

<<经纪市场学>>

图书基本信息

书名：<<经纪市场学>>

13位ISBN编号：9787304020781

10位ISBN编号：7304020784

出版时间：2004-12

出版时间：中央广播电视大学

作者：王永山主编

页数：367

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>

<<经纪市场学>>

内容概要

《经纪市场学》是《经纪人》系列之一的《经纪市场学》，全书以市场营销理论为基础，从经纪市场具体领域的角度，阐释在细分市场条件下，经纪人如何针对细分的市场进行经纪运营。书中具体包括了：经纪市场细分、经纪人的素质要求、经纪市场战略及战略策划等内容。

<<经纪市场学>>

作者简介

王永山，中央民族大学经济学院副教授，1982年毕业于北京财贸学院商业经济系，一直从事高校教学、科研工作。

先后出版过《企业广告企划与管理》、《中国少数民族地区乡镇企业发展研究》等专著，发表论文三十余篇，参加过八五、九五和一些部委课题研究，主要研究方向是商品流通理论、管理学、市场营销和城市化问题。

<<经纪市场学>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 经纪市场概述第二节 经纪市场与市场经济第三节 影响经纪市场存在及发展的因素
第四节 经纪市场学第二章 经纪市场细分第一节 市场细分概述第二节 细分经纪市场的变量第三节 经纪
市场细分的基本要求和一般程序第三章 经纪市场相关理论第一节 信息不对称理论与经纪市场第二节
交易成本理论与经纪市场第三节 业务外包理论与经纪市场第四节 顾客满意理论、4C观念与经纪市场
第四章 经纪市场战略及战略策划第一节 经纪市场战略概述第二节 经纪市场竞争战略第三节 经纪市场
品牌战略第四节 经纪市场关系营销战略第五章 现货交易市场与现货经纪市场第一节 现货交易市场概
述第二节 我国现货市场的运行第三节 现货交易经纪市场第六章 期货市场与期货经纪市场第一节 期货
市场概述第二节 我国期货市场的发展历程和作用第三节 期货经纪市场第七章 外汇市场与外汇经纪市
场第一节 外汇市场概述第二节 我国外汇市场第三节 外汇经纪市场第八章 证券市场与证券经纪市场第
一节 证券市场概述第二节 证券交易第三节 证券经纪市场第九章 保险市场与保险经纪市场第一节 保
险市场概述第二节 我国保险市场第三节 保险经纪市场第十章 劳动力市场与劳动力经纪市场第一节 劳
动力市场概述第二节 我国劳动力市场现状与发展第三节 劳动力经纪市场第十一章 产权交易市场与产
权经纪市场第一节 产权交易市场概述第二节 我国产权交易市场的功能第三节 我国产权交易市场的发展
第四节 产权经纪市场第十二章 技术市场与技术经纪市场第一节 技术商品和技术交易第二节 技术市场
第三节 技术经纪市场第十三章 房地产市场与房地产经纪市场第一节 房地产市场第二节 房地产市场价
格的形成第三节 房地产经纪市场第十四章 文化市场与文化经纪市场第一节 文化市场的基本概念第二
节 我国文化市场的特点第三节 文化经纪市场第四节 几个重要的文化经纪领域第十五章 体育市场与
体育经纪市场第一节 体育市场概述第二节 体育市场的发展第三节 体育经纪市场第十六章 广告市场与
广告经纪市场第一节 广告市场概述第二节 我国广告市场第三节 广告经纪市场参考文献后记

章节摘录

一、艺术品市场与艺术品经纪市场 艺术品市场是个很有特点的市场，与其他市场不同，艺术品经纪人是艺术品市场的重要构成因素。

在艺术品市场比较成熟的国家，艺术品市场经过长期的发展，目前已形成了一整套完备的机制，画廊、拍卖行、艺博会三足鼎立，为艺术品市场提供了坚实的基础；艺术家、经纪人、评论家和收藏家“四位一体”，为艺术品市场构成了市场链；以艺术经纪人为主体的艺术企业机制，为艺术品打造了价值链。

也就是说，艺术品经纪人和经纪机构的存在和发展，是艺术品市场长期处于良性循环和螺旋式上升状态的重要原因。

1.我国艺术品市场和艺术品经纪人的发展 新中国成立以来，我国艺术品市场可以说走过了风风雨雨、曲折坎坷的道路。

特别在新中国成立初期，由于帝国主义和海外敌对势力对我国实行全面封锁，我国的艺术品市场基本处在一个封闭状态，加上国内各方面处在一个百废待兴的时期，国家拿不出钱来投资艺术品市场，因此，国内艺术品市场唱主角的主要是过去遗留下来的一些画廊和古玩交易市场。

国内各大博物馆、美术馆也只能依靠民间收藏家的无偿捐献来增加自己的藏品。

后来，由于国内政治运动接踵而来，受其冲击和影响，中国传统字画、瓷器、红木家具等艺术品、工艺品被当做“封资修”的产物而被扫入垃圾箱。

由于我国艺术品市场在20世纪80年代以前基本上在国内市场上无法流通。

为此，国内一些人只能偷偷将文物艺术珍品送到海外市场，从而造成了大量文物艺术珍品的流失。

改革开放以后，中国传统字画、陶瓷等艺术品也被列入商品进入悄然兴起的第三产业，艺术品市场才得以发展起来。

近几年，随着人民生活水平的提高和精神文明需求的日益增强，沉寂多年的民间收藏活动得到了复苏，群众自发组成的各种民间收藏团体、民间收藏馆、展览馆如雨后春笋般遍布中华大地。

而名人字画和陶瓷作为中国古老传统的优秀文化，既可以怡情炫耀、欣赏把玩，更可以保值、增值。

由于艺术品市场的兴起，全国各地的画廊、画店蜂拥而起，特别是经营名人字画取得了可观的效益。

所以，国营、集体、个体的经营者纷纷跻身于这一行业，流传在民间的名人字画开始在市场上流通。与此同时，各地的书画展也空前火热。

……

<<经纪市场学>>

编辑推荐

朱相远，全国人大常委、民建中央副主席、北京市政协副主席，我国文化经纪研究领域的著名学者，享受政府津贴的国家级专家。

毕业于北京大学哲学系，自20世纪90年代起，开始关注经济与文化产业研究。

出版专著多部，发表论文百余篇，如《论中国文化产业发展的十大关系》等。

多次在中央电视台、省市电视台的文化经济节目中担任嘉宾，并多次为工商行政管理系统举办的经纪人培训班授课。

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>