

<<江苏产业发展报告2007>>

图书基本信息

书名：<<江苏产业发展报告2007>>

13位ISBN编号：9787501785971

10位ISBN编号：750178597X

出版时间：2008-5

出版时间：中国经济出版社

作者：徐从才 编

页数：299

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>

## <<江苏产业发展报告2007>>

### 内容概要

《江苏产业发展报告：江苏现代服务业研究2007》共分为十一章，分别是：第一章、总论；第二章、现代服务业竞争力评价方法研究；第三章、物流?外贸业；第四章、创投?招商业；第五章、咨询?营销业；第六章、科技?创新业；第七章、会展?旅游业；第八章、金融?证券业；第九章、广告业；第十章、人才培训业；第十一章、文化产业。

<<江苏产业发展报告2007>>

作者简介

徐从才，1951年10月出生，教授、博士生导师、经济学博士，国家级有突出贡献的中青年专家，教育部经济学科教学指导委员会委员，全国优秀教师，现任南京财经大学校长、党委副书记。主要从事产业经济学方面的研究，先后主持国家社会科学基金、国家自然科学基金课题和省部级课题研究10多项；出版专著（包括与他人合著）和统编教材10部，发表论文100多篇，40多篇文章被《新华文摘》等刊物转载，7项成果获省部级优秀成果一、二、三等奖。

## 书籍目录

第一章 总论第一节 现代服务业的涵义一、现代服务业的概念和内涵分析二、现代服务业的特征三、现代服务业分类第二节 现代服务业的兴起和发展一、现代服务业发展的历史过程二、现代服务业发展的逻辑过程三、信息化、国际化与现代服务业的发展第三节 现代服务业与经济增长一、现代服务业与产业结构升级二、现代服务业与制造业升级三、现代服务业发展与传统服务业改造四、现代服务业推动经济增长的实证分析第四节 现代服务业基本模式分析一、服务业发展的动因二、现代服务业发展的基本条件三、江苏现代服务业的发展模式第二章 现代服务业竞争力评价方法研究第一节 研究方法介绍一、主成分分析法二、层次分析法(AHP)三、模糊综合评价法四、灰色关联分析法五、数据包络分析法第二节 现代服务业竞争力评价指标体系一、共性指标二、个性指标三、综合评价指标第三节 江苏现代服务业发展水平总体评价第三章 物流?外贸业第一节 江苏物流业的发展及水平评价一、江苏物流业的发展现状二、江苏物流业的竞争力评价三、面临的问题四、发展江苏现代物流业应采取的对策和措施第二节 江苏外贸业的发展及水平评价一、江苏对外经贸发展历程及现状二、外贸竞争力的总体特征三、江苏外贸进出口主要特点四、提升江苏省外贸竞争力的对策第四章 创投?招商业第一节 江苏创投业的发展及水平评价一、江苏创投业发展的概况二、江苏创投业发展水平三、江苏创业投资发展的一些问题及对策建议第二节 江苏招商业的发展及其竞争力评价一、江苏招商业的发展及水平二、江苏招商业竞争力评价四、改革现行学科评审体制,解除大学和科研机构在学科前沿创新的束缚,营造培养新人才的环境第七章 会展?旅游业第一节 江苏会展?旅游业的发展及水平评价一、江苏会展?旅游业发展概述二、江苏会展业发展现状三、江苏旅游业发展现状四、江苏旅游业综合发展水平评价第二节 江苏旅游业竞争力评价一、构建评价指标体系二、旅游业竞争力评价三、加快发展旅游业的对策建议第八章 金融?证券业第一节 江苏金融业发展概况一、江苏金融业发展的基本情况二、江苏金融业发展的特点第二节 江苏金融发展对产业经济增长的贡献分析一、金融发展对产业经济增长贡献的理论分析二、江苏经济增长与金融发展二者关系的实证研究第三节 江苏金融业发展水平的比较分析一、银行业发展水平的比较二、保险业与证券市场发展水平的比较三、小结第四节 江苏金融业发展中存在的问题和发展战略的选择一、江苏金融业发展中存在的问题二、江苏金融业发展的战略选择第五节 江苏证券业发展概况第六节 江苏证券业存在的问题与对策一、江苏证券业发展存在的问题二、当前资本市场的新情况、新特点三、江苏证券业进一步发展的对策建议第九章 广告业第一节 全国广告业的发展一、中国广告行业保持稳定增长二、广告公司仍为投资和就业的重要选择三、媒介广告生态发生变局四、互动网络广告继续保持较高的发展态势,增长幅度超过了20%五、行业广告投放额排序波动较大六、地区广告经营热点纷呈第二节 江苏广告业的发展现状一、经营单位户数二、从业人员三、广告经营额第三节 江苏广告业发展存在的问题与对策第十章 人才培训业第一节 江苏人才资源现状一、江苏人才资源概况二、目前人才队伍建设存在的问题三、人才队伍建设的基本经验第二节 江苏人才竞争力综合评价第三节 加强人才队伍建设工作一、人才培养成果回顾二、人才培养存在的不足三、加强人才队伍建设工作的措施第十一章 文化产业第一节 文化产业发展评价一、文化产业的概念与分类二、江苏文化产业发展总体描述三、江苏文化产业的特点第二节 江苏文化产业竞争力分析与比较一、文化产业综合评价指标体系二、江苏文化竞争力分析与比较三、文化竞争力指标体系的建立四、评价模型的构建五、加快发展江苏文化产业的对策和建议第三节 江苏创意产业发展现状一、创意产业的概念二、江苏创意产业的发展现状与问题三、江苏发展创意产业的优势条件四、江苏进一步发展创意产业的对策建议参考文献

章节摘录

第一章 总论 第一节 现代服务业的涵义 一、现代服务业的概念和内涵分析 (一) 现代服务业的概念 2005年11月,世界服务业大会在中国无锡召开,一时间“现代服务业”成为学术界、企业界和政界最热门的词汇之一。

目前理论界关于现代服务业的准确概念和范围还没取得一致认识。

根据对现有文献的梳理可归纳为4种有代表性的观点:第一,狭义论。

现代服务业是在工业化比较发达的阶段产生的、主要依托信息技术和现代化理念发展起来的、信息和知识相对密集的服务业,与传统服务业相比更突出了高科技知识和技术密集的特点。

第二,等同论。

现代服务业又可以称为“现代生产者服务业”,是从传统制造业的部分环节中分化形成的,是为现代生产过程服务的生产者服务业。

生产者服务业指为生产、商务活动和政府管理而非直接为最终消费提供的服务。

第三,升级论。

现代服务业主要是指依托电子信息等高新技术或现代经营方式和组织形式而发展起来的服务业,既包括新兴服务业,也包括对传统服务业的技术改造和升级,其本质是实现服务业的现代化。

第四,综合论。

现代服务业是一个相对动态的概念,是第三产业的延伸和发展。

现代服务业在第三产业中是一种类别,即第三产业可划分为现代服务业和传统服务业。

现代服务业有广义和狭义区分,广义的现代服务业包括传统服务业的升级和新型的服务业。

狭义的现代服务业主要指依托信息技术、现代化科学技术和技能发展起来的,信息、知识和技能相对密集的服务业。

.....

<<江苏产业发展报告2007>>

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>