

<<中国城市文化消费报告（总卷）>>

图书基本信息

书名：<<中国城市文化消费报告（总卷）>>

13位ISBN编号：9787509712450

10位ISBN编号：7509712459

出版时间：2010-4

出版时间：社会科学文献出版社

作者：范周 等著

页数：294

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>

前言

随着人类文明进程的推进和生产力的提高,人类社会逐渐由“生产主导型”向“消费主导型”过渡。

特别是从工业向后工业社会的转变,彻底实现了人类社会从传统的以生产为中心向以消费为中心的转变。

这一转变不仅使生产方式产生了巨大变革,也催生了社会及文化的快速转型,进而从根本上消解了生产与消费这一社会经济学上的经典二元对立结构。

当前,不少国家已经或正在进入文化产业时代。

在文化与创意取得了与经典马克思主义分析模式中物质“商品”的同地位的条件下,消费俨然已经作为“生产性动力”成为拉动产业发展的“火车头”。

在全球性金融危机背景下,各国政府纷纷出台鼓励文化消费的政策,将其视为拉动内需、确保生产和就业的重要渠道。

文化消费是经济价值实现的最后环节,更是引导文化生产的重要力量。

因此,研究“文化消费”对于进一步推动中国文化产业的发展大有裨益,也是目前中国文化产业研究领域无法绕开的议题。

以文化消费为引领的文化产品和服务,亟须在转变发展方式、提高产品附加值、创造品牌竞争力等方面进行深入探索和实践,从而切实把握中国经济战略转型的时间,不断创新发展思路,以国家文化体制改革与经济改革实践为基础,谋划科学发展布局。

然而,目前国内学术领域对文化消费的调查研究重视不足。

现有的研究缺少系统数据和相关分析,政府的调查也具有滞后性,这势必影响对我国城市居民消费心理、行为的准确把握,进而影响我国城市文化产业的发展。

<<中国城市文化消费报告（总卷）>>

内容概要

中国传媒大学文化产业研究院针对中国城市文化产业发展和文化消费状况，选择了北京、上海、重庆、广州、长沙、郑州、沈阳、西安八个城市，对市民文化需求和消费现状进行了深入调查。立足于市民的文化消费行为，以城市居民文化消费数据的定量分析为主要手段，以文化产业和文化消费的定性分析为重要补充。

书籍目录

第一章 中国文化消费调研报告 一 城市文化消费问题的现实性与必要性 二 城市文化消费的现状和特点 三 城市文化消费存在的问题 四 关于城市文化消费的建议和对策第二章 中国文化产业调研报告 一 当前中国文化产业发展的整体情况 二 当前中国文化产业发展的突出问题 三 对下一阶段中国文化产业发展的对策建议第三章 中国文化消费前后十年透析 一 十年前各地文化消费状况回顾 二 十年来各地文化消费增长态势分析 三 十年后各地文化消费增长动向推测 四 对促进文化民生消费的一点思考第四章 新时期中国文化产业的主要特性 一 政府主导推动产业发展 二 文化产业发展与当地旅游开发相结合 三 文化产业多以园区形态展现 四 文化产业配套政策护航产业发展 五 多种业态同时呈现第五章 金融危机背景下的文化产业 一 金融危机背景下的文化体制改革 二 金融危机背景下的文化产业政策解读 三 金融危机背景下的文化产业结构调整 四 金融危机背景下的文化产业与科技创新第六章 “十二五”前文化产业重大问题调研 一 集团化之辩：文化产业发展路径再思考 二 文化产业统计：寻求精准与科学7 三 综合配套：文化产业深水区的核心命题 四 公司治理求解：改制上市的出版业实践 五 产业化：文化资源开发面临三重门 六 事转企：文化体制改革中的利益博弈 七 文化市场体系中的政府与企业论衡第七章 会展业消费报告 一 中国会展业发展现状 二 会展消费情况调查 三 中国会展经济发展的对策与建议第八章 电视剧消费报告 一 电视剧消费的双重客体 二 电视剧本体消费状况调查 三 电视剧衍生产品消费 四 基于电视剧消费调查的思考与建议第九章 出版产业消费报告 一 中国出版业基本运行情况和态势 二 城市居民出版消费情况调查 三 中国出版业发展的对策和建议第十章 新媒体产业消费报告 一 新媒体消费市场现状 二 新媒体行业中存在的问题 三 新媒体发展的对策与建议第十一章 动漫产业消费报告 一 动漫产业发展概况 二 中国城市居民动漫消费分析与解读第十二章 文化产业教育与人才发展报告 一 文化产业人才培养方式逐渐丰富 二 文化产业教育进入高速发展时期 三 文化产业亟须明确人才培养路径 四 文化产业智库成为产业支撑力量附录 文化产业大事记(2008年1月至2009年6月)

章节摘录

(三) 当今时代。

世界经济文化发生了深刻的变化, 社会转型出现新特征。

这些都促使文化消费需求不断增长。

了解文化需求才能更好地从根本上满足人民群众日益增长的物质文化需求, 才能更好地发挥文化的经济功能。需求决定供给, 供给推动产业发展。

随着社会经济的发展, 文化的经济功能越来越得到认可, 特别是20世纪末以来, 文化经济化逐渐成为时代发展的重要特征之一。

作为一种新型经济, 文化产业将这种特征完美地做了诠释, 在提供精神产品的同时也直接推动了产业的发展。

文化产业的发展需要文化市场的导向, 了解文化市场的首要任务便是了解人们的文化需求。

只有把握住这个主脉络, 文化产业的发展、文化市场的兴盛才能有章可循。

在工业经济时代, 随着工业产品的普及, 人们开始收听广播, 收看电视, 从而在新的领域开辟出新的消费热点。

正是因为看到了人们对广播电视的巨大消费需求, 不少人开始投资到这些行业中, 不断创新, 不断提供各种优质节目。

围绕着这种需求所带动的巨大消费力, 广播影视业的产业链逐渐得到延伸。

以内容产品来吸引注意力, 然后把这种注意力变成稀缺资源卖给广告商, 这一过程中并没有传统市场中的实物交换, 但是在文化消费的层面上, 已经实现了一次完美的交易。

随着社会经济的发展, 新的文化消费热点还将出现。

只有紧紧把握住这种消费趋向, 以需求为导向, 以需求为指标, 文化产品的市场才能逐渐深入, 文化的经济功能才能平稳有序地实现。

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>