


中国文化产业 评论

第
18
卷

中文社会科学引文索引(CSSCI)来源集刊

胡惠林 陈昕 ——主编 单世联 李康化 ——副主编

上海交通大学国家文化产业创新与发展研究基地 ——主办



Commentary on
Cultural Industry
in China

- 胡惠林 构建具有路标导向的中国文化产业发展指标体系
沈望舒 理论研究的价值——持续谋划中国文化产业的“升级版”
张琳悦 论文化产业政策的显性与隐性
李康化 “非遗”的认知困境与保护路径
王 媛 现代性语境下：非物质文化遗产的生活性保护
王海文 中国（上海）自贸区建设背景下的文化保税实践创新

第
18
卷

中文社会科学引文索引(CSSCI)来源集刊

中国文化产业评论



胡惠林 陈昕 ——主编——单世联 李康化 ——副主编
上海交通大学国家文化产业创新与发展研究基地 ——主办

Commentary on
Cultural Industry
in China

上海人民出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

中国文化产业评论. 第 18 卷/胡惠林,陈昕主编.
上海:上海人民出版社,2013
ISBN 978 - 7 - 208 - 11945 - 1

I. ①中… II. ①胡…②陈… III. ①文化产业-研
究-中国-文集 IV. ①G124 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 282651 号

责任编辑 黄玉婷
封面设计 储平

中国文化产业评论(第 18 卷)

胡惠林 陈昕 主编

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

上海商务联西印刷有限公司印刷

开本 720 × 1000 1/16 印张 30.5 插页 2 字数 504,000

2013 年 12 月第 1 版 2013 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 208 - 11945 - 1/G · 1647

定价 65.00 元

《中国文化产业评论》编委会

顾 问:谢绳武 王仲伟 申维辰 叶取源

主 任:徐 飞 陈 昕 胡惠林

常务编委(按姓氏笔画为序):

尹 鸿 齐勇锋 刘世军 李康化 孟 建
金元浦 张国良 张晓明 单世联 胡惠林
荣跃明 章建刚 喻国明 熊澄宇 蒯大申

编 委(按姓氏笔画为序):

王亚南 王育济 王锦萍 卢 渝 冯应谦(香港)
江奔东 李向民 朱大可 齐书深 刘玉珠
祁述裕 汪俊昌 陈少锋 陈文玲 陈立旭
张 敏 明立志 郭少棠(香港) 施惟达
郝振省 顾 江 贾磊磊 凌金铸 陶东风
高宗仁 崔成泉 韩永进 谢武军 蒋 宏

国际编委(按英文字母为序):

安德鲁·罗斯(Andrew Ross,美国)
安迪·C.帕拉特(Andy C.Pratt,英国)
克里斯·吉布森(Chris Gibson,澳大利亚)
汉斯·姆马斯(Hans Mommaas,荷兰)
贾斯汀·奥康纳(Justin O'Connor,澳大利亚)
凯特·奥格莉(Kate Oakley,英国)
马克·班克斯(Mark Banks,英国)

主 编:胡惠林 陈 昕

副 主 编:单世联 李康化

目 录

理论探讨

- 构建具有路标导向的中国文化产业发展指标体系
理论研究的价值
——持续谋划中国文化产业的“升级版”
文化创意产业生态系统分析及运行机制
语言产业、文化产业与我国语言产业战略
论民族文化产业发展中的若干问题
- 胡惠林[003]
沈望舒[013]
秦 枫[021]
陈柏福 黄少安[035]
刘 涛[052]

改革瞭望

- 在大改制中寻找新生
——2012年中国期刊业发展概况
我国文艺演出院线建设：现状、问题与对策
演出业联盟式经营的美国经验与中国路径
- 王晓生[073]
孙凤毅[083]
陈 庚[094]

区域观察

- 长江三角洲文化产业发展现实及反思
论传统文化与现代传媒的互动发展
——兼以西藏为对象的个案研究
推波式走高
——关于内蒙古文化产业发展态势、措施及其对策研究
- 王 婧[111]
章军杰[124]
张志华 无 极[134]

文化政策研究

- 论文化产业政策的显性与隐性
张琳悦[169]

论新自由主义全球化条件下的文化政策困境

- 读《重新思考文化政策》有感 周晨哲[193]
- 从《重新思考文化政策》看文化资本主义 刘广伟[198]
- 读《重新思考文化政策》 徐辰[203]

■ 文化经济研究

- 文化产业集群互助融资担保机制构建研究 王重远[215]
- 影视产业版权质押贷款难点分析 黄威[226]
- 中国(上海)自贸区建设背景下的文化保税实践创新 王海文[234]

■ 文化遗产研究

- “非遗”的认知困境与保护路径 李康化[249]
- 现代性语境下:非物质文化遗产的生活性保护 王媛[268]
- 苏绣产业化之困 齐崇文[277]
- 以镇湖刺绣业为考察对象

■ 产业发展思考

- 视频网站作品衍生品开发及相关产业价值链构建 王光文[295]
- 管中窥豹:微电影的产业潜力 阮南燕[309]
- 媒体市场化研究:市场化过程中省级卫视的生存策略 罗宜虹 黄凯[321]
- 以浙江卫视为个案

■ 文化消费研究

- 文化消费:概念辨析与政策重构 郑铤[335]
- 上海居民文化消费模式创新研究 左鹏 汪波[347]
- 东北文化产业供需协调增长预期目标 王亚南[363]
- 城乡文化消费需求趋近同步的实例

■ 上海文化创意产业批判

- 打造“超级都市”的文化品质 马咏蕾[383]
- 上海提升文化品牌竞争力的政策环境分析

域聚链散、同质乏新

——上海创意产业集群化发展现状反思

刘 斐[398]

基于非线性理论的上海创意产业集聚区规划的思考

王 锋[409]

人才:上海构建国际文化大都市的瓶颈

——上海文化创意产业人才的现状和危机分析

毛 溪[417]

■ 全球环顾

2012年美国电影市场分析统计报告

美国电影产业研究课题组[435]

为中国文化产业的健康发展而奋斗

——《中国文化产业评论》创刊10周年纪念座谈会暨学术研讨会会议

综述

付延慧 张 红 李盈盈 岑光波[462]

编后记

[474]

约稿启事

[476]

第
18
卷

Commentary on
Cultural Industry
in China
中国文化产业评论

理论探讨

构建具有路标导向的中国文化产业发展指标体系

上海交通大学媒体与设计学院 胡惠林

内容提要:中国文化产业发展体系与西方发达国家有着很大的差异性。经历了10多年来的快速发展,中国文化产业正面临着依靠什么来发展、依靠谁来发展和究竟发展什么样的文化产业的重大战略选择。建立科学的指标体系,追求中国文化产业的“可积累性增长”“可转换型增长”与“可持续发展”,在文化产业发展方式(怎样发展)、文化产业发展目标与任务(为谁发展)、文化产业发展主体(依靠谁发展)、文化产业发展成果的分配(谁来享受)等方面构成中国文化产业发展的基本价值体系,已经成为衡量中国文化产业水平和发展质量的战略需求。

关键词:路标导向;文化产业发展;指标体系

2012年,笔者和笔者的助手王婧博士共同出版发表了我国第一部《中国文化产业指数报告(CCIDI)》。这是笔者所承担的教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“我国文化产业发展战略研究”(08JZD0034)的成果之一。成果发表之后,引起广泛的社会反响,新华社、《人民日报》等国内主流媒体和各大门户网站纷纷给予报道^①,上海社科规划办将“中国文化产业指数研究”列为特别委托项目,立项资助。《2013:中国文化产业指数报告》就是在2012年的基础上形成的。我们设想对这一课题开展长期研究,发布系列年度发展指数报告。

2012年发表的《中国文化产业指数报告》取得的一项最核心的成果

^① 详见胡惠林、王婧:《中国文化产业指数报告(CCIDI)》,上海人民出版社2012年版,“后记”。

是第一次提出了“两大指标”“三个梯队”“五种类型”的中国文化产业发展指数分析的理论框架与测评模型,即所谓“2+3+5”中国文化产业指数研究模型。

文化产业是社会文化的生产系统和社会精神秩序的表达系统。它通过经济的载体建构时代的政治文明景观,通过人、社会、自然与国家的互动,提高和推动人的全面发展和文明的全面进步。因此,就文化产业的生存系统与发展环境来说,它们同时受制于两个方面的因素,并且同时又影响这两个方面。那就是文化产业的外部关系和文化产业的内部关系。这就是我们提出来的两大最基本的指标体系“表征”与“内涵”,并且以此建构了中国文化产业发展的“双重复合指标体系”。国情可以不一样,传统也会存在很大差别。但是,无论是哪种情况和条件,文化产业在国民经济发展中的地位和文化产业发展的社会影响都必然地构成它的外部关系。文化产业的某些行为和发展走向选择有的时候就是在这样的生态环境影响下生成的。长期的这类影响会建构文化产业的行为方式和习性养成,并进而影响和改变它的基因结构。这就会有关于GDP的指标和关于就业率的指标。因此,离开了对“表征”指数的建构,文化产业发展指数测评是不完全的。但是,仅有“表征”是不行的。真正构成文化产业本质属性和主体功能,并且最终决定它的外部关系的,还是属于文化产业自身的内部联系。这就是“内涵”。任一产业形态都有它与其他方面的外部关系,但是,区别这种外部关系以及影响这种外部关系的是文化产业关于“内容——符号意义和价值”的生产与提供。如果说,其他产业的主体功能是满足于人的物质需求的话,那么,唯有文化产业的主体功能是为满足人的精神需求而存在的。这是决定文化产业之所以是文化产业而不是其他什么产业的本性之所在。因此,“内涵”指数的建立也就具有了文化产业生命主体价值。没有它也就没有了文化产业发展指数。这是我们所理解并建立起来的关于文化产业的认识及其“表征与内涵双重符合指数体系”。这就是关于“2”的建立。

中国正处在并将长期处在社会主义发展初级阶段。这是认识和判断中国国情的基本出发点,也是当今中国一切理论与政策的基本出发点,同时也是我们衡量和判断中国发展问题的基本出发点。

然而,同为发展的初级阶段,东、中、西部的发展差距何其之大!中国的社会主义初级阶段是发展不平衡的初级阶段。这个初级阶段本身又可以分成几个不同的发展阶段。东部沿海地区是一种初级阶段形态,中部地区也是一种初级阶段的发展形态,西部地区也还是初级阶段的一种发展形态。同样属于

社会主义初级阶段差距何其之大！认识和判断中国的发展问题应当从这个基本国情出发。离开了这个发展不平衡的基本国情，一切所谓理论与政策也就脱离了实际。政治、经济是如此，社会、文化也是如此。这实际上也就为我们思考和认识中国发展问题提出了一个如何建立标准以及建立什么样的标准的问题。

以此来观察和思考中国文化产业的发展阶段和发展水平，中国的文化产业发展大致可以划分成以下三种类型：以农耕文明为基础，以手工业为主要生产方式的传统文化产业，以工业文明为基础，以大规模机器复制为主要生产方式的现代文化产业，和以信息文明为基础，以数字技术和互联网为主要生产方式的新兴文化产业（后现代）。第一种类型集中分布于中国广大的西部地区，第二种类型集中分布于中部地区，而第三种类型则主要集中分布于中国的东部地区。这大体上与我国社会生产力发展水平由东往西依次递减的特征相一致。这在《2013：中国文化产业指数报告》的分析中已经得到清晰的描述与证明。这就使得中国文化产业具有其他国家文化产业所没有的文明复杂性，以及有这种复杂性而形成的矛盾与冲突：一方面中国的社会发展要完成从第一阶段文明（农耕文明）向第二阶段文明（工业文明）的转型，即现代化；同时又要完成从第二阶段文明（工业文明）向第三阶段文明（信息与生态文明，或曰后工业文明）的转型，即后现代化，还要弘扬优秀传统文明（中华文明），实现中华民族的伟大复兴，即中国化：

传统农耕文明——现代工业文明——信息生态文明（空间序列、秩序）

过去——现在——未来（时间序列、秩序）

自然主义价值观——社会主义价值观——人文主义价值观（表达序列、秩序）

这是当下中国发展面临的“三重关系”，以及由这“三重关系”规定的“三重秩序”。文明形态与发展阶段的“三重关系”和“三重秩序”历史地制约了现阶段中国文化产业发展的现实关系。中国文化产业现状深刻地反映了这种关系，并且在文化产业发展的“表征和内涵”两个方面表现出来。这就是“三个梯队”概念设计的理论来源。现实情况是复杂的，并不如“三个梯队”如此简单。不仅处在第一梯队的文化产业发展形态中融有农耕文明的内容，即便是处在第三梯队的发展形态中也有后工业文明的要素，例如对于信息与生态文明成果的引进和应用。但是，这种状况都没有改变它所处阶段的“主体文明”特征及其在中国文化产业发展秩序中的基本位置。“三个梯队”的划分是基于

对我国文化国情分布结构与文化资源国土空间分布的基本分析与判断,这一格局将长期影响我国文化产业的发展格局和发展态势,除了个别地区会出现所谓的“排名秩序”的前后调整,整体不会出现“秩序大调整”。这就是“3”。

“五种类型”是对“三个梯队”的具体化,依然是基于对我国文化产业发展所处阶段的“初级阶段多层次化”和“初级阶段多阶段化”的思考。这样就可以更具体地描述我国文化产业整体发展在空间发展序列上的时间序列。在一个关于时空文化经济学思考的意义上可视化地揭示我国文化产业发展在时空汇聚意义上的微观结构。同时,也为分别处在不同梯队上的不同地区提供一个可竞争的时间表与路线图:你的位置在哪里?你与前者的差距在哪里?你的竞争目标是什么?如何才能和在什么时候才能实现长远目标下的阶段性目标?实际上我们是建立了一个“优先目标选择模型”,并且在不同的优先目标之间设立了“递进条件”。已有的条件是既定的,也是变化的,但都是基于对不同发展类型地区转型发展问题的思考。因此,“五种类型”既是对处在不同发展地区文化产业发展状况主客观条件的描述,同时又暗含了:任何一个地区要想成为中国文化产业发展的第一梯队,就必须实现从一种文明序列向更高级序列的文明发展转型。难以突破三个梯队格局,却可以改变发展类型身份。在这里,任何一个微观主体对现状的改变都构成战略意义。这就是“5”。

二

我们究竟需要什么样的文化产业发展观和文化产业认识论,这是当前中国文化产业面临的一个重大的理论与政策问题。中国当前文化产业发展遭遇到的一切问题,都是由这一对基本问题形成的。这个问题,不仅涉及以什么样的发展观来发展文化产业的问题,而且还涉及我们以什么样的价值观来评价和衡量文化产业发展的标准问题。

不同的文化产业认识论必然形成不同的文化产业发展观。那么,在今天,我们究竟需要什么样的文化产业发展观呢?这取决于我们的文化产业认识论。也就是说,我们如何理解与认识文化产业。

学术界关于文化产业的认知,大致可以分成两类:一种认识论把文化产业看作经济,是经济发展的一个方面,因此,用经济发展的思维来发展文化产业,用一般经济发展模式来套用,就成为这一类型的文化产业发展观,GDP是它的价值观;另一种认识论是把文化产业首先看作文化,其次才属于经济范畴。

这一认识论主张用文化发展的方式来发展文化产业,把发展文化产业看作文化发展的重要方式。文化资源积累和增长是它的价值观。前一种文化产业发展观,可以称之为“项目型发展观”,后一种文化产业发展观,可以称之为“价值型发展观”。“项目型发展观”在文化产业发展方式上往往照搬经济开发区和高新技术开发区的模式,“招商引资”是它的主要特征,现阶段为大家所批评的“文化产业园区建设的同质化”问题,就是这种发展观造成的;“价值型发展观”主张通过激活内源创新能力的方法发展文化产业,“自主创新”是它的主要特征,现阶段为大家所不满意的的就是“创新不足”的问题。前者的好处是周期短、见效快,通过“文化地产”生产“GDP”,后者的不足是周期长,见效慢,很难马上产生 GDP。在政绩考核和绩效主义环境下,经济指标成为衡量一个单位、一个地区文化产业发展的主要指标,文化指标则成为次要指标,甚至是不要的指标。这是现阶段中国文化产业发展的严重缺失。这种缺失是因为评价和衡量文化产业发展指标体系的缺失。

文化产业发展需要项目拉动,没有项目,价值就会失去载体,但是,没有价值,项目就会失去灵魂,失去精神。我们应该是项目和价值的结合论者,而不是单纯的“项目主义”。以价值为核心,以价值为主导,只有这样,中国的文化产业才能形成和拥有核心竞争力。没有电视机,我们可能缺少文化传播的手段,但是,没有价值观,有了电视机我们只能成为传播别人文化的工具。我们也可能在世界文明面前失去自我。

文化产业的一半依赖于社会的创造性思维,一半则源于人的存在与精神。人文底蕴是认识生命的开始,也是如何对待生命的重大尺度。文化产业是人的精神生命的延伸,是人的关于世界认识的表述,是人的价值世界的体现。发展什么样的文化产业,或者说把什么样的文化产业塑造成为我们精神生活和社会存在的一个重要组成部分,不是为了 GDP,而是为了通过发展文化产业来重塑我们的精神世界,展现我们的心理景观和价值风貌,为了文化的可持续发展。离开了文化这一价值尺度,文化产业没有意义,没有存在的价值与合理性。

文化是通过和借助于价值观和信念给经济发展以巨大的影响,并通过对人力资本的文化改造提高来改善社会生产力,进而实现经济财富的社会增长。仅就文化本身的文化产品生产所创造和提供的直接的现价财富指标,是永远不可能成为社会财富创造的主力,即便文化产业增加值已经发展到占 GDP 的 6%,成为国民经济的支柱产业,支撑整个国民经济的 94%依然是由第一、第

二以及其他第三产业创造的。因此,必须而且应当转变直接由文化产业创造经济财富的狭隘的文化产业发展观,建立以人的、社会的文化价值观、文化创造能力的培育为导向的文化产业发展观。应当通过文化产业对人的文化生产力的转化,通过提高人力资本构成的文化创造力含量来实现国民财富的提高。

三

是理性发展?还是非理性发展?这是衡量文化产业发展方式性质(怎样发展)的首要问题。文化产业理性发展的核心应该是:文化内容的创新发展、发展方式的可持续发展、发展理念的协调发展、发展价值观的资源积累性发展和发展伦理的公正与和谐性发展。一切以文化的建设、发展,文化资源的积累、增长为核心,以满足人的、社会的文明进步与发展为旨归。这就需要建立评价文化产业发展的标准,构建具有路标导向性质的中国文化产业指标体系。

中国文化产业体系是一个与西方发达国家有着很大的差异性的文化产业发展体系。构建具有路标导向的中国文化产业指标体系,是在中国文化产业经历了十年的快速发展,进入一个新的历史发展阶段提出来的。经历了十多年来的快速发展,中国文化产业正面临着依靠什么来发展、依靠谁来发展和究竟发展什么样的文化产业的重大战略选择。构建具有路标导向的中国文化产业指标体系,应当包括物本发展指标(GDP)、人本发展指标(人的全面发展)以及社会制度发展指标(文明进步)。我们建立的“2+3+5”分析模型实际上提出了一个概念性理论框架。

经济和社会发展转型已经日趋系统化是当前中国转型发展面临的大问题与大趋势。推动我国文化产业发展的红利尚未生成,文化体制改革红利尚在释放之中,国际化红利尚未兑现,我国文化产业发展在所需要的质量要求涉及的技术含量、创新含量、结构优化含量(内在产业结构,外在制度结构),尚未得到有效解决(又恰恰是我国文化产业后发的软肋),便又遭遇到全球经济和我国发展转型升级的战略转变,尤其是在经济结构战略性调整进一步加深,经济发展转型进一步加快,各种倒逼机制进一步形成“核聚变”效应的情况下,如何科学地推进我国文化产业的生态化、可持续性发展,就需要我们在理论和实践上,建立科学的指标体系,追求中国文化产业“可积累性增长”与“可转换型增长”,在文化产业发展方式(怎样发展)、文化产业发展目标与任务(为谁

发展)、文化产业发展主体(依靠谁发展)、文化产业发展成果的分配(谁来享受)等方面构成中国文化产业发展的基本价值体系。这既包含文化产业发展的外部性关系,也包括文化产业发展的内生关系。这就使得“表征”和“内涵”成为衡量和测评中国文化产业发展的两个最重要的指标,这就使得建立“以表征与内涵双重复合指标体系”为核心的中国文化产业指数理论成为可能。《中国文化产业指数报告》就是建立在这样的理论基础上,并且以这一理论对我国文化产业进行发展指数测评研究的。

衡量中国文化产业的发展,完全应该有多套指标体系,而不应该只有一种评价指标体系。但是,不论哪一种指标体系的建立,它都应该是从中国文化产业发展的实际出发,从中国文化产业发展的实际需求建立起来,用于指导文化产业实践发展的,而不是套用某种现存的并非用来测评文化产业发展的理论模型来建立关于中国文化产业指标体系,那样会削足适履,而完全丧失中国文化产业发展的特殊性。事实上,仅就“五种类型”的划分而言,是否有可能建立更能反映我国不同地区文化产业现实的其他类型分类就是一个值得深入研究的命题。

统计数据的完整性与科学性是一个世界性难题。迄今为止,也还没有哪一个国家解决了这个问题,说他的数据完全科学而没有任何“估算”,即所谓的“水分”。但是,这并没有妨碍联合国和国际社会建立各自的评价系统、指标体系和指数建构。那种以现在中国的文化产业统计数据有问题,建立文化产业指数条件还不成熟的主张,是一种因噎废食主义。

建立这样的指标体系充分考虑和兼顾到中国文化产业发展的区域非均衡性状况,从而使得任何一个地区在采用该指标体系的时候,都有可能其某一个指标尚处在全国最优,而不是始终落后。

问题不在于现阶段中国文化产业数据发布是否达到科学透明的理想状态,问题是在现有条件下怎么评价才是公平公正的。同一个标准下衡量不同的发展阶段和发展水平存在着公正性问题,因为对欠发达地区不公平,然而这样的不公平永远存在,问题是如何把这种不公平缩小到最小限度。如何做好关于文化产业利益格局的重新配置和改革与发展红利分配的顶层设计,克服微观层次(公民个人文化权益之间)、中观层次(城乡、地区和行业之间文化资源配置)、宏观层次之间(国家与社会文化产业分配)三大分配的失衡,是当前中国大转型带来的巨大阵痛。这是一个与当下中国文明转型“三大关系”直接和密切相关的三大分配问题。

这才是今天中国文化产业在进入大转型时代所要解决的问题。

四

中国文化产业是在许多方面都还没有准备好的情况下,被推入社会主义市场体制改革大潮的;是在一个自身主体尚未发育成熟就面临着一个谁是文化产业发展的主体的战略选择问题;是在一个市场化体制和机制都还未完全建立起来,便遭遇到文化产业发展的“中国式经济自由主义”和“中国式重商主义”的“文化产业发展陷阱”。如何克服文化产业的泛市场化和唯市场化导向,转向以文化为导向和价值观建设为导向;如何在进一步深化文化体制改革的进程中不断提升文化产业的文明价值,在实现文化产业发展方式转变的同时,实现文化产业发展的文明转型。这是今天中国文化产业面临的一次深刻挑战。

文化产业发展需要一个健康的文化资本市场。这是从国家文化产业向社会文化产业发展转型的重要标识。发展文化资本市场的核心,是要为文化内容的战略性生产提供强大的金融资本支持,而不仅仅是成为上市文化企业漂亮的账面盈利。如果文化资本市场不能或者不是为了文化内容生产提供支持,而仅仅是为了通过资本市场实现资本盈利,那么,它就与一般的投资品没有本质的区别。资本市场只是一个机制,一种融资平台,一种文化金融手段,而不是目的。是要通过资本市场的融资机制和融资能力,克服和解决我国文化产业发展融资难问题。如果把资本市场的手段当成了文化产业发展的目的,那就本末倒置了。文化产业的GDP不是通过文化资本的“市场运作”生成的。资本市场在任何情况下都不会产生和生产文化软实力,更不会提高一个国家的文化产业竞争力。一个国家的文化产业竞争力是靠文化产业自身的文化内容生产能力的提高和文化市场的文化产品占有率以及由此而形成的“文化资本”来实现的,而不是靠金融资本市场来实现的。这是一个根本的价值导向问题,离开了这一价值指标,它就不是文化产业而是其他什么产业了。

中国文化产业应该走出“投资驱动”的误区,大力推动“创造性驱动”。引导更大的文化消费需求,才是克服文化产业发展投融资困境的主要办法。

我们以弱化意识形态主动权的巨大代价,并没有为我们赢来世界文化市场的更多份额。还处在文化资本市场的原始积累阶段,还没有进入文化产业自觉时期。文化产业自觉时期的一个显著特征就是文化的创造性驱动,而不