
从“政府供给”到“市场供给”

——孝感市公共文化服务“楚剧展演”项目供给机制 个案分析^{*1}

王余生

(武汉大学政治与公共管理学院, 湖北 武汉 430072)

【摘要】：公共文化服务供给直接决定公共服务体系的构建，其供给机制的效率和质量更是公共管理和公共政策研究的核心范畴。孝感市公共文化“楚剧展演”项目基于“减负”和“增效”的现实应对，克服了“政府供给”的阻力，引入市场主体，导入竞争机制，顺从了“市场供给”的拉力，由“政府供给”向“市场供给”转变，这其中蕴含了供给主体的重构、供给方式替代、供给手段转换和供给动力叠加的内在机理。通过建立市场化的供给机制，培育“文化自信”和“文化自觉”的行动力，创造了中部地区公共文化服务供给的可行路径，达到了共同治理的效果。

【关键词】：公共文化服务；政府供给；市场供给；机制；个案分析

【中图分类号】：D63 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：1003-8477 (2017) 05-0057-06

文化作为国家的软权力，其重要性不言而喻。^[1]落实文化强国战略，保障公民享用基本文化权利始终是政府公共行政的重点和公共治理的重要议题，其供给机制的效率和质量更是公共管理和公共政策研究的核心范畴。从国家或地区层面而言，公共文化供给水平直接决定公共服务体系的构建，对促进文化繁荣和彰显社会软实力意义非凡。

纵观当今世界，公共文化服务供给模式各具特色，泾渭分明。西方发达国家公共文化服务在“公平”、“正义”理念的感召下，经历了从“文化行政”向“文化服务”历史转变，政府以积极的姿态进行各项公共文化建设，形成了以美国、加拿大为代表的“市场主导型”服务供给模式、以法国、日本为代表的“政府主导型”服务供给模式和以英国、澳大利亚为代表的“一臂之距”服务供给模式。而在东方，具有灿烂文化和悠久文明的当代中国，在“文化共享”、“均等化”理念的指导下，公共文化服务供给体系经过不断完善，先后形成了“政府垄断型”供给模式、“市场合作型”供给模式和“社会多元型”供给模式。这些经验模式有效地拓展和丰富公共文化服务供给机制。

孝感市基于对当前公共文化服务供给机制的理性思考，通过发挥市场作用，引入竞争机制，改变了过去政府单一供给主体，与企业合作建立市场供给机制，利用市场力量进行公共文化资源配置，探索了政企联合的新路径。

一、“楚剧展演”项目“政府供给”的困境

¹ **作者简介**：王余生（1982—），男，武汉大学政治与公共管理学院博士研究生。

基金项目：国家社会科学基金重点项目“国家文化体制改革与创新研究”（15AH007）。

（一）“楚剧展演”项目概况。

孝感市位于湖北东北部，国土面积 8910 平方公里，人口约 531 万，是大别山革命老区重要组成部分，经济水平属于湖北中等。孝感市现有 1 区 3 县 3 个县级市，115 个乡镇、街道办事处。文化底蕴深厚，以“孝”文化扬名海内，辖区内各种物质文化和非物质文化遗产丰富。据考察，孝感是颇有地方特色楚剧的发源地，目前有 7 家专业楚剧团和各种规模不一的民间楚剧戏班，承载了地方楚剧传承和表演，构建了地方特色的楚剧文化服务体系。近年来，孝感市政府加大了楚剧开发和保护力度，挖掘了楚剧人才，开设了楚剧培训班，重点培养中青年楚剧人才。同时，实施了系列“楚剧文化惠民”政策，各区县文化部门组织围绕杨业功、汤俭民、田子君、严大平等本地先进人物事迹进行创作，把先进人物的形象搬上楚剧舞台，编排了《将军家的年夜饭》《生命如歌》《呼唤》等剧目，精心打造了楚剧大戏《云梦黄香》《焦裕禄》《书屋的春天》和孝文化题材《云梦黄香》《可怜天下父母心》《孟宗哭竹》《孝子情》等地方特色的文化节目，多次获得国家和省文化部门的认可和表扬。由于深厚的楚文化基因，浓郁的孝文化传承，2014 年，孝感市“楚剧展演”项目申报国家第二批公共文化服务体系示范项目资格获批成功，为各楚剧文化和表演带来了新的发展机遇。

（二）公共文化的特性。

从字面意含解释，文化最初蕴含着对公民的意照，并不是独属于私人生活，而是与公共生活相对应。^{[2] (p137)}而公共生活的维持需要政府进行公共产品的供给，按照萨缪尔森^{[3] (p387-389)} (Samuelson) 和斯蒂格利茨^{[4] (p147)} (Joseph Stiglitz) 对公共产品的定义，非排他性和非竞争性是其基本属性。作为公共产品的类属，公共文化产品也具有相同特性，在消费上具有非竞争性而非排他性。具体来说，一是消费的非排他性。公共文化产品具有公益性，在供给过程中，主体之间的使用和消费不具有互斥性，不会对其他人从事同样的消费行为产生损害，不构成行为妨碍，体现了消费者之间地位上的平等和关系上的包容。二是消费的非竞争性。作为公民在消费公共文化产品时，其产品的属性和价值不会因使用随之消减，内在成本也不会因为消费次数增加而上升，消费的数量不会抵消文化产品的质量和效率，不会产生额外的附加成本，消费者之间不构成消费冲突关系。三是产权的公共性。由于消费者“经济人”的本性和“利己性”的冲动，消费公共文化产品难免经常会出现“搭便车” (free-rider) 行为和“公地悲剧” (Tragedy of the commons) 现象，少数文化产品消费者不愿意为之付费，其产权边界比较模糊，文化成本居高不下。四是影响的持久性。公共文化产品与一般性消费物品不同，其无形的精神影响和心灵激荡不会很快随之消散，外部性和溢出效应比较明显。

（三）“政府供给”阻力。

早在 20 世纪 60 年代，有学者就将公共服务供给划分为“提供”和“生产”两个不同阶段。^{[5] (p3)}同时，在供给环节中，可以分为“安排、付费、生产和提供等若干环节”。^{[6] (p5)}对于公共文化服务供给机制，我国也对应有积极的尝试，把文化产品的提供和生产主体进行分离，明确两者的责任范围，以便提供更专业和优质的公共文化服务。但是，在具体操作层面上，长期以来，孝感市文化行政部门把公共文化服务供给主体等同于政府供给，主体的唯一性比较突出。政府在对公共文化产品的种类、数量、范围和人群等拥有绝对主导权，其供给体制就是由所在区域内政府及文化主管部门将资源进行有效分配至下一级文化行政主管部门或是对应事业单位，由这些单位进行资源的再分配。在这过程中，公民对公共文化产品处于被动的接受地位，无法参与对文化产品的有效选择和绩效评价，少数弱势群体，只能享受最基本的公共文化供给量。

事实证明，公共文化服务不仅由制度和内容构成，也由组织支撑体系和供给体系组成。^{[7] (p308)}孝感传统公共文化“楚剧展演”项目供给机制是基于政府官僚体系下进行，其配送的机制具有官僚科层性质，被称为“政府供给”模式。这种传统意义上的“政府供给”具有一定优势：一是供给速度快。政府作为拥有合法强制力的组织，在体制保障、执行计划、资源控制和社会动员方面具有巨大潜能和优势，可以在较短时间内，将公共文化服务进行调拨和分配，能迅速回应公民对公共文化的需求。二是供给效果明显。政府作为公共文化服务的组织者和规划者，对所辖公民的公共文化需求了解信息多，沟通渠道宽泛，可以通过不同方式进行收集信息，对公民反映强烈、需求量大和影响广泛的公共文化产品和服务，政府可以有效递送和弥合公民的需求，有

效缩减公共文化产品供给的准备时间，供给所产生的效果也立竿见影，可以有效实现公共文化服务的战略目标。^{[8] (p1-46)}诚然，孝感公共文化“楚剧展演”项目“政府供给”虽然在供给速度和效果上有一定的优势，但也由于信息不对称和单向供给的局限，这种“喂食”式的公共文化供给机制造成了供给成本过高、供给效率低下、供给可持续性受到质疑，被认为“是一种简单的管理方式，而不是一种高效的管理方式”。

面对公共事务复杂化和公共文化需求多元化的双重压力，孝感文化行政部门作为公共文化服务供给的垄断角色日益受到现实挑战，单中心的供给主体和被动的消费方式遭受批评。此外，在某种程度上，文化行政部门也有自利倾向，被认为可能“最大限度地追求他们自己利益的人。”^{[9] (p38)}“为了实现他们的个人目的，他们制定能使他们获得最多利益的政策。”^{[10] (p295)}因此，在公共文化“楚剧展演”项目服务供给时，也面临一些困境。主要体现在：第一，财政投入压力。公共文化服务供给需要相应的财力作为保障，公民对文化需求随着精神生活丰富化愈加多元，孝感不同区域群体对象对公共文化需求差异化明显（比如应城市和云梦县对楚剧需求各异），公共文化项目主要依靠政府的投资和财政补贴来维持运转，处于湖北内陆地区的孝感来说，公共文化服务面临着文化项目供应递增和公民文化需求不能满足之间的矛盾，在政府财政有限的资源约束下，只能尽最大努力去弥合公民的公共文化需求，无法完全推动所有楚剧文化项目供给，导致社会文化资源在公共部门配置出现失衡。第二，供给能力滞后。孝感文化行政部门在保障公共文化服务供给，进行公共文化产品生产既要受到当地技术条件、人才瓶颈、剧本匮乏等因素制约外，还与“政府的组织文化密不可分，^{[11] (p79-93)}供给能力无法与现实文化需求相匹配，文化服务只能选择性供给和基本性供给，供给质量、数量只能勉强达到标准或是满意程度，公共文化服务短缺局面难以在短时间内得到扭转。第三，文化设施配置不健全。作为精神文化产品的公共服务，必须以一定物质设备配置为基本支撑，一些文化项目表演需要相应的硬性设施为支撑，比如：孝感的楚剧文化节目在基层展出时，表演场地的制约直接决定表演效果和项目推广性。这些基本服务网络的缺位、服务设施不健全极大影响“楚剧展演”的效果和水平，违背公共文化服务设计的初衷。

基于“减负”和“增效”的现实应对，当前孝感面临的综合环境和经济条件下，公共文化服务供给选择以“公共部门与私营部门以一种整合的形式”相互叠加，对“楚剧展演”供给机制进行变换不失为一种理性选择。^{[12] (p95)}一方面，可以填补政府对“楚剧展演”供给不足，导致公共服务需求，特别是基层供给出现供不应求，甚至供给空白；另一方面，可以适应孝感经济社会快速发展催生的文化扩张急剧膨胀，导致“楚剧展演”文化需求增加，寻求政府垄断供给之外的其他供给机制有了现实基础。笔者通过项目验收机会，全面参与项目的创建，将孝感的“楚剧展演”作为分析对象，选择这一创建国家公共文化示范项目作为剖析案例，通过实地观察和资料整理从众多的展演活动中客观真实的展示和刻画地方政府公共文化供给机制的创新。

二、“楚剧展演”项目“市场供给”的选择

（一）“市场供给”措施。

为了寻求“楚剧展演”表演形式和内容提炼的突破，孝感经过认真论证，反复比选，将民营企业福星集团纳入公共文化服务主体，作为公共文化供给机制创新的着力点，实现公共文化供给机制由“政府垄断”向“市场供给”转变，搞活文化机制，开发文化潜能，通过市场化的排他性技术有效地排除搭便车行为，同时也可以激励私人供给的积极性，增加文化供给。^{[13] (p53-71)}为此，福星集团在公共文化供给方面主要措施有：

第一，文化资金捐赠。作为市场供给主体之一的福星集团，以现金方式出资参与公共文化服务，不直接采购和提供具体的公共文化产品生产和服务，资金由政府文化行政部门统一支配。福星集团每年“楚剧展演”项目专项支持 30 万元，用于楚剧开发和表演，每三年举办一次的“湖北省楚剧艺术节”项目专项支持 60 万元用于楚剧活动开支。

第二，主办文化项目。福星集团通过与孝感文化行政部门每年以签订协议方式，以公共文化项目为支撑，按照各区县公共文化需求，直接面向公民提供具体的公共文化产品生产和服务，承担生产者和提供者的双重角色，参与当地公共文化服务的供给。具体方式就是送戏下乡，满足公民的公共文化需求，每年免费演出场次约 150 场次左右。

第三，参与文化供给。孝感文化主管部门每年定期进行举办楚剧演出，组织各区县楚剧表演团进行联合表演，福星集团每年都会编排楚剧文化节目参与，且每年新作不断，形式多样，表演质量较高，特别是2015年编排的《风雨彩虹》节目参加湖北省第六届楚剧艺术节效果良好，获得省文化厅专项经费补贴。

第四，购买文化服务。福星集团作为大型企业和高新技术集团，其产业链横跨金属制品、生物医药、机械电子和房地产开发，拥有雄厚的财力资本和优质的人力资源，服务群体广泛，资源要素聚集，特别是企业文化丰富，完全具备提供公共文化供给的资格和能力，因此，省、市文化行政部门进行文化购买服务时，福星集团都名列其中，成为购买公共文化服务的对象。

（二）“市场供给”拉力。

基于资源交换基础上形成政企合作的公共文化服务供给机制，通过梳理和总结民营企业参与公共文化服务供给，实现机制创新，由“政府供给”向“市场供给”转变，破除了长期以来，公共文化供给是政府天职的思维定势，拓宽了官僚组织以外公共文化服务主体的视野，消除了“单一主体供给模式衍生出大量的腐败和低效率现象。在供给机制中引入竞争，调动社会资本进行文化服务，“实现政府以较少的资源与较低的成本提供数量更多、质量更高的公共服务之目的”。此外，政府的职能也由“划桨”转变为“掌舵”，实现了合作共赢。

1. 文化服务企业履行了社会责任。公共责任是企业参与社会管理和公共政策，增进社会福祉的行为。多数成功的企业，其发展战略中都必定内含诸如公共责任、社会反映等内容。虽然企业的天性追求就是利润，而追求利润手段多种多样，“对内残酷剥削，对外疯狂掠夺”，但利润形式有多个载体，有形和无形、物质和精神都是利润的表现形式。如果企业走“唯利润论”发展模式必然无法赢得持久的发展。福星集团通过与参与和支持政府公共文化服务供给，进一步树立了优质的社会形象，打响企业知名度，传递了责任、合作、担当的价值观，为企业业务活动的拓展和无形资产的提升积累了良好的资源，反过来促进企业的发展。这种以社会责任为助力，依托自身资源优势，参与公共文化服务供给，走出了一条“政社融合”的发展之路。

²政府行政部门优化了文化供给。在公共文化服务体系中，孝感的“楚剧展演”生产与供给的矛盾一直没有消除，公共文化供给的“结构性短缺”一直存在，公民文化需求多样化是政府文化行政部门的动力源泉。引入社会民营资本参与公共文化供给，在“文化生产、服务和供给过程中，具备了比政府更有效率的优势”，可以发挥市场对资源配置的基础作用，降低供给成本，提升供给效率，维持灵活的供给体制，以弥补政府文化行政部门对需求的回应性不足和供给性缓慢，实现资源科学配置。^[14]同时，孝感文化行政部门与福星集团通过公共文化产品供给为纽带，形成供给市场化 and 竞争性，明确文化服务供给的责任主体，让市场化去解决“搭便车”行为，让主体性去解决“公地悲剧”，保障公民的文化权利，满足公民的文化需求，这对于推动政府职能转变，承担社会公共文化供给，实现治理能力提升具有现实作用，政府文化部门间接实现了“无为而治”的文化策略，^{[15] (p56)}可以在公共文化服务供给中分配优质资源，有效地“实现战略目标”。^{[8] (p1-46)}

三、“楚剧展演”项目从“政府供给”到“市场供给”内在机理

通过“市场供给”的公共文化服务模式，“企业可以看作是公共文化服务广义的生产者”，一定程度上弥补了“政府供给”的不足和缺位。分析发现，“楚剧展演”项目由“政府供给”到“市场供给”转变，蕴含了供给主体的重构、供给方式替代、供给手段转换和供给动力叠加的内在机理。

（一）供给主体重构：由单干走向合作。

传统意义上“楚剧展演”项目供给，实行的是“政府供给”模式，公共文化服务供给与生产比较简单，一般都是以政府文化行政部门及其相关文化单位直接生产和提供，与之相对应的消费主体就是普通公民，政府文化行政部门与公民形成了对称的两个主体。这其中，彼此角色与职责相当分明，一方是公共文化服务的提供者、生产者和责任者，负责对公共文化服务供给进

行事前规划、事中执行和事后评估，集决策、执行和监督于一体。另一方是公共文化服务的对象、消费者和受益者，接受公共文化服务的发放、供给、享受。很显然，传统供给机制中，文化行政部门角色多重、且混合不清，缺乏理性的分工序列。目前，孝感在进行供给机制转换，把公共文化服务的“供给”与“生产”进行分离，有效分解了传统政府文化服务的混合多元角色，形塑了多重的供给主体（见图1）。

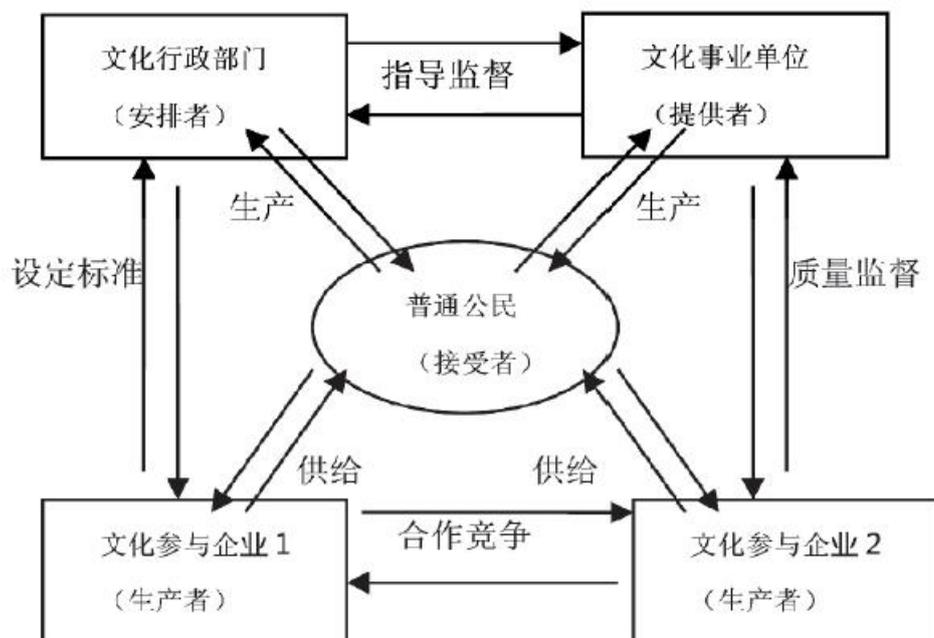


图1 公共文化服务供给的角色主体

1. 文化行政部门。通过设定公共文化供给标准，制定公共文化服务规范，进行相应的授权委托，进行职能分解，提供公共文化服务的资本、人员、场地和其他支撑性条件。
2. 文化事业单位。执行专项的公共文化服务职能，如图书馆、博物馆、文化馆等。定期或不定期提供公共文化供给服务，丰富公民文化生活。
3. 文化参与企业。进行文化产品的生产和提供，组织开展专项文化活动，执行与政府文化行政部门的协议条款，把公共文化供给进行落实。
4. 普通公民。进行文化消费、受用和参与文化效果评价，提供公共文化需求信息，对各类公共文化活动进行配合。

（二）供给方式替代：由计划走向契约。

在“楚剧展演”项目创建前，文化行政部门通过年度公共文化计划和定额配置来直接向公民进行公共文化供给，解决公民对楚剧文化需求和渴望，这种运行机制表现为行政主导和计划配置，单向供给方式让供给资源达不到最优，存在重复浪费、无具体特色、公民脱节等弊病，政府、社会和公民之间的文化关系带有行政色彩和政治属性。在创建国家公共文化示范项目后，文化行政部门通过与参与企业定期签订公共文化服务协议方式进行供给方式创新，运用双方契约的约束和责任的保障进行文化供给，改变了自上而下的配置方式，参与企业在展演前经常进行公民文化需求分析，建立公民需求导向，摆脱过去“政府点菜，

群众参与”的供给体制，转变为“群众点菜、企业买单”的方式，使得政府、社会、企业和公民关系变得法定清晰，基于市场配置和理性契约关系建立后，“契约成为提供者、生产者和消费者之间的纽带”。^{[16] (p35)}各个参与主体在公共文化价值的引领下，自觉进行文化服务和供给，让契约成为了公共文化服务的重要评判标准。^{[17] (p10)}

（三）供给手段转换：由授权走向代理。

为了体现孝感本土特色和地域文化，对于传统的楚剧表演的文化供给中，政府建立了自上而下整套行政指令体制，市级政府根据年度文化活动总体安排和计划项目，将指标和任务进行层级分解，由县级或是更基层的文化行政单位进行具体给付，兑现文化服务供给承诺。这样看来，公共文化的职责分工比较明确，方向清晰，上下级政府层级之间主要基于资源授权和项目代理，保证各种文化服务供给不走过场，取得预期效果。引入相关企业参与公共文化服务供给后，政府的职责和角色发生了改变，过去通过层层传递型的文化供给手段变成了与企业的委托关系，政府的职责和重心发生了后移，将企业角色进行前置，供给过程中，“计划”色彩淡化，“委托”色彩浓厚，文化行政部门由“划桨”转向“掌舵”，指令性的计划安排转变成协调性的委托服务，参与文化服务的企业集“合作者、捐助者、兴办者和经营管理者等角色”^[18]于一身，按照文化行政部门提供的标准和要求进行文化生产和服务，并且根据自身的经济实力和 cultural 技术进行能力和责任的再平衡，这种基于代理关系的建立，对政府公共文化服务供给手段实现了突破，不再承担大量繁重的文化供给，对于提升供给效率和质量，建立供给评价绩效，减轻了政府在公共文化服务方面的财政压力，把政府的合法性、权威性、稳定性与企业的灵活性、效率性、开放性进行了有机结合，克服了供给手段的僵化和碎片化，重塑了政府与企业的形象，复合了两者的优势。

（四）供给动力叠加：由单动力走向双动力。

在“楚剧展演”项目中导入市场机制，引入企业化供给，并不仅仅是在供给主体进行新的塑造，也不仅仅是供给方式和手段的复合，更在于对公共文化服务供给能量新激发和新机制的新铸造。在实际操作过程中，福星集团进行文化送戏下乡活动，就是将公共文化服务的生产与供给由原来的政府“单引擎”牵引，变为政府与市场的“双引擎”发力，从而使得公共文化服务的供给获得了除政府驱动之外的社会驱动力量。在进行公共文化示范项目创建过程中，这种动力的叠加绝对不是简单意义上动力函数的简单加减，而是动力引擎在复变函数的累积重构。具体来说，可以表现两个方面：一方面，改造政府传统的引擎动力。通过对传统政府职能优化，改变直接供给为间接供给，创新文化供给方式，利用社会资本，减少财政支出，把政府由公共文化供给的事前准入和审批向事中、事后文化效果监督转变，营造开放公平的社会环境；另一方面，塑造现代市场的新引擎。新自由主义经济学主张市场对资源的基础配置地位，在公共文化服务供给上，让市场竞争决定资源流向和分配，建立公平的竞争规则，释放社会活动，不失为一种现实考量，对激发市场主体的积极性，构建现代公共文化供给格局提供动力支撑。

四、结语

在公共文化服务供给过程中，建立政府与企业共同参与供给机制，构筑政府与企业的合作信任，不仅是政企合作的典范，更“折射出企业和企业家之间的关系”。^{[19] (p13-27)}坚持“效率、公平、正义等多元价值的统一”，是公共文化服务供给秉持的应有之义，更是体现出了“人类理性的成功实践，从来都是在工具-制度-价值这三位一体的理性结构中实现的”。^{[20] (p313)}由此可见，孝感“楚剧展演”创建国家公共文化示范项目探求了地方经济发展与本土特色文化共生共存的成长之道，通过把握公民文化需求和动态走向，发挥市场主体的动力，建立市场化的供给机制，培育“文化自信”和“文化自觉”的行动力，创造了中部地区公共文化服务供给的可行路径。但是，应该警醒的是，在公共文化服务供给过程中，即使文化向所有人开放，文化服务不平等现象依然存在，政府的再分配职能不能退缩，规划和监督职能不能缺位，营造良好公共文化法律环境，进行公平的制度安排和设计，对参与企业的文化服务供给行为进行全方面的监管，避免趋利性和侵害行为依然任重道远，要做的工作还很多，尤其是公共文化领域内财税减免、项目补贴、专项采购、贷款贴息等有效政策供给，对激发企业参与公共文化供给和服务，提供可预期的市场环境仍然有改进空间，以期进一步推动地方公共文化服务供给和服务向纵深发展。

参考文献:

- [1] 王沪宁. 作为国家实力的文化: 软权力[J]. 复旦学报(社会科学版), 1993, (3).
- [2] [英]约翰·汤普森. 意识形态与现代文化[M]. 高钰, 译. 北京: 译林出版社, 2005.
- [3] P. A. Samuelson. The Pure Theory of Public Expenditure[J]. The Review of Economics and Statistics, Vol. 36, No. 4(1954).
- [4] [美]斯蒂格利茨. 经济学[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2005.
- [5] [美]埃莉诺·奥斯特罗姆. 公共事务的治理之道[M]. 上海: 上海三联书店, 2000.
- [6] [美]E. S. 萨瓦斯. 民营化与公私部门的伙伴关系[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2002.
- [7] 刘吉发, 金栋昌, 陈怀平. 文化管理学导论[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2013.
- [8] George Yarrow eds. Privatization: Critical Perspectives on the World Economy, Routledge [M]. London and New York, 1996.
- [9] 布坎南. 自由、市场和国家[M]. 吴良健, 译. 北京: 北京经济学院出版社, 1988.
- [10] A. Downs, An Economic Theory of Democracy [M]. New York: Harper & Row, 1957.
- [11] N. Nurdin, R. Stockdale, and H. Scheepers. Examining the Role of the Culture of Local Government on Adoption and Use of E -Government Services[C]. EGES/GISP 2010. IFIPAICT 2010.
- [12] 欧文·E·休斯. 公共管理导论[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2001.
- [13] Kenneth D. Goldin. Equal Access vs. Selective Access: A Critique of Public Goods Theory[J]. Public Choice, Vol. 29, No. 1, Spring 1977.
- [14] 李少惠. 公共文化服务体系建设的主体构成及其功能分析[J]. 社科纵横, 2007, 22, (2).
- [15] 端木义方. 美国传媒文化[M]. 北京: 北京大学出版社, 2001.
- [16] 王浦劬, 莱斯特·M. 萨拉蒙, 等. 政府向社会组织购买公共服务研究: 中国与全球经验[M]. 北京: 北京大学出版社, 2010.
- [17] 贾西津. 以契约精神发展公共服务购买[J]. 中国社会组织, 2013, (10).
- [18] 林敏娟, 贾思远. 公共文化服务供给中的政企关系构建[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2013, (1).
- [19] 陆铭, 潘慧. 政企纽带: 企业家成长与企业发展[M]. 北京: 北京大学出版社, 2009.

[20] 陈振明, 等. 政府工具导论[M]. 北京:北京大学出版社, 2009.