

图书基本信息

书名：<<中国钧瓷文化创意产业发展研究>>

13位ISBN编号：9787509611227

10位ISBN编号：7509611229

出版时间：2010-11

出版时间：经济管理出版社

作者：郑永彪

页数：174

字数：192000

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

本书通过对禹州市中国钧瓷文化创意产业发展历史的梳理和现状的深入调查研究,在分析影响中国钧瓷文化创意产业发展的外部和内部因素的基础上,运用现代产业集群理论、创意经济理论、企业管理理论等,系统地构建了禹州市中国钧瓷文化创意产业发展的层级战略框架。

本书首次将创意产业经济理论应用于中国钧瓷文化创意产业研究,首次提出了钧瓷产业的创意经济定位、发展思路,明确指出了钧瓷产业既是制造业,更是文化创意产业,既要遵循一般的产业发展规律,又要符合文化创意产业规律,既要体现产品的质量水准,又要表现艺术品位和个性特色的新观点,为禹州市发展中国钧瓷文化创意产业指明了方向和道路。

本书还提出了政府、市场、企业三位一体的中国钧瓷文化创意产业发展战略,对禹州市钧瓷产业发展提出了一系列具有建设性、实用性和可操作性的对策建议。

作者简介

郑永彪，生于1970年，汉族，河南许昌人，资源产业经济专业工学博士，北京邮电大学副研究员。1988年于许昌师范学校毕业后参加工作，1996年考入中国人民大学，师从党史专家张同新教授攻读硕士学位，1999年毕业获法学硕士学位，6月分配到北京市政府天安门地区管理委员会工作，20

书籍目录

第一章 引言 第一节 研究背景 第二节 研究意义 第三节 研究方法 一、相关理论借鉴和引申的方法 二、理论与实证研究相结合的方法 三、比较分析法 第四节 主要创新成果与认识 第二章 相关理论综述 第一节 钧瓷的基本概念 第二节 产业集群理论综述 一、产业集群研究的代表性观点 二、产业集群与中国的地方产业分工 三、产业集群治理 第三节 产业集群竞争力理论综述 一、产业集群竞争力理论 二、产业集群对产业竞争力的影响 三、小结 第四节 创意产业理论 一、创意产业的内涵与分类 二、创意产业勃兴的市场基础 三、创意产业的经济意义 第五节 企业战略管理理论 一、总体发展战略选择 二、竞争战略选择 三、模态型战略选择 第六节 市场营销理论 一、市场细分战略 二、目标市场选择战略 三、市场定位战略 四、市场营销组合战略 五、小结 第三章 中国钧瓷文化创意产业现状及发展分析 第一节 禹州市中国钧瓷发展概述 一、地理概况和钧瓷资源 二、钧瓷历史沿革 三、钧瓷工艺 四、钧瓷生产的基本工序 五、钧瓷艺术 第二节 禹州市钧瓷文化创意产业的发展现状、成因及特点 一、禹州市钧瓷文化创意产业集群的形成原因 二、禹州市钧瓷文化创意产业集群的演化机理 三、禹州市钧瓷文化创意产业集群的特点 第四章 禹州市钧瓷文化创意产业发展的外部环境分析 第一节 外部环境之一：国内瓷业群雄竞起 第二节 外部环境之二：艺术瓷市场升温，前景看好 一、国家的总体经济形势对艺术瓷的影响 二、影响艺术瓷市场的因素 三、艺术瓷未来价格走势预测 第三节 外部环境之三：国家对文化创意产业的高度重视 第四节 其他外部影响因素分析 第五章 禹州市钧瓷文化创意产业发展的内部环境分析 第一节 地方政府对钧瓷文化创意产业高度重视 第二节 禹州市钧瓷文化创意产业目前存在的问题 第三节 发展产业集群要有一定的基础 第六章 禹州市钧瓷文化创意产业发展战略 第一节 产业定位与发展理念 第二节 产业发展战略：宏观层面的分析 一、强化政策创新，为钧瓷文化创意产业发展提供强有力的制度保障 二、大力实施产业集群发展战略 三、创建中国钧瓷文化创意产业区域品牌 四、加强钧瓷文化的保护和弘扬，发展钧瓷文化旅游，打造地方名片 五、建设区域创新体系，发展创新型中国钧瓷文化创意产业集群 第三节 产业发展战略：中观层面的分析 一、建设中国钧瓷文化创意产业市场体系 二、健全以钧瓷行业协会为主体的协调机制 三、加强社会中介服务体系建设，助力钧瓷文化创意产业集群快速发展 第四节 产业发展战略：微观层面的分析 一、钧瓷企业总体战略分析 二、钧瓷企业竞争战略分析 三、钧瓷企业市场营销分析 四、钧瓷企业品牌战略分析 五、钧瓷企业管理创新战略参考文献 后记

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>