民经济综合平衡时，保证精神生产部门得到按比例的发展，以适应国民经