第一图书网, tushu007.com

<<文化产品生产方式创新研究>>

图书基本信息

书名：<<文化产品生产方式创新研究>>

13位ISBN编号：9787514127003

10位ISBN编号：7514127003

出版时间：2013-1

出版时间：经济科学出版社

作者：赵有广

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

第一图书网, tushu007.com

<<文化产品生产方式创新研究>>

内容概要

《文化产品生产方式创新研究--基于中国文化产品对外贸易》对于国际文化贸易研究是一个重要贡献。
在林德的重叠需求理论中，重叠需求只与收入水平相关，其研究对象是单一的封闭型社会。
但在实际的国际文化贸易中，文化产品重叠需求的产生却要复杂得多。

《文化产品生产方式创新研究--基于中国文化产品对外贸易》作者赵有光将重叠需求理论用于国际文化贸易领域，其所构建的国际文化贸易理论是对重叠需求理论的拓展，本身便是一个重要的创新，为国际文化贸易研究领域的理论建构增添了新的思想，本书的理论价值正在于此。

第一图书网, tushu007.com

<<文化产品生产方式创新研究>>

书籍目录

导论 第1章 理论基础及本书涉及的重要概念 第1节 关于生产方式 一、生产方式的一般概念 二、生产方式概念的发展 第2节 关于文化产品生产方式 一、马克思主义对于文化生产力的论述 二、相关国际组织、国家和学者关于文化产品生产方式的论述 三、中国官方和学者对文化产品生产方式的论述 第3节 本书涉及的基本概念及定义 一、文化产品 二、文化产品生产力 三、文化产品生产方式及其创新 第2章 中国文化产品生产经营现状 第1节 中国主要文化产品生产的基本情况 一、图书、期刊、报纸、录音制品、录像制品、电子出版物的生产情况 二、电影、音像产品生产情况 三、网络游戏生产情况 第2节 中国主要文化产品生产情况的总体评价 一、文化产品生产情况总体健康积极 二、经济发展为文化产品生产提供了雄厚的物质前提 三、国家发展政策有利于文化产品生产的发展 四、互联网的发展为文化产品生产方式变革提供了动力也提供了压力 第3节 中国文化产品生产中存在的主要问题 一、文化产品生产总量小，增长速度慢 二、有影响力的作品少 三、作品思想内容浅薄，对读者（观众、听众）的吸引力不够 四、需求面分析：文化产品消费支出下降 第3章 中国文化产品对外贸易现状及问题 第1节 中国文化产品对外贸易概况 一、图书、期刊、报纸、录音（像）制品及电子出版物等对外贸易的情况 二、版权的对外贸易情况 三、电影音像的对外贸易情况 第2节 版权、图书等文化产品贸易逆差的原因分析 一、国内读者的迫切需要 二、对传统文化的不重视，甚至蔑视 三、没有将丰富的文化元素进行梳理、凝练，并进行经济化传播 四、货物贸易体系没有自觉地承担起宣传中国文化元素的责任 五、政府的措施不具体 第3节 中国电影产品贸易逆差的原因分析 一、中国影视文化产业还不具备国际竞争力 二、没有形成有机的市场体制 三、电影产品制作水平不高 第4章 基于需求角度的影响中国文化产品对外贸易的因素分析 第1节 普通商品和文化产品不同的重叠需求特征 一、普通商品重叠需求的特点 二、文化产品重叠需求的特点 第2节 中国文化产品对外贸易中重叠需求的影响因子及其值的确定 一、影响因子 二、评价模型的建立 三、各评价因子的评价值 第3节 结论及验证 一、结论 二、验证 三、根据重叠度确定文化产品贸易方向的对策和建议 四、有待解决的问题 第5章 文化产品消费、生产方式创新与市场规制一一基于图书生产及贸易的实证分析 第1节 文化产品生产、消费与市场规制的影响因素 第2节 文化产品生产、消费与市场规制的模型计量与结论 第3节 模型的灵敏性分析 一、增加对外贸易因素 二、选择不同的规制变量 第4节 结论 第6章 文化产品生产方式创新的内容 第1节 文化产品生产方式创新概述 一、文化产品生产方式创新的定义 二、文化产品生产方式创新的特点 第2节 国家对于文化产品生产管理体制的创新 一、中国文化产品生产和经营管理体制变革的简要回顾 二、文化产品生产管理体制创新的意义 三、文化产品生产经营的管理体制创新的内容 第3节 文化产品生产创新 一、企业组织结构创新 二、创作者队伍的创新 第4节 文化产品市场体系创新 一、文化产品市场的概念 二、国内文化产品市场的创新 三、国外文化产品市场的创新 第7章 文化产品生产方式创新途径 第1节 引进资本，改革资本构成模式 一、两个典型国家的资金运营模式 二、我国文化产品生产的资本构成方式 三、以项目为纽带引进资本 第2节 文化产品生产方式创新与文化标准体系的建立和实施 一、文化标准化概述 二、文化标准化的实施 三、文化标准化工作的实例 第3节 打造文化产品生产的产业链 一、文化产品生产产业链的分类 二、文化产品生产产业链打造的内容 三、打造一批具国际竞争力文化产品生产企业 四、一个成功的案例 第4节 建设创意产业区 一、创意产业概述 二、建设创意产业园区的内容 第5节 全面利用网络生产方式 一、文化产品网络生产方式的特点 二、全民生产、全民消费 三、互动生产、全方位链接 …… 第8章 部分国家的文化产品生活和经营政策概述 第9章 文化产品生产方式创新的政策诉求 附录 参考文献 后记

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

版权页： 插图： （二）没有形成良性市场竞争机制 对于一个产业来说，激烈的竞争有利于推动优秀企业的发展，促进优秀企业在竞争中提高自己的生产能力和技术水平。
但是在中国的电影市场上，却还没有形成一个良性的市场竞争机制，表现在中影集团一家独大的局面从来没有改变过。
例如，2010年1月电影《阿凡达》在国内各大影院热映的时候，中影集团作为国产影片《孔子》的利益相关方，可以强制《阿凡达》下线，将档期让给《孔子》。
在目前国内的30多家电影制作公司中，有2／3是国营企业，国家对电影产业的资金补助也主要用于这些公司上，我国政府每年对电影产业的补贴资金仅限于几部重点片、献礼片，却没有对其进行技术改造方面的投入。
对国营企业的保护和支持使这些影视制作公司在政策和资金上占有了优势，但是这却使国营企业养成了依赖性，想要做大做强却积重难返。
近年来在国际电影节上崭露头角的年轻导演陆川、王小帅等都是由民营电影公司发掘出来的，在激烈的市场竞争中，国家也应该考虑保护和扶持民营电影公司的发展，给中国电影的发展注入了新的活力。
（三）制作发行体制不够完善 制作与发行通常有两种模式：一是制作发行一体化的纵向组合公司；二是制作与发行相互分离的公司。
以电影制作为例，我们把这两种公司分别称作巨头电影公司和独立电影公司。
虽然改革开放已经30多年，但是确实由于文化产业的独特性，中国电影业的计划管理体制仍然在发挥着巨大的作用。
这也是文化产业弱势国家的必然选择。
也正因此，在制作环节上，电影大多由国家投资，这也就在很大程度上决定了电影的拍摄数量与内容。
在发行环节上，院线制还有待于迅速发展和完善。
中国的电影公司几乎都是独立的电影公司，规模很小，而且没有完善的发行网络。
电影的制作与发行严重脱节，产品与市场需求错位，这就制约了电影制作与发行规模，不仅风险高，而且回报小。

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《文化产品生产方式创新研究:基于中国文化产品对外贸易》研究文化产品生产方式创新，总结、概括、探索出使社会和人更加完善、适合于中国文化产品生产的生产方式，使中国丰富的文化资源得到更为合理、深入的开发和利用，可以解决中国文化产品生产总量小、出口规模小、层次低的问题，更可以改变贸易结构，提高社会的福利水平，并且最终使中国成为一个文化产品的生产强国、消费大国、贸易上的大国和强国。

第一图书网, tushu007.com

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