



北京大学文化产业前沿教材

王晨 编著

文化企业 管理

湖南文艺出版社

王晨 编著 ● 湖南文艺出版社



文化企业 管理

图书在版编目 (CIP) 数据

文化企业管理 / 王晨编著. —长沙: 湖南文艺出版社, 2006. 9

北京大学文化产业前沿教材

ISBN 7-5404-3791-X

I. 文... II. 王... III. 文化—产业—企业管理—高等学校—教材 IV. G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 102673 号

文化企业管理

王晨 编著

责任编辑: 徐小芳

图书设计: 郭天民

出品: 湖南出版投资控股集团教材中心

湖南文艺出版社

湖南文艺出版社出版、发行

(长沙市东二环一段 508 号 邮编: 410014)

湖南新华印刷集团邵阳分公司印刷

2006 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 720 × 960mm 1/16 印张: 18.75

字数: 260,000 印数: 1—3,000

ISBN7-5404-3791-X

I·2313 定价: 35.00 元

本社邮购电话: 0731—5983015

若有质量问题, 请直接与本社出版科联系调换。

● 作者 简介

王 晨 南京航空航天大学文化产业研究中心副教授，博士，著有《文化产业：变革中的文化》《软财务——基于价值创造的无形资产投资决策与管理方法研究》《文化产业管理》等。

北京大学文化产业前沿教材 (第一辑)

文化产业战略与商业模式
陈少峰 著

中国文化产业史
李向民 著

文化企业管理
王晨 编著

文化产业人力资源开发
向勇 主编

区域文化产业
花建 著

责任编辑：徐小芳
图书设计：郭天民

北京大学文化产业前沿教材

主 编

叶 朗 李向民

执行主编

陈少峰

总 策 划

朱建纲

策 划

刘清华

策划助理

向 勇 王 晨 谢不周 李文君

指导单位

文化部文化产业司

北京大学社会科学部

主持单位

北京大学文化产业研究所

国家文化产业创新与发展研究基地

南京航空航天大学文化产业研究中心

出品单位

湖南出版投资控股集团教材中心

湖南文艺出版社

学术顾问委员会

叶 朗 丁 伟 丹 增 张国有 朱 虹 王永章
刘玉珠 王 涛

编委会

叶 朗 谢 锐 张新建 程郁缀 张晓明 朱建纲
李向民 熊澄宇 喻国明 金元浦 胡惠林 王 强
陶东风 王育济 施维达 冯子标 花 建 祁述裕
齐勇峰 欧阳友权 张朝霞 徐世丕 罗争玉 陈少峰



总序

进入 21 世纪，中国的经济与文化发展进入一个新的融合时期，产业结构调整稳步推进，文化产业作为中国经济的重要的支柱产业已经引起政府部门和整个社会的高度重视。在这种形势下，文化产业的学科建设和文化产业的人才培养就成为一个极其紧迫的任务被提到了我们的面前。

为了适应这种形势的需要，我们组织编写了这套“北京大学文化产业前沿教材”。这套教材针对文化产业新型人才的分析问题能力和实践能力的培养，突出对产、学、研密切结合领域的探索和把握，突出以产业链结构为核心的跨学科的知识整合。

我们在策划这套教材的时候，注意到使这套教材具有比较宽泛的适应性。也就是说，这套教材既适应文化产业管理专业的本科生和研究生的专业课，也适应与文化产业相关的其他专业如新闻传播、广告、艺术、娱乐表演、出版、新媒体等专业的选修课；它们既可以作为在校学生的教材，同时也可以作为文化产业领域的从业人员及文化与宣传领域的管理人员的自学读物。

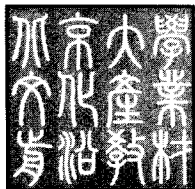
我们邀请了全国高等学校文化产业研究机构的许多知名学者和文化产业领导部门的一些领导同志参加这套教材的编写工作，这将有助于使

我们这套教材尽可能地综合当前国内外文化产业学科的最新成果，达到比较高的水平。

最后，我要对湖南出版投资控股集团董事长、总经理朱建纲先生以及出版社的编辑为这套教材付出的心血和劳动表示深深的谢意！

叶 朗

2006 年 7 月



文化企业管理

前言

文化企业并不是一个新生的事物，它具有一般企业的典型特征。所不同的是，文化企业所生产提供的是精神消费品。精神产品的投入要素、生产过程、商业模式、精神产品的设计创作等都有自身的特点。精神产品不同于一般物质产品的特质使得文化企业在企业经营管理方面呈现出一定的特殊性。所以，从另一方面来说，文化企业管理是一个新的研究课题。这本文化企业管理教材，主要来自我多年从事企业管理研究和实践的经验，以及近年来从事文化产业研究的体会和总结。在教材的结构上，根据文化企业管理的特征，从两个方面进行阐述。一是对文化企业管理一般规律的研究，这包括了文化企业管理在计划、组织、领导和控制等管理职能方面的特征。二是文化企业在具体的人力资源管理、财务管理、战略管理、项目管理、投资管理等经营活动中的运作及其特殊性。

作为一门新兴的学科，文化企业管理的研究还需要从实践中不断地汲取营养，一个重要的方面就是通过案例研究和实证从实践中总结文化企业管理的一般规律。教材编著者还注意到将一般企业的管理原理应用于文化企业的管理实践，运用了大量案例来说明和论证。但是这还是不够的，文化产业在国际和国内的发展十分迅速，文化企业也面临日益复

杂的竞争环境。本教材注重理论和实践操作层次的结合，更多地倾向于应用层次，这也决定了本教材需要不断地将实践的经验总结充实到教材中。希望这本教材的出版能够抛砖引玉，并且欢迎文化产业的研究者和实践者指出其中的漏误之处，并提出宝贵意见。

在此，特别感谢我所在的南京航空航天大学文化产业研究中心主任李向民教授，本书中关于文化产业的很多概念和思想得益于他的精神经济学思想，有关精神产品的概念则直接来自精神经济学的研究成果。



文化企业管理

目录

总序

前言

第一章 什么是文化企业管理 002

第一节 文化企业与一般企业的联系与区别 002

- 一 价值生产方式的转变 002
- 二 需求方面的差异 005
- 三 投入的要素差异 008
- 四 劳动者特质的差异 010
- 五 产品本身的差异 012

第二节 文化企业与文化事业单位 017

- 一 文化事业单位的概念 017
- 二 文化产业与文化事业 018

第三节 文化企业的定义与文化企业管理的内容 021

- 一 文化企业的基本定义和特征 021
- 二 文化企业管理的内容 023

第二章 文化企业的计划管理 025

第一节 文化企业计划的意义 025

- 一 计划的基本概念 025
- 二 计划的意义 026

第二节 计划的原则 028

- 一 以终为始的原则 028
- 二 长期和短期的结合 029
- 三 可行性和可操作性 030
- 四 充分考虑风险和灵活性 031

第三节 计划的层次和类型 031

- 一 计划的层次性 031
- 二 计划的基本类型 033

第四节 目标——我们要做什么 035

- 一 目标为什么重要 035
- 二 如何设定目标 039

第五节 政策、规则和程序——我们怎么做 041

第六节 预算——为未来分配资源 043

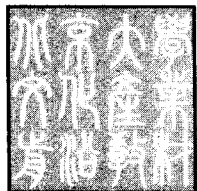
- 一 预算的几种方法 043
- 二 预算类型 044

第三章 文化企业的治理与组织 047

第一节 文化公司的治理结构 047

- 一 什么是公司治理 047
- 二 公司治理的主要工具 049
- 三 文化企业公司治理的难题 051

第二节 文化企业组织的设计 054



文化企业管理

目录

- 一 组织设计的基本问题 054
- 二 文化企业组织设计的步骤 055
- 三 文化企业的主要组织特征 059
- 四 善用文化企业中的非正式组织 064

第三节 文化企业的组织文化 065

- 一 企业文化的基本概念 065
- 二 文化企业的文化建设 067

第四节 文化企业集团的组织架构 068

- 一 集团总公司需要明确的职能 069
- 二 国有文化集团的附属功能 073
- 三 文化企业集团的组织设计 074
- 四 文化企业集团母子公司之间的持股关系 078

第四章 文化企业的领导与控制 079

第一节 创建愿景 规划目标 079

- 一 领导规划能力的重要性 079
- 二 领导远景规划能力的内涵 080

第二节 打造团队 设计组织 083

- 一 领导者组织能力的重要性 083
- 二 管理团队的组建 084
- 三 组织的设计能力 086

第三节 营造文化 建立信任 090

- 一 领导者在企业文化建设中的推动作用 090
- 二 文化企业中信任的建立 091

第四节 沟通教育 把握变化 091

- 一 文化企业领导者沟通的作用和内涵 092
- 二 沟通的原则 093
- 三 沟通方式 095

第五节 灵活运用 权变方式 096

- 一 领导风格 096
- 二 权变管理 098

第六节 有效控制 领导变革 099

- 一 有效控制 099
- 二 危机管理 101
- 三 领导变革与控制 102

第五章 文化企业的战略管理 104

第一节 文化企业战略规划过程 104

- 一 企业战略管理的基本概念 104
- 二 文化企业战略管理基本特征 105

第二节 文化企业的环境分析 110

- 一 宏观环境因素 110
- 二 产业竞争环境 116
- 三 企业内部环境分析 122



第三节 战略制定的具体内容与层次 123

- 一 文化企业战略管理的基本内容 123
- 二 战略层次 127

第四节 战略联盟 131

- 一 战略联盟基本含义和动因 131
- 二 战略联盟基本组成方式 133
- 三 文化企业的战略联盟需要注意的问题 135

第六章 文化企业的人力资源管理 137

第一节 文化企业人力资源管理的基本特征 137

- 一 人力资源管理的基本概念 137
- 二 人力资源是文化企业核心资源 139
- 三 文化企业人才结构的一般特征 140

第二节 文化企业人力资源管理的基本要求 143

- 一 实行战略性人力资源管理 143
- 二 人力资源管理以能力建设为中心 144
- 三 人力资源管理的开放性 145
- 四 人力资源管理的文化内涵 146
- 五 人力资源管理的全员性 146

第三节 文化企业的人力资源战略规划 147

- 一 人力资源管理战略规划体系的基本内容 147
- 二 人力资源的需求计划 148

- 三 人力资源需求分析 153
- 四 文化企业人员选聘 154
- 五 文化企业的人员考核 155
- 六 文化企业的薪酬制度 157
- 七 职业发展与生涯规划 161

第七章 文化企业投融资管理 165

第一节 文化企业投资决策 165

- 一 投资决策的法理性 165
- 二 投资决策机构的组织形式 166

第二节 投资评价 167

- 一 投资机会评估 168
- 二 资本成本 175
- 三 投资项目的附加经济值 176
- 四 文化产业的投资管理控制 179

第三节 企业投资的模式 182

- 一 项目孵化 182
- 二 直接投资 182
- 三 并购 183
- 四 合资 184

第四节 融资工具与金融市场 184

- 一 融资工具 184
- 二 金融市场 191