

21

世纪中国经纪人实用丛书



YANCHUJINGJIREN YANCHUJINGJIREN

# 演出经纪

# 人

胡月明 [著]

演出经纪人资格认证及管理  
演出经纪人的组织形式及经纪实务  
演出经纪合同  
演出常识  
演出市场营销  
项目管理下的演出经营  
演出市场管理  
演出财税实务与演出成本核算  
演出经纪人的企业管理  
国际演出经纪知识  
演出业的创新与产业化发展



中国经济出版社  
www.economyph.com

# 演出经纪人

胡月明 著

中国经济出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

演出经纪人/胡月明著. —北京:中国经济出版社,2002.11

ISBN 7-5017-5750-X

I. 演… II. 胡… III. 文娱活动—经纪人—基本知识  
IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 076630 号

**责任编辑:汪 京**

**封面设计:高书精**

## **演出经纪人**

**胡月明 著**

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街3号)

邮政编码:100037

**新华书店经销**

三河市欣欣印刷有限公司印刷

开本:A5 1/32 印张:15 字数:320千字

2002年11月第1版 2002年11月第1次印刷

印数:5000册

ISBN 7-5017-5750-X/F·4611

定价:28.00元



## 作者简介

胡月明,1964年出生于辽宁营口熊岳镇。1988年以优异成绩毕业于东北财经大学商业经济管理专业,1999年读取注册会计师方向研究生。大学毕业后入中国歌剧舞剧院,历任行政处、财务处负责人,现在剧院演出经理部工作,中国演出家协会理事。

作者多次参与国家大型演出活动的组织、策划、具体操作工作及大量商业演出运作,具有丰富的演出经纪、演出经营、财务管理、行政后勤工作经验,了解演出市场,具有较强的演出市场操作能力和市场创新意识。长期从事演出管理、演出经纪、演出财税核算的理论探索与实践工作,并发表过多篇管理论文,在所研究的领域均有建树。近年专门进行演出经纪人理论、实践研究。所著《演出经纪人》在专业刊物连载后,反响强烈,受到业内人士的好评。作者所著《演出财税实务》、《演出营销学》近期也将面世。

# 序 言

“演出经纪人”一词,在我国新闻媒体上出现只是近几年的事,比较其他行业经纪人,还是一个新生事物,文化部首次在2002年新修订的《营业性演出管理条例实施细则》法规文件中明确提出“演出经纪人”的概念,对演出经纪的理论探讨尚处于开始阶段。

经纪人是一个随着社会经济发展而出现的职业,在世界经济舞台上,也算是一个有久远历史的职业,在经济生活中,起到重要的促进作用,特别在市场经济体制中,经纪行业作为市场中介力量的一个重要组成部分,发挥着重要的市场催化剂作用。而演出经纪人是演出市场规范后逐步凸现出来的职业群体,20世纪80年代初期,颇具争议的“穴头”的出现,是演出经纪人队伍的萌芽,引发社会舆论关注的同时,也引发了文化行政管理部门对演出经纪职业群体的重视。随着改革开放和市场经济体制的建立,以法制管理演出市场的观念得到充分认识,现在已到了全面规范演出经纪人队伍的时候。

演出经纪人在近些年的演出市场上表现得十分活跃,对繁荣文化市场,丰富人民文化生活,加强国内、国际演出交流方面起到了重要作用。然而,对“演出经纪人”的相关理论探讨工作却显得落后于实践很多。正因为我国对演出经纪理论研究处于刚刚开始阶段,需要有全面介绍演出经纪人相关概念和业务的文章,但遗憾的是至今没有这方面的书籍,有



## 演出经纪人

---

关文化经纪人的书籍有少数的几本,但过于笼统,无法具体了解演出经纪人的业务知识,本书作者多年来,密切关注和探讨演出经纪人这一课题,根据自己的心得,编写了这本《演出经纪人》,比较系统的介绍了演出经纪人的工作业务和需要掌握的相关知识。对演出工作有一定的帮助作用。

我也希望有更多的演出市场管理人员、演出经纪人、演出商及艺术表演团体中的演出业务人员和艺术生产各环节管理人员,共同关心演出行业的理论研究工作,为社会主义市场经济体制下的演出市场健康发展提供理论基础,为演出实践工作服务。

中国演出家协会 陈自刚  
常务副主席



## 内容介绍

21世纪是充满着机遇和挑战的世纪。

世界经济全球化，中国市场经济建设快速发展，加入世界贸易组织，获得2008年奥运会举办权，新生的中国经纪人在新世纪必须不断提高从业素质，才能把握机遇，参与国际竞争。

《演出经纪人》是我国第一部系统论述演出经济理论与实践的专著。作为演出经济方面的专业书籍，不仅对演出经纪人和演出经纪活动进行了系统的理论介绍，而且提供了大量的实际案例，对希望从事演出经纪活动和研究的人士具有很强的指导意义。本书共十二章，从适合经纪人提高从业素质的实际需求出发，对演出经纪人资格认证及管理、演出经纪人的组织形式及经纪实务、演出经纪合同、演出常识、演出市场营销、项目管理下的演出经营、演出市场管理、演出财税实务与演出成本核算、演出经纪人的企业管理、国际演出经纪知识、演出业的创新与产业化发展等方面进行介绍。阐述了应知应会知识，着重介绍了演出经纪人的诚信从业成功之道。

目前，政府文化管理部门正在倾力推行建立演出经纪制度、演出从业人员岗位培训制度、演出市场巡查和责任制度等一系列旨在规范繁荣演出市场的法规，加大对演出市场的管理和监督力度。本书的出版填补了我国演出经纪经营理论的空白。可用、可读、可信，前瞻性地反映了行业发展趋势，是经纪人案头具有一定工具书性质的业务读本；同时又可为有志投身演出经纪业的各界人士提供完整的了解途径。而对广大读者了解和开展文化演出娱乐活动，无疑也是颇具知识性、趣味性的读物。

# 目 录

序言

## 第一章 演出经纪人绪论

第一节 经纪人的历史沿革 .....	( 2 )
一、经纪人的概念 .....	( 2 )
二、经纪人的特征与性质 .....	( 3 )
三、经纪人的作用 .....	( 4 )
四、经纪人的历史沿革 .....	( 5 )
五、经纪人的现状 .....	( 6 )
第二节 经纪人的分类 .....	( 8 )
一、我国中介组织分类概况 .....	( 8 )
二、从事经纪类业务的经纪人分类 .....	( 9 )
第三节 演出经纪人及其特点 .....	(12)
一、演出经纪人定义 .....	(12)
二、演出经纪人的经纪活动范围 .....	(14)
三、演出经纪活动的特点 .....	(15)
四、演出经纪人分类 .....	(17)
第四节 我国演出经纪人的现状 .....	(20)

## 第二章 演出经纪人资格认证及管理

第一节 进行资格认证的必要性 .....	(26)
一、治理演出市场的混乱现象 .....	(26)





二、依法管理文化市场 .....	(30)
三、与国际演出市场接轨 .....	(31)
四、演出行业进行自律管理 .....	(32)
第二节 如何进行演出经纪人资格认证 .....	(32)
一、国家法规的有关规定 .....	(33)
二、文化主管部门的有关规定 .....	(34)
三、演出经纪人资格认定的管理机构 .....	(35)
四、进行演出经纪人资格认证的程序 .....	(36)
五、现有演出经纪人的资格认证问题 .....	(38)
第三节 演出经纪人的自律与行业管理 .....	(39)
一、一般经纪人的管理 .....	(39)
二、演出经纪人的管理 .....	(39)
三、演出经纪人的自律性组织——中国演出家协会 .....	(42)
第四节 演出经纪人的素质要求 .....	(44)
一、一般经纪人的综合素质要求 .....	(44)
二、演出经纪人的专业素质要求 .....	(45)
三、中国人世后,对演出经纪人的素质要求 .....	(47)
<b>第三章 演出经纪组织形式及经纪工作实务</b>	
第一节 演出经纪人的组织形式 .....	(50)
一、演出经纪人的基本组织形式 .....	(50)
二、演出经纪人注册登记的专门规定 .....	(52)
三、选择合适的演出经纪组织形式 .....	(55)
四、演出经纪人的工商注册登记 .....	(56)
第二节 演出经纪人的权利和义务 .....	(57)
一、演出经纪人的经纪活动方式 .....	(58)



二、演出经纪人的权利和义务 .....	(59)
第三节 演出经纪人主要经纪业务内容 .....	(61)
一、收集、整理、利用信息 .....	(62)
二、经纪对象与经纪项目的确定 .....	(64)
三、演出经纪谈判工作 .....	(67)
四、演出经纪经营合同管理 .....	(74)
五、演出经纪经营合同的履行 .....	(74)
六、取得佣金收入 .....	(76)
七、经纪业务总结和评估管理 .....	(78)
第四节 演出经纪人的经纪技巧 .....	(79)
一、获取信息资料方面的技巧 .....	(80)
二、谈判技巧 .....	(80)
三、报价技巧 .....	(81)
四、履行经纪业务技巧 .....	(81)
五、自我保护技巧 .....	(83)
<b>第四章 演出经纪合同</b>	
第一节 合同有关常识 .....	(88)
一、合同的概念与订立 .....	(88)
二、合同的效力、履行和无效合同 .....	(91)
三、合同的变更、转让和解除 .....	(93)
四、演出合同的有关规定 .....	(94)
第二节 经纪合同之委托合同 .....	(95)
一、委托合同的概念与特征 .....	(95)
二、委托合同与相关制度的区别 .....	(98)
三、委托合同的效力 .....	(101)
四、委托合同的终止 .....	(104)



第三节 经纪合同之行纪合同 .....	(104)
一、行纪合同概述 .....	(105)
二、行纪合同的订立 .....	(107)
三、行纪合同的效力 .....	(108)
四、行纪合同的终止 .....	(112)
第四节 居间合同 .....	(113)
一、居间合同概述 .....	(113)
二、居间合同的订立 .....	(117)
三、居间合同的效力 .....	(119)
第五节 演出经纪合同管理 .....	(122)
一、依法管理是合同管理工作的前提 .....	(122)
二、合同的基础管理工作 .....	(123)

## 第五章 演出常识

第一节 演出类型的划分 .....	(126)
一、演出组成要素 .....	(126)
二、演出类型的划分 .....	(128)
第二节 基本音乐常识 .....	(129)
一、音乐的定义与特性 .....	(129)
二、音乐体裁的划分 .....	(130)
三、音乐演出形式和体裁 .....	(132)
第三节 演出剧目的创作生产和演出 .....	(142)
一、剧目的创作准备阶段 .....	(143)
二、剧目创作前期准备阶段(排练之前) .....	(152)
三、排练制作阶段的工作内容 .....	(153)
四、合成彩排阶段的工作内容 .....	(154)
五、首演阶段 .....	(155)



六、剧团业务部门的配合工作 .....	(156)
第四节 演出场所 .....	(157)
一、演出场所的基本情况 .....	(157)
二、演出场所对演出的制约 .....	(158)
三、选定演出场所后要落实的问题 .....	(158)
四、剧场的一般性规定 .....	(159)
第五节 其他演出相关常识 .....	(160)
一、巡回演出的注意事项 .....	(160)
二、其他有关演出常识 .....	(164)
<b>第六章 演出市场营销学知识</b>	
第一节 演出市场营销导论 .....	(170)
一、市场营销学与演出市场营销 .....	(170)
二、演出市场营销观念 .....	(172)
第二节 演出市场营销管理 .....	(176)
一、演出市场营销的实质 .....	(176)
二、演出市场营销管理的任务 .....	(176)
三、演出市场营销管理过程 .....	(178)
第三节 演出市场观众消费行为分析 .....	(182)
一、影响观众消费需求的主要因素 .....	(182)
二、演出消费的特点 .....	(186)
三、演出消费的动机 .....	(187)
四、演出消费行为类型 .....	(188)
五、演出消费决策过程 .....	(188)
第四节 演出市场竞争战略 .....	(190)
一、竞争者分析 .....	(190)
二、选择自身的对策 .....	(192)



三、自身的竞争定位 .....	(192)
第五节 演出经营产品策略 .....	(195)
一、产品组合策略 .....	(196)
二、服务策略 .....	(197)
三、品牌策略 .....	(200)
四、包装策略 .....	(202)
五、演出产品生命周期策略 .....	(203)
第六节 定价策略 .....	(205)
一、定价方法 .....	(206)
二、定价策略 .....	(207)
三、价格变动和企业竞争对策 .....	(208)
第七节 分销策略 .....	(209)
一、演出分销策略 .....	(209)
二、演出分销渠道策略 .....	(211)
第八节 促销策略 .....	(213)
一、演出促销组合决策 .....	(214)
二、广告策略 .....	(215)
三、人员推销策略 .....	(217)
四、销售促进策略 .....	(219)
五、宣传策略 .....	(220)

## 第七章 项目管理下的演出经营

第一节 项目管理导论 .....	(224)
一、项目的特性及其制约因素 .....	(224)
二、项目管理的内容 .....	(226)
三、项目管理的任务与原则 .....	(227)
第二节 项目演出计划管理制度 .....	(228)



一、项目演出计划的目的 .....	(228)
二、项目演出计划的功能 .....	(229)
三、制定演出项目计划的原则 .....	(229)
四、演出项目计划的形式 .....	(230)
五、项目演出计划的内容 .....	(230)
六、制定演出项目计划的步骤 .....	(232)
七、项目计划的分解 .....	(232)
八、项目计划进度的安排制度 .....	(233)
第三节 具体项目执行管理过程 .....	(234)
一、项目采购管理 .....	(234)
二、项目成本管理 .....	(236)
三、项目的风险及质量管理 .....	(237)
四、项目团队管理 .....	(240)
五、项目管理总结与评估 .....	(242)
第四节 项目演出管理分析 .....	(243)
<b>第八章 演出市场管理</b>	
第一节 演出市场与演出市场管理 .....	(248)
一、演出市场 .....	(248)
二、演出市场管理 .....	(251)
第二节 演出市场的管理原则 .....	(252)
一、演出市场管理原则 .....	(252)
二、目前演出市场管理方向 .....	(255)
第三节 演出市场管理机制 .....	(260)
一、演出市场的行政管理 .....	(260)
二、演出市场的法制管理 .....	(262)
三、演出市场的经济管理 .....	(263)



四、演出市场的教育管理 .....	(264)
五、演出市场的自律管理 .....	(266)
第四节 演出市场管理法规内容 .....	(269)
一、总则部分 .....	(269)
二、演出单位和个体演员的审批部分 .....	(270)
三、营业性演出活动的管理 .....	(273)
四、罚则部分 .....	(276)
第五节 加入 WTO 后的演出市场管理 .....	(277)

## 第九章 演出财税知识

第一节 基本财务核算制度 .....	(282)
一、进行准确的会计核算的目的 .....	(282)
二、会计核算在演出业务中的作用 .....	(283)
三、我国的会计规范体系 .....	(287)
第二节 演出成本核算 .....	(288)
一、内部演出成本核算与企业成本核算的区别 .....	(289)
二、演出成本核算的原则 .....	(290)
三、演出成本核算的一般程序 .....	(291)
四、演出成本核算的意义 .....	(295)
第三节 演出相关税法知识 .....	(297)
一、依法纳税的意义 .....	(297)
二、演出行业与相关税种 .....	(298)
三、相关税种、税目的计算办法 .....	(299)
四、纳税实务 .....	(303)
第四节 演出收入分配 .....	(304)
一、演出收入分配原则及分配基本方式 .....	(304)
二、演出人员费用范围 .....	(305)



三、演出收入分配的管理规定 .....	(306)
<b>第十章 演出经纪人的企业管理</b>	
<b>第一节 影响演出经纪人经营的因素</b> .....	(308)
一、企业的成败取决于企业所处的宏观经营环境 ..	(308)
二、企业的经营成败取决与企业的微观经营环境 ..	(315)
三、企业的兴衰取决于管理水平 .....	(318)
四、企业的成败取决于领导 .....	(318)
<b>第二节 管理的概念与管理职能</b> .....	(319)
一、管理的历史和发展 .....	(319)
二、管理概念与管理职能 .....	(320)
<b>第三节 计划与控制</b> .....	(321)
一、计划与控制系统及其基础 .....	(322)
二、计划系统 .....	(322)
三、控制系统 .....	(324)
四、计划与控制的协调 .....	(325)
<b>第四节 组织与制度</b> .....	(326)
一、组织结构 .....	(326)
二、演出组织结构形式选择 .....	(327)
三、制度规范 .....	(332)
四、制度化管埋 .....	(336)
<b>第五节 人员的配置与激励</b> .....	(337)
一、人员配置的基本问题 .....	(337)
二、管理人员配置 .....	(340)
三、管理人员的培训和考评 .....	(342)
四、激励的作用机制 .....	(343)
五、激励理论模式 .....	(345)





六、激励工作系统设计 .....	(347)
第六节 领导 .....	(348)
一、领导的功能 .....	(348)
二、领导的权力与影响 .....	(348)
三、领导的有效性和领导方式 .....	(350)

## 第十一章 国际演出经纪常识

第一节 国际演出市场概述 .....	(354)
一、国际市场的概念 .....	(354)
二、国际演出市场概述 .....	(355)
第二节 国际演出经纪惯例 .....	(357)
一、确定演出经纪目标市场 .....	(357)
二、制定涉外演出经纪计划 .....	(361)
三、进行演出经纪运作程序 .....	(363)
四、国际演出市场运作惯例 .....	(365)
五、国外巡回演出经纪 .....	(370)
第三节 正确面对国际演出市场竞争 .....	(372)
第四节 涉外演出市场管理 .....	(376)
一、涉外演出的管理部门及职权 .....	(376)
二、涉外演出组织者资格认定 .....	(377)
三、派出和引进项目的内容 .....	(378)
四、项目的审批程序 .....	(380)
五、表演活动的管理 .....	(381)



## 第十二章 演出业的创新与产业化发展

第一节 环境对演出行业管理的要求 .....	(384)
------------------------	-------