



北京大学文化产业基础教材

# 文化产业项目策划与管理

The Planning and Management  
of Projects on Cultural Industries



本书是迄今国内第一部系统探讨文化产业项目策划与管理的著作。从文化产业的要素、特性以及内在规律的分析入手，本书系统而深入地研究讨论了文化产业项目策划的基本要素、基本原理、主要流程以及实践方法，同时对于文化产业项目的可行性研究与评估、文化产业项目策划方案撰写、文化产品的开发及策划、文化产业园区策划等项目策划实务进行了详细的探讨。

张立波 编著



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

013042438

北京大学文化产业基础教材

G114-43  
05

The Planning and Management  
of Projects on Cultural Industries

# 文化产业项目策划与管理

张立波 编著



G114-43  
05



北航 C1650349



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

文化产业项目策划与管理/张立波编著. —北京:北京大学出版社,2013.3

(北京大学文化产业基础教材)

ISBN 978-7-301-22057-3

I. ①文… II. ①张… III. ①文化产业-策划-高等学校-教材 ②文化产业-项目管理-高等学校-教材 IV. ①G114

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第022472号

**书 名: 文化产业项目策划与管理**

著作责任者: 张立波 编著

责任编辑: 胡利国

标准书号: ISBN 978-7-301-22057-3/G·3578

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

新浪微博: @北京大学出版社

电子信箱: [ss@pup.pku.edu.cn](mailto:ss@pup.pku.edu.cn)

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62753121

出版部 62754962

印刷者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销 者: 新华书店

965毫米×1300毫米 16开本 23.5印张 372千字

2013年3月第1版 2013年3月第1次印刷

定 价: 43.00元

---

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱:[fd@pup.pku.edu.cn](mailto:fd@pup.pku.edu.cn)

# 序

陈少峰

与文化产业作为一个新兴业态一样,文化产业管理也是 21 世纪以来我国的一个新兴专业领域。从学科归属来看,作为一个新兴研究领域,文化产业管理应当作为管理类的一个特殊学科看待,而且必须作为独立的一级学科存在,才能有利于建立适合其自身发展的专业布局和人才结构。

文化产业管理作为一门独立的一级学科,具有许多区别于其他管理学领域的内容要求。一般说来,其知识体系应包括以下几个部分:其一是基础性的学科,如发展经济学、产业经济学、文化概论、伦理学、美学、中外文化史、比较文化研究、大众文化、信息技术与文化传播、文化政策、艺术事业与艺术赞助、广告学、传播学、市场营销等。其二是管理类的学科,包括文化产业通论、娱乐经济、文化企业发展战略、文化产业人力资源、文化市场营销、文化产业商业模式、艺术管理、文化品牌管理、文化产业项目运作、文化产业投融资管理等。其三是专题研究与实务的新兴学科,如艺术授权、产业链经营方法、文化产业项目策划、文化产业发展规划、城市形象与城市营销、多媒体技术与艺术、非物质文化遗产、主题公园经营、青少年文化娱乐、体育产业、创意设计理念与设计产业、网络视频产业、故事写作、民间文化与工艺、文化产业集聚园管理、国际文化产业比较研究、文化产业案例研究等。

从总体上说,文化产业管理作为一个跨学科领域,虽然与其他管理学科和传媒、艺术等学科有很多交叉的内容,并要求该学科的学生具有比较渊博的学

识,但是它本质上还是管理学中的一个分支。由此,我们一直认为,文化产业管理应与工商管理、公共管理并列,成为管理学中的一级学科。也就是说,必须把文化产业管理提升到与工商管理和公共管理并重的地位,必须按照文化产业自身的发展规律来培养相应的经营管理人才。

将文化产业管理建设成为一个独立的管理学科,对培养文化产业经营管理人才确实具有重要的意义。这不仅有助于高校投入更多的财力物力、研究和教学资源,逐步累积学科建设经验,而且也有利于实现文化产业领域理论与实践的有效对接和产学研之间的紧密结合,对培养高素质专业型和复合型人才都不可或缺。我们通过长期一线实践及观察也认识到,在学生们获得过文学艺术、出版传媒、信息技术、工商管理等专业的学士学位之后,继续接受文化产业管理的硕士水平的教育,会呈现更好的培养效果。因而,文化产业管理专业最好以培养硕士水平的学生和继续教育为主,培养类似工商管理的MBA和EMBA以及公共管理领域的MPA,这样会更好优化文化产业人才的培养结构。

在文化产业管理的谱系中,文化产业策划与管理是不可或缺的重要组成部分。对于文化产业领域的学习者和实践者而言,充分理解和掌握文化产业项目策划的特点和方法以及文化产业项目的知识体系,积极参与文化产业项目的相关实际操作,可以有效打通理论与实践结合的“隧道”,从而使之能够从容自如、简捷快速地成长为文化产业领域的“行家里手”。

迄今来看,本书是国内第一部系统探讨文化产业项目策划与管理的著作,特别对文化产业项目策划进行了基础性和探索性研究,具有某种筚路蓝缕的开拓之功。我希望,通过本书的出版发行,能够推动文化产业管理的学科建设,促进整个课程体系和教学内容的进一步优化和系统化,从而有效推动文化产业观念的转变和现代文化产业方法的更新。

(作者系北京大学文化产业研究院副院长)



导 言 / 001

---

## 第一编 项目与文化产业项目

第 1 章 / 011

---

项目与项目管理

一、项目的概念及其特征 / 011

二、项目管理 / 014

三、项目管理与项目策划 / 018

第 2 章 / 019

---

文化产业的基本要素和特性

一、文化产业的概念 / 019

二、文化产业的基本要素与结构 / 023

三、文化的产业的特性 / 029

### 第3章 / 037

---

#### 文化产业项目的运作过程与特点

- 一、文化产业项目的类型和运作过程 / 037
- 二、文化产业项目的一般特点 / 040
- 三、以文化提升项目价值的方法 / 054

## 第二编 文化产业项目策划

### 第4章 / 059

---

#### 文化产业项目策划的要素和基本原理

- 一、策划与项目策划 / 059
- 二、文化产业项目策划的基础性要素 / 065
- 三、文化产业项目策划的基本原理 / 073
- 四、文化产业项目策划的原则 / 085
- 五、文化产业项目策划的方法 / 089

### 第5章 / 094

---

#### 文化产业项目策划的基本流程

- 一、文化产业项目策划的内在逻辑 / 094
- 二、文化产业项目策划的基本流程 / 098

### 第6章 / 102

---

#### 文化产业项目策划的项目调研与数据分析

- 一、文化产业项目调研 / 102
- 二、项目市场调研 / 105
- 三、数据挖掘与分析 / 110
- 四、项目调研中的几种分析工具 / 113



## 第7章 / 124

---

### 文化产业项目的营销策划

- 一、文化产业项目的市场细分 / 124
- 二、项目市场的定位和选择 / 129
- 三、项目策划的营销组合及策略 / 135

## 第8章 / 144

---

### 文化产业项目的融资策划

- 一、文化产业项目融资的概念及其结构 / 144
- 二、文化产业项目基本融资方式 / 148
- 三、文化产业项目其他复合融资模式 / 154
- 四、文化产业项目融资策划流程 / 158
- 五、文化产业项目融资面临的问题及对策 / 165

## 第9章 / 171

---

### 文化产业项目可行性研究与评估

- 一、文化产业项目可行性研究的作用与过程 / 171
- 二、文化产业项目可行性研究的要素与报告 / 174
- 三、文化产业项目的评估 / 183

## 第10章 / 189

---

### 文化产业项目策划方案撰写

- 一、文化产业项目策划与规划 / 189
- 二、文化产业项目策划方案撰写 / 190
- 三、文化产业项目策划方案的延伸文件 / 195



## 第 11 章 / 199

---

### 文化产品的开发及策划

- 一、文化产品的特征概说 / 199
- 二、文化产品的质量标准 / 205
- 三、内容为王与故事第一 / 212
- 四、文化产品的内容创意及其扩展 / 221
- 五、文化产品开发策划 / 228

## 第 12 章 / 250

---

### 文化产业园区策划

- 一、文化产业园区的核心要素 / 250
- 二、文化产业园区的定位和经营理念 / 252
- 三、文化产业园区的发展模式 / 255
- 四、文化产业园区的商业模式 / 259
- 附：文化产业园区策划方案举例  
—— × × 民俗文化产业园区策划方案 / 261

## 第三编 文化产业项目管理

## 第 13 章 / 295

---

### 文化产业项目管理概述

- 一、文化产业项目管理的特征和意义 / 295
- 二、文化产业项目的过程管理 / 296
- 三、文化产业项目的要素管理 / 299

## 第 14 章 / 302

---

### 文化产业项目人力资源管理

- 一、项目组织结构的确定 / 302
- 二、项目团队建设 / 308
- 三、项目经理 / 316

## 第 15 章 / 320

---

### 文化产业项目时间管理

- 一、项目活动定义 / 321
- 二、项目活动排序 / 323
- 三、项目活动资源和持续时间估算 / 326
- 四、项目进度计划 / 329
- 五、项目进度控制 / 332

## 第 16 章 / 334

---

### 文化产业项目质量管理

- 一、质量与文化产业项目质量管理 / 334
- 二、文化产业项目质量管理的过程 / 337

## 第 17 章 / 345

---

### 文化产业项目风险管理

- 一、风险与项目风险 / 345
- 二、文化产业项目风险的成因及特点 / 348
- 三、文化产业项目风险管理的过程 / 352

## 参考文献 / 364

---

# 导 言

在文化强国战略的推动之下,当前我国文化产业已经进入快速发展时期。我们需要积极推动文化产业结构优质化,改变以过去单纯强调效率的文化产品制造业模式,积极发展“创意导向”与“体验价值创造”的创新驱动模式。在路径选择上,需要将文化创意的特质纳入制造业,将科技与国际化的元素引入传统文化业态,从而建立文化产业化与产业文化化相结合的双向发展格局。唯有这样,文化产业才能充分发挥其跨界整合的特点,创造更高的附加价值;也唯有这样,文化产业才能在多元化发展过程中真正脱胎换骨,并且有可能在国际经济体系中建立起无可取代的地位。



在我国建设文化强国的进程中,我们一直以来关注比较多的一个问题是——未来我国文化产业应有什么特色?这其实是一个需要进行前瞻性判断的问题。我们曾经提出一个概念——构建“华流”的文化产业体系。<sup>①</sup>为什么要提这个概念呢?长期以来,很多人把中国特色的文化当成中国特色的文化产业,实际上,这完全是两种不同的东西。重视中国的特色文化或中国文化的特色,不等于说,中国的文化产业一定要完全按照中国传统文化的的特色发展。关键问题是,

---

<sup>①</sup> 当然也有学者和政府官员提出“华风”的概念,其实“华风”和“华流”并没有本质的区别。关于“华流”的讨论集中体现为“中国文化出口的‘十个一’工程”,详见陈少峰、张立波:《文化产业商业模式》,北京大学出版社2011年版,第312—320页。

文化产业是现代的,在现代生活中怎样融入中国的文化特色?如何用现代的方法把握和形成有影响力的流派?通观世界,美国、德国、法国、奥地利、日本、韩国、澳大利亚、新西兰等国家都有自己独特的文化产业发展模式。而中国特色的文化产业,即我们所说的“华流”,它虽然代表或传承了中国传统文化的某些要素,但更主要体现的却是现代文化产业的理念和方法。

何谓现代文化产业的理念和方法?首先,它体现为文化产业的发展模式。构建“华流”的文化产业体系,在发展模式上应侧重五个方面:一是内容品牌化模式。过去我们经常讲原创,其实原创多少并不重要,关键是有效原创,即把一个创意做好,做出品牌影响力(包括衍生产品等)才有价值。二是龙头企业驱动模式。一定要支持内容为主的民营企业,扶持一部分民营龙头企业,并且龙头企业以内容为主或者是文化科技为主。三是企业并购整合模式。国际上大的文化公司都是通过兼并收购而快速成长的,这也应成为今后我国文化企业对内和对外成长壮大的主要方式。四是创业推动模式。文化产业创业模式不是孵化器(孵化器只是把知识产权转化的概念),而是要培育和造就一大批具有“创造性破坏”精神的文化企业家,这是完全不同的概念。创业推动模式应建立各种创新创业发展的基地,其中包括建立创业投资基金来支持文化企业的发展。五是以内容和知识产权为核心的国际文化贸易。要实现文化强国的目标,中国在国际上必须实现内容产品或文化产品的贸易顺差,这是很重要的指标。

其次,从具体产业发展上,这种理念和方法应促进或实现若干方面的转型。一是内容化转型。文化产业可以分成内容产业、传媒与平台产业和延伸产业三大块,这其中,源头就在内容产业,要实现内容化转型,必须进行有效的创意,并进行持续开发,最后形成价值增值产业链的形态。二是数字化转型。青少年消费者、生活方式、技术与内容的融合、媒体化即电信企业成为媒体公司,这四种力量正在推动着文化产品数字化的进程。数字化转型是利用数字化手段把内容产业做好。在数字化转型过程中,应把内容的呈现作为核心。三是娱乐化转型。现在娱乐的趋势也正在发生很大变化:一方面表现为娱乐无边界,即娱乐不受时间和空间的限制,随时随地进行娱乐;另一方面表现为内容娱乐综合化,如大家在一个ipad或iphone上可以进行综合化的娱乐。娱乐化和数字化结合的特点对很多传统产业带来很大挑战,只有进行这种转变才会跟上现在的发展步伐。



四是品牌化转型。当前,许多传统文化产业领域的产能都出现过剩,同质化竞争很严重,如果做不到品牌化的话,产业发展的空间就会受到极大的制约。比如,虽然说中国市场非常大,但国内的总体电影盈利额是很小的,电影如果没有实现品牌化经营,就不可能走向国际市场,不管票房多少都不一定赚钱,甚至亏损。五是跨界化转型。会展、创意、设计可以跟制造业结合起来,也可以以文化旅游带动传统旅游,也可以用创意设计、动漫、影视来带动传统产业形态的提升。试想,乔布斯之所以能开发出一系列了不起的“i-型”娱乐产品,与他长期担任皮克斯公司老板的工作体验和长期接触艺术等都有密切关系;他曾经是世界上最伟大的动漫公司的老板,如果他没有掌握世界文化前沿趋势的话,他的产品怎么会有如此大的市场竞争力?可见,文化可以推进跨界并提升其他行业和产品的应用。六是聚集化转型。产业集聚对文化产业发展非常重要,其中文化产业集聚园是基本空间载体和平台。但是,现在许多园区都做成凑合型的形态,没有产业集聚,没有形成互相支持的生态系统。许多园区亟须通过平台和政策的实施来促进产业的集聚发展。

再次,形成以上发展模式和实现若干转型,最为重要的依托的是,用现代文化产业的理念和方法来提升人力资源的文化素质、文化创意的组织和开发水平。我国发展文化产业的关键是拥有丰厚的、与产业相匹配的人力资源。由于缺乏经营管理和产业运营的经验,特别需要积累文化产业管理领域的知识和复合型人才,通过持续提升人力资源教育水平来保障文化产业经营管理的成功和文化企业的可持续发展。

## 二

毋庸讳言,就文化产业领域现有的人力资源状况和人才结构来看,在培养人才方面需要更加重视商业能力的培养。只有加强文化产业管理的学科建设,提升现有经营者的素质,培养一批精通文化产业发展和企业经营的复合型人才,才能真正持续推动文化产业的大发展与大繁荣。例如,在高校开设传媒专业时,应当着重培养精通新媒体和传统媒体的创意人才和商业运作人才,而不是传统意义上的新闻出版人才和广告制作技术人才。我国有大量的传统媒体从业人员和

技术制作者,但是缺乏专业的传媒产业的经营管理人才,就是因为在教育理念上过分重视文化艺术、忽视文化商业的偏差所造成的后果。改变这种重视文化艺术而轻视产业经营的理念或意识,是解决经营管理人才培养问题的基本环节。需要说明的是,尽管文化产业的经营管理者需要更综合的素质和更敏锐的文化创意意识,但并不是文化素养越高就越能解决文化产业的经营管理素质的问题。相反,在许多情况下,高素质的文化精英由于受到自我价值意识和文化行为的限制,反而不擅长把握文化产业的特点,也不善于管理文化产业。或者说,在文化产业经营管理领域,太有文化的人士和太没有文化的人士都不适宜从事文化产业的经营管理。

因此,文化产业管理专业的学科建设以及相关教育培训等,对于文化产业人力资源的开发和人才培养至关重要。文化产业管理区别于其他产业或者经济领域的经营管理,需要成为一个独立的学术研究领域和人才培养系统。从产业经济学和文化经济学等综合领域的角度来理解文化产业,就需要重视从产业运营、企业管理、项目管理等微观方面来分析文化产业的经营管理和商业模式。以目前最具有代表性的动漫产业项目为例,它涉及文化内容提供、视频网站、文化政策、企业经营与投资、青少年文化消费和人力资源开发等诸多学科领域,是一个典型的跨界化、并且各领域需要达到专业性深度的研究和实践领域。如果只有奇思妙想式的创意和技术制作,是不能做好动漫产业的。涉及动漫产业项目的具体运作,在专业化方面不能局限于动画技术制作,而是需要了解影视乃至漫画出版整体的产业变动的特点、商业模式的变化以及创意方法等具体而系统的方面。

### 三

随着文化强国以及推动文化产业成为国民经济的支柱性产业这一国家战略的推进,各地文化产业实践可谓风生水起、渐入佳境。相应地,作为其落脚点的文化产业项目建设也呈现如火如荼的格局,大有千帆竞发、百舸争流之势。无论是图书出版、电视节目、影视动画、数字音乐、网络游戏,还是各种信息平台、产权交易平台、文化产业园区或基地等,其项目建设的数量和规模总量都迅猛增长,与资本和市场的对接能力也显著增强。这无疑是值得庆幸和期待的。但不容忽



视的另一面是,一段时间以来,在这种表面的繁荣背后,许多文化产业项目运作却也透射出一种虚拟式的泡沫或值得警觉的隐忧。譬如,许多地方把石头当做文化广场,把植树当做城市文化建设,把官衙当做城市文化地标,把赔本剧场当做文化形象,把地产当做文化产业园,把祭祖当做文化旅游,把仿古建筑当做文化传承等等,不一而足;经常在短期的热闹非凡和尘土飞扬之后,最后剩下的却是鸡毛一地……

仔细思忖,除了政策的引导、产业发展初期的鱼龙混杂的过渡性等因素之外,囿于硬件思维、缺乏对文化产业项目本质特点和运作流程的理解和把握,无疑是造成以上诸多问题的一个主因。也就是说,有关文化产业项目策划与管理的研究及教育培训,还是当前文化产业管理及相关专业建设中的一个薄弱环节。根据作者广泛了解的情况和收集的资料来看,迄今为止,一般项目管理类书籍基本上是围绕工程类项目、房地产项目和软件项目展开,与文化产业项目注重无形资源的运用、活动的设计、无形资产的积累等特点相去甚远,很难做生搬硬套的肢解式应用。国内已有的所谓文化产业项目的研究,基本上是用一般项目管理的框架来介绍项目管理的基础知识,在文化产业方面几乎乏善可陈,从总体上没有体现文化产业的内在特点和运行规律,更缺乏对文化产业项目策划的研究和分析,很难适用于该专业的有效教学、研究和实践。

文化产业项目是发展文化产业的基本载体和重要抓手,也是文化产业实践的基本落脚地和微观归宿点。在文化产业实践过程中,如何把一种理念(元创意)或一种文化资源提炼为一组创意或创意集成,然后设计成一系列的文化产品,整合为一个产品线或者产业链条,最终集合为一个产业集群,这是文化产业项目策划与管理所追求的目标,也是项目运作体现文化产业自身特点和规律的基本走向。实践证明,以硬件思维来做文化产业项目注定要失败。为了发挥现代文化产业作为方法的引擎作用,企业经营者需要切实转变硬件思维,确立以内容塑造品牌和形成产业链经营的方法作为新的发展模式和商业模式。

显然,站在我国文化产业体系建设和文化产业管理专业建设的高度来看,《文化产业项目策划与管理》一书所做的思考和探讨,无疑是一种重要的基础性开拓。对于本书的读者而言,除了需要参考阅读一些以上谈及的管理类著述之外,应着重加强了解文化产业项目活动、企业经营与商业模式选择等一般的企业

经营管理活动,也需要更加深入地理解文化产业独特的商业模式。

通过阅读本书,读者可以认识到文化内容的创意、文化产品的生产和无形资产的积累,与一般物化产品的生产相比,具有许多不同规律。只有正确把握文化产业的特性和内在规律,才有可能做出合理的选择。美国学者凯夫斯(Caves)认为,创意产业是提供我们宽泛地与文化的、艺术的或仅仅是娱乐的价值相联系的产品和服务,它包括书刊出版、视觉艺术(绘画与雕刻)、表演艺术(戏剧、歌剧、音乐会、舞蹈)、录音制品、电影电视,甚至时尚、玩具和游戏。在他看来,创意产业是对更传统的观念的冲击,特别是精神生产具有不同于物质生产的特殊产业规律,创意产业中的经济活动会全面影响当代文化产品的供求关系及产品价格。无疑,凯夫斯的这种观点和本书的基本思想脉络是契合相通的。

我们期望,读者通过阅读本书能够揭开文化产业的面纱,谙熟现代文化产业项目策划的基本理念和方法,掌握文化产业项目管理的门径和技术,从而走进文化产业项目运作的实践海洋。文化产业项目运作是踏入文化产业实践王国的第一步,也是登堂入室的阶梯,它在某种程度上实现了对传统文化职能管理突破性的变革,也是新兴文化企业的微观运营管理模式。文化产业项目策划与管理可以帮助文化产业领域从业者迎接挑战、创造绩效,并在企业发展中实现自我价值。

## 四

需要说明的是,文化产业项目运作方面的研究在国内还是一个崭新的、处于开拓阶段的处女地,有待有志于文化产业实务的思考者和实践者在上下求索中不断积累和提升。相比较而言,从实操的角度看,文化产业项目策划比项目管理更为薄弱。无论如何,在上世纪九十年代,美国项目管理协会(PMI)出版发行和完善的《项目管理知识体系指南》(PMBOK<sup>①</sup>),已经为项目管理的学科建设建立了相对规整的知识体系,并被誉为项目管理领域的“圣经”。而由于各个领域的千差万别,项目策划却一直以来缺乏一贯化、系统性和权威性的建构。

---

<sup>①</sup> PMBOK 是 A Guide to the Project Management Body of Knowledge 的简称。





基于此,在本书中我们尽可能强化了对项目策划的研究,即用四分之三的篇幅来探讨文化产业项目策划的内在规律、基本流程以及相应实务,而对文化产业项目管理方面则尽可能吸收借鉴 PMBOK 的研究成果,做到钩玄提要、突出重点,对与文化产业特点关系不大的管理领域则尽可能少着笔墨。<sup>①</sup> 本书致力于使读者了解文化产业项目策划的特点和方法,掌握文化产业项目管理的基本框架体系,为后续学习研究和具体文化产业项目运作实践奠定基础。

在我们看来,所谓文化产业项目策划与管理,首要的还不是某种知识体系和技能,而是一种现代文化产业的理念和方法。也就是说,作为一个文化产业项目运作的实践者,第一位的是用前面所提到的现代文化产业的理念和方法来思考问题(书中将从不同层面来深入探讨),在此基础上才能更好地把握相关的知识与技能。因此,本书的主要特色体现为三个方面:其一,突出文化产业项目策划的地位。由于文化产业是以创意、体验价值、规模化经营等为要素,在文化产业项目管理过程中,策划占据中心地位,因而本书把文化产业项目策划作为整个文化产业项目管理的重要环节来思考和设计。而一般项目管理书籍恰恰忽视和缺乏这一方面。其二,以商业模式为主线展开。在很大程度上,文化产业项目作为产业项目,最主要的是如何体现为一种有效的、可盈利的方法。其三,注重理论与案例结合。在阐明理论的同时,本书注重结合作者在大量文化产业项目调研中所积累的鲜活生动的案例,以增强理论分析的丰富性、针对性和实效性。

## 五

作为对文化产业项目的一种探索性研究成果,本书在结构上可分为三大部分:第一编(即第一至三章)主要从文化产业的基本要素入手,阐述文化产业项目的概念及特点;第二编(即第四至十二章)是对文化产业项目策划的原理、流程、方法以及相关案例的具体分析,以增强理论在指导实践中的展开和应用;第三编(即第十三至十七章)是对文化产业项目重点管理环节的分析,同时结合项

---

<sup>①</sup> 偏爱于文化产业项目管理的读者,可以循着本书的导引,再借助《项目管理知识体系指南》的框架进行更为全面的掌握。