

艺术品产业与新兴文化产业的跨界融合发展问题研究

刘 玲

安庆师范大学 安徽安庆

【摘要】现如今，我国的艺术品产业调整的关键是艺术品产业与新兴文化产业的跨界融合发展，本文是笔者针对我国艺术品市场问题，以跨界融合产业理论和产业政策为基础，并以产业耦合机制作为指导，浅析艺术品产业与新兴文化产业跨界融合的有效策略。

【关键词】艺术品产业；新兴文化产业；跨界；融合；策略

Research on the cross-border integration and development of the art industry and the emerging cultural industry

Ling Liu

Anqing Normal University, Anqing, Anhui

【Abstract】 Nowadays, the key to the adjustment of my country's art industry is the cross-border integration and development of the art industry and emerging cultural industries. This article is aimed at the problems of my country's art market, based on the theory and industrial policy of cross-border integration, and analyzes Guided by the industrial coupling mechanism, this paper analyzes the effective strategies for cross-border integration of the art industry and the emerging cultural industry.

【Keywords】 Art Industry, Emerging Cultural Industry, Cross-Border, Integration, Strategy

引言

从最近这些年来艺术品产业市场来看，我国在最近 20 年艺术品产业经历了三次放量增长，已经位居世界前茅，但是目前艺术品产业和市场尚处于初级阶段，我们必须进行创新和改变市场结构。人们的物质生活得到充分的满足之后，开始追求精神上的更深层面，这意味着艺术品消费时代的到来，所以艺术品产业与新兴文化产业的跨界融合发展所需要的内外条件已经具备，这必将成为艺术品市场结构调整的最佳途径。

1 艺术品产业与新兴文化产业融合发展的理论依据

1.1 跨界融合的新经济学依据

艺术品产业的规模与结构是随着消费社会而发生改变的，从 20 世纪 70 年代之后，我国消费社会开始出现，以往我国的经济形态是以生产为中心，现如今对商品消费所取代，对于消费社会来说，人们的需求，从满足衣食住行转变为现今的以体验

和娱乐为导向的更高层次的精神需求，从 21 世纪开始，艺术品市场从精英阶层的收藏拓展到现如今的大众生活与投资理财，已经深入地渗透到大众精神娱乐产品，现如今，社会上涌现出很多围绕艺术品生产与消费的创作经营推销等商业组织以及新兴行业^[1-6]。这些新兴产业通过自己文化创意设计创新技术革新等价值手段，有效地推进艺术品产业的发展。产业的耦合不断地刺激大众消费，那么从另一方面来看，大众的消费又可以进一步的刺激文化产业在生产，这就造就了艺术品产业与相关产业的再度协同发展。

1.2 跨界融合的产业政策依据

近些年来，我国产业政策指向新常态下的产业结构升级与市场理性调整。明确了以知识产权保护利用为核心，并以市场主导创新驱动文化传承科技支撑的原则来形成文化创意和设计服务的先导产业与相关产业从全方位深层次宽领域融合发展的基本格局，从而加快艺术品产业经济发展方式^[7]。

2 中国艺术品产业与新兴企业实现跨界融合的现状分析

当下,我国的以消费为主导的艺术品市场机制尚未成熟,由于历史原因,我国的传统艺术与现代艺术品与日常生活之间出现了断代与错位,艺术品市场没有以审美和消费为主导,成功的构建,从当前的社会基础来看,我国现有的艺术品消费群体数量不足,导致艺术品市场消费疲软,我国的艺术普及教育是一个急需解决的系统工程,我们既需要通过公共文化服务进行传统文化普及,还要通过文化企业提供新的产品与服务^[8-12]。从目前的我国艺术品生产环节来看,没有一个严谨的法律环境保护知识产权,然而艺术品的创作与消费者的需要产生偏离,政府艺术品行业组织与艺术品流通环节也没有形成协作分工体系。

对于现阶段的艺术品行业与相关行业融合中存在一定的壁垒,一直以来,艺术品产业形态被各种潜规则所左右,比如说对于艺术品来说,流行私下交易,市场定价机制混乱,虚拟交易、天价做局,而且没有一个标准的鉴定体系,更有甚者出现造假、洗钱等现象,总体来说,就是艺术品市场没有建立起市场经济中最重要的诚信体系,因此导致艺术品投资风险过高和交易成本居高不下^[13]。这也使得金融、保险、经纪服务等相关行业无法与艺术品产业协同发展,解决这些问题,就需要我们的政府、艺术家、中介服务人员、消费者、投资人、收藏人等等各类市场参与者进行共同努力,构建一个涵盖法律与道德文化与教育职业与专业不同层面的系统建设。

3 艺术品产业与新兴文化产业跨界融合的有效策略

对于新兴文化产业里,最具创新驱动力的文化信息传输服务以及文化创意和设计服务两个子系统来说,我们需要以产业耦合机制为指导,以政府作为有效支撑,从行业和企业视角研究艺术品产业与新兴文化产业两个子系统之间的有效跨界融合,这对于中国艺术品产业健康可持续发展具有重要的意义^[14-16]。

3.1 艺术品产业与新兴文化产业耦合作用的机制

在当下艺术品产业与新兴文化产业耦合系统

中,政府作为主要推动机制,将为我们的耦合系统提供行政经济法律方面的规范和约束,并且要保证对市场基础和公共文化服务设施进行足够的投入,利用一切可以利用的条件,把市场上相关企业和行业参与者聚集在一起^[17]。传导机制是指文化产业参与方面,通过文化产业的内部网络,推动耦合系统内物质流信息流资金流技术流和人才流等交换与流动,优化整体资源配置和产业布局。然而,叠加放大机制主要是说在艺术品产业上,某一个环节出现收益增加,则会引起系统内其他企业或者是整体收益叠加或者是倍增。联动机制则是指推动产业纵向资源流通,充分发挥新兴文化产业与传统艺术品产业各自的优势,融合机制则是指传统艺术品产业链与新兴文化产业链的上下游企业形成环环相连的网状聚集和增值效应,以促进新的产业集群,并且提升区域文化经济竞争力。

3.2 政府需要在产业互动发展过程中充分发挥重要的职能作用

在当下艺术产业与新兴文化产业跨界融合的过程中,根据产业耦合中政府起到的推动机制要求,需要尽可能的发挥政府的职能作用,创造一个健康的文化市场生态环境,这对于中国艺术品产业与新兴文化产业互动发展来说有着至关重要的作用^[5]。政府首要的任务就是在市场环节中建立一个包括艺术品税收制度、评估机制、反洗钱机制、真伪鉴定、知识产权认定和保护、艺术品和精神产品类保险法等一系列法律法规,为艺术品产业市场构建一个科学化、协同化、有执行力的文化产业法律体系^[18]。除此之外,我们还要积极地发挥行业协会作用,根据政府的法律法规,配套严谨的政策执行,监督和论证审核等协同机制,以确保良好的政策初衷能够落地执行,以达到预期的效果。

4 结语

综上所述,对于我国的艺术品产业来说,下一步的发展重要途径是与新兴文化产业的跨界融合,这也是当下时代发展的重要趋势,如果我们还是按照以前行政区划来发展艺术品产业,那么收到的效果和成绩不会太理想,现代艺术品产业发展需要打破行政区划和部门格局,把它放在完整的产业链当中去考虑。对于艺术品产业与新兴文化产业的未来融合路径,尤其以下几个方面,第一是政府要注重

政策和顶层设计, 建立一个能够促进文化产业与相关产业融合发展的完善政策体系, 二是企业需要找准投资方向, 通过数据精确的分析市场, 建立良好的人才储备, 第三, 文化投资不仅仅是双赢, 我们需要寻求多赢的局面, 因此未来的跨界融合发展应该是多元融合, 既有文化与科技的融合, 也需要与相关的产业融合, 更是要与金融资本进行有效融合。

参考文献

- [1] 廖珍琴. 建盏艺术在传承中走向创新发展之路分析[J]. 陶瓷, 2021(09):151-152.
- [2] 张玥,徐明霞,杨子勋. 黑龙江省艺术品创新发展对策研究[J]. 今古文创, 2021(15):68-69.
- [3] 祝捷. 艺术品市场金融化发展国内外研究综述[J]. 中国书画, 2021(04):122-125.
- [4] 张纯,祝佳佳,薛逸达. AI 助力陶瓷文化创意产业转型浅析——以景德镇陶瓷为例[J]. 中国陶瓷工业, 2021, 28(03)
- [5] 钱华敏. 唐卡艺术品市场发展研究[D]. 云南师范大学, 2021.
- [6] 易淑娴. 艺术品产业涌现新经济业态[N]. 中国文化报, 2020-12-05(002).
- [7] 彭楷涵. "数字时代"下艺术品市场的新发展——对文化产业跨界融合的一点思考[J]. 商业文化: 学术版, 2011(10):1.
- [8] 西沐. 中国艺术品产业发展再创新[J]. 金融博览(财富), 2017, 02(No.438):81-82.
- [9] 堯小鋒. 跨界融合将是艺术品市场的"新常态"[J]. 收藏投资导刊, 2016(13):1.
- [10] 马骋, 吴桥. 艺术品市场与集群发展:从民族文化资源

到文化产业[M]. 上海人民出版社, 2013.

- [11] 谢晓冬, 魏鹏举, 万捷,等. 文化新业态 推动市场健康发展[J]. 中国拍卖, 2018(9):4.
- [12] 西沐. 艺术品市场新风向:跨界融合和资本介入[J]. 金融博览, 2016(16):2.
- [13] 管家庆, 陈萌亚. 文化旅游产品与艺术衍生品跨界融合开发与设计方法初探[J]. 艺术教育, 2016(12):2.
- [14] 张博. 我国艺术品金融化发展及路径选择[D]. 河北经贸大学, 2013.
- [15] 句读. 文化"牵手"资本,建文化产业新格局——数字解读"十一五"以来南京文化产业大发展[J]. 市场周刊:艺术品投资, 2016.
- [16] 谢珊珊. 艺术的跨界[J]. 小品文选刊:下, 2017, 000(006):P.144-144.
- [17] 陈茜影. 媒介融合语境下中国艺术品市场的转型研究[D]. 河北师范大学, 2014.
- [18] 赵欣. "互联网+"模式下国内艺术品市场的整合与变革[D]. 云南艺术学院.

收稿日期: 2022年1月9日

出刊日期: 2022年2月18日

引用本文: 刘玲, 艺术品产业与新兴文化产业的跨界融合发展问题研究[J]. 文化和旅游研究, 2022, 1(1):22-24

DOI: 10.12208/j.jctr. 20220005

检索信息: 中国知网 (CNKI Scholar)、万方数据 (WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

版权声明: ©2022 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。 <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS