第一图书网, tushu007.com

<<艺术经济学>>

图书基本信息

书名：<<艺术经济学>>

13位ISBN编号：9787040335217

10位ISBN编号：7040335212

出版时间：2013-4

出版时间：高等教育出版社

作者：王家新,傅才武

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

《艺术经济学》是以艺术商品的生产、消费及价值实现过程为研究对象，包含了理论探讨、实证研究和应用研究三个逻辑层次的内容；同时，力图建立一个基于艺术行业特殊性的经济学解释框架来包容艺术经济活动过程中生产者与消费者、艺术组织和政府等不同主体之间的关系，并提供一种解释不同艺术行业经济现象复杂性的路径。
全书共有8章，内容包括艺术经济学的学科性质与研究方法，艺术商品与艺术市场，表演艺术经济，视觉艺术经济，数字艺术经济，艺术博物馆经济，艺术产业、城市文化经营与国家文化创新体系的建构，艺术发展的政策问题。

作者简介

王家新，1967年出生，祖籍辽宁，毕业于东北财经大学，财政学博士。
现供职于中华人民共和国财政部，兼任中国财政学会常务理事、中国资产评估学会常务理事、中国书法家协会副主席、中国艺术研究院艺术经济学研究生导师。
长期从事教科文财政财务管理工作，参与文化体制改革和发展相关政策文件的制定，对文化事业和文化产业发展有一定的理论研究和实践经验。
傅才武，1966年出生，湖北崇阳人。
博士、教授、博士生导师，武汉大学国家文化创新研究中心、国家文化财政政策研究基地主任。
国家社科基金重大招标项目首席专家、评审专家，教育部“新世纪优秀人才支持计划”入选者，文化部公共文化服务体系建设专家委员会委员，全国文化馆服务标准技术委员会委员，湖北省人民政府咨询委员会委员。
主要从事有关文化产业、文化管理、文化规划等方面的研究。

书籍目录

第一章艺术经济学的学科性质与研究方法1 第一节艺术经济学的研究对象与研究内容1 一、艺术经济学的研究对象1 二、艺术经济学的研究内容2 第二节艺术经济学的学科性质3 一、艺术经济学是新时期艺术学适应社会发展需要的结果4 二、艺术经济学是现代经济学理论和方法运用于艺术领域的结果4 三、艺术经济学是一门相对独立的学科5 第三节艺术经济学的研究进展5 一、国外的研究概况6 二、国内的研究历程9 第四节艺术经济学的基本分析框架11 一、现代经济学的基本分析框架11 二、艺术经济学的基本结构12 三、学界关于艺术经济学基本分析框架的争鸣与本书的选择15 第五节艺术经济学的研究方法18 一、艺术价值法18 二、辩证分析的方法19 三、具体与抽象的方法19 四、基本统计方法19 第二章艺术商品与艺术市场21 第一节艺术商品的经济学含义21 一、艺术品的内涵与范围21 二、艺术商品的内涵与特征26 第二节艺术生产与艺术消费的特殊性30 一、艺术生产与一般商品生产的同一性与特殊性30 二、艺术消费的特殊性33 三、艺术生产与艺术消费的关系35 第三节艺术商品的价值与价格的悖论36 一、艺术商品价值与价格之间关系的论争37 二、艺术品市场上的“价值悖论”40 第四节艺术市场的含义、分类与特征46 一、艺术市场的含义46 二、艺术市场的分类47 三、艺术市场的功能性特征48 四、艺术营销51 第三章表演艺术经济59 第一节表演艺术产品59 一、表演艺术产品的界定59 二、表演艺术产品的生产与创造60 三、1978年以来我国表演艺术产品的生产65 四、表演艺术产品的供给与成本结构69 第二节表演艺术组织72 一、1949年以来我国表演艺术机构的规模演变72 二、我国表演艺术机构组织结构的变化75 三、表演艺术组织管理体制的中外比较82 第三节表演艺术观众87 一、观众的艺术消费需求87 二、观众的参与程度94 第四节表演艺术市场98 一、表演艺术的市场结构98 二、票务营销100 三、市场效率与政府管制102 第四章视觉艺术经济107 第一节视觉艺术产品107 一、视觉艺术产品的内涵与范围的界定107 二、视觉艺术产品的类型109 第二节视觉艺术品市场发展史111 一、新中国成立以前我国视觉艺术品市场的发展历程111 二、当代中国视觉艺术品市场的发展轨迹114 第三节视觉艺术家的劳动特征与产品特点122 一、视觉艺术家的劳动特点123 二、视觉艺术产品的特点125 第四节视觉艺术经济活动中的合同难题127 一、一般商业合同与艺术交易合同的区别128 二、合同难题的解决之道131 第五节视觉艺术品的价值与价格134 一、视觉艺术品价格的特殊}生问题134 二、影响艺术品价格的因素135 第六节视觉艺术品投资142 一、羊群效应与“更大笨蛋理论”142 二、艺术品投资周期143 三、艺术品投资的随机性145 四、艺术品投资的高风险性146 五、艺术品投资与股票投资的比较148 第七节视觉艺术品市场151 一、画廊业151 二、拍卖公司153 三、中外艺术品市场相对位置的变化157 第五章数字艺术经济163 第一节数字艺术的概念、类型和特征163 一、数字艺术的概念163 二、数字艺术的类型165 三、数字艺术的特征167 四、数字艺术的经济形态171 第二节数字艺术产品的内涵与特征173 一、数字艺术产品的内涵、分类173 二、数字艺术产品的特征176 三、数字艺术产品的层次178 四、数字艺术产品的生产180 第三节数字艺术市场183 一、中国数字艺术市场的成长轨迹183 二、数字艺术产品的消费189 三、数字艺术产业链198 第六章艺术博物馆经济203 第一节艺术博物馆经济的理论基础203 一、公共产品理论203 二、俱乐部（产品）理论205 三、优效产品理论206 第二节艺术博物馆产品207 一、艺术博物馆产品的定义、类型和特性208 二、艺术博物馆产品的需求212 三、艺术博物馆产品的供给215 第三节艺术博物馆组织218 一、艺术博物馆组织的功能218 二、艺术博物馆组织的外部性问题222 三、艺术博物馆组织的管理模式及资金来源225 四、艺术博物馆组织的规模经济问题234 第四节艺术博物馆营销237 一、艺术博物馆营销的任务及意义237 二、艺术博物馆的营销策略240 第七章艺术产业、城市文化经营与国家文化创新体系的建构249 第一节艺术产业发展的综合收益249 一、艺术产业的概念、社会基础及其作用机制249 二、西方国家艺术产业的收益分析253 三、中国艺术产业的收益分析259 第二节艺术发展与城市特色文化营造265 一、艺术产业与城市文化形象塑造265 二、艺术创新与城市特色文化的案例分析268 第三节艺术发展与国家文化创新体系的构建277 一、国家文化创新体系的形成及其理论模型277 二、艺术产业、文化产业与国家文化创新体系建设280 第八章艺术发展的政策问题285 第一节艺术行业的特性及其政策诉求285 一、艺术行业的特性285 二、艺术行业特性对公共政策的诉求287 三、公共政策与政府补贴对艺术行业的外部效应290 第二节西方国家的艺术政策与财政支持293 一、艺术行业的政策支持及管理体系293 二、艺术领域的政府财政投入296 三、艺术发展的社会赞助303 第三节中国艺术政策的内涵与特征305 一、中国艺术政策的内涵306 二、中国艺术政策的特征310 第四节发达

第一图书网, tushu007.com

国家的经验模式与启示312 一、发达国家支持艺术行业的法律政策体系312 二、西方国家的经验与启示315 参考文献319 后记329

章节摘录

版权页： 插图： 艺术品拍卖的本质是用竞争性交易价格来评价并定位艺术品以及艺术家在社会中的位置。
“拍卖”作为艺术市场的行为模式隐含一个基本假设：由“拍卖”这一形式所包含的“完全价格竞争”能够体现全部购买者的评价信息。
在完全竞争的市场条件下，即所有人都可能是艺术品的购买者，所有人都对艺术品具有鉴赏能力，所有人都能自由地进行艺术品交易，只有这样，艺术的校准才具有最广泛的可接受性，也就是最大程度的民主性。
“拍卖”通过建立竞争性交易价格支持最大多数人进行最民主的艺术评价，最大限度地体现对艺术品的最真实和最丰富的评价信息量。
“拍卖”借助于竞争性价格来评价和定位艺术品与艺术家，能够使艺术品或艺术家超越任何专业技术权威或行政权威，建立一种市场报偿激励机制，反映出艺术品作为商品的基本属性。
艺术商品通过“拍卖”实现商业价值的好处在于：议价过程就是买卖双方在博弈中而最终达成共识得出符合双方利益的均衡价格。
拍卖的议价模式多采用“多对一”的方式，即一件艺术品面向多位购买者，通过销售者、多方购买者之间的多角关系相互议价最终达成成交价。
拍卖式议价一般有三种方法：即英国式拍卖法，即加价法；荷兰式拍卖法，即减价法；封闭式投标拍卖法。
其中，加价法在市场上最为常见。
减价法适用于“多卖家对一买家”的模式，即多方卖家向一方有购买意向的买家提出相同或相似的艺术商品，买家通过选择卖家提供的最低价或最高性价比来确定购买对象。
封闭式投标拍卖常常用于政府向多家供应商招标。
所谓封闭即各供应商之间信息不公开，彼此不知道各自价位。
为了尽可能的中标，供应商提供的价格便会尽量压低，这样对于采购方很有利。
这种议价方式也仅适用于“多卖家对一买家”的模式。
除了激励性合同与拍卖之外，为应付艺术品生产和交易中的随机性因素并分散市场风险，在正式的法律领域之外，市场在长期的培育中又成长出一种自律性协调机制，这就是“信誉度保证”。
作为一种自律性惯例，参与交易的视觉艺术家和经纪机构大都能够积极有效调整并保持良好的信誉度。
良好的合同信誉可以省去起草和签订过程中高额的谈判费用和合同执行过程中的维护费用，因为在艺术交易合同中引入了“暗示性的理念”，只需要双方达成一种默契，不用把所有的条款都落到纸上，即使出现意外事件，在良好的信用前提下，也能够重新磋商并迅速完善相应的合同条款，能够保证项目的最终实施。

编辑推荐

《艺术经济学》不仅可以作为艺术经济、文化经济研究者和文化艺术管理工作者的参考书，也可以作为高等学校艺术、文化等相关专业的教材。

名人推荐

艺术经济研究是随着中国文化产业的强劲崛起而日益显示出其重要性和紧迫性的一门学问。
王家新、傅才武的《艺术经济学》把艺术经济理论娴熟地应用到对中国艺术行业的分析之中。
打开此书，您可以感受到作者宽广深邃的思想、对当代中国艺术行业透彻的剖析和建设性的眼光。
——陆学艺 中国社会科学院 在文化产业研究的诸多门类中，艺术经济学是当今中国文化学天际上的一颗冉冉上升的新星。
两位具备系统理论素养并长期从事实践的学者撰写的《艺术经济学》，将作为人文科学的艺术同作为社会科学的经济融汇一体，别开生面，值得广大有志于深入理解中国艺术行业改革与发展的学子细细研读。
——冯天瑜 武汉大学 与一般物质产品的生产方式相比，艺术产品作为精神产品，它在生产、流通、分配和消费等方面都有着自己独特的发展模式和运行规律。
对这一发展模式和运行规律的深入讨论，正是艺术经济学的着力处，也是推动我国文化产业在新的历史时期实现跨越式发展的重要理论基础。
——王文章 中国艺术研究院

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com