

<<中国传媒资本市场运营>>

图书基本信息

书名：<<中国传媒资本市场运营>>

13位ISBN编号：9787806522370

10位ISBN编号：7806522379

出版时间：2003-1

出版时间：南方日报

作者：南兆旭

页数：331

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>

## <<中国传媒资本市场运营>>

### 内容概要

中国传媒论坛丛书。

## <<中国传媒资本市场运营>>

### 书籍目录

欲影响社会必先影响传媒史坦国际总裁苏纲宪媒体集团资本运营与风险规避中国人民大学新闻学院副院长、博导喻国明后网络时代传媒产业发展清华大学新闻与传播学院副院长、博导李希光资本、集团化、广告投放北京广播学院广告学院院长、博导黄升民中国报业经营理念与创新思维北京娱乐信报社长崔恩卿资本浪潮下的新媒体时代《经济观察报》总编辑何力国际媒体并购与中国报业实践《环球时报》总经理徐卫东2003媒体发展趋势从数字角度分析传媒新华在线总裁夏鸿区域化&mdash;&mdash;中国电视发展的新动向贵州电视台台长李新民财经类日报的中国市场人民日报社《国际金融报》总编辑何刚从道琼斯公司看媒体的发展之路道琼斯(中国)中国业务发展总监张延国际资本运营与MTV的中国本土化维亚康姆/MTV全球电视网中国区总裁李亦非中国频道风险投资与国际节目代理唐龙国际总裁陆兴东资本、信息化、互联网国家信息化领导小组成员、《互联网周刊》主编姜奇平数字广播影视网络融合增值营销国家广播电视总局网络中心节目信息部主任刘俊卿漫谈媒介资本市场与投资价值评估经济日报报业集团发展部副主任、《中国书画》杂志主编曹鹏新财经节目的运作理念和瓶颈突破中央电视台《财经前线》主编李岚数字电视未来发展方向对电视业传统经营模式的挑战星美传媒有限公司节目总监张虬丹跨媒体经营与阳光模式阳光卫视副总裁韩立光中国传媒业的盈利模式及产业化经营之创新思路新加坡证券交易所总裁顾问浙江大学资本市场与会计研究中心主任国际资本与传媒投资美国金联集团总裁史坦国际投资顾问桑钧晟媒体购买与本土广告公司的经营实力媒体克顿顾问群董事总经理吴涛中国民营传媒的角色和市场地位星传媒执行董事博扬中国娱乐电视节目工业化生产北京光线电视公司总裁王长田

章节摘录

媒体集团资本经营与风险规避 我今天主要想讲这么几个问题。

第一个就是想讲在现阶段传媒业的发展过程中，无论是资本进入媒介市场，还是进入传媒业市场，实际上都要解决发展战略性问题。

这种发展战略问题，比如何营造具体的链接过程更重要，就是解决战略问题比解决战术问题更重要。

战略问题是知道做什么，战术问题是如何做。

这两个问题之间到底有多大差别？具体做事的人，很多同事首先关注的是战术问题，怎样链接，或者媒介的同志说应该怎么做。

实际上解决战略问题比解决战术问题更重要。

战略问题解决的是目标和发展方向，这种东西如果没有一个大的把握，战术问题解决得再精致，解决得再聪明，方向不对，也是事倍功半，南辕北辙。

在这方面看起来操作得不惜，但是实际效果并不很好。

但有些东西看起来操作得不是很好，但实际效果却是好的。

比如说解决战略问题，有时要对整个媒介市场结构有一个基本的把握。

到底发展的生长点、空白点或者机会在哪里？这点是非常重要的，而不能仅仅依照做传媒，或者做资本运作的人的一种感觉。

媒介产业作为一种文化产业，跟一般的文化之间有区别。

文化产业作为一个需要社会接触的东西，一定要考虑到市场的接受程度。

另外一种文化形态，比如自存性的文化，可以是藏之名山，但是不能作为一个产业运作。

既然媒介产业要按照产业规则来运作，一定要讲究市场接受度。

这种市场接受度，不是我们本身的专业趣味。

<<中国传媒资本市场运营>>

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>