



中国艺术学文库·艺术管理学文丛

LIBRARY OF CHINA ARTS · SERIES OF ARTS MANAGEMENT

总主编 仲呈祥

文丛主编 田川流

艺术管理的跨界融通 与创新发展

谢仁敏 何清新 主编

LIBRARY OF CHINA ARTS
SERIES OF ARTS MANAGEMENT

*TRANSBOUNDARY FUSION AND INNOVATIVE
DEVELOPMENT OF ARTS MANAGEMENT*



中国文联出版社

<http://www.clapnet.cn>



中国艺术学文库·艺术管理学文丛

LIBRARY OF CHINA ARTS · SERIES OF ARTS MANAGEMENT

总主编 仲呈祥

文丛主编 田川流

艺术管理的跨界融通 与创新发展

谢仁敏 何清新 主编

中国艺术学理论学会艺术管理专业委员会第六届年会论文集



中国文联出版社

<http://www.clapnet.cn>

图书在版编目(CIP)数据

艺术管理的跨界融通与创新发展 / 谢仁敏, 何清新
主编. -- 北京: 中国文联出版社, 2018.10
ISBN 978-7-5190-3995-0

I. ①艺… II. ①谢… ②何… III. ①艺术—管理学—研究 IV. ①J0-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 245566 号

艺术管理的跨界融通与创新发展

作 者: 谢仁敏 何清新

出 版 人: 朱 庆

终 审 人: 奚耀华

责任编辑: 曹军军

封面设计: 杰瑞设计

复 审 人: 陈若伟

责任校对: 慧眼校对

责任印制: 陈 晨

出版发行: 中国文联出版社

地 址: 北京市朝阳区农展馆南里 10 号, 100125

电 话: 010-85923056 (咨询) 85923000 (编务) 85923020 (邮购)

传 真: 010-85923000 (总编室), 010-85923020 (发行部)

网 址: <http://www.clapnet.cn> <http://www.claplus.cn>

E-mail: clap@clapnet.cn 529360500@qq.com

印 刷: 北京虎彩文化传播有限公司

装 订: 北京虎彩文化传播有限公司

法律顾问: 北京市德鸿律师事务所王振勇律师

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 710×1000 1/16

字 数: 365千字 印 张: 24

版 次: 2018 年 10 月第 1 版 印 次: 2018 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5190-3995-0

定 价: 75.00 元

《中国艺术学文库》编辑委员会

顾 问
(按姓氏笔画)

于润洋 王文章 叶 朗

邬书林 张道一 靳尚谊

总主编

仲呈祥

《艺术管理学文丛》主编

田川流

《中国艺术学文库》总序

仲呈祥

在艺术教育的实践领域有着诸如中央音乐学院、中国音乐学院、中央美术学院、中国美术学院、北京电影学院、北京舞蹈学院等单科专业院校，有着诸如中国艺术研究院、南京艺术学院、山东艺术学院、吉林艺术学院、云南艺术学院等综合性艺术院校，有着诸如北京大学、北京师范大学、复旦大学、中国传媒大学等综合性大学。我称它们为高等艺术教育的“三支大军”。

而对于整个艺术学学科建设体系来说，除了上述“三支大军”外，尚有诸如《文艺研究》《艺术百家》等重要学术期刊，也有诸如中国文联出版社、中国电影出版社等重要专业出版社。如果说国务院学位委员会架设了中国艺术学学科建设的“中军帐”，那么这些学术期刊和专业出版社就是这些艺术教育“三支大军”的“检阅台”，这些“检阅台”往往展示了我国艺术教育实践的最新的理论成果。

在“艺术学”由从属于“文学”的一级学科升格为我国第13个学科门类3周年之际，中国文联出版社社长兼总编辑朱庆同志到任伊始立下宏愿，拟出版一套既具有时代内涵又具有历史意义的中国艺术学文库，以此集我国高等艺术教育成果之大观。这一出版构想先是得到了文化部原副部长、现中国艺术研究院院长王文章同志和新闻出版广电总局原副局长、现中国图书评论学会会长邬书林同志的大力支持，继而邀请

我作为这套文库的总主编。编写这样一套由标志着我国当代较高审美思维水平的教授、博导、青年才俊等汇聚的文库，我本人及各分卷主编均深知责任重大，实有如履薄冰之感。原因有三：

一是因为此事意义深远。中华民族的文明史，其中重要一脉当为具有东方气派、民族风格的艺术史。习近平总书记深刻指出：中国特色社会主义植根于中华文化的沃土。而中华文化的重要组成部分，则是中国艺术。从孔子、老子、庄子到梁启超、王国维、蔡元培，再到朱光潜、宗白华等，都留下了丰富、独特的中华美学遗产；从公元前人类“文明轴心”时期，到秦汉、魏晋、唐宋、明清，从《文心雕龙》到《诗品》再到各领风骚的《诗论》《乐论》《画论》《书论》《印说》等，都记载着一部为人类审美思维做出独特贡献的中国艺术史。中国共产党人不是历史虚无主义者，也不是文化虚无主义者。中国共产党人始终是中国优秀传统文化和艺术的忠实继承者和弘扬者。因此，我们出版这样一套文库，就是为了在实现中华民族伟大复兴的中国梦的历史进程中弘扬优秀传统文化，并密切联系改革开放和现代化建设的伟大实践，以哲学精神为指引，以历史镜鉴为启迪，从而建设有中国特色的艺术学学科体系。艺术的方式把握世界是马克思深刻阐明的人类不可或缺的与经济的方式、政治的方式、历史的方式、哲学的方式、宗教的方式并列的把握世界的方式，因此艺术学理论建设和学科建设是人类自由而全面发展的必须。艺术学文库应运而生，实出必然。

二是因为丛书量大体周。就“量大”而言，我国艺术学门类下现拥有艺术学理论、音乐与舞蹈学、戏剧与影视学、美术学、设计学五个“一级学科”博士生导师数百名，即使出版他们每人一本自己最为得意的学术论著，也称得上是中国出版界的一大盛事，更不要说是搜罗博导、教授全部著作而成煌煌“艺藏”了。就“体周”而言，我国艺术学门类下每一个一级学科下又有多个自设的二级学科。要横到边纵到底，覆盖这些全部学科而网成经纬，就个人目力之所及、学力之所逮，实是断难完成。幸好，我的尊敬的师长、中国艺术学学科的重要奠基人

于润洋先生、张道一先生、靳尚谊先生、叶朗先生和王文章、邬书林同志等愿意担任此丛书学术顾问。有了他们的指导，只要尽心尽力，此套文库的质量定将有所跃升。

三是因为唯恐挂一漏万。上述“三支大军”各有优势，互补生辉。例如，专科艺术院校对某一艺术门类本体和规律的研究较为深入，为中国特色艺术学学科建设打好了坚实的基础；综合性艺术院校的优势在于打通了艺术门类下的美术、音乐、舞蹈、戏剧、电影、设计等一级学科，且配备齐全，长于从艺术各个学科的不同处寻找普遍的规律；综合性大学的教育依托于相对广阔的人文科学和自然科学背景，擅长从哲学思维的层面，提出高屋建瓴的贯通于各个艺术门类的艺术学的一些普遍规律。要充分发挥“三支大军”的学术优势而博采众长，实施“多彩、平等、包容”亟须功夫，倘有挂一漏万，岂不惶恐？

权且充序。

（仲呈祥，研究员、博士生导师。中央文史馆馆员、中国文艺评论家协会主席、国务院学位委员会艺术学科评议组召集人、教育部艺术教育委员会副主任。曾任中国文联副主席、国家广播电影电视总局副总编辑。）

序：在跨界中实现融通

田川流

艺术管理的社会实践及其高等院校有关艺术管理的专业与学科建设，将该学科推向一个新的境界。人们在予以充分和深入的研究中，深刻认知到艺术管理专业、学科及其社会活动的特性，把握其跨界融通的发展态势，推进其不断前行。2017年12月在广西艺术学院举行的2017中国—东盟艺术合作与发展论坛暨全国艺术学学会艺术管理专业委员会第六届年会将其会议主题确定为“艺术管理：跨界融通与创新发展”，准确地把握了该学科当代发展的要旨，其多方面的成果，充分显示了众多学者对这一课题研究的深化与拓展。

可以看到，艺术管理活动，一方面体现于十分广阔的社会实践与创新的层面，正是基于管理的不断创新，方可推动艺术整体事业的发展；另一方面，又体现于艺术管理的理论研究领域，人们将艺术管理的理论探索推向学术研究的状态，使其获得持续深化或提升；再者，艺术管理还体现于专业建设的领域，众多高校通过艺术管理教育，致力于更多人才的培育和成长。正是上述三个层面的有机结合，促使这一具有十分光明的前景的事业稳步发展。也正是在多重结合的框架下，显现出艺术管理跨界与融通的态势。其间，艺术管理的跨界与融通体现为多个维度：

首先，艺术管理的跨界融通，表现为艺术管理学与各相关学科的相互跨越及其深层融通。其一，是艺术管理学在艺术学理论学科内的跨越。艺术学理论一级学科包含艺术基本原理、艺术史、艺术批评、艺术教育等，艺术管理也是其二级学科之一。在上述分支学科中，艺术管理与其他相邻学科均有着十分紧密的关系，其学科建构、内涵及其研究方法多有交织，

甚至“你中有我，我中有你”，难以分割。其二，艺术管理作为艺术学理论的分支学科，向着艺术学其他一级学科跨越，包括与音乐学、美术学、设计学、戏剧影视学等专业领域的互融。诸如音乐管理、戏剧管理、电影管理、视觉艺术管理等相继出现，既分别成为各艺术门类中的分支学科，同时也作为艺术管理学的分支学科而形成交叉与融合。其三，艺术管理学向着人文及社会科学领域各相关学科的跨越，包括与文学、语言、历史等学科的密切融合，以及经济学、社会学、传播学、心理学等学科元素的融入。上述各学科不仅可与艺术管理实现链接，为艺术管理学提供重要的理论支撑，其中许多元素还可同时成为艺术管理学的基本内容，甚至成为艺术管理学研究方法的构成因素，而艺术管理学也可渗入其间，丰富与拓展上述学科的知识领域。其四，艺术管理学向着科技的跨界。正是当代科学技术的迅猛发展，不仅推动艺术活动进入更为多元的时空，而且为艺术管理学提出更多研究课题，丰富艺术管理学的研究方法手段。在艺术管理的整体框架上，这一跨越更具有当代性意义。

其次，艺术管理学的跨界融通，还体现于社会文化及艺术活动的全过程，几乎跨越各个阶段，与各环节实现融通。其一，与艺术创意与策划的融通。艺术活动的创意与策划主要表现于艺术创造活动的前期与准备阶段，如艺术创制与项目的实施目标及计划的制订，为艺术项目的决策提供基本依据和数据，以及筹资、创作人员的选聘与遴选等，同时，由于艺术创造活动的一体性与连续性，在艺术活动各个阶段还会持续融入创意与策划的因素，贯穿于艺术创制活动的始终。基于创意与策划本身就具有的明显的管理属性，在艺术的创意与策划中融入艺术管理的基本理念与方式就是必然的。其二，与艺术创作与制作的融合。艺术活动的重心，主要指向艺术的创作与制作，在有关艺术创作与制作的进程中，不仅体现出艺术的创新，同时也体现出管理的意义。包括艺术制作规模的掌控、艺术产品审美意蕴及形式的创新，艺术产品质量的验收与评估等，均需要艺术管理者加以整体制约与调控。特别是在当代大量综合艺术活动、数字技术与艺术相融合的活动中，更是离不开对艺术创作及其制作的全面管理。其三，与艺术产品的传播与营销的融合。传播与营销主要属于管理的范畴，对于艺术产品的传播与营销，既不可脱离对艺术本体的倚重，也不能忽视管理理念的介入。艺术审美价值、商业价值的综合显现，更多依赖于传播与营

销，正是通过此，才能实现社会效益与经济效益的全面提升。其四，与艺术接受与消费的融合。对大众及社会艺术消费的激励与提升，也属于艺术管理的基本范畴，艺术价值的最终实现，须依靠消费者对艺术的接受，正是消费者的接受状况，制约着艺术的再生产。如何激励和提升消费，同样是艺术管理的重要任务。

再次，艺术管理的跨界融通，还体现于通过管理的作用，实现艺术向社会各相关产业领域的跨越及融合。其一，艺术向第一产业即农业的跨越及其融合。在当代，农村文化建设及乡村文化产业已然被提到十分重要的议程，乡村振兴成为国家发展战略。其内涵既包括物质上的富足，又包括精神上的丰裕，传统工艺、乡村旅游、休闲养生等领域，均具有极大的发展优势。艺术管理学界势必予以高度重视，深入研究其内在规律，推动其快捷发展。其二，艺术向第二产业即工业的跨越及其融合。在当下，不仅传统工业，更有现代工业，不仅新兴工业，还有工业遗址，不仅工业生产的外观，而且包括工业产品的生产过程，以及产品的外形、包装、功能及其品质等，均与艺术产生愈来愈密切的关联，如何实现艺术与上述产业领域的深度融合，也向艺术管理学界提出更多的研究课题。其三，艺术向第三产业的跨越与融合。艺术活动与第三产业之间具有天然的联系，一方面由于艺术活动中的部分构成，特别是艺术服务，本身就属于第三产业的范畴，同时由于艺术活动诸多元素与第三产业中各类子产业有着丰富的链接，如何通过艺术与第三产业的深度融合，推进第三产业产值及服务品位的提升，也是艺术管理者应予探索的课题。其四，艺术向现代科技的跨越及其融合。当代艺术活动通过管理的延伸，可将艺术审美和创新元素源源不绝地渗融于科技活动之中，促使科技活动不断将自身的创新成果融于艺术活动之中，既可有助于艺术创新，不断将艺术活动推向新的高度，同时由于艺术的融入，也将推进科技活动内涵的变化，不仅提升其审美与艺术的含量，同时也将改进科技文化的内在构成。

艺术管理的跨界与融通具有鲜明的特征：其一，动态性。艺术管理不会拘泥于单一的狭窄的空间，而要实现更大的疆域拓展，在更广阔的空间实现管理的最佳效应，这一方面是管理学科的本性使然，同时也是社会文化建设与发展的需要。其二，交互性。艺术管理的跨界与融通不是单向的，而是双向的，即具有交互性。艺术管理主体在跨界中实现对其他各领

域相关元素的融入，同时也将自身的元素源源不绝地融入其他学科及其领域之中。其三，方向性。艺术管理的跨界与融通具有十分鲜明的指向性，即向着更为优化、更为积极的方向挺进，显现其前瞻性意义。通常是在社会艺术活动出现了一定发展需求，并且已经出现跨界与融通的端倪之时，艺术管理学界就应及时把握现象，发现问题，确立方向，使其进入学术研究的范畴，同时推进跨界与融通向着积极与健康的方向挺进。

艺术管理的跨界是必然的选择，其时又应看到，这一跨界并非是随意的，不是无原则的。跨界不是目的，而是实现更高目标的必要路径。跨界不是指艺术管理学没有自己的学科疆界，而是表明艺术管理既有自身的学科坚守与核心疆域，同时又有较大的自由交互的空间。我们既不应因其具有跨界的特征而否认其拥有自身的学科品性及其核心区域，同时也不可放弃对更为广阔的天地的探求。没有自身的学科核心区域，该学科也就失去其存在的意义和价值；但如果长期紧缩于狭小的空间而不能超越，其学科也就失去其存在与发展的活力。

正是由于社会的不断发展，以及各学科的迅捷变化，艺术管理学科必然处于一个变动不居的地位。艺术管理学科的交叉型特征，促使其必须从更广泛的学科领域汲取发展动力，充实更为丰富的元素；艺术管理的当代性特征，要求人们必须将其置于一个鲜活的前瞻的地位，而不能隔离于众多学科与社会实践之外；艺术管理的应用型特征，又要求人们不断将其基本理论与更广泛的社会实践相结合。正是基于艺术管理学科特征的规范，该学科必须通过跨界与融通，更为从容地实现自身特有的学科价值。

艺术管理的跨界与融通，已然显现出重要的意义。其一，时代意义。即将艺术管理置于当代社会文化及艺术建设的前沿与高地，使之承载着鲜明的时代精神。其二，学科建设意义，即通过艺术管理与相关学科实现跨越及融合，既得到各相关学科的支撑，又拥有对各相关学科积极元素不断汲取的优势。其三，社会实践意义。艺术管理与大量社会实践的跨界，当会不断促进艺术理论及管理科学的创新，同时推动社会文化建设的迅捷发展。

正是在众多学者的积极探索中，这次年会涌现出许多令人瞩目的学术亮点。我们期待艺术管理学界在新时代中国特色社会主义文化及其理论的指引下，获得更大的成果。

目 录

第一部分 理论建构与方法论创新 001

电影发行的资本哲学

——以电影发行为例的一个艺术管理范本 蓝 凡 / 003

论艺术管理的专业品格与学科理念 田川流 / 012

论中国古代艺术管理研究的研究维度 王瑞光 / 025

艺术学学科建设的逻辑困境 侯云峰 / 032

全球化视域下艺术管理的生态环链发展研究 纪 燕 / 043

“双视角”视野下的梧州龙母文化研究 刘玲玲 / 053

供给侧结构性改革视域下电影产业融合发展研究 孟祥宇 / 061

新时期艺术管理学科建设双语教学的时代呼唤 秦 璇 / 069

互为互理：美术馆与区域文化 王少杰 / 079

论文化产业园如何助力文化产业发展

——以重庆为例 王紫竹 / 088

网络文学改编电视剧中女性情感结构分析 陈 攀 / 101

以定位四步法分析香港小交响乐团的定位及运营管理 张亦弛 / 105

文化创意产业“孵化器”类型及特色分析 黄墨寒 / 119

第二部分 “一带一路”背景下的艺术管理 127

可持续发展的联盟网络对叻丕府文化创意旅游发展的影响研究

纳林·桑格里厄撒 颂猜·鲁克汉拿努鲁克 / 129

泰国伊森的地方博物馆：东盟文化遗产保护教育基地创新管理研究

萨姆比帕·坎沙安 / 144

“一带一路”背景下艺术合作领域“中国—东盟模式”的建构

谢仁敏 赵海泉 / 157

“一带一路”视野下区域影像的发展机遇与民族自信建构

——以近年来重庆影像发展为例 曹洋洋 / 171

艺术管理人才培养研究 孙源姝 / 179

中国—东盟博览会期间文化展示的分析与构想 朱丹红 / 186

众筹形式下非物质文化遗产项目发展分析 艾佳 / 192

第三部分 民族艺术遗产管理与人才培养 201

跨文化视角下的国际化艺术管理人才培养模式探讨 李志刚 / 203

文化生态壁龛：广西壮剧的保护传承与可持续发展研究 高尚学 / 211

桂西南边境壮族天琴音乐文化的传播 谢维 / 224

艺术管理公共服务视角下民间艺术资源的发展

——以四川绵竹年画为例 闫国 / 234

中越边境靖西壮族、河广侬族“航诞”习俗与山歌调查研究

颜士杰 / 242

民歌在城市社区青少年音乐教育中的推介与传播

——以广西民歌为例 刘思蔓 / 250

全域旅游视域下广西左江花山岩画文化旅游产业的发展策略

李瑞云 / 258

美术经纪人的工作室培养模式

——以云南艺术学院 ACE 工作室为例 窦宇 冯晶 / 264

浅析新媒体时代艺术高校学生思想政治教育 龙波 / 271

艺术管理专业器乐演奏教学方法的艺术心理学分析 宋比多 / 279

综合性艺术院校本科生信息素养培养初讨 周游 / 286

第四部分 艺术业态创新与管理创新 295

构建高校艺术管理教学中实践教学与理论教学互促新模式

——以艺术管理工作坊新型教学模式为例 马卫星 / 297

日本专业化公共剧场体系中的艺术管理问题 方军 / 305

视觉传达视域下对设计管理的思考 孙声 / 312

跨界、整合与融通：陈祉希制片管理思维初探 欧阳家庆 / 318

“互联网+”模式下我国艺术品网络拍卖发展路径探析 盛帅帅 / 326

影音科技背景下流行音乐文化的转型 郭鹏飞 / 342

浅析影视大数据对电影制作者和观影者的影响 时继超 / 351

刍议“小戏骨”系列电视剧的影响与发展 苗莹 / 359

后记 367



第一部分

理论建构与方法论创新

电影发行的资本哲学

——以电影发行为例的一个艺术管理范本

蓝 凡^①

摘 要：电影发行为本的逻辑，是一种以发行为中心向上下游发展的逻辑，而与商业产品的一般产业链逻辑不同。发行为本体现了电影商业原则的权力平衡——上下游的资本平衡以及资本流动的平衡，观赏权力与商业权力的平衡，时尚权力与资本权力的平衡，个人意志权力与票房利润权力的平衡。对电影的发行来说，电影商业原则的权力平衡是相对的，发行的资本性是脆弱和不稳定的，它存在着时间、空间等诸多因素的变数，这就是：发行的时空坐标、虚拟的时空流通、溢出的时空消费。

关键词：电影发行；资本平衡；资本时空

一、发行为本：电影商业原则的权力平衡

艺术流通与市场的三个基本特性是市场性、娱乐性和导向性，这是艺术传播与流通的一般与特殊原则。

如果说，艺术的一般传播、流通还存在着市场性、娱乐性与导向性之间的平衡，那么，对电影而言，电影市场的刚性原则就是资本与逐利——商业原则，所以，传播 = 市场，流通 = 娱乐，反而成为电影流通的一般状态。

^① 作者简介：蓝凡，上海大学上海电影学院教授，博士生导师。