

<<中国传媒产业效益评价研究>>

图书基本信息

书名：<<中国传媒产业效益评价研究>>

13位ISBN编号：9787811272413

10位ISBN编号：7811272415

出版时间：2009-1

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：李竹荣

页数：244

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>

<<中国传媒产业效益评价研究>>

前言

产业是社会经济活动中，具有某种共同属性企业的集合。

传媒产业主要包括：广播、电视、报刊、书籍、电子出版物、音像制品、电影、互联网、出版发行和服务等行业。

传媒产业是新兴产业、朝阳产业，是21世纪最具活力的主导产业之一，我国应大力发展传媒产业。

当前我国传媒产业化进程刚刚起步，产业化的关键是经济效益，效益最大化是传媒产业追求的永恒目标。

传媒产业效益评价是从理论和实践两个方面研究传媒产业特征、趋势和规律的专题性研究。

效益评价指标是效益评价的统计语言。

各国由于传媒产业管理体制和具体情况不同，因而效益评价指标的口径、计算方法也会有差异，为了取得共同“语言”，需要有一个互相了解、取长补短、求同存异、取得共识的过程。

李竹荣、董克柱、金雪涛等著的《中国传媒产业效益评价研究》一书，根据中国广播电影电视总局将中国传媒产业划分为六个集团，即广播电视集团、报业集团、出版集团、电影集团、发行集团、有线电视网络集团等产业化的实际情况，全面系统地阐述了加快我国传媒产业化进程的理论 and 措施，详细论述了效益评价指标的计算方法，为全面了解和掌握我国传媒产业效益评价提供了一个较好的分析框架。

<<中国传媒产业效益评价研究>>

内容概要

本书撰写力求从我国传媒产业经济体制改革的实际情况出发，充分考虑各传媒集团产业化进程的差距，系统阐述各传媒集团产业化的重要意义；产业化的现状和问题；各传媒集团加快产业化步伐的对策和措施；产业化经济效益评价的指标体系等。

本书的创新点体现在产业经济体制改革的力度；加强传媒产业化进程的对策和措施；建立评价传媒产业综合经济效益的评价指标体系这三个方面。

<<中国传媒产业效益评价研究>>

书籍目录

序前言总论 一、中国传媒产业效益评价研究 二、企业经济效益综合评价方法 三、国有资本金绩效评价规则第一篇 中国广播电视传媒产业化效益评价研究 一、中国广播电视传媒产业化现状 二、中国广播电视传媒产业化发展对策建议 三、中国广播电视传媒产业化效益评价第二篇 中国报业产业化的效益评价 一、中国报业产业化发展历程及现状分析 二、中国报业产业化特征分析 三、中国报业产业化发展分析 四、中国报业产业化效益评价第三篇 中国出版产业化效益评价研究 一、中国出版产业发展历程 二、中国出版产业化面临的问题 三、中国出版业产业化的对策和措施 四、中国出版业产业化的效益评价第四篇 中国电影产业化的效益评价 一、中国电影产业化的重要意义 二、中国电影产业的基本情况 三、中国电影产业化发展的现状以及存在的问题 四、加快推动中国电影产业化的对策和措施 五、中国电影产业化的效益评价第五篇 中国发行业产业化的效益评价 一、中国发行业产业化的意义 二、中国发行业的基本情况 三、中国发行集团的现状 四、中国发行业的产业化进程 五、中国发行业产业化效益评价指标体系第六篇 中国有线电视网络产业化运营的效益评价 一、中国有线电视网络发展概况 二、中国有线电视网络运营的产业化道路 三、从会计学角度进行的效益分析 四、从经济学角度进行的效益分析 五、中国有线电视网络产业化效益评价指标体系参考文献

<<中国传媒产业效益评价研究>>

章节摘录

第一篇 中国广播电视传媒产业化效益评价研究 中国传媒产业化进程始于20世纪70年代末。到20世纪90年代中后期，伴随着资本市场传媒板块的形成和传媒上市公司良好的业绩表现，传媒产业化引起了理论界与实务界的普遍关注。

传媒产业化是传媒产品逐步走向市场，以及传媒市场逐步形成与发展的过程。

传媒产业有广义与狭义之分。

广义的传媒产业包括与“传播”有关的所有行业；狭义的传媒产业主要包括广播电影电视业、报业、广告业、音像制品、图书出版、新媒体产业等。

1992年6月，中共中央、国务院在《关于加快发展第三产业的决定》中明确将广播电视划入第三产业。

2002年3月，财政部、国家经贸委、中央企业工委、劳动保障部、国家计委联合印发《企业效绩评价操作细则（修订）》的通知。

<<中国传媒产业效益评价研究>>

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>