

第一章

导 论



学习目标

通过对本章的学习，学生应了解或掌握如下内容：

1. 明确文化产业史的研究对象；
2. 了解文化产业史的研究方法和史料来源；
3. 了解文化产业史的基本结构；
4. 了解文化产业史的结论。



导言

在很多人的印象里，文化产业是西方工业革命的产物，是典型的舶来品。因为直到 20 世纪三四十年代，德国的法兰克福学派才使用“文化产业”这个概念进行文化批判^①。而中国出现文化产业是在改革开放以后，甚至直到 21 世纪初，党的文献中才正式提及“文化产业”，因此，在很多人眼里，中国文化产业是一个新生事物。

但如果我们撇开文化产业的表象，研究其本质，就会发现中国历史上有大量似曾相识的活动。如果说，文化产业是文化艺术的商品化、产业化生产及其交易的总称，那么，这个貌似洋气的新概念便不再神秘，甚至不那么陌生。

第一节 文化产业史的研究对象

顾名思义，文化产业史就是研究文化产业发展的过程及其内在规律。在中国，文化产

^① 早在“文化产业”成为学术话语之前，西方就已经广泛使用“电影工业（电影产业）”这样的概念。从现有的资料来看，最早在 1914 年上海出版的英文报纸《大陆报》（*The China Press*）中，就已经有“Film Industry”（电影产业）的相关报道。该报纸是美国在华的主要报纸。电影产业词义比较中性，并没有法兰克福学派中的批判色彩。



业不仅不是一个新事物，而且可能是经济生活的最早形态。

文化产业不同于一般的文化艺术活动。首先，这是一种功利行为。王羲之约了一群文人墨客，去兰亭雅集，曲水流觞，吟诗写字，这种自娱自乐的行为不是文化产业。同样，俞伯牙坐在钟子期的坟前弹一曲《高山流水》，纯属艺术家个人的遣兴之作，也不是文化产业。但是，李白将一首“桃花潭水深千尺”送给汪伦，看起来没有发生一手交钱、一手给诗的交易，但是汪伦收留供养了李白多日，为他安排了生活，其实是一种变相的交易行为。这种所谓的“交易”并没有成为真正的市场，可以理解为朋友之间的馈赠，其动机是超出功利活动的。比如“扬州八怪”中的金农等曾经寄居大盐商家中，陪侍主公作画。历朝历代，皇宫里网罗了一大批杰出艺术家，他们为王昭君画像，为杨贵妃伴奏，陪武则天游龙门献诗，甚至在康熙的生日宴上演出《长生殿》，这些虽然也有经济关系，但不是艺术市场，属于“艺术赞助”。但艺术赞助只能说明资金的来源，不能决定文化活动本身的性质。为了不被纷繁的现象所淹没，我们将这些问题暂时放到一边。我们判断的标准只有一个：在一次具体的活动中，有没有拿钱。比如说，韩愈收了钱才帮人写墓志铭，李龟年在“安史之乱”以后才流落江南卖唱。

当然有些事情就比较清楚，比如郑板桥就明码标价地卖对联和竹子，梅兰芳收了包银才粉墨登场。至于杨柳青的年画、景德镇的瓷器、吴桥的杂技，显然都具有复杂的分工、标准化的流程、大规模的贸易、严密的组织，等等，很工业化，因而也就自然而然地成为文化产业史的重要角色。

这不是一般的艺术史，因为艺术史不愿谈钱。这也不是经济史，因为经济史拒绝浪漫。文化产业史将涉及文学业、绘画业、书法业、演艺业、工艺业、雕塑业和文化建筑业，当然还有后来出现的唱片业、影视业、网络游戏等。

马克思指出：“历史的进程并不象范畴那样死板绝对。”^①我们不能以今天的概念，去定义历史，而要从丰富的素材中丰富我们对文化产业这个范畴的认知。一般来说，文化产业应当具备四个特征。第一，精神化产品。无论是玉器、青铜器、大型的陵墓建筑，还是歌舞，其主要功能是表达精神内容，而不是实用功能。第二，专业化分工。从业者有专门的技艺，基本不从事其他物质生产，一些人专门以此为生。第三，商品化生产。已经出现相对成熟的市场，生产的动机就是为了交换，是为了让渡使用价值，实现交换价值。第四，规模化经营。不是一件两件的偶然制作，而是持续的生产，以及多人协作的生产模式和相应的经营管理。当然历史上的文化产业，尤其是早期形态，有时并不典型，条件也不完全具足，但仍然是弥足珍贵的历史足迹。

有一个需要讨论的问题，就是建筑。鉴于文化产业所特有的精神属性，文化产业史需要考察的建筑并不是一般的城市建设或者民居，而是具有意识形态意义的文化建筑，主要包括宫殿、皇城、陵墓、园林、塔寺。这些建筑被统称为文化建筑，其主要功能是表达

^① 马克思. 哲学的贫困[M]//马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集: 第4卷. 北京: 人民出版社, 1965: 159.

社会等级、彰显文化理念和审美趣味。文化建筑往往投入了大量人力、物力和财力，大型建筑还有严格的规划和管理。

为梳理清楚中国文化产业的发展脉络，我们首先需要研究一些与经济有关的文化活动，比如交换工艺品，在街头卖唱，还要寻找那些文化艺术活动背后的经济支持，比如说是谁给了艺术家工钱。这样我们就能陆续地发现一些零散的价格资料，从中知道青铜器的工钱、名家的画价。再进一步，我们可以了解在这些文化活动中，艺术家的功利动机和对利益的计较。当然，更多的是社会下层奔波的民间艺人，他们对文化产业理解最深、最质朴，所做的探索也最大胆。中国文化产业的最早的行业协会是由一帮在寺庙作壁画的画工组织的。正是从这些蛛丝马迹中，我们可以寻找出中国文化曾经跋涉过的崎岖泥泞的产业化道路。

与此同时，中国古人也一直在思考艺术品的价值和价格。唐代张彦远认为，绘画价格根本无从确定，不可捉摸。他说：“书画道殊，不可浑诘。书即约字以言价，画则无涯以定名……画之臻妙，亦犹于书，此须广见博论，不可匆匆一概而取……但好之则贵于金玉，不好则贱于瓦砾。要之在人，岂可言价？”^①按照这种看法，绘画的价值实体完全无从把握，其市场交换价值（价格）的确定并不来自绘画艺术品内在的因素，而完全由外部因素确定。这种外部因素，最重要的是人们对绘画艺术水平的认识。由于各人审美趣味迥异，价格会大相径庭。因此，价格取决于人的主观判断，全无客观标准，更谈不上其实质内涵，实际上陷入了价格不可知论。宋代大画家米芾也有同样的困惑，他说：“书画不可论价，士人难以货取，所以通书画博易，自是雅致。”^②其实这并不是中国文人想不通，就连经济学说史上赫赫有名的、19世纪英国古典政治经济学的集大成者大卫·李嘉图也弄不懂，他认为，像艺术品这样一种所谓稀缺性商品，“它们的价值与原来生产时所必需的劳动量全然无关，而只随着希望得到它们的人的不断变动的财富和嗜好一同变动。”^③

当然，文化产业史不需要研究这些复杂的问题，但这些思考本身，却折射出文化产业史的复杂性和丰富性。

第二节 文化产业史的研究方法

马克思、恩格斯在其合著的《德意志意识形态》中，明确了历史研究的正确方法，这就是从物质生产实践出发，从现实出发，人首先必须是生产方式的主体、实践的主体、社会活动的主体。决定历史发展的根本条件是物质生活条件，即物质资料的生产和再生产。这一切，为我们研究文化产业史提供了重要的方法论。

① 出自张彦远《历代名画记》卷二《论名价品第》篇。

② 米芾《画史》。

③ 李嘉图. 政治经济学及赋税原理[M]. 北京：商务印书馆，1962：8.



从宏观上看,文化艺术是精神生产的一个重要组成部分。在《1844年经济学哲学手稿》和《德意志意识形态》中,马克思指出,精神生产是人们为满足精神文化生活的需要而进行的生产活动。精神生产的成果即精神产品。精神生产同物质生产相对,着重探索人的内部精神世界,关注人的内心和社会的精神生活层面,以满足人的求知、审美、娱乐、情感等精神需求为根本目的,生产过程具有抽象性、创新性、传承性等特点。其外在体现主要是文化生产。精神生产的范围涉及哲学、自然科学、社会科学、科学技术和文学艺术等几乎人类生活的全部领域,是人类区别于动物的一个根本性标志。

由于物质决定意识,精神生产依附于物质生产。也就是说,一定的精神生产由物质生产的一定形式决定,即物质生产是决定精神生产的。精神生产必须依附于一定的物质条件才能实现。文化艺术活动从一开始就表现为物质生产方式的延伸。精神生产的基本要素——精神生产者、精神生产手段、精神生产对象,都体现为物质生产的产物。文化艺术生产者,像其他精神生产者一样,是从物质生产者中分离出来的。马克思、恩格斯在《德意志意识形态》中指出,“分工只是从物质劳动和精神劳动分离的时候起才开始成为真正的分工。”“分工不仅使物质活动和精神活动、享受和劳动、生产和消费由各种不同的人来分担这种情况成为可能,而且成为现实。”^①中国的文化产业史生动地证明了这一点。在新石器时代遗址中,我们发现人类最早的艺术品都是用吃剩的鸟兽骨并利用闲暇时间制作的,而后就会发现,随着生产力水平的提高,出现了更大的分工和社会分化,财富向少数人手中集中的同时,也出现了一些非常专业的匠师,艺术生产完全从物质劳动中分离出来。

在文化产业史研究中,要以辩证的方法研究史料。

所谓辩证的分析方法,就是用辩证法分析具体的矛盾事物,遵循对立统一法则、质量转化法则和否定之否定法则。其中对立统一是最为基本的法则。用辩证法分析历史,首先要注意“一切以条件、地点和时间为转移”,具体情况随着时间、地点、条件的变化而变化。同时要把“问题提到一定的历史范围之内”,在特定的时间、地点和条件内确定其所处的历史范围,不能超越历史、超越时代。

对于历史进程中一些事物的发展可以采取分段和分类研究的方法,通过这种分段和分类,可以深入研究不同文化产业活动的基本特征和变化规律,从而弄清楚某种文化业态发生、发展和消亡的原因和趋势。

理论联系实际,也是一重要的原则。史学大家克罗齐曾经说过,一切历史都是当代史,或在当代“重演”。既然每部历史对这广阔的世界都抱有某种感觉方式、某种存在方式和某种想象方式,既然一切过去的历史都必须联系到现在才能理解,那么只有这样,才会有“活的历史”。马克思谈到历史的“复合”和“再生”,也正是这个意思。正如德国著名哲学家恩斯特·卡西尔所指出:“历史知识是对确定的问题的回答,这个回答必须是由过去给予的。”^②

① 马克思,恩格斯.德意志意识形态[M]//马克思,恩格斯.马克思恩格斯选集:第1卷.北京:人民出版社,1972:36.

② 卡西尔.人论[M].北京:西苑出版社,2003:204-205.

第三节 文化产业史的史料

今天，我们能看到的史料，大致可分为文字材料和实物材料。有关文化经济历史的文字材料很多，甚至无法准确划定其外延。一切能够反映历史事实的文字材料，无论是正史、文学作品还是笔记野史等都可成为史料。不少人对这些文字材料，尤其是文学作品和笔记野史的可靠性提出质疑，其实这大可不必。我们知道，历史的真实至少包括两个方面，即历史事件的真实和历史背景的真实。在某些文学作品中，事件的真实性颇可怀疑，甚至可以认为是完全出于虚构，但我们没有理由因此而否认其背景的真实性。作为一个时代的作者，他的思想不能不受到当时社会背景的深刻影响，其记载和创作无不被打上时代的烙印。从这个角度说，几乎所有的文字材料对于某一具体时代来说，都是真实可靠的。《四库全书总目》说，“然稗官所述，半出传闻，真伪互陈，其风自古。未可全以为据，亦未可全以为诬，在读者考证其得失耳。”^①

余英时在《古代知识阶层的兴起与发展》一文中的议论颇有见地：

《史记》《战国策》及诸子著作中涉及游士之生活与思想者，其个别故事之真实性几乎全都可疑，其中当然有夸张、误传，以至捏造等情况。但是从社会史的观点说，它们所显示的时代通性则绝对可信，因为即使是捏造，也是当时的社会心理的产物也。本文采用这些材料，仅取其通性之真实，并不表示接受个别故事为历史事实。^②

本书也出于同样的认识，广泛而大胆使用这些似乎可疑实则可信的文字材料。这种文字材料的延用，对于艺术经济史来说有着特别的意义。因为艺术经济活动有很大一部分属于民间活动，在各代的社会地位和功用远远赶不上政治、军事、经济等，在中国传统的英雄史观指导下完成的历代正史中，并没有艺术经济的位置。在那里，我们几乎很难找到史学先贤的记载。因此，我们只能把注意力转向其他文字材料。当然这并不意味着，我们就此放弃对文字材料的鉴别和考证。

事实上，有许多文字材料具有相当的可信度。如书画题跋、笔记、日记等，事件大多为作者亲历，也相当可靠。同时正史中也有不少材料从侧面反映了各代艺术经济的情状。实物材料也相当有用。这种实物随着考古发掘的不断开展而越来越丰富，这些历代文物遗址都从一定的角度反映了艺术经济的发展状况。

比如，我们通过研究某宫阙遗址，测定建筑工程的规模，可以估算人力、物力和财力的投入，分析大型艺术经济活动的组织情况；通过寻找雕梁画栋的陈迹，可以了解当时艺术消费的状况和水平；等等。再如，通过分析某地出土的玉器，研究其来源，进而认识当

^① 纪昀《四库全书总目》卷一百四十二。

^② 余英时：《士与中国文化》[M]。上海：上海人民出版社，1987：73。



时进行工艺品商品化生产的情况和运输、交易情况。

第四节 中国文化产业史的结构

中国文化产业的发展历程有着普遍的规律，也由于不同的文化艺术门类显示出特殊性。因此文化产业史便自然形成两个维度，一是时间维度，从新石器时代，经过夏商周、春秋战国，至大一统的秦汉，再到封建帝制覆灭，中华民国肇始，直至中华人民共和国的光辉 70 年。从这条时间长河中，我们看到相同的政治、经济和社会条件下，文化发展的共同命运和大致相同的产业化阶段。另一个维度，是不同文化艺术门类，如歌舞、书画、戏剧、文学、电影等，它们有着不同的样貌，这些样貌其实反映了各自的产业化程度的差异。一般说来，歌舞是最早商业化的，而文学是较晚商业化的。这种差异，与中国传统意识形态及艺术家的社会角色有很大关系。

自汉代以来，儒家思想长期主导国家的主流意识形态，隋唐以后的科举制度，又将四书五经提高到治国平天下的高度。读书不仅为了识文断字，而且为了明理修身，继而齐家治国平天下。文化不同于物质资料，更不同于手工技艺只是用来糊口，文化具有高尚的归宿和社会评价。学而优则仕，读书乃进身之阶，近则光宗耀祖，远则入相封侯。因此，当一个文人开始靠文字挣钱，不啻是个人形象的崩塌和“社会性死亡”，更为社会所不容所不齿。因此，当人们谈到润笔时，总是有一种异样的神情。在这样的背景下，蔡邕、韩愈的“谀墓金”尤其显得不可理喻。要不是他们的文学地位和社会地位，恐怕早就被人唾弃。

相比之下，同为春秋时期，韩娥在城门卖唱，余音绕梁，三日不绝，大家赞不绝口。而伍子胥过昭关后，吹篴乞食，则被看成是英雄落难，虎落平阳，是权宜之计。要是伍子胥真的放弃理想，专注于街头吹篴，就会有些滑稽可笑。另一个例子是“安史之乱”后，杜甫在长沙偶遇老朋友李龟年，“岐王宅里寻常见，崔九堂前几度闻。正是江南好风景，落花时节又逢君。”这样的重逢没有一丝他乡遇故知的欣喜，更多的是唏嘘，尽管李龟年是一位职业艺术家，但过去都只有岐王、崔九这样非富即贵的人家才请得起，如今却流落到江南小城，同样让杜甫感慨不已。

与李龟年遭际相仿的是李唐。这位宋徽宗宣和画院的干将，在靖康之难之后，画院失散，逃往江南。第一次面对市场的李唐不谙行情，坚持画他擅长的山水画，可是，民间趣味和皇家口味差异甚大，一代山水大师的作品并不被市场认可，于是他在画上调侃自己：“云里烟村雨里滩，看之容易作之难。早知不入时人眼，多买胭脂画牡丹。”对于书画家这样的抱怨，大家并不觉得突兀，只是嘲笑他的时运不济。尽管在宋代市民社会已经兴起，城市生活的丰富性和多样性已经足以让史家赞叹，但动笔的交易，对于士大夫阶层仍然是一个心照不宣的禁地。直到清乾隆年间，“扬州八怪”中的郑板桥，这位康熙秀才、雍正举人、乾隆进士、潍县县令，居然在西方寺的住所挂出惊世骇俗的笔榜，为中国艺术市

场和文化产业史留下浓墨重彩的一笔（见图 1-1）：

大幅六两，中幅四两，小幅二两。书条、对联一两。扇子、斗方五钱。凡送礼物、食物，总不如白银为妙。公之所送，未必弟之所好也。送现银则中心喜乐，书画皆佳。礼物既属纠缠，赊欠尤为赖账。年老神倦，亦不能陪诸君子作无益语也。画竹多于买竹钱，纸高六尺价三千。任渠话旧论交接，只当秋风过耳边。乾隆己卯拙公和尚属书谢客。板桥郑燮。

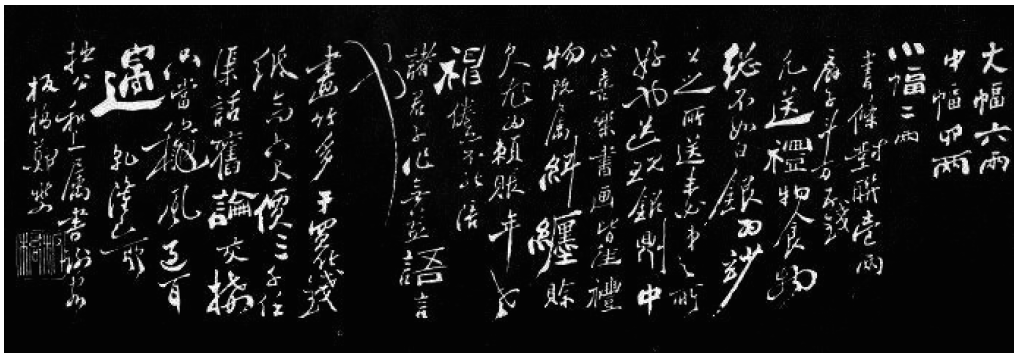


图 1-1 郑板桥手书润格，原碑藏潍坊博物馆

这一革命性的笔榜彻底颠覆了士大夫阶层的固有形象，好在郑板桥已经“辞官下海”，成为“扬州八怪”的首领。而康乾盛世时期的扬州，对于“八怪”的举止，显然是宽容的，最多是善意地揶揄。这样明码标价的字画交易，逐渐成为一种风尚，成为艺术界特立独行的标配。所以，后世文人挂单卖字，并不显难堪。清末状元实业家张謇为了大生纱厂在上海筹资，几度明码标价卖字，趋之若鹜。卖字为生，不仅不以为耻，反而成为文化人自食其力的常态。更不用说齐白石这样的职业画家，成为书画市场上的“老江湖”。

从中我们可以看出，在同样的时间维度上，文化产业各业态的发展发育水平是不一样的，但总体上，又有着大致相同的趋势。文化产业和文化市场的规模在不断扩大。

正因如此，我们在研究和叙述中国文化产业史的时候，只能采用以时间为纬，业态为经的结构。通过这样的方式，我们或许可以勾勒出中国文化产业丰富多彩、又不断发展壮大的历史进程。

第五节 文化产业史的结论

文化产业史研究不仅仅观察和分析文化市场和精神生产的现象和过程，还为我们揭示了精神生产与物质生产之间的规律。

根据马克思主义分工理论，分工是在社会发展到一定阶段而产生的。人类社会起初只是行为方面的分工，后来由于天赋、需要、偶然性等而出现了自发地或自然地产生的分



工。这种“自然地产生”的分工还不是真正意义上的社会分工。真正意义上的社会分工是原始社会后期出现的。那时由于人口的增长和生产的进一步发展，出现了三次社会大分工：第一次是农业和畜牧业的分离，形成了专门从事农业或牧业的劳动者；第二次是手工业和农业的分离，出现了专门的工匠和独立的手工业者；第三次是商业的出现，产生了专门从事商业活动的商人。在三次社会大分工的过程中逐渐形成了物质生产劳动和精神生产劳动、体力劳动者和脑力劳动者的分离和对立。

正是在这样的分工下，文化艺术才有可能独立地发展，成为灿烂的精神之花。也正是在这样的分工下，物质生产部门向精神生产部门提供物质资料，形成广义的“赞助”关系。从形式上看，这种赞助体现为皇家（国家）赞助、私家赞助和公众赞助。其中，公众赞助是通过市场实现的，艺术家更少地依附于特定的供养人，也显示了更多的创作独立性，培养了相对独立的艺术人格。

但是，正如亚当·斯密所说：“引出上述许多利益的分工，原不是人类智慧的结果，尽管人类智慧预见到分工会产生普遍富裕并想利用它来实现普遍富裕。它是不以这广大效用为目标的一种人类倾向所缓慢而逐渐造成的结果，这种倾向就是互通有无，物物交换，互相交易。”^①于是，我们看到，在新石器时代的中国，开始有了文化产品的大规模生产，如山东日照两城镇遗址的玉器作坊、山西临汾陶寺的陶器加工遗址、浙江吴兴钱山漾的竹编工场，等等。然后，在这种分工的推动下，逐步发展出丰富多彩的文化艺术。当然在这里，市场作为交易载体，发挥了重要作用。

文化产业史的基础是分工，是交换关系，是市场，精神生产者通过这种交换，获得生活资料和生产资料。正是在这种分工下，物质和精神的纠缠有了新的方式，这就是文化产业。一方面，文化具有意识形态的特点，它是主体的，自觉的，自我的，独特的；另一方面作为用来交换的产品，文化具有商品的属性，只有让渡使用价值，才能实现价值。从这个意义上说，文化产品的使用价值就只能以市场需求为导向，艺术家不得不部分放弃自己的趣味和风格，去迎合市场，迎合委托方的需求。

从一定程度上说，文化的产业化是对文化的异化，是艺术家对自我的部分否定，因此是痛苦的、不快乐的。与其他消费不同的是，文化艺术的消费不完全是一个被动的消耗行为，它是在消费者主动参与配合下完成的。马克思在《1844年经济学哲学手稿》中指出，“从主体方面来看，只有音乐才能激起人的音乐感。对于没有音乐感的耳朵说来，最美的音乐也毫无意义，不是对象。因为我的对象只能是我的某一种本质力量的确证。”因此，文化消费者是文艺作品最终实现其价值的最后重要一环。

精神生产的分工是最本质的分工。“一个阶级是社会上占统治地位的物质力量，同时也是社会上占统治地位的精神力量，支配着物质生产资料的阶级，同时也支配着精神生产资料。”^②但随着生产力水平的持续提高，尤其是进入后工业社会之后，马克思所预言的

① 斯密：《国富论》[M]，呼和浩特：内蒙古人民出版社，2008：11。

② 马克思，恩格斯：《马克思恩格斯选集：第1卷》[M]，北京：人民出版社，1995：98。

分工消亡的两大条件逐步形成。一是生产力内部结构的划时代变化。生产过程走向自动化,人力基本退出直接生产过程,生产成为人控制能动的生产资料的过程——自动机器体系的作用。人力不再是生产过程的主体和源泉,社会的基本经济资源随之由人力和自然资源转换为智力资源。随着机器排挤活劳动,最终会达到这样一个极限:活劳动不再被包括在直接生产过程中。^①二是生产物质产品的时间被压缩到最低限度,社会的主要财富形态由物质产品转变为自由时间,对自由时间占有的多少,以及对它的利用程度,成为衡量财富的新尺度。在自由时间里,人们会充分地、有效地发展个人能力,从而为自由地、不断地交替从事各种具体劳动创造条件。

进入21世纪,随着精神经济时代的到来,马克思所预言的这些条件正在逐步实现,精神劳动与物质劳动的界限开始模糊,精神产品和物质产品的界限也开始模糊起来。我们很难界定路易威登的皮包、爱马仕的围巾、兰博基尼的跑车到底是物质产品还是精神产品。在网络游戏中,虚拟人生与玩家的现实角色孰真孰假,“庄生梦蝶”不再是一个古老的寓言,更像一个时代的谶语,让人分不清哪一种体验更真实。

因此,随着文化产业发展到较高级的形态,精神经济开始兴起,文化业态更新迭代加剧,精神生产不仅成为社会经济的支柱性产业,而且会改造整个经济的面貌。文化将渗透到社会政治经济的各方面,成为最重要的资源要素。产业文化化,将为文化产业史展开全新的篇章。这也将为社会分工的模糊乃至消亡,拉开大幕。



本章小结

►► 就其本质而言,文化产业是文化艺术的商品化、产业化生产及其交易的总称。文化产业史将涉及文学业、绘画业、书法业、演艺业、工艺业、雕塑业和文化建筑业,当然还有后来出现的唱片业、影视业、网络游戏等。

►► 马克思、恩格斯在其合著的《德意志意识形态》中,明确了历史研究的正确方法,从物质生产实践出发,从现实出发,人首先必须是生产方式的主体、实践的主体、社会活动的主体。决定历史发展的根本条件是物质生活条件,即物质资料的生产再生产。这一切,为研究文化产业史提供了重要的方法论。

►► 有关文化产业历史的文字材料很多,甚至无法准确划定其外延。一切能够反映历史事实的文字材料,无论是正史、文学作品还是笔记野史等都可成为史料。

►► 文化产业史自然形成两个维度,一是时间维度,从新石器时代,经过夏商周、春秋战国,至大一统的秦汉,再到封建帝制覆灭,中华民国肇始,直至中华人民共和国的光辉70年。另一个维度,是不同文化艺术门类,如歌舞、书画、戏剧、文学、电影等。我们在研究和叙述中国文化产业史的时候,只能采用以时间为纬、以业态为经的结构。

^① 马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集:第46卷下册[M].北京:人民出版社,1982:218.



►► 文化产业史研究不仅仅观察和分析文化市场和精神生产的现象和过程，还为我们揭示了精神生产与物质生产之间的规律。



思考题

1. 如何理解中国的文化产业？
2. 文化产业史的研究对象是什么？
3. 简述文化产业史的研究方法。
4. 简述文化产业史的研究结构。