

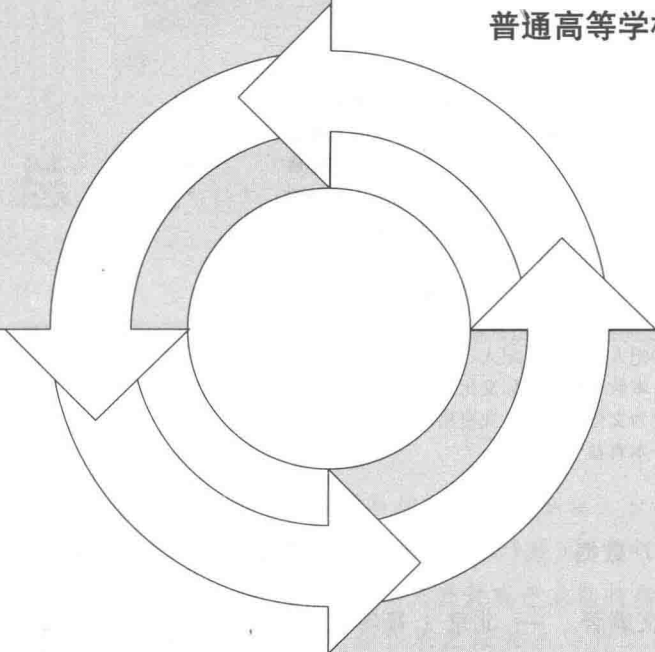
普通高等学校国际文化贸易专业系列教材

文化经纪概论

王海文 编著

高等教育出版社

普通高等学校国际文化贸易专业系列教材



王海文 编著

文化经纪概论

高等教育出版社·北京

内容简介

随着国际国内文化产业的迅猛发展,文化经纪在空前繁荣的文化市场中迎来了快速发展时期,成为备受社会关注的“金领行业”,相关人才也成为炙手可热的紧缺人才。在这样的背景下,培养一批了解文化经纪发展形势和相关基础知识、基本规律,掌握文化经纪基本技能,能够从事文化经纪活动的高素质、复合型人才成为当务之急。恰是基于此种考虑,编者应教学、培训之需,编写了这本《文化经纪概论》教材。

本教材主要内容涉及文化经纪理论及文化经纪实践,重点对文化经纪业务活动、文化经纪人制度、文化经纪人才培养、文化经纪合同以及演出经纪人、影视明星经纪人、音乐经纪人、模特经纪人、书画经纪人、出版经纪人、体育经纪人等作了介绍。本教材适合国际文化贸易、文化产业管理等相关专业本科生教学,也可作为文化经纪人从业资格培训参考书,对于热爱文化经纪的人士也不失为一本有益读物。

图书在版编目(CIP)数据

文化经纪概论 / 王海文编著. -- 北京: 高等教育出版社, 2017.2

ISBN 978-7-04-047242-4

I. ①文… II. ①王… III. ①文化市场-经纪人-高等学校-教材 IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 011755 号

WENHUA JINGJI GAILUN

策划编辑 韦寅蕾 责任编辑 牛杰 韦寅蕾 封面设计 张志 版式设计 王艳红
插图绘制 黄云燕 责任校对 刘娟娟 责任印制 毛斯璐

出版发行	高等教育出版社	网 址	http://www.hep.edu.cn
社 址	北京市西城区德外大街 4 号		http://www.hep.com.cn
邮政编码	100120	网上订购	http://www.hepmall.com.cn
印 刷	国防工业出版社印刷厂		http://www.hepmall.com
开 本	787mm × 960mm 1/16		http://www.hepmall.cn
印 张	13.25	版 次	2017 年 2 月第 1 版
字 数	220 千字	印 次	2017 年 2 月第 1 次印刷
购书热线	010-58581118	定 价	30.00 元
咨询电话	400-810-0598		

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 47242-00

总 序

(一)

记得 2012 年年初在美国参加国际学术会议，台下有国外同行针对我的论文讲演《中美国际文化贸易发展比较研究》提问：“中国为什么现在重视发展文化贸易？”我答：“缘于人工成本上升促成产业结构转换，消除西方世界对于中国的种种误解，以及市场化运作较之政府主导的交流活动更容易被接受等。”又问：“中国向各国‘出口’熊猫是文化贸易吗？”答：“不是，但《功夫熊猫》是。”（有笑声！）再问：“现在美国大学里有越来越多的中国老师和学生，他们的文化影响也很大？”答：“是的，这可能看起来比文化贸易影响更大，但事实上，教育本身就属于广义的文化贸易，它与文化贸易的狭义部分（如影视、演艺等）是相互促进的。”上述问答基本反映了国际文化贸易概念的内涵、外延以及贸易的动机。

另一个例子同样是 2012 年年初，韩国政府讨论推出“韩流 3.0 版”（Korean Wave 3.0），以相关系列政策措施推动韩国娱乐及其他文化产品和服务的出口，预计三年动用财力达 2.32 亿美元。韩国的政策制定者们普遍认为，“韩流 1.0 版”开始于十年前韩国影视在海外受追捧，而近两年蹿红国际的韩国特色流行音乐（K-pop music）则自然构成了所谓“韩流 2.0 版”。^①

可见，在经济全球化背景下，国际文化贸易已经成为当下时代文化经济乃至整个社会经济发展的亮点，影响着其发展水平以及未来去向。来自麦肯锡咨询公司的分析证实了这一点，文化贸易发展的主要推动力和国家经济发展水平的相关度超过 90%。^②而全球范围内的经验也表明，文化贸易的发展将带来包括经济增长、产业结构及贸易结构优化、升级等诸多经济效益和社会效益。

^① For Korean Wave 3.0, Go Retro, WSJ, 2012-01-31.

^② 彭壮壮. 文化贸易应成为中国影响全球的着力点. 光明日报, 2009-06-17.

就中国情况而言，虽与世界文化经济贸易强国相比仍有很大差距，但近年来政策环境的优化改善、产业基础的不断夯实，也促成了中国对外文化贸易发展重要战略机遇期的形成。特别是，中国共产党十七届六中全会提出了建设社会主义文化强国的战略目标，在此基础上，中国共产党十八大更进一步将其明确为显著增强国家的文化软实力，这将使文化产业成为国民经济支柱性产业，中华文化走出去迈出更大步伐。由此，我们唯有顺应大势，迎难而上，在资源、人才、产业、市场、国际化等方面苦练内功，才能在文化经济全球化的竞争中立于不败之地。

具体而言，还有以下三点需要注意：

第一，必须理解国际文化贸易极其特殊的贸易标的。在人本位世界里，文化的发生、绵延伴随着人类社会经济发展的始终，我们可以从多重视角观照人的文化以及文化中的人，可以从人类历史波澜壮阔的画卷中寻觅广博厚积的与文化相关的事物与现象。发现之一便是我们的生活本身就是前行的文化，而文化的交流与交往则在展开生活历史的同时又滋养着其本身，推动着文化的多维、多样性发展，并在人类社会生产力的上升以及生产方式和生活方式的变迁中发挥日益重要的作用，其中文化与经济的相伴相融便成为生活与历史的必然。

追溯经济生活中的文化交往活动，应该涵盖人类社会发生的林林总总。因而从有交换与交易发生起，文化的元素、内涵、气质已然被纳入其中，且目标直指人类自身发展。由此来看，在一定意义上，国际贸易，更确切地说是货物贸易也可以被视为文化的交往。然而在世界市场形成的进程中，没有比资本主义阶段更能推动文化以一种独立而强有力的姿态站到历史前台、以商品和服务的形式迅速弥散于国别市井之间的，由此进一步拓宽了国际贸易的领域与范围。

第二，必须重视国际文化贸易的产业基础。“文化产业”概念的提出最早可追溯至 20 世纪初。在德国法兰克福学派学者西奥多·阿多诺及马克斯·霍克海默所著的《启蒙辩证法》一书中，作者首次提出“文化工业”一词，用以批判资本主义社会下大众文化的商品化及标准化。然而时至今日，文化产业的迅猛发展以及为各国所推崇之势绝非学者们当初所能预料。有关研究报告展现了这样的事实，即与汽车业、化工业以及煤气、电力业等传统工业部门相比，欧洲文化创意产业从业者较这些行业雇用人数的总和还要多。^① 文化产业

^① KEA European Affairs, 2006.

的发展无疑为国际文化贸易的繁荣奠定了坚实的基础。

第三，必须强调国际文化贸易的市场属性。我们应该习惯市场机制作用下“表面看似无序、实则内在有序”的状态，习惯于这种由“看不见的手”所营造的高效、良性的秩序；切忌为达到可见而低效的秩序，给政府那只“闲不住的手”干预市场寻找理由。贸易就是贸易，尽管它关乎文化。这有时可能很痛苦，但结果却总是好的。例如国际知名导演李安在推介其在中国大陆市场广受好评的好莱坞大片《少年派的奇幻漂流》时，也曾感叹要平衡艺术和商业，坦言在艺术良心和商业压力间挣扎。^①

(二)

诞生于1964年的北京第二外国语学院，曾直接隶属国家对外文化联络委员会，其建校初衷即来自于周恩来总理当时有关培养国际文化交流人才以促进新中国对外关系发展的战略思考。近年来，通过对国际文化贸易这一新生事物的持续关注和研究，北京第二外国语学院逐渐形成了一支学缘结构合理、专业背景交叉的教学科研团队，主持并完成了“国有表演艺术院团改革及其国际化发展战略研究”、“首都文化贸易现状及发展趋势研究”、“国际文化贸易本科应用型人才培养模式研究”等10项国家级、省部级研究课题，出版发表了《国际文化贸易》(专著)、《首都文化贸易发展报告》(2008—2012年)、《国际文化贸易专刊》(2010—2012年)以及50余篇核心期刊学术论文。丰硕的研究成果，使北京第二外国语学院业已成为国内国际文化贸易的理论研究高地。

同时，我们还汇集政、产、学、研多方力量，与文化部对外文化联络局、英国纽卡斯尔大学联合主办“国际文化贸易论坛(2010—2012年)”，与中国国际贸易学会、《国际贸易》杂志社联合主办“国际服务贸易论坛(2007—2012年)”，与文化部文化体制改革工作领导小组办公室联合成立国家文化发展国际战略研究院，并主办了“文化体制改革与中国文化走出去高峰论坛(2010—2012年)”，通过上述高端学术交流，建设国家文化发展的信息智库和外脑平台，为政府决策、企业发展贡献才智。

多年的学术积累、广泛的合作交流，加之世界范围内文化产业对外贸易迅猛发展对于大量专门人才的需求，催生了对于国际文化贸易人才进行专业培养的需求，加快了北京第二外国语学院造就国际文化经营管理人才培养基地的

^① 李安：在艺术良心与商业压力间挣扎，汕头特区晚报，2012-11-06。

步伐：

2004年2月，开设“国际文化贸易热点问题”课程。

2007年4月，在公开出版的国际服务贸易教材中加入“国际文化贸易”章节。

2007年9月，招收国际经济与贸易专业(国际文化贸易方向)本科生。

2009年2月，经教育部批准，增设国际文化贸易本科专业。

2009年7月，成立国际文化贸易系。

2011年9月，由文化部和商务部共同推荐申报“国家文化发展国际战略人才”博士培养项目。

2012年12月，获得教育部批准设立交叉学科——国际文化贸易专业二级学科硕士学位授予权。

北京第二外国语学院国际文化贸易专业人才的培养实践说明，高等学校应该主动适应社会经济发展对人才的需求，实现政产学研用一体化的办学模式，兼容外语和国际贸易专业特色，强化多学科、各领域的交流互动，推动项目驱动型、教学研究型及社会实践型等人才培养模式创新，凸显鲜明的国际文化贸易人才竞争优势，以更好地服务于文化“走出去”的国家战略。

(三)

专业建设是推进人才培养的基石，而教材建设无疑是专业建设的重要组成部分。在高等教育出版社经济管理分社张冬梅社长的全力支持下，国际文化贸易专业系列教材被列入出版计划。

我们深知，教材是用于向学生传授知识、技能和思想的材料，一般应是经过实践检验、相对成熟的人类智慧结晶的逻辑梳理。但国际文化贸易专业各门课程所涉及的均属开创性领域，从概念到规律几乎无国内外先例可资借鉴，相关实践活动尚在探索过程之中，这就给我们编写本系列教材带来了许多具体困难。举个例子，从头至尾编写者都要面对各种各样似是而非、不够严谨的概念和说法，如“文化折扣”“共同消费”及“离岸、在岸”的误用等等，我把这些称作“概念扰乱”。为此，我们采取了进一步强化与相关实践领域的联系、加强与文化创意产业发源地英国高校的交流力度以及全口径借鉴与对接国际贸易类课程等措施，尽最大可能打造一套符合经济学规范的国际文化贸易专业系列教材。

本套教材包括《国际文化贸易》《中国对外文化贸易概论》《文化产业经济

学》《跨国文化投融资》《文化市场营销学》《文化贸易统计学》《国际文化贸易实训》《文化经纪概论》八本，是为从事国际文化贸易以及相关领域学习、研究和实践而设计、编写的系列教材。它为读者理解文化经济全球化背景下国际文化贸易的发生、发展打开了一扇扇别致的窗户，从窗口中读者将可以领略不同景致构成的亮丽而壮阔的画面——选材精要且富有联系，表现生动又符合智趣，以创新、立意、体系首开国内国际文化贸易专业系列教材之先河，令人耳目一新。教材以促进国内国际文化贸易及相关专业建设和人才培养为己任，立足国际化高度和全球化视野，从经济学的专业视角考察国际文化贸易发展，突出新兴交叉学科在社会前进浪潮中所呈现出的新特点，使教材具有更强的示范性和可读性。

本系列教材的编写团队成员，均来自具有深厚国际文化特色和贸易经济背景是北京第二外国语学院。我们顺应社会经济发展形势，勇于探索实践，以国际化、复合型、应用型的人才培养特色不断致力于打造国际文化贸易精品专业。通过专业系列教材的编写和建设，最大限度地体现学校的办学特色，最大限度地发挥教材建设的团队优势，最好地诠释编写者们对于我国高校教育事业的追求和热爱。

当然，这也是我们相关团队在国际文化贸易专业系列教材建设领域的第一次尝试。教材中难免有不尽如人意的地方，希望各位读者多提宝贵意见和建议，以便今后日臻完善。

北京第二外国语学院副校长
国家文化发展国际战略研究院院长
国际服务贸易暨国际文化贸易研究中心主任

教授、经济学博士
李小牧
于 2012 年岁末

前 言

社会主义市场经济的繁荣离不开行业组织和中介机构的发展。对于文化市场而言，更是如此。恰是在促进文化市场资源要素的合理流动和配置，推动文化市场产品和服务供求的有效对接及均衡发展中，才更加突显出文化经纪人的特殊地位和作用。

虽然近年来，我国文化市场持续繁荣，新兴文化行业不断涌现，文化产业及对外文化贸易总体态势良好，然而文化经纪人的发展却远远不能满足市场的需要，不能适应产业和贸易发展变化的趋势和要求。具体表现在：第一，文化经纪行业体量和规模尚很弱小，缺乏国际知名的文化经纪公司。与文化经济发达国家所拥有的国际知名文化经纪公司相比，无论从规模、运作和管理经验、品牌、业绩等方面来看，都还有很大的差距。第二，文化经纪行业规范化、法治化水平亟待提高。文化经纪意识需要增强，文化经纪实践必须建立在诚实、守信的基础上，文化经纪人要有良好的职业道德和素养，能够按照行业规则和市场规律行事，特别是要做到有法可依、有法必依、执法必严、违法必究，才能确保该行业真正走在持续健康发展的康庄大道上。第三，目前最为突出的问题，就是缺乏大量高素质、复合型的文化经纪人才，这严重制约着我国文化经纪行业和文化市场的繁荣、发展。

上述问题的解决，确实不能一蹴而就。然而伴随我国文化体制改革的深化和机制的创新，必须把握机遇，乘势而上，将促进文化经纪的发展作为重要目标，采取有力措施推动其发展，并在中华文化“走出去”的过程中不断提升其竞争力，有意识地发挥其作用，相信在社会主义文化强国建设的大潮中，我国文化经纪必将迎来快速发展的重要历史机遇期。

作为国际文化贸易教学及研究领域的一员，一是因教学需要，二是基于多年教学及研究的积累，三是对我国文化经纪行业满怀深情，编者策划并编写了这本《文化经纪概论》的教材。

本教材主要内容涉及文化经纪理论及文化经纪实践，重点对文化经纪人的兴起、文化经纪业务活动、文化经纪人制度、文化经纪人人才培养、文化经纪合同，以及演出经纪人、影视明星经纪人、音乐经纪人、模特经纪人、书画经纪人、出版经纪人、体育经纪人等作了介绍。

本教材在编写过程中，参考借鉴了相关材料。北京第二外国语学院国际文化贸易专业学生蔡凤琪、吴金枝、刘柳、张瀚月、吴江、缪珏以及国际贸易学研究生李渡石帮助搜集整理资料，在此一并表示感谢。

本教材适合国际文化贸易、文化产业管理等相关专业本科生教学，也可作为文化经纪人从业资格培训参考书，对于热爱文化经纪的人士也不失为一本有益读物。

王海文

2017年1月

目 录

第一章 经纪人概述	1
第一节 经纪人与经纪活动	2
一、经纪人的概念	2
二、经纪人的分类	3
三、经纪活动的特点	4
四、经纪人活动方式	5
五、相关概念的比较	6
第二节 经纪人的地位及作用	8
一、经纪人的地位	8
二、经纪人的作用	8
第三节 我国经纪人的发展	9
一、我国经纪人的发展历史	9
二、我国经纪人的发展现状	10
三、促进我国经纪人发展的对策建议	11
第二章 文化经纪人的兴起	15
第一节 文化经纪人的产生和发展	17
一、文化经纪人产生和发展的原因	17
二、文化经纪人产生和发展的机制	18
第二节 文化经纪人的概念与分类	19
一、文化经纪人的概念	19
二、文化经纪人的分类	19
第三节 文化经纪人的职能、作用与前景	21
一、文化经纪人的职能	21
二、文化经纪人的作用	23

三、文化经纪人的发展前景	24
第三章 文化经纪业务活动	28
第一节 文化经纪业务活动内容和程序	31
一、文化经纪业务活动的主要内容	31
二、文化经纪业务活动的程序	32
第二节 文化经纪业务活动的运作模式	37
一、联手运营	37
二、资本运作	38
三、多元合作	38
四、网络经纪	39
第三节 文化经纪业务活动的策略	39
一、维护自身利益的策略	39
二、文化经纪业务活动的具体策略	40
三、危机应对策略	42
第四章 文化经纪人制度	47
第一节 我国文化经纪人制度的建立	48
一、我国文化经纪人制度建立的必要性	48
二、我国文化经纪人制度建立的路径	49
第二节 我国文化经纪人应具备的条件	50
一、具备完全的行为能力	50
二、从业人员的职业限制	51
三、具备一定的知识素养和能力	51
四、具有一定的经济能力	51
第三节 我国文化经纪人的管理形式	51
一、文化经纪人的法律管理	51
二、文化经纪人的道德管理	52
三、文化经纪人的行政管理	52
四、文化经纪人的行业管理	52
五、文化经纪人的企业管理	53
第五章 文化经纪人才培养	57
第一节 文化经纪人才培养状况	60
一、国外文化经纪人才培养	60

二、国内文化经纪人才培养	63
第二节 文化经纪人知识储备	65
一、与经纪业务活动直接相关的知识	65
二、其他相关文化知识	66
第三节 文化经纪人的基本素质和职业能力	67
一、文化经纪人的基本素质	67
二、文化经纪人的职业素养	69
三、文化经纪人的业务技能	70
第六章 文化经纪合同	74
第一节 文化经纪合同的作用与种类	75
一、文化经纪合同的作用	75
二、文化经纪合同的种类	76
第二节 文化经纪合同的内容与订立	80
一、文化经纪合同的基本内容	80
二、文化经纪合同的订立	84
第三节 文化经纪合同的效力与履行	85
一、文化经纪合同的效力	85
二、文化经纪合同的履行	85
第七章 演出经纪人	89
第一节 演出与演出市场	91
一、演出	91
二、演出市场	92
第二节 演出经纪人的业务运作	94
一、演出经纪人的概念与分类	94
二、演出经纪人的职业要求	95
三、演出经纪人的主要工作内容	97
第三节 我国演出经纪的发展	100
一、我国演出经纪的发展状况	100
二、促进我国演出经纪发展的对策建议	102
第八章 影视明星经纪人	106
第一节 明星与明星制度	107
一、明星	107

二、明星制度	107
第二节 影视明星经纪人的业务运作	108
一、影视明星经纪人的概念	108
二、影视明星经纪人的职业要求	108
三、影视明星经纪人的主要工作内容	110
第三节 我国影视明星经纪的发展	112
一、我国影视明星经纪的发展状况	112
二、促进我国影视明星经纪发展的对策建议	113
第九章 音乐经纪人	117
第一节 音乐与音乐市场	119
一、音乐	119
二、音乐市场	119
第二节 音乐经纪人的业务运作	122
一、音乐经纪人的概念	122
二、音乐经纪人的职业要求	123
三、音乐经纪人的主要工作内容	124
第三节 我国音乐经纪的发展	125
一、我国音乐经纪的发展状况	125
二、促进我国音乐经纪发展的对策建议	126
第十章 模特经纪人	130
第一节 模特与模特培训	132
一、模特	132
二、模特培训	133
第二节 模特经纪人的业务运作	135
一、模特经纪人的概念	135
二、模特经纪人的职业要求	136
三、模特经纪人的主要工作内容	137
第三节 我国模特经纪的发展	139
一、我国模特经纪的发展状况	139
二、促进我国模特经纪发展的对策建议	140
第十一章 书画经纪人	145
第一节 书画艺术与书画艺术市场	146

一、书画艺术	146
二、书画艺术市场	147
第二节 书画经纪人的业务运作	149
一、书画经纪人的概念	149
二、书画经纪人的职业要求	149
三、书画经纪人的主要工作内容	151
第三节 我国书画经纪的发展	153
一、我国书画经纪的发展状况	153
二、促进我国书画经纪发展的对策建议	154
第十二章 出版经纪人	159
第一节 出版与出版物市场	160
一、出版	160
二、出版物市场	161
第二节 出版经纪人的业务运作	162
一、出版经纪人的概念	162
二、出版经纪人的职业要求	162
三、出版经纪人的主要工作内容	164
第三节 我国出版经纪的发展	166
一、我国出版经纪的发展状况	166
二、促进我国出版经纪发展的对策建议	167
第十三章 体育经纪人	170
第一节 体育与体育市场	171
一、体育	171
二、体育市场	172
第二节 体育经纪人的业务运作	175
一、体育经纪人的概念和分类	175
二、体育经纪人的职业要求	176
三、体育经纪人的主要工作内容	178
第三节 我国体育经纪的发展	179
一、我国现有的运动员转会经纪	179
二、我国现有的运动员参赛经纪	180
三、我国体育经纪的发展状况及前景	183
参考文献	191

no. 1

第一章 经纪人概述

【主要内容】

本章从经纪人与经纪活动、经纪人的地位及作用、我国经纪人的发展等方面概述了经纪人。内容主要涉及经纪人的概念和分类、经纪活动的特点、经纪人活动方式、经纪人的地位和作用、经纪人发展的历史、现状及对策建议等。

【教学要求】

1. 掌握经纪人的概念和分类，经纪活动的特点以及经纪人活动方式；
2. 了解经纪人的地位及作用；
3. 了解经纪人发展的历史及现状。

【课时安排】

4 个学时

【案例引导】

经纪人行业一直以来被看作是投资少、利润高的职业，是产生中国新富的新生职业之一。目前在经纪人才缺口达 7 000 多人、持证经纪人从业率不足 30% 的体育经纪业，经纪人的年薪起步价一般为 10 万元；而在房地产经纪业，

房产经纪人的薪水从刚入行的月薪3 000元左右到月薪10万元不等。可见,随着市场经济的不断发展,经纪人已经成为21世纪崛起的“金领职业”之一了。正如博鳌亚洲论坛秘书长龙永图先生在第二届经纪人国际论坛上说的那样:“庞大、规范的经纪人队伍是市场经济进入成熟阶段的一个标志。……经纪人的发展为全社会创造了新的就业机会”,“经纪人应该拥有比较高的专业知识,是白领阶层,是中高收入的阶层”。

(资料来源:备课神器. 经纪人时代已经来临,教育也需经纪人! <http://www.toutiao.com/i6306718342107365889/>.)

第一节 经纪人与经纪活动

一、经纪人的概念

经纪人是指在经济活动中,以收取佣金为目的,为促成他人交易而从事居间、行纪或者代理等经纪业务的自然人、法人和其他经济组织。

对经纪人的概念,应从以下几个方面进行理解:

第一,经纪人以收取佣金为目的。

第二,经纪人处于他人交易的中间,是为他人之间的交易进行中介服务。根据这一特点,那些不是为他人之间交易而从事中介服务的中介人则不属于经纪人范畴,如会计师事务所、婚姻介绍所等。

第三,经纪人主要以居间、行纪、代理等方式从事经纪活动。

第四,经纪人主体包括个体经纪人、个人独资经纪人、合伙经纪人、经纪公司等。

当然,不同的学者、辞书对经纪人概念的表述均有不同,但是核心观点是相同的。

经纪人属于中间商。经纪活动作为服务业种类之一,为促成他人的交易而提供中介服务是其显著的特征。经纪人通常不是商品的所有者,其经营没有风险,在进行经济活动时经纪人不从当事人的任何一方领取固定薪金,而是向买卖双方收取佣金。佣金是经纪人从事经纪活动的内在动力,佣金的激励可以使经纪人积极为买卖双方成交而努力。

就经纪人称谓来看,各国也有差异。在美国和英国,称经纪人为 broker 或