

<<中国文化产业振兴之路>>

图书基本信息

书名：<<中国文化产业振兴之路>>

13位ISBN编号：9787511701220

10位ISBN编号：7511701221

出版时间：2009-12

出版时间：中央编译出版社

作者：陈伯君

页数：220

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>

## <<中国文化产业振兴之路>>

### 内容概要

本书力求理清文化强国、体制改革、民营文化企业三者的内在关系，采用解剖标本案例的方式，潜入底层，深度调查，观察生逢其时的民营文化企业，在国家建设文化强国的强烈意愿下，在文化体制改革跌宕起伏的大潮中，如何通过自己的实践证明民营文化企业是中国文化强国路上不可或缺的生力军，如何通过对实践的总结和理论创新为中国文化价值影响世界贡献新经验。

本书所做的调查分析、经验提升、理论总结，可供文化体制改革决策参考，可供各地政府促进文化产业参考，可供文化产业的研究和教学使用，可供从业人士学习借鉴。

## <<中国文化产业振兴之路>>

### 作者简介

陈伯君，成都市社会科学院副院长、院学术委员会副主任。  
四川省社会科学院历史所特聘研究员、两南财经大学经济学院兼职教授、香港中文人学访问学者。  
2005、2006、2007、2008《成都文化产业发展报告》（蓝『支书）执行副主编。

陈伯君长期致力于中国发展与体制改革研究，在国内外有广泛影响。  
先后在《人民日报》、《光明日报》、《北京日报》以及海外学术期刊《远东巾文经贸评论》等发表  
论文近百篇，已出版的论著主要有《乐兮？

忧兮？

巾困农村潮》、《国家与价值：解读中国社会转型》、《转型期中国改革与社会公正》、《西部人开  
发与区域经济公平发展》（阳家社科基金项目，主持人，合著）。

多次就中国改革发展中的重大问题接受新华社《瞭望东方周刊》、《中国改革》、《新京报》、《南  
方周末》、《社会科学报》、《四川日报》专访。

## &lt;&lt;中国文化产业振兴之路&gt;&gt;

## 书籍目录

导言：文化话语时代的中国焦虑 文化的繁荣是发展的最高目标 被动防御不如做强文化产业 市场化是做强中国文化的内生力量 让创造文化财富的活力充分迸发 金手指的标本价值

第一章 中国智慧感动世界：握手克林顿 文化营销：中国品牌的巅峰比肩 文化融合：友情对接克林顿 文化博弈：中国智慧柔化大国规则 文化感动：细节处理的基点 文化传播：对应、控制与放大 链接1 克林顿《美国市场准入》演说(节选) 链接2 成都商报独家三问克林顿 链接3 “市场准入与全球营销”企划宣传策略定位

第二章 “制作人”机制成就愿景：《大唐华章》 得乎其中，取法乎上 资本与知本的对撞效应 试水“制作人”机制 “中国现象”：《大唐华章》、《云南映象》、《印象刘三姐》 用什么来保护你——中国“制作人”机制 《大唐华章》启示录 链接1 剑南春之夜时尚诗乐舞《大唐华章》演出剧本 链接2 《光明日报》：金手指转动文化产业魔方 链接3 在历史与现实的对应点上升华主题

第三章 创造世界的兴奋点：城市营销 市场，不相信自我感觉 挖掘有普适性的共同话题 捕捉兴奋点需要眼光和胆识 强势话语驾驭舆论流向 动态营销比城市定位静态营销更具普世性 营销主题对应世界的兴奋点 给一个支点撬动地球 着力提升城市的感召力 链接1 央视西部频道《营销东方伊甸园》(节选)

第四章 消费是最好的传播：玩转市场魔方 美国怎样传播美国的价值观 利用流行形式传播主流价值是一条捷径 商业化运作有助于传递和传播价值思想 市场化搭建高雅艺术走进平民百姓的绿色通道 市场化助推消费文化向消费生活方式跃升 商业介入传播价值的原则和要素 让价值在消费中实现传播 链接1 金手指解读“成都桃花生活方式”(节选)

第五章 先锋实践：文化产业网状一体化 “网状一体化”：神奇的对流线“一” 激活“蝴蝶效应” 整合与延伸品牌价值链 增强“网状一体化”的抗风险能力 突破“网状一体化”的核心节点 每一个终端都照应原点 “蝴蝶效应”的能量取决于创造力和控制力 链接1 金手指“网状一体化”战略的体系

第六章 整合：促进文化产业“蝶变” 消融所有制隔离的有效方式 结盟战略：从“近亲”联合起步 “两链接、一延伸”的联盟模式 商会+资源整合+创意 体制是一切现象背后的深层次原因 文产联盟放大社会公益效应 链接1 四川文化强省的生力军——民营文化企业的发展引关注 ……

第七章 敢问路在何方：建言文化强国主要参考文献后记

## <<中国文化产业振兴之路>>

### 章节摘录

然而多极世界中，也有其他极宣称自己所代表的价值才是人类理想社会的前景。尽管中国所倡导的核心价值强调世界多元化、和谐发展，但意识形态的分歧难以消除，价值冲突不以人意志为转移。

价值冲突会有硝烟，如科索沃战争就是以“为价值观而战”的理由发动的。

但价值冲突更多的时候没有硝烟。

没有硝烟的价值冲突，则是以文化产品的消费作为传递介质进行的。

谁是文化产业的强手，谁的价值思想就是世界的主流。

在价值冲突阶段，世界各国都把文化安全、文化强国放在全局性战略性的地位上。

文化力不仅是重要的综合国力，对国家的经济、政治、社会、制度的发展变化有深刻影响，而且是这个国家各民族认同的凝聚力，其作用跨越国界。

中国是世界文明古国，有源远流长的文化建设和文化发展的历史。

但所有文明古国都不约而同地落在近现代发展的后面。

这个现象很值得研究文化与国家发展的专家关注。

这个现象至少表明：一个国家的发展与强大与这个国家的文化历史长短没有必然关系。

悠久的历史并非一定理所当然地具备发展当代文化的优势，上帝也有黄昏的时候。

但历史文化悠久是一笔潜在的、令人羡慕的文化资源。

中国在进入20世纪后才走上现代化历程，经历了如世纪初期“全盘西化”和世纪中期“文革”两次割断传统文化的劫难。

20世纪80年代以来的“文化反思热”、“寻根热”、“复古热”，其实不过是对民族文化长期失落的焦虑。

然而，进入20世纪90年代，这些焦虑很快被汹涌澎湃的经济浪潮所淹没。

<<中国文化产业振兴之路>>

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>