

《中国文化消费需求景气评价报告》

图书基本信息

书名：《中国文化消费需求景气评价报告》

13位ISBN编号：9787509725306

10位ISBN编号：7509725305

出版时间：2011-7

出版社：社会科学文献出版社

作者：王亚南

页数：413

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《中国文化消费需求景气评价报告》

内容概要

云南省社会科学院文化研究中心，历经数年，研制推出“全国文化消费需求景气评价体系”，王亚楠主编的《中国文化消费需求景气评价报告(2011)》秉承“协调发展”和“均衡增长”的理念，测算全国及各地城乡文化消费需求景气指数，实现用可比较的文化民生指标评价各地文化发展的实际成效，并体现出目标终极检验的性质。《中国文化消费需求景气评价报告(2011)》基于国统统计数据演算得出的各类测评结果，包括历年各地横向比较的景气指数先后位次、若干年间各自纵向对比的景气指数升降程度，地区之间和年度之间的演算通约性和数值可比性一目了然，而且可供进行重复验证。

测评演算表明，全国文化消费需求在“十五”期间高速提升，其中城镇文化消费的增长大大高于乡村，城乡差距逐步扩大；“十一五”以来全国文化消费年均增幅明显下降，乡村文化消费需求更是显著下降，城乡差距加速扩大；“十五”以来九年贯通考察，城乡文化消费需求增长滞后于全国经济增长和城乡收入、总消费增长，尤其受到“积蓄增长负相关效应”的严重挤压；2009年全国城乡文化消费需求明显回升，景气指数略有提升，扭转了连续三年下滑的态势。

遵循科学发展观的基本理念，依据社会主义文化建设的根本宗旨，按照社会主义市场经济规律行事，把文化生产增长置于文化需求提升的终极目标检验之中，以广大城乡居民的文化需求增进来衡量文化建设的实际成效，应当成为推动我国文化发展的新的理念和新的思路，首先应当成为“十二五”期间文化产业发展的基本思路。当前应对之策包括：(1)创新公共文化服务方式，使之进入城乡居民日常生活消费。(2)完善社会保障，破解文化需求的“积蓄增长负相关效应”。(3)实行转移支付文化消费直补，弥合城乡差距和地区差距。

《中国文化消费需求景气评价报告》

作者简介

王亚南

云南省社会科学院文化开发研究中心主任，《云南文化发展蓝皮书》执行主编，《中国文化产业蓝皮书》编委，《中国文化产业评论》编委，全国学科期刊《民族文学研究》南方片编委，主要从事民俗学、民族学及文化理论、文化战略和文化产业研究。

张晓明

中国社会科学院文化研究中心副主任，上海交通大学兼职研究员，中宣部《文化体制改革总体方案》和《文化发展纲要》起草小组专家组成员；国家法改委和世界银行中国文化事业单位改革课题组负责人。

祁述裕 国家行政学院社会与文化部副主任。

龙东林 昆明市社科院院长，市社科联主席，昆明滇池泛亚文化研究会执行会长。

《中国文化消费需求景气评价报告》

书籍目录

总 报 告	
1 全国文化消费需求景气评价总报告 ——基于“十五”以来分析的2009年度测评.....	001
全国综合篇	
2 全国文化消费需求景气评价体系技术报告 ——设计思路、指标系统和测评方式阐述.....	033
3 文化消费增长与文化产业发展协同目标预测报告 ——“十五”以来分析与“十二五”测算.....	063
省域城乡篇	
4 各地城乡文化消费需求景气评价排行 ——2009年城乡综合测评与2010年测算分报告.....	087
5 上海：在持续多年超高增长中跃居首位 ——2009年城乡景气领先第1位	115
6 陕西：多年持续协调增长绝非“黑马” ——2009年城乡景气领先第2位	125
7 北京：文化消费需求回升守住三甲之位 ——2009年城乡景气领先第3位	135
8 西藏：在迅速缩小城乡差距中实现提升 ——2000～2009年城乡景气提升第1位	145
9 黑龙江：文化消费需求城镇追着乡村走 ——2000～2009年城乡景气提升第2位	156
10 山西：不显山不露水的资深“升班马” ——2000～2009年城乡景气提升第3位	166
省域城镇篇	
11 各地城镇文化消费需求景气评价排行 ——2009年城镇单行测评与2010年测算分报告.....	176
12 上海：城市文化消费需求持续稳步上升 ——2009年城镇景气领先第1位	200
13 北京：城市文化消费需求止跌回升向好 ——2009年城镇景气领先第2位	209
14 贵州：城镇单方突进杀出的“黑马” ——2009年城镇景气领先第3位	218
15 西藏：城镇带动乡村提升缩小城乡差距 ——2000～2009年城镇景气提升第1位	228
16 江西：“十五”以来文化消费需求持续高涨 ——2000～2009年城镇景气提升第2位	237
17 内蒙古：文化消费需求在民生背景中提升 ——2000～2009年城镇景气提升第3位	248
省域乡村篇	
18 各地乡村文化消费需求景气评价排行 ——2009年乡村单行测评与2010年测算分报告.....	258
19 陕西：乡村文化消费需求协调增长的范例 ——2009年乡村景气领先第1位	282
20 黑龙江：这里乡村文化消费需求领跑城镇 ——2009年乡村景气领先第2位 2000～2009年乡村景气提升第3位.....	291

《中国文化消费需求景气评价报告》

21 江苏：乡村文化消费需求增长与城镇并进 ——2009年乡村景气领先第3位	300
22 西藏：在这里“1+1”可以变成翻一番 ——2000~2009年乡村景气提升第1位	310
23 山西：乡村文化消费需求持续增长的特例 ——2000~2009年乡村景气提升第2位	319
中心城市篇	
24 大中城市文化教育消费需求景气评价排行 ——2009年城市测评与2010年测算分报告	328
25 广州：在数年持续超高增长中保持首位 ——2009年城市景气领先第1位	353
26 沈阳：超越积蓄增长负相关效应的特例 ——2009年城市景气领先第2位	363
27 西安：多年保持平衡协调增长的成效 ——2009年城市景气领先第3位	373
28 合肥：文化教育消费持续高涨的真“黑马” ——2005~2009年城市景气提升第1位	383
29 福州：平稳保持增长协调性的“奇迹” ——2005~2009年城市景气提升第2位	394
30 哈尔滨：以城乡区域均衡增长特色取胜 ——2005~2009年城市景气提升第3位	404

《中国文化消费需求景气评价报告》

精彩短评

- 1、全书有自娱自乐的感觉，没有特别的亮点。
- 2、文章中作了大量调查并非空穴来风，做这方面研究的看看吧

《中国文化消费需求景气评价报告》

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:www.tushu000.com