谢谢主席，问候在场各位。

艺术，一直是我们孜孜不倦追求的一种精神的寄托和家园。有些人从艺术中领会到了美，感悟到了人生哲理，或者获得了精神上的释放和愉悦。但艺术于创作者本身只是一种情感思想的表达，仅由作者来断言自己的作品是不是艺术，难免有王婆卖瓜之嫌，因而我们发现只有当这个作品、这种表达让读者产生了共鸣，我们才能说这件作品足以称的上是艺术。而这样的艺术，其本质上还是作者本人的劳动成果，完全可以当作商品进行流通。这样看来，是否促进艺术的发展就要着眼于，能否让创作者们有更充分的创作表达机会，能创作出更多优秀的作品。基于以上前提，我方认为，艺术的商品化对于促进艺术的发展利大于弊。

1. 艺术的商品化为艺术创作者提供了更好的创造条件。

高质量的艺术创作不是凭空而来的，我们需要理解所有的创作者也是和我们一样有血有肉的人，小到完成一部小说，大到拍摄一部电影，都是他们耗费时间精力，呕心沥血创作出来的。我们不能寄希望于所有优秀的艺术作品都是他们完全无偿的创作，也不能寄希望于每一件作品的诞生都有丝毫不求回报的捐助保驾护航。迪士尼拍一部《疯狂动物城》前前后后耗资两亿多美元，普通院线电影一部的成本也在1000万之上，如果不通过商业化，对电影的版权进行一定程度上的商业利用，又能有谁来提供继续创作的必要成本呢？而对于许多个体创作者来说，一定的经济来源，也是维持他们长久创作出高质量作品的必要保证。毕竟，“用爱发电”终究也只能是我们的一句戏言而已，艺术也要活在生活之中。

1. 艺术的商品化使得艺术产业的创作水平更高，受众更广，创作形式和内容更多样。

我们发现，商业化带来的资本进入艺术市场中，同一种艺术形式的水平也在不断提高。诸如十年前《阿凡达》如果代表着最高级别的特效制作水平，和现今的《头号玩家》比起来，依旧是不够看的。这是资本积累出的创作水平的精进。而与此同时，越来越多的读者自然也会对于这种艺术形式赋予更多的关注，自然也会有更多的人愿意投身于这种艺术形式的创作中去。回顾历史，商品经济最早出现在宋代，在此之前，文学艺术是知识分子的特权，内容也只有“修齐治平”、表露志向这一个主题，他们不会为了换取金钱而创作。而当商品经济发展之后，文艺作品成为文化消费品，人们愿意去茶坊娱乐，为好词好曲消费。更多关注情爱离别，伤春叹老，歌酒游乐的作品被大众所接受，广泛流传开来。这种现象自然是被当时主流艺术所排斥、鄙夷的。但站在后世角度我们却发现，经过时代检验之后，那些留下来的这些作为商品化结果的词也有极高的艺术素养和审美价值。

放眼看去，对于任何一个时代，艺术都并不等同于雅，俗也有通俗和庸俗媚俗之分，通俗艺术品是艺术的重要组成部分。艺术既然是精神产品，作为商品进行流通传播便是它实现艺术价值的重要环节。只有流通渠道畅通，他才能占有更广阔的文学市场，才能取得更好的社会效应。而这，对艺术的发展至关重要，因而，艺术商品化对艺术的发展利大于弊。

以上。