

中国艺术学文库·艺术管理文丛

LIBRARY OF CHINA ARTS · SERIES OF ARTS MANAGEMENT

总主编 仲呈祥

# 艺术管理的理论与实践

全国艺术学学会艺术管理专业委员会  
第三届年会论文集

吴卫民 侯云峰 主编



中国文联出版社

<http://www.clapnet.cn>



中国艺术学文库·艺术管理文丛

LIBRARY OF CHINA ARTS · SERIES OF ARTS MANAGEMENT

总主编 仲呈祥

# 艺术管理的理论与实践

全国艺术学学会艺术管理专业委员会  
第三届年会论文集

吴卫民 侯云峰 主编



中国文联出版社  
<http://www.Clapnet.cn>

## 图书在版编目(CIP)数据

艺术管理的理论与实践:全国艺术学学会艺术管理专业委员会第三届年会论文集/吴卫民,侯云峰主编.--北京:中国文联出版社,2015.12

ISBN 978-7-5190-0857-4

I. ①艺… II. ①吴… ②侯… III. ①艺术—管理学—学术会议—文集 IV. ①J0-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第307595号



中国文学艺术基金会资助项目

中国文联文艺出版精品工程项目

## 艺术管理的理论与实践 ——全国艺术学学会艺术管理专业委员会第三届年会论文集

主 编: 吴卫民 侯云峰

出版人: 朱 庆

终审人: 朱彦玲

复 审 人: 曹艺凡

责任编辑: 邓友女 王斐

责任校对: 俞武松

封面设计: 马庆晓

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: 010-65389682(咨询) 65067803(发行) 65389150(邮购)

传 真: 010-65933115(总编室), 010-65033859(发行部)

网 址: <http://www.clapnet.cn>

E-mail: [clap@clapnet.cn](mailto:clap@clapnet.cn)

[dengyn@clapnet.cn](mailto:dengyn@clapnet.cn)

印 刷: 北京一二零一印刷厂

装 订: 北京一二零一印刷厂

法律顾问: 北京市天驰洪范律师事务所徐波律师

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: 375千字

印张: 23.75

版 次: 2015年12月第1版

印次: 2015年12月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5190-0857-4

定 价: 68.00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

本卷主编

吴卫民 侯云峰

本卷顾问委员会

(按姓氏笔画)

田川流 孙洪斌 张 伟

张蓓荔 黄昌勇

# 《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相同处寻找普遍的规律；综合性大学的艺术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。）

## 代序：全球化与艺术管理研究

田川流

全国艺术学学会艺术管理委员会于2014年12月在云南艺术学院召开了第三届年会，年会主要围绕“全球化语境下的艺术管理”进行深入研讨。大量演讲和文章展现出全国各类院校老中青学者们的风采，其优良的学风和科学理性的探索精神预示着艺术管理学科美好的未来。我们感谢云南艺术学院领导及其艺术文化学院师生的努力，正是他们辛勤和优质的工作，保证了年会的顺利召开，使年会获得了丰硕的研究成果。

全球化的出现，是当代社会的重要特征。几十年来，全球化态势渗融于各个领域和学科，对各种社会经济文化活动均产生着深刻影响。作为艺术管理的理论研究与实践，同样离不开全球化这一背景，势必要在这一宏观语境中获得新的发展。

全球化成为影响世界及其各国发展的重要态势，是人类世界在当代进步的突出表征。全球化态势进入艺术活动和艺术管理活动的范畴，是以对艺术活动的全方位进入和渗透为基本特征的。作为当代中国的艺术管理活动，已然与全球化态势产生了密切的关联。就其时代特征及其意义而言，它既是改革开放背景下我国文化及艺术活动发展的必然结果，同时也是全球化语境下的客观产物。既要与全球化语境相连接，又要充分显现自身民族性特征，正是在这样两个维度的长期磨合中，艺术管理理论研究与社会实践得以不断深化。



伴随我国当代艺术活动的深刻变化与提升，艺术管理活动自然显现出鲜明的时代特征。而艺术活动的当代发展与艺术管理研究与实践的不断深化，正是与这一全球化时代的到来相一致的。

当代世界二三十年来出现的一个十分重要的特征，即世界经济的一体化。这是全球化的一个最基本的特征。世界各国的各领域的活动，都毫例外地受到这一特征的深刻影响和推进。艺术活动是如此，艺术管理活动也是如此。

世界经济一体化的出现，是以20世纪二战之后出现的世界关贸总协定的成立为基础的，而在90年代由世界贸易组织替代了关贸总协定，是这一组织的功能和地位的提升，它使得世界经济一体化进程基本得以完成。几十年来，这一组织发挥了重要的功能，推动国与国之间在经济文化等各领域相互扶持，其实力日渐增强。一个国家和地区经济的飞跃，离不开对世界经济体的依赖。与之相适应，各种文化的活动也大量渗融于经贸活动之中，成为世界经贸活动中的重要构成。一方面，各种文化制品在经贸往来中的份额越来越大，成为其间不可忽视的因素许多重要的经济和贸易活动均有大量文化活动及其制品的出现。另一方面，随着人们物质生活水准以及收入的提高，其文化需求及其消费额不断增长。由于文化活动及其制品在经贸活动中的比重的不断增加，文化贸易已成为世界贸易市场的重要组成部分，在有的国家或地区，文化活动及其制品甚至已成为其经济贸易活动的主要部分。不少国家和地区的经济腾飞正是与文化的发展紧密相连的。

与经济一体化相伴随，当代世界也出现了浓郁的经济文化一体化特征。这一特征表现在多个方面：更多文化活动及其产品的制作与流通以经济活动的模式实施运行，使得文化活动脱离了千百年来相对独立和单纯精神性活动的传统模式，形成了文化活动与经济活动不可分离的现象；人们日常的功能性需求正在不断地出现与文化融合的态势，物质的生产不仅要满足人们的一般物质性需求，同时又要兼顾其精神需求，其产品大量浸染

了文化、艺术的色彩和意蕴，促使物质产品的文化附加值获得大幅增长；由于文化含量的不断渗入，各类经济活动本身也深受文化影响，使其原来并不具有文化含量的物质生产活动，也大量融入文化艺术的意蕴，具有了较高的文化品质，促使经济活动在文化引领下得以发展，即经济的文化化。基于上述形态的出现，当代世界风起云涌地出现了人们称之为知识经济时代、创意经济时代、文化产业化时代等等称谓，文化和艺术创意成为时代的新宠，体现出文化与经济的高度融合与相互促进。

高新科技对文化的影响和进入，使得当代文化艺术活动具有了以往任何时期都不具有的增值功能和辐射功能。从80年代电子工业的高速发展，到90年代以来信息技术、网络技术、卫星通信技术、光缆技术等高新技术的脱颖而出，以及互联网在全球的普及，数字技术的成熟，现实与虚拟的时空交错改变着文化艺术活动形式及其人们的思维方式，更使全球化的特征得以凸显，标示着全球化时代的真正到来。这些技术和科技成果，大大推进了以及相关的文化艺术产品的制作、生产、传播、营销，极大地改进着人们文化艺术创造的基本方式与方法，促使人们将科技思维的因素融入当代艺术思维之中，丰富了艺术思维的容量和能量。

经济竞争与文化竞争的同在，特别是文化的竞争，成为文化艺术活动的重要趋向。人们在看到经济与文化的融合与趋同态势的同时，又清醒地看到，不仅经济领域呈现出激烈的竞争和角逐，而在文化方面，竞争也是无处不在。正是这种竞争与角逐，成为当代世界的一大特色。特别是在文化方面，冲突更是显得明晰。不仅体现于国际文化艺术的市场与交流之中，作为经济因素的竞争愈演愈烈；而且表现于一般意识形态方面的冲突之中，更是难以得到弥合；即使在一般审美意趣、民风民俗、思维习惯，价值认同等文化现象上，也存在不同的特色，差异与冲突无处不在。人们以其强烈的民族与地域意识，努力显现着自身的存在价值和意义，使之成为一个民族特有的文化精神及其民族意识的支撑点。文化的竞争表现在各个方面，如，国际文化市场的争夺，文化话语权的占有，文化平台的扩展，传媒领域的强化，本国和地区文化主导权的掌控等等。由此而产生的对文化艺术管理的基本战略和策略的制订与实施，也均具有自身的不同色彩。不仅在文化管理的战略与宏观管理理念方面，而且在微观的艺术管理的操作层面，均表现出不同的样式和特色。

基于以上趋向，促使世界各国文化艺术活动以及产品的制作生产和传播流通，均呈现出突出的全球化特征，主要有如下的表现：

文化的趋同性。各国之间，从来也没有像当下这样文化的交融和传播如此迅捷，如此广泛。人们对不同文化的理解和接受越来越便捷，认同度越来越高。特别是在大众层面的认识和接受的领域，呈现出更多的相互理解与接近的态势。

文化的经济化。当代文化活动越来越多地融入经济运行的轨道，适应经济和市场的规律，呈现出鲜明的经济特色。人们对文化的需求，一方面通过政府和社会的公共文化服务来完成，而其大部分则需要通过市场交易来实现文化消费。即使作为政府重要职责的公共文化服务，同样需要在经济和市场的轨道上，通过政府购买来实现。

艺术的大众化。不仅文化艺术制品须更多适应大众的心理需求，同时大众对文化的体验性、参与性创造性也越来越突出，人们对文化艺术活动或产品有了更多选择的可能，文化艺术活动逐渐成为大众精神栖息的家园。其间，适于大众需求的文化和艺术活动的开展及其产品的制作，对于大众艺术品位的提升，都具有重要的意义。

生活的审美化。文化元素将大量进入人们日常生活的领域，几乎生活的各个领域和空间，都将出现审美文化的融入。在这一进程中，一些审美含量较低的文化活动有待于提升到更高的审美领域，而日常生活中本来并不具有审美因素的活动和现象也会得到文化的熏染，成为富有艺术化的生活景象。

艺术的奇观化。科技因素的大量融入，成为促使文化艺术活动产生奇观化的基础和条件。不仅大量文化艺术制品出现的奇观化效应，让人们超越现实维度的阈限，进入奇异和梦幻般的时空，而且在更多体验性、参与性的文化活动中，人们也会不断获得新异的体验和满足。

文化的竞争性。在充满差异与冲突的背景下，基于利益的追求，势必产生激烈的竞争。文化的竞争彰显于各个方面，既体现于宏观的国家层面的文化竞争，也体现在文化类别、文化种类、文化区域、文化圈，文化集聚区等各方面的竞争，文化竞争核心在于市场贸易额的占有、文化话语权的争夺，以及文化实力的较量。

## 二

正是在以上文化特征的辐射与影响下，渗透于艺术活动各个领域的艺术管理活动，不可避免地浸染上全球化特征的因素，要求人们要在全球化的背景下从事艺术管理的理论研究与实践探索。正是在这一方面，当代艺术管理具有了浓郁的全球化特征，这是不同于以往时代文化艺术的管理特点的根本所在，我国艺术管理也不例外。当代全球化文化背景下的艺术管理活动显现出鲜明的特征。

艺术管理运行与经济活动的贯通。全球化背景下的文化活动及其管理活动，与经济活动产生十分密切的关系，人们对艺术管理的研究，也不能脱离经济因素的制约以及经济活动的影响。经济与文化的相互渗透，形成对文化的极大影响，当代社会大部分文化活动，除却一些专事于宣传教育和文化遗产保护的文化活动，更多文化艺术的活动项目均要与经济活动相并行，甚至成为经济活动的一个重要构成。大量经济的物质生产的活动，正在渗融进文化的因素，一些曾经属于单一文化的活动，也已与经济活动融为一体，如旅游中方兴未艾的旅游演艺，既属于演艺，又与旅游合为一体，成为典型的文化经济活动。经济的文化化，使得大量经济活动受到文化的陶冶与改造，其文化品位获得提升，成为既是经济又是文化的形态，同时也将产生更大的经营性效益。

管理目标与社会文化发展的并行。文化艺术在当代的发展，既要繁荣创作，加快文化艺术的生产，充分满足人民大众不断增长的文化艺术的需求，又要把握和引领社会文化艺术的方向，追求积极健康的文化活动与生产，不断提高人民大众审美文化的素质；还要加大文化与艺术产品的产业化生产规模与市场化经营，使之成为国民经济发展的重要支柱。基于文化艺术当代发展基本目标的要求，艺术管理应将自身的建设与发展目标与之相适应，无论何时也不能偏离。全球化理念的基本要旨，即在于将文化和艺术的建设与发展提升到世界的高度，在全球性的文化发展中确立明确的目标，在国际文化市场上追求更大的效益，在世界范围的交流中提升我国文化艺术的软实力。将艺术管理置于全球化背景之下，正是实现中国特色

文化艺术发展目标的必要途径。

管理视野与大众文化权益的一致。全球化背景下的文化活动更加重视大众的文化需求。在这一时代，文化艺术将实现更大范围的普及，人与人之间关于文化享受、文化消费的差距在不断缩小，人们对文化的需求总量和质量持续提升。地域之间、城乡之间关于文化的差距也在缩小。文化传媒的迅猛发展，使得不同地域和民族的人们在文化需求、文化艺术的欣赏意趣、审美品位等方面不断接近，要求文化和艺术的生产者、管理者须在文化生产和产品供给等方面适应人们的需要，满足不同品位、不同层次人们的需求。艺术管理者要更加尊重大众的文化权益，尊重大众文化创造的权利，鼓励人们打破对文化艺术创新的神秘感，不仅作文化艺术的欣赏者，而且作文化艺术创新的参与者和创造者。要尊重大众的文化选择权，管理者应对大众的文化接受承担起引领的重要职责，但同时又不应将自身认定的文化样式或产品强加于大众。

管理机制与多元运营模式的适应。全球化时代的艺术管理，不仅要求其管理机制要适应本国国情及其艺术活动的特色，同时要适应世界文化交流与市场的基本态势。基于各国国情的不同，不仅在文化的宏观管理策略上存在较大差异，即使在微观的企业或组织对文化艺术的项目运作管理方面，也会有一定的差别。因此，科学的管理机制的建设，既要遵从国际文化艺术运行的基本规则，又要凸显对本国文化主权及其利益的保障；既要适应世界各国文化交流与贸易的不同特点，又要适应我国已经出现的多元的艺术运营模式。充分认识和正视当代文化与艺术多元和复杂的发展形态，建立与之相适应的科学的管理机制，是对当代艺术管理者的严峻要求和挑战。

### 三

全球背景下的艺术管理研究与实践，又是与民族化和本土化密不可分的，正是在这一方面，体现出文化艺术活动及其管理与一般经济活动的不同之处。全球化并非意味着对世界其他国家艺术管理基本模式的遵从，而是在基于本国和民族文化发展特点的基础上对世界新特点新态势的深刻理

解和有效驾驭。

文化活动具有极为突出的民族性、地域性和意识形态特性，文化艺术的生产传播与营销也与一般物质产品的生产营销和消费有着重要的差异，正是这些迥异的文化特性、精神诉求和审美意趣，使得文化艺术的服务、生产与营销均呈现出各自的色彩；还由于国家制度的不同，社会管理体制的区别，以及大众文化素质和思维方式、价值理念的差异，要求我们在实施文化及艺术管理中，切实针对我国自身的特点，而不是一味模仿西方的理念和模式。特别是在当代文化艺术活动日益频繁和快速增长，艺术样式不断创新的情势下，人们更是要以清醒的意识和科学的管理理念，既有对世界情势的适应和从容应对，更有对自身文化发展主动权的把握，以及对本国社会文化形态与大众文化心理的洞悉，做到文化管理的科学化、当代化。

宏观艺术管理与微观艺术管理格局的形成，促使人们对艺术管理的理念确立科学的认知。我国实行的社会主义市场经济，仍以公有制为基础。在国家实施改革开放的态势下，一方面，继续坚持公有制为主体的原则，而在更广泛的领域，国家鼓励民营文化企业的发展，鼓励外资的进入，鼓励更多文化企业实施多元的混合体制的结构，使之形成更强盛的艺术的生产力。在艺术管理的纵向系统上，既要把握不同层次管理理念的差异，又要掌握不同层次艺术管理之间的链接；在艺术管理的横向架构上，文化建设既要服务于社会公共文化的需求，又要与市场生产和运营相一致，还要关注文化遗产的保护与利用；在艺术生产体制的管理上，既要注重国有文化体制下的艺术活动与生产，又要努力发展与市场相适应的多种所有制的结构形态；在艺术活动及创作样式上，既要突出当代的、国际的和时尚的文化特色，又要保持浓郁的历史和传统文化风格；在艺术管理的方式和方法上，既要倡导依法治文，又要注重经济的和市场的管理，同时也要科学地实施意识形态的引领和行政的管理。

文化产业或创意产业的迅猛发展，是我国当代文化建设的一大特色，也是我国文化建设与世界文化发展所具有的共同趋向，一方面，努力使我国文化产业融入世界文化产业发展的总体格局中去，另一方面，又要充分认识我国文化产业发展的实际状况，采用适合我国乃至不同地区的管理模式和机制。基于我国的国情，我国的文化产业或创意产业也应当具有自身

的特点。在世界上，没有哪个国家像中国这样有着如此鲜明的东西部的不平衡，以及城乡之间的不平衡，这一特点在文化产业发展中也会得以凸显。依据各自的特色，采取适宜的策略，是发展文化产业的重要理念。有的地区适宜于民族和地域传统文化及民俗文化的拓展和利用，有的地区更应注重时尚的高科技的文化的创意和生产。对不同区域艺术管理政策的制定和实施，也应有所区别，采用差异化管理举措。

公共文化服务的水准的提升，使我国人民大众得到丰富的艺术享受和文化陶冶。但是由于我国公共文化服务的机制与体制尚在建设和完善，我国大部分地区在公共文化服务方面还要付出巨大的努力。实施公共文化服务不应仅仅是政府的事情，而是全社会的责任，不仅政府应承担主要的责任，社会各类文化艺术事业和企业机构，均对公共文化服务具有重要的责任，甚至一些非文化的企业，同样应对文化发展履行一定的责任。在这一领域，应当研究和借鉴西方非营利组织的做法，但在事实上，我国的国情和基本特点，很难照搬西方国家的经验，还需基于我国的特点，探索和完善具有我国特色的公共文化服务的社会化机制。

当代生产与文化遗产保护进入科学管理的轨道。更具有我国的实际状况，文化遗产保护特别是非物质文化遗产的保护已经进入更多人们的视野，将文化遗产保护的重要使命纳入文化艺术管理的范畴，当会有利于这一事业的发展。在我国整体艺术管理体制的框架上，这样做也是十分合理的。特别是在当代，文化艺术元素渗融于文化遗产和非物质文化遗产之中，成为其核心元素，对文化遗产及非物质文化遗产的保护，正是一个科学的管理过程。事实表明，离开科学的运作及其管理，文化遗产及非物质文化遗产的保护就易于走向偏斜，导致非理性的开发及其不正当的商业化运营，只有在科学管理的轨道上，才能促进文化遗产保护事业的健康发展。

实现全球化背景下艺术管理水准的全面提升，不仅是对艺术管理的实际运作者的要求，也是对众多艺术管理学研究者的要求。我们应以高度的自觉意识和科学理念，对相关方面更多的理论课题和实践问题加以深入探讨，这既是推进我国艺术管理事业的需要，同时也是建设艺术管理学科与专业，培养更多优质艺术管理人才的历史要求。

# 目 录

001 / 田川流 代序：全球化与艺术管理研究

—

- 003 / 凌继尧 文化创意与相关产业的深度融合
- 012 / 周 星 关于艺术管理学科建设的多元思考  
——3K、3M、3D 概括法则
- 021 / 孙洪斌 艺术管理在文化产业发展中的作用探析
- 030 / 江奔东 关于《文化产业规制学》的几个问题
- 039 / 王廷信 周 锦 影响文化产业发展的五大关键问题
- 048 / 田川流 论以法治文的当代意义及其科学发展
- 059 / 高迎刚 我国公共文化建设的理念、模式与路径探析
- 071 / 侯云峰 全球化背景下的边境民族地区公共文化服务问题探析
- 082 / 方 华 机遇与挑战：艺术机构的新际遇
- 090 / 张冬梅 在自由与规约之间：艺术制度建构的理论困境
- 093 / 赵 鹏 我国公共文化服务体系建设的制约因素和应对措施
- 099 / 王瑞光 对文化艺术法治化管理的思考  
——依法治国背景下的文化艺术管理
- 108 / 吴曼莉 李 剑 “一臂之距”管理机制在区域文化管理中的应用分析



## 二

- 119 / 黄昌勇 上海文化资源整合问题研究
- 128 / 张 伟 王璐莹 中国策展人行业规制研究  
——规制经济学在文化产业实践中的应用
- 134 / 张蓓荔 国际艺术节的功能定位与城市特色研究
- 151 / 刘金龙 艺术管理的业态形式及其特性
- 161 / 张金霞 美术馆公共教育的理念与实现路径
- 171 / 刘 峥 艺术管理专业实践教学模式的研究
- 179 / 梁 帅 寻找特色地域文化与市场的最佳结缘点  
——以天津渔阳文化的市场探索为例
- 186 / 段庆华 艺术管理专业的法学教育方式  
——从必要性和特殊性谈起
- 191 / 刘立恒 探索新型“师徒制”培养模式 推动大学艺术教育  
发展  
——以沈阳师范大学司徒安国际雕塑学院实践为例
- 199 / 张 磊 浅析高等艺术院校复合型艺术管理人才的培养模式  
——基于文化产业发展背景
- 207 / 王智洋 福柯“异托邦”视角下艺术生态群落的社会特性

## 三

- 217 / 刘承华 基于非物质文化遗产保护特殊性的立体对位思维
- 243 / 马卫星 全球化语境下艺术管理对非遗保护的作用
- 248 / 谭华孚 “生态壁龛”与场域媒介  
——传统艺术文化生态保育的两个维面
- 258 / 杨宏鹏 贾 涛 从抢救性保护到共生性文化空间营构  
——从罗山皮影看地方政府艺术类非遗保护策略的转变