

图书基本信息

书名：<<制度变迁与新时期广东报业发展研究>>

13位ISBN编号：9787811350081

10位ISBN编号：7811350084

出版时间：2008-6

出版单位：北京科文图书业信息技术有限公司

作者：游梦华

页数：303

字数：271000

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>

<<制度变迁与新时期广东报业发展研究>>

内容概要

用新制度经济学理论研究报业发展，在广东或全国都不止一例，但用新制度经济学理论尤其是制度变迁理论，全方位、系统化具体分析、研究新时期广东报业发展，好像还不多见。

本书作者从实践中来，到实践中去，将十多年从事报业的经验体会提炼出来，发现问题，找出不足，再结合攻读产业经济学博士学位的机会，将理论和实际相结合，既进一步检验理论，又进一步指导实践。

作者以制度变迁视角分析、研究广东报业的广告经营、发行、集团化、资本运营、跨行业、跨媒体、跨区域、跨形态发展、拓展农村市场和专业镇，以及人才制度改革等诸多发展关节点后，得出制度变迁在其中起到决定性作用的结论，这是作者提供给有关管理部门、从业人员、专业研究人士的一个极好参考。

作者简介

游梦华，江西人，复旦大学学士、硕士。

暨南大学产业经济学博士。

曾在华东交通大学、广州师范学院任教。

1993年经公开招考，进入粤港信息日报社，历任记者、编辑、部门主任、总编辑助理、广告中心总经理、副总编辑等职（期间，借调至广东省经委工作一年），现为羊城晚报报业集

书籍目录

序 黄德鸿1 导论 1.1 研究背景和研究意义 1.2 研究方法 1.3 理论分析思路与框架2 理论述评 2.1 新制度经济学流派 2.2 制度变迁和制度创新理论 2.3 新制度经济学总体评价3 文献综述 3.1 广东报业发展的市场化进程 3.2 制度变迁与报业经营 3.3 广东报业与中国报业4 报业与新时期广东报业 4.1 报纸产业 4.2 报业的规模经济与范围经济 4.3 新时期广东报业特色5 制度变迁与新时期广东报业广告经营 5.1 市场和报业市场化 5.2 制度变迁与广东报业广告经营6 体制创新的广东报业发行 6.1 报纸发行与商品销售的异同 6.2 广东报业发行经营的制度创新 6.3 广东报业发行迅速发展的动因 6.4 广东报业发行与广告的互动关系 6.5 广东报业发行与成本核算 6.6 广东报业发行的经验启示7 广东报业的集团化发展 7.1 报业集团的界定 7.2 报业集团的制度门槛 7.3 广东四大报业集团发展概况8 地市报与行业报的发展 8.1 强制性制度变迁和地市报发展 8.2 广东公开发行的126种报纸(含高校校报) 8.3 发展广东地市报对策探讨 8.4 结构调整后的行业报管理策略 8.5 农村市场是报业发展的新增长点 8.6 广东报业拓展专业镇的思路与方法9 跨行业、跨媒体、跨区域、跨形态发展 9.1 制度主导下的跨行业发展 9.2 诱致性制度变迁推动跨媒体发展 9.3 制度约束下的跨区域发展 9.4 跨形态发展与报业外观模式创新10 报业资本运营与制度变迁 10.1 报纸产业的市场潜力与制度门槛 10.2 报业资本运营与制度变迁 10.3 报业资本运营的基本模式 10.4 报业资本运营面临的困难与对策11 制度变迁与报业人才结构调整优化 11.1 传统的报业人才观 11.2 诱致性制度变迁和强制性制度变迁 11.3 广东报业人才制度改革的经验启示 11.4 报业人才结构调整优化的方向12 广东报业发展的相关比较 12.1 与期刊、广播、电视媒体的比较 12.2 与网络媒体的比较和报业数字化转型 12.3 与长三角等区域报业比较 12.4 与日本、韩国等亚洲国家报业比较 12.5 与英国、美国等发达国家报业比较13 结论与对策 13.1 结论 13.2 问题与对策探讨参考文献 后记

章节摘录

4.3 新时期广东报业特色 4.3.1 新时期的定义 本书所谓新时期主要指1978年至今的这段时期

。这段时期是中国历史上报业发展最快的时期，也是改革开放后，报业同其他产业一样迎来的最有利于发展的外部环境时期，无论是报业结构还是报业经济总量都达到了历史最佳水平，报业的市场化程度也较任何时期要高得多。

这段时期，也是广东经济发展最好的时期，一方面为广东报业发展打下了良好的经济基础；另一方面为广东报业走向市场、深化改革提供了良好的借鉴。

之所以从1978年开始，是因为广东报业虽然是特殊产业，但既然是产业化就必定要面向市场，要脱离“吃皇粮”的财政拨款方式，走自负盈亏、独立经营、自我发展之路。

而广东报业和全国报业一样，也是从1978年后才真正开始有权自主经营的。

1978年，由《人民日报》牵头，几家中央媒体自发向财政部申请“事业单位，企业化管理”。针对这一历史性的申请，1978年12月召开的全国报纸经理会上，新闻出版总署正式同意了报社“企业化管理”的要求。

从此，全国的报业开始了又一次大规模的广告、发行等经营实践，不仅越来越市场化，而且逐渐产业化。

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>