

第二届 中国文化创意产业 优秀论文集 (2014~2017)

主 编 / 祁述裕 钱 蓉

THE 2ND BEST PAPER PROCEEDINGS OF
CHINESE CREATIVE INDUSTRY
(2014-2017)



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

祁述裕

北京大学文学博士，二级教授，博士生导师，中共中央党校（国家行政学院）文化政策与管理研究中心主任，享受国务院政府特殊津贴专家，中央国家机关特聘党的十九大报告文化建设部分宣讲人。兼任文化和旅游部文化改革发展研究基地主任、中国文联文艺评论家协会艺术产业委员会主任、北京观恒文化发展研究院院长、文化和旅游部文化产业专家委员会委员、国家发展和改革委员会服务业专家委员会委员、国家公共文化服务体系专家委员会委员、国家国有文化资产管理专家指导委员会委员、中国传媒大学兼职博导、武汉大学兼职教授、首都师范大学特聘教授。

钱 蓉

中国人民大学书报资料中心副总编兼副主任，中国人民大学人文社会科学学术成果评价研究中心副主任，编审。主要研究领域为历史、期刊出版、学术评价等。策划、主编《观点·历史》《中国学术热点趋势报告》《中国人民大学复印报刊资料转载指数排名研究报告》等学术丛书，发表《“复印报刊资料”转载学术论文指数研究报告》《学术共同体中的期刊与评价》《历史学研究现状与发展趋势》等论文。

THE 2ND BEST PAPER PROCEEDINGS OF
CHINESE CREATIVE INDUSTRY
(2014-2017)



第二届 中国文化创意产业 优秀论文集 (2014~2017)

主 编 / 祁述裕 钱 蓉



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

第二届中国文化创意产业优秀论文集: 2014 - 2017/
祁述裕, 钱蓉主编. -- 北京: 社会科学文献出版社,
2019. 1

ISBN 978 - 7 - 5201 - 3659 - 4

I. ①第… II. ①祁… ②钱… III. ①文化产业 - 产
业发展 - 中国 - 文集 IV. ①G124 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 232957 号

第二届中国文化创意产业优秀论文集 (2014 ~ 2017)

主 编 / 祁述裕 钱 蓉

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 蔡继辉

责任编辑 / 蔡继辉 张 澄

出 版 / 社会科学文献出版社 · 皮书研究院 (010) 59367092

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367083

印 装 / 三河市龙林印务有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 24.5 字 数: 374 千字

版 次 / 2019 年 1 月第 1 版 2019 年 1 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 3659 - 4

定 价 / 98.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

主编简介

祁述裕 北京大学文学博士，二级教授，博士生导师，中共中央党校（国家行政学院）文化政策与管理研究中心主任，享受国务院政府特殊津贴专家，中央国家机关特聘党的十九大报告文化建设部分宣讲人。兼任文化和旅游部文化改革发展研究基地主任、中国文联文艺评论家协会艺术产业委员会主任、北京观恒文化发展研究院院长、文化和旅游部文化产业专家委员会委员、国家发展和改革委员会服务业专家委员会委员、国家公共文化服务体系专家委员会委员、国家国有文化资产管理专家指导委员会委员、中国传媒大学兼职博导、武汉大学兼职教授、首都师范大学特聘教授。

钱 蓉 中国人民大学书报资料中心副总编兼副主任，中国人民大学人文社会科学学术成果评价研究中心副主任，编审。主要研究领域为历史、期刊出版、学术评价等。策划、主编《观点·历史》《中国学术热点趋势报告》《中国人民大学复印报刊资料转载指数排名研究报告》等学术丛书，发表《“复印报刊资料”转载学术论文指数研究报告》《学术共同体中的期刊与评价》《历史学研究现状与发展趋势》等论文。

目 录



建设文化场景 培育城市发展内生动力

——以生活文化设施为视角 祁述裕 / 001

政府资助艺术：支持与反对 单世联 刘述良 / 020

我国文化产业发展的总体状况和主要特征 高书生 / 047

我国文化产业投融资及财政政策的成效与优化策略

..... 张凤华 傅才武 / 078

论文化产业的本质

——重建文化产业的认知维度 胡惠林 / 091

“一带一路”倡议与我国文化产业的空間新布局..... 花 建 / 118

带状发展：“十三五”中国文化产业发展新趋势..... 范建华 / 133

特色文化产业发展研究 齐勇锋 吴 莉 / 152

财务困境、成瘾消费与国有文艺院团改革 辛 纳 / 166

中国文化产业政策变迁及其有效性实证研究

——基于转型经济中的政府竞争视角 王凤荣 夏红玉 李 雪 / 182

中国文化产业税收政策的现状与建议 魏鹏举 王 玺 / 207

我国文化产业并购热的解析与反思 潘爱玲 邱金龙 / 219

我国文化产业创新的制度环境及优化路径 李凤亮 潘道远 / 245



第二届中国文化创意产业优秀论文集（2014 ~ 2017）

新时期中国文化产业发展的几大问题	范 周 张 芃 / 260
创意产业空间集聚的演化：升级趋势与固化、耗散	
——来自上海百家园区的观察	孙 洁 / 274
政府补助、公司性质与文化产业就业	
——基于161家文化上市公司面板数据的分析	臧志彭 / 291
略论文化创意小镇的建设理念与方法	王国华 / 307
中国文化产业改革治理的创新突破点与行动逻辑	
——特色文化城市建构的产业转型视角	何 森 张鸿雁 / 325
特色文化产业发展要实现“跨区域”治理.....	高宏存 / 341
文化创意产业统计：国际镜鉴与引申	刘 杨 顾海兵 / 351
后 记	/ 368
附录 2014 ~ 2017年《文化创意产业》全文转载总目录	/ 371

建设文化场景 培育城市发展内生动力^{*}

——以生活文化设施为视角

祁述裕^{**}

摘 要：随着城市功能由生产型城市向消费型城市转型，生活文化设施在当代城市发展中的作用日益凸显。本文以场景理论作为分析工具，对丽江大研古城酒吧、中关村创业大街咖啡厅、景德镇创意市集草根类生活文化设施的价值和作用进行了分析。结果发现草根类生活文化设施由民间自发形成，与社区生活联系紧密，市民参与度高，时尚且富有活力，是激发城市活力、促进区域经济发展的重要载体。生活文化设施只有依托特定的文化空间环境，与多样性的文化实践活动、多类型人群的互动整合在一起形成不同的“场景”，并通过“场景”展示出具有吸引力的价值观和生活方式，才能发挥独特的效用。本文从社区、生活文化设施、多样性人群、文化实践和价值观五个维度，分析中关村创业大街、景德镇创意市集如何通过整合当地资源，分别形成以互联网为核心、以吸引网络人才为重点和以陶瓷创意设计为主体、以吸引陶瓷创意人才为重点的各具魅力

^{*} 原文出处，《东岳论丛》2017年第1期，第25~34页。

基金项目，本文系首都师范大学文化研究院重大项目“依托文化资源建设文化城市研究”（课题编号：ICS-2016-A-06）部分研究成果。

^{**} 祁述裕，国家行政学院社会和文化教研部主任、国家行政学院文化政策与管理研究中心主任，教授，博士生导师，国家文化产业专家委员会委员、中国文联文艺评论家协会艺术产业专家委员会主任。



的“场景”。本文还探讨了场景理论的特点和价值，提出场景理论中国化的主要思路。

关键词： 场景理论 城市功能 创意人才 文化产业

引 言

随着城市功能由生产型向消费型转型，生活文化设施在当代城市发展中的作用日益凸显。古根海姆博物馆对西班牙毕尔巴鄂市转型发挥的重大作用，伦敦眼对伦敦城市形象价值和经济价值的提升，迪士尼乐园对上海旅游业等相关产业的带动，方特欢乐世界对芜湖市旅游业的积极影响等，都是被学界经常引证的案例。

但是，盲目兴建大型生活文化设施也蕴含着很大风险，底特律市就是一个例子。底特律市曾经是全球最著名的汽车之城。汽车业衰落以后，底特律市把城市复兴战略确定为重点发展文化娱乐业，努力通过修建大型体育场、剧院、博物馆、休闲广场、赌场等文化设施来摆脱困境。1994年，底特律市通过发展以福克斯镇为中心的城市文化娱乐来改善和提升城市形象，具体措施包括改建福克斯剧院，以及在此区域兴建其他剧院、博物馆和餐厅。底特律市市政府投资5亿美元，为底特律雄狮足球队和底特律老虎棒球队修建了两家体育馆；举办了美国标志性的体育棒球赛事“超级碗”，参与世界棒球系列赛。底特律政府的上述努力，并没有遏止底特律市的衰落，2013年底特律市的破产申请说明了这一点^①。类似案例在中国也不在少数，如万达集团在武汉投资的大型文化娱乐项目“汉秀”的失败等。因此，准确分析文化娱乐设施的功能及其在城市经济发展中的作用，是当前城市转型中需要研究的重大问题。

^① 特里·N. 克拉克：《文化动力——一种城市发展新思维》，吴军译，人民出版社，2016。



美国芝加哥大学特里·N. 克拉克教授提出的场景理论为分析上述问题提供了一个很好的视角。场景理论坚持城市文化支撑城市发展的理念，重视文化在城市经济创新和发展中的先导作用。首先，场景理论强调文化消费的重要性，认为不是城市促进了娱乐与消费，而是娱乐和消费促进了城市发展^①。其次，场景理论认为生活文化设施是促进城市文化消费的载体。电影院、图书馆、剧院、体育设施、主题公园、咖啡馆、酒吧、便利店、餐馆、购物中心、创意市集等生活文化设施在城市发展中起到至关重要的作用。值得注意的是，场景理论所关注的生活文化设施固然包括大型文化娱乐性主题公园、高层次博物馆等“高大上”项目，但更多的是强调作为社区组成部分的生活性文化设施。再次，场景理论强调城市精神的重要性，认为不同的生活文化设施具有不同的价值取向。比如，图书馆、艺术馆趋向于知识和进取，俱乐部趋向于自我表达，酒吧趋向于刺激和开放，教堂趋向于珍视传统价值观，等等。这种多样化文化是城市活力之所在。最后，场景理论强调生活文化设施不是孤立的存在。生活文化设施只有依托特定社区，与文化实践活动相配合，通过多样化人群的互动，才能最大限度地实现其价值^②。

本文以场景理论作为分析工具，分析丽江大研古城酒吧街、中关村创业大街创业咖啡馆、景德镇大学生创意市集三个生活文化设施的特点及其在城市经济发展中的作用；同时，从社区、生活文化设施、多样性人群、文化实践活动、价值观五个维度，分析中关村创业大街、景德镇创意市集形成的原因，探讨其特点；最后，对场景理论的价值及场景理论中国化进行了评价。

① Terry N. Clark and Coauthors, *Can Tocqueville Karaoke? Global Contrasts of Citizen Participation, the Arts and Development*, Emerald Group Publishing Limited, 2014.

② Clark, Terry, *The City as an Entertainment Machine*, Amsterdam, Netherlands; Boston, MA: Jai/Elsevier, 2011.



一 草根类生活文化设施是激发城市活力的重要载体： 来自三个案例的分析

草根类生活文化设施是场景理论十分关注的研究对象。草根类生活文化设施是指与人们日常生活密切相关、由民间自发形成的文化场所。谈到文化设施对城市发展的作用，人们关注最多的是迪士尼乐园、万达广场等一些“高大上”的项目。确实，这些文化项目对城市繁荣作用明显，但也存在投资大、风险高、同质化等突出问题。实际上，生活文化设施在促进城市经济发展中发挥作用的并不单单是大型项目，许多草根类生活文化设施与社区生活联系紧密，在促进城市经济发展中同样发挥着不可替代的作用。

草根类生活文化设施的价值早在传统社会时期就已经显露出来，如唐代首都长安的胡姬酒肆。在唐代，西域与中原交流频繁，大批胡人来到长安经商，胡姬也就与酒肆的经营结合在一起，通过其独特装束和颇具异域风情的服务吸引顾客，成为唐长安最有特色的商业场所和文化景观之一。胡姬酒肆有两个突出特点。第一，是商业之地。由于酿酒业和城市经济的发展，唐代酒肆的开设空前普遍和繁盛，首都长安是唐代饮食行业发展最繁荣的城市。刘禹锡“长安百花时，风景宜轻薄，无人不沽酒，何处不闻乐”就是长安酒肆业盛况的写照。第二，是激发骚人墨客情怀的场所。胡姬酒肆堪称唐代的时尚文化空间。唐代诗歌中有很多关于胡姬的诗歌，其中最著名的当属李白诗作。李白的诗中多次提到了“胡姬”，如“五陵年少金市东，银鞍白马度春风。落花踏尽游何处，笑入胡姬酒肆中”。胡姬在酒肆中不光调笑伴酒，还承担着表演任务。胡姬一般既擅长丝竹管弦，又擅长舞蹈。西域舞蹈中最著名的就是“胡旋舞”，唐代诗歌中对此也多有描述。

（一）丽江大研古城酒吧街

在当代社会，丽江大研古城酒吧街是草根类文化设施在促进当地经济转型和发展中发挥重要作用的一个经典案例。



丽江大研古城传统文化主要是纳西东巴文化和茶马古道商贸文化。1998年，丽江古城被列入世界文化遗产名录之后，受到广泛关注，旅游业迅速发展，很快成为国际化的旅游目的地。其中，新型生活文化设施的酒吧街以及这些酒吧所推出的“艳遇丽江”理念，为其原本少数民族古王国的文化形象增添了鲜明的时尚元素，呈现出既有少数民族风情又有青春、激情、快乐、世俗的现代文化的特点。酒吧街在大研古城文化转型中起到了至关重要的作用，极大地吸引了年轻游客^①。酒吧已经成为游客来丽江旅游所期待的六大文化旅游项目之一。在对丽江最期待的文化旅游项目调查中，丽江独有的自然风光和民族风情设施活动等最受游客青睐，认同比例高达50%以上；特色的客栈住宿、演出演艺、酒吧餐饮以及这些设施活动营造的文化氛围，在吸引与聚集游客方面的优势明显高于其他设施，认同比例都在20%以上（见图1）。

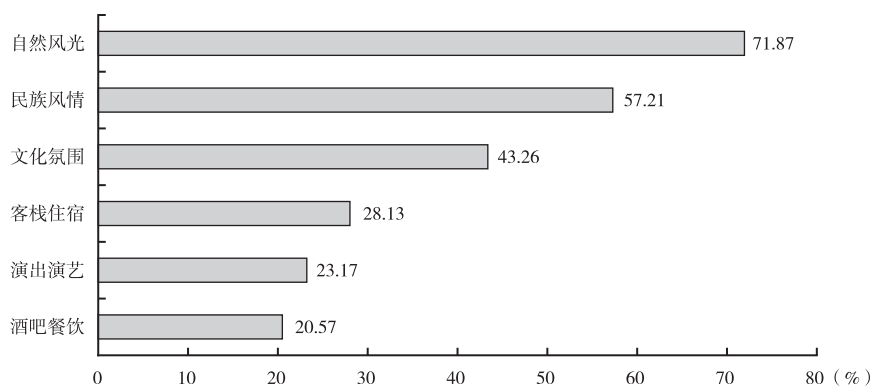


图1 游客对丽江最期待的文化旅游项目

资料来源：2016年国家行政学院文化政策研究中心调研组赴丽江考察当地文化消费情况后撰写的调研报告。

丽江大研古城文化转型引发了媒体的广泛关注^②，古城的文化形象也在发生着深刻变化。2005年以来，丽江在民间话语中不仅是“古王国”，更是

^① 《发现丽江：他们把酒吧整得像文化馆，不只卖酒还卖艳遇》，掌上丽江，2016年2月26日。

^② 2002年，《新周刊》以“你丽江了吗”为封面主题做了一期杂志；2003年，《丽江的柔软时光》出版，介绍并宣传丽江舒适慵懒的生活；2009年，《踢踢兜丽江之恋》中的那句“趁年轻，去丽江”让很多年轻人渴望在丽江拥有浪漫邂逅。



“艳遇之都”；丽江古城被谈论最多的话题，不是自然风光和少数民族风情，而是休闲娱乐。这也从一个层面反映了古城文化由传统向现代的变迁。尽管在一些人的印象中，丽江古城酒吧的艳遇文化过于张扬，有些艳遇语录有低俗之嫌，但总体是健康的；从游客接受度看，大部分游客对其持肯定态度。本课题组的调研表明，游客对丽江古城“小资”“艳遇”“酒吧”的看法，认为“很有特点，非常喜欢”和认为“可以，喜欢”的，达65%；觉得“比较反感”的仅占13%（见图2）。

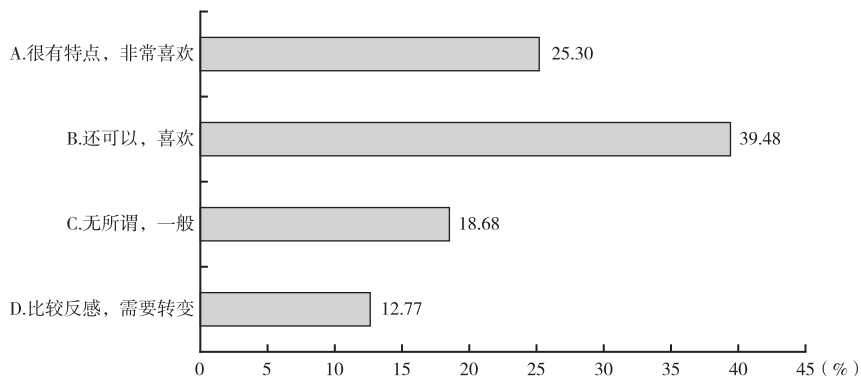


图2 游客对丽江“小资”“艳遇”“酒吧”等的看法

资料来源：2016年国家行政学院文化政策研究中心调研组赴丽江考察当地文化消费后撰写的调查报告。

（二）中关村创业大街创业咖啡馆

草根类文化设施促进当地经济转型和发展的另一个典型案例是中关村创业大街咖啡馆。

中关村创意大街是国内最有名的创业空间之一。2015年5月，国务院总理李克强赴中关村创业大街调研，引起国内外媒体的广泛关注。前往中关村创业大街考察的国内外政要、企业家络绎不绝。创业大街长约200米，目前入驻的创意服务企业有40余家。2014年以来，孵化的创意团队有1000多个，其中480多个创业团队获得了融资。创业大街创业氛围浓烈，两年来举办的各种创业活动达1600多场，参与创业的人数有十几万人。



创业咖啡馆是中关村创业大街最重要的生活文化设施，在促进中关村创业大街创业氛围的形成中起着至关重要的作用。中关村创业大街共有 10 余家咖啡馆，包括车库咖啡、Binggo 咖啡、3W 咖啡馆、极客咖啡、“投资家”咖啡馆、京东 JD+ 奶茶馆、言几又咖啡馆、黑马会咖啡馆、贝壳·爱喜咖啡馆等。在西方，咖啡屋历来就是一个创新策源地。西方历史上的许多重大创新都诞生在咖啡屋里，如英国皇家学会的成立、纽约股市的出现、共产党宣言的撰写等。中关村创业大街咖啡馆同样承担着多种功能，主要有以下三点。

第一，创业场所。这是其最重要的功能。年轻创业者缺少资金与北京房价奇高的矛盾是困扰年轻创业者们的最大问题。中关村创业大街咖啡馆以低廉的价格为创业者提供创业场所及配套服务。

第二，将孵化创业项目与投资相结合。中关村创业大街咖啡馆的经营方大都是投资机构，这些投资机构之所以创办咖啡馆，是希望通过咖啡馆搭建创业项目与金融结合的平台，并从中遴选出有市场潜力的投资项目。创业大街咖啡馆的上述功能，使得中关村创业大街咖啡馆对创业者有着极大的吸引力。

第三，思想交流碰撞的空间，休闲之地。中关村创业大街地处中关村科技园的核心区域，周边著名企业林立，创业园区众多，时尚设施云集，是交流思想、放松身心的极佳场所。

中关村创业大街咖啡馆将提供价格低廉的咖啡、租借工位、提供创业支持、休闲放松等多种功能结合在一起，成为连接创业者、投资者以及各种服务的平台。中关村创业大街以咖啡馆为载体，构成了一个创新生态圈，起到了“为创业者找钱、找人、找市场、找圈子的作用”^①。

以车库咖啡为例。进入车库咖啡的创业者们，只需要点一杯咖啡就可以在店内待一整天。车库咖啡创始人苏荇将车库咖啡定位为“创业者的乌托

^① 清控科创集团总裁助理季德清语，根据 2016 年 11 月本课题组成员吴军在中关村创业大街的调研访谈整理。



邦”，旨在为创业者提供创业载体和交流平台，不以营利为目的。车库咖啡的“活法”主要有以下几种：卖咖啡、租工位、办活动、出租广告位^①。车库咖啡聚集了大量的创业者，这些创业者又吸引了大批投资人及政府、银行等资源，形成了创业者社群。

（三）景德镇大学生创意市集

咖啡馆、酒吧都是外来文化元素，市集则是本土文化元素。景德镇大学生创意市集表明，本土文化元素同样可以在城市转型中发挥重要作用。景德镇大学生创意市集以陶瓷工艺为核心，以市集为平台，办得有声有色，中央电视台新闻联播节目曾对其做过专题报道。

景德镇大学生创意市集创办于2008年，每周六上午8点到12点开业，主要是展示、交易大学生创意设计产品，深受景德镇陶瓷学院大学生和外来大学生的欢迎。创意市集经历了一个发展过程。起初，它叫周六地摊，随着周六地摊影响力的不断扩大，2010年9月，正式改名为创意市集。市集包括每周六上午的小集市和每年5月、10月的两个大型市集。

创意市集分为三个区域，A区是“保送”区域，这一区域主要聚集的是具有发展潜力的摊主，大约有20多位，创意市集为他们提供机会以便其不断完善自己的作品。申请者主要在B区进行交易，这个区域大约有70位摊主，通过申请和评比进行公平竞争。每个月有4次摆摊时间，为了保证公平，每次摆摊位置由乐天陶社创意市集抽签决定。C区是混合区域，约有5位摊主，主要展示的是各种配套产品，如毛笔、竹雕、根艺等。

创意集市已经成为景德镇最大的时尚创意设计产品产出地，对景德镇的经济发展产生了以下四点积极影响。第一，创意市集影响着景德镇的陶瓷产品结构，以仿古陶瓷为主，增加了时尚、现代的元素。第二，景德镇陶瓷学院的毕业生由原来去外地找工作，变成留下来创作或创业经营。根据笔者调

^① 韩琮林：《中关村创业大街上的“花式”咖啡馆》，《北京商报》2014年11月17日。



研，仅在创意市集周边，至少有 12 家工作室的主人是曾经在创意市集摆摊的摊主。第三，吸引了众多外来大学生到创意集市学习和交流自己创作的产品。第四，创意市集已经成为景德镇的一个品牌，也成为知名旅游网站推荐的景德镇旅游必去之地。国务院提出“双创”要求后，景德镇创意市集成为“双创”成功范例，被媒体广泛报道。通过发放问卷，我们发现，创意市集的功能是多样的，具有商贸流通交易、创业与交流、时尚艺术陶瓷展示、休闲娱乐等多种功能（见图 3）^①。

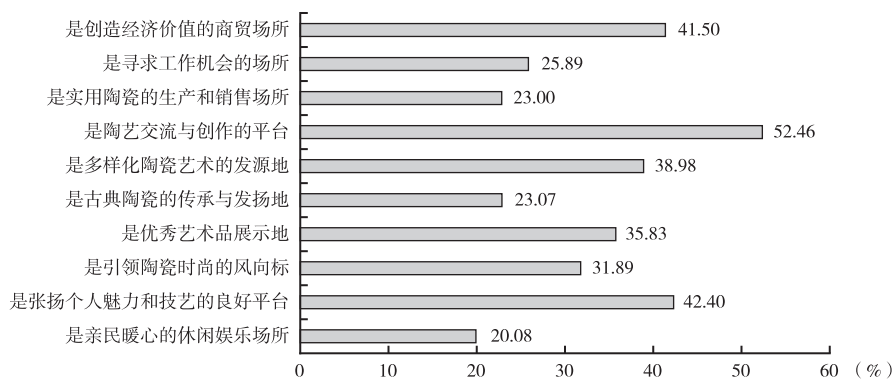


图 3 民众对大学生创意市集在景德镇的功能与作用的看法

资料来源：陆筱璐：《论文化创意社群对特色文化城市发展的意义及路径——景德镇乐天创意市集为例》，《浙江工业大学学报》（社会科学版）2016 年第 2 期。

草根类生活文化设施通常有以下三个特点。一是自发性。草根类生活文化设施几乎都是民间人士（机构、企业）创办或民间自发形成的，既不是按照政府的计划安排，也不是遵循某位官员的旨意。二是深厚的社区文化基础。特定草根类生活文化设施在某座城市、社区出现，总是与该城市、社区文化有着内在关联性，表现出鲜明的地方特色。三是低成本、高

^① 景德镇大学生创意市集的内容，均来自笔者负责的课题组数次赴景德镇调研并进行问卷调查形成的成果，可参见课题组成员陆筱璐：《论文化创意社群对特色文化城市发展的意义及路径——景德镇乐天创意市集为例》，《浙江工业大学学报》（社会科学版）2016 年第 2 期。