

广告学专业“十二五”规划教材

艺术管理与市场

吴颖 舒怡 叶建新 著

中国传媒大学出版社



广告学专业“十二五”规划教材

艺术管理与市场

吴颖 舒怡 叶建新 著



中国传媒大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

艺术管理与市场/吴颖,舒怡,叶建新著.
—北京:中国传媒大学出版社,2017.3
(广告学专业“十二五”规划教材)
ISBN 978-7-5657-1835-9

- I. ①艺…
- II. ①吴… ②舒… ③叶…
- III. ①艺术市场—高等学校—教材
- IV. ①J114

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 232773 号

广告学专业“十二五”规划教材

艺术管理与市场

YISHU GUANLI YU SHICHANG

著 者 吴 颖 舒 怡 叶建新
责 任 编 辑 曾婧娴
装帧设计指导 吴学夫 杨 蕾 郭开鹤 吴 颖
设 计 总 监 杨 蕾
装 帧 设 计 陈 粤 刘欣怡
责 任 印 制 曹 辉

出版发行 中国传媒大学出版社
社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024
电 话 86—10—65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京艺堂印刷有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 12.5
字 数 200 千字
版 次 2017 年 3 月第 1 版 2017 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1835-9/J • 1835
定 价 48.00 元

致力专业核心教材建设 提升学科与学校影响力

中国传媒大学出版社陆续推出

我校 15 个专业“十二五”规划教材约 160 种

播音与主持艺术专业（10 种）

广播电视编导专业（电视编辑方向）（11 种）

广播电视编导专业（文艺编导方向）（10 种）

广播电视新闻专业（11 种）

广播电视工程专业（9 种）

广告学专业（12 种）

摄影专业（11 种）

录音艺术专业（12 种）

动画专业（10 种）

数字媒体艺术专业（12 种）

数字游戏设计专业（10 种）

网络与新媒体专业（12 种）

网络工程专业（11 种）

信息安全专业（10 种）

文化产业管理专业（10 种）



传媒人书店
(For IOS)



传媒人书店
(For Android)



微博关注我们



微信关注我们



访问我们的主页

本书更多相关资源可从中国传媒大学出版社网站下载

网址：<http://www.cucp.com.cn>

责任编辑：曾婧娴

意见反馈及投稿邮箱：39797430@qq.com

联系电话：010-6578 3601



中国传媒大学“十二五”规划教材编委会

主任： 苏志武 胡正荣

编委：（以姓氏笔画为序）

王永滨 刘剑波 关 玲 许一新 李 伟
李怀亮 张树庭 姜秀华 高晓虹 黄升民
黄心渊 鲁景超 蔡 翔 廖祥忠

广告学专业“十二五”规划教材编委会

主任： 黄升民 钟以谦

委员：（以姓氏笔画为序）

马 澈 刘英华 芦 影 杜国清 周 艳
赵新利 郭开鹤 黄京华





目 录

第一章	关于艺术管理	/1
第一节	关于艺术管理	/1
第二节	艺术管理的分类和特点	/10
第三节	艺术管理的目的	/14
第四节	艺术管理发展状况	/19
第二章	中外艺术管理发展回顾	/22
第一节	艺术管理发展总概况	/22
第二节	政府在艺术市场发展方面的政策支持	/31
第三章	艺术产业管理	/34
第一节	艺术产业概述	/34
第二节	艺术产业管理	/38
第三节	艺术产业集群化发展	/42
第四章	艺术市场管理	/46
第一节	关于艺术市场	/46
第二节	艺术市场的组成	/48
第三节	艺术品投资	/57
第四节	艺术市场管理特征	/60

第五章 艺术展览策划 /64

第一节 东西方艺术展览的发展与现状 /64

第二节 艺术展览体制 /70

第三节 艺术展览策划 /77

第六章 艺术活动的整体策划 /84

第一节 东西方艺术活动的发展与现状 /85

第二节 艺术活动的类型及策划 /92

第七章 博物馆与画廊管理 /101

第一节 博物馆的视觉艺术管理 /102

第二节 画廊的视觉艺术管理 /109

第八章 艺术市场的法律法规 /115

第一节 艺术市场现状 /115

第二节 艺术品一级市场的法律规范 /116

第三节 拍卖市场的法律规范 /121

第四节 艺术品的法律权益 /123

第五节 美术馆 /127

第六节 艺术市场的未来发展 /130

第九章 艺术传播与艺术赞助 /133

第一节 艺术传播 /133

第二节 艺术赞助 /140

附 录 /147

后 记 /191

第一章 关于艺术管理

■ 本章要点

1. 艺术管理的整体初步认知
2. 艺术管理的基础概念
3. 艺术管理的发展状况

第一节 关于艺术管理

20 世纪 60 年代,艺术管理在欧美国家兴起。如今,经过半个世纪的发展,它已经成为一门世界范围内的热门学科。这门学科在艺术的生产与流通过程中,被恰当地融入了管理学的相关知识,使艺术学与管理学相结合,从而使艺术活动更具规范性和成效性。

艺术是一门具有悠久历史的学科,在人们的物质生活得到满足后,艺术开始被人们认识和研究,并随即产生了相关的艺术活动并形成了艺术市场。起初,艺术管理是一门操作性学科,其目的是使艺术市场的运营更加规范、使艺术活动的举办更加有效。而后,随着艺术形式和艺术环境的日益复杂化,学者们对于艺术管理的研究也不断深入。

一、艺术管理的发展历史

(一)西方艺术管理的形成及发展

随着西方社会的稳定发展,其物质文化日益丰富,人们开始追求更高的生活品质,艺术管理随之兴起,艺术品市场不断扩大。社会需要对市场上琳琅满目的艺术品进行分类、定位和管理,使它们能更好地适应市场需求。艺术市场需要良好的市场秩序以维持其稳定发展,艺术管理专业应运而生。

苏富比拍卖行(Sotheby's)和克里斯蒂拍卖行(Christie's,又称佳士得拍卖行)分别于1744年和1766年在英国正式成立,两大拍卖行的发展过程无疑为艺术管理专业提供了大量的实际管理经验。1983年,苏富比拍卖行被美国人收购。1946年,美国效仿英国大不列颠艺术委员会的运行模式,创立了美国艺术基金会。20世纪60年代,美国经济迅猛发展,推动艺术和文化的发展也被纳入国家发展的行列,因此,商业与艺术的结合也日益被重视。传统的赞助与艺术收藏形式已经很难适应时代发展的趋势,人们迫切需要一种更严谨、更系统的艺术管理技巧与管理知识。

现代艺术管理是随着欧美艺术管理机构的发展应运而生的,并逐渐形成了一种系统的、成熟的管理机制。一些高等院校也随即开设了艺术管理专业。如美国耶鲁大学在1966年开设了此专业,它也因此成为第一个开设此专业的院校,为艺术管理正式进入教育领域拉开了序幕。同年,哈佛商学院的托马斯·雷蒙德(Thomas Raymond)和斯蒂芬·A·格雷塞(Stephen A. Greyser),与艺术管理者道格拉斯·施瓦尔贝(Douglas Schwalbe)一起,共同创办了艺术经营管理研究所。四年后,三人又共同创办了哈佛艺术管理夏季学院,旨在对众多艺术管理者进行专业的课程培训。从此,艺术管理作为一门学科在西方开始兴起并蓬勃发展。

20世纪70年代以后,以美国、英国为主导的西方国家,开始真正发展艺术管理专业教育。随后,欧美等地各大高校也相继开设了艺术管理的相关课程,例如哥伦比亚大学(Columbia University)、迈阿密大学(University of Miami)、

伯克利音乐学院(Berklee College of Music)、伦敦城市大学(City University, London)、利物浦大学(University of Liverpool)、澳大利亚音乐学院(Australian Institute of Music)、悉尼科技大学(University of Technology, Sydney)等。

早期,美国的艺术管理专业大多设在商学院,而如今,随着该专业的发展,它逐渐被转入教育学院或艺术学院。如哥伦比亚大学的艺术管理硕士项目就开设在哥伦比亚大学艺术学院,学生被授予艺术硕士学位(MFA);之后随着院系的调整,该专业被转入教育学院,学生被授予文学硕士学位(MA)。如今,由于艺术管理者需要具备宽广的知识面,因此学校主张教育学院与艺术学院、商学院、法学院、新闻学院等协作办学,使学生可以跨院选课,并进一步增加专业的广度和深度。

在国外,许多高校将此专业设教育学院或艺术教育系,这是更侧重其社会教育性的表现。如哥伦比亚大学教育学院(College of Education, Columbia University)、纽约大学文化教育学院(Cultural Education College, New York University)、俄亥俄州立大学艺术学院(College of the Arts, Ohio State University)艺术教育系、佛罗里达州立大学(Florida State University)艺术教育系等。

还有一些高校将艺术管理专业设在艺术学院,则是更注重其艺术专业性的表现。如耶鲁大学戏剧学院(School of Drama, Yale University)、美国普拉特学院(Pratt Institute, USA)、纽约时装学院(Fashion Institute of Technology, State University of New York)、芝加哥艺术学院(School of the Art Institute of Chicago)、芝加哥哥伦比亚学院(Columbia College, Chicago)、费城德雷克赛尔大学(Drexel University, Philadelphia)和俄勒冈大学(University of Oregon)等。

而将艺术管理专业设在商学院的高校,注重的则是它的商业性。如费城的天普大学(Temple University)。

将艺术管理专业设在公共管理学院的高校,注重的则是它的公共服务性。如卡耐基梅隆大学(Carnegie Mellon University)和印第安纳大学(Indiana University)。

总体来说,艺术管理专业是一个跨学科的综合类专业,将其设置在综合类

大学,能够更好地利用各个专业的资源,拓展学生的知识面,提高学生的综合素质。

(二)中国当代的艺术管理现状

随着文化产业的迅速发展,对相关的文化产业管理人才的需求也日益增多,这就在无形中推动了艺术管理专业的出现与快速发展。在我国,人们对艺术管理的认识较晚。在2000年以前,艺术管理无论是作为产业管理,还是作为学科,都几乎是一片空白的状态。长期以来,我国多数的“艺术管理者”是由艺术家本人或相关行业的人士自行担任,他们绝大多数人没有受过艺术管理的专业教育,甚至不了解什么是管理学,只是凭个人在艺术行业的经验进行管理,这使得艺术管理行业的效率低下,很难适应艺术市场发展的需求。到20世纪末21世纪初,对艺术市场进行科学管理的需求越来越迫切,因此,我国开始引入西方的学科理论,并开始在各个院校设立艺术管理专业。

在我国,艺术管理作为近年来的新兴学科,带有很强的市场经济色彩。它被细分为表演艺术管理、剧院管理、视觉艺术管理、艺术与媒体管理和博物馆管理等许多门类。

在引入这一学科的十几年里,以书画交易为代表的中国艺术市场空前活跃,全面升温。例如,香港克里斯蒂拍卖行在2000年以前,年成交额仅约3,000多万美元,到2013年,单次秋季系列拍卖会的总成交额就达到4.96亿美元,创下了历史总成交额的新纪录。并且,在这次拍卖会中,八大山人的《山青水碧鸟语花香》册页以3,426万港币被成功拍卖,这与八年前它以不到目前交易价格的十分之一的报价而流拍的现实大相径庭。

中国艺术市场发展的核心问题是艺术管理,而二者的发展速度却不同步。我国艺术市场发展超速,而艺术管理却相对滞后,艺术管理在人才、方式、制度、法规等各个方面都跟不上市场发展的脚步,这就为部分艺术市场投机者提供了便利,艺术市场格局也随之被搅乱,艺术市场的稳定性与秩序就遭到了破坏,从而极大地损害了消费者的切身利益。因此,当务之急就是要尽快完善现有的艺术管理机制,为艺术市场创造良好的发展环境,保护艺术家利益,促进艺术产业

的发展,实现良性循环。

艺术管理作为一门学科,在我国出现较晚,但其历史却很长。据史料记载,我国周代成立的“大司乐”,就是最早的艺术管理机构。先秦时期,管理者就对艺术品进行了分门别类,从而对其进行不同方式的管理。在我国,宫廷是最早的艺术管理组织,而后出现宗教和民间的私人管理机构。我国的艺术管理,从最初的政治工具演变为现今的市场化的管理,经历了不同的发展阶段。

虽然我国的艺术管理历史悠久,但是它作为一门正式的专业学科,却是刚刚起步。1985年,中央戏剧学院在舞美系率先开办了舞台技术管理班;1990年,又开办舞台管理班;2001年,正式成立了艺术管理系,成为国内首个开设此专业的院校。

从2001年中央戏剧学院设立艺术管理系算起,我国艺术管理专业至今已有十几年的历史。此后,国内各高校也根据自身优势与特色,相继设立了艺术管理专业,开设了相关的课程。例如:中央音乐学院在2002年成立艺术管理系;中央美术学院、上海音乐学院于2003年分别成立艺术管理系;中国传媒大学、浙江传媒学院、中国人民大学等院校也根据自身优势,开设了相关专业。

二、艺术管理的定义

(一)什么是艺术管理

丹·马丁(Dar Mardin)是这样定义“艺术管理”的:艺术管理是五种传统管理职能的应用——计划、组织、实施、监督和控制,有助于把表演或视觉艺术的作品以及艺术家的作品展示给观众。^① 而将艺术与大众连接起来的媒介一般有两个:公共的、非营利性艺术机构(如非营利性剧院、交响乐团、歌剧团体、舞蹈团体、博物馆、公共广播和表演艺术中心),和私人的、商业的、以营利为目的的艺术实体(如商业性的剧院、流行音乐、私人画廊、电影、电视和视频节目)。^②

① Dar Mardin, *International Encyclopedia of Public Policy and Administration*, Westview Press, 1998, p. 128.

② 余丁:《走向科学化的艺术管理》,《美术研究》2004年增刊,第13页。

李世葵在《艺术管理中的主客体研究》一文中,则给出了这样的定义:在现有的经济与政策环境下,根据具体地域的情况,利用人文、心理等因素对艺术品进行操纵;它将艺术品作为一种商品,同时控制整个商品的流通机制与管理机制,保证市场渠道畅通;它是艺术生产与市场间的纽带,是艺术品走向市场的必经环节。^①

成乔明在《艺术产业管理》一文中对“艺术管理”作出了如下解释:艺术管理是艺术管理者通过一定的管理手段和管理方法,为实现文化艺术传播的目的而对管理对象实行的有计划的管理活动。艺术管理的理论体系中应该包含艺术行政管理(管理主体是政府机构)、艺术产业管理(管理主体是政府机构与艺术商业性行业机构)、艺术事业管理(管理主体是政府机构与艺术公益行业机构)、艺术中介管理(管理主体是艺术企业与艺术公益机构)。^②

从上述三人对“艺术管理”的不同定义来看,各人都有自己独到的见解,正所谓“仁者见仁,智者见智”。丹·马丁认为艺术管理是经过五个步骤的组织管理,最终将艺术品呈现在观众面前,并且将管理机构分为营利性与非营利性两种,这是从它的职能角度切入的。李世葵着重于探讨艺术管理的实质,认为艺术管理是艺术生产与艺术市场之间的纽带。成乔明则是分别从不同的艺术管理角度(宏观、中观、微观)去定义艺术管理的。

总的来说,艺术管理集组织、管理、经济、市场、沟通、艺术、欣赏、展示等方面于一体,它涉及多个专业与领域,是一个艺术组织从无到有的统筹者,可以用现有的人力、物力、财力来实现效益传播的最大化。

艺术管理专业主要结合了艺术学与管理学的成果。此外,它还涉及艺术市场营销、艺术经纪、广告公关、文化法规等其他领域。从历史发展来看,形式上的艺术管理是人们在艺术活动产生后自然而然形成的一种相应的管理规划行为。如今的艺术管理则是运用了现代管理理念和管理手段,结合市场需求而产生的新兴管理类专业。

艺术管理采取专业方式(计划、组织、实施、监督、控制财务),对艺术市场进

① 李世葵:《艺术管理中的主客体研究》,武汉理工大学2003年硕士学位论文,第4页。

② 成乔明:《艺术产业管理》,云南大学出版社2004年版,第34页。

行体系化、组织化、制度化的管理,从而提高艺术活动的效率。从性质上看,艺术管理是为艺术服务、为人民服务的,它旨在通过专业管理来促进艺术市场规范,促进文化艺术事业繁荣有序地发展,最终满足人们日益增长的精神文化需求。

艺术管理要与国家文化政策的导向相符、与社会舆论宣传的导向相符。它不仅要积极传播优秀的艺术作品,使大众能方便地享受艺术,并取得一定的经济效益;而且要兼顾文化艺术遗产的保护与传承。艺术创作属于精神领域的创造活动,并且由于艺术作品要流向市场、面向大众,因此,艺术管理的尺度、方式与方向会在一定程度上对社会意识形态造成影响。当社会效益与企业经济效益发生冲突时,艺术管理应该更加注重社会效益,并且通过适当的管理使企业的艺术活动更加规范、更具程序化。

(二) 艺术管理学什么

艺术管理,是艺术学和管理学的结合。其中,艺术学是艺术管理的理论基础,而管理学则是实现艺术管理的方法论。随着艺术的发展,社会的进步,艺术管理活动存在着不同程度上的交融和联系,各种艺术学和管理学的知识也都存在着内在联系。因此,艺术管理者应具备艺术学、管理学、心理学、经济学等多门学科的知识储备。在美国的高等院校中,艺术管理专业主要设置在两个领域,其中,设置在经济学院、管理学院中的,授予 MBA 学位;设置在人文学院、艺术学院中的,授予 MFA 或 MA 学位。如今,艺术管理专业越来越趋向于设立在艺术人文领域。

艺术管理相较于其他学科,发展比较晚,因此算是一门新兴学科。但由于它发展速度很快,在欧美一些经济发达的国家和城市,它已发展得相对成熟,概念也都较为清晰,专业也因此进一步被细分为如时尚管理、奢侈品管理、娱乐管理、体育管理等方向。1978 年,为了迎合时代发展需求,美国纽约大学视觉艺术管理研究所不仅为学生开设了理论性课程,同时也开设了有商业性的实务课程,教授学生关于设置艺术基金、画廊以及艺术品拍卖的相关知识。

在西方,设置艺术管理专业的院校所开设的专业课程涉及内容广泛,如:

哥伦比亚大学的艺术管理专业设在教育学院,专业涉及艺术、教育、商业和法律等学科,旨在帮助学生学习和综合管理和财务管理的技能,学习艺术领域的相关知识,并形成对社会动态发展的整体认识;同时鼓励学生进行艺术与教育的多方位整合,旨在提高学生的社会责任意识。理论与实践相结合的教学方法帮助学生提高执行力和创造力,从而使学生具备管理者应有的技能,促进艺术组织的健康发展。开设的课程有艺术管理原理与实践、艺术环境分析、文化产业营销与管理、视觉艺术、营销策略、表演艺术、商业政策、会计学等,帮助学生获得全方位的知识体系。

纽约大学(New York University)的艺术管理课程开设于1971年,此课程旨在培养那些能够快速适应视觉艺术变化趋势的专业管理人员,提升学生的管理、市场营销和金融方面的技能。开设的课程有展览设计、艺术与物质文化的展览/展示、环境视觉艺术管理、视觉艺术的发展、信息系统和视觉艺术、城市发展、视觉艺术、鉴定和估价的艺术、实习视觉艺术管理等。

英国利兹大学(The University of Leeds)的艺术管理专业课程比较侧重创意产业的研究,注重文化创意产业在全球化的时代背景下的发展状况,其培养的对象主要是对文化管理有浓厚兴趣的大学毕业生。

如今,随着经济的发展以及文化艺术产业的兴盛,我国的艺术管理教育事业也快速地向前发展。我国艺术管理教育现在虽然仍属于起步阶段,但更多学校的介入、强大的艺术市场和社会需求正不断推动着艺术管理教育事业的发展与前进,未来的艺术管理教育仍然具有很大的提升空间。

三、艺术管理者的基本素养与综合能力

随着文化产业日益受到国家的重视,以及其蓬勃发展的态势,我国对高素质艺术管理人才的需求与日俱增,艺术管理者在艺术市场管理过程中的核心领导作用也日渐显著。因此,提升艺术管理者的素质与能力十分必要。

(一)创新思维和逻辑思维能力

丰富的想象力和创造性思维是一名优秀的艺术管理者应具备的基本能力。

随着时代的发展,以及创意产业、艺术市场的繁荣,具有鲜明个性和创造力的文化艺术活动将具有较大的竞争力,艺术活动通过更现代、更具创意的形式,将特定的审美形态融入到人们的生活之中,这给文化创意产业增添了更多的审美内涵。因此,对艺术管理者来说,具备创新思维十分重要。在艺术管理中,创新不仅包括理念的创新,还包括管理运营模式的创新和团队文化营造的创新等多个方面。

第一,创新型的理念可以大大提升艺术产品或艺术活动的附加价值,选择合适的、具有创新理念的主题是策划艺术活动的基础和前提;第二,在艺术活动的执行过程中,艺术管理者需要保证组织内部的良性循环、合理的人员分配和健康的经营活动运作,管理运营模式的创新能够更大化地实现经济效益和社会效益;第三,团队文化成为越来越重要的管理内容之一,具有创新意识的团队文化会营造出一种积极的工作氛围,而不再拘泥于传统的工作模式,团队成员的工作积极性也能被充分调动起来,从而提高工作质量和效率。

此外,艺术管理者还应该具备较强的逻辑思维能力。严谨的逻辑思维和准确的语言表达是艺术管理者必须具备的素质,管理者需要在管理过程中通过比较、分析、综合、概括、判断等方法,做出正确的决策,从而保证艺术活动高质量地开展。

(二)艺术素养和丰富的知识储备

艺术管理者如何策划出文化性强、具有时代意义,并有一定的影响力和传播性的活动呢?这需要艺术管理者具备较高的艺术修养、丰富的知识储备和较强的艺术理解能力,熟悉艺术领域中不同门类的创作程序、活动规律和相关特性,这样才能引导活动向好的方向发展。艺术活动的最终成果是为公众呈现出具有导向性审美观点的多元化艺术展示,形成资源效益最大化的社会影响力。对于艺术管理者而言,在美学上的卓越追求是提升艺术的文化附加值的主要前提。艺术管理是一门综合性的学科,融合了科学、人文、艺术、经济等领域的知识;储备这些综合性的学科知识,更有利于艺术活动在文化层面、经济层面、创意层面等不同层面的有效结合,从而获得多方面效应;有利于艺术活动得以辐

射到更广阔的领域,从而产生更为显著的社会经济效益。

(三)策划、组织和经营能力

艺术活动是综合性的文化活动,无论是在项目策划、人员构成、资金筹集,还是与受众的沟通等方面,都需要艺术管理者的组织和协调。艺术管理者要有广泛的知识储备和较高的文化素养,具有善于发掘事物之间的潜在联系的能力,能对项目进程进行良好的控制,能合理调配团队成员并进行顺畅的沟通,这些能力都是艺术管理者出色地策划与执行艺术活动的必备能力和素养。

对市场经济的发展规律、财务管理和经营、艺术市场发展的趋势等方面有了具体的了解和深入的认识之后,艺术管理者才能使艺术管理获得最大化的经济效益,进而准确地把握市场的发展特点。在了解了不同类型的艺术活动之后,艺术管理者应全面掌握、控制活动的融资、成本、预算以及阶段性支出。

艺术活动的顺利完成需要非常明确、有序、可行的计划。艺术管理者在组织艺术活动的过程中要制订实施计划,然后最大限度地利用身边的一切资源做好组织人员、联络媒体、选择场地等一系列工作,最终获得良好的活动效果。

第二节 艺术管理的分类和特点

一、艺术管理的分类

从不同的角度来看,艺术管理学科有多种分类方式,常见的分类有:根据管理内容的不同,可分为艺术产业管理、艺术事业管理、艺术中介管理;^①根据管理模式的不同,可分为田园牧歌式、商业式、混合服务式、计划式、大公司式管理;^②根据功能不同,可分为产业类、展览类、视觉类、综合类。其中产业类包括艺术产业管理、艺术市场管理;展览类包括艺术博览会策划管理、艺术展览策划管理;视觉类包括画廊管理、博物馆管理;综合类包括舞台艺术管理、影视艺术

① 成乔明:《艺术产业管理》,云南大学出版社2004年版,第34页。

② 余丁:《艺术管理学概论》,高等教育出版社2008年版,第83页。