

<<创意中国与文化产业>>

图书基本信息

书名：<<创意中国与文化产业>>

13位ISBN编号：9787810797993

10位ISBN编号：7810797999

出版时间：2007-5

出版时间：暨南大学出版社

作者：皇甫晓涛

页数：276

字数：242000

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>

## &lt;&lt;创意中国与文化产业&gt;&gt;

## 内容概要

本书为文化创新书系之一，主要论述了符号经济与文化资源版权，并对创意中国的区域经济、广电经济、网络经济、影视经济、文化经济、奥运经济等案例进行专题探讨与研究，给我们提供了认识中国文化产业的新的视角。

关于文化产业的研究，我一直觉得缺乏史料基础与中国文化资源动员的数据库建设，缺乏内容生产的知识要素与产业元素整理，为此我曾先后在《光明日报》《文艺报》《中国文化报》等专业性的报刊发文并开出专栏呼吁此事，同时又在文化产业专业的案例研究课程体系中做了几个深入些的专题。中国是一个文化资源大国并不是一个文化经济强国，关键缺乏对于文化资源的整理与版权建设的创新体系研究。

本书上篇就是本着这样的想法，沿此作出的初步探索，也是我与所带研究生研习过程中共同研究的成果。

其中第二章《神话资源与文化创新》有王丽芳同学的参与合作，第三章《蝴蝶意象与文化创新》有胡幽同学的参与合作，第四章《蓬莱语境与文化创新》有刘雅琪同学的参与合作，第五章《唐朝影视剧应该发掘的可制造的文化元素》有姚婷同学的参与合作，第六章《花木兰与文化创新》有李慧同学的参与合作，第七章《书院文化与文化创新》有屈中正、薛震湘同学的参与合作，第八章《江南梦与诗性文化》有唐自然同学的参与合作，第九章《邵阳非物质文化遗产研究》有王丽方同学和《邵阳晚报》的陈尤英同志的参与合作。

除此之外，本书中篇对于创意中国区域经济、广电经济、网络经济、影视经济、文化经济也都作了专题的探讨与研究。

其中第十五章《中韩电视剧发展》有余杨同学的参与合作，第十六章《湖南电视产业》有舒高同学的参与合作，第十七章《兰州文化经济》有于欢欢同学的参与合作，第十八章《旅游卫视的文化创新》有王珏同学的参与合作。

下篇对于全球经济与美国符号经济的文化产业作一个资料整理的比较研究，其中第二十一章《会展经济发展》有彭现同学的参与合作，第二十二章《博客网络新媒体》有王珏同学的参与合作，第二十三章《微软文化帝国》有何泽仪同学的参与合作，第二十四章《麦当劳文化帝国》有文婉莹同学的参与合作，第二十五章《好莱坞文化帝国》有陈枫同学参与合作。

这本书对中国文化符号的要素与元素作了一个初步的梳理，也对美国世界文化产业的符号资本作了文化深描的比较研究，同时还对中国文化产业发展的战略主题与创新案例也作了对策研究的整理，并从文化产业理论与符号经济学科建设、文化产业战略与对策研究、文化创新案例与实践等方面作了初步的系统探讨。

创意文化产业首先是内容元素的核心符号资源体系，其次是要有能够把符号与资源、文化与创意变为资本与产业的产权与市场、金融与机制，这使我们又深入研发了广东文化产权交易所与中关村创业银行的创意文化经济链、资本链与相关政策法规、市场机制。

这是中国创意文化产业的大事，也是文化体制改革与文化资本发展的大事。

延此我们还要做纺织文化期权交易所等专项的文化产权交易市场与金融工具创新体系，以全面汇集国家文化资源、资本进入产权流通与产业资本市场平台，包括中国创意文化产业基金会的创立与筹建，从而促使国家文化产业进入文化制宪与创意资本化的全球产业博弈新时代。

这本书只是一个文化资源动员的开始，但愿日后能有时间与精力展开更为深入的版权项目研发，能有更多的合作者一块致力于中国文化资源的整理与内容再生产的符号经济开发。

同时，本书也是国家博士后科学基金项目的研究成果，能够得到暨南大学出版社的支持面世，在此表示衷心的感谢。

本书的责任编辑王泉巍先生从策划至细致的编辑工作对于书稿的最后完善成书都起到了很大的作用，在此表示衷心的感谢，足以为后记。

<<创意中国与文化产业>>

作者简介

皇甫晓涛：北京交通大学教授，清华大学文化产业研究中心博士后，四川大学博士，中国社会科学院高级访问学者，维也纳大学高级访问者，中国文学人类学会副会长、秘书长，中国艺术人类学会理事。  
中国都市人类学会理事。  
中华全国美学学会会员，中国比较文学学会会员，中国现当代文

## <<创意中国与文化产业>>

### 书籍目录

大国崛起的文化软实力：文化的消费与创新（代序） 创意中国的新文化运动（自序） 导论 创意中国的符号经济与民族文化的自组织创新系统上篇 创意中国的符号经济与文化版权 第一章 文化资源与文化产业 第二章 神话资源与文化创新 第三章 蝴蝶意象与文化创新 第四章 蓬莱语境与文化创新 第五章 唐朝影视剧应该发掘的可制造的文化元素 第六章 花木兰与文化创新 第七章 书院文化与创新 第八章 江南梦与诗性文化 第九章 湖南省邵阳市非物质文化遗产资源 第十章 桃花源密码与文化产业创新 第十一章 长城谣创意产业与文化创新 第十二章 《红楼梦》的创意结构与文化创新 第十三章 当代中国文学人类学研究的前沿问题中篇 文化创新案例与对策研究 第十四章 国家与创新 第十五章 中韩电视剧发展 第十六章 湖南电视产业 第十七章 兰州文化经济 第十八章 旅游卫视的文化创新 第十九章 中关村创业银行与文化资本创新 第二十章 广东文化产权交易所与广东文化创意产业园下篇 文化产业发展与全球符号经济 第二十一章 会展经济发展 第二十二章 博客网络新媒体 第二十三章 微软文化帝国 第二十四章 麦当劳文化帝国 第二十五章 好莱坞文化帝国参考文献后记

<<创意中国与文化产业>>

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>