

<<地方文化产业经营>>

图书基本信息

书名：<<地方文化产业经营>>

13位ISBN编号：9787308052474

10位ISBN编号：7308052478

出版时间：2007-5

出版单位：浙江大学

作者：郭鉴

页数：442

字数：452000

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>

## <<地方文化产业经营>>

### 内容概要

本书独辟视角，在国内第一次以地方文化产业经营作为研究对象，涉及内容包括宏观层面的理论构架、经营思想，中观层面的环境开发、空间开发、政策制定、产权改革、地方参与和非营利组织利用，微观层面的观光、节庆、休闲、文化商品开发、场馆经营等。该书可以作为文化产业界人士从事相关研究和实务的参考资料，也可以作为大学本科开设相关课程的教材使用。

## <<地方文化产业经营>>

### 书籍目录

#### 功能篇

##### 第一章 地方文化产业概说

###### 第一节 文化产业与地方文化产业内涵

###### 第二节 文化产业理论思潮与时代发展脉络

###### 第三节 地方文化产业运营

#### 第二章 地方文化产业与地方认同

###### 第一节 地方的意义及内涵

###### 第二节 地方意识的内涵及测量

###### 第三节 文化产业与地方性动力

#### 第三章 地方文化产业与地方文化保护及发展

###### 第一节 地方产业文化内涵

###### 第二节 地方传统文化保护：以传统工艺为例

###### 第三节 地方文化产业发展：以企业博物馆为例

#### 第四章 地方文化产业与地方环境建设

###### 第一节 地方文化产业环境概论

###### 第二节 地方文化产业环境指标构建

###### 第三节 地方文化产业环境发展案例分析

#### 第五章 地方文化产业与地方空间开发及利用

###### 第一节 地方文化产业的空间集聚分析

###### 第二节 地方文化产业园区的设置

###### 第三节 地方闲置空间的再利用

#### 主体篇

#### 第六章 政府：地方文化产业政策的制定者

###### 第一节 文化产业政策内涵

###### 第二节 西方国家文化产业政策

###### 第三节 中国的文化产业政策

#### 第七章 企业：地方文化产业建设的赞助者

###### 第一节 地方艺术与企业赞助

###### 第二节 企业赞助地方艺术动机

###### 第三节 企业赞助地方艺术内容

#### 第八章 非营利机构：地方文化产业建设的参与者

###### 第一节 非营利组织概述

###### 第二节 非营利组织与政府、企业及其他关系

###### 第三节 非营利组织与地方文化产业发展

#### 客体篇

#### 第九章 地方休闲产业经营

###### 第一节 地方休闲产业内涵

###### 第二节 地方艺术休闲活动

###### 第三节 地方休闲农业活动

#### 第十章 地方观光产业经营

###### 第一节 地方观光内涵

###### 第二节 地方观光产业营销

###### 第三节 地方文化观光

###### 第四节 地方生态观光

#### 第十一章 地方节庆经营

## <<地方文化产业经营>>

第一节 地方节庆活动

第二节 地方艺术节经营

第三节 地方艺术节营销模式

第十二章 地方博物馆经营

第一节 博物馆与地方文化产业

第二节 地方博物馆对于地方文化产业的意義

第三节 地方博物馆民营化改革

参考文献

后记

## 章节摘录

家庭作为一种初级团体，其中的家庭成员有着最密切的接触与联系，并且家庭也是社会化最基本的单位，因此研究个人文化消费行为，应从家庭寻找其最初的区分机制。

家庭单位自形成，历经结婚、生育即养育子女、子女成年离家，终至家庭解组，其中各个阶段所反映出的家庭人口特性、社会面、经济面的活动等，都具有不同的特点与意义。

每个家庭的生活需求，不仅关系到其所属的社会阶层，也关系到家庭人口的组成特性所反映出的整体消费形态特征。

由此可知，由于每个家庭不同的人口特质、所得特性与生活需求，家庭背景的差异也会产生不同的文化消费类型。

很长一段时间内，有关家庭各阶段变化过程对消费行为影响的研究中，学术界常用Dua11、Wells和Gubar所划分的“家庭生命周期”（familylife cvcle）这个概念。

1966年Wells和Gubar提倡以家庭生命周期取代年龄在消费方面的研究，此后，家庭生命周期便坚固地涵括在消费者行为的研究领域中，国内有关家庭各项行为的研究，也以家庭生命周期作为基本参考概念。

虽然随着时代的变迁、初婚年龄的延后、不婚率、离婚率的提升、生育率降低等种种现象，打破了以往直线性发展的家庭生命周期，以至于现今家庭组合并无一定的发展程序，家庭生命周期划分依据也愈来愈困难。

但是由于不同人口特质、所得特性与生活需求的差异，无论家庭生命周期阶段或类型如何划分，不同的家庭生命周期都会有不同的消费行为产生。

因此，从家庭生命周期角度分析消费行为，依然可以发现许多值得参考的结果。

例如，婚姻状况即代表有无共同生活的配偶，意味着有无共同负担家用、考虑家庭生活需求及决策消费行为的伴侣，故而在文化消费活动的参与频率上，便可能有所差异。

另外，家庭成员的职业类型与教育程度、家庭收入等，也可能对消费活动有所影响。

除此之外，布尔迪厄认为行动者的家庭背景--包括父母的社会经济地位、文化资本，也会影响其子女对文化的辨别及爱好。

换句话说，由于家庭社会化，导致文化资本代际传承，使得上层家庭的子弟有了较多的文化资本，容易和老师建立关系而有助于教育成就，造成代际间的教育不平等，以此再进一步维持、传承地位与权力的不平等。

<<地方文化产业经营>>

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>