

<<中国电视内容产业建设发展研究>>

图书基本信息

书名：<<中国电视内容产业建设发展研究>>

13位ISBN编号：9787501192847

10位ISBN编号：7501192847

出版时间：2010-9

出版时间：新华出版社

作者：彭祝斌

页数：299

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>

<<中国电视内容产业建设发展研究>>

前言

湖南大学彭祝斌教授送来三部书稿——《中国电视内容产业建设发展研究》《中国电视内容产业链成长研究》《电视内容产业核心竞争力研究》。

这是彭祝斌教授率领研究团队取得的系列研究成果。

第一部著作旨在从总体上系统地探讨中国电视内容产业建设发展中的重大实践和理论问题；第二部主要研究产业链成长问题，从电视内容产业链的形成、延伸与整合等层面，对电视内容产业链的成长理论展开深入系统的研究；第三部主要研究国际化、数字化背景下电视内容产业的核心竞争力问题，诸如电视内容产业核心竞争力的构成与生态、培育与维护、识别与评价等基本理论问题。

展卷细读，感觉该研究成果有四个突出的特点：其一，是研究选题的前瞻性。

凡事预则兴，不预则废。

产业未来的发展需要规划，对于成长中的中国电视内容产业来说，既需要有单次实战的谋划和经验总结，也需要有一般理论的考量与梳理，尤其是富于前瞻性的理论探索与思考。

传媒的产业化探索、媒介的数字化尝试、文化产业的改制、信息技术产业的成熟等，都将中国电视内容产业的发展推进到了一个转折阶段。

目前，国内关于中国电视内容产业的建设与发展的理论研究不多，有关电视内容产业链成长等方面的研究更是空白。

该研究选题切入的是国内电视内容产业建设发展实践和研究中最前沿的问题，于2005年获得国家社会科学基金立项资助。

<<中国电视内容产业建设发展研究>>

内容概要

《中国电视内容产业建设发展研究》是国家社会科学基金项目“中国电视内容产业建设与发展研究”(项目批准号05BXW007)的系列研究成果之一。

本书旨在从总体上系统地探讨中国电视内容产业建设发展中的重大实践和理论问题。

具体探讨了中国电视内容产业的市场基础、内在驱动、战略目标、资金保障、版权平台和运营模式等问题。

该课题的另外两项研究成果分别是《中国电视内容产业链成长研究》和《电视内容产业核心竞争力研究》。

总体来看,三部著作立足中国电视内容产业的建设发展实际,并借鉴国外成功经验,对中国电视内容产业建设发展中的重大问题展开了较为系统的研究。

初步构建起了电视内容产业建设发展研究的理论分析框架,无论是电视内容产业建设发展的总体研究,还是电视内容产业的产业链成长和核心竞争力研究,皆自成体系,具有较高的学术价值和应用价值。

无论对电视内容产业的业态发展还是理论研究,都是一个贡献。

作者简介

彭祝斌

湖南武冈人，经济学博士、教授，国家教育部新世纪优秀人才支持计划获得者。

主要研究领域为媒介经营管理、文化创意与活动产业。

现任湖南大学新闻传播与影视艺术学院院长、湖南大学学术委员会委员、国家教育部新闻学学科教学指导委员会委员、中国高等教育学会新闻学与传播学专业委员会理事、联合国·教科文组织全球新闻教育改革中国专家组成员、新闻学国家特色专业建设点负责人、湖南省文化产业研究基地首席专家、湖南省高等学校实践教学示范中心负责人。

主持和完成国家及部省级科研项目15项，著有《媒介经营论》《媒介经营管理学导论》等著作教材8部，在中外学术刊物公开发表论文50多篇。

先后获湖南省教学成果一等奖、湖南省哲学社会科学优秀成果二等奖和部级优秀青年教师、湖南大学优秀教师等荣誉称号。

<<中国电视内容产业建设发展研究>>

书籍目录

电视内容产业研究的新贡献(代序)第一章 绪论 第一节 研究背景与研究意义 一、研究背景 二、研究意义 第二节 研究思路与研究内容 一、研究思路与分析框架 二、研究内容 第三节 研究方法与研究的新贡献 一、研究方法 二、研究的主要创新点第二章 中国电视内容产业建设发展的现实依据——产业实态分析 第一节 中国电视内容产业建设发展历程 一、事业统筹阶段 二、产业孵化阶段 三、产业成型阶段 第二节 中国电视内容产业建设发展现状 一、内容创意研发 二、生产制作主体 三、流通渠道建设 四、播出平台建设 五、衍生产品开发 第三节 中国电视内容产业建设发展环境 一、政策法律环境 二、经济文化环境 三、媒介环境 四、技术环境 第四节 中国电视内容产业建设发展特点 一、产业规模偏小及生产能力不足 二、产业链较短且不完整 三、龙头企业不多且带动作用有限 四、资金缺口大且资本运营水平低 五、盈利模式和利润来源单一 六、人才资源短缺第三章 中国电视内容产业建设发展的市场基础——产业链的成长 第一节 电视内容产业链的构成 一、电视内容产业的构成 二、电视内容产业链的构成 第二节 电视内容产业链成长的影响因素 一、电视内容市场需求 二、电视内容产业政策 三、电视内容产业链利益分配机制 第三节 电视内容产业链的成长模式 一、龙头企业主导模式 二、集聚衍生模式 三、买断模式第四章 中国电视内容产业建设发展的内在驱动第五章 中国电视内容产业建设发展的战略目标第六章 中国电视内容产业建设发展的资金保障第七章 中国电视内容产业建设发展的版权平台第八章 中国电视内容产业建设发展的制度保障附：中国电视内容产业建设发展问题访谈录插图索引附表索引主要参考文献后记

章节摘录

建立知识产权保护法，保护电视内容创新，坚决打击盗版活动，是电视内容产业核心竞争力打造的前提和基础。

因为没有知识产权保护就没有电视内容产业，知识产权立法有助于激励电视内容产业的创造力，同时也将保护对生产和传播电视产品的投资。

目前，中国拥有三部主要的知识产权法律——《专利法》《商标法》《著作权法》，两部实施细则——《商标法实施细则》《著作权法实施细则》，以及其他法律法规和相关规定，如《计算机软件保护条例》《关于计算机预装正版操作系统软件有关问题的通知》《关于政府部门购置计算机办公设备必须采购已预装正版操作系统软件产品的通知》等，共同构成了中国知识产权保护体系。

但其中针对中国电视内容产业的知识产权保护还存在一系列问题，主要表现为政策不够系统、与现有法律法规不够配套、知识产权管理部门分散、管理水平和效率有待进一步提高等。

因此，在培育和维护中国电视内容产业核心竞争力的过程中，中国政府应完善现行的知识产权保护法律体系，加强对电视内容生产企业的扶持及公共服务。

同时，中国电视内容产业应加强自身的维权意识，让电视内容产业界将对内容产品版权的重视作为普遍常识，切实提高掌握和运用知识产权制度的水平，努力克服电视内容生产企业以及电视内容产品传播媒介时常发生的侵权与被侵权现象，自觉维护电视内容产品的知识产权。

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>