

21 世纪经济管理类精品教材

(第 3 版)

文化产业与管理

赵晶媛/编著

Cultural Industry Management



清华大学出版社

21 世纪经济管理类精品教材

(第 3 版)

文化产业与管理

赵晶媛 / 编著

Cultural Industry Management

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书围绕文化产业管理的理论与实践,系统地介绍了文化产业管理的主要知识框架和体系。全书分为文化产业与管理总论和分论两篇。总论包括蓬勃发展的文化产业,文化产业管理的路径、原则和模式,文化产业的战略管理,文化产业的投资管理,文化产业的品牌管理,文化产业的人力资源管理,文化产业的项目管理和文化产业的知识产权管理;分论为分行业介绍,包括图书出版业、新闻传媒业、广播影视业、动漫业、网络业、表演艺术业、广告业、景区游览业、设计业及文化遗产的保护与管理,具体论述文化产业中主要行业部门的管理实务和方法策略。

本书可作为普通高等院校文化产业管理、工商管理、传播学、新闻学、文学、艺术学等专业的教材使用,也可作为文化产业从业人员实用的参考书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

文化产业与管理/赵晶媛编著. —3版. —北京:清华大学出版社,2016

(21世纪经济管理类精品教材)

ISBN 978-7-302-44792-4

I. 文… II. ①赵… III. 文化产业-管理-高等学校-教材 IV. G114

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第189721号

责任编辑:杜春杰

封面设计:康飞龙

版式设计:牛瑞瑞

责任校对:王 颖

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京富博印刷有限公司

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm 印 张:25.75 字 数:517千字

版 次:2010年3月第1版 2016年12月第3版 印 次:2016年12月第1次印刷

印 数:1~4500

定 价:39.80元

第3版前言

中国处于文化大国的崛起过程中，正从文化大国走向文化强国。文化，是国家和民族兴旺发达的基本内容和重要支撑。文化自信，是一个民族、一个国家以及一个政党对自身所禀赋和拥有的文化价值的充分肯定和积极践行，并对其文化的生命力保持坚定的信心和发展的希望。习近平总书记在庆祝中国共产党成立95周年大会上的重要讲话中提出，“文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信。”没有文化自信，就没有国家民族的兴盛，而文化产业的蓬勃发展给中国人民带来更多的文化自信，给中国经济发展带来更多的希望。在中国经济面临压力，寻求经济转型新动力的关键时刻，我国文化产业正以矫健的步伐向国民经济支柱性产业迈进，不仅保持较快的增长速度，而且发展质量也在逐步提升。

针对我国文化产业大发展和文化产业管理人才短缺之间的矛盾，在加快文化产业管理人才培养的背景下，2010年清华大学出版社出版了《文化产业与管理》，该书一经出版即受到了产业界和学术界的一致好评，特别是受到广大教师和学生的欢迎，在当当网的图书评价中被百分百地推荐。2013年《文化产业与管理》第2版出版，出版至今一直是教授和学习这门课程的高校师生的首选。文化产业日新月异地发展，国家、行业和企业层面对文化产业的管理也与时俱进。而管理不仅具有科学性，即一系列概念、原理、原则和方法构成的知识体系，还具有艺术性，艺术性强调管理的实践性，没有实践，也就无所谓艺术。当前，文化产业的管理实践不断推陈出新，在“大众创业，万众创新”“互联网+”“文化+”“一带一路”、培育新型文化业态、不断提高文化市场管理水平、完善公共文化服务，以及构建对外文化交流体系，推动中华文化走向世界等新的文化产业管理实践背景下，为了适应新形势下我国文化产业发展对人才培养的新要求和新需要，《文化产业管理》在第1、2版的基础上，吸收了国际国内文化产业管理的学术研究领域和管理实践领域取得的新成果，进行了全面修订。

《文化产业与管理》第3版保留前两版的总论和分论的框架，以清晰的思路从总论到分论，从产业到行业，从适用于整个文化产业管理的系统理论到具体行业管理的政策与实践，由普遍到具体、由面到点地全面展开文化产业与管理的相关知识。改版后的总论部分增加了文化产业的战略管理，进而使本版书包含了文化产业管理的所有理论知识；改版后的分论部分，与最新的文化产业行业管理实践紧密结合，按照国家统计局新版“文化及相关产业分类标准”进行分行业介绍，增加了景区游览、设计、文化遗产三个新行

业，使本版书是迄今国内最全面最前沿的文化产业分行业管理的论著。改版后，全面引用文化产业行业近期发生的案例，用最新的热点、时事、动向，来诠释这一具有文化性、创意性、时代性、时尚性的充满魅力的产业的相关知识，寓理论知识于读者最熟悉的社会生活之中。另外，第3版引用最新的文化产业发展方面的数据，包括新的行业监管政策，呈递给读者最先进的文化产业的管理实务和方法策略。

编者

2016年5月

第2版前言

2010年10月,党的十七届五中全会提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业的战略目标;2011年10月,党的十七届六中全会对推进文化改革发展作出了部署,强调要推进社会主义核心价值体系建设、大力发展公益性文化事业、保障人民基本文化权益,与此同时,加快发展文化产业,推动文化产业成为国民经济支柱性产业;2012年2月,文化部正式向社会发布了《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》,明确了“十二五”时期文化系统文化产业的指导思想、发展思路、发展目标、主要任务、重点行业和保障措施,这一规划的制定出台对“十二五”期间文化产业发展有着重要的指导意义;2012年11月,党的十八大更是对文化产业发展提出了更高要求:要发展新型文化业态,提高文化产业规模化、集约化、专业化水平;在2013年3月全国“两会”上,文化产业、文化建设、文化消费、文化体制改革依旧是大会代表委员们讨论的热点话题。让文化产业成为实实在在的国民支柱性产业已经成为普遍共识。

针对我国文化产业蓬勃发展和文化产业管理人才短缺之间的巨大矛盾,在加快文化产业管理人才培养的背景下,2010年清华大学出版社出版了《文化产业与管理》,该书一经出版即受到了产业界和学术界的一致好评,特别是受到广大教师和学生的欢迎,在当当网的图书评价中被百分百的推荐。然而本书出版后的几年内,文化产业在我国国民经济中的地位日渐提高,我国对文化产业发展的重视也提到前所未有的高度,同时,国际国内文化产业的学术研究领域和管理实践领域都取得了新的成果,因此有必要对本书进行全面修订,以适应新形势下我国文化产业发展对人才培养的新要求和新需要。

本次改版继承了原书的管理体系完整、实践性突出、内容新颖、时代感强等优点外,与前一版相比主要有以下四个方面的改进。

第一,鉴于文化产业的项目管理和品牌管理较其他产业有其特殊性,其更复杂更易受外部环境的影响,因此在文化产业管理总论中增加了文化产业的品牌管理和文化产业的项目管理两章内容。

第二,文化产业是一个具有创意性特征的“内容为王”的产业,与其他产业相比,其时代感也最强。为紧扣其日新月异的时代脉搏,本次修订精选了近期我国文化产业发展中的最典型事件,更新了引导案例和案例讨论中的全部案例,以及穿插在概念和理论陈述中的实证案例。

第三，受全球金融危机的影响，在过去的几年内，国际和国内文化产业也受到不同程度的影响，但仍然有较大的发展。本次改版引用最新的文化产业数据，更新和修订各章中发展和变化的内容，使其成为最前沿的文化产业管理理论和实践的教材与参考书。

第四，欧美国家和日本等文化产业强国，在文化产业发展过程中逐渐形成先进的管理理论，本次修订吸收了国际上优秀的管理经验和新的学术成果，结合中国文化产业的特征和管理实践，构建了具有中国特色的文化产业管理体系和知识框架。

编 者

2013年4月

第1版前言

2009年7月22日,《文化产业振兴规划》经国务院常务会议讨论并原则通过,这是我国第一部文化产业专项规划,对应对金融危机、加快文化产业发展、推动经济结构调整有着重要意义。《文化产业振兴规划》的出台,标志着我国把文化产业提升到了国家战略的层面。然而,文化产业管理人才的短缺与文化产业蓬勃发展之间的巨大矛盾日显突兀,人才短缺问题已经成为阻碍文化产业发展的制约性因素。文化产业的发展势头迅猛,在这样的背景下,加快文化产业管理人才的培养,特别是培养既懂经济又精通文化产业行业特点的复合型高素质经营管理人才,显得十分紧迫。

本书围绕文化产业管理的理论与实践,系统地介绍了文化产业管理的主要知识框架和知识体系。全书分为文化产业与管理总论和分论两篇。文化产业与管理总论包括文化产业概述,文化产业管理的路径、原则和模式,文化产业的资源与开发,文化产业的投资管理,文化产业的人力资源管理和文化产业的知识产权管理;文化产业与管理分论将分行业介绍,包括图书出版业、新闻传媒业、广播影视业、动漫业、网络业、表演艺术业、广告业及体育休闲业等,具体论述文化产业主要行业部门的管理实务和方法策略。本书适合高等院校文化产业管理专业、经管类专业以及传播学、新闻学、文学、艺术学等专业作为教材使用,也可作为文化产业从业人员实用的参考书。

本书有以下几个特点。

1. 管理实践突出, 兼顾完整理论体系

本书兼顾应用型和复合型人才培养特点,在教材编写中考虑就业导向,为社会培养经营、建设、管理、服务第一线的文化产业管理人才;在教学中强调专业知识和管理能力相结合的教学特点,旨在造就专业知识扎实、管理能力强的复合型人才。本书在内容体系上,力求突出文化产业的管理实务和实践,并兼顾了文化产业管理完整的理论体系。

2. 内容有时代感, 符合文化产业特性

根据文化产业的特点,本书章节布局和行文特点既严谨又生动,并加入时尚内容,符合文化产业的创意特征,同时,通过多模块内容避免教材枯燥,增加了教材的可读性。本教材配合文化产业的理论体系引入了大量有时代感的新颖案例,其中引导案例、案例讨论及穿插在概念和理论陈述中的实证案例和数据等内容占教材比例的20%。

3. 引用最新数据, 吸收最新研究成果

文化产业管理是一门较新的课程,随着文化产业迅速崛起和日新月异的发展,其理

论和实践联系也日益密切。本书引用文化产业发展的近期数据，吸收文化产业研究的最新成果，并结合国内外最新的发展现状和问题进行论述。

4. 紧扣教学特点，方便教师使用

本书借鉴了国内外优秀教材，扬长避短，紧扣教学，综合考虑相关教学大纲和授课学时的分配，适当安排理论讲解和案例讨论的内容比例等来组织章节和内容，并提供30~44学时的电子教学课件和书中案例答案及其他可供参考使用的案例，方便教师使用。

编 者

2010年1月

目 录

上篇 文化产业与管理总论

第一章 蓬勃发展的文化产业	2
引导案例 我们会遇到哪些“互联网+”?	2
本章导读	3
第一节 文化产业的概念和特征	4
第二节 文化产业的产生和发展	12
第三节 发展文化产业的任务和意义	22
思考题	28
案例讨论 文化惠民工程让老百姓享受高质量文化生活	29
第二章 文化产业管理的路径、原则和模式	31
引导案例 中宣部等部门联合发布通知 规范全国性出版推荐活动	31
本章导读	32
第一节 我国文化产业管理现状	33
第二节 文化产业管理的国际借鉴	37
第三节 文化产业管理的路径	40
第四节 文化产业管理的原则	44
第五节 文化产业管理的模式	46
思考题	53
案例讨论 拍卖寒冬逆行 如何深度挖掘管理运营模式	53
第三章 文化产业的战略管理	56
引导案例 区域协作+跨界整合 冷冰雪搅动热经济	56
本章导读	57
第一节 文化产业战略	58
第二节 文化产业战略走向	63
第三节 文化产业战略的选择与执行	66

思考题	72
案例讨论 中国剪纸皇后: 让民俗文化走进资本市场	73
第四章 文化产业的投资管理	75
引导案例 社会资本“给力”文化产业	75
本章导读	76
第一节 文化产业投资的特点	77
第二节 文化产业资本投资和运营方式	82
第三节 文化产业投资的宏观管理	90
思考题	94
案例讨论 如何“尝鲜”艺术品质押融资?	94
第五章 文化产业的品牌管理	96
引导案例 《功夫熊猫3》树立IP授权及衍生品开发新模式	96
本章导读	97
第一节 文化产业需要树立品牌理念	98
第二节 文化产业品牌的打造和传播	108
第三节 文化产业品牌的维护	113
思考题	116
案例讨论 《爸爸去哪儿》入选年度文化品牌	116
第六章 文化产业的人力资源管理	119
引导案例 设立网络安全专项基金 促进网络安全人才培养	119
本章导读	120
第一节 文化产业人力资源的特点	120
第二节 文化产业人力资源的现状和问题	123
第三节 文化产业人力资源的培养模式	128
第四节 文化产业人力资源的开发管理	131
思考题	134
案例讨论 双创人才扶持: 让更多创意人才脱颖而出	135
第七章 文化产业的项目管理	137
引导案例 众筹出版项目: 做好细节才能成功	137
本章导读	138

第一节 文化产业项目管理的含义和特点	139
第二节 文化产业项目的选择和计划	143
第三节 文化产业项目的经理与团队	146
第四节 文化产业项目的控制	149
思考题	155
案例讨论 游戏工作室项目管理一定不要做的 9 件事	156
第八章 文化产业的知识产权管理	158
引导案例 产权保护: 说得好也要“唱”得好	158
本章导读	159
第一节 文化产业的知识产权	160
第二节 文化产业知识产权管理的现状	165
第三节 文化产业知识产权管理的主体与路径	168
思考题	172
案例讨论 《西游记》音乐版权: 路在何方?	172

下篇 文化产业与管理分论

第九章 图书出版业管理	176
引导案例 市场和口碑能否共存 图书榜单风云战	176
本章导读	177
第一节 图书出版业的现状	178
第二节 图书出版业管理的概念和意义	182
第三节 图书出版业管理的原则、内容和手段	184
思考题	190
案例讨论 《秘密花园》无字天书缘何成为 2015 年度黑马	190
第十章 新闻传媒业管理	193
引导案例 移动互联给传媒业带来深刻变化 新时空新业态新互联	193
本章导读	194
第一节 新闻传媒的属性和传播过程	194
第二节 新闻传媒业的发展状况	197
第三节 新闻传媒业的管理模式	202

思考题	209
案例讨论 中国人喊纸媒已死,美国纸媒在干啥?	209
第十一章 广播影视业管理	211
引导案例 “低口碑高票房”引争议	211
本章导读	212
第一节 广播影视业的特点和构成	213
第二节 广播影视业的发展现状	215
第三节 广播影视业的宏观管理	219
第四节 广播影视业的转型	223
思考题	226
案例讨论 影视配音还有出路吗?	226
第十二章 动漫业管理	229
引导案例 中国动漫产业的课题依然是“努力”和“超越”	229
本章导读	230
第一节 动漫业发展	230
第二节 动漫业扶持政策	237
第三节 动漫业制作、发行和播映	242
第四节 动漫业衍生产品	252
思考题	256
案例讨论 全动漫产业链步入商业化时代	256
第十三章 网络业管理	258
引导案例 “互联网+文化产业”价值链的新特征	258
本章导读	259
第一节 网络业的概念和特征	259
第二节 我国网络业发展状况	264
第三节 网络业的监管	275
思考题	282
案例讨论 网络音乐盈利模式单一 打造特有生态圈成重点	282
第十四章 表演艺术业管理	284
引导案例 新版《白毛女》:用歌剧讲好中国故事	284

本章导读	285
第一节 表演艺术业管理的性质、职能和任务	286
第二节 表演艺术业管理的特点	289
第三节 表演艺术业管理的基本原则	292
第四节 表演艺术业管理的方法	299
思考题	302
案例讨论 北京音乐剧: 票房大涨 市场仍需培育	302
第十五章 广告业管理	304
引导案例 新广告法正式实施 违规发布烟草广告可罚 100 万	304
本章导读	305
第一节 广告业的内涵与特点	306
第二节 广告业管理的概念、对象和职能	311
第三节 广告业的法律管理	314
第四节 广告业的消费者监督与行业自律	320
思考题	323
案例讨论 互联网理财广告监管不严现象将改善	323
第十六章 景区游览业管理	325
引导案例 发展红色旅游 传播红色文化	325
本章导读	326
第一节 旅游景区的定义与特征	326
第二节 景区游览业现状和问题	331
第三节 旅游景区管理的模式和内容	336
思考题	345
案例讨论 景区提升: 新时代“投、建、运”景区发展新模式	346
第十七章 设计业管理	348
引导案例 首个装修设计国家行业标准今起实施	348
本章导读	349
第一节 设计与设计业	350
第二节 我国设计业的机制和现状	359
第三节 设计业的行业管理	364
思考题	372

案例讨论 设计这个传统行业该怎么玩？	372
第十八章 文化遗产的保护与管理	374
引导案例 国家文物局：检查组暗访查安全隐患	374
本章导读	375
第一节 文化遗产的概念和分类	375
第二节 文化遗产保护	381
第三节 文化遗产管理	389
思考题	393
案例讨论 非遗商业路升级不停步 传统文化活起来	394
参考文献	396

文化产业概论 第一章

上篇

文化产业与管理总论

第一章 蓬勃发展的文化产业



引导案例

我们会遇到哪些“互联网+”？

随着互联网不断普及，尤其是智能手机和移动互联网的普及，人们的生活和多样的社会互动绝大部分被互联网所代替，甚至在春节这类重要的传统节日中，互联网也占据了人们的大部分时间。

普适计算之父马克·韦泽曾说：“最高深的技术是那些令人无法察觉的技术，这些技术不停地把它们自己编织进日常生活，直到你无从发现为止。”“互联网+”也是这样。随着越来越多的传统行业插上了互联网的翅膀，衍生出越来越多的创新产品，互联网已经融入我们生活的方方面面，也许你不曾留意，但改变就在身边：宅在家里就可以吃到米其林大厨特别定制的大餐，出门不用带卡带钱包，上下班约顺风车，所有办公一部手机全部搞定，缺钱时靠信用记录小额贷款、钱有点富余时用P2P理财……

“互联网+”带给我们生活的新东西还会更多，做好准备迎接这些“出乎意料”吧。

当琐碎信息遇上“互联网+”：大数据上升为国家战略

从现在起，拖欠信用卡、淘宝上被买家给了差评、通过非法途径下载资料，甚至闯红灯都要小心了，这些以往我们忽略的“坏习惯”都可能被记录。每个人留下的生活“痕迹”都成为信息数据，比如网购的交易信息、移动终端上传的音视频信息等，海量信息被积累、沉淀为大数据，经过合理的计算和运用将成为有价值的信息。

“十三五”规划建议中提出拓展网络经济空间，推进数据资源开放共享，实施国家大数据战略，超前布局下一代互联网。不少专家认为，政府部门的“信息岛”未来几年有望逐步开放，“互联网+大数据”已成为产业发展的创新要素。

“如果政府的数据逐步开放，未来扶持创业将不只是简单提供办公空间，而是以数据驱动创业，产生更有价值的商业模式。”滕达说。

当社交遇上“互联网+”：分享经济帮你“交朋友”

个人业余时间成为网络平台上贩卖的“新产品”，陪跑、陪吃、陪聊、陪逛，只有我们想不到的，没有提供者做不到的。

澳大利亚悉尼科技大学专门对中国新出现的陪跑现象展开研究，研究员程明明说：“陪跑族把闲置的资源利用起来，不仅满足了社交爱好，也满足了客户的需要，是互联