

THE ECONOMICS OF
ART AND CULTURE

(Second Edition)

• 文化创意产业译丛

艺术文化经济学

(第二版)

詹姆斯·海尔布伦 (James Heilbrun) 著
查尔斯·M·格雷 (Charles M. Gray) 著
詹正茂 等译

 中国人民大学出版社

• 文化创意产业译丛

艺术文化经济学

(第二版)

詹姆斯·海尔布伦 (James Heilbrun) 著

查尔斯·M·格雷 (Charles M. Gray)

詹正茂 等译

图书在版编目 (CIP) 数据

艺术文化经济学：第二版/海尔布伦等著；詹正茂等译。

北京：中国人民大学出版社，2007

ISBN 978-7-300-08263-9

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 092116 号

文化创意产业译丛

艺术文化经济学 (第二版)

詹姆斯·海尔布伦 著
查尔斯·M·格雷
詹正茂 等译

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北三河市新世纪印务有限公司

规 格 155mm×230mm 16 开本 版 次 2007 年 10 月第 1 版

印 张 28.5 印 次 2007 年 10 月第 1 次印刷

字 数 371 000 定 价 49.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

《文化创意产业译丛》总序

当今世界，文化与经济、政治之间相互交融，文化与科技的结合日益紧密，文化已经形成一个产业，而且正在发展成为一个重要的产业群。文化产业逐步成为经济活动的核心，从而也越来越受到各国政府的高度重视。包括新闻、出版、广播、电影电视、艺术欣赏、广告、动漫、娱乐等等在内的文化产业，在为国民获取信息、学习、知识，享受审美、娱乐的同时，创造出了巨大的社会财富，在国民生产总值中所占的比重越来越大，成为国民经济的一个重要组成部分。党的十六大把发展文化事业和文化产业提高到增强我国综合国力的高度来认识，我国政府在“十一五”规划纲要中提出要积极发展文化事业和文化产业，创造更多更好适应人民群众需求的优秀文化产品。这是一项具有战略意义的重要举措。

与传统的一般物质产品的生产方式相比，文化产品作为精神产品，它在生产、流通、分配和消费等方面都有着自己独特的运行规律。近年来我国文化事业和文化产业获得了快速健康的发展，但是由于我国的文化产业发展刚刚起步，无论是对文化产业运行规律的认识还是对文化产品经营所积累的经验都还远远不够。而西方国家在文化产业理念、经营管理以及实际运作等方面都进行了较长一段时间的探讨，积累了一些成功的经验，把这些成果介绍到国内，对我国文化产业的发展必定有很强的借鉴意义，也可使我们知己知彼，提高我国文化产业运作的管理水平和整体竞争力。为此，我们邀请一些专家对国外文化产业理论研究和实际运作的著作进行了认真地筛选，组织翻译一套“文化创意产业译丛”由中国人民大学出版社出版发行。这套“译丛”中既有在西方和整个世界影响巨大的名著（如马

克卢普的《美国的知识生产与传播》等),也有近年来在西方刚刚出版就产生很大影响的著作(如《文化产业》、《文化与艺术经济学》等)。这套“文化创意产业译丛”是个开放的系列,我们将不断把国外文化产业研究的优秀作品纳入其中,也期待着各界向我们推荐相关的优秀作品。

当前,文化产业的国际化趋势正在加强,这种国际化趋势使我国的文化产业融入到国际文化产业的竞争大舞台之中,我国的文化产业公司与一些大的国际文化公司一起同台竞技,共处一个竞争平台,这无论是对我们的文化产业研究者还是文化企业的经营者都提出了更高的要求。我们相信,这套“文化创意产业译丛”所引介的“他山之石”,一定会为建设我国的文化产业大厦添砖加瓦,从而对推动我国文化产业的研究、促进我国文化产业的发展起到积极作用。

在编选、翻译这套“文化创意产业译丛”的过程中,我们得到了国内文化产业研究界很多专家的大力支持,也得到了新闻出版总署副署长郎书林等领导同志的关心和指导,中国人民大学出版社的很多同志为此付出了大量的心血,在此一并表示感谢!

《文化创意产业译丛》编委会

前 言

在《艺术文化经济学》的第二版中，我们在保留了第一版结构的基础上，将范围进行了扩展，涵盖了美国、西欧、加拿大以及澳大利亚的艺术活动。同时，还把最新的可用信息纳入到正文、图表和脚注中。因此本书内容完全是最新的。

尽管自 20 世纪 60 年代中期，美国的经济学家就开始了有关艺术文化经济学方面的写作，但本书是第一部不仅包括美术和表演艺术的关键内容，而且包括联邦、州以及地方等各个层级针对艺术的公共政策的著作。正因为如此，本书是对这一主题进行综合性调查的首次尝试。

我们力图使本书的难度和范围适合以下两种类型读者的需要：其一，对于学术性读者，本书可以作为艺术经济学或者艺术管理的核心教材，或者作为艺术社会学、艺术政治学这类课程的补充教材；其二，对于普通读者，本书可为其提供关于美国的艺术经济学和艺术政治经济学的系统分析，以满足其了解的需要。

本书可以分为五个部分。第一部分是绪论，包括第 1、2、3 章，适合所有读者。第 1 章首先界定了本书计划研究的领域，并对我们作出界定的逻辑进行了解释，最后按照所界定的艺术领域，对美国艺术部门的经济规模进行了估算。第 2 章提供了一个重要的历史维度，它描述了美国、加拿大以及澳大利亚的艺术增长，对所谓美国在 20 世纪 70 年代和 80 年代经历了“艺术大繁荣”的主张进行了评价，并调查分析了随之而来的艺术活动的衰退。第 3 章着眼于美国艺术观众的规模和特征，讨论了影响上座率的社会经济因素，并把美国艺术参与率与其他工业化国家进行了比较。

第二部分由第4章~第8章组成。在这一部分中，我们讨论了微观经济学中的供给和需求及其二者在市场上的相互影响，并把这些分析工具应用于对表演艺术行业的分析。这部分中的所有理论概念都从基础讲起，以便使学生和其他没有经济学背景的读者都不难对其进行初步了解。然而，那些不想掌握经济理论中的技术模型的普通读者，可以跳过第4章~第7章，直接看本书第8章的讨论内容，它着眼于表演艺术行业内公司的财务问题。

第9章和第10章是本书的第三部分，分析了油画和其他美术作品的市场情况，以及艺术博物馆经济学。第9章回归到微观经济学分析上，阐释了艺术市场是怎样运作的，以及绘画家和雕塑家们是如何通过为市场生产作品而谋生的。普通读者或许希望略过以上章节，但一定会想看看第10章最后一节将艺术问题作为一项投资来看待的内容。

第11章~第13章，即本书的第四部分，分析了对艺术所采取的公共政策。第11章系统地分析了一个曾困扰许多观察家的问题，即艺术公共津贴的经济合理性。尽管赞成实行艺术津贴论点是基于微观经济学理论中的几个命题，但是本章的主要内容不在于讨论这些经济理论，而在于艺术是否具有这些理论所说的必要特性，以判断其能否正当地接受公共支持。因此本章在整体上易于被普通读者理解。

第12章和第13章中，我们不再讨论经济学理论，而讨论艺术的政治经济学。第12章介绍对艺术领域的私人捐赠，探讨私人资助相对于公共资助的利弊，并在同时考虑到这二者的情况下，比较美国和其他工业化国家的捐助水平。该章最后对议会和国家艺术基金会之间的争论作出了评论，该争论则是关于是否应该把津贴给予那些被认为是亵渎神灵的或者色情的作品。第13章主要讨论美国艺术公共补贴的历史、规模以及模式。我们分析了经由全美教育协会（NEA）和其他一些机构提供的州政府资助、地方政府资助以及联邦资助，并讨论了其中的政治因素和经济因素。

其余为第五部分。其中第14章~第16章杂录了一些话题。第14章把艺术看作一项职业，调用微观经济分析方法来解释艺术家（作为劳动者）的收入是如何由市场决定的。本章还探讨了表演艺术中教育、培训及工会的作用，提供了由于教育程度和性别不同而形成的艺术家收入的数据，以此来评定事实或者说“饥饿的艺术家”这个假设。

本书的最后三章不会对普通读者造成什么困难。第15章分析了艺术活动的地理分布，解释了为什么这些艺术活动在大城市里高度集中，并分析了艺术在城市经济中所扮演的角色。艺术行业在纽约城区的经济重要性要远胜于其在六个典型的中等规模城区的影响。

在第16章中，我们分析了大众传媒、流行文化同本书所讲的主题即所谓的高雅艺术的形式之间的关系。我们首先假设大众传媒使得公众对高雅艺术持有偏见，而公共广播正是抵消这种偏见的一种形式。最后，本章讨论了关于为公共广播筹措资金的一些可供选择的建议。

第17章以对于美国文艺事业的的未来的一些推断作为全书的结束。我们讨论了有关培养高雅艺术品位的艺术教育推广计划可能产生的作用，从而确保未来美国人参与艺术活动的比例能够提高，但鉴于当前对公共支出的态度，我们很可能缺乏必要的资金。

这本书是根据1984年美国俄亥俄州阿克伦城举办的第三届文化经济国际会议期间的一次咖啡店里的谈话构思而成的。从那天起，两名作者将这本书作为他们各自所授文科专业的主要教材，成功地向在大学里就读他们专业的学生讲授了艺术经济学的课程。尽管个别教师可能会想在选定的要点上补充其他一些阅读材料，但我们确定，这本书涵盖的主题已经超出了一学期课程所能讲授的主题。

我们二人的课程都在经济系讲授过，但课程的开放对象是非经济学专业的学生或从前没有听过经济学课程的学生。根据以往的经验，我们确信这本书也可用作硕士水平的艺术管理教学中经济学课程的教

材，给那些很可能不具备经济学知识的学生使用，或者作为艺术社会学或艺术政治学的补充材料。最后，我们也确信这本书对于那些普通的普通读者也是很容易理解的，就像我们的课程对于在读的非经济学专业的一般学生而言也很容易理解一样。

整本书中，我们提供了大量的引证作为原始资料的有益补充，以期使说明更加丰富。这些是我们从工作在艺术经济学、艺术政治学和艺术社会学领域的其他人员那里得到的知识财富。我们希望这本书中的材料，对于那些希望深入研究只在本书中作了概括性调查的主题的读者、学生及学者也能有所帮助。

在这本书的写作过程中，我们从学术同仁、艺术家、艺术顾问和艺术主管那里，获得了私人的和公共性的帮助。他们慷慨地给予了我们时间和关注，为我们提供了数据、信息、专业分析、专家意见以及注释评论。他们的名字不胜枚举。

在第一版中，我们已向以下人员和单位致谢：布雷克学校（Breck School）的黛安·奥尔迪斯（Diane Aldis）；泽农舞蹈公司（Zenon Dance Company）的琳达·安德鲁斯（Linda Andrews）和克里斯蒂娜·马金尼斯（Christine Maginnis）；纽约城市大学的朱迪·巴尔夫（Judy Balfe）；美国舞蹈演员戴安娜·布雷斯（Dianne Brace）；国家艺术基金会（National Endowment for the Arts）的汤姆·布拉德肖（Tom Bradshaw）和玛格丽特·简·维索米尔斯基（Margaret Jane Wyszomirski）；福德姆大学（Fordham University）的吉姆·卡波（Jim Capo），埃弗里特·帕克（Everett Parker）和吉姆·库尔茨（Jim Kurtz）；地方艺术代理机构国民议会（National Assembly of Local Arts Agencies）的兰迪·科恩（Randy Cohen）；美国艺术委员会（American Council for the Arts）的萨拉·富特·科恩（Sarah Foote Cohen）和道格·罗斯（Doug Rose）；WCLV电台的罗伯特·康拉德（Robert Conrad）；博物馆服务协会（Institute of Museum Services）的丽贝卡·丹弗斯（Rebecca Danvers）；艺术资

源与咨询 (Arts Resources and Counseling) 的芭芭拉·戴维斯 (Barbara Davis); 普林斯顿大学 (Princeton University) 的保罗·迪马乔 (Paul DiMaggio); 美国交响乐团联盟 (American Symphony Orchestra League) 的希瑟·丁威迪 (Heather Dinwiddie) 和玛丽·布鲁克斯 (Mary Brooks); 《文化经济学杂志》(*Journal of Cultural Economics*) 和文化经济学协会 (Association for Cultural Economics) 的比尔·汉登 (Bill Hendon); 剧院通信团 (Theatre Communication Group) 的芭芭拉·贾诺威茨 (Barbara Janowitz) 和约翰·费德里克 (John Federico); WFUV 电台的拉尔夫·詹宁斯 (Ralph Jennings); 明尼苏达州管弦乐队 (Minnesota Orchestra) 的戴维·坎明加 (David Kamminga) 和马西娅·佩克 (Marcia Peck); 公共广播公司 (Corporation for Public Broadcasting) 的李扬 (Young Lee); 州艺术行政机构全国协会 (National Association of State Arts Agencies) 的杰夫·洛夫 (Jeff Love); 曾为圣保罗演员剧院 (Actors Theater of St. Paul) 成员的迈克尔·迈纳 (Michael Miner); 芒特·霍利奥克学院 (Mount Holyoke College) 的萨莉·蒙哥马利 (Sally Montgomery); 卡伦·纳尔逊 (Karen Nelson); 纽约大学 (New York University) 的迪克·纳泽 (Dick Netzer); 艺术顾问理查德·J·欧伦德 (Richard J. Orend); 演员工会 (Actors' Equity Association) 的盖伊·佩斯 (Guy Pace); 艺术顾问戴维·潘克拉茨 (David Pankratzt); 艺术顾问莫妮·彼得斯 (Monnie Peters); 范德比尔特大学 (Vanderbilt University) 的皮特·彼得森 (Pete Peterson); 美国歌剧协会 (Opera America) 的纳西·罗伯茨 (Nancy Roberts); 圣托马斯大学 (University of Saint Thomas) 的凯文·索特 (Kevin Sauter); 麻省理工学院 (Massachusetts Institute of Technology) 的马克·舒斯特 (Mark Schuster); 澳大利亚罗斯公司股东 (Austrian Roth Partners) 查尔斯·夏皮罗 (Charles Shapiro); 新舞蹈团 (New Dance Ensemble) 的琳达·夏皮罗 (Linda Shapiro); 艺术家

辛西娅·斯塔克韦瑟·纳尔逊 (Cynthia Starkweather—Nelson); 美国室内乐队 (Chamber Music America) 的迪安·斯坦 (Dean Stein); 塔夫茨大学 (Tufts University) 的利拉·萨斯曼 (Leila Sussmann); 艺术家桑德拉·泰勒 (Sandra Taylor); 美国剧院和制片人联盟 (League of American Theaters and Producers) 的乔治·瓦赫特尔 (George Wachtel); 以及艺术家乔伊斯·亚马莫托 (Joyce Yamamoto)。我们还要感谢我们的学生, 他们从初期开始就一直连续阅读各阶段的写作手稿, 并承担了校对者和注释者的特殊角色。

在第二版中, 我们要特别感谢以下人员和单位的巨大帮助: 巴黎第一大学 (Universite de Paris I) 的弗朗索瓦丝·本哈默 (Francoise Benhamou); 古瑟里剧院 (Guthrie Theater) 的贝丝·伯恩斯 (Beth Burns); 美国歌剧协会的约翰·丘奇 (John Church) 和马克·斯科尔卡 (Mark Scorca); 艺术和发展先驱 (Art and Development Initiatives) 的金·费雷拉 (Kim Ferreira); 多莉·特特曼美术博物馆 (Dolly Fiterman Fine Arts) 的多莉·特特曼 (Dolly Fiterman); 荷兰公共部门经济研究处 (Economic Research for the Public Sector) 的勒内·古德瑞恩 (Rene Goudriaan); 明尼苏达州艺术委员会 (Minnesota State Arts Board) 前任常务理事萨姆·格拉巴斯基 (Sam Grabarski); 美国作曲家论坛 (American Composers Forum) 的琳达·赫施勒 (Linda Hoeschler); 芬兰艺术委员会 (Arts Council of Finland) 的保拉·卡尔胡宁 (Paula Karhunen); 伦伯格大学 (University of Luneberg) 的福尔克尔·基希贝格 (Volker Kirchberg); 巴黎奥塞美术馆 (Musee d'Orsay) 的皮埃尔·科尔济勒斯 (Pierre Korzilius); 克雷默画廊 (Kramer Gallery) 的韦斯·克雷默 (Wes Kramer); 瑞典斯塔滕斯·库尔图莱德 (Statens Kulturarad) 的斯坦·蒙松 (Stan Mansson) 和洛塔·詹森 (Lotta Janson); 明尼苏达州基金委员会 (Minnesota Council on Foundations) 的杰奎琳·赖斯 (Jacqueline Reis); 圣托马斯大学 (University of Saint Thomas)

的特雷莎·罗特霍伊森 (Teresa Rothausen); 伯克利加州大学 (University of California at Berkeley) 的帕梅拉·萨缪尔森 (Pamela Samuelson); 明尼阿波利斯艺术协会 (Minneapolis Institute of Art) 的乔恩·西弗森 (Jon Severson); 加拿大统计局 (Statistics Canada) 的莉萨·希普利 (Lisa Shipley); 以及财政分析员余乃平 (Naiping Yu)。

书中的图表主要由菲尔·斯旺森 (Phil Swanson) 和芭芭拉·伯尔 (Barbara Birr) 绘制。

同时也要向以下人员和单位慷慨的研究协助表示感谢:

我们要感谢本书在剑桥大学出版社的编辑斯科特·帕里什 (Scott Parris), 感谢他的明智建议、帮助, 以及倾注于本书的热情。我们还要感谢监督本书出版工作, 并出色地完成了本书排版工作的斯蒂芬妮·萨克森 (Stephanie Sakson)。

最后, 我们将这本书献给我们的孩子, 埃米莉 (Emily)、玛格丽特 (Margaret)、罗伯特 (Robert) 和布赖恩 (Brian)。

目 录

Contents



第一部分

| | |
|----------------------------|----|
| 艺术部门：规模，增长和观众 | 1 |
| 第 1 章 艺术部门概览 | 3 |
| 本书内容的涵盖范围 | 4 |
| 作为经济探讨主题的艺术和文化 | 5 |
| 艺术部门的规模估计 | 7 |
| 第 2 章 艺术部门的增长 | 12 |
| 衡量增长 | 12 |
| 各种娱乐形式间的竞争 | 14 |
| 电视的影响力 | 16 |
| 自 1970 年以来艺术的增长 | 18 |
| 供应方面变化的影响 | 22 |
| 艺术活动的国际数据 | 24 |
| 表演艺术的机构变化 | 30 |
| 小结 | 39 |
| 第 3 章 艺术观众 | 40 |
| 观众调查与参与率研究的对比 | 41 |
| 美国的参与率 | 42 |
| 一些国际对比 | 44 |
| 人群中的参与率是如何变化的？ | 46 |
| 观众的特点 | 53 |

第二部分

| | |
|--------------------------------|-----|
| 需求与供给的微观经济学 | 59 |
| 第4章 消费者需求：引言 | 61 |
| 衡量消费效用 | 61 |
| 消费者预算最优 | 63 |
| 需求曲线的推导 | 65 |
| 需求、供给和价格决定 | 67 |
| 决定需求的因素 | 73 |
| 小结 | 82 |
| 第5章 艺术需求的特点及其政策含义 | 84 |
| 需求的价格弹性 | 84 |
| 需求的收入弹性 | 92 |
| 需求的交叉价格弹性 | 96 |
| 表演艺术中需求的价格弹性的期望值 | 100 |
| 表演艺术中需求的收入弹性的期望值 | 103 |
| 小结 | 105 |
| 第6章 表演艺术的生产 | 106 |
| 产出的衡量 | 106 |
| 表演艺术的产出 | 107 |
| 一些基本的成本概念 | 108 |
| 生产成本 | 109 |
| 小结 | 114 |
| 第7章 表演艺术的公司和市场 | 115 |
| 市场类型 | 115 |
| 艺术和经济目标 | 118 |
| 一个现场表演艺术公司的模型 | 120 |
| 长期生产成本 | 125 |
| 捐赠和补助的作用 | 129 |

| | | |
|--------|--------------------------------|-----|
| | 公共机构规模, 市场结构以及改革创新 | 132 |
| | 小结 | 135 |
| 第 8 章 | 生产力滞后与艺术的财务问题 | 136 |
| | 关于生产力滞后的讨论 | 137 |
| | 生产力滞后影响的代数解释 | 139 |
| | 成本的历史依据 | 143 |
| | 生产力滞后的结果, 或者说, 为何对此表示担忧? | 144 |
| | 生产力滞后影响的抵消 | 146 |
| | 与大众传媒竞争投入要素 | 149 |
| | 生产力滞后和音乐节的增长 | 151 |
| | 表演艺术的成本与收入 | 151 |
| | 劳动收入与非劳动收入的对比 | 155 |
| | 存在“艺术赤字”吗? | 158 |
| | 小结 | 161 |
| | | |
| | 第三部分 | |
| | 美术和博物馆 | 163 |
| 第 9 章 | 艺术作品市场 | 165 |
| | 一些初步考虑 | 167 |
| | 艺术市场 | 169 |
| | 艺术供给 | 174 |
| | 艺术需求 | 177 |
| | 艺术投资 | 182 |
| 第 10 章 | 艺术博物馆经济学 | 187 |
| | 博物馆的作用 | 187 |
| | 艺术博物馆的参观人次 | 190 |
| | 博物馆参观者的概况 | 192 |
| | 博物馆是成本递减的产业 | 193 |

| | |
|------------------|-----|
| 入场费和总体财政健康 | 198 |
| 艺术博物馆的购买政策 | 199 |
| 管理博物馆的收藏 | 199 |
| 关于分配的一些问题 | 203 |
| “超级明星”博物馆 | 209 |
| 博物馆的收入 | 210 |
| 州和地方政府的支持 | 216 |
| 小结 | 217 |

第四部分

| | |
|--|-----|
| 对艺术的公共政策 | 219 |
| 第 11 章 政府应该补贴艺术吗? | 221 |
| 在完全竞争市场里的最优化选择 | 221 |
| 市场失灵的问题 | 224 |
| 作为公共物品的外部效应 | 232 |
| 公平与收入分配, 公益品 | 239 |
| 小结 | 244 |
| 反对公共补贴的案例 | 245 |
| 第 12 章 美国、澳大利亚、加拿大和西欧对艺术的公共和/ 或私人支持 | 251 |
| 美国对公共支持的传统抗议 | 251 |
| 艺术支持的国际比较 | 254 |
| 有关间接资助或纳税支出的数学讨论 | 257 |
| 捐赠艺术品 | 259 |
| 个人、公司和基金会的支持 | 261 |
| 为什么欧洲对艺术的私人支持那么少? | 267 |
| 私人人和/或公共支持的优缺点 | 270 |
| 对带争论性的艺术的政治论战 | 274 |

| | |
|---------------------------|-----|
| 小结 | 278 |
| 第 13 章 美国对艺术的直接公共支持 | 279 |
| 美国直接公共支持的组成部分 | 279 |
| 国家艺术基金会的结构和捐赠决策程序 | 288 |
| 有关国家艺术基金会计划的概述 | 290 |
| 州资助模式 | 298 |
| 地方艺术行政机构 | 300 |
| 公共政策中的议题 | 305 |

第五部分

艺术、经济和社会

第 14 章 艺术专业化：教育、培训和就业

 从艺术公共参与调查中得出的艺术家数据

 从一项艺术家调查中得到的信息

 艺术领域的劳动力市场

 艺术家市场的一些实际情况

 成为一名艺术家：人力资本投资

 小结

第 15 章 艺术在当地经济中发挥的作用

 集中在市中心的艺术和文化

 视觉艺术的地理模式

 随着时间的流逝，是集中还是分散？

 衡量地方艺术部门的相对规模

 经济影响研究

 乘数效应

 纽约大都会地区中的艺术产业

 对经济影响的研究是否遭到了误用？

 艺术及当地生活质量