

图书基本信息

书名：<<中国文化产业学术年鉴2008年卷筒装（上、下）>>

13位ISBN编号：9787503937484

10位ISBN编号：7503937483

出版时间：2009-9

出版时间：王育济、齐勇锋、侯样祥、等文化艺术出版社 (2009-09出版)

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>

内容概要

《中国文化产业学术年鉴(2008年卷)(套装上下册)》内容简介：《中国文化产业学术年鉴》是国内首次编纂，按年度持续反映中国文化产业理论走向和研究水准的大型学术文摘类权威著作，也是目前文化产业研究领域信息容量最大、资料索引最全的大型权威工具书。

它的基本定位和预期目标是：

满足有关研究者、决策者和产业界人士的理论需求；

为不同行业、不同区域的文化产业发展，提供思路启迪和尽量丰富的信息参照；

在在全面反映学术理论界的相关研究成果的同时，对文化产业领域具有“引领意义”的区域企业项目进行综合考量，以强化学术理论、政策、实践之间的综合互动。

《中国文化产业学术年鉴》的编纂上限为1979年，目前编纂和出版的是2008年前各卷，其中

《1979-2002年卷》约160万字，《2003-2007年卷》约550万字；以上两卷反映的均为2007年之前各年度中国文化产业学术理论状况。

2007年度的相关内容单独编纂为《2008年卷》，约400万字。

今后将以《2009年卷》、《2010年卷》……的方式每年出版一卷，以期对中国文化产业的学术研究、政策制定、行业模式、产业实践等产生持续而深刻的影响。

书籍目录

上册《中国文化产业学术年鉴》出版说明中国文化产业学理研究与理论综合研究年度权威论文选编年度重要学术观点摘编中国文化产业行业研究年度权威论文选编图书、报刊产业影视、网络传媒产业动漫、游戏产业广告、会展、节庆产业旅游、生态观光、休闲产业体育产业艺术品、演艺、文博收藏产业年度重要学术观点摘编图书、报刊产业影视、网络传媒产业动漫、游戏产业广告、会展、节庆产业旅游、生态观光、休闲产业体育产业艺术品、演艺、文博收藏产业下册中国文化产业“年度业内亮点”评价集成——统计、分析与结论电视剧《闯关东》央视《百家讲坛》红楼选秀原生态歌舞《印象·刘三姐》国产大片《色·戒》、《投名状》和《集结号》郭德纲与德云社临沂旅游产业链宋庄画家村注意力经济中国文化产业年度研究资料索引学理研究与综合理论研究论文资料索引行业研究论文资料索引图书、报刊产业影视、网络传媒产业动漫、游戏产业广告、会展、节庆产业旅游、生态观光、休闲产业体育产业艺术品、演艺、文博收藏产业文化产业年度研究著作索引文化产业年度博士、硕士学位论文索引博士学位论文硕士学位论文行业与区域典范综合考量——理论的张力与实践的自觉

章节摘录

插图：（二）效益文化贸易是一种经济活动，当然要注重经济效益，而且是要以最低的成本取得大的经济效益。

有几种情况不利于文化贸易效益的提高：（1）像搞公益性的对外文化交流活动那样来搞对外文化贸易，不计算经济成本；（2）拆整为零，减弱市场竞争力和盈利能力。

如中国杂技就没有形成自己的优势品牌，而是停留在给人家的剧团打工的层次上；（3）国内同行竞争、互相压价。

这种情况在其他行业中发生过，现在，在文化产品和服务的出口中也存在以前曾出现过的问题；（4）不熟悉国际市场的定价策略。

比如中国的图书出口问题，2005年中国出口图书700万册、金额3000万美元，同年进口图书册数是出口图书的两倍，但金额却是出口图书的5倍。

2004年出口图书460万册、金额2000万美元，同年进口图书330万册，但金额却高达3800万美元。

也就是说，这一年我们出口的图书多，但金额却仅为进口图书的一半。

图书进出口金额与进出口数不成正比，尤其是与进出口种数出现严重背离，这说明中国的出口图书定价存在问题。

（三）渠道一方面内容为王，另一方面渠道为王。

国内的文化产品走出去，现在主要有两种渠道。

一个渠道是通过国内国外的文化产业博览会，国内的如深圳文博会，国际的如法兰克福书展，还有一个渠道是通过外国发行公司代理。

这两个渠道有一定的效果，但都有其局限性。

博览会在展览季之后经常性不够。

依托国外的发行公司，好处是成本低、市场风险小，不足是丰厚的发行利润让人家拿走了，生产商实际上只赚了个吆喝。

再有，你通过人家去发行，就总是远离市场，永远培养不起来对于市场的敏锐感觉。

所以，我们要在国外建立自己的发行渠道。

可以由文化企业自己组建专业的海外发行公司，或收购外国人现有的发行公司。

政府有关部门在市场调研、资金等方面予以支持。

也可以依托其他行业有实力的跨国公司已经建立起来的国际销售网络，进行增值服务。

鼓励有条件的企业加盟海外中介协会。

还可以在海外投资建设“中国文化城”。

“中国文化城”可采用政府开道、企业投资运作的模式。

在“中国文化城”中开设音像、图书、汉语教材等专门区域，设表演厅、展示厅，供顾客欣赏观看。

如建设运作合理，“中国文化城”定能成为中国文化开拓世界市场的根据地，达到“星星之火，可以燎原”的目的。

编辑推荐

《中国文化产业学术年鉴(2008年卷)(套装上下册)》：山东大学历史文化学院山东大学历史文化学院文化产业管理学系山东省文化产业研究基地《中国文化产业学术年鉴》编辑部山东大学素以“文史见长”，历史文化学院是一个学术传统悠久的学院，在海内外有着广泛的影响。

学院设有历史、考古、档案、文化产业管理四个系，是国家“211”和“985”重点建设单位，是教育部、财政部审定的“高等学校特色专业建设点”。

学院具有国家重点学科、一级学科博士点、一级学科博士后流动站等重大学术平台，下设9个二级学科博士点和11个硕士点。

历史学一级学科最新学术综合实力2008年、2009年连续居中国大学排行榜第6名；二级学科中的考古专业2005年曾以A++的最高评价排名第二，文化产业管理专业2005年、2006年曾以A++的最高评价排名第一。

2005年2月15日，中央电视台《新闻联播》节目中，曾重点报道过学院的本科教学工作。

韩连琪基金委员会、王仲萃学术基金评审委员会、《中国文化产业学术年鉴》基金委员会均设立在山东大学历史文化学院。

2003年11月，山东省社科规划领导小组、山东省委宣传部批准在山东大学历史文化学院设立“山东省文化产业研究基地”。

山东省委宣传部的工作指导网站“山东文化产业网”随后也建立在学院。

2004年1月，教育部在山东大学等四所高校首次增设“文化产业管理”本科专业（授管理学学士学位）。

由于中国文化产业的特点与山东大学“文史见长”的学术优势正相一致，历史文化学院成为新专业的首批承担者。

2005年4月，山东大学历史文化学院文化产业管理学系成立。

文化产业管理学系与“基地”优势互补。

形成从学士、硕士到博士与博士后的人才培养体系。

2006年2月。

文化产业管理学系的师生直接参与“首届山东（国际）文化产业博览会”的筹备和宣传工作。

由山东大学有关学者为主提出的首届文博会主题词——“文化创意财富”受到广泛好评，并被2008年第二届“文博会”连续使用。

2008年6月，中国首批文化产业管理专业的本科毕业生毕业于山东大学历史文化学院。

《中国文化产业学术年鉴》编辑部设立于山东大学，主要负责《年鉴》基础资料整理和前期的编辑工作。

鲁商集团总公司（鲁商集团）鲁商集团的文化产业《中国文化产业学术年鉴》社山东省商业集团总公司（简称“鲁商集团”）是1992年底由山东省商业厅整建制转体组建的国有企业。

经过17年的发展，鲁商集团已经成长为一个以商业零售为主业，以制药和房地产为重点产业，横跨旅游与酒店管理、艺术品收藏、出版传媒、娱乐休闲、教育等多个领域的大型企业集团，拥有“鲁商”、“银座”、“福瑞达”、“趵突泉”等多个知名品牌。

2007年销售收入130亿元。

2008年，集团按照“又好又快”的发展要求。

突出零售主业，强化资本运作，打造综合优势，全年实现销售收入187亿元，实现利税15.8亿元，两项指标连续第六年增幅在30%以上。

鲁商集团的产业目标是2020年实现销售额超过1100亿元，利税过100亿元，跨入中国企业百强行列。

鲁商集团的文化产业。

旅游产业：银座旅游集团等。

传媒产业：《山东商报》等。

教育产业：山东商业职业技术学院、青岛酒店管理职业技术学院、山东城市服务技术学院。

艺术品收藏产业：山东银座美术馆。

家居文化产业：银座家居广场、现代家居博览中心等。

休闲、保健、娱乐产业：山东银座文化产业发展有限公司等。

鲁商集团涉足文化产业，最具典范性和引领意义的是：文化产业与其他产业有机结合，既促进了主业的经营，又拓展了经营领域，培植了新的经济增长点。

鲁商集团文化产业尽管作为独立的产业体系在单独运作，但通过与相关产业的结合，已产生了良性互动的综合优势：在非文化产业中通过创意融入文化的因素，从而散发出文化气息，进而提升该产业的附加值；文化产业植根在非文化产业的土壤中汲取多种养分，也更有利于它的成长。

鲁商集团的决策层对文化产业有本质理解和深刻体认，“购物已成为休闲和娱乐的一种方式”等观念的创新，不但引领了山东省商品零售业的革命性变革，直接推动了鲁商集团的飞跃，也极大丰富了中国文化产业研究的学术理论体系。

《中国文化产业学术年鉴》社。

由鲁商集团的相关企业与《中国文化产业学术年鉴》编辑部共同组建，主要负责《年鉴》的编纂、出版、发行，以及与《年鉴》有关的各类学术文化活动。

通过卓有成效的合作，已形成优良的产业模式，把《中国文化产业学术年鉴》打造成具有高度学术权威性和社会影响力的著名图书品牌。

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>