

【成果名称】 《文化消费产品的价值赋值、市场认同及其实现路径》

【成果简介】

1. 刊发情况：论文发表于 CSSCI 来源期刊《学习与实践》2020 年第 12 期。

2. 转化应用及获奖情况：

（1）摘引情况：该成果被 2021 年第 9 期的《新华文摘》以《文化消费产品的价值实现与创新路径》为题，做了观点摘引。

（2）推介情况：该成果 2017 年度江苏省社会科学基金重点项目“文化消费价值衡量的美学研究”代表性成果之一，被 2020 年 6 月 9 日的《新华日报》作了成果推介，题名为《精神文化消费：让审美价值和经济价值齐飞》，相关网站同步做了宣传报道。

（3）获奖情况：该成果 2023 年 3 月获江苏省第十七届哲学社会科学优秀成果三等奖。

3. 文章主要观点：为了力避单纯量化价值所带来的不公平现象，我们需要认真探讨文化消费产品的价值赋值问题。可以将文化消费产品的价值归结为实用价值、传承价值和美学价值。实用价值是其功能性的体现，传承价值则属于历史感的延伸，美学价值乃是独特文化品味的象征。通过具体的文创产品案例分析发现，文创产品创制端与消费端之间具有关联性，在消费端，消费者更注重文创产品的吸引力、创造性及科技感。在现代消费升级影响下，文化消费产品越来越受到人们的青睐，生产者为了适应市场环境，提升品牌忠诚度，纷纷立足于挖掘产品中的文化价值，采取与消费者积极互动的方式，打造具有独特风格的文化消费产品，使之更加契合人们对人文关怀的追求。

学习与实践

STUDY AND PRACTICE

中文社会科学引文索引(GSSCI)来源期刊
全国中文核心期刊
中国人文社会科学核心期刊
RCCSE中国核心学术期刊

12
2020

新华文摘

半月刊



9 2021
ISSN 1001-8651

新时代党的建设的根本遵循 (祝文君)

进一步贯彻实施国家通用语言文字法

铸牢中华民族共同体意识 (王 昊)

加入WTO20年：中国与WTO互动关系的
演进 (张新群 等)

本体概念的含义及其与“道”“德”的关系 (二 增)

中华人民共和国2020年国民经济和社会
发展统计公报 (国家统计局)

从出土汉简看汉王朝对丝绸之路的开拓与经营 (张德军)

天物墟 (二 增)

由“中”而来：中国形式美的起源、定型和内容 (陈 明)

无字丰碑上 有你的名字 (吴 昊 等)

中国运动员文化教育政策(1949—2019)：
演进特征及优化策略 (张宇扬 等)

我国本科课程教学质量怎么样？(张德军 等)

CPTPP的国企规则不是中国加入的障碍 (张永军)

哲学能够成为科技创新的“助产士”吗？(吴 昊)

媒介与社会同构时代国际传播人才培养
必须着力解决的三大问题 (张德军)

【作者简介】

杨建生（1967—），男，江苏金坛人，常州工学院人文学院教授，江苏省优秀教育工作者，江苏省第四期“333 高层次人才培养工程”培养对象，江苏省写作学会副会长。近年来主持完成教育部项目 1 项，省社科重点项目 1 项；在核心期刊发表学术论文 30 余篇，其中 CSSCI 来源期刊 20 篇；著有《瞿秋白政论文研究》（中央文献出版社，2004 年）《虚拟存在的美学研究》（南京大学出版社，2017 年）等；先后 4 次获江苏省哲学社科优秀成果奖。



岳芬（1983—），女，山西太谷人，常州工学院人文学院副教授、副院长。



【主要研究领域】

审美文化。