

<<创意产业经济学>>

图书基本信息

书名：<<创意产业经济学>>

13位ISBN编号：9787211059447

10位ISBN编号：7211059443

出版时间：2009-5

出版时间：福建人民出版社

作者：杨永忠 著

页数：363

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>

<<创意产业经济学>>

前言

创意产业是传统产业向现代产业跨越的推进器，它被看做是21世纪的朝阳产业，许多国家和地区已把创意产业作为战略产业加以扶持，制定了促进创意产业发展的战略规划和行动计划。

最近几年，受美国、英国、澳大利亚、新加坡、日本等发达国家创意产业思潮的影响，中国不少城市纷纷吹响了大力发展创意产业的号角，北京、上海成为中国实践创意产业理念的先锋城市。创意理念在具有几千年文化沉淀的中华大地上滋生蔓延，由此拉开了中国创意产业发展的崭新篇章。

对中国而言，发展创意产业对制造业转型、服务业升级具有重要现实意义。但作为一个新兴产业，有关创意产业的学术探索才刚刚起步。

综观国内对创意产业的研究成果，虽然不乏从产业经济学层面分析的文献，但从产业经济学的规范化分析视角，结合中国产业特点对创意产业进行系统、深入的研究，却远远缺乏。

本书试图从这一角度，通过理论分析与实证研究的结合，综合运用文献调查、比较研究、案例分析等方法，对创意产业的理论基础、组织特征、结构关联、制度特点等方面进行系统梳理，建立创意产业经济学的分析体系，对创意产业进行深入详实的分析。

全书共10章。

第一章是创意产业导论，包括创意、创意产品和创意产业的内涵界定，五大类创意产业的分类以及创意产业特征描述。

在此基础上，对创意产业文献从理论和实证两个方面进行了述评。

第二章转入创意产业的微观基础研究，首先分析创意产品的供给和需求原理，在此基础上，讨论了创意产品市场均衡的定义、创意产品市场均衡的价格决定、创意产品市场均衡的变动特点及创意产品供需的长尾效应。

第三章是创意产品的生产分析。

在创意企业特征描述基础上，分析了创意产品生产、生产要素与创意产品生产函数；应用等成本线剖析了创意产品最优生产要素组合；研究了创意产品生产组织形式和特点；基于委托代理理论，探讨了创意产品外包生产。

<<创意产业经济学>>

内容概要

全书共10章。

第一章是创意产业导论，包括创意、创意产品和创意产业的内涵界定，五大类创意产业的分类以及创意产业特征描述。

在此基础上，对创意产业文献从理论和实证两个方面进行了述评。

第二章转入创意产业的微观基础研究，首先分析创意产品的供给和需求原理，在此基础上，讨论了创意产品市场均衡的定义、创意产品市场均衡的价格决定、创意产品市场均衡的变动特点及创意产品供需的长尾效应。

第三章是创意产品的生产分析。

在创意企业特征描述基础上，分析了创意产品生产、生产要素与创意产品生产函数；应用等成本线剖析了创意产品最优生产要素组合；研究了创意产品生产组织形式和特点；基于委托代理理论，探讨了创意产品外包生产。

第四章是创意产品的成本分析。

主要研究了创意产品的成本构成和成本特点，分析了创意产品的成本曲线和生产规模以及创意产品成本控制体系。

第五章围绕产业组织理论对创意产业进行分析，重点应用SCP分析框架，分析了研发设计创意、建筑设计创意、文化艺术创意、咨询策划创意和时尚消费创意产业的市场结构、市场行为和市场绩效，并分别剖析了产业组织政策。

第六章是创意产业的结构分析。

总结了创意产业结构的演变与影响因素，围绕高度化和合理化探讨了创意产业结构的优化机制和模式，在此基础上，进一步剖析了创意产业布局的理论、特征和模式。

第七章是创意产业发展分析。

分析了创意产业生命周期的内容、特点，重点研究了创意产业发展的雁行模式、梯度推移模式、增长极模式、产业集聚模式，对创意产业发展机制进行了探讨。

第八章是创意产业制度分析。

应用产业制度分析框架，探讨了内在制度和外在制度框架下的创意产业制度，分析了创意产业内在制度的诱致性变迁、外在制度的强制性变迁，以及创意产业制度的互补性与冲突性，并就创意产业制度对市场绩效影响进行了分析。

第九章是创意产业的国际国内比较。

分别分析了欧美发达国家和亚洲国家创意产业的状况，得出国际创意产业实践的经验与启示。

在国内比较部分，对中国创意产业实践历程、创意产业基本现状、创意产业存在的问题进行概述，总结了国内典型地区北京、上海、香港等地的创意产业实践。

第十章是创意产业展望。

从创意产业集群化、融合化等六个方面总结了世界创意产业发展的总体态势，并分析了中国创意产业发展的基本走势，提出了创意产业发展的政策建议。

<<创意产业经济学>>

作者简介

杨永忠，1968年生，重庆秀山人。

武汉大学工学学士，西南交通大学工商管理硕士，四川大学经济学博士，复旦大学理论经济学流动站博士后。

现任福州大学管理学院经贸系主任，教授，博士生导师，福州大学产业经济学学科负责人。

兼任中国工业经济学会理事，福建亚太合作与经济发展研究会副会长，福建省经济学会副秘书长，福建省政府发展研究中心特约研究员，福建省纪委特约研究员，福建省十届青联委员。

先后主持国家社科基金项目、国家软科学项目、中国博士后基金项目等十余项。

在《中国工业经济》、《中国农村经济》、《统计研究》等国内外权威和核心期刊发表论文50余篇，出版专著3部。

2003年获四川大学优秀博士称号，2005年专著《自然垄断产业有效市场研究》获中国工业经济学会中青年优秀成果三等奖，2007年入选福建省高等学校新世纪优秀人才支持计划。

先后应邀赴台湾国立政治大学、美国明尼苏达大学进行学术访问。

主要研究方向：产业组织与政府管制、区域经济与产业规划。

<<创意产业经济学>>

书籍目录

第一章 创意产业导论 第一节 创意产业概述 一、创意产业的内涵 二、创意产业的特征 第二节 创意产业研究进展 一、创意产业的理论研究进展 二、创意产业的实证研究进展第二章 创意产品的需求和供给 第一节 创意产品需求的内涵 一、创意产品需求的定义 二、创意产品需求的特点 三、创意产品需求的决定因素 第二节 创意产品的需求曲线及需求弹性 一、创意产品的需求函数 二、创意产品的需求曲线 三、创意产品的需求弹性 第三节 创意产品供给的内涵 一、创意产品供给的定义与特点 二、创意产品供给的决定因素 第四节 创意产品的供给曲线及供给弹性 一、创意产品的供给函数 二、创意产品的供给曲线 三、创意产品的供给弹性 第五节 创意产品的市场均衡 一、创意产品市场均衡价格的决定 二、创意产品市场均衡变动 第六节 创意产品供需的长尾效应 一、长尾理论概述 二、长尾理论在创意产品的应用第三章 创意产品的生产 第一节 创意企业 一、创意企业的定义 二、创意企业的形成 三、创意企业的特征 第二节 创意产品生产要素与生产函数 一、创意产品生产要素 二、创意产品生产函数 第三节 创意产品生产组织形式及特点 一、创意产品生产组织形式 二、创意产业生产组织特点 附录 基于委托代理关系的创意产品外包第四章 创意产品的成本 第一节 创意产品的成本界定 一、成本理论基础 二、创意产品成本构成 三、创意产品成本特点 第二节 创意产品成本曲线与生产规模 一、创意产品成本曲线 二、创意产品的生产规模 第三节 创意产品成本控制 一、创意产品成本控制体系 二、创意产品成本控制的程序与目标 第四节 创意产品成本控制的现代组织模式 一、准时制生产 二、并行工程 三、敏捷制造 四、现代组织模式在创意成本控制的应用第五章 创意产业组织 第一节 产业组织理论 一、产业组织理论基础 二、产业组织理论的形成和发展 三、产业组织理论的分析框架 第二节 研发设计创意产业SCP分析 一、研究与试验发展的市场结构分析 二、研究与试验发展的市场行为分析 三、研究与试验发展的市场绩效分析 四、研究与试验发展的产业组织政策分析 第三节 建筑设计创意产业SCP分析 一、建筑设计创意产业的市场结构分析 二、建筑设计创意产业的市场行为分析 三、建筑设计创意产业的市场绩效分析 四、建筑设计创意产业的组织政策分析 第四节 文化艺术创意产业SCP分析 一、电影产业SCP分析 二、广播电视产业SCP分析 第五节 咨询策划创意产业SCP分析 一、管理咨询业SCP分析 二、会展业SCP分析 第六节 时尚消费创意产业SCP分析 一、时尚消费创意产业的市场结构分析 二、时尚消费创意产业的市场行为分析 三、时尚消费创意产业的市场绩效分析 四、时尚消费创意的产业组织政策分析第六章 创意产业结构 第一节 产业结构理论 一、产业结构理论的形成与发展 二、产业结构、产业关联和产业结构优化 第二节 创意产业结构的演变与影响因素 一、创意产业结构的演变 二、创意产业结构演变的影响因素 第三节 创意产业的SMP分析 一、创意产业结构的SMP分析框架 二、创意产业关联结构分析 三、创意产业关联机制分析 四、创意产业关联绩效分析 第四节 创意产业结构优化 一、创意产业结构的优化机理 二、创意产业结构的高度化机制 三、创意产业结构的合理化机制 四、创意产业结构优化的模式 第五节 创意产业布局 一、创意产业布局的理论基础 二、创意产业布局的模式选择 三、我国创意产业布局分析第七章 创意产业发展 第一节 产业发展理论 一、经济发展理论 二、创意产业发展基础 第二节 创意产业生命周期 一、产业生命周期的内容 二、产业生命周期的特点 三、创意产业生命周期中产业地位和性质的变化 第三节 创意产业发展模式 一、雁行模式 二、梯度推移模式 三、增长极模式 四、产业集聚模式 第四节 创意产业发展机制分析 一、创意产业发展的委托代理关系 二、创意产业发展的博弈分析 附录 基于雅克·拉丰激励模型的政府与创意产业园区委托代理关系分析第八章 创意产业制度 第一节 产业制度的分析基础 一、制度与产业制度 二、产业制度的变迁 三、产业制度的ISCP传导机制 第二节 创意产业制度构成 一、创意产业的外在制度构成 二、创意产业的内在制度构成 第三节 创意产业制度的演化 一、创意产业内在制度的诱致性变迁 二、创意产业外在制度的强制性变迁 三、创意产业制度的互补性与冲突性分析 四、互补与冲突相互作用下的制度的演化 第四节 创意产业制度的影响分析及启示 一、创意产业制度对市场绩效影响的比较分析 二、产业制度对创意产业发展影响的几点启示第九章 创意产业比较 第一节 国际创意产业的实践与经验 一、国际创意产业发展的历史进程 二、欧美发达国家的创意产业 三、亚洲国家的创意产业 四、国际创意产业实践的经验与启示 第二节 中国创意产业的实践 一、北京创意产业 二、上海创意产业 三、香港创意产业 四、其他地区的创

<<创意产业经济学>>

意产业 第三节 中国创意产业比较及启示 一、中国创意产业比较分析 二、中国与亚太国家创意产业的比较 三、中国创意产业发展实践给我们的启示第十章 创意产业展望 第一节 世界创意产业展望 第二节 中国创意产业展望 第三节 中国创意产业发展对策参考文献后记

章节摘录

3. 进入退出壁垒分析。

(1) 政策性壁垒。

从电影产业发展过程来看，新中国成立之后直至改革开放后相当长一段时间，国有企业在电影产业各个环节中都占有主导甚至垄断地位，这主要是由于计划经济时代过分强调电影的意识形态特征，对我国的电影事业形成了一套特殊的管理体制。

我国电影业的市场化改革始于20世纪80年代末和90年代初，经过十多年的探索后，政府积极转变职能，减少对电影企业的经营干预，引进竞争机制，政府部门的管制逐步与电影业的运行机制相分离。近年来随着中国履行WTO成员国义务的过程和电影行业市场化的改革进程的深入，国家继续对电影行业进行了实质性的产业结构调整——放低了电影行业进入门槛，鼓励民营资本和外资的进入和发展，同时对港台市场完全放开，具体表现为：首先，对于外资进入我国电影行业，政策上给予了适度开放

。允许外资参股与境内现有国有电影制片单位合资、合作成立电影制片公司，但外资不得超过注册资金49%；允许外资公司参股经营改造电影制片、放映基础设施和技术设备；允许外资以合资方式改造和建设电影院，并可控股与经营，在北京、上海、广州、成都、西安、武汉、南京市7个试点城市外资比例最高可达75%。

其次，对于国内资金进入电影行业同样得到了鼓励。

《摄制电影许可证》和《发行电影许可证》的发放都更加放宽，并且电影行业各环节各企业只要获得了许可，都可以依照《电影管理条例》享有与现有国有电影制片单位同等的权利和义务。

特别地，没有《摄制电影许可证》的民营电影制作公司，也可以申请单片摄制电影许可证；在海外获奖的影片，其拍摄公司如果是民营企业，也得到与国有企业的同等奖励。

另外在审批手续程序方面，国家广电总局进行了简化，通过了20个工作日内给予批复的明文规定，增加了政府机构办事效率。

再次，从2005年开始，在法律上给予了进入中国内地电影行业港台资金以非外资待遇。

自2005年1月1日起，允许香港、澳门服务提供者经内地主管部门批准后，在内地试点设立独资公司发行国产电影片；允许香港、澳门服务提供者在内地以合资、合作或独资的形式建设、改造及经营电影院。

这表明中国内地电影市场放映和发行环节向港台地区完全放开。

<<创意产业经济学>>

编辑推荐

本书探讨了经济学基本命题在创意产业中的表现形式，介绍了供给需求理论、创意产品的长尾效应、创意产品生产成本等。

从产业经济学的角度，通过理论分析与实证研究的结合，对创意产业的理论基础、组织特征、结构关联、制度特点等方面进行系统梳理，建立创意产业经济学的分析体系，全景描绘了中国研发设计、建筑设计、文化艺术、咨询策划、会展业、时尚消费等创意产业的产业组织、产业结构、产业政策、产业制度等内容。

介绍了欧美、亚洲等国创意产业发展状况，从中把握创意产业的发展趋势；比较了中国北京、上海、香港、长沙等地创意产业发展情况，提出政策建议。

本书案例丰富，结构清晰，不乏创新，是国内近年来研究创意产业的一本力作。

福建人民出版社2009年精彩推荐。

<<创意产业经济学>>

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>