

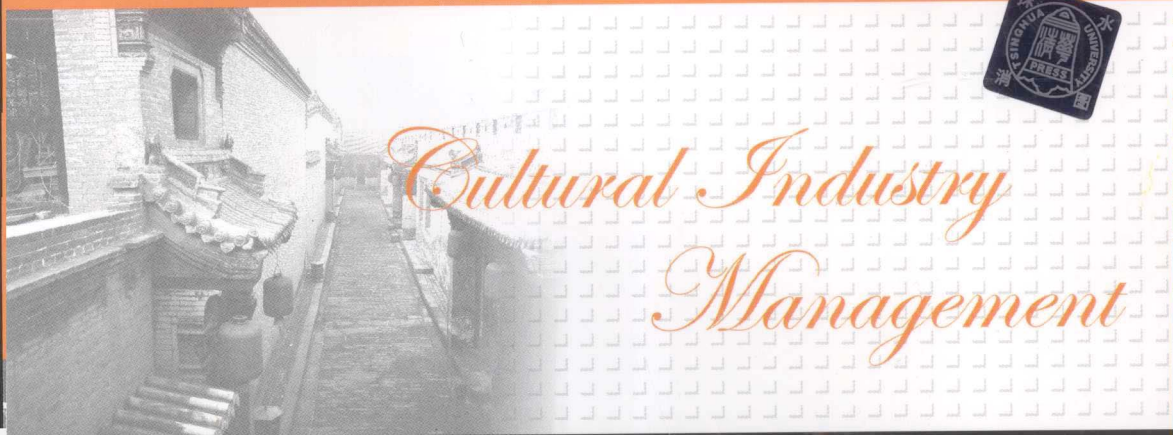


“十二五”普通高等教育规划教材·经管系列

赵晶媛/编 著

文化产业与管理

(第2版)



清华大学出版社

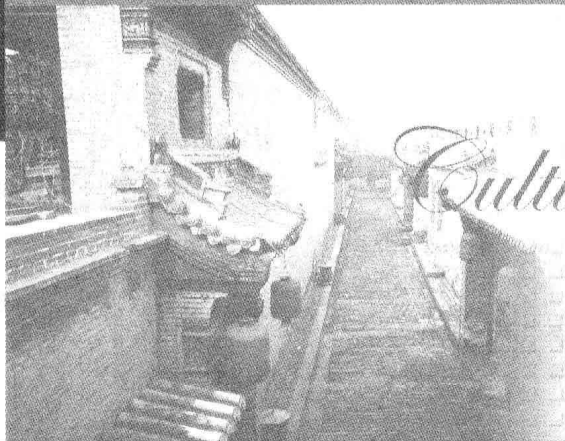


“十二五”普通高等教育规划教材·经管系列

赵晶媛/编 著

文化产业与管理

(第2版)



*Cultural Industry
Management*

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书围绕文化产业管理的理论与实践,系统地介绍了文化产业管理的主要知识框架和知识体系。全书分为文化产业与管理总论和分论两篇。总论包括文化产业概述,文化产业管理的路径、原则和模式,文化产业资源与开发,文化产业的投资管理,文化产业的品牌管理,文化产业的人力资源管理,文化产业的项目管理和文化产业的知识产权管理;分论为分行业介绍,包括图书出版业、新闻传媒业、广播影视业、动漫业、网络业、表演艺术业、广告业及文化旅游业等,具体论述文化产业中主要行业部门的管理实务和方法策略。

本书可作为普通高等院校文化产业管理、工商管理、传播学、新闻学、文学、艺术学等专业的教材使用,也可作为文化产业从业人员实用的参考书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

文化产业与管理/赵晶媛编著. —2版. —北京:清华大学出版社,2013

“十二五”普通高等教育规划教材·经管系列

ISBN 978-7-302-32499-7

I. 文… II. ① 赵… III. 文化产业-管理-高等学校-教材 IV. G114

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第105264号

责任编辑:杜春杰

封面设计:康飞龙

版式设计:文森时代

责任校对:王 云

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京世知印务有限公司

装 订 者:三河市溧源装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm 印 张:24.25 字 数:472千字

版 次:2010年3月第1版 2013年8月第2版 印 次:2013年8月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:38.00元

第2版前言

2010年10月,党的十七届五中全会提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业的战略目标;2011年10月,党的十七届六中全会对推进文化改革发展作出了部署,强调要推进社会主义核心价值体系建设、大力发展公益性文化事业、保障人民基本文化权益,与此同时,加快发展文化产业,推动文化产业成为国民经济支柱性产业;2012年2月,文化部正式向社会发布了《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》,明确了“十二五”时期文化系统文化产业的指导思想、发展思路、发展目标、主要任务、重点行业和保障措施,这一规划的制定出台对“十二五”期间文化系统文化产业发展有着重要的指导意义;2012年11月,党的十八大更是对文化产业发展提出了更高要求:要发展新型文化业态,提高文化产业规模化、集约化、专业化水平;在2013年3月全国“两会”上,文化产业、文化建设、文化消费、文化体制改革依旧是大会代表委员们讨论的热点话题。让文化产业成为实实在在的国民支柱性产业已经成为普遍共识。

针对我国文化产业蓬勃发展和文化产业管理人才短缺之间的巨大矛盾,在加快文化产业管理人才培养的背景下,2010年清华大学出版社出版了《文化产业与管理》,该书一经出版即受到了产业界和学术界的一致好评,特别是受到广大教师和学生的欢迎,在当当网的图书评价中被百分百的推荐。然而本书出版后的几年内,文化产业在我国国民经济中的地位日渐提高,我国对文化产业发展的重视也提到前所未有的高度,同时,国际国内文化产业的学术研究领域和管理实践领域都取得了新的成果,因此有必要对本书进行全面修订,以适应新形势下我国文化产业发展对人才培养的新要求和新需要。

本次改版继承了原书管理体系完整、实践性突出、内容新颖、时代感强等优点,与第1版相比主要有以下四个方面的改进。

第一,鉴于文化产业的项目管理和品牌管理较其他产业有其特殊性,其更复杂更易受外部环境的影响,因此在文化产业管理总论中增加了文化产业的品牌管理和文化产业的项目管理两章内容。

第二,文化产业是一个具有创意性特征的“内容为王”的产业,与其他产业相比,其时代感也最强。为紧扣其日新月异的时代脉搏,本次修订精选了近期我国文化产业发展中的最典型事件,更新了引导案例和案例讨论中的全部案例,以及穿插在概念和理论

陈述中的实证案例。

第三，受全球金融危机的影响，在过去的几年内，国际和国内文化产业也受到不同程度的影响，但仍然有较大的发展。本次改版引用最新的文化产业数据，更新和修订各章中发展和变化的内容，使其成为最前沿的文化产业管理理论和实践的教材与参考书。

第四，欧美国家和日本等文化产业强国，在文化产业发展过程中逐渐形成先进的管理理论，本次修订吸收了国际上优秀的管理经验和新的学术成果，结合中国文化产业的特征和管理实践，构建了具有中国特色的文化产业管理体系和知识框架。

编 者

2013年4月

第1版前言

2009年7月22日,《文化产业振兴规划》经国务院常务会议讨论并原则通过,这是我国第一部文化产业专项规划,对应对金融危机、加快文化产业发展、推动经济结构调整有着重要意义。《文化产业振兴规划》的出台,标志着我国把文化产业提升到了国家战略的层面。然而,文化产业管理人才的短缺与文化产业蓬勃发展之间的巨大矛盾日显突兀,人才短缺问题已经成为阻碍文化产业发展的制约性因素。文化产业的发展势头迅猛,在这样的背景下,加快文化产业管理人才的培养,特别是培养既懂经济又精通文化产业行业特点的复合型高素质经营管理人才,显得十分紧迫。

本书围绕文化产业管理的理论与实践,系统地介绍了文化产业管理的主要知识框架和知识体系。全书分为文化产业与管理总论和分论两篇。文化产业与管理总论包括文化产业概述,文化产业管理的路径、原则和模式,文化产业的资源与开发,文化产业的投资管理,文化产业的人力资源管理和文化产业的知识产权管理;文化产业与管理分论将分行业介绍,包括图书出版业、新闻传媒业、广播影视业、动漫业、网络业、表演艺术业、广告业及体育休闲业等,具体论述文化产业主要行业部门的管理实务和方法策略。本书适合高等院校文化产业管理专业、经管类专业以及传播学、新闻学、文学、艺术学等专业作为教材使用,也可作为文化产业从业人员实用的参考书。

本书有以下几个特点。

1. 管理实践突出, 兼顾完整理论体系

本书兼顾应用型和复合型人才培养特点,在教材编写中考虑就业导向,为社会培养经营、建设、管理、服务第一线的文化产业管理人才;在教学中强调专业知识和管理能力相结合的教学特点,旨在造就专业知识扎实、管理能力强的复合型人才。本书在内容体系上,力求突出文化产业的管理实务和实践,并兼顾了文化产业管理完整的理论体系。

2. 内容有时代感, 符合文化产业特性

根据文化产业的特点,本书章节布局和行文特点既严谨又生动,并加入时尚内容,符合文化产业的创意特征,同时,通过多模块内容避免教材枯燥,增加了教材的可读性。本教材配合文化产业的理论体系引入了大量有时代感的新颖案例,其中引导案例、案例讨论及穿插在概念和理论陈述中的实证案例和数据占教材内容比例的20%。

3. 引用最新数据，吸收最新研究成果

文化产业管理是一门较新的课程，随着文化产业迅速崛起和日新月异的发展，其理论和实践联系也日益密切。本书引用文化产业发展的近期数据，吸收文化产业研究的最新成果，并结合国内外最新的发展现状和问题进行论述。

4. 紧扣教学特点，方便教师使用

本书借鉴了国内外优秀教材，扬长避短，紧扣教学，综合考虑相关教学大纲和授课学时的分配，适当安排理论讲解和案例讨论的内容比例等来组织章节和内容，并提供 30~44 学时的电子教学课件和书中案例答案及其他可供参考使用的案例，方便教师使用。

编 者

2010 年 1 月

目 录

上篇 文化产业与管理总论

第一章 迅速崛起的文化产业	2
引导案例 文化产业发展成为“两会”热点话题	2
本章导读	3
第一节 文化产业的概念和特征	3
第二节 文化产业的产生和发展	11
第三节 发展文化产业的任务和意义	16
第四节 创意经济和文化产业竞争力	22
思考题	30
案例讨论 《舌尖上的中国》——从美食到文化的创意纪录	30
第二章 文化产业管理的路径、原则和模式	32
引导案例 文化部确定 2013 年文化系统体制改革工作要点	32
本章导读	33
第一节 我国文化产业管理现状	33
第二节 文化产业管理的国际借鉴	37
第三节 文化产业管理的路径	39
第四节 文化产业管理的原则	43
第五节 文化产业管理的模式	46
思考题	52
案例讨论 重庆演艺集团改革发展纪实	53
第三章 文化产业资源与开发	55
引导案例 京剧艺术如何传承发展	55
本章导读	56
第一节 文化产业资源的构成	56
第二节 文化产业资源的特点	65

第三节 文化产业资源的开发原则	67
思考题	69
案例讨论 “千年瓷都”景德镇重新焕发生机	69
第四章 文化产业的投资管理	71
引导案例 投资基金:为文化企业注入“血液”	71
本章导读	72
第一节 文化产业投资的特点	72
第二节 文化产业资本投资和运营方式	77
第三节 文化产业投资的宏观管理	85
思考题	88
案例讨论 新媒体上市 成长中机遇与挑战并行	88
第五章 文化产业的 brand 管理	90
引导案例 中国文化品牌高峰论坛发布 2012 年度文化品牌	90
本章导读	91
第一节 文化产业需要树立品牌理念	91
第二节 文化产业品牌的打造	103
第三节 文化产业品牌的维护	109
思考题	112
案例讨论 翔通动漫绿豆蛙品牌的成功之道	113
第六章 文化产业的人力资源管理	115
引导案例 动漫游戏人才缺口百万 完美之星探索解决之道	115
本章导读	116
第一节 文化产业人力资源的特点	116
第二节 文化产业人力资源的构成	119
第三节 文化产业人力资源的培养	125
第四节 文化产业人力资源的开发管理	132
思考题	135
案例讨论 青年戏曲人才培养的浙江模式	135
第七章 文化产业的项目管理	137
引导案例 31 年央视春晚 探索项目管理之路	137

本章导读	138
第一节 文化产业项目管理的含义和特点	139
第二节 文化产业项目的选择和计划	143
第三节 文化产业项目的经理与团队	146
第四节 文化产业项目管理的风险分析	149
第五节 文化产业项目的控制	153
思考题	158
案例讨论 从王菲重庆演唱会看项目的风险管理和变更管理	158
第八章 文化产业的知识产权管理	160
引导案例 “李鬼”高达 71 家 同仁堂将维权进行到底	160
本章导读	161
第一节 文化产业的知识产权保护	161
第二节 文化产业知识产权管理的现状和问题	169
第三节 文化产业知识产权管理对策	172
思考题	174
案例讨论 电影衍生品开发：掘金勿忘知识产权	174
 下篇 文化产业与管理分论	
第九章 图书出版业管理	177
引导案例 数字出版不只是“看上去很美”	177
本章导读	178
第一节 图书出版业的发展现状和阶段	179
第二节 图书出版业管理的概念和意义	188
第三节 图书出版业管理的原则、内容和手段	190
第四节 图书出版业未来的发展趋势	196
思考题	198
案例讨论 电子书：孕育缓慢 前景看好	198
第十章 新闻传媒业管理	200
引导案例 微博 Vs 微信 微时代的较量	200
本章导读	201

第一节 新闻传媒的属性和传播过程	201
第二节 新闻传媒业的发展状况	204
第三节 新闻传媒业的管理模式	209
思考题	215
案例讨论 “好声音”如何唱成好产业	215
第十一章 广播影视业管理	217
引导案例 微电影未来“钱途”超传统电影产业	217
本章导读	218
第一节 广播影视业的范畴和地位	219
第二节 广播影视业的发展现状和问题	223
第三节 广播影视业的宏观管理	228
第四节 广播影视业发展的转型升级	232
思考题	240
案例讨论 历史题材电视剧是该检讨了	241
第十二章 动漫业管理	243
引导案例 动漫:“中国好故事”还要等多久	243
本章导读	244
第一节 动漫业发展的现状和问题	245
第二节 动漫业制作、发行和播映管理	256
第三节 动漫业衍生产品及管理	266
思考题	271
案例讨论 华强新作《熊出没》闯出国产动漫新路子	271
第十三章 网络业管理	273
引导案例 寻找文化强国密码:为什么是微信	273
本章导读	274
第一节 网络业的概念和特征	274
第二节 网络文化产业的社会功能	279
第三节 我国网络业发展状况	284
第四节 网络业的管理创新	291
思考题	296
案例讨论 音乐付费下载,如何分好这块蛋糕	296

第十四章 表演艺术业管理	298
引导案例 “天价”演出票藏多少“猫腻”	298
本章导读	299
第一节 表演艺术业管理的性质、职能和任务	299
第二节 表演艺术业的生产特性和管理特点	302
第三节 表演艺术业管理的基本原则	313
第四节 表演艺术业管理的方法	319
思考题	322
案例讨论 《野猪林》国外演出一票难求 京剧“走出去”的品牌意义	322
第十五章 广告业管理	324
引导案例 公益广告是春晚的一大亮点	324
本章导读	325
第一节 广告业的内涵与特点	325
第二节 广告业管理的概念与特征	330
第三节 广告业的法律管理	337
第四节 广告业的消费者监督与行业自律	342
思考题	347
案例讨论 《金婚风雨情》植入广告惹争议	348
第十六章 文化旅游业等管理	350
引导案例 文化部正式颁发《娱乐场所管理办法》	350
本章导读	350
第一节 文化旅游业的开发与经营	351
第二节 休闲娱乐业的经营与管理	358
第三节 体育赛事的分类与管理	362
思考题	372
案例讨论 阿房宫国家遗址公园 打造世界级旅游目的地	372
参考文献	374

上篇

文化产业与管理总论

第一章 迅速崛起的文化产业



引导案例

文化产业发展成为“两会”热点话题

2013年3月,在全国“两会”上,文化产业、文化建设、文化消费、文化体制改革,依旧是大会代表委员们讨论的热点话题。在政府工作报告中也明确提出,要推动旅游、文化消费的大幅增加。在国有经营性文化单位转企改制任务基本完成的情况下,把文化改革发展纳入经济社会发展总体规划,列入各级政府效能和领导干部政绩考核体系,推动文化事业全面繁荣、文化产业快速发展。

全国政协主席贾庆林在全国政协召开的“深化文化体制改革,繁荣发展文化事业和文化产业”专题协商会上表示,要推动社会资本进入文化产业等问题深入调查研究,许多意见建议转化成为党和政府的决策部署。国家发改委主任张平就表示,2012年消费对经济增长的贡献率是51.8%,投资是50.4%,消费超过了投资,因此今年乃至今后一个时期,要培养像文化消费这样的新消费热点。文化部部长蔡武也在文化部系统全国人大代表、政协委员座谈会上提出,要以转企改制为中心环节,大力推进文化体制改革取得新突破。以推动文化产业成为国民经济支柱性产业为目标,振兴文化产业,并推进文化与科技融合,进一步提高科技创新能力和艺术科研水平。国家新闻出版总署署长柳斌杰在全国“两会”期间,就文化体制改革问题指出,文化体制改革要按照十七届六中全会精神继续推进,经营性的按照产业化来发展,公益性的按照事业来推进。在国内事业单位改革的大背景下,文化事业的改革仍将继续推进。文化产业下一步的发展重点是调整结构和加快重组,未来将会出台相关政策加以推动,以打破区域界限、专业分工。

自从文化产业被确立为国民经济支柱性产业以来,我国的文化产业迎来新一轮的发展高潮。2012年国内文化产业总产值突破4万亿元,文化产业在我国GDP中所占比重正在进一步提升,对社会经济发展的拉动作用正逐渐增强。2013年我国文化产业增加值有望达到1.6万亿元,维持18%~20%的年均增速。在文化出口方面,根据中国海关总署公布的最新数据显示,2012年我国文化产品出口总体呈现快速增长态势,全年文化产品出口额为217.3亿美元,同比增长16.3%。各文化产业细分领域也有着优异的表现。新闻出版方面,2012年我国新闻出版业实现营业收入1.65万亿元,较2011年增长13.6%,增加

值 4 451.4 亿元, 增长 10.7%。在万众瞩目的电影市场, 根据广电总局电影局最新数据显示, 2012 年我国生产各类电影 893 部, 同比增长 60%; 电影总票房 170.73 亿元, 同比增长 30.18%。在动漫领域, 2012 年全国制作完成的国产电视动画片共 395 部 222 938 分钟, 继续保持世界第一。

虽然文化产业发展前景一片大好, 但与发达国家相比, 我国文化产业发展还存在不小差距。按照国际标准估算, 目前我国文化消费缺口达 3 万亿元。从国外经验来看, 文化产业增加值取决于市场消费空间和产业结构调整状态。要想保持文化产业高速发展, 必须要着眼未来, 不要过分注重增长数据, 要合理调配产业结构, 重点拉动文化消费, 以保证产业长久稳定发展。

资料来源: 陈杰. 文化消费破题填补 3 万亿元缺口. 北京商报, 2013-03-08 (A2, A5 版)



本章导读

党的十六大以来, 党中央、国务院高度重视发展文化产业, 采取了一系列政策措施, 深入推进文化体制改革, 加快推动文化产业发展。“十二五”规划对文化产业做出全面规划; 十七届六中全会首次将文化产业提升到支柱产业地位; 《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》对文化产业做出详细的规划表; 党的十八大更是对文化产业发展提出了更高要求: 要发展新型文化业态, 提高文化产业规模化、集约化、专业化水平。在强劲的市场需求支撑、文化和科技的融合、社会资本的广泛支持和各级党委和政府的高度重视下, 我国文化产业从探索、起步, 开始进入加速发展的新时期, 凸显出成长为国民经济支柱性产业的巨大潜力。

本章作为全书的导论, 重点介绍文化产业的概念、特征、产生和发展, 我国发展文化产业的 tasks 和意义, 以及文化产业竞争力等相关内容。

第一节 文化产业的概念和特征

一、文化产业的内涵和外延

文化产业首先是产业, 属于经济学研究范畴, 更确切地说是属于文化经济学的范畴。因此, 理解文化产业的关键在于“产业”。产业 (Industry) 是介于微观经济组织 (厂商、家庭) 和宏观经济组织 (国民经济) 之间的中观经济层次。作为一个经济概念, 产业的产生和发展是一个历史的过程, 它随着社会分工的深化和生产力的发展而逐步形成和演

变，是一个具有部门、行业、业种等多种层次的经济系统。

文化产业是一个独立的经济门类，指从事文化产品与文化服务的生产经营活动以及为其提供相关服务，以满足人们精神文化需求为目的的产业群。文化产业包括两方面含义：一是文化的产业化，二是产业的文化化。文化产业不仅具有其他产业所具有的技术性和商业性的所有特点，而且还具有文化特性。

2004年，为贯彻落实党的十六大关于文化建设和文化体制改革的要求，建立科学可行的文化产业统计，规范文化及相关产业的范围，国家统计局在与中宣部及国务院有关部门共同研究的基础上，依据《国民经济行业分类》（GB/T4754—2002），制定了《文化及相关产业分类》，并作为国家统计标准颁布实施。从实施情况看，以此分类为基础开展的统计工作为反映我国文化产业的发展状况，为文化体制改革和文化产业发展宏观决策提供了重要的基础信息。

党的十七届五中全会提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业的战略目标，党的十七届六中全会进一步强调推动文化产业跨越式发展，使之成为新的增长点、经济结构战略性调整的重要支点、转变经济发展方式的重要着力点，对文化产业统计工作提出了新的要求。同时，由于新的《国民经济行业分类》（GB/T4754—2011）颁布实施，联合国教科文组织《文化统计框架—2009》的发布，文化新业态的不断涌现，有必要对2004年制定的《文化及相关产业分类》进行修订。2011年9月28日，中宣部、国家统计局在北京召开了文化产业统计研讨会，会议决定对现行分类进行修订，新的分类标准从2012年统计年报开始正式实行。

根据国家统计局颁布的《文化及相关产业分类（2012）》，分类规定的文化及相关产业是指为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合。我国文化及相关产业的范围包括以下四种。

（1）以文化为核心内容，为直接满足人们的精神需要而进行的创作、制造、传播、展示等文化产品（包括货物和服务）的生产活动。

（2）为实现文化产品生产所必需的辅助生产活动。

（3）作为文化产品实物载体或制作（使用、传播、展示）工具的文化用品的生产活动（包括制造和销售）。

（4）为实现文化产品生产所需专用设备的生产活动（包括制造和销售）。

本分类将我国文化及相关产业分为五层。

第一层分为“文化产品的生产”和“文化相关产品的生产”两部分；第二层根据管理需要和文化生产活动的自身特点分为10个大类，即“新闻出版发行服务”、“广播电视电影服务”、“文化艺术服务”、“文化信息传输服务”、“文化创意和设计服务”、“文化休闲娱乐服务”“工艺美术品的生产”、“文化产品生产的辅助生产”、“文化

用品的生产”、“文化专用设备的生产”等；第三层依照文化生产活动的相近性分为 50 个中类；第四层是具体的活动类别，共计 120 个小类；第五层是对于含有部分文化生产活动的小类设置延伸层，共计 29 个。

在中国，文化产业是一个与文化事业相对的概念。公益性文化事业与经营性文化产业都是大文化范畴内的具体概念，共同构成中国的文化建设。根据《文化及相关产业分类（2012）》，统计上所称的“文化及相关产业”指本分类所覆盖的全部单位，“文化产业”仅指经营性文化单位的集合，“文化事业”仅指公益性文化单位的集合。

文化事业本身也分为几个层次：第一层次是泛指整个文化，如我们通常使用的“发展文化事业”就是指发展整个文化；第二层次是指与文化产业相对的整个文化事业，具体包括公益文化和部分市场文化；第三层次是指文化事业单位，即受国家各级文化行政部门直接管理的、生产文化产品和提供文化服务的社会组织。尽管文化产业与文化事业的出发点、目标、运行机制及投资主体均有所不同，但两者却相辅相成、相得益彰，并且有时会相互融合、相互促进、“你中有我、我中有你”。两者的联系主要体现在以下几个方面。

第一，发展文化事业能够拉动文化产业的发展。对文化事业的投入也是对文化产业的间接性投资，是为文化产业作出开源性的投资，同时也是对文化产业消费潜能的培养。文化事业搞好了，才能促使公众对文化产生兴趣，从而培养和提高民众的文化素养，为消费文化产品和文化服务创造条件。这就必然会带来文化的直接消费或相关消费，为文化产业培养、创造和拓展文化市场，拉动文化产业的发展。同时，公益性文化事业的发展，也会直接拉动对文化产品和服务的需求，为文化产业的发展提供市场空间，从而推动文化产业向前发展。

第二，发展文化产业为发展文化事业奠定物质基础。文化产业发展了，才会对文化事业产生投入的回报。文化产业也是文化事业经济基础的一部分，文化事业的投入中有一部分直接来源于文化产业。例如，各地开征的文化事业建设费、设立的宣传文化事业基金，就是直接从文化产业部门的营业收入中收取的。这就是我们常说的“以文养文，以文补文，以文促文”。文化产业发展了，可以为国家创造更多的税收，使国家有更多的物力财力用以支持文化事业的发展。

第三，文化事业和文化产业在一定条件下会相互转化。文化事业和文化产业的划分也不是绝对的，在一定的条件下是可以相互转化的。有些文化事业，当社会经济发展，人们消费水平提高后就会发展成文化产业。例如，过去广播电视是作为文化事业来对待，而随着市场经济的发展，广播电视业中的某些节目提供、网络传输、节目播出等则采取了产业方式经营，变成了文化产业。而有的文化产业，当消费者减少时就会转成文化事业，这时就需要以国家或社会投入来加以保护，如民族音乐、戏曲等某些传统艺术。