

<<变革与创新>>

图书基本信息

书名：<<变革与创新>>

13位ISBN编号：9787811128529

10位ISBN编号：7811128527

出版时间：2009-7

出版时间：云南大学出版社

作者：胡惠林 等主编

页数：479

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>

<<变革与创新>>

内容概要

由上海交通大学国家文化产业创新与发展研究基地、中共云南省委宣传部、云南省文化体制改革和文化产业发展领导小组办公室、中共玉溪市委、玉溪市人民政府共同主办的“21世纪中国文化产业论坛第五届年会——云南·玉溪论坛”，于2008年11月28日至31日在美丽的云南省玉溪市澄江抚仙湖畔举行。

本届论坛主题为“变革与创新：中国文化产业新突破”。

论坛得到了云南省特别是玉溪市的大力支持，得到了全国文化产业界理论研究专家、学者和文化实业家的鼎力相助，产生了丰硕的研究成果和积极的社会影响。

围绕论坛主题和参考论文选题，论坛组委会先后收到参会论文近六十篇。

<<变革与创新>>

书籍目录

第一编 以新的理念促进文化大发展大繁荣 应当树立文化产业发展的生态文明观 社会和谐与文化发展 社会主义核心价值体系与文化产业发展 文化民主化：构建和谐社会的文化政策——基于文化公民身份的视点 扩大市场准入，学会依法监管，稳步有序开放——文化大发展大繁荣所需要的政策、机制与工作措施 新时期深化文化体制改革中的文化政策问题马敏 中国文化产业政策10年：创新与体系 文化产业的中国式舞步——当前中国文化产业发展的特性研究第二编 在竞争中探索复兴之道——关于文化竞争力的三个问题 我国文化软实力及其产业竞争力的SWOT分析报告 文化事业单位的管理与运作 文化遗产保护与利用的几个问题 从传统“文化事业”到“公共文化服务体系”——浙江重构公共文化发展模式的过程 公共文化建设和必须与市场经济体制接轨 抓住“三个转变”历史机遇推动文化服务业快速发展第三编 历史对待彰显文化——科技进步与文化产业发展的互动关系研究 关于文化产业法制建设的探讨 文化产业集群发展及其模式选择 关于文化企业如何看待、应对当前“通胀”论提高文化产业效益第四编 中国文化产业30年——以演艺产业为例 30年中国演出市场的发展流变与中国剧院(场)需要解决的 体制障碍以及未来的发展趋势 旅游演艺：中国演艺市场格局重构的新天地 民俗旅游：我国休闲消费新的爆发点——对民俗旅游的休闲理论视角探讨 重视“吸引物”与“提供物”的质量——直面四轮主题公园建设潮的理性思考第五编 云南文化产业发展的特色道路及其启示——兼论我国区域文化产业发展战略 文化产业社会化与生态文化创建——云南村寨建设与文化产业开发 建构云南文化产业的核心竞争力——关于文化产业与旅游业一体化发展的几点思考 西部地区区域文化产业发展的定位与路径——以云南玉溪为例 文化产业园区的功能、影响及管理政策的思考——以深圳文化产业园区(基地)为例第六编 都市文化学对“上海转变经济发展方式”的研究与阐释 传媒价值的定位、结构及实现路径 探索中国学术期刊的产业化道路 文化消费对经济社会发展的影响 艺术创意与民族元素 城市经济和文化产业 产业结构调整中的中国文化产业 城市更新的文化策略第七编 借助外力拓宽对外文化传播渠道——中国文化“走出去”战略研究 我国文化产业与文化产品“走出去”的路径与法律保护 自然与地方性知识的文化资本转化：加拿大经验观察 构建大湄公河次区域“本土化”民族文化遗产课程与培养民族文化产业人才 刍论“中国—南亚—东盟文化贸易体系”的构建 韩国和中国文化创意产业发展比较研究——以广播影视产业为对象 聂耳·品牌·形象 项目战略带动、文化旅游结合，努力推进玉溪文化产业大发展编后

章节摘录

二、应确立文化可以创造永久性财富的理念。

推动我国的文化积淀、文化资源和文化创意转化为更多财富 20世纪80年代末期，笔者在日本研修的时候，翻译了一位日本学者上野光平的著作《现代流通论》，他把当时的日本和欧洲作了比较。他认为，尽管日本人均GDP超过2万美元，但是国民的财富远远比不上欧洲，日本拥有的是耐用消费品，而欧洲很多国家拥有的是财富，其中很大部分是永久性财富。

他把汽车、洗衣机、电冰箱等称之为耐用消费品，把住房叫做长周期的耐用消费品，因为这些暂时拥有的财富最终要被转化为消费。

而欧洲人拥有的财富，很多是可永久保值、增值的财富，是保存的时间越长增值空间越大的财富，比如说文化艺术品和有深厚文化含量的建筑等。

翻译这段话的时候笔者反复琢磨，到底是什么创造了永久性财富，那就是文化的蕴涵和力量。

那个时候我们看日本还感到可望而不可即，但现在我国也到了日本八九十年代那个时候的状况，经济发展到了一定水平，越来越多的人也在追求一种永久性的财富，越来越重视文化修养和收藏。

消费周期长的住房投资非常旺盛，这也是人们力图获得永久性财富的冲动，但实际住房也是耐用消费品，按照经济学家贝克尔的“人类行为学”分析，包括子女都是耐用消费品。

你现在对他投资，未来他长大后对你逐步回报，包括赚钱给你、满足你的心理需求等等，因此，这些都叫做耐用消费品。

能够永远保值并且不断增值的财富，只有文化和文化产品。

比如历朝历代中华民族留下的诗书字画、保留下来的精品瓷器和古家具等，保留时间越长其价值就越高，这就是永久性保留的财富。

可以说，唯一能够成为永久性财富的就是文化和文化产品，或者依附在物质载体中的文化含量，这包括历朝历代保留下来的东西，也包括当代创造、未来可以保留的东西。

文化的大发展大繁荣的重要表现，就是使更多可以传世和被更广范围、更多国家和民族奉为精品和收藏品的文化产品，源源不断地被创造出来。

<<变革与创新>>

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>