

试论博物馆艺术授权的结构模式与价值链

王秀伟

(中国海洋大学国家文化产业研究中心 山东青岛 266100)

内容提要:博物馆艺术授权是以博物馆藏品等所体现的文化艺术内涵为依托的授权标的物知识产权的授权体系,其发展路径和结构形式即为博物馆艺术授权的结构模式,分为直接授权模式、委托授权模式和综合授权模式三种。这一结构模式决定了其价值链的形成过程和最终形态,总体表现为由若干点、线、面组成的伞状结构的价值网络。

关键词:博物馆 文化产业 艺术授权 授权模式 价值链

中图分类号:G260;G124

文献标识码:A

充分挖掘文化遗产的社会价值,对其加强保护的同时注重利用是新时期文化遗产工作的重要导向。博物馆作为文化遗产的重要收藏、保护与展示场所,在彰显文化遗产的社会价值、推动文化事业和文化产业发展中肩负着重要使命。为此,国家相关部门先后出台了若干支持文化文物单位文化产业发展的政策意见,有力推动了博物馆文化产业的发展。2015年3月实施的《博物馆条例》明确指出:国家鼓励博物馆挖掘藏品内涵,与文化创意、旅游等产业相结合,开发衍生产品,增强博物馆发展能力。这为国内博物馆文化产业的发展提供了政策导向和法规依据。2016年4月,国务院作出部署:“国有文化文物单位要积极探索合理的收益分配机制,吸引社会力量参与文化创意产品研发、生产和经营,依托馆藏资源,采取合作、授权、独立开发等方式开发文化创意产品。”^[1]推动文博单位文创产品开发上升为国家政策层面的议题。随后,国务院办公厅公布《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》^[2],鼓励文化文物单位与社会力量深度合作,建立、健全包括授权机制在内的优势互补、互利共赢的合作机制。在相关政策的引导及部分博物馆艺术授权成功案例的影响下,借助艺术授权发展文化产业受到国内文博界越来越多的关注。博物馆对艺

术授权模式的探索也有助于推动博物馆社会价值的发挥和博物馆事业的发展。

一、博物馆艺术授权

作为一种企业管理的手段和模式,“授权”最早源于20世纪80年代经营环境变化的背景下,企业对提升或保持竞争优势而作出的管理模式创新。经济学意义上的“授权”可理解为权利作为一种资源在不同组织、群体、层级间的流动,其实是权利资源的生产、流通、消费与效益反馈过程。当“授权”成为市场经济条件下推动经济发展和产业循环的手段时,其内涵更多地具备了经济因素和产业身份。艺术授权指向的正是产业经济视域下,以艺术作品的知识产权作为生产要素,在不同主体间实现的价值流通及其带来的效益提升。

审视不同权利流通主体及相互间的产权关系,艺术授权可理解为建立在授权者与被授权者权利许可关系之上的市场交易行为。基于此,美国学者里萨·梵度(Lisa Fondo)将艺术授权界定为“被授权者与授权者双方签订合同,将艺术作品的著作权等无形资产,在特定地理区域与时间内,应用于某特定商品上的过程,然后授权者从每单位授权商品的销售所得中抽取权利金”^[3]。市场化程度的提高有效配置了人力资源,从而提高

收稿日期 2016-08-15

作者简介 王秀伟(1985—),男,中国海洋大学国家文化产业研究中心/文学与新闻传播学院讲师、博士,主要研究方向:文化文物单位文化创意产品开发。

基金项目 江西省教育厅人文社科一般项目“文化创意产业视角下的博物馆艺术授权机制研究”(YS17216)阶段性成果。

了劳动生产率,进一步推动了社会分工的深度演进。随着授权产业的规模化和专业化,授权经纪作为一类独立的角色应运而生。理查德·凯夫斯(Richard E. Caves)认为,“文化成为产业的重要标志是产业链的形成和中介环节的急剧扩张”^[4]。因此,加入授权经纪后的艺术授权可理解为授权者将授权标的物授权于授权经纪,由后者取得授权,代表授权者授权给被授权方;权利金按照授权合同的确定比例逐次反馈,进而完成授权。授权经纪的介入完善了艺术授权的链条,推动了艺术授权向产业化方向迈进。

艺术授权在本质上表现为文化艺术的生产与再生产行为。通过艺术授权,不仅实现了艺术理念的重构和文化价值的再造,而且深层次地优化了资源要素,开启了产业价值。艺术授权首先体现为自身要素的重组和优化,从而形成可以授权的标的物。随着新的知识、智力、情感等要素的注入,原创作品所依托的文化、艺术和创势必发生重组,形成新的组合。新组合下的标的物由于具有双重的文化价值积累,从而具备了对其他事物构成影响的能量。随着艺术授权的开展,积聚了一定能量的文化艺术标的物及其所蕴含的文化、创意,将对引入对象的系统形成一种冲击性影响。亨利·马基诺(Henry Margenau)对此曾表示:“一旦创意经过重组进入新状态和新模式,就会产生创意行为。”^[5]所以,艺术授权可以被看作通过文化艺术作品所承载的知识产权的所有权和使用权的分离,借助文化、艺术、创意要素的流动和潜能的发挥,打破原有事物体系和结构状态,并在此基础上实现的结构优化。艺术授权的机理是将授权标的物所蕴含的文化艺术作为创意资源结合其他物质或产业载体,实现新价值的生成和积累。

博物馆艺术授权是以博物馆藏品等所体现的文化艺术内涵为依托的授权标的物知识产权的授权体系。授权标的物主要来自博物馆藏品、商标、建筑等通过数字化形成的图像、文字、标识、声音、影像。标的物以数字化符号的形式被保

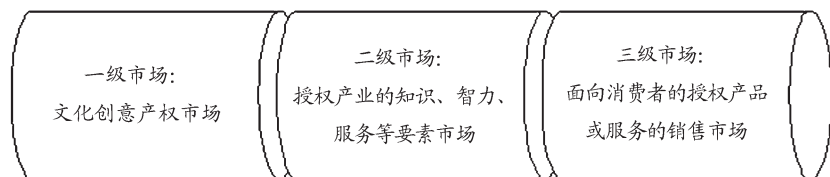
存、建档,在此基础上对其所承载的知识产权进行授权。知识产权本身是无形的财产权,必须依附于数字化后形成的文化艺术符号而存在。此时的文化艺术符号是博物馆文化资源的全息浓缩,承载着文化资源的内涵和意义,“它们像任何形式的传播或语言一样,在一种话语的语义链范围之内通过符码的运作而组织起来”^[6]。狭义的博物馆艺术授权仅指针对博物馆艺术作品著作权的授权,即以数字化的文化艺术符号为授权标的物的授权。广义的博物馆艺术授权还包括了博物馆的品牌授权、出版授权、影音授权等类型。博物馆艺术授权有效地连结了博物馆、社会公众、市场主体和其他非营利组织,实现了博物馆文化产业与外界产业体系的互动,更好地推动了博物馆价值的生产与输出。因此,博物馆艺术授权应视为一个整体性的价值生产与再生产系统。

不同博物馆发展文化产业的内部条件和外部环境不尽相同,艺术授权模式的选择也存在差异,不同结构模式下的价值链形态也会因此有所不同。

二、博物馆艺术授权的三种结构模式

艺术授权模式同时兼具三个层级市场的要素,有效地连结了文化创意产业的产权市场、要素市场和产品市场,打通了不同市场间的价值流通环节,增强了不同市场间的关联度(图一)。

在艺术授权模式下,不同层级的市场之间形成一个相对畅通的价值通道,从而便于价值的流通和增值。同时,各产业要素间的组合也将实现从垂直发育或平行生长结构向以具有知识产权的符号资本为核心的衍生辐射式结构转变。因此,艺术授权的结构模式可以描述为:以具有符号意义和价值的文化艺术资源为源头,以文化艺术资源所承载的知识产权为核心,通过授权实现的产权交易、资源整合、生产销售的融贯性和扩展性的结构体系。艺术授权的结构模式建立在资源集聚和无形资产积累的基础上,并以此为基础吸纳、整合外部资源要素,形成价值辐射、联动的协同圈层。



博物馆艺术授权的结构模式是博物馆根据自身内部优势和外部条件所采取的发展艺术授权的路径和方式。博物馆艺术授权的结构模式通常表现为三种:直接授权模式、委托授权模

式和综合授权模式。

(一) 博物馆艺术授权的直接授权模式

直接授权模式是以博物馆为授权方,直接将本馆拥有的或通过授权取得知识产权的标的物授权给被授权方,被授权方按照合同规定在限定时间和区域范围内将授权标的物应用于经营活动或非营利性活动中,并向博物馆反馈权利金的模式。该模式以博物馆为授权主体,直接负责授权的签约、监督、管理等各项工作。被授权方直接与博物馆联系授权事宜,在取得授权标的物后向博物馆反馈权利金。被授权方可同时选择不同类型的多个授权标的物;在非专属授权的情况下,博物馆也可将同一授权标的物同时授权给多个被授权方。

直接授权模式有利于博物馆有效掌控艺术授权的各个环节和进展程度。由于博物馆对本馆的藏品资源、文化特点更为熟悉,在协调授权窗口与藏品管理、科学研究和展览组织等部门的关系方面更加便捷,可更好地发挥其在艺术授权过程中的主导作用。因此,该模式受到国内外一些博物馆的青睐,如国外的英国大英博物馆(British Museum)以及国内的台北“故宫博物院”、浙江省博物馆的艺术授权主要运用直接授权模式。

以大英博物馆为例。大英博物馆的艺术授权由下属的大英博物馆股份有限公司负责,公司专门成立大英博物馆影像网站^[7],提供藏品影像的搜索、购买、授权与下载服务。所有影像的著作权归博物馆理事会所有,每张影像配有相应藏品的作者、年代、尺寸等信息以及关于著作权归属的声明。使用者可通过网站申请授权使用相关影像;如果找不到所需影像,可直接向博物馆提出申请。大英博物馆影像网站对授权环节作出了一定的规范,如对影像用途、应用媒介、申请数量等事项作出选择,以便明确授权费。完成影像选择后,被授权者需要阅览并确认博物馆拟定的授权合同,支付授权金后下载影像档案,完成授权环节。对网站上没有提供的影像,申请者需向博物馆提交书面申请,并签订授权合同。大英博物馆的直接授权模式是一种高效的授权模式,将授权环节置于博物馆影像网站上,在对网站后台的监督下完成授权,既减少了交易成本、提高了授权环节的效率,也确保了授权金的及时给付。

直接授权模式的不足之处在于,博物馆作为非营利组织长期游离于市场之外,对市场需求缺乏敏感性,对消费文化认知不足,导致选择授权

标的物时容易忽视以其为载体的授权产品潜在的市场价值,从而影响艺术授权产品的价值实现。此外,博物馆作为非营利机构,在授权过程中需要与不同的被授权方接洽、谈判、拟定授权合同并监督执行,这对缺少市场交易和法律监督经验的博物馆来说是一项复杂的工作,尤其是博物馆对授权合同的监督效力明显不足。如浙江省博物馆2011年在对《富春山居图》进行授权时,因监督经验和效力有限,出现了法蓝瓷等个别被授权方违规私自提高授权产品价格的情形^[8]。授权后的监督、管理困难成为博物馆直接授权模式的最大制约因素。

(二) 博物馆艺术授权的委托授权模式

委托授权是指博物馆委托第三方进行的授权活动。该模式下,博物馆委托授权经纪代表博物馆作为授权方,将拥有知识产权的授权标的物直接或经过一定的创意设计后,授权于被授权方。被授权方按照合同规定使用授权标的物并向授权经纪支付授权金,或在授权活动中回馈权利金,由后者按照与博物馆的约定,将一定比例的权利金反馈给博物馆。

授权经纪发挥着沟通博物馆、被授权方与社会公众的作用,形成博物馆委托授权模式的支撑力量。授权经纪的加入是对博物馆艺术授权结构模式的创新甚至重构:一方面,授权经纪缓解了博物馆与被授权方之间的信息不对称问题,使双方的信息供求关系更加透明;另一方面,授权经纪为博物馆艺术授权向更广阔的市场空间拓展提供了一个突破行业壁垒、建构多元市场、扩大授权规模的路径。在委托授权模式中,授权经纪扮演的不单是交易中介的角色,还承担了文化传播和授权营销的功能,承担着市场策划人、形象包装者的角色^[9]。根据授权经纪的不同类型,可将博物馆艺术授权的委托授权模式分为代理授权模式、中介授权模式和平台授权模式。

代理授权模式是博物馆以某一授权代理商代表博物馆与被授权者协商并完成授权的模式。其前提是授权代理商与博物馆签订委托代理合同,明确职责和权利,维护博物馆的正当权益并使代理商的利益得到保障。如授权代理商360ep的权责包括:替博物馆完善授权策略并计算出可能潜在的收益,代表博物馆与每个潜在的目标客户沟通协商并订立备忘录,针对授权合约与博物馆的法律部门进行讨论等^[10]。该模式下,授权代理商代表博物馆与被授权方沟通、谈判并签订授

权合同,合同内容必须经博物馆核实并同意。如果授权代理商具有一定的知名度并拥有众多的潜在被授权对象,可以帮助博物馆迅速拓展授权市场、扩大授权规模。如美国古根海姆博物馆(Guggenheim Museum)自2005年起,以360ep公司作为其授权代理商代理博物馆的品牌授权业务。我国台湾地区博物馆授权代理商七顶创意公司作为法国国家博物馆联合会(RMN)指定的授权代理商,代理包括卢浮宫博物馆(Musée du Louvre)、凡尔赛宫博物馆(Chateau de Versailles)、毕加索博物馆(Musée Picasso)在内的十多家博物馆在大中华区的图像授权业务。

代理授权模式的优点体现在,授权代理商更加了解市场需求,并有能力引入更多被授权方参与到博物馆艺术授权中。具有一定知名度的授权代理商往往具备一定的市场营销能力和管理监督能力,能够有效保障博物馆艺术授权的顺利进行。古根海姆博物馆授权负责人 Maria Pallante-Hyun 直言授权代理商因其专业性,能够更好地了解市场,知道应与哪些潜在客户洽谈并清楚应如何做^[11]。代理授权模式的成功主要取决于授权代理商的知名度和代理规模;审阅和确认授权合同的人力和时间等交易成本是该模式存在的不足之处,博物馆并不能完全克服。

中介授权模式是博物馆委托授权中介就授权标的物向被授权者进行授权并完成授权金回馈的模式。中介授权模式下的授权中介往往拥有自己的数据库,并以此吸引潜在的被授权者。被授权者若要获得授权,可直接进入授权中介的数据库网站,按要求操作并给付授权金后直接取得授权。这不同于代理授权模式下每个项目皆需与代理商协商,并且签订授权合同时需由博物馆确认的情况。授权中介在授权环节取得博物馆认可的定型化合同文本并将其出示给被授权者,以被授权者同意合同文本为授权合同签订的标志,无需交由博物馆审核。如作为全球规模最大的影像授权中介商之一的 Scala Archive 拥有 7000 多家博物馆的数字影像资源,其中不乏埃及国家博物馆(Egypt Museum)、梵蒂冈博物馆(Vatican Museum)、美国纽约现代艺术博物馆(The Museum of Modern Art, MOMA)等世界知名博物馆的影像资源,庞大的影像资料库奠定了 Scala Archive 代表博物馆对外授权的基础。Scala Archive 首先与博物馆签订委托授权协议,并协商制定定向型合同;继而取得博物馆数字化的藏品影像并将影像

档案置于其网站。在对影像知识产权统一管理的基础上,Scala Archive 向被授权方提供高解析度(1000dpi)影像的下载服务并授权其使用;被授权方根据影像的用途、应用方式和使用范围向 Scala Archive 支付授权金;Scala Archive 根据委托协议,再将被授权方支付的授权金按比例反馈给博物馆。

平台授权模式是博物馆将授权标的物授权于固定的授权平台,再由后者代表博物馆进行授权,并实现权利金依次反馈的模式。由于授权过程经历两次授权,因此又被称为再授权模式。平台授权模式下,授权平台首先取得博物馆的授权许可,将授权标的物的影像档案建置处理,如置于其网站或交由专业代理商处理并提供授权窗口。被授权方可向授权平台提出授权申请,在获得授权后按规定向授权平台交付授权金,授权平台再向博物馆按比例反馈授权金。该模式具有代表性的是 RMN 实行的平台授权。RMN 作为平台接受法国 32 家国有博物馆委托的藏品影像授权委托,在与各博物馆签订授权委托合同后,负责影像处理及使用工作。RMN 并非自行处理,而是将影像交由专业影像代理商 Photo agency 处理,并设有专门网站处理授权事务。Photo agency 通过其运行的法国博物馆典藏品影像网站,将六十多万件博物馆影像资料向公众开放申请使用;申请者通过该网站取得影像的使用权并交付使用费。平台授权模式的优点在于博物馆不需要耗费人力、时间等交易成本在授权环节的审核与管理上,被授权方只需与授权平台协商授权事宜。授权平台具有程序固定、便于集中管理的优点,保障了授权的稳定性和持续性;平台授权的缺点表现为针对具体授权事项,博物馆无法加入特定条件,因此无法实现自身诉求。

(三)博物馆艺术授权的综合授权模式

综合授权模式是博物馆综合采用直接授权和委托授权进行授权的模式。根据本馆实际,博物馆可选择一类授权标的物向被授权方直接授权,同时可以委托授权经纪将其他类型的标的物对外授权。直接授权方式下的被授权方直接向博物馆反馈权利金;通过委托授权方式授权的被授权方向授权经纪支付授权金后,由后者按合同约定反馈给博物馆。

综合授权模式是一种复合式的授权模式,该模式是博物馆结合自身实际作出的多元化、区别性的授权策略。拥有一定的品牌知名度、数量庞

大的藏品影像、较高的社会认知度且授权标的物类型多样是采用综合授权模式的必备条件,因此需要根据博物馆的品牌知名度、社会影响力、藏品规模、组织机构及人员配备等因素和授权标的物的类型作出决定。综合授权模式综合了直接授权与委托授权的优点,有助于不同标的物授权模式的优化和价值创造的最大化。不足之处在于,综合授权模式的复杂性增加了授权过程的交易成本,在一定程度上会占用博物馆较多的资源。美国大都会博物馆(Metropolitan Museum of Art)在发展艺术授权时采取的即是综合授权模式。

由于大都会博物馆在世界范围内拥有较高的品牌知名度,品牌价值突出,馆方主要采取直接管理其品牌授权业务的方式。馆方在其网站上列出针对博物馆品牌的国际授权计划;潜在被授权者若需要使用博物馆品牌,可直接与博物馆授权部门联系授权事务;授权部门对授权申请及申请者的背景进行审核后作出答复;经授权部门同意,申请者缴纳授权金并取得品牌的授权。大都会博物馆的委托授权采取中介授权和平台授权相结合的方式。2007年起,大都会博物馆委托 Art Resource 公司作为其授权代理商,代理藏品影像在北美地区的授权业务。后者通过其网上数据库展示博物馆的影像,并对授权内容和条件作出说明;被授权方在与 Art Resource 达成授权意向并支付授权金后,通过网上数据库取得授权。影像授权在北美以外地区主要采用平台授权模式,如在欧洲地区,大都会博物馆委托 RMN 代理其在欧洲的影像授权业务。

三种艺术授权模式的适用性不同,在实际运用中也各存利弊,不同博物馆可根据本馆实际选择合适的授权模式。不同的授权模式决定了艺术授权的价值生成与连结方式不尽相同,艺术授权的价值链形态也会有所差异。

三、博物馆艺术授权的价值链

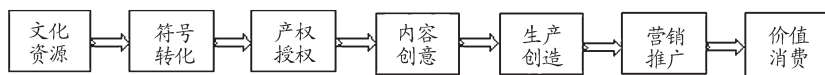
美国匹兹堡大学教授特里·史密斯(Terry Smith)在描述价值形成过程时指出,价值形成的模式是“先产生,后汇集,再之后形成价值通道、价值线,有时形成价值链”^[12]。价值链的形成与延伸反映了价值的创造、流通与增值过程,随着艺术授权各环节的推进,价值不断生成、汇集与延

展,最终形成链式的价值通道。从博物馆文化资源的发掘与整理开始,艺术授权的过程形成一个环环相扣的价值链。价值形成与实现过程可以描述为:蕴含于文化资源中的文化价值转化为符号资本后形成文化价值与潜在经济价值,转化为授权产品并被消费者消费后实现双重价值。博物馆艺术授权的价值链由价值生成与增值环节按照价值形成机制有序组合而成,价值链形态与价值形成机制及价值生成和增值环节的分布与组合直接相关。因此,需要厘清这一过程中的价值形成机制和各环节的价值增值过程。

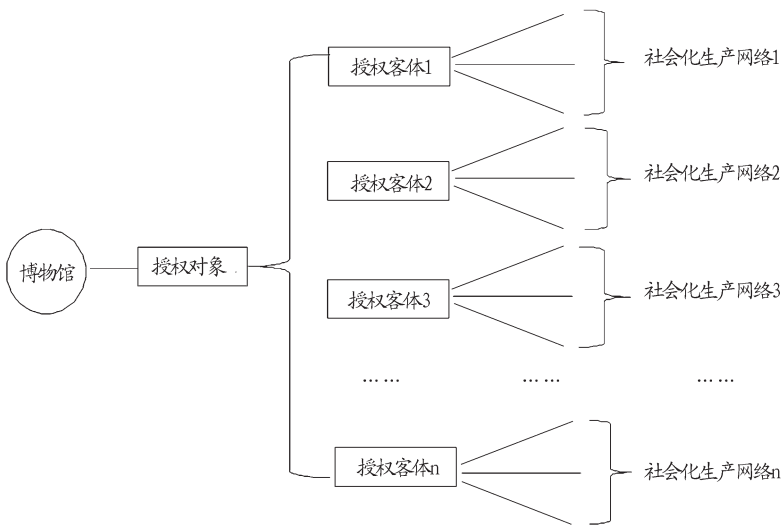
文化生产可分解为若干为实现生产目的而开展的文化活动,这些活动被称为价值活动。价值活动环节连结在一起,构成价值的创造、流通和增值过程。博物馆艺术授权的价值链由文化资源、符号转化、产权授权、内容创意、生产制造、营销推广、价值消费七个价值活动环节构成(图二),各环节按照博物馆艺术授权的流程形成价值链。

博物馆文化资源的发掘与整合是文化价值的发现与梳理过程。通过梳理与整合,文化价值得以凸显。在符号转化环节,博物馆的文化资源将转化为特定的文化符号,文化价值也将凝聚于这一特殊的文化资产中。同时,通过数字化生成文化符号的过程也是文化艺术作品的创作过程,经过此过程,文化符号具有了特定的知识产权价值,具备了作为特殊资本的形态而形成潜在的经济价值。伴随授权环节的进行,知识产权实现了转移,授权标的物的文化价值得到传播,经济价值得以增值。通过创意注入,文化符号具备了向其他产品和服务渗透、融合的潜质,内容创意环节因此成为博物馆艺术授权价值链附加价值形成的关键环节。生产制造和营销推广环节是价值的生产与流通环节,随着内容创意应用于不同的产品和服务,价值将沉淀下来,随着营销推广而实现传播。最后的消费活动最终实现了标的物文化价值和经济价值向市场价值的转化,满足了人们的内在需求。由此可见,博物馆艺术授权的价值链是一个系统的链式组合结构,有效保障了各价值活动环节的有效衔接和整体价值的最优化。

在博物馆艺术授权的价值链结构中,价值的形成、流通和增值始终伴随、凝结着文化价值和经济价值的文化符号的创造、流动和利用。文化符号具有可



图二// 博物馆艺术授权的价值链结构



图三// 博物馆艺术授权的价值链形态

传播性强、易复制、易流通的特点,因此它所蕴含的价值能够较快地复制、倍增和传播。文化符号所承载的知识产权经过产权交易、包装提升而具备了价值融贯和扩张能力,从而使博物馆艺术授权的价值链得以不断延伸,最终形成以文化符号生产、流通为外在表现,以知识产权的形成、转移和利用为内在推动力的价值增值网络。在该网络中,以博物馆文化资源为价值原点,经过整合梳理后的文化资源呈现为若干价值生发点,每一个价值生发点经数字化形成若干特定的文化符号,价值得以集聚。通过授权、设计、生产、营销等环节,价值开始流通和扩散。授权对象与授权客体并非单一的映射关系,而是一个多向度的关联映射。据此,授权对象与社会化的生产网络联系起来,最终形成辐射状的价值流通网。因此,博物馆艺术授权的价值链形态可以看作若干由“点—线—面”组成的伞状结构的价值网络(图三)。

博物馆艺术授权的价值链总体具有一定的稳定性,但不同授权模式下的价值形成与增值路径又不尽相同,因此价值链形态也呈现出相应的特点。直接授权模式主要涉及博物馆与被授权方之间的关系:价值链在最初呈现为单向式的价值生成与延伸形态;随着授权环节的开始,授权意愿达成后各项环节的价值链形态呈现出复合式的价值提升与增值路径。因此,直接授权模式的价值链由单向式和复合式两种价值路径衔接而成,符合典型的伞状价值链形态。

委托授权模式下的授权过程和价值链形态

较为复杂。授权经纪参与下的委托授权模式的实质是一种知识产权中介的商业模式,即著作权、商标权、专利权等知识产权通过授权经纪这一中介环节最终与市场或产业要素连为一体^[13]。授权经纪的存在使授权标的物知识产权的价值在一个特定的平台上先被集聚,后经授权环节实现了扩散和增值,最终形成价值链。随着授权标的物知识产权价值转化为实际应用价值,价值逆向补偿随同权利金的反馈也同步开始。

综合授权模式的复合性决定了该模式下的价值生成与增值是一种双向的路径。直接授权和委托授权虽然是两种相对独立的授权模式,但由于处在同一艺术授权框架内,因授权标的物之间的关联性 & 前期授权环节的共时性,两者的价值链呈现部分的交叠。在授权合同的约束下,权利金按一定比例逐次逆向反馈到博物馆,从而实现了博物馆知识产权价值的补偿。在授权过程中,两者的影响力会相互渗透,进而无形中增强了彼此的价值提升能力和价值溢出效果。因此,综合授权模式下的价值链表现为一种复合型、交叉式、互促式的价值形态。

- [1]《专家解读推动文化文物单位文化创意产品开发的措施》,[EB/OL][2016-04-27]新华网 http://www.xinhuanet.com/politics/2016-04/27/c_1118755196.htm.
- [2]《国务院办公厅转发文化部等部门关于推动文化文物单位文化创意产品开发若干意见的通知》,[EB/OL][2016-05-16]中国政府网 http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-05/16/content_5073722.htm.
- [3] Lisa Fondo. Art Licensing Show Steady Growth: licensors continue to focus on art for its longevity in the marketplace and its growth popularity—Special Report? *Art Business News*, 2003-06-25.
- [4] [美]理查德·E·凯夫斯著、孙维等译:《创意产业经济学:艺术的商业之道》,新华出版社2004年,第41页。
- [5] [美]约翰·霍金斯著、洪庆福等译:《创意经济——如何点石成金》,上海三联书店2006年,第21页。
- [6] [英]斯图亚特·霍尔著:《编码,解码》,单世联选编《文化产业研究读本(西方卷)》,上海交通大学出版社2011

年,第319页。
 [7]大英博物馆影像网站 <http://www.bmimages.com/about-us.asp>.
 [8]根据2015年12月笔者与浙江省博物馆经营管理部负责人的访谈进行整理。
 [9]李思屈、李涛:《文化产业概论》,浙江大学出版社2010年,第274、344页。

[10]360ep网站 <http://www.360ep.com/selling licenses.html>.
 [11]萧涵匀:《艺术授权机制与数位影像在著作权法上的地位之研究》,台湾大学硕士学位论文,2009年。
 [12][澳大利亚]戴维·思罗斯比著,王志标、张峥嵘译:《经济学与文化》,中国人民大学出版社2011年,第30页。
 [13]陈少峰、张立波:《文化产业商业模式》,北京大学出版社2011年,第162页。

The Structural Model and Value Chain of Licensing of Museums

WANG Xiu-wei

(National Research Center for Cultural Industries, Ocean University of China, Qingdao, Shandong, 266100)

Abstract: The museum's art licensing is a licensing system, which takes the intellectual properties that are based on the cultural and artistic connotation of the museum's collections, as the subject matter. It's development paths and structural style comprises its structural model, which takes form of direct licensing, licensing via delegation, and comprehensive licensing. The structural model of the museum's art licensing determines the formation process and the ultimate form of its value chain. Overall it will be a series of umbrella-shaped value networks consisting of nodes, connectors, and planes.

Key words: cultural industry; museums; art licensing; licensing model; value chain

(责任编辑:王霞;校对:张蕾)

“‘考古中国’暨《长江下游区域文明模式研究》课题推进会”顺利举行

2018年2月7—8日,第三次“‘考古中国’暨《长江下游区域文明模式研究》课题推进会”在南京博物院江南工作站举行。本次会议由国家文物局主办,来自全国相关的科研机构和高校的近百位代表,共同参与了推进会。

此次会议开幕式由南京博物院江苏考古研究所所长林留根主持,北京大学考古文博学院教授赵辉发言。

推进会分为课题汇报和学术讨论两个环节。2

月7日上午,汇报以分组方式,分别由“长江下游”组、“河套”组、“长江中游”组和“中原”组的代表汇报项目进展情况。当天下午,各个课题组代表围绕“中国文明的起源和早期发展”这一主题,展开交流和讨论。最后,国家文物局文物处张凌处长对本次推进会进行总结。2月8日,与会代表到常州青城墩考古发掘工地进行考察。

(张雪菲)