

<<文化产业研究>>

图书基本信息

书名：<<文化产业研究>>

13位ISBN编号：9787305098130

10位ISBN编号：7305098132

出版时间：2012-6

出版时间：南京大学出版社

作者：顾江 编

页数：183

字数：213000

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>

<<文化产业研究>>

内容概要

本书是由南京大学国家文化产业研究中心、南京大学文化产业发展研究所、江苏省文化产业学会和南京大学商学院联合主办的连续性的文化产业类学术著作。每年出版1辑，每辑约25万字，国内外公开发行。

书籍目录

品牌理论与文华创新
泛媒介革命的内容生产与新媒体的文化创新
知名品牌建设：我国文化产业发展的战略选择
明星品牌传播的媒体选择及策略分析
文化强省呼唤品牌建设
——从价值链角度谈江苏文化产业融合创新机制
基于顾客体验的品牌资产提升研究
文化培育与文化产业发展模式
充分利用文化资源发展山东文化产业品牌
论南宁城市文化品牌的构建
江苏省海门市文化品牌的培育问题思考
论非物质文化遗产保护与旅游发展的互动
——以平遥古城为例
“文化竞争力”与“文化产业竞争力”概念辨析
品牌塑造与文化产业运作
南京影视现象分析与品牌化打造
——关于南京影视创作与传播情况的调研报告
基于产业视角的江苏主题公园品牌营销
中国动漫产业亟须文化品牌建设
动漫企业的“品牌驱动”之路：以迪斯尼为例
摄影技术及影像生产的审美功用
——本雅明电影理论研究
制度支撑与文化品牌战略
创意经济背景下文化企业的品牌营销
——浙江海利集团“网娃”模式的案例研究
中美版权制度比较与启示
中国电视传媒集团性质分析及核心竞争力构建
论中国对外文化贸易政策支持体系构建的五个战略着眼点

章节摘录

二、南宁城市文化品牌的定位 塑造城市文化品牌，关键要进行城市文化定位，如何提炼品牌特色文化，定位城市文化品牌，关系到一个城市的形象和凝聚力问题。

广西壮族自治区首府南宁市位于祖国南疆，背靠大西南，毗邻港澳，面向东南亚，是大西南出海通道的枢纽城市，具有得天独厚的区位优势 and 地缘优势。

南宁市是壮、苗、瑶、侗、仫佬等少数民族聚居之地，壮族人口占全市总人口的60%以上，长期以来，多民族文化在这里相互交融，相互促进。

南宁又是一个亚热带“绿色”城市，有“半城绿树半城楼”之美誉。

多姿多彩的民族文化、积淀深厚的历史底蕴、神奇独特的南国风情、伟大光荣的革命传统，构成了南宁独特的文化资源。

（一）南宁城市文化品牌定位之一：“民歌之都” 南宁作为广西政治、经济和文化的中心，有着丰富的民族文化资源和浓厚的民族风情，尤其是壮族的“歌圩”是体现民族文化和民族风情的重要形式和载体，颇具特色。

为了弘扬民族传统文化，南宁市大力繁荣发展“民歌文化”，提出“以歌会友”、“以歌传情”的口号，从1999年开始，举办南宁国际民歌艺术节。

南宁市把“南宁国际民歌艺术节”作为城市文化品牌来精心打造，经过十一年的建设，南宁国际民歌艺术节以其浓郁的民族性、强劲的现代性、广泛的国际性和高雅的艺术性及大众参与性赢得社会各界的普遍赞誉，受到越来越多的关注。

现在，南宁已成功打造出大地飞歌开幕式晚会、风情东南亚歌舞晚会、绿城歌台、南宁民歌大赛、东南亚旅游美食节、南宁经贸投资洽谈会等多个知名品牌活动，南宁国际民歌艺术节成为中国最具国际影响力的十大节庆活动之一。

繁荣发展“民歌文化”，树立“南宁国际民歌艺术节”的文化品牌，提高了城市的“含金量”，进一步增强了南宁市的影响力、辐射力和实力。

（二）南宁城市文化品牌定位之二：“会展之都” 中国—东盟博览会的永久举办城市在南宁，博览会是由温家宝总理倡议，由中国和东盟10国经贸主管部门及东盟秘书处共同主办，广西壮族自治区人民政府承办的国家级、国际性经贸交流盛会。

博览会以“促进中国—东盟自由贸易区建设，共享合作与发展机遇”为宗旨，涵盖商品贸易、投资合作和服务贸易三大内容，是中国与东盟扩大商贸合作的新平台。

自2004年以来，中国—东盟博览会已成功举办七届，这是目前中国境内唯一由多国政府共办且长期在一地举办的展会。

……

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>