

艺术经济通论

YISHU JINGJI TONGLUN



庞彦强 著

艺术经济学是运用经济学的理论和方法来研究艺术现象和艺术规律。

是艺术学与经济学的结合。

单从艺术的本质出发研究艺术。

无法解释为什么艺术产品在人类社会特别是在经济社会会成为商品。

单从经济学的观点研究艺术经济现象。

无法解释为什么艺术产品在充当商品时会与一般商品有很多不同。

会呈现出更为复杂的规律和特点。

只有把二者结合起来。才能沿着艺术发展的历史。

造过各种艺术现象。

探索 and 发现艺术生产活动在不同时期所呈现出的不同风貌。

特别是在商品经济时代的活动特点和规律。

文化艺术出版社

Culture and Art Publishing House

艺术经济通论

庞彦强 著



文化艺术出版社

Culture and Art Publishing House

图书在版编目 (CIP) 数据

艺术经济通论/庞彦强著. —北京: 文化艺术出版社,

2008. 3

ISBN 978 - 7 - 5039 - 3495 - 7

I. 艺… II. 庞… III. 艺术—经济—通论

IV. J0 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 025555 号

艺术经济通论

著 者 庞彦强

责任编辑 陆明君

责任校对 方玉菊

封面设计 大鹏工作室

出版发行 文化艺术出版社

地 址 北京市朝阳区惠新北里甲 1 号 100029

网 址 www.whyschs.com

电子邮箱 whysbooks@263.net

电 话 (010) 64813345 64813346 (总编室)

(010) 64813384 64813385 (发行部)

经 销 新华书店

印 刷 国英印务有限公司

版 次 2008 年 5 月第 1 版

2008 年 5 月第 1 次印刷

开 本 720 × 980 毫米 1/16

印 张 22.625

字 数 320 千字

印 数 0001—3000 册

书 号 ISBN 978 - 7 - 5039 - 3495 - 7/J · 930

定 价 39.00 元

版权所有, 侵权必究。印装错误, 随时调换。

目 录

第一章 艺术经济理论概说	1
第一节 什么是艺术经济学	2
第二节 艺术经济学科的研究对象及研究方法	9
第三节 艺术经济学科的理论基础	14
第二章 艺术商品理论	20
第一节 艺术商品的概念	21
第二节 艺术商品形成的历史	41
第三节 正确认识艺术商品科学内涵的 理论及实践意义	54
第三章 艺术商品的价值规律	60
第一节 艺术商品价值的确定	61
第二节 艺术商品价值规律	81
第三节 准确把握艺术商品的价值规律	86
第四章 艺术生产理论	90
第一节 艺术生产	91

第二节 艺术生产力	111
第三节 艺术生产关系	121
第四节 艺术产品的分配	127
第五节 艺术生产方式	139
第六节 我国正在进行的文化体制改革是社会 主义艺术生产关系的自我完善	145
 第五章 艺术生产的成本与管理	 158
第一节 艺术生产成本	159
第二节 艺术商品的价格机制	168
第三节 利润与质量成本	184
第四节 降低艺术生产成本	188
第五节 建立适应现代艺术生产企业的 考核评价体系	208
 第六章 艺术消费理论	 223
第一节 艺术消费的内涵	224
第二节 艺术消费结构	238
第三节 艺术消费心理	252
 第七章 艺术市场	 262
第一节 艺术市场的基本理论	262
第二节 艺术市场的作用	268
第三节 艺术市场结构	276
第四节 建立科学、完备、规范的 艺术市场体系	283

第八章 艺术商品的流通	288
第一节 流通的基本原理	289
第二节 艺术商品流通与艺术生产、消费、 分配的关系	296
第三节 艺术流通产业	305
第四节 艺术流通产业的管理	312
 第九章 健全国家文化职能	 316
第一节 国家文化职能	317
第二节 国家文化职能的调整	328
第三节 健全国家宏观文化调控体系	341
 主要参考书目	 353
后记	354

第一章 艺术经济理论概说

我们甚至在艺术中也发现了工厂的原则。在农业文明的长期统治中，音乐家、艺术家、作曲家和作家们，不是为一个雇主而献艺，就是往往日益陷于被扔到市场的怜悯和慈悲之中。他们越来越变成为为任何消费者的需要而劳动的“生产者”。这种变化发生在第二次浪潮每一个国家里，艺术的生产结构完全改变了。

——阿尔温·托夫勒《第三次浪潮》

艺术与经济，原本属于两个不同的学科和范畴，由于市场经济的逐渐发展和活跃，却使两者越来越紧密地联结起来。艺术生产作为重要的经济手段，艺术产品作为商品的特征，也更加明晰地凸现出来。这与我们长期以来把它作为上层建筑重要构成内容的理论主张，发生了背离与错位。如何认识这种现象，既是一个严肃的理论性问题，同时也是一个非常突出的实践性问题。尽管中外许多文艺理论家们对艺术产品的商品化现象，曾经予以言词犀

利的批驳和近乎完全的否定，却非但未能阻止艺术生产参与经济活动以及艺术产品作为商品同其他商品进行交换的历史进程，艺术产品商品化的趋势反而日渐扩大，文化产业成了最有发展前景的“朝阳产业”。既然艺术产品成为商品，我们就不得不对这一现象进行认真的研究。因此，有必要建立一门新的学科——艺术经济理论学科亦即艺术经济学，来对艺术商品、艺术商品价值、艺术产品成为商品后其精神文化属性的实现方式，以及艺术消费、艺术商品的生产与流通、市场经济条件下的国家文化行为等进行系统研究。艺术经济学就是艺术商品经济不断发展的产物。

第一节 什么是艺术经济学

一、艺术经济学是一门新兴的边缘学科

艺术自诞生以来，经历了一个非常复杂的发展过程，从作为劳动工具和劳动辅助手段，到作为娱人和娱神、沟通神人两界以实现天人感应的神秘法术，再到被作为政治教化和政治统治的工具，直至被作为商品进行交换与买卖，可以说，艺术的历史，从其发展变化的复杂性和复杂形态来看，是任何一种事物都无法与之相比的。正是由于艺术本身这种复杂的发展过程，才形成了形形色色的艺术观，出现了丰富多彩的理论主张。如在艺术起源问题上，就有“模仿说”、“游戏说”、“巫术说”、“仪式说”等等；在艺术的目的和功能问题上，也有娱乐作用、美感作用、教化作用、意识形态作用等孰轻孰重的认识差异。人们也从不同角度研究艺术，形成了内容丰富的艺术学科。如立足艺术本体，研究探讨艺术的性质、特征、表现形式、内部结构、发展规律等，就是本体论的艺术学；从人类文明进程的角度探讨艺术，研究艺术在人类文明进程中所起的作用，就是文化人类学的艺术学；用哲学的方法研究艺术，探讨

艺术在认识人生、把握世界方面的独特视角及其方法、规律等，就是美学，也叫艺术哲学；从社会学的角度探讨艺术产品的文化价值及其在影响和带动社会进步方面的意义和作用，就是文化社会学；研究艺术创作和艺术鉴赏的心理活动和规律，就是艺术心理学；用现象学和符号学的理论研究艺术，就是艺术符号学，等等。

进入经济社会特别是进入资本主义社会后，随着商品经济的不断活跃与发展，艺术产品从偶然被当作商品，到呈现出逐步扩大化的商品形态，围绕艺术产品是否商品问题，展开了两种观念的激烈交锋。一种意见认为，艺术产品是精神劳动产品，对于塑造人的精神世界，培养人的道德情操，培育社会理想，发展人类文明等具有重要作用，它与市场经济下受利益驱动裹挟而呈现出的唯利是图、见利忘义、尔虞我诈的商品生产和交换行为格格不入；如果把艺术产品作为商品，就会把艺术创作引向歧途。另一种意见认为，既然社会出现了分工，从事精神劳动的人群由物质生产中分离出来，也就奠定了艺术产品同其他劳动产品进行交换的基础；精神劳动者如果不通过市场交换获取必需的物质生活资料，就不能进行自身的生产、艺术产品的生产和再生产；所以，通过市场中介出卖精神产品，完成同物质产品的交换，既是正常的经济行为，也是正常的社会行为，无可厚非；艺术产品作为商品，从理论上讲是有依据的，从事实上看也是大量存在的。这两种观点，已经进行了长时间的论争，至今也无法调和。因此，对艺术的本质、对不同社会发展时期出现的各类艺术现象、特别是对艺术商品进行深入研究，理性地而不是情感地、思辨地而不是机械地、全方位地而不是片面地分析研究艺术经济问题，有助于对艺术产品在不同历史阶段所呈现出的不同形态进行科学地把握与认识。

艺术经济学就是运用经济学的理论和方法来研究艺术现象和艺术规律，是艺术学与经济学的结合。

单从艺术的本质出发研究艺术，无法解释为什么艺术产品在人类社会特

别是在经济社会会成为商品；单从经济学的观点研究艺术经济现象，无法解释为什么艺术产品在充当商品时会与一般商品^①有很多不同，会呈现出更为复杂的规律和特点。只有把二者结合起来，才能沿着艺术发展的历史，透过各种艺术现象，探索和发现艺术生产活动在不同时期所呈现出的不同风貌，特别是在商品经济时代的活动特点和规律。通过对艺术经济现象的深入研究，有助于弄清艺术商品的性质、发展走向、价值特点、生产和流通规律等，妥善解决在艺术商品问题上的理论和实践误区。这是艺术经济学产生的基础。

二、艺术经济学的学科基础——艺术商品和交换

如前所述，艺术商品是艺术经济学研究的核心内容。那么，如何看待艺术商品现象和艺术产品同其他产品的交换活动呢？

首先，从性质看，艺术商品是用来交换的劳动产品。我们知道，商品是一种物化了的劳动，从它对人的有用性的自然属性来看，它具有“物”的形态，是物质。而从它的社会属性来看，它又不是一般的“物”，而是一种劳动关系的凝结，是凝结着劳动关系的“物”。因此，我们既不能不把它当成“物”，又不能把它完全等同于普通的“物”，它体现着交换、流通、价值等复杂的社会属性。还需要指出的是：商品与劳动产品之间的关系，是种属概念关系。一切商品都是劳动产品，一切劳动产品并不都是商品，只有生产出来用于进行市场交换的劳动产品才是商品。所以，确定某产品是否商品，必须从交换的角度来考察。如果一件艺术产品被生产出来不是满足生产者个人的审美需求，而是为了在市场上同其他劳动产品进行交换，并且事实上参与了交换，那么这个艺术产品就是商品；否则就不是。我们决不能在

① 因为本书主要研究艺术商品问题，对其他商品，一概以“一般商品”予以区分。

艺术产品与艺术商品之间简单地画等号和不等号，这是研究艺术商品的前提。

其次，艺术商品是一个历史现象。同一般商品一样，艺术商品不是从来就有的，而且也不会永久存在下去，它是社会历史发展到一定历史阶段的产物，也会随着人类社会的发展而消亡。人类社会特别是中国社会长期处在自给自足的农业经济时代。所谓自给自足，就是人们为了自身生存进行劳动生产，需要什么生产什么，产品是为了满足自身的需求。社会分工的形成，社会生产力的提高，劳动剩余产品的出现，客观上刺激了自给自足的生产方式发生根本性转变，从而使生产成为一种社会化行为，即人们进行劳动生产的目的不再是单单满足自身的需求，而是为了满足全社会的需要。在人类劳动产品普遍社会化的前提下，艺术产品也必然会卷入商品经济的大潮。如果商品经济不存在了，艺术商品的历史使命也就完成了，自然就会退出历史舞台。所以，艺术商品是一个历史现象，是艺术发展到经济社会的必然产物，随着商品时代的结束，它也必然会凝固为历史。

第三，从本质上说，艺术是一种形象地认知自然和社会的思维和逻辑方法，艺术产品是艺术家艺术认知生活的精神劳动成果。既然社会化分工把从事艺术劳动的人从专事物质生产的人群中分离出来，该群体首先面临的是基本生存需求即物质需求问题。人离开基本生活需求和必需的物质基础（衣食住行用和繁衍后代），就无法存活下去，更不能奢谈进行艺术生产。要获得生存的必需品，他必须拿自己的劳动产品——艺术产品同进行物质生产的人进行产品交换，这也就形成了艺术劳动产品的市场基础。换句话说，是社会化分工为艺术商品的发展提供了客观基础。

第四，人对物质的需求是无限的，这是从整体上讲。但由于客观条件的制约，人对于物的需求总不能逾越现有的经济发展水平，这也就为艺术商品的存在提供了一个现实的可能性。换句话说，在各个不同的社会历史时段，都有艺术商品存在的一定空间，也就形成了艺术商品的零星的、间断性的发展史。在经济发达期，当人们对物的需求达到适度满足后，对精神的需求就

会成为更加旺盛的需求，有时甚至成为需求主体。当然，通常情况下，要满足这种需求，人们会首先想到的是靠自己进行艺术创作来实现，在艺术创作中获得身心的愉悦和艺术的享受，达到恢复体力、蓄积劳动势能和进行自我精神塑造的目的。随着人类艺术审美和艺术鉴赏水平的提高，在自我创作无法满足对美的需求时，他就要去寻找“更美”，而最直接最简便的方法，就是在市场上用自己的产品同其他人来交换“美”。这是艺术商品的社会基础。有些时候，对于作为专事艺术生产的人来说，通过交换和积累，在对物质的需求得到基本满足后，其艺术生产诉求可能会实现从“为社会创造美”到“为自己创造美”的深刻转变，实现精神和个人意志的自由飞翔。尽管这些产品是为了满足自我艺术创造的需求和自我审美满足而创作的，但却往往会更加得到社会的认可，更能成为人们竞相交换的目标，也就更容易成为商品。由于上述现象存在，使艺术商品呈现的状态更加复杂化。

通过上述分析可以看出，艺术产品作为商品是一个历史的必然，艺术商品的消亡也是一个历史的必然；艺术商品由于同人类的精神活动紧密联系，表现出的形态也非常复杂。

三、艺术经济学与艺术学、经济学的联系与区别

艺术学是研究艺术产生、发展、繁荣、消亡的一般规律的学科，涵盖一切艺术现象；经济学是研究一般经济现象和规律的学科。艺术经济学以艺术学的基本内容为对象，以经济学的基本原理为理论基础，重点研究艺术发展到特定历史阶段，即艺术产品作为商品时所呈现出的独特的、由纯艺术学所不能充分阐释的一切艺术经济现象。它依赖艺术学和经济学这两个基本学科，但又站在一个新的角度去探索艺术存在发展的独特社会形态，是解决艺术学与经济学逻辑关系的学科。

首先，艺术经济学是艺术学发展的新阶段和必然结果。艺术学既是研究

艺术本体问题的自在的内省的客体，具有相对的独立性，同时作为社会知识的有机构成形态，又是社会知识系统的一个重要组成部分。在不同的社会历史时期，它所享有的社会地位和社会身份不同，肩负的社会责任和历史使命也有所不同。商品经济以前的各个时代，由于人们往往把艺术看作是一种单纯的精神活动，所以，艺术学通常情况下是研究探讨艺术的性质、规律和认知方法的理论。社会不断发展，总是带给人们一些新的问题；随着对新问题和新情况的思考和研究，一些新的理论和学说就会不断涌现。各学科间的交融和渗透作用，必然会对艺术学的研究产生影响和冲击，也就引导艺术学不断吸收新思想新理论新方法，不断扩展自己的学术视野和求知领域；不断向宽度和深度发展。如前所述艺术哲学、艺术人类学、艺术心理学、艺术符号学的发生发展等，都是艺术学不断发展的结果。同时，随着社会形态发生变化，艺术本身也总是在不断地变换自己的社会身份和历史角色，如原始社会主要作用在于娱人和娱神，封建社会主要作为统治者进行政治教化的工具，现代社会主要作为审美对象和进行社会交往的手段，等等。艺术学各分支学科的产生，也是不断研究和总结艺术本身各种不同社会功能的结果。艺术发展到商品经济时代，必然要与人们的经济活动发生密切联系，必然会呈现出前所未有的崭新形态，也必然要引起人们的充分关注。艺术学的发展和建设，如果只停留在本体论阶段，就会萎缩迟滞。只有不断吸收和吸纳新的知识，不断借鉴新的其他学科的研究方法，做到与时俱进，才能焕发新的生机与活力。这是艺术学发展的天性使然。

其次，艺术经济学是经济学发展的时代要求。经济学是研究人类经济活动普遍规律即研究商品生产、商品交换、流通规律及其相关问题的科学。由于商品交换以物质形态为先决条件，离开了物质前提，商品交换就无法进行。换句话说，商品交换是物与物之间的对等交换，是以“物”换“物”，因而它是排斥“物”与“非物”间的经济关系的。前商品经济时代，由于艺术生产被人们看作是游离于经济活动之外的特殊劳动即精神劳动，艺术产品与其说是“物”，毋宁说是被精神化了的社会或文化人格。所以，尽管也

偶有不惜重金购买艺术产品的现象，但把艺术产品作为商品、把艺术创作当作一种经济行为，却是人们一直不大愿意接受和认可的。这是由于以往人们从来没有把艺术生产行为当成一种“生存”之道，而只是把它当成抒怀言志、寄托情思、点缀生活、快慰人生的一种文化载体的缘故。进入商品经济时代，几乎一切产品（包括精神产品）都要打上商品的烙印，一切活动都要与经济活动联系起来，所以，艺术产品也无一例外地要参与到经济活动中来，艺术商品经济甚至成为一个国家、地区或部门的举足轻重的经济成分。近年来经济发展的事实，也越来越充分证明了艺术经济活动的重要价值。如果在经济学领域自主或不自主地排斥艺术经济现象的研究，至少是脱离社会客观实际的，这样的经济学至少也是不完善的经济学。

再次，艺术经济学依赖于艺术学和经济学的研究，但又具有相对独立性，是一门新的科学。艺术经济学是艺术学与经济学的结合，是艺术学基础上的经济学和经济学引领指导下的艺术学。它既分属于艺术学领域，又分属于经济学领域，是两个领域共同研究的对象。但它又有自身的学科特点，具有相对独立性。从性质上看，艺术经济活动不同于一般的经济活动，艺术产品作为商品，其劳动特点、生产方式、内部构成、价值体系、流通渠道、消费结果以及对人类发展和社会进步的影响等，都跟一般商品所起的作用不同；从适用范围看，艺术经济学的研究对象是艺术与经济相联系的内容与环节，是艺术学与经济学的交叉与融汇部分，不是“纯艺术学”和“纯经济学”。所以，艺术经济学是一门独立性较强的新学科。用一般的经济学理论研究艺术问题，特别涉及某些具体问题时，会碰到不少障碍。因此，艺术经济学的研究，必然伴随着大量的基础性工作和理论建设任务，必须在尊重艺术和经济的一般规律和普遍原则的基础上，以开放的胸襟、实事求是的精神、严肃审慎的态度、与时俱进的品格，大胆进行理论创新，使艺术经济学不仅在理论上，也在艺术实践活动特别是在艺术经济活动中发挥应有的积极作用。

第二节 艺术经济学科的研究对象及研究方法

一、艺术经济学的研究对象

通过上述分析，我们已经对艺术经济学的基本风貌有了大致了解，对艺术经济学研究的对象和范围也勾勒了一个初步轮廓。我们知道，艺术经济学理论不是纯艺术理论，也不是纯经济理论，而是艺术理论和经济理论的结合，它研究的对象不是“泛艺术”问题，也不是“泛经济”问题，而是艺术学和经济学的交叉融会部分，是艺术领域中同经济活动相联系的一切范畴。

那么，具体地讲，艺术经济学都研究哪些问题呢？

1. 艺术劳动问题

艺术学上把艺术劳动称为创作，旨在强调艺术劳动是一种独创性很强的个性精神劳动，从而把艺术劳动跟一般性物质劳动区分开来；经济学上劳动这一概念的着力点，在于强调劳动的共性，以便研究商品交换的尺度——价值。二者之间的思维导向和存在的理论差异是显而易见的。那么，艺术创作与人类的物质劳动之间，有没有共性，存在不存在沟通与联系的环节呢？如果有，艺术经济学的学科基础才能成立；如果没有，构建艺术经济学的设想就会成为空想，成为柏拉图式的“乌托邦”。事实上，艺术创作就是艺术劳动，尽管它是一种精神活动，具有很强的独创性，但从劳动过程、劳动手段、劳动的根本目的等方面看，它与人类的一般性物质劳动之间具有很大的包容性，所不同的只是产品的内容与产品对人类社会所起的作用同一般劳动产品不一样。所以，通过对艺术劳动的性质、特点进行认真分析，探寻艺术劳动与一般劳动的共性来研究艺术商品和艺术经济现象，就能科学把握艺术商品同一般商品的内在一致性，把握艺术商品的价值和艺术商品交换流通的

规律,找到艺术经济学研究的突破口。因此,艺术劳动问题是艺术经济学的学科基础。

2. 艺术商品问题

艺术商品是一个新的概念,在艺术经济学领域占有十分重要的地位,只有弄清楚艺术商品的科学内涵,弄清楚艺术商品与一般商品间的联系与区别,才能架构艺术经济学的核心理论框架。因此,必须对艺术商品进行严谨科学的定义,这个定义既不能过于狭窄,要完整涵盖一切品种、一切样式的艺术商品;又不能过于宽泛,以致把非艺术商品也囊括进来。只有这样,才能剔除影响和困扰理论研究的一系列因素,使艺术经济学成为一门科学。关于艺术商品的定义及特征,我们会在以后章节中专门论述。艺术商品这一概念的提出,无论在本学科以内还是在本学科以外,都具有十分重要的意义:第一,它在艺术产品与商品之间画出了一个特定的范围,使艺术经济研究具有了明确的指向性,超出这个界限,就会使该学科成为非科学;第二,它区分了艺术与艺术产品、艺术商品与一般商品、艺术劳动与一般劳动的异同,使该学科的逻辑方法更为严密;第三,它对艺术经济学的其他问题如对艺术商品价值的准确分析提供了有力保障。因此,对艺术商品问题的研究,是艺术经济学的最重要的部分。理解了艺术商品,就掌握了艺术经济学的核心与实质。

3. 艺术商品的价值问题

这是艺术经济学的难题。其一,商品是一种有用的“物”,“物”是商品的第一性原则,离开“物”的形式,就没有商品。艺术产品对人类社会的主要贡献是其精神文化价值,通常情况下,精神文化价值是脱离开具体物质形态而存在的,是一种形而上的东西。那么,这种脱离物质载体的东西,是何以成为商品并与其他商品进行交换呢?其二,一般商品的价值是指凝结在商品中的人类无差别的一般劳动即抽象劳动,决定某商品价值量大小的是生产该商品所需要的社会必要劳动时间,而社会必要劳动时间是指生产同一种商品花费的平均劳动时间。既然艺术产品是独特的精神劳动,它就不可

能出现“生产同一商品”的情况，因而我们就无法对其平均劳动时间进行科学的比较与衡量，也就无法从理论上确定艺术商品的价值。既然如此，艺术产品就缺乏作为商品的必要条件，那它还怎么会是商品呢？其三，一般商品的价值规律是：价格是价值的货币表现，价格围绕价值上下波动，总体上反映商品的价值。按这种原则，艺术质量越高的产品，其商品价值也应该越高。然则在艺术商品交换过程中，我们常常发现一种相反的情况，即一些精神文化价值很高的优秀艺术产品，其市场价值往往很低。而一些粗制滥造的东西，却有着不菲的市场价格。如何理解艺术商品交换活动中这种逆反与悖论呢？对于这些问题，我们都将在本书中认真研究。

4. 艺术消费问题

购买商品是为了消费，购买艺术商品同样是为了消费。与一般商品相比，艺术商品的消费方式和消费结果是不一样的。一般商品的消费结果即其价值实现途径，是以该商品损耗、转移或灭失来实现的；而艺术商品的消费则是在消费中完成了一种精神沉淀，是一种由物质到精神的转换。如果 misunderstanding 艺术商品的这种消费特点，也就无法完全理解艺术商品。艺术商品同一般商品的消费方式也不一样，它离不开消费者的艺术鉴赏，也即离不开消费者的艺术再创造过程，否则，艺术商品消费的目的就不能实现。

5. 艺术市场

艺术市场是艺术商品交换的场所。艺术商品生产越活跃，交换越频繁，艺术市场就越发达。艺术商品与艺术市场互为依存，互相作用，既不存在无商品的市场，也不存在无市场的商品。艺术市场是艺术商品的晴雨表，是供给与需求、生产与消费的桥梁和纽带，在很大程度上制约着艺术商品的生产导向。研究艺术市场，获取准确的市场信息，就可以在艺术生产中取得主动权。

上述问题，是艺术经济学研究的重要问题。此外，艺术商品的历史、社会成因及各种表现形态，艺术参与经济活动的独特方式，艺术生产力和生产关系，艺术商品的流通规律，市场经济条件下的国家文化行为等一系列问