



经济管理学术文库·管理类

艺术管理理论与实践

Theory and Practice of Arts Management

徐莉娅 / 著



经济管理学术文库·管理类

艺术管理理论与实践

Theory and Practice of Arts Management

徐莉娅 / 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

艺术管理理论与实践/徐莉娅著. —北京: 经济管理出版社, 2019. 8
ISBN 978 - 7 - 5096 - 6834 - 4

I. ①艺… II. ①徐… III. ①艺术—管理学—研究 IV. ①J0 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 171545 号

组稿编辑: 杨国强
责任编辑: 杨国强 张瑞军
责任印制: 黄章平
责任校对: 董杉珊

出版发行: 经济管理出版社
(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn
电 话: (010) 51915602
印 刷: 三河市延风印装有限公司
经 销: 新华书店
开 本: 720mm × 1000mm/16
印 张: 13
字 数: 226 千字
版 次: 2019 年 9 月第 1 版 2019 年 9 月第 1 次印刷
书 号: ISBN 978 - 7 - 5096 - 6834 - 4
定 价: 68.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前 言

随着世界经济发展和产业转型的推进，文化产业逐渐成为被关注的焦点，世界各国大力提倡发展文化和艺术创意产业。伴随着文化产业的兴起，学术界对艺术管理的研究也逐步展开，艺术管理迎来前所未有的机遇。在我国，艺术管理已经成为文化立国的国家方针下发展最快的朝阳产业。

近年来，政府着力推动文化、艺术产业的发展，促使高校的艺术管理课程更加受到相关专业学科的重视。大量具有专业能力的人才投入到相关艺术产业中，促进了艺术产业的发展，使文化服务的总体绩效呈现出明显的增长趋势。

在我国，由于国外在此领域的实践经验不能完全指导国内艺术管理及其活动发展，因此形成了具有中国特色的理论研究模式。当代艺术管理研究方法的选择首先在于当代艺术管理支点的确定。从当代艺术管理的内容、目的、作用以及其多维价值系统来看，艺术管理及其实践活动都与人类对于艺术活动的社会认知息息相关，是人类的主观能动活动与社会规律、社会机制、社会背景相互作用产生的结果，其内容涉及艺术和艺术团体在生产、传递、交流、接受环节中的各社会机制与群体，因而当代艺术管理的支点应是以文艺社会学为主而结合交叉学科的研究，研究构架主体建立在人文学科的艺术学体系基础上，研究中注重与管理学的相互交叠、以利于对当代艺术管理研究问题的全面分析。

“艺术管理”作为一种新的知识领域出现，势必要展开跨学科的学术整合，以清晰的概念与逻辑统摄研究的对象及范式，并以此作为学科反思、再构建的必要路径。因此，艺术管理学的研究对象是艺术管理学科建设中的一个基础理论问题，对根基和脉络的界定是把握艺术管理现象与问题的基本要求。唯有如此，才能赋予这门学科在艺术管理现象分析上的清晰度和艺术管理问题解决中的穿透力。在整体框架上本书遵循“宏观—中观—微观”的结构主线，按照学科自身



内在逻辑以及艺术管理的核心议题来安排章节。

艺术管理学所要研究的范围是很广的，如艺术社会学、艺术经济学、管理学等都属于艺术管理学研究的范畴，这些庞杂的研究范围构成了一套完整的知识体系，而体系中的一般性、普遍性的核心要素则是艺术管理所要探讨的研究对象。面对如此广泛而庞杂的研究范围和知识体系，只有跳脱这些纷繁复杂的困扰，按照艺术管理全部实践议题以及知识领域的内在逻辑，探寻其最初的本源和起点，方可在学理的层面凝练出艺术管理学的理论根基与脉络。

本书在撰写的过程中参考和借鉴了部分学者的观点与研究成果，在此向他们表示诚挚的感谢。虽然力求本著作理论清晰、观点创新，但由于本人水平有限，在撰写时难免会出现问题和不足之处，还请广大读者批评指正。

目 录

第一章 艺术管理的本体论研究	1
第一节 艺术管理的前提：对艺术的认识	1
第二节 艺术管理与艺术管理学	3
第三节 艺术管理的机制	7
第二章 艺术管理的历史追溯	17
第一节 西方艺术管理的历史追溯	17
第二节 中国艺术管理的历史追溯	27
第三节 中国艺术管理的现状分析与展望	41
第三章 艺术管理的主体与方式	53
第一节 艺术管理者的素质与修养	53
第二节 艺术管理的程序与方法	60
第三节 艺术管理的具体手段	70
第四章 艺术市场的法律法规与产业管理	76
第一节 艺术、社会与政府的关系	76
第二节 政府对艺术市场的政策支持	86
第三节 艺术的法律法规	88
第四节 艺术产业管理	93



第五章 不同阶段的艺术管理	97
第一节 艺术创作管理	97
第二节 艺术制作管理	102
第三节 艺术传播管理	108
第四节 艺术营销管理	113
第六章 不同类型的艺术展览与管理	117
第一节 视觉艺术的管理	117
第二节 舞台表演艺术的管理	122
第三节 影视艺术的管理	149
第七章 艺术组织机构与团体	152
第一节 艺术组织	152
第二节 艺术机构	158
第三节 艺术团体与文化产业	164
第八章 艺术团体活动的灵魂——节目	170
第一节 节目策划	170
第二节 节目组织与安排	177
第三节 节目制作	184
参考文献	192
归来（节选）	196

第一章 艺术管理的本体论研究

艺术管理行为在当今社会、文化、生活中所占有的地位日渐重要。艺术管理是一门综合性的学科，它对人才的要求也是全方位的、复合型的，艺术管理人才应该具备艺术素养和管理能力，并且还要有良好的交际沟通能力、艺术判断能力以及开拓创新能力。只有不断学习、不断实践，我们才能不断发展，才能更好地适应社会对艺术管理人才的需求。

第一节 艺术管理的前提：对艺术的认识

当下，艺术管理是一个跨学科、跨界合作的领域，同时也是社会创新的重要组成部分，它不仅仅局限在艺术领域而且是面向全社会的。中央美术学院余丁教授说道：“艺术管理不是我们自己做出来的，而是用全社会的资源做出来的，使用所有资源建构的一个专业，但我们是一个服务性行业，用所有的资源建构一个专业，用一个专业来服务所有资源。”余老师所讲的内容印证了艺术管理专业不仅仅局限在某一个行业，而是综合性的领域。^①

对艺术实施科学管理的最终目标，是尽可能地实现其商业价值、社会价值、艺术价值、思想价值等为前提的“最大化”过程。

商业价值：指艺术在生产、消费、交易中的经济价值，通常以货币（各类票价）为单位来表示和计量。艺术的商业价值一般不同于其他领域的市场价值，但

^① 刘伟冬. 艺术管理学研究 [M]. 南京: 东南大学出版社, 2015.



相对于艺术所具有的综合价值而言，商业价值只是一个较窄的概念。

社会价值：指艺术家及艺术组织，通过自我实践活动，发现、创造艺术及其物质或精神规律和内在价值所做的贡献。

艺术价值：指艺术家个人或群体艺术管理思想（即策划、制作、组织、指挥、协调等）所能发挥的社会价值、商业价值的综合体现。

最大化：指在预算约束所允许的范围内做出的一个（种）最好的选择。一般而言，每个经济主体都在追求其计划目标中的“最大化”，但其间由于主体的不同，其所追求的最大化内容、结果也不尽相同。例如，消费者最大化效用、企业最大化利润等。但通常而言，经济行为或经济人的“最大化”，常常被用作经济学和某些心理学分析的基本假设而普遍存在。通常在面临任何一次选择时，在符合法律道德且不影响他人利益的基础上，由于自利动机驱动，会选择自己能得到最大利益或者最符合自己利益的情况的行为，即收益减去成本，或者是指一个人综合各种因素，或者在预算约束所允许的范围内做出一个最好的选择，这在数学上被称为最大化。

对于艺术管理者而言，艺术主体最大化的目的是给艺术本身或受众带来精神、物质的最大满足。在此基础上，管理者再依据受众的满足程度或不同需求的选择，对其进行更进一步的优化、排序和获取。^①

艺术管理一般是以人才（艺术家、管理者）、信息（广义市场、广大受众）为前提的管理行为。因而我们说，艺术管理不仅是艺术行为与管理行为的有机结合，同时也是艺术形式与销售行为的有机结合。艺术管理者致力于为艺术家、观众达成一种美好的契合，其间既为艺术家提供最大化的收益（精神与物质），也为广大受众从艺术体验中获取最大化的满足。^②

艺术管理通常是以管理者对艺术行业人才、信息、经营、产品、时间等的把握为前提，以管理行为中的策划、制作、组织、指挥、协调为基础的有意识的职业行为，是文化产业发展到一定历史阶段的必然产物。^③

^{①②} 和云峰. 艺术管理学理论与实践：以中国传统音乐及经典案例为中心 [M]. 北京：中央音乐学院出版社，2014.

^③ 和云峰. 音乐艺术管理基础理论与案例分析 [M]. 北京：中央音乐学院出版社，2007.



第二节 艺术管理与艺术管理学

一、艺术管理

(一) 何谓艺术管理

丹·马丁(DarMardin)这样定义“艺术管理”: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。

而将艺术与大众连接起来的媒介一般有两个:公共的、非营利性的艺术机构(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)。^①

成乔明在《艺术产业管理》一文中对“艺术管理”做出了如下解释: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

从上述研究者对“艺术管理”的不同定义来看,每个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,这是从艺术的职能角度切入的。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。成乔明则是从不同的艺术管理角度(宏观、中观、微观)去定义艺术管理的。

^① 李世葵. 艺术管理中的主客体研究 [D]. 武汉理工大学博士学位论文, 2003.

^② 成乔明. 艺术产业管理 [M]. 昆明: 云南大学出版社, 2004.



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。

(二) 艺术管理的特点

1. 实践性

艺术管理是历史久远的实践行为。就历史而言,人类社会对艺术活动的实践及管理可谓由来已久。据史料记载,早在古希腊时期,人们就已开启了对戏剧、演出等艺术管理的先河;在中国历史上,一般意义上的艺术管理,亦可追溯到遥远的神话传说阶段;等等。但专著所指具有真正意义上的“艺术管理”,则是针对特定艺术领域的管理行为,亦即指源于美国,衍于欧洲的现当代艺术管理。

2. 对象性

艺术管理作为一种管理形式,其管理对象为艺术组织和艺术市场,它运作在艺术世界之中,是艺术世界正常运行的保障,具有很强的指向性和目的性。^①

3. 计划性

艺术管理是实施计划的管理行为。就当下而言,无论任何艺术团体和组织的有计划的活动,大多都需要科学、深入和全面的管理。

4. 有序性

艺术管理是一种不同主体之间合作的中介方式。无论是艺术家、观众,还是投资方,都需要专业的管理方法来平衡不同社会群体之间的利益,保证艺术活动的有序发展。在艺术生产与流通过程中,各个环节都是环环相扣的,因此,只有有序的管理模式才能保证艺术行为与活动的顺利进行。

5. 综合性

艺术管理涵盖了多种学科类型,是集艺术、管理、经济于一身的综合性学科,不同的学术领域之间会产生必要的联系。因此,掌握诸如公关、艺术、营销等多方面的知识,能够极大地提高艺术组织与管理的效益。

6. 艺术性

艺术具有独特的审美作用,因此,在艺术管理过程中,不能忽视艺术美的特

^① 胡晓明,肖春晔,艺术管理[M].广州:中山大学出版社,2011.



性。艺术管理要把艺术创意与市场营销相结合,实现作品艺术价值和市场价值的双赢。

7. 导向性

在艺术市场中,艺术管理发挥的主要作用是协调、控制、引导,艺术管理在组织团体对艺术行为大方向的把握上具有引导意义,有效的艺术管理架构对艺术组织、艺术市场的发展具有强大的推动和引导作用。

二、艺术管理学

艺术管理学,是研究人类整体艺术管理普遍规律的学科;是为艺术管理者提供基本理论和方法的学科。

“艺术管理专业”或“艺术管理学”(后文通称:艺术管理)是近年来国内外新兴的、为适应当代社会文化发展需求而产生的学科;艺术管理的最大特点是理论(为基础)与实践(为先导)的密切结合。

笔者认为,目前中国艺术管理的引进、发展与建构,既需要“中国特色”的理论探究及实践补充,也需要与“国际理念”及操作模式的有机接轨。只有这样,才能既符合中国特色或中国国情,又符合世界潮流与国际惯例。

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,使大众能更方便地享受艺术,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。

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置在艺术人文领域。艺术管理相较于其他学科，发展比较晚，因此也算是一门新兴学科。但由于它发展速度快，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。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、城市发展与视觉艺术、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地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。

第三节 艺术管理的机制

一、艺术管理的学科属性

艺术管理是为适应当代社会文化发展需求而产生的,集艺术学、管理学、营销学、传播学、社会学等学科于一体的交叉学科。因而艺术管理者必须在上述学科属性的基础上,通过有效途径及内容,对其实施有计划的行为管理。

在艺术管理的学科属性方面,其构成了与艺术学、管理学、传播学、营销学、社会学等学科的交叉与互补。

艺术学:是社会科学的一种,是以整个人类的艺术活动作为研究对象,从而阐明艺术的基本规律和基本原理的科学,又称艺术科学或文艺学。艺术学在其内部,按照理论的抽象度和研究内容的区别,可划分为艺术原理(或称艺术理论)、艺术史、艺术批评三个主要部分。^①

艺术管理的核心就是艺术史,艺术管理和艺术史之间的切合点就是展览。四川音乐学院美术学院教授陈默老师说:“艺术管理专业是一门应用型、结合性、交叉性、互动性、综合性的学科,艺术学是其基础,管理学是其依托,实战是其根本。”笔者认为陈老师的观点在于要把艺术史作为艺术管理的主导,展览经验作为实践,并且要具有相应的管理学知识,只有这样才能胜任当前的艺术管理工作。如果一个从事艺术管理的专业人士对中国当代展览史不明白,那么他在从事艺术机构工作时会出现学术性的不足问题。中国在未来几年会进入一个美术馆时

^① 顾建华,《美学与美育词典》[M],北京:学苑出版社,1999。



代，美术馆其实是知识生产的重要基地，在机构和制度的成长过程中，艺术在不断地变化及艺术的边界在不停地拓展。在这个过程中，展览扮演了很重要的角色，重要的艺术流派、艺术现象、艺术作品，当然还有重要的艺术机构几乎都是在展览中呈现出来的。展览不是我们所理解的把艺术家的作品摆放在一个空间那么简单，展览空间与作品、作品与作品之间是如何发生关系的，不是简单地依次悬挂在墙上，它是有线索、大小、视觉和美术史逻辑的。工具性的展览和一个具有历史上下文的展览是有本质区别的，艺术管理专业的人才必须了解和清楚展览背后的美术史意义，如果缺少了对于展览史的学习，那么在参与展览或实践时就不会把握好度的问题。对艺术史本身有理解的展览策划是能够给学术界带来良性互动的。

在知识结构方面，艺术管理专业的课程除了管理学原理、社会学概论、分析心理学之外，应该还有艺术市场学、中西方当代艺术史和中西方批评史这些课程的设置和学习，只有通过对艺术史、艺术批评史系统地学习之后，才能更好地迎接美术馆时代的到来。一个真正合格的艺术管理者应该拥有尽可能广博的文化艺术知识修养，丰富的实践经验（包括艺术审美经验、艺术机构操作经验和商务经验），以及一定的经济学、管理学、心理学、社会学等方面的知识，实现艺术管理的科学化和专业化。艺术管理者是活动在艺术领域的，与艺术品、艺术家、艺术机构、媒体、拍卖等打交道，所以从业者应该有对艺术的接受、感悟和理解能力以及在艺术市场操作、艺术机构实践的能力。

艺术管理专业首先是艺术，在学理层面上就是作为人文艺术的艺术，传统美术史学习和美术史方法论没有失效，这正是我们从事艺术行业的根基。艺术管理的实践工作能够给美术史研究提供新的路径，而美术史的研究又能够推动艺术管理的理论发展和更好地指导实践。

管理学：是指研究各种社会组织管理过程的普遍规律性，为管理者的成长和取得管理成效提供基本理论和方法的科学；自从人类社会形成，就存在管理问题。但到了资本主义工业革命，才开辟了人类社会生产力突飞猛进的时代，管理学才正式作为一门学科并获得巨大发展。^①

传播学：亦称“传学”“传通学”“沟通学”。是研究人类传播现象和行为以及传播活动的发生、发展规律，以及人与人、人与社会关系的学科。传播学的研

^① 邓明等. 管理学辞典 [M]. 重庆: 西南交通大学出版社, 1995.



究最早始于20世纪20年代的美国；传播研究的最初动因，是检验并提高宣传、广告、教育、公共关系和人际关系等领域的传播效率与效果，是出于公众对报刊的政治影响的关心和对广播、电影的社会后果的关注。^①

营销学：是一门研究企业经营与销售活动的学科。美国营销协会将其定义为：营销是一个计划和执行知识、货物以及服务的形成、定价、推广和分拨的全过程，其目的是通过交换来满足个人和组织的需求。^②

社会学：是从社会整体出发，通过社会关系（人与人之间关系的总称）和社会行为（群体中不同成员分工合作，共同维持群体生活的行为）来研究社会的结构、功能、发生、发展规律的综合性学科。^③

二、艺术管理人才、信息、产品、时间的协调

艺术管理通常是以管理者对艺术行业（人才、信息、产品、时间）等互为“协调”或“前提”的有意识的职业行为。

人才：指具有一定的专业知识或专门技能，为社会发展和人类进步做出一定贡献的人，其本质特征是创造性。按人才成长发展过程分，有准人才、潜人才、显人才、衰人才；按智能层次、水平分，有天才、高级人才、中级人才、初级人才等，他们是人力资源中能力和素质较高的劳动者。此处专指艺术人才。

信息：客观世界中各种事物的存在方式或运动状态及其特征的反映，是一种有用的知识。众所周知，信息所指的范围较为广泛，包括生物信息、自然信息、机器信息、人类信息等几个方面。在现代科学中，信息一般指对事物发出的消息、指令、数据、符号等所包含的内容。在一切通信和控制系统中，信息是一种普遍联系的形式。此处指一切与艺术相关的信息。

产品：一般指物质生产领域的劳动者所创造的物质资料。广义指具有使用价值、能够满足人们某种需求的任何东西，包括有形的物品、无形的服务、组织、观念或它们的组合；按产品完善程度可分为试制新产品、未定型产品、定型产品、标准化产品等；由于社会需要的不断变化，产品的品种、规格、款式也会相应地改变。此处借指一切艺术产品和艺术形式。

① 甘惜分等. 新闻学大辞典 [M]. 郑州: 河南人民出版社, 1993.

② 张宪荣. 现代设计辞典 [M]. 北京: 北京理工大学出版社, 1998.

③ 彭克宏. 社会科学大词典 [M]. 北京: 中国国际广播出版社, 1989.

时间：是指宏观的、一切具有不停止的持续性和不可逆性的物质（物质为构成宇宙万物的实物、场等客观事物）状态的各种变化过程，其有共同性质的连续事件的度量衡的总称。一般而言，“时”是对物质运动过程的描述；“间”是指人为的间隔与划分。时间即是思维对物质运动过程的分割与划分。此处主要指代表演艺术的时间状态。

三、艺术管理的类别

（一）学科分类下的艺术管理

依据对中国艺术管理教育学会会员的分析，目前中国艺术管理已初步建构出：音乐艺术管理、绘画艺术管理、舞蹈艺术管理、影视艺术管理、戏剧艺术管理、戏曲艺术管理、传媒艺术管理等子学科或教育、研究方向。

1. 音乐艺术管理

此专业主要设立在音乐院校，如中央音乐学院、上海音乐学院、中国音乐学院、天津音乐学院、沈阳音乐学院、星海音乐学院、四川音乐学院、武汉音乐学院、西安音乐学院。以中央音乐学院为例，中央音乐学院“音乐艺术管理”专业正式成立。从专业角度看：“音乐艺术管理学”或“音乐艺术管理专业”主要致力于培养在演艺、唱片、广播、影视、出版等文化部门从事策划、制作、经纪、评论、管理等工作的专门人才。从现实角度看：音乐艺术管理是文化产业发展到一定历史阶段的必然产物，是管理手段在音乐艺术领域的具体体现。

2. 绘画艺术管理

此专业主要设立在美术院校，如中央美术学院、中国美术学院、四川美术学院、鲁迅美术学院、景德镇陶瓷学院等美术院校。以中央美术学院为例。

中央美术学院艺术管理学系，是新中国第一个视觉艺术管理的专业，2003年挂牌成立。它是集研究、教学和学术交流为一体的专门机构，开办几年来，已经为国内各美术馆、拍卖行、画廊、艺术博览会及其他艺术机构输送了200多名各个培养层次的毕业生。2003年，人文学院艺术管理专业成为教育部“985行动计划”重点扶持的新专业，现在在国内该领域发展中处于领先地位。艺术管理学系在人文学院所承担的本科教学工作是：中央美术学院部分选修课程，艺术管理学系三四年级的专业课教学和学士学位论文的指导，以及人文学院其他系科的选