



The Economics of Art

艺术经济学

王家新 傅才武 著

本书力图将艺术生产、艺术消费与价值实现过程作为一个特殊的研究领域独立于一般物质生产与消费过程，并借助于经济学的研究方法比较分析艺术生产、消费与一般物质生产、消费过程的异同，探寻有关艺术经济相对独立的研究对象、话语体系和概念范畴，在此基础上讨论建立富有特色的艺术经济学的基础解释框架。



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

The Economics of Art

艺术经济学

王家新 傅才武 著

YISHU JINGJIXUE



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容简介

本书是以艺术商品的生产、消费及价值实现过程为研究对象,包含了理论探讨、实证研究和应用研究三个逻辑层次的内容;同时,力图建立一个基于艺术行业特殊性的经济学解释框架来包容艺术经济活动过程中生产者与消费者、艺术组织和政府等不同主体之间的关系,并提供一种解释不同艺术行业经济现象复杂性的路径。

本书共有8章,内容包括艺术经济学的学科性质与研究方法,艺术商品与艺术市场,表演艺术经济,视觉艺术经济,数字艺术经济,艺术博物馆经济,艺术产业、城市文化经营与国家文化创新体系的建构,艺术发展的政策问题。

本书不仅可以作为艺术经济、文化经济研究者和文化艺术管理工作者的参考书,也可以作为高等学校艺术、文化等相关专业的教材。

图书在版编目(CIP)数据

艺术经济学 / 王家新, 傅才武著. — 北京: 高等教育出版社, 2013.4

ISBN 978-7-04-033521-7

I. ①艺… II. ①王… ②傅… III. ①艺术经济学
IV. ①J0-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第026836号

策划编辑 李冬梅
插图绘制 尹莉

责任编辑 李冬梅
责任校对 张小镝

封面设计 王凌波
责任印制 朱学忠

版式设计 王莹

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印刷 北京鑫丰华彩印有限公司
开本 787mm×1092mm 1/16
印张 21.75
字数 360千字
购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landdraco.com>
<http://www.landdraco.com.cn>
版 次 2013年4月第1版
印 次 2013年7月第2次印刷
定 价 49.00元

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 33521-00

序

文化产业作为一个多维度、多层次且富有包容性的概念，在当代中国社会转型与中华民族伟大复兴的进程中，有着极为丰富的科学发展内涵，成为我国文化建设、经济和社会发展的的重要途径。尽管学术界对文化产业的内涵与外延仍然存在一定的争议，但其“按照工业标准生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务”的经济过程特质已然成为学术界的共识；尽管整个文化产品的生产消费链条被“文化形式与内容”的丰富性、多样性和国家发展战略的差异性“修饰”成为不同的概念体系，如创意产业、版权产业、内容产业、休闲经济、精神经济、娱乐经济、注意力经济等，而文化产业的市场特征和经济属性已得到了学界和文化行业的普遍认同，并成为各级政府制定文化发展战略和文化产业发展规划的重要理论基础。

经过十多年的实践探索和理论建构，应该说我们对于文化产业的研究已取得了众多优秀成果。当前，在文化发展的话语体系初步建立、文化产业研究的理论框架初步确立以后，针对文化产业发展中的核心问题而展开的更深层次、更精细化定位的研究逐步被提上了日程，其中比较凸显的，即是由艺术与经济两大学科交叉而出现的“艺术经济学”课题。与一般物质产品的生产方式相比，艺术产品作为精神产品，它在生产、流通、分配和消费等方面都有着自己独特的发展模式和运行规律。对这一发展模式和运行规律的深入讨论，正是艺术经济学的着力处，也是推动我国文化产业在新的历史时期实现跨越式发展的重要理论基础。从理论与实践互动的意义上说，当前我国学者对艺术经济学的研究，正是契合文化产业发展趋势，体现了理论研究服务于国家文化发展战略的一种

担当意识。

基于新时期我国文化产业发展对于理论创新的需要,学界对于文化产业理论的突破必然会首先聚集于艺术学与经济学、文化学与管理学、人文科学与信息科学等交叉领域,尤其是面对当前文化艺术发展过程中出现的一系列新矛盾、新问题,如艺术与经济、艺术与市场、艺术与金融、艺术与社会、艺术生产与艺术消费等问题,既需要从公共产品、公共文化服务的理论层面加以讨论,也需要从艺术经济学的层面加以系统深入的研究。正是由于这种强烈的时代需要,在2011年年初召开的国务院学位委员会会议,一致通过将艺术学科从文学门类中独立出来,独立设置为第13个学科门类,并在艺术学门类下设立艺术学理论、音乐与舞蹈学、戏剧与影视学、美术学和设计学5个一级学科。艺术学从文学门类中分离并独立,标志着艺术学已成为与自然科学学科互补共进的人文学科门类。艺术学门类的设置对我国学科专业设置和人才培养提供了更大的空间和自主性,对于当代艺术科学研究和艺术人才的培养以及文化产业的发展提供了强大的支撑力量。

在全球化的历史潮流中,经济文化一体化已成为不可阻遏的发展趋势,中国艺术品市场在全球市场中发挥着越来越大的作用。从艺术品市场的规模、发展速度和投资者的预期等因素看,中国艺术品市场正在成为世界艺术品市场体系中继美国、英法之后的“第三极”,在向全球提供丰厚的艺术及其经济价值的同时,也向世界展示中国的文化符号、文化面貌、文化观念甚至是30年来中国独特的发展模式和发展道路,成为在世界文化艺术经济平台上的中国式表达。正是在这一背景下,我国学界围绕艺术经济学这一研究领域展开讨论,体现了理论研究服务于国家建设、民族发展的本义。王家新和傅才武两位作者综汇创新而撰成的《艺术经济学》的付梓,对于推动新时期我国文化艺术行业的进步和文化产业的发展、推动中华文化融入世界主流文化系统,具有丰富的理论价值和实践意义。

在我看来,艺术学与经济学的融合正是当代文化建设实践对于科学理性的要求。经济学长于对经济现象和经济过程中内在的、本质的、必然的存在与关系的描述和总结,而艺术学作为人文学科中的奇葩,擅长描述人类艺术化生存的基本状态。概括艺术与经济发展规律于一体的艺术经济学研究成果,不仅对文化产业理论体系的建构具有重要的价值,而且对艺术学科自身的发展有着重要的意义。艺术与经济学研究的有机融合和艺术经济学理论体系的创立,有利于构建和完善文化产业的理论框架,其价值自不待言;它对

于我国艺术学的贡献也应放到当代中国社会文化现代化的宏阔背景下予以评估，它使艺术的研究不再局限于形式与内容的关系、艺术作品的意象与风格的关系等纯粹艺术或纯学理问题，而是越来越把与艺术发生相互作用的各种社会、经济的因素考虑进去，寻求艺术中的经济，经济中的艺术，特别是揭示在艺术发展中艺术与经济相互作用的基本规律。艺术学的逻辑结构和学科体系的日益完善，有助于促进艺术学理论的研究与文化建设实践进入一个新的阶段。

基于这样的考虑，2008年我邀请王家新同志到中国艺术研究院讲授艺术经济学课程。这是艺术学教育的创新之举，当时在我国高校与其他教育机构，招收艺术经济学硕士研究生还是首创，其学科建设、理论研究和教材编写都需要艰难的探索与开拓。家新同志长期从事教科文财政财务管理工作，直接参与了文化体制改革相关文件和重要财政文化政策制定、出台的全过程，对文化事业和文化产业的发展做出了突出的贡献。同时，他对文化深有感情，对艺术执着追求，是一位颇有造诣和影响力的书法家和诗人，这种财经与文化艺术的双重背景，使他在艺术经济学研究领域有着独到的思考方法与学术见解，他的讲课也受到学生们的欢迎和认可。此次家新同志将他的研究成果整理增删，与傅才武教授共同撰写了《艺术经济学》一书，这是艺术经济学理论的新成果，也将成为艺术学研究方面的新亮点。

本书中，两位作者将现代经济学的基本分析框架引入艺术行业，探讨艺术经济运行的特殊规律。作者在分析框架的选定上，克服了一味讨论艺术经济学共性和宏观问题的空泛倾向，注重深入到艺术领域的微观层面探讨不同艺术行业具体的管理与运行过程，并针对不同艺术行业内部独特的运行方式努力建立起有说服力的解释框架，借助于我国表演艺术、视觉艺术、艺术博物馆和数字娱乐艺术的分类，着力对这些艺术领域中的艺术品生产与消费、价值与价格、市场与营销、行业属性与公共政策等重大问题进行探讨，同时通过评估艺术行业对区域社会和城市发展的独特价值，探讨国家公共政策的合法性依据，体现了当下学人面对这一发展趋势的理论自觉。

由于两位作者具有长期从事文化艺术、财政经济管理与教学科研的经历，熟稔中外艺术行业的情况，理论功底好，因此本书相比于国内外同类研究，显示了理论的系统性和较多的原创性，它对于我国艺术学学科理论中艺术经济学理论的构建，具有奠基性的价值。通观全书，作者在研究方法运用上，重案例、重比较、重实证，深入浅出，定量的经济学分析工具被应用到了艺术领域，体

现了艺术经济学研究之道。这本书的出版，对有志于从事艺术经济、文化产业研究的人们应有很好的参考价值。

是为序。

王文章

2012年10月6日

前言

在世界范围内，有这样一个行业领域，尽管就经济规模而言绝对数据并不大，但却十分引人注目。作为民族文化产业的重要创意源泉与国家文化体系的重要创新原动力，艺术经济行业已经成为世界主要发达国家特别关注的战略性行业，成为世界主要大国建立国家文化软实力的重要途径。无论是 19 世纪末在光电技术基础上发展起来的现代表演艺术经济，还是在第三次科学技术革命中崛起的视觉艺术经济，以及在信息技术革命下兴起的数字艺术经济，都在很大程度上改变和影响着世界文化产业的发展趋势，成为推动现代经济结构转型的一支重要力量。同时，艺术经济作为社会结构中的一种文化力量，也在潜移默化地渗入现代人的生活空间，改变着人们的日常生活方式和休闲娱乐习惯。在我国，改革开放后的文化产业发展进程激活了艺术领域的一系列经济因素，引发了艺术领域的创新与创造活力，如表演艺术的经济特性重新凸显，视觉艺术品交易市场初步孕育且方兴未艾，数字艺术行业崭露头角并快速成长，艺术博物馆的文化价值和经济属性协同共进，均昭示了市场经济体制下艺术经济行业的强劲崛起。这种文化经济化与经济文化化的发展态势与国家文化发展战略相结合，构成了我国 21 世纪国家文化建设与经济发 展的宏阔图景，也构成了我国学界一个新兴的研究领域。

西方学界由于在经济学研究领域的卓越成就，带动了艺术经济学研究的早发。经过数十年的积累，西方学界关于艺术经济学的研究业已建立了比较完备的研究体系和框架。在内容体系上，已基本形成以表演艺术经济、博物馆经济、电影经济、视觉艺术经济、数字艺术经济为核心的基础框架；在研究方向上，

基本形成了艺术经济学特殊本质与特征研究、艺术与社会发展之间的关系研究以及基于艺术行业特性的政府公共政策研究这三大基础方向。

相比于西方,我国艺术经济学的理论研究显得滞后。在中国,与国内经济学学界广泛借鉴西方经济学理论以建立中国经济学理论框架的道路不同,国内学者一开始并未能接触到西方艺术经济学的前沿性研究成果,而是在文化产业化、文化经济化的实践驱动下进行着自发性的研究探索。1983年,学者李书亮出版了《艺术经济学概说》,提出了加强我国艺术经济学的观点,探索性提出了艺术经济学的研究范围和研究对象。同一时期,学者楼上云等人也倡议要在我国设立艺术经济学。但这一时期由于多方面的原因他们对艺术经济学的探索,并没有引起学界的重视。到20世纪90年代以后,艺术经济实践的快速发展为理论的研究提供了丰富鲜活的材料,拓宽了我国学界研究艺术经济学理论的路径,也激发了我国学界对于艺术经济学的研究热情。顾兆贵《艺术经济学导论》(2003)和《艺术经济原理》(2005),林日葵《艺术经济学》(2006)和《艺术经济学研究》(2008),庞彦强《艺术经济通论》(2008)等,都可以看作是我国学界为推进建立中国特色的艺术经济学研究的理论框架而展开的探路之作。但由于我国学界的前期研究基础较弱,个别研究成果的出现尚不能代表我国艺术经济学独立学科地位的确立。

进入21世纪的第二个10年,我国艺术经济的研究进入一个新的历史阶段。此时出现了两个比较醒目的现象:一是大量的西方艺术经济学理论研究成果开始被引入我国,成为完善我国艺术经济学基础研究的重要外部来源;二是艺术学科建设和发展得到国家的高度重视。经过长期的酝酿和广泛的讨论,2011年3月,国务院学位委员会《学位授予和人才培养学科目录(2011年)》修订版的发布,对艺术经济学的研究提出了紧迫的需求,同时为艺术经济学的理论研究拓展了广阔的空间。有鉴于此,我们撰写了这本论著,寄望于通过对艺术经济学的基本理论问题、国内艺术经济实践问题和艺术政策问题的探讨,对我国学界关于艺术经济的理论与实践研究贡献一点微薄之力。

与发达国家的艺术经济专业建设相比,我国艺术经济及文化产业学科建设起步晚,底子薄,缺乏较为成熟的培养模式。国内现有艺术经济学的研究成果大多停留在艺术与经济之间的关系描述层面,止步于宏观层面的概念及其规范性的讨论,未能体现出现代经济学理论和分析方法在艺术经济学中的应用,因而缺乏深刻的分析论证。这不能不说是我国艺术经济学以及文化产业学教学中的缺陷和遗憾。从我国艺术经济及文化产业学科发展的现状看,必须加快研究

出版适合艺术经济、艺术管理和文化产业专业学习的基础理论成果，加强学科建设，大力培养专门人才，只有这样，才能从根本上缩小我国与发达国家在文化竞争力上的差距。因此，我们力求对国内外关于艺术经济学的研究框架进行提炼，结合当前我国艺术经济学领域的前沿问题，根据艺术经济行业的最新实践进程，试图为我国艺术经济学的研究提供翔实而较全面的分析范本。

本书旨在强调对我国艺术经济发展问题的深入研究，并突出一种创新性、系统性和时代感。全书分为八章，按照基础理论探讨、艺术行业实践研究和对策研究三个模块进行逻辑展开。基础理论部分包括第一、二两章，第一章介绍了艺术经济学的研究框架和研究方法，并就中外学术界关于艺术经济学的理论研究进展进行了归纳和概括；第二章着重分析了艺术商品与普通商品在特征、本质和属性方面的区别，讨论了艺术生产者和消费者之间的关系以及由艺术商品特殊性引发的“价值悖论”，初步探讨了艺术市场的运行规律。艺术行业实践研究部分包括第三章、第四章、第五章和第六章，分别对艺术经济学的不同分支，即表演艺术经济、视觉艺术经济、数字艺术经济和艺术博物馆进行了较为深入的讨论，研究分析了不同艺术行业的范畴和内涵、不同艺术组织的属性与特点、不同艺术市场的结构与管理方式以及不同类型艺术生产者的劳动特点及其基于这些特点的特殊矛盾现象，重点突出了表演艺术经济中的“成本难题”、视觉艺术经济中的“合同难题”，数字艺术经济中的“产业链难题”和艺术博物馆经济中的“外部性问题”。在讨论不同艺术经济类型之间性质差异的同时，也凸显了艺术品与一般商品本质属性上的差异。对策研究部分包括第七、八两章，第七章讨论了艺术行业对于国民经济的价值和对城市文化建设的作用与效益以及对国家文化创新体系建设的意义，着重考察了发展艺术产业对于区域经济和社会发展的影响；第八章讨论了艺术发展的政策问题，梳理了国内外艺术政策的基本模式，从理论上总结了艺术行业区别于其他行业的特征，并分析了艺术行业对国家政策的特殊要求。

本书力图将艺术生产、艺术消费与价值实现过程作为一个特殊的研究领域独立于一般物质生产与消费过程，并借助于经济学的研究方法比较分析艺术生产、消费与一般物质生产、消费过程的异同，探寻有关艺术经济相对独立的研究对象、话语体系和概念范畴，在此基础上讨论建立富有特色的艺术经济学的基础解释框架。

本书在写作过程中，参阅、借鉴和引用了国内外学者大量的研究成果，在此，谨向相关作者表示感谢。由于艺术经济行业在我国仍处于初级发展阶段，

艺术经济学的研究尚处在不断地摸索和建构进程中，一些重大问题的判断并无定论，加之作者水平所限，书中难免有不妥甚至讹误之处。衷心希望使用本书的学者、教师、同学和其他读者提出宝贵意见和建议，便于我们在今后的研究中能够进一步修改和完善。

作者

2012年7月

目 录

第一章	艺术经济学的学科性质与研究方法	1
第一节	艺术经济学的研究对象与研究内容	1
一、	艺术经济学的研究对象	1
二、	艺术经济学的研究内容	2
第二节	艺术经济学的学科性质	3
一、	艺术经济学是新时期艺术学适应社会发展需要的结果	4
二、	艺术经济学是现代经济学理论和方法运用于艺术领域的结果	4
三、	艺术经济学是一门相对独立的学科	5
第三节	艺术经济学的研究进展	5
一、	国外的研究概况	6
二、	国内的研究历程	9
第四节	艺术经济学的基本分析框架	11
一、	现代经济学的基本分析框架	11
二、	艺术经济学的基本结构	12
三、	学界关于艺术经济学基本分析框架的争鸣与本书的选择	15
第五节	艺术经济学的研究方法	18
一、	艺术价值法	18
二、	辩证分析的方法	19
三、	具体与抽象的方法	19
四、	基本统计方法	19

第二章	艺术商品与艺术市场	21
第一节	艺术商品的经济学含义	21
一、	艺术品的内涵与范围	21
二、	艺术商品的内涵与特征	26
第二节	艺术生产与艺术消费的特殊性	30
一、	艺术生产与一般商品生产的同一性与特殊性	30
二、	艺术消费的特殊性	33
三、	艺术生产与艺术消费的关系	35
第三节	艺术商品的价值与价格的悖论	36
一、	艺术商品价值与价格之间关系的论争	37
二、	艺术品市场上的“价值悖论”	40
第四节	艺术市场的含义、分类与特征	46
一、	艺术市场的含义	46
二、	艺术市场的分类	47
三、	艺术市场的功能性特征	48
四、	艺术营销	51
第三章	表演艺术经济	59
第一节	表演艺术产品	59
一、	表演艺术产品的界定	59
二、	表演艺术产品的生产与创造	60
三、	1978 年以来我国表演艺术产品的生产	65
四、	表演艺术产品的供给与成本结构	69
第二节	表演艺术组织	72
一、	1949 年以来我国表演艺术机构的规模演变	72
二、	我国表演艺术机构组织结构的变化	75
三、	表演艺术组织管理体制的中外比较	82
第三节	表演艺术观众	87
一、	观众的艺术消费需求	87
二、	观众的参与程度	94
第四节	表演艺术市场	98
一、	表演艺术的市场结构	98

二、	票务营销	100
三、	市场效率与政府管制	102
第四章	视觉艺术经济	107
第一节	视觉艺术产品	107
一、	视觉艺术产品的内涵与范围的界定	107
二、	视觉艺术产品的类型	109
第二节	视觉艺术品市场发展史	111
一、	新中国成立以前我国视觉艺术品市场的发展历程	111
二、	当代中国视觉艺术品市场的发展轨迹	114
第三节	视觉艺术家的劳动特征与产品特点	122
一、	视觉艺术家的劳动特点	123
二、	视觉艺术产品的特点	125
第四节	视觉艺术经济活动中的合同难题	127
一、	一般商业合同与艺术交易合同的区别	128
二、	合同难题的解决之道	131
第五节	视觉艺术品的价值与价格	134
一、	视觉艺术品价格的特殊性问题	134
二、	影响艺术品价格的因素	135
第六节	视觉艺术品投资	142
一、	羊群效应与“更大笨蛋理论”	142
二、	艺术品投资周期	143
三、	艺术品投资的随机性	145
四、	艺术品投资的高风险性	146
五、	艺术品投资与股票投资的比较	148
第七节	视觉艺术品市场	151
一、	画廊业	151
二、	拍卖公司	153
三、	中外艺术品市场相对位置的变化	157
第五章	数字艺术经济	163
第一节	数字艺术的概念、类型和特征	163

一、	数字艺术的概念	163
二、	数字艺术的类型	165
三、	数字艺术的特征	167
四、	数字艺术的经济形态	171
第二节	数字艺术产品的内涵与特征	173
一、	数字艺术产品的内涵、分类	173
二、	数字艺术产品的特征	176
三、	数字艺术产品的层次	178
四、	数字艺术产品的生产	180
第三节	数字艺术市场	183
一、	中国数字艺术市场的成长轨迹	183
二、	数字艺术产品的消费	189
三、	数字艺术产业链	198
第六章	艺术博物馆经济	203
第一节	艺术博物馆经济的理论基础	203
一、	公共产品理论	203
二、	俱乐部(产品)理论	205
三、	优效产品理论	206
第二节	艺术博物馆产品	207
一、	艺术博物馆产品的定义、类型和特性	208
二、	艺术博物馆产品的需求	212
三、	艺术博物馆产品的供给	215
第三节	艺术博物馆组织	218
一、	艺术博物馆组织的功能	218
二、	艺术博物馆组织的外部性问题	222
三、	艺术博物馆组织的管理模式及资金来源	225
四、	艺术博物馆组织的规模经济问题	234
第四节	艺术博物馆营销	237
一、	艺术博物馆营销的任务及意义	237
二、	艺术博物馆的营销策略	240

第七章	艺术产业、城市文化经营与国家文化创新体系的建构	249
第一节	艺术产业发展的综合收益	249
一、	艺术产业的概念、社会基础及其作用机制	249
二、	西方国家艺术产业的收益分析	253
三、	中国艺术产业的收益分析	259
第二节	艺术发展与城市特色文化营造	265
一、	艺术产业与城市文化形象塑造	265
二、	艺术创新与城市特色文化的案例分析	268
第三节	艺术发展与国家文化创新体系的构建	277
一、	国家文化创新体系的形成及其理论模型	277
二、	艺术产业、文化产业与国家文化创新体系建设	280
第八章	艺术发展的政策问题	285
第一节	艺术行业的特性及其政策诉求	285
一、	艺术行业的特性	285
二、	艺术行业特性对公共政策的诉求	287
三、	公共政策与政府补贴对艺术行业的外部效应	290
第二节	西方国家的艺术政策与财政支持	293
一、	艺术行业的政策支持及管理体系	293
二、	艺术领域的政府财政投入	296
三、	艺术发展的社会赞助	303
第三节	中国艺术政策的内涵与特征	305
一、	中国艺术政策的内涵	306
二、	中国艺术政策的特征	310
第四节	发达国家的经验模式与启示	312
一、	发达国家支持艺术行业的法律政策体系	312
二、	西方国家的经验与启示	315
参考文献		319
后 记		329

第一章 艺术经济学的学科性质 与研究方法

20 世纪 80 年代以来,随着中国经济社会的进步和科学技术的发展,在文化艺术领域产生了强烈的理论研究需要,一批以现实社会问题为研究对象的交叉学科相继产生。艺术经济学是在艺术学和经济学两个学科的基础上发展形成的。艺术行为作为经济现象具有独特性,构成了学界独特的研究领域,使得艺术经济学日益发展成为一个相对独立的学科系统;同时,作为经济学学科范畴的一个方面,艺术经济学的相关研究有着经济学研究的一般性,经济学的基本假定、基本研究框架和研究方法仍然对艺术经济学的研究起着基础性作用,这为艺术经济学的研究框架和方法提供了理论支持。

本章主要讨论艺术经济学的研究对象与主要研究内容,分析艺术经济学与艺术学、经济学的关系,明确艺术经济学的学科定位,同时阐明艺术经济学的基本研究方法。

第一节 艺术经济学的研究对象与研究内容

一、艺术经济学的研究对象

人类进入 21 世纪,文化与经济之间的相互交融,业已演变为文化经济化和经济文化化的浩荡洪流。包括文化艺术、新闻出版、广播电视电影、文物艺术品、广告、动漫、休闲娱乐等在内的文化行业逐步演化为社会经济活动的核心领域之一。与一般物质产品的生产消费过程相比,艺术产品或服务在生产、流