

广州南方学院 2024 年普通专升本自命题科目考试大纲

文化产业概论考试大纲

一、文化产业概论

《文化产业概论》是为培养和检验应考者的文化产业概论基本知识和基本技能而设置的一门基础课程。是广州南方学院 2024 年普通专升本自命题科目。

在当前文化产业大力发展阶段，我国文化产业管理和经营正处于一个前所未有的战略机遇期，因此文化产业的策划、管理人才非常缺乏。通过这门课程的学习，让学生建立文化产业的观念，了解文化产业化的发展现状；较熟练地掌握艺术文化鉴赏能力、文化行业的观察和把握能力；初步掌握文化项目的创意、策划和经营能力，文化项目和企业的管理能力和团队协作能力。

二、课程内容与考核目标

第一章文化与文化产业

正确地理解文化产业理论的基本概念，是掌握文化产业理论的基础。在本章中，我们将重点介绍文化产业理论中最重要的几个概念：文化、文化产业、创意产业、文化创意产业、文化事业等，从而掌握文化产业的基本特征，理解发展文化产业的意义和文化产业理论发展的基本概况。

考核要求：

（一）文化产业的内涵与外延

领会：文化的分类法：两分法，三分法，四分法。

识记：

1. 文化三要素：精神要素（文化的精神内容）、表达要素（文化的表现形态）、规范要素（人们的行为准则为）。

2. 文化产业的定义。

3. 创意产业的定义。

4. 内容产业的定义。

（二）文化产业的基本特征

识记：文化产业的基本特征：

1. 产品的精神性

2. 消费的娱乐性

3. 产业的依附性

（三）为什么要大力发展文化产业？

领会：大力发展文化产业的必要性：发展文化产业是社会发展的必然要求，文化产业是先进文化的助推器。

1. 文化产业是国民经济的支柱产业

第二章文化产业与文化经济

20 世纪末以来，文化因素越来越多地渗透进经济活动，使经济获得了新的发展形态和动力，逐渐形成了被称为文化经济的重要形态。文化与经济相互交融，在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出。

考核要求：

文化产业形成过程与发展模式

领会：知识经济、文化经济的定义

识记：文化经济的特征：文化经济化、经济文化化

（二）文化资本

领会：文化资本的定义、形态，文化经济中的城市

领会：创意城市和三 T 理论的启示

识记：

1. 如何构建创意城市：

2. 城市文化精神的建构和发展远景的建构。

3. 城市品牌的创建。

4. 市容建设与环境美化。

5. 生活时尚的创意和生产。

2、创意阶级：发挥着创造新想法、新技术、新创意内容的经济功能群体。

3、佛罗里达三 T 理论：TalentTechnologyTolerance, 人才、科技、和宽容是床及经济发展的重要条件，也是创意尝试与普通城市的本质区别。

第三章文化产业与国家“软实力”

（一）“文明的冲突”与“符号的战争”

领会：

1. 亨廷顿文明的冲突论的基本观点；

2 什么是符号的战争；

识记：硬实力与软实力：

硬实力：国家的实力建立在战略平衡的基础上，由军事和经济力量构成，军事力量占主导地位。软实力：约瑟夫·奈提出。

软实力由间接的文化吸收能力构成。这种能力可以延伸到其他领域。

（二）文化产业与文化安全

领会：后 WTO 时代中国文化安全面临的问题

（三）文化产业与知识产权保护

领会：知识产权问题给中国文化产业带来的影响

第四章当代文化产业的九大类别

根据文化产业核心层、外围层、延伸层三个层次的划分，文化产业涉及十分广泛的产业领域。。

识记：当代文化产业的九大类别：

1、图书出版业：从事图书编辑、印刷、发行等工作的行业。

图书出版业的产业链：出版商版权提供商制作服务商发行服务商零售商读者。

2、报刊业：通过报纸和期刊发行和广告业务获取利润的行业。

产业链：内容提供商制作服务商发行服务商读者广告经营代理商

3、广播影视业：电视、电影、广播和从事音、影内容生产和传播的行业。

三网合一：电信网、互联网、广播电视网。

4、音像产业：将声音或声像新号复制到特定物质载体上，以商品的形式进入市场获取利润的事业。

产业链：制作出版复制进口批发零售出租。

5、网络产业产业链：：互联网运营商广告服务终端用户。

6、广告业：通过广告策划、设计、制作、发布、调查、评估等方式获取利润的产业门类。

产业链：广告主广告代理广告发布媒介广告目标受众。

7、旅游业：利用名胜古迹、自然风光和人造景点等旅游资源进行产业化运作并获取利润的事业。

产业链：经典投资商经典经营商旅游经济商产品开发商消费者。

8、艺术产业：艺术品经营和演出。

9、体育产业：将体育比赛或竞技通过消费的形式推销到市场以获取利润的事业。产业链：体育本体产业体育外围产业体育中介产业消费者。

第五章国际文化产业的发展现状

文化产业被称为 21 世纪的朝阳产业。围绕着文化产业，世界上各强国在新的世纪展开了新一轮的竞争。了解国际文化产业现状，不仅有利于我们在国际文化竞争中把握全局，也有利于我们更深入地认识文化产业的内在规律。

（一）文化产业形成过程与发展模式

领会：文化产业发展的过程

识记：文化产业发展模式：

①文化产业作经济发展的平台和助推器“文化搭台，经济唱戏”

②文化产业本身的发展内容产业，文化娱乐

（二）欧洲、北美、亚洲的文化产业领会：

1、英国文化产业管理特点：

①三级文化管理体制：文化传媒体育部地方政府和各类艺术委员会地方艺术委员会和行业联合组织

②“一臂之距”的管理原则在中央政府部门和接受拨款的文化艺术团体、企业间设置了中介的艺术委员会，向政府提供文化政策建议和咨询，接受政府的委托决定文化项目财政拨款和使用的监督

评估。

③ “一臂之距”原则的好处：

减少了政府机构的行政事务，保证了政府工作的高效运作；

政府机构不直接与文艺团体发生关系；

非政府公共文化机构独立于政府之外避免过多受政府行政干预

④ “一臂之距”原则的启示：

可以充分实现政府职能转变，实现“管办分离”的目标

有利于实现文化艺术创作自由，从根本上实现文化大发展大繁

荣

能有效防止文化领域的“权力寻租”，避免权力腐败。

2、美国政府积极发展文化事业的体现：

①保障国家安全和国家根本利益的文化外宣项目。

②支持公益性文化设施。

③普及文化艺术，维护文化多元性，保护弱势族群文化遗产。

2、加拿大“多元文化政策”：

核心：承认其他族裔文化的存在贡献：

反对民族歧视：

民族平等

识记：日本文化产业的“产官学”模式。

第六章数字技术与文化产业发展新趋势

（一）数字动画

领会：

1、二维动画和三维动画

2、动画是一种视觉艺术和形象产业

3、视觉消费的特征

识记：动画艺术增加自己视觉符号娱乐价值的常见手法

（二）电子游戏

领会：电子游戏的发展与种类：从游戏机的角度；从游戏内容的角度识记：

1、游戏开发创意管理要领：分工明确尊重个性达成共识优势互补科学的流程

2、电子竞技：重要的电子竞技赛事：CPL, WCG, ESWC, WEG (三) 数字影视

领会：数字电视、网络电视、移动电视的联系和区别

（四）数字音乐与手机文化

领会：在线音乐、“第六媒体”与手机文化

第七章文化产业模式

文化产业作为一种精神的生产，它高度依赖于个性化的精神创造性劳动，这使文化产业在生产模式上有了自己鲜明的特征。如果不掌握这些特征和规律，文化企业就很难发展。

（一）简单文化产业模式领会：明星经济的特点及表现

识记：

1、简单文化产业模式包括：生产者经纪人意义解说者消费者。

2、现代艺术经营机构包括：美术馆出版经纪人与出版商音乐经纪人与唱片公司演绎场馆。

（二）复杂文化产业模式

领会：浙江横店影视产业实验区为解决复杂文化产业模式中的问题有哪些启发？

第八章文化产业的经营管理

文化产业的产品和服务具有双重的价值，即文化价值和商业价值。因为这种双重价值的特殊性，与一般的产业相比较，文化产业具有特殊的经济特点，需要特别的科学管理，以达到投入与产出的经济性目标。

（一）文化产业的成本

领会：文化产业经营管理的基本问题：①

文化产业投资的风险管理②

文化生产人员的合同管理③

文化产品盈利的持久管理

（二）文化生产中的成本及成本核算

领会：文化产业的成本控制包括：

①员工创造的平均附加值

②员工报酬

③专业服务费用

④设施和设备

⑤保险

⑥坏账

⑦日常开支预算

（三）非营利组织与文化市场

领会：

1、文化市场中的非营利组织包括哪些

2、非营利组织在文化发展中的重要作用。

第九章 文化内容产业与市场策略

内容产业是以生产精神文化内容为核心的产业。内容产业是文化产业的核心层次，没有一定的内容生产，整个文化产业都将失去存在的基础。在发展文化产业中，各国都意识到：如果一个国家不能创造出自己的文化内容，将遭遇严重的文化危机，而这将是比较经济或政治依附更为严峻的问题。

（一）内容产业与文化产业链领会：文化产业链的利润实现模式：

1、强势主导型：由强有力的主导者操作文化产业链的构筑，其他利益相关方一副在产业链上，合作共主，协作共进。

2、优势互补型：由存在优势互补的文化企业以战略联盟的形式构筑整个产业链

（二）产业集群与文化战略

领会：文化产业集群对文化产业发展的影响：

1、文化产业集群有利于提高区域文化产业的整体竞争力

2、文化产业集群有利于区域文化品牌的建设

3、文化产业集群有利于文化企业的发展

第十章 文化产业的 品牌战略

在文化产业的价值链中，创意是灵魂，而品牌则是一种核心竞争力。20 世纪 80 年代开始，品牌战略越来越受到应有的重视，品牌战略对于文化产业发展具有重要影响力。

（一）文化产业品牌战略的界定领会：品牌战略的内容：

①品牌化决策解决品牌的属性问题，制造商品牌或经销商品牌，自创品牌或加盟品牌。

②品牌模式选择解决品牌的结构问题，综合性的单一品牌或多元化的多品牌，联合品牌或主辅品牌。

③品牌识别界定确立品牌的内涵，消费者认同的品牌形象，是品牌战略的核心。

④品牌识别规划对品牌未来发展领域的界定，以谋求品牌价值的最大化。

⑤品牌管理规划与品牌远景设立在组织机构和管理机制上进行规划，为品牌的发展设立远景，明确品牌发展各阶段的目标和衡量指标。

识记：品牌的定义：品牌是一种错综复杂的象征，它是品牌的属性、名称、包装、价格、历史、声誉、广告风格的无形组合

（二）文化品牌的价值内涵领会：文化品牌的价值内涵：

①塑造品牌精神价值，是文化企业品牌战略的核心。

②塑造文化企业的企业文化品牌，是发展文化产业的另一个重要战略。

③塑造品牌核心价值理念，是统帅文化企业经济活动的重要战略。

第十一章发展有中国特色的社会主义文化产业

（一）什么是文化产业的中国特色？

识记：文化产业的中国特色：

- 1、传统精神与时代特色的统一；
- 2、国际文化普适性与民族创新精神的统一；
- 3、通俗性与健康趣味的统一

（二）发展中国特色文化产业的原则领会：发展中国特色文化

产业的原则

- 1、坚持贯彻发展先进文化的要求
- 2、坚持社会效益和经济效益的统一
- 3、尊重文化生产和商品经济两种规律

（三）中国文化产业所面临的问题领会：中国文化产业所面临的问题

- 1、文化生产力水平亟待提高
- 2、产业集约化程度必须加强
- 3、资源配置机制与市场化要求之间存在着矛盾
- 4、将文化资源转化为价值的原创力不足
- 5、现行政策制度与 WTO 规制之间需要进一步协调

（四）如何发展中国的文化产业？识记：发展中国文化产业的途径：

- 1、进一步完善政策、法规
- 2、调整文化产业结构
- 3、培养文化产业人才
- 4、推动文化产业科技进步
- 5、培植文化产业品牌
- 6、加强文化产业理论研究

三、参考书目

李思屈/李涛.《文化产业概论（第三版）》【M】.浙江大学出版社
(普通高等教育十一五国家级规划教材)