

<<晏滔玩文化>>

图书基本信息

书名：<<晏滔玩文化>>

13位ISBN编号：9787811186277

10位ISBN编号：7811186276

出版时间：2010-6

出版时间：上海大学出版社

作者：晏滔 编

页数：337

字数：304000

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

中国策划家思想文库第一辑到今天杀青了，齐刷刷十部著作稿本摆在我的案前。从2009年的12月18日中国策划上海大会到今天整整100天，我们十个人共同谱写了中国策划家思想文库诞生之前的策划前传，体验着已经发生的未来——思想文库颇受欢迎，大行其道。

本序受本文库第一辑本书的作者晏滔先生的邀请而写，作为本文库策划人之一的我，很想借此机会表达我对这十本书十个人的敬意。

我未经历过他们每个人的当代史，而这未历之史并不影响我对他们的评价，因为我与他们共同走过了策划30年，今天的十人谭裁只能用笔谈的形式，到出版那天再继续我们的十人谈。

未历之史每一件事情都有其事前史，人们看到知道的那一天已经发生过事前史，这个事前史就是策划酝酿的过程。

策书就是史书。

在这个策划史书的形成过程中这些策划家们各有各的辙，晏滔就是专门做策划前传的人。

对已经发生的未来有着敏锐的感触，依他自己所说他做的工作是精神考古与文化梳理。

如果说王志纲是在策划之前做思考的话，他是思考之前找意象。

他以心灵与意象的对视求证策划的脉络。

<<晏滔玩文化>>

内容概要

《晏滔玩文化》所引述事件发生的时空，是从“原型搜剔”至“策划推索”前夕；所有故事都发生在决策人本传之前；故此，将本书所呈献的文本称为前传。

书中收录的作品以小说、动漫、电影、电视剧、舞台剧、游戏等创作形式呈现。包括《杨氏旗袍制作技艺研究》《宋祖史事疑云》《中华福坛策划前传》《黄河三角洲“源”与“汇”的双重时空对峙》《“西昆麟阁”商标的文化内涵》等。

<<晏滔玩文化>>

作者简介

晏滔，中国社会经济调查研究中心国情调研员，北京人文大学策划系教授，北京科技职业学院讲座教授，北京小康信息技术研究院首席专家，中国书画研究院研究员，北京写作学会研究员，文化人类学田野考察知名学者，著名文化表现策划人，当代知名策划批评人。

《中国小康年鉴》

书籍目录

序 未历之史十人谭自序 已经发生的未来绪论 策划前传上篇 策划视域中的人文关怀 1.引言：创意转化的精神考古 2.不朽的民族精神图像 3.心灵与图像的对视 4.世博与红木 5.玉韵金声 6.杨氏旗袍制作技艺研究 附：东方神韵 奇服旷世 7.文化震惊：有眼要识金镶玉 附：陈纪平藏金镶玉礼器铭文初拓笺证 8.宋祖史事疑云 9.心旅家园 附1：天门山“蜡烛峰”揭秘 附2：天门山赋 附3：《神奇的天门山》分镜头设计 附4：天门山原始染织业考 10.中华福坛策划前传 附1：中华福鼎赋 附2：福神——以俗信的名义 附3：邦福重宝 闻于傍乡(文化纪录片分镜剧本) 11.大学策划中篇 文化策划的形象构建 1.引言：传播的策划维度 2.合纵连横 附1：再造庆云楼 附2：百脑会，全球化思想采购联盟 3.动漫《嫦娥奔月》 104集动漫《嫦娥奔月》 4.黄河三角洲“源”与“汇”的双重时空对峙 附：黄河三角洲与“现代”的距离 5.在信息中展开风水 附：钟山佛国勘輿图 6.混沌彩票 7.“西昆麟阁”商标的文化内涵 8.中文记忆主编阐述 9.品牌自述 10.软力量也锋芒 附：中国风下篇 美学视野中的策划批评 1.引言：在倾听中求得决策 2.资策通鉴 3.中国第一套原始龙袍复原面世目击 4.非物质文化遗产田野考察研讨会感言 5.地方文献国际学术研讨会巡礼 6.《万古中华服饰史》读后 7.在晋剧《傅山进京》文化策划座谈会上的讲话 8.我指给你看那些星辰 9.灭幻影于重光 10.换墨黑为丹青书写心画 11.历史箴言与现代使命 12.长城记忆 13.从原生态到演生态的升华 14.“格”物至知 15.《赞助营销密码》跋 16.现代策划教育的未来时空后记 策划观2010 附：晏滔文化策划事务所任务同职责

章节摘录

近代工商同业组织经常与价格欺诈、哄抬物价、虚假广告和冒牌假货等经营行为进行斗争。例如，上海的国产机制呢帽问世以来，深受消费者喜爱，市场上就出现了许多冒牌商品，上海草呢帽业同业公会先后在报上公布有关商标名称，采取协同监督等方式以防止冒牌假货事件的再现，从而有效地保护了正当经营的会员商户。

苏州商务总会也宣告，凡履行缴纳会费义务加入商会的成员都可享受以下的权利：商号受到地痞流氓、贪官污吏的讹诈欺凌、滋扰，商会应代为申诉；出现假冒牌号混淆市场的伪劣商品，使正当商号受到损失，商会应立即查助。

在反对假冒伪劣方面，商会与同业组织作为内行，往往能击中假冒商品的要害，有效地保护了正当经营的会员商户和消费者的利益，收到很好的效果。

3.促进同业公益，促进会员企业发展近代同业组织以促进同业公益为宗旨，将服务会员企业，促进企业发展作为自己的重要职责。

工商同业公会往往重视为同业会员进行市场交易提供便利，以集团力量努力开拓国内市场和国际市场。

为降低同业的交易成本，利于业务及信息交流，培育行业市场，不少同业公会不惜花费巨额资金设立交易所或建立公共市场。

例如上海机器面粉公司公会在1916年就设立了面粉贸易所，“凡同业之买卖交易，每日均在该所营业”。

该所采期货交易形式，凡面粉、麸皮交易均由贸易所制成期票，由厂商与买客直接订明交货付价期限，由买卖双方签印成立。

此后由于同业交易增多，于是又在原贸易所基础上扩建成立中国机制面粉上海交易所。

又如上海银行公会为推动国际汇兑业务联合上海钱业公会、外商银行公会设立中外银钱业联合会等。

1932年“淞沪抗战”爆发后，上海银根紧缺，金融动荡。

上海银行同业公会为应付恐慌，成立了上海银行业联合准备委员会，由会员银行各自缴存一定的财产，发给公单、公库证和抵押证等信用工具，以此来灵活同业间的资金融通。

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>