

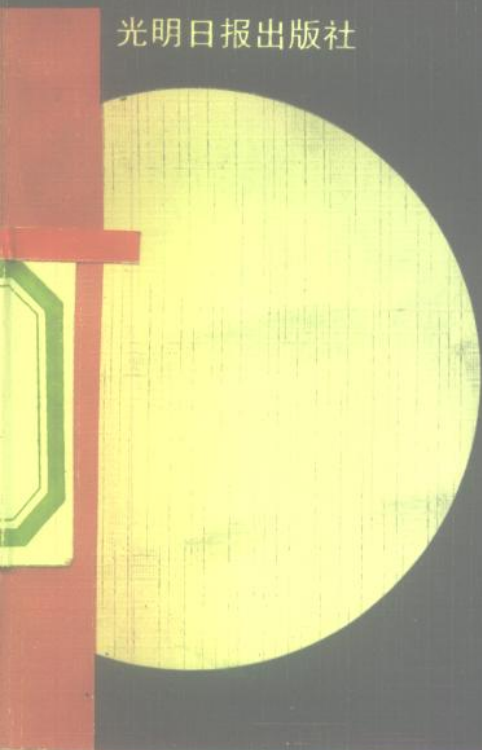
总主编 孙尚清

社会主义市场经济 十万个为什么

文化市场

主编 焦勇夫

光明日报出版社



社会主义市场经济 十万个为什么

文化市场分册

主 编 焦勇夫
副主编 刘玉臻

光明日报出版社

撰稿人：

刘玉珠(总论)

张 健(文物)

陈兴宝(美术、书刊)

赵宝晨(电影)

王文远(音像)

李立新(文艺培训)

朱克宁(演出)

潘 彦(娱乐)

张新建

本书顾问

马 洪	吕 东	袁宝华	陈锦华
王梦奎	贺光辉	宋 涛	厉以宁
			吴敬琏

社会主义市场经济十万个为什么

总主编 孙尚清

本书编委(按姓氏笔划排列)

马 林	毛宗城	孙繁来	甘藏春	刘玉珠
刘东升	刘凯湘	陈 卫	汪尧田	宋晓梧
张友怪	林其辉	周国印	赵海宽	贺耀敏
倪小庭	秦池江	唐忠朴	徐海斌	贾履让
董齐亮	程秀生	焦勇夫		

本书执行主编

倪江江 罗亚奇

文化市场分册·目录

文化市场总论

文化市场是怎样出现的？	(1)
文化市场的概念和特征是什么？	(2)
文化市场的性质是什么？	(4)
怎样坚持文化市场的社会主义性质？	(5)
什么是文化市场的娱乐和调节功能？	(7)
什么是文化市场的服务和社交功能？	(8)
为什么要强调文化市场的教育功能？	(9)
政府如何发挥文化市场的功能？	(10)
为什么说文化市场有利于满足人们的文化娱乐需求？	(11)
为什么说文化市场有利于推进文化体制改革？	(12)
为什么说文化市场增强了文化单位自身的活力？	(13)
为什么文化市场能调动全社会办文化的积极性？	(14)
为什么说文化市场能促进中外文化的交流？	(15)
文化市场管理的范围是哪些？	(16)
宏观调控与微观搞活统一原则是什么？	(19)
如何用行政方法体现政府的导向？	(20)
为什么说限制也是行政方法？	(21)
如何运用协调法？	(22)

政府的监督权如何行使？	(23)
政府如何运用经济方法管理文化市场？	(24)
政府的税收调控能力如何运用？	(25)
为什么要用法律的方法管理文化市场？	(26)
文化市场的立法工作如何进行？	(26)
为什么说执法是文化市场管理的中心环节？	(27)
文化市场管理体制的现状如何？	(28)
文化市场管理机构职权是什么？	(30)
文化消费的意义是什么？	(31)
什么是文化商品和文化产品？	(32)
什么是文化生产和文化企业？	(33)
什么是文化市场机制？	(34)
文化利益机制是什么？	(35)

文物市场

什么是文物市场	(37)
我国的文物市场是怎样形成的？	(37)
解放前我国有哪些文物市场管理法规？	(38)
解放初期的文物市场是怎样管理的？	(39)
60年代我国有哪些文物市场管理政策？	
文物市场情况怎样？	(39)
文物商业的经营和分工是何时明确的？	
主要内容是什么？	(40)
改革开放后的文物市场管理是从何时奠定基础的？	(41)
改革开放后的文物市场管理主要体现在哪些方面？	(42)
文物商业的性质和任务是什么？	(43)
什么是文物商业的非法方面？	(44)
文物商业网点的分布及特点是什么？	(44)
我国文物商业的领导体制是怎样的？	(45)

文物商业的发展方向有哪些？	(46)
国家对文物商店的管理有哪些具体规定？	(48)
国家对文物商店的文物收购和销售有何规定？	(48)
文物外销的方针是什么？	(49)
文物中的石刻拓片可以作为商品出售吗？	(49)
可以将文物制成复制品或仿制品出售吗？	(50)
文物市场管理的十六字方针是什么？	(50)
文物鉴定工作有哪些主要任务？	(51)
我国现有多少家国家批准设立的文物商店？	(52)
什么是文物拍卖？	(53)
文物商品有哪些来源？	(54)
对文物内销有哪些具体要求？	(54)
博物馆的外宾服务部可以出售文物吗？	(55)
私人应当怎样管理好自己收藏的文物？	(56)
应该怎样钤盖出境文物火漆标识？	(56)
国家对建国后已故著名书画家作品限制出境有什么 鉴定标准？	(58)
什么是销售文物清册？	(58)
什么是文物征购？	(59)
什么是文物特许出口？	(59)
文物特许出口和一般文物出口经营有何区别？	(59)
什么是盗运珍贵文物出口？	(60)
什么是珍贵文物？	(60)
对盗运珍贵文物出口有什么法律规定？	(60)
什么是“线上文物”和“线下文物”？	(61)
什么是文物外销？	(61)
什么是非法经营文物？	(62)
什么是文物内销？	(62)

什么是文物商品？	(63)
什么是内销文物证明书？	(64)
什么是文物拣选？	(64)
什么是禁止出口文物登记证？	(65)
文物出境凭证有哪些主要种类？	(65)
文物商店的任务是什么？	(65)
国家文物鉴定委员会是做什么的？	(66)
文物古籍统一外销发票的作用是什么？	(67)
文物商品的价格标准是什么？	(67)
什么是个人携带文物出境？	(68)
什么是私人收藏文物？	(68)
私人收藏文物有什么特点？	(69)
什么是文物出境鉴定？	(69)
在文物市场管理中,文物出境鉴定组有什么作用？	(70)

美术市场

美术市场的范围是怎样的？	(71)
如何看待美术品的商品价值？	(71)
如何出售美术品？	(74)
美术市场为什么需要艺术代理人？	(74)
怎样进行艺术品拍卖？	(75)
海内外收藏家、爱好者知多少？	(78)
为什么说画廊和其它门市有别？	(78)
什么是美术市场管理的范围？	(79)
开办美术品经营活动有哪些审批程序和条件？	(79)
我国美术市场的现状如何？	(81)
美术市场的严重问题有哪些具体表现？	(82)
为什么说我国美术市场的发展有巨大潜力？	(84)
国际艺术市场的现状与走向如何？	(86)

为什么艺术品收藏前景看好? (87)

为什么人们对艺术品收藏乐而不疲呢? (87)

书刊市场

什么是书刊市场? (90)

书刊市场的管理情况如何? (91)

什么是出版? (91)

什么是出版物? (92)

什么是图书? (92)

什么是刊物? (93)

什么是出版社? (93)

什么是出版管理? (93)

什么是版次? (94)

什么是印次? (94)

什么是统一书号? (95)

什么是中国标准书号? (95)

什么是国际标准连续出版物编号? (97)

什么是印刷种类? (97)

什么是纸张种类? (97)

什么是印张? (98)

什么是印数? (99)

什么是字数? (99)

什么是开本? (99)

什么是版本? (99)

什么是发行? (100)

什么是发行人? (100)

什么是总发行? (100)

什么是发行所? (100)

什么是出版社自办发行? (101)

什么是发行范围？	(101)
什么是图书发行管理？	(102)
什么是发行效果？	(102)
什么是图书商品管理？	(102)
什么是图书批发？	(103)
什么是图书产销形式？	(103)
什么是图书进销？	(104)
什么是图书寄销？	(104)
什么是图书邮购？	(105)
什么是经销包退？	(105)
什么是图书市场预测？	(105)
什么是书店零售方式？	(106)
什么是图书发行网？	(106)
什么是发行折扣？	(106)
什么是特约经销？	(106)
什么是图书展销？	(107)
什么是读者俱乐部？	(107)
什么是国际图书贸易？	(107)
什么是国际版权保护？	(107)
什么是国际版权协会？	(108)
什么是国际保护文学艺术作品联盟？	(108)
什么是政府间版权委员会？	(108)
什么是版权？	(108)
什么是著作权法？	(109)

电影市场

什么是电影改革方案？	(111)
现行电影体制存在哪些弊端？	(111)
为什么电影体制改革要从管理体制、制片体制、	

发行放映体制入手?	(112)
什么是电影市场?	(115)
什么是电影发行?	(115)
电影发行销售方式有哪几种?	(116)
何谓电影发行时效?	(117)
什么是电影票价、发行收入?	(118)
城市影院的排片方法有哪几种?	(119)
为什么必须使电影审查法制化?	(120)
国外影片分级制度有哪几种情况?	(121)
什么是电影广告?	(122)
为什么要建立现代化的电影发行预测机制?	(123)
为什么必须加快电影合作制片事业的发展?	(124)

音像市场

录音录像的概念是什么?	(126)
录音技术的由来如何?	(126)
录像技术的由来如何?	(127)
录音录像在我国是怎样兴起和发展的?	(127)
什么是音像出版?	(128)
什么是音像复录?	(128)
什么是音像发行?	(129)
什么是录像放映?	(129)
什么是闭路电视放映?	(129)
什么是录像带租赁?	(130)
什么是音像销售?	(130)
什么是国产音像制品?	(130)
什么是进口音像制品?	(130)
什么是合作音像制品?	(131)
什么是资料性音像制品?	(131)

我国的音像管理体制是怎样的？	(132)
设立音像单位的审批程序如何？	(132)
国际上的音像情况如何？	(132)
什么是非法音像出版物？	(133)
什么是“海盗版”音像制品？	(133)
什么是“盗版”音像制品？	(133)
什么是淫秽音像制品？	(133)
什么是色情音像制品？	(134)

文艺培训市场

什么是文艺培训市场？	(135)
什么是社会力量办学？	(136)
怎样申请社会办学？	(137)
文艺培训的性质和种类是什么？	(137)
文艺培训有哪几种方式？	(138)
文艺培训的收费规定有哪些？	(139)
什么是文艺培训的教学计划和教学大纲？	(140)

演出市场

什么是营业演出与非营业演出？	(141)
什么是演出市场？	(142)
什么是社会主义演出市场？	(144)
什么是演出经纪机构？	(145)
什么是演出的主办单位、协办单位和承办单位？	(147)
申请成立演出经纪机构必须具备哪些条件？	(148)
申请成立演出经纪机构需要办理哪些手续？	(149)
申请成立营业性时装表演团体必须具备哪些条件？	(150)
申请成立营业性时装表演团体需要办理哪些手续？	(151)
个体演员和业余表演人员如何办理演出证件？	(152)

演出管理证件分多少种类和怎样使用?	(154)
怎样签订和履行演出合同?	(156)
国家对演出报酬与纳税有哪些规定?	(158)
如何收取计划外营业演出的管理费?	(160)
如何看待“明星”的高收入?	(161)
如何看待“走穴”现象?	(163)
“走穴”和“组台”有何不同?	(165)

娱乐市场

对舞厅有哪些具体规定?	(167)
舞厅在经营管理中有哪些需要注意的问题?	(168)
什么是歌厅?	(169)
怎样看待歌厅存在的一些问题?	(169)
什么是卡拉 OK?	(171)
开办歌厅、舞厅、卡拉 OK 厅需办理哪些手续?	(171)
开办歌厅、舞厅、卡拉 OK 厅需具备哪些条件?	(172)
经营歌厅、舞厅、卡拉 OK 厅不得违反哪些规定?	(172)
歌厅、舞厅、卡拉 OK 厅在营业期间必须 遵守哪些规定?	(173)
歌厅、舞厅、卡拉 OK 厅等娱乐场所聘请外籍演员 需办理什么手续?	(173)
歌厅、舞厅、卡拉 OK 厅的灯光音响 有什么具体规定?	(173)
歌厅、舞厅、卡拉 OK 厅内的餐饮服务 有哪些要求?	(174)
舞厅、歌厅、卡拉 OK 厅等娱乐场所为什么不对 未成年人开放?	(174)
组建歌舞厅乐队需具备什么条件,如何申报审批?	(175)
对文化娱乐场所的营业时间有什么规定?	(176)

文化市场总论

文化市场是怎样出现的？

我国现代文化市场的出现，有着深刻的社会和历史背景。80年代初，改革开放的春风吹遍中华大地，理论工作者开始提出文化的商品属性问题，而且开始探讨在改革开放的新形势下，文化管理中的经营服务等新观点。这些新的观点和问题的提出，推动了其后文化市场理论的研究。

进入80年代中期，文化经营活动的开展越来越广泛，文化市场的范围也日益扩大，诸如电影、文物、书刊、演出、音像、旅游等。文化市场也进一步开始由开放地区向内陆延伸，由大中城市开始向城郊、乡镇扩展，一个以商品形式向人们提供精神产品和文化娱乐服务的文化市场开始形成。由于文化具有的特性，人们对文化产品的商品属性以及文化市场的认识还很不一致，还处在不断实践和认识的过程中，因此对文化市场的概念、特征、性质、地位、功能、作用、管理、机构等理论问题，至今缺乏统一的权威的阐述。不过，现在，文化市场已经作为整个社会主义市场体系中不可缺少的组成部分在社会上确立，并且发挥出巨大的市场作用，对于这个事实，人们的认识还是一致的。

文化市场的理论和实践，都需要不断地研究和总结，但无论怎样，我们既要考虑文化商品的两重性，又要考虑市场的规律和特征，并从文化和市场的形成和发展，找出他们内在的联系、规律，发展文化市场，管理好文化市场。

文化市场的概念和特征是什么？

研究和探讨文化市场的概念和特征，除了它的自身发展规律外，还应充分考虑到我国的国体和政体，我们的研究不能形而上学。根据这一原则，我们认为，文化市场是指文化产品和文化服务活动，以商品的形式在流通领域中进行交换的场所。其基本特征是：

1. 文化市场具有意识形态性。狭义的文化是意识形态的重要组成部分，属于上层建筑范畴。在我国，国家、集体办的文化事业单位，应在文化市场中发挥主导作用。文化市场在其整体活动中，要坚持为人民服务，为社会主义服务的方向，把丰富人民群众的文化活动作为最重要的目标。在经营管理上，要坚持社会效益和经济效益的统一，同时努力提高经济效益。反对“一切向钱看”和唯利是图的经营思想，并不是排斥科学管理和搞好经济效益。当然，我们强调发挥国办、集体办的文化事业单位的主导地位和主导作用，并不排斥和否定个体文化产品生产者和经营者的地位和作用，它是公有制不可缺少的部分，在文化市场上起着重要的作用。但对那些有损于社会主义，有损于广大人民群众利益的不良现象和非法行为，要加以有力的制止和取缔，把那些处于自流或半自流状态的文化经营活动纳入文化市场的统一管理轨道。由此可以看出，我国统一的社会主义文化市场，体现着国家、集体、个人之间，及至各地区之间文化、经济联系的桥梁纽带作用，是活跃和满足各族人民文化生活需求的重要场所。

2. 文化市场的开放性。文化市场是社会主义统一大市场的组成部分。虽然有一定的意识形态性，但更多的是商品市场的特性。文化市场也是一个开放的市场，否则就难以活跃，难以发展。因此，要进一步解放思想，强化开放意识。文化市场是文化和商品有机结合的统一体。文化是上层建筑的重要部分，而商品属经济范畴，是经济基础的组成部分，两者的有机结合，组成了一个较为复杂的统

一体。在文化市场的经营管理中,既要考虑到文化的本质属性,又要考虑到商品性及市场规律。因此,在管理方法上,经济形式方面,经营方式方面,价格政策方面,都要兼顾两者的内在规律和外部条件。同时,我国是一个幅员辽阔而经济文化发展又不平衡的国家,各地有不同的风俗习惯和民族特点,因此,国家在制定文化市场的总体规划和政策法规时,都必须考虑这些情况。

3. 文化市场的多元性。近几年文化市场发展很快,就其主客体而言,它的一个显著的特点是多元性。1980年前,办文化和管文化的只有国家一家,而自从有了文化市场,首先承办主体是国家、集体,个人以及中外合资及合作,形成了全社会办文化的积极性;其次参与主体也是多元的,即文化产品和文化服务活动的生产者、经营者,消费者和管理者;第三,内容上也是丰富多彩的,文化由原来演什么看什么,演变成现在的创作、生产、演出要以观众和市场需要为前提,以至于消费者参与其中。正是由于这些变化,文化市场才能蓬勃发展,才能有如此大的吸引力和影响力,从某种意义上说,这才是文化和市场发展的客观规律。

4. 文化市场的时代性。文化市场是改革开放的产物。如前所述,我国文化市场的出现兴起,始于80年代初,随着改革的深化,文化市场日趋活跃,内容逐渐丰富。最近有的学者认为,旅游、集邮也是文化市场的一个组成部分,而且提出的论据很有说服力。随着社会的发展,文化市场的内容将继续扩大,否则就不能适应社会和群众的需要。还应该看到,文化市场的许多内容,来自于异国他乡,来自不同社会制度,不同的民族风俗习惯,不同的地区,因此,有选择地吸收和引进国外的文化产品和文化服务形式,也是一项不可忽视的工作。但那种在文化市场上的不分良莠的“拿来主义”观点不仅是错误的,而且也是十分有害的。只有这样,我们的文化市场才能沿着正确的发展方向,才能符合中国的国情,才是促进我国文化市场的健康繁荣发展。