

<<文化产业经典命题100例>>

图书基本信息

书名：<<文化产业经典命题100例>>

13位ISBN编号：9787564123871

10位ISBN编号：7564123877

出版时间：2011-3

出版时间：东南大学

作者：顾江|主编:顾江

页数：221

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>

<<文化产业经典命题100例>>

内容概要

本书是南京大学国家文化产业研究中心的团队在长期的科研与实践中归纳整理而成的案例分析书籍。全书共收集了100多个中外典型的文化产业案例，内容涉及体育产业、产业集聚、文化创意、商业模式、产业链、文化软实力、文化品牌、文化产业、经营管理、文化资本、知识产权等。对每个案例所蕴含的理论依据和实践意义一一挖掘出来，做到抽丝剥茧，层层深入。

本书可供文化产业科研工作者及文化产业经营管理人员学习、参考，也可供相关专业师生阅读。

<<文化产业经典命题100例>>

作者简介

顾江，南京市人，1965年出生，南京大学经济学院教授，博士、博士生导师，文化部南京大学国家文化产业研究中心常务副主任，南京大学文化产业发展研究所所长，南京大学公司与证券研究所执行所长，江苏省宏观经济学会常务理事、江苏省价格协会常务理事、美国伊利诺斯大学客座教授（1999.07～2000.08）、美国哥伦比亚大学访问教授（2004.11～2005.02）。长江三角洲经济社会发展研究中心兼职教授。目前与美国、加拿大和法国都有合作研究项目。

顾江教授长期从事文化产业经济与公司战略经济学方面的研究。

现主持2006年度国家社科基金重大项目《经济转轨中的文化体制改革与文化产业发展研究》，中国国家教育部博士基金重点项目《科技型企业资信评级指标体系与评估模型》课题研究，文化部课题《长江三角洲地区区域文化市场一体化过程中市场分割与非经济壁垒》。

近年来在结合中国实情的条件下，对文化产业理论和实践进行了深入系统的研究，并取得了丰硕成果。

在《经济研究》、《世界经济》等重要刊物发表论文218篇，代表著有《文化产业经济学》、《规模经济论》；先后主持江苏省文化产业发展规划编制研究、江苏省和南京市“十一五”文化产业重大招标课题研究。

主持国家、部、省、市科研项目52项，已出版专著与教材26部（含合作）。

研究方向：文化产业、公司战略经济。

<<文化产业经典命题100例>>

书籍目录

一 双边市场：体育产业

- 1 2008年北京奥运会赞助商安排：经验与启示
- 2 CBA赛事：定位及市场策略
- 3 NBA进入中国市场：稳健而快速前行
- 4 边缘性进入：非奥运会赞助商的理性选择
- 5 体育赛事产品差异化典范：NBA 2007中国赛
- 6 体育赛事与电视媒体：互联互通

二 产业集聚

- 1 伦敦西区——英国的百老汇
- 2 帝国大厦：好莱坞影视业的集聚效应
- 3 文化创意产业齐聚北京大兴区
- 4 原创艺术家集聚地——北京宋庄
- 5 北京文化创意集聚区效应凸显
- 6 西安曲江新区文化产业集聚
- 7 “文化湘军”——湖南传媒
- 8 中国油画第一村——深圳大芬模式
- 9 文化重镇——横店影视基地
- 10 迈向新高地——创新大珠三角地区旅游产业集聚

三 文化创意

- 1 “魔法”招财，妙不可言：“哈利·波特”的聚财之路
- 2 隐形的翅膀：创意城市发展之路
- 3 大唐飞歌：大型历史实景舞剧《长恨歌》的创新之路
- 4 创意之光，探索无限——Discovery公司的创意经营
- 5 世界上最具有市场价值的猫：Hello Kitty的创意力量
- 6 不到园林，怎知春色如许：青春版《牡丹亭》的创意之美

四 商业模式

- 1 “超女”也疯狂——解析《超级女声》的商业运作
- 2 电子互动娱乐新发展——IPTV时代
- 3 利润乘数——迪斯尼的童话
- 4 中国版《成长的烦恼》：话说电视剧《家有儿女》
- 5 冯小刚的贺岁电影神话
- 6 长尾理论——基于Web 2.0的博客商业模式
- 7 永远的记忆，永远的“环球嘉年华”
- 8 IT业的神话——全新商业模式铸就盛大网络
- 9 日本动画商业模式的演变
- 10 十大创新商业模式演绎
- 11 探析数字报业的商业模式
- 12 网游天堂——《天堂》模式
- 13 《英雄》的四大商业模式
- 14 “注意力经济”下的ESPN商业模式

五 产业链

- 1 一本书的秘密：《富爸爸穷爸爸》告诉我们的文化产业链
- 2 1+1>2——文化产业链的开发与设计
- 3 “海岩文化产业链”之谜
- 4 不老的传说：“百老汇”的创意产业链

<<文化产业经典命题100例>>

- 5 “春满全球”：春节文化产业链之传奇
- 6 放长线，钓大鱼：谈媒介产业链的整合与延伸
- 7 “变形金刚”变形记：谈动漫产业链的打造和延伸
- 8 哈利·波特的魔法产业链
- 9 动则不慢：日本动漫产业链探析
- 10 纵横天下：网络游戏产业链分析
- 11 一个好汉三个帮：谈我国动漫产业的整合
- 12 音乐产业链：不谋一世，不足以谋一时

六 文化软实力

- 1 日本动漫：“文化软实力”入侵美国
- 2 美国的文化外交
- 3 “礼仪之邦”
- 4 西方流行《道德经》
- 5 孔子学院——中国文化“走出去”的成功案例
- 6 好一朵茉莉花：中国民乐的复兴
- 7 文化之魂，立市之本
- 8 谁与争锋：好莱坞帝国与电影软实力
- 9 韩国的“文化立国”战略
- 10 文化软实力：从“文化搭台”到“文化唱戏”

七 文化品牌

- 1 城市文化营销与城市品牌
- 2 中国第一水乡——周庄
- 3 区域品牌与区域竞争力
- 4 文化嘉年华，百姓欢乐谷——欢乐谷的品牌运作之路
- 5 “迪斯尼”：一个80年文化品牌的成功塑造
- 6 大家一起喜羊羊：谈中国原创动漫品牌
- 7 “更快、更高、更强”——奥林匹克品牌营销
- 8 横店——中国的好莱坞
- 9 品牌定位——《经济学家》杂志的腾飞之翼
- 10 品牌成长——迪斯尼玩转品牌平台
- 11 亚马逊网上书店——借助网络实现品牌延伸
- 12 云南旅游业：民族的，才是世界的

八 文化产业经营管理

- 1 时代华纳与美国在线并购案的公司控制
- 2 “华谊兄弟”的资本“三级跳”
- 3 文化产业发展专项基金的寻租问题
- 4 新闻寻租的博弈分析
- 5 “三网融合”与广电网络市场结构变化
- 6 电影票价，谁说了算？

- 7 广电网络运营商的企业边界
- 8 报业集团的规模经济与范围经济
- 9 文化产业发展中的政府职能边界
- 10 《画皮》：“东方魔曲”的世界之声
- 11 《英雄》谋略：谁主沉浮——国产大片全方位营销之路
- 12 画廊业：艺术与商业的博弈
- 13 玩转部落格，沟通“心”境界：Blog经济透视

<<文化产业经典命题100例>>

14 想想还是小的好——广告定位理论

九 文化资本

1 哈尔滨的冰雪文化资本

2 金落谁家？

——议金箔产业的文化氛围

3 “小绣球”的文化资本转变

4 丽江：文化资本制胜的典范

5 耐克的文化资本战略

十 知识产权

1 北京奥运会“引爆”商标“抢注风”

2 著作权集体管理组织的维权：成就与问题

3 模仿还是侵权？

——也看山寨现象

4 谁有权使用奥运会特殊标志？

5 特许经营协议中搭售条款的反垄断法规制

6 真假开心网

十一 其他

1 中国动画片内容探索和得失之一

2 中国动画片内容探索和得失之二

3 救赎昨天，明天是否光明？

——谈南非电影产业

4 尼日利亚电影产业的发展与启示

5 韩剧：风花雪月带来滚滚财源

6 经济危机中的电影产业

7 北京奥运会中的中国符号及其整合传播

8 北京奥运会的整合传播

9 中国—东盟博览会与南宁会展业的发展

10 “她时代”的财富

11 网络：文化产业发展的“双刃剑”

12 如何正确看待中国的盗版水平

<<文化产业经典命题100例>>

章节摘录

2) 好莱坞影视业集聚效应 (1) 创造全新的经营组织模式 集聚这种产业的组织经营模式是促成好莱坞繁荣成功的一个很重要的原因。

各企业在不断的合作与竞争中建立起的一套电影制度、法规等软件设施,更好地促进了企业发展。好莱坞的建立与繁荣吸引了世界各地的优秀人才,他们的到来促进了好莱坞电影业发展的同时,也推动了全球化战略的实施。

(2) 节约搜寻成本和交易成本 交易成本简单地说就是发现交易对象和进行合同谈判的成本,包括信息成本、谈判成本、拟订和实施契约的成本,界定和控制产权的成本、监督管理的成本和制度结构变化的成本等。

由于交易双方存在信息不对称和不完全,因此在交易活动中,一方的决策行为取决于对交易另一方的不完全信息的判断,这种信息的不对称性及不确定性会导致交易主体的机会主义行为。

交易双方对彼此信守契约程度的缺乏了解及双方的机会主义行为,使得交易的监督成本和执行成本过高。

影视文化产业是典型的信息产业,该行业的各企业间必须要有很好的信息交流。

集聚便能打破这种地域阻隔,使得各个企业尽快了解到世界电影的发展情况、市场需求及别的公司近期的影片风格,这样就会使企业根据不同的市场需求制作不同风格的影片,避免企业间影片风格重复,在市场上形成竞争,使得各自利益下降。

这样的信息联动节省了信息搜索和交易的成本并有助于新技术手段的推广。

.....

<<文化产业经典命题100例>>

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>