

<<三十年突破>>

图书基本信息

书名：<<三十年突破>>

13位ISBN编号：9787811350036

10位ISBN编号：7811350033

出版时间：2008-10

出版时间：暨南大学出版社

作者：钟晓毅，雷锋，韩强 著

页数：279

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>

<<三十年突破>>

内容概要

《三十年突破和谐广东的文化品牌建设》总结和研究广东改革开放三十年来文化品牌建设建设的经验和教训，全面把握文化品牌的发展脉络，挖掘文化品牌蕴涵的文化价值，提出擦亮、弘扬、打造文化品牌的建设性意见。

作者简介

钟晓毅，研究员，硕士生导师，广东省社会科学院哲学与文化研究所所长，享受国务院特殊贡献津贴专家。

学术研究方向集中于中国现当代及世界华文文学、文艺学、岭南文化、大众文化和文化传播研究。

出版学术专著和文学作品12部，主编相关论著8部，发表论文近300篇。

主持和参与国家与省部级课题多项。

作品曾获国家优秀图书奖和广东省第五届、第六届鲁迅文艺奖等23个奖项。

雷锋，原名黄彦生，研究员，一级作家，广东省社会科学院哲学与文化研究所副所长，西安黄帝陵扩建工程顾问等。

著有诗、小说、报告文学、散文、杂论、随笔等500余万字。

《男儿女儿踏着硝烟》等多部作品获奖，国学研究《十分钟周易》是国内易经热潮开先河专著之一。

近年陆续出版“雷锋国学小丛书”、《生命使用说明书》。

曾两度在凤凰卫视《世纪大讲堂》讲授中华文化。

韩强，哲学硕士，研究员，广东省人民政府文史研究馆馆员。

学术研究方向集中于哲学价值论、美学、岭南文化、城市文化、生态文明及环保研究，著述约200万字，有《绿色城市》、《广东通行证》、《岭南文化》（副主编）等专著10余种，论文近200篇，发表于《中国哲学年鉴》、《哲学动态》、《人民日报》、《光明日报》等报刊。

<<三十年突破>>

书籍目录

上编 文化品牌与广东软实力第一章 和谐广东与文化软实力一、构建和谐社会与和谐广东二、文化和谐与社会和谐三、提升广东文化软实力第二章 广东文化品牌三十年一、文化品牌的保护与开发二、文化品牌蕴涵和创新岭南文化精神第三章 谱写广东文化品牌新篇章一、文化品牌保护与开发存在的问题二、建设文化品牌的原则三、保护开发文化品牌的策略中编 擦亮特色文化品牌第四章 海洋文化品牌一、海洋文化“母品牌”二、“海洋文化”贯穿广东文化品牌三、海洋文化与现代化广东四、提升海洋文化品牌的大思路第五章 华侨文化品牌一、广东华侨文化三大品牌的树立二、增强华侨文化品牌的力量三、系统构建与媒体运用第六章 重商精神与粤商文化品牌一、重商精神的历史沿革和特色二、新粤商，当自强三、让粤商文化品牌再放异彩第七章 历史文化名人品牌一、历史文化名人品牌的三十年经营二、历史文化名人品牌精品三、历史文化名人品牌化附录广东历史文化名人录第八章 “七教并存”品牌：宽容的宗教理念一、广东“七教并存”品牌二、“崇天地、崇自然”精神三、擦亮广东“七教并存”品牌第九章 非物质文化遗产品牌一、品牌建设三十年绩效二、开发非物质文化遗产品牌精品三、非物质文化遗产品牌打造策略附录广东省第一批省级非物质文化遗产代表作名录（共78项）广东省第二批省级非物质文化遗产名录（共101项）第一批国家级非物质文化遗产名录之广东部分（共29项）第二批国家级非物质文化遗产名录之广东部分（共29项）第十章 岭南文学艺术品牌一、并蒂莲在新时期绽放二、岭南文学艺术的特色品牌精品三、岭南文学艺术品牌的创新思维第十一章 城市文化品牌一、城市文化品牌的系统建构二、广州城市品牌三、深圳品牌：现代文化名城第十二章 移民社会和市民社会的生活品牌一、营造移民社会品牌二、平民社会和市民生活诸品牌三、移民社会、平民社会品牌与和谐广东第十三章 饮食文化品牌一、粤菜品牌三十年更新二、“食在广州”的品牌重构三、广东茶文化品牌的整合弘扬第十四章 自然遗产品牌一、新时期自然遗产品牌淘金二、擦亮广东自然遗产品牌精品三、自然遗产品牌与和谐广东建设第十五章 岭南建筑与岭南园林品牌一、两大“营造品牌”三十年淘金二、突出岭南建筑品牌特色三、彰显岭南园林品牌特点和风骨四、再塑岭南建筑和园林品牌辉煌第十六章 “广东第一”品牌群一、敢为天下先：品牌群三十年成林二、善为天下先：实践品格的弘扬三、永为天下先：打造新精品与持续发展下编 综合性文化品牌的系统建构第十七章 岭南文化品牌一、系统把握岭南文化品牌二、“生机广东”：树起岭南文化创新品牌三、构建岭南文化走廊和珠江文化长廊第十八章 广东民系文化品牌一、广东民系与三大文化品牌二、广府文化品牌三、潮汕文化品牌四、客家文化品牌第十九章 百年民主风生的摇篮一、三个子品牌在新时期树立二、继续打造“百年民主摇篮”金字招牌第二十章 现代文化先锋与现代文化名省双品牌一、三十年打造“现代文化先锋”品牌二、“现代文化名省”品牌的树立第二十一章 旅游文化品牌一、广东旅游文化的品牌开拓二、旅游文化品牌的精品工程三、旅游文化品牌化策略附录广东最美的地方广东地理之最2006年广东各市旅游收入表第二十二章 人文精神品牌的系统建构一、广东人文精神在新时期亮牌二、价值系统构建战略三、市民生活战略参考文献后记

章节摘录

第一章 和谐广东与文化软实力 东风吹来满眼春，红杏枝头春意闹，海上生明月，天涯共此时……如此美好的远景，都能穿越时空共鸣于当下这个丰富而多变的时代。

时代的洪流中行进着广东军团那雄壮的方阵，帅旗高张于阵首，飘扬在将士的头顶，俨然凝聚着他们的灵魂和英气。

一支军队，不管有多么精良的武器、英勇的官兵，这些硬实力都必须在这帅旗的统领下，才能为帅旗增添悲壮和光荣。

人们提起这支英雄的队伍，脑海中首先显现的是一个品牌，那就是高高举起、永不倒下的帅旗——那无与伦比的软实力。

虽柔软而坚韧，如风如水，却是“天下之至柔，驰骋天下之至坚”。

文化对一个民族、国家和地区的发展越来越重要，软实力可以创造生产力、提高竞争力、增强吸引力、形成凝聚力。

因此，胡锦涛总书记在党的十七大报告中明确提出：“要坚持社会主义先进文化的前进方向，兴起社会主义文化建设新高潮，激发全民族文化创造活力，提高国家文化软实力，使社会文化生活更加丰富多彩，使人民精神风貌更加昂扬向上。

”对于作为改革开放先行者的广东而言，要建设和谐社会，所面临的一个重大而紧迫的任务就是提升文化软实力。

一、构建和谐社会与和谐广东 新世纪新阶段，我们面临的发展机遇是前所未有的，面临的挑战也是前所未有的。

<<三十年突破>>

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>