

《世界城市文化力量》

图书基本信息

书名：《世界城市文化力量》

13位ISBN编号：9787802574601

10位ISBN编号：7802574609

出版时间：2012-12

出版社：经济日报出版社

作者：牛继舜

页数：207

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

《世界城市文化力量》

前言

世界城市是指在全球政治、经济和文化等领域具有国际影响力和控制力的城市，是具有全球意义的战略资源或生产要素的集聚中心和配置中心，也是从全球角度俯视各国主要城市所构成的国际城市体系的高端形态。世界城市在全球资源配置中具有关键作用，对所在国家的发展具有重大贡献。随着世界范围内城市竞争的日益加剧，建设世界城市已经成为全球化时代世界主要国家或地区获取更大发展空间战略选择的。2005年国务院批准的《北京城市总体规划（2004-2020年）》中明确提出，“必须以建设世界城市为努力目标，不断提高北京在世界城市体系中的地位和作用”。北京市“十二五”规划纲要提出，“当今世界正在发生深刻变化，经济全球化深入发展，科技创新孕育新的突破，国际市场分化组合，特大城市在全球网络中扮演着日益重要的角色。作为国家首都的北京，伴随着发展阶段的变化，需要以更宽阔的视野审视发展，以世界城市为坐标系定位发展，在更高层次上参与全球分工。”“要努力打造国际活动聚集之都、世界高端企业总部聚集之都、世界高端人才聚集之都、中国特色社会主义先进文化之都、和谐宜居之都，推动北京向中国特色世界城市迈出坚实步伐。”北京快速发展的成果使其有实力和信心向世界城市迈进，但也应看到，目前北京在一些方面与世界城市还存在差距，尤其是城市文化软实力方面还有待提高。……

《世界城市文化力量》

内容概要

《世界城市文化力量》介绍了软实力是无形的非物质性力量，是依赖塑造与影响他人偏好的能力来吸引或说服别人相信和同意某些行为准则、价值观念和制度安排，即按照吸引而非强迫或收买手段达到己方意愿的能力。随着两个超级大国全球军事对抗的消失，技术、教育和经济、文化因素在国际关系中的作用越来越突出，实力的界定正在变得强制力更少，有形因素更少。世界城市需要硬实力基础，更需要文化软实力支撑，而最能提升城市文化软实力的有形载体则是文化创意产业。从四大世界城市（伦敦、纽约、东京、巴黎）的发展历程和经验看，在经济高速发展后，文化将成为城市发展的动力，发展文化创意产业是城市提升软实力、建设世界城市的重要途径。

书籍目录

理论篇

第一章 世界城市理论体系及评估指标

第一节 世界城市的基本内涵

一、世界城市的内涵

一、世界城市的特征

第二节 世界城市的类型

一、世界城市的分级

一、资本吸收型和资本供给型

二、全能型、有侧重的全能型和单一功能型

四、市场主导型与政府主导型

第三节 世界城市的指标评价体系

一、国外世界城市指标体系研究

一、北京建设世界城市的指标体系构建

第四节 世界城市的发展模式

一、世界城市形成与发展的规律

一、北京建设世界城市的战略规划和努力方向

第二章 文化创意产业理论体系

第一节 文化创意产业的基本理论概述

一、文化、创意、产业的概念界定

一、文化产业和创意产业的内涵

二、文化创意产业的内涵

四、文化创意产业的特征

五、文化创意产业发展简况

第二节 文化创意产业的类型

一、英国创意产业的类型

一、美国文化创意产业的分类

二、北京文化创意产业的分类

第三节 文化创意产业的评估体系

一、国外文化创意产业的评估指标

一、我国建立文化创意产业评估指标体系的必要性

二、指标体系的基本原则

四、我国创意产业评估指标体系的建立

第四节 文化创意产业的发展模式

一、英国——政府主导型发展模式

一、美国——市场主导型发展模式

二、日本——政府主导型发展模式

四、法国——政府主导型发展模式

五、中国——市场与政府混合主导型

第三章 城市文化软实力理论体系

第一节 软实力相关概念

一、软实力

一、文化软实力

二、城市软实力

四、城市文化软实力

第二节 城市文化软实力构成要素

一、文化资源力

一、文化生产力

二、文化传播力

四、文化凝聚力

五、文化创新力

六、文化吸引力

七、文化影响力

第三节 发展文化创意产业，提升世界城市文化软实力

一、世界城市必须拥有强大的文化软实力

一、城市要通过发展文化创意产业来提升文化软实力

.....

实践篇

参考文献

章节摘录

版权页：插图：（一）世界主要国家文化创意产业发展简况 根据联合国教科文组织网站上所公布的资料，从1980年开始，全世界的文化产品交易值在近20年来从953亿美元迅速成长到3900亿美元。20世纪的文化创意产业伴随着科技的进步，逐渐成为社会生活中重要的产业项目。从经济层面来看，文化创意产业的经济产值已是展现各个国家和地区经济实力的重要指标。美国Americans for the Arts组织所发布的全美文化经济研究结果显示，当前美国的“非营利”艺术产业，在2000—2001年间共创造1340亿美元的经济效益，同时照顾了485万个全职就业人口。1996年，文化产品在美国已成为最大宗的输出品，有史以来首度超过所有其他传统产业（包括汽车、农业或是航天与军火等）产品的输出。韩国政府倾力构建系统性文化内容产业，包括电影、韩剧、音乐、网络游戏等娱乐产业，成效有目共睹，这几年对日本、中国大陆、台湾地区以及东南亚地区强力输出韩式文化。韩国文化产业的规模在1999年为171亿美元，2003年为310亿美元。国际社会普遍认为，韩国经济是一种政府强烈干预型的模式，政府在产业引导、市场保护、扶持大企业集团、对外贸易和投资的支持等方面发挥了巨大的作用。韩国政府属下的文化产业支持部明确指出：文化内容产业是作为文化产品的开发、制作、生产、销售、消费等有关的服务产业，是与音乐、动画、游戏、电影、卡通、漫画、广播有关的产业。韩国的文化产业在进入21世纪后，已进入良性循环的状态，不仅大量的投资能够得到回报，同时在扩大就业、增加税收、平衡地区发展等方面起了积极的作用。除了透过文化产业在国内增强社会凝聚力外，韩国在文化投资领域的成功还提高了韩国人在国际场合上的自豪感。纵观全球，发达国家的众多创意产品、营销和服务吸引了全世界的眼球，形成了一股巨大的创意经济浪潮。（二）我国文化创意产业发展的现状 作为一个历史悠久的文明古国，中国的文化资源非常丰富，但文化产业的发展不仅大大落后于世界平均水平，也大大落后于中国的经济增长。据统计，文化产业总值占GDP总量的比重，美国是25%左右，日本是20%左右，欧洲平均在10%~15%之间，韩国高于15%，而我国仅仅在3%上下。特别是在我国经济持续高速增长、出口持续顺差的背景下，文化产业的进出口比例，逆差幅度却惊人。尽管我国的文化产业发展总体还处于初级阶段，但近两年来，由于各方面的重视，文化产业特别是其中的创意产业有了较快的发展。一些地方，如北京、上海、深圳、杭州、广州等正在迅速形成规模不等、风格各异的创意产业基地。以北京为例，目前已经形成了海淀区中关村文化创意产业先导基地、石景山数字娱乐产业基地、雍和宫文化园、电子城798文化基地等多个文化创意产业集聚区。

《世界城市文化力量》

编辑推荐

《世界城市文化力量》由经济日报出版社出版。

《世界城市文化力量》

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