

<<透视美国文化产业>>

图书基本信息

书名：<<透视美国文化产业>>

13位ISBN编号：9787218058146

10位ISBN编号：7218058140

出版时间：2008-05-01

出版时间：广东省出版集团，广东人民出版社

作者：中共中央宣传部干部局，中共中央宣传部文化体制改革和发展办公室

页数：147

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>

<<透视美国文化产业>>

内容概要

《透视美国文化产业》收录了培训班15位学员撰写的学习考察总结。他们分别从新闻传媒、图书出版、新兴媒体、演艺产业、博物馆业、文化产业管理模式等角度比较了中美两国文化产业的异同，分析了美国文化产业的成功经验和做法，提出了许多有价值的看法和建议。希望通过《透视美国文化产业》，能使读者对文化产业在当代政治、经济、社会中的重要作用有更为深入的认识，进一步增强加快发展我国文化产业、促进文化大繁荣大发展的自信心和责任感。

<<透视美国文化产业>>

书籍目录

借鉴美国文化产业经营管理经验——赴美文化产业培训班总结报告
美国演艺产业初探
深化企业改革促进媒体融合
脚踏实地加快改革推进多媒体兼营、跨地区经营
做大做强做优文化产业
学习先进管理模式
加快中国文化产业“走出去”
对美国文化产业的新认识
把握机遇整合资源发挥优势
推动中华文化“走出去”
探索文化产业的多维度发展——美国文化产业学习考察心得
路，不止一条——美国学习所思所感
赴美学习考察日记三篇
美国的全球化视野
一次及时必要、开阔视野的培训
透视美国传媒业
零距离感受美国传媒

<<透视美国文化产业>>

章节摘录

美国高科技市场调查公司福里斯特研究公司发表报告说，到2010年，美国网上广告和促销市场可达260亿美元，将占全美国各种广告市场的8%，有望与广播、电视媒体的广告市场规模大体相当。

事实上，我国的网络技术应用水平并不比美国差多少，我们的差距主要在经营运作水平和商业盈利模式上。

我国文化传媒业应充分利用现代技术和信息平台，抓住传媒转型的有利时机，适时介入网上媒体的开发应用，发展新媒体，寻找新的商业运营模式。

（四）致力于内容创新，以内容优势和品牌经营抢占市场 内容服从于市场的需求。

内容创新与品牌经营并重，是美国文化产业在市场竞争中制胜的重要法宝，是提升文化产业竞争能力和综合实力的着力点。

1.内容为王 在我们的接触中，美国人时常将我们常用的一个词挂在嘴边：与时俱进！

调查显示，广告商关注的焦点是19~34岁的年轻消费者，传媒就应该将产品和内容全方位地对准目标消费者。

近年美国报业在内容和形式上做出了许多创新：减小报纸纸型尺寸，《纽约时报》的纸形比以前缩小半英寸，把原来800字的专栏减少到750个字；图片、照片增多，吸引读者的眼球；缩减股票版面，因为读者可以上网去查阅；人们看到的已经不是新闻，而是深层次的报道；将网络和报纸的采编部门、广告经营部门整合在一起，实现资源共享，规模经营。

以《华盛顿邮报》为例，该报加紧开发新的传媒产品，参与视频的制作，在网上推出视频节目，图像清晰，网速快捷，开辟出新的商业运作模式。

当然，报纸提供数字产品和视频并非是唯一出路，关键在于提供更好的服务，提供互联网所不能提供的东西。

.....

<<透视美国文化产业>>

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>