

<<以市场为导向的日本文化创意产业>>

图书基本信息

书名：<<以市场为导向的日本文化创意产业>>

13位ISBN编号：9787010083773

10位ISBN编号：7010083770

出版时间：2009-10

出版时间：人民

作者：姜毅然//张婉茹//王海澜

页数：230

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<以市场为导向的日本文化创意产>>

内容概要

本书通过二十余份日本近年来关于文化创意产业的研究成果，以及近年来《日本数字产业白皮书》，从文化创意产业的市场角度探讨日本文化创意产业最新的发展动态，以及政府的相关政策。对发展中的中国文化创意产业可提供参考经验。

<<以市场为导向的日本文化创意产>>

作者简介

姜毅然，1972年12月生，黑龙江大学东方语言文学系研究生毕业，日语语言文学博士。
现任北京工业大学外国语学院日语系主任。

曾赴日本进修、任教。

著有《日本循环经济法规与实践产》、译著《日美企业管理比较》等。

<<以市场为导向的日本文化创意产>>

书籍目录

第一章 日本文化创意产业的市场规模与特征 第一节 日本文化创意产业市场 第二节 数字创意的相关市场规模 第三节 日本文化创意产业的市场分析与特征第二章 主要国家和地区文化创意市场比较 第一节 主要国家和地区数字创意市场2004年基本数据 第二节 日本与主要国家和地区文化创意市场比较第三章 日本文化创意产业的国际贸易 第一节 日本文化创意产业国际贸易概况 第二节 日本文化创意产业的出口 第三节 日本文化创意产业的进口第四章 日本文化创意产业的特征与市场的主要制约因素 第一节 创意产业的特性与结构 第二节 基于数字化的创意扩展 第三节 决定市场规模的关键因素第五章 日本动画产业的知识产权交易 第一节 日本动画产业的商业结构与主要厂商 第二节 动画片制作者的作用 第三节 漫画出版者的作用 第四节 日本动画片的制作工序与技术创新第六章 与文化创意产业相关的知识产权问题及国际公约 第一节 知识产权探源及现代知识产权定义- . . 第二节 知识产权中的两种权利——固有的人格权与创造成果产生的财产权第七章 日本文化创意产业的知识产权保护法规与政策 第一节 文化创意市场的发展基础 第二节 创意的制作 第三节 通过互联网进行的创意流通 第四节 与创意相关的著作权管理 第五节 创意的保护第八章 日本文化创意产业的国际化发展战略 第一节 世界文化创意产业的发展及其活力 第二节 日本文化创意产业国际化发展的基础 第三节 具体课题与具体政策 第四节 日本文化创意产业国际合作战略第九章 日本文化创意产业的人才战略 第一节 高素质的创意人才制作高附加值的创意产品 第二节 日本文化创意产业的人才政策参考文献

章节摘录

4.与声像制品厂商和声像制品销售者的合同 二次利用中最可期待的是DVD等声像制品的销售

。拥有著作权的制作者将动画片的原作出借给声像制品公司，声像制品厂商以借到的声像素材为基础，为DVD制作出必要的画面，组织程序，并进行编辑创作。

声像制品厂商和制作者之间的合同大致有两种形式，即许可形式和利益分配形式。

所谓许可形式，是指声像制品厂商进行全部包含声像制品设计在内的声像制品商品制造工作，委托工厂复制刻录生产，并销售给最终用户，将销售金额中每张DVD 20%左右的额度返还制作委员会。

因此，销售量越多利润越多，而如果不如预期销售好、宣传费用花费过多声像制品厂商则可能得不到任何利润。

利益分配形式是从销售额减去必要成本（编辑创作、复制刻录、流通成本等）后，向制作者支付一定金额。

对视频声像制品厂商来说，只要有利润返还即可，虽然该方式比较稳定，但不可能产生较大利润。

从制作者的产权实务观点来看，许可方式更简便易行。

5.与传送企业的合同 随着宽带网的普及，借助通信向最终用户提供声像创意已经成为可能。

这就是通过网络进行的传送。

传送企业中，有的是就每个作品、每一集向用户收取某些费用，有的是固定月租自由使用。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>