

# 《文化经济学（第2版）》

## 图书基本信息

书名：《文化经济学（第2版）》

13位ISBN编号：9787302372918

出版时间：2014-10

作者：胡惠林

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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《文化经济学（第2版）》

## 内容概要

本书以“双重规律”理论为分析框架，研究和揭示文化经济运动的基本规律。全书共分为十章，分别为第一章文化与经济的基础性关系，第二章文化经济的存在形态与结构，第三章文化生产，第四章文化需求、供给与均衡，第五章文化消费，第六章文化市场，第七章文化商品，第八章文化商品价格，第九章文化投资，第十章文化战略。本书是作者长期从事文化产业实践、研究、教学的经验和成果积累，不但内容充实全面，而且体例规范、结构严谨、叙述清晰。

本书可作为普通高等院校文化产业管理专业和其他相关专业的教材使用，也可用于政府文化管理部门、文化企事业单位的从业人员的继续教育和培训用书。

## 书籍目录

导论

1

学习目标

1

一、文化经济与文化经济学的性质

1

二、文化经济学的产生与发展

5

三、文化经济学研究的对象与范围

8

四、文化经济学研究的目的与方法

11

五、文化经济学研究的理论基础与学科关系

13

本章小结

15

思考题

16

第一章 文化与经济的基础性关系

17

学习目标

17

第一节 文化与经济的共生、同构、互动

17

一、文化、经济与文化经济

18

二、文化经济的表现形式与存在方式

19

三、文化与经济关系性运动的规律：共生、同构与互动

20

第二节 文化增长与经济增长

22

一、文化增长与文化运动、文化发展

23

二、文化增长方式与发展方式

23

三、文化增长与经济总量增长

24

第三节 文化经济在国民经济发展中的地位和作用

28

一、文化和经济发展不平衡规律

29

二、文化经济运动规律的多样性与复杂性

30

三、文化经济在国民经济中的价值和作用

31

第四节 文化与经济一体化

33

一、知识经济与非物质经济发展趋势

34

二、创意经济崛起与文化经济革命

34

三、新经济变革与新文化变革

35

本章小结

37

思考题

38

第二章 文化经济的存在形态与结构

39

学习目标

39

第一节 文化经济的存在形态与结构划分

39

一、文化经济存在形态与结构分析的意义

40

二、文化经济存在形态及其构成依据

42

三、文化经济结构的内容

44

第二节 物质与非物质文化经济

45

一、物质文化经济与非物质文化经济的定义

45

二、物质文化经济与非物质文化经济的形成

46

三、物质文化经济与非物质文化经济的形态与运动特征

47

第三节 公共与非公共文化经济

48

一、公共文化经济的定义、特点及其形成

48

二、非公共文化经济定义、特点及其形成

49

三、公共与非公共文化经济的冲突与第三种文化经济

49

第四节 文化经济存在的时空形态与结构

50

一、文化经济存在的时间（历史）形态

51

二、文化经济存在的空间形态

53

三、文化经济存在形态的多元网状结构

56

本章小结

57

思考题

58

第三章 文化生产

59

学习目标

59

第一节 文化生产、现代文化生产与文化生产者

59

一、文化生产及其相关概念

60

二、文化生产的方式与形式

63

三、现代文化产品的差异

66

四、现代文化生产的时间性与空间性

67

五、文化生产者

68

第二节 现代文化生产的形成

70

一、农耕文明生产阶段

70

二、工业文明生产阶段——现代文化生产的形成

72

三、信息文明生产阶段

73

四、不同发展阶段上文化生产的联系与区别

75

第三节 现代文化生产的性质与特征

76

一、文化生产的精神生产性质

76

二、现代文化生产的生产劳动性质

77

三、现代文化生产的产业性质

79

四、现代文化生产的个体、社会与国家的关系

81

五、现代文化生产的特征

83

第四节 现代文化生产的双重运动

86

一、精神生产规律在现代文化生产中的运动特性

86

二、价值规律及其在现代文化生产中的一般运动

87

三、精神生产规律与价值规律的矛盾与冲突

89

本章小结

90

思考题

91

## 第四章 文化需求、供给与均衡

92

学习目标

92

### 第一节 文化需求

92

#### 一、需求与文化需求

93

#### 二、文化需求的产生、类型与层次

94

#### 三、文化需求规律与弹性

96

#### 四、不同文化需求的产生及其动力系统分析

102

### 第二节 文化供给

105

#### 一、文化供给及其类型

105

#### 二、文化供给规律和弹性

106

#### 三、影响文化供给的其他因素

109

### 第三节 文化供求的均衡与调节

111

#### 一、文化供求的矛盾运动

111

#### 二、文化供求矛盾的主要体现

113

#### 三、文化供求均衡的调节

115

本章小结

118

思考题

118

## 第五章 文化消费

119

学习目标

119

### 第一节 文化消费的性质、特点与作用

119

#### 一、文化消费的定义、特点与作用

120

#### 二、文化消费的主体与对象

124

#### 三、文化消费的解构性与建构性

126

## 第二节 文化消费关系

129

### 一、文化消费与文化生产、分配和交换

129

### 二、文化消费与人的发展

130

### 三、文化消费与环境

131

## 第三节 文化消费结构

131

### 一、文化消费结构的含义及基本类型

131

### 二、文化消费结构的形成与变化

133

### 三、文化消费结构的合理化

137

### 四、文化消费结构与文化产业结构

138

## 第四节 文化消费的水平运动与时尚变迁

140

### 一、文化消费水平及其差距

140

### 二、消费生命周期与代际文化消费

141

### 三、文化消费的时代变迁

143

## 第五节 文化消费实现与文化消费安全

144

### 一、消费构成定律与文化消费运动

145

### 二、边际效用论与文化消费

146

### 三、文化消费运动中的文化消费安全

148

### 四、文化消费需求满足的程度与消费需求实现的时空距离相关

149

## 本章小结

150

## 思考题

151

## 第六章 文化市场

152

## 学习目标

152

### 第一节 市场的诸种意义

152

#### 一、作为剩余与需求交换的空间

153

#### 二、作为社会进步的力量形态

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 153                        |     |
| 三、作为制度建构的一种机制              | 154 |
| 四、作为人的交往行动的一种社会结构          | 154 |
| 第二节 作为公共领域的文化市场理论          | 155 |
| 一、文化市场作为公共领域存在方式的本质        | 156 |
| 二、作为公共领域文化市场的基本特征          | 160 |
| 三、文化市场作为公共领域的作用            | 164 |
| 四、作为公共领域的现代文化市场的建构与转型      | 167 |
| 第三节 文化市场的构成                | 169 |
| 一、文化市场的主体与客体               | 169 |
| 二、文化市场的分工与机制               | 173 |
| 三、文化市场的权力与权利               | 174 |
| 第四节 文化市场形态与结构              | 175 |
| 一、文化市场形态与结构的定义             | 175 |
| 二、文化市场发展的基本历史形态            | 177 |
| 三、文化市场形态与结构的运动             | 178 |
| 四、有形文化市场与无形文化市场            | 180 |
| 五、文化市场形态与结构的价值关系           | 181 |
| 第五节 政府与文化市场的关系             | 183 |
| 一、政府与市场：人类社会的二元结构          | 183 |
| 二、政府是市场发展不可替代的力量           | 184 |
| 三、政府的目的是创造和维持一个市场经济安全运行的环境 | 185 |
| 四、文化市场对政府行为的干预和影响          | 186 |
| 五、政府对文化市场干预的形式             | 188 |
| 本章小结                       | 190 |



## 思考题

191

## 第七章 文化商品

192

### 学习目标

192

### 第一节 文化商品的意义和特性

192

#### 一、文化商品的界定与划分

193

#### 二、文化商品的意义分析

198

#### 三、文化商品的双重属性

200

#### 四、文化商品的特点

202

### 第二节 文化商品价值

204

#### 一、价值与文化价值

205

#### 二、文化商品的价值和使用价值

205

#### 三、文化商品的价值两重性

209

#### 四、文化商品的价值实现机制

211

### 第三节 文化服务与公共文化产品

214

#### 一、文化服务：一种特殊的文化商品

214

#### 二、公共产品：文化商品的另一属性与转换形态

216

### 本章小结

218

## 思考题

219

## 第八章 文化商品价格

220

### 学习目标

220

### 第一节 文化商品价格的构成、特征和种类

220

#### 一、文化商品的价格和价值

221

#### 二、文化商品价格的特点和种类

224

### 第二节 文化商品的价格体系

227

#### 一、文化商品价格体系和文化商品结构体系

|                  |  |
|------------------|--|
| 228              |  |
| 二、文化商品价格体系的形态和实质 |  |
| 230              |  |
| 三、影响文化商品价格变动的因素  |  |
| 232              |  |
| 第三节 文化商品价格的制定    |  |
| 234              |  |
| 一、文化商品价格制定的依据    |  |
| 234              |  |
| 二、制定文化商品价格的目标和策略 |  |
| 239              |  |
| 本章小结             |  |
| 242              |  |
| 思考题              |  |
| 243              |  |
| 第九章 文化投资         |  |
| 244              |  |
| 学习目标             |  |
| 244              |  |
| 第一节 文化投资的性质与特点   |  |
| 244              |  |
| 一、文化作为投资的意义      |  |
| 245              |  |
| 二、文化投资的性质与类型     |  |
| 246              |  |
| 三、文化投资的特点        |  |
| 250              |  |
| 第二节 文化投资的运动过程    |  |
| 253              |  |
| 一、文化投资的形成和筹集     |  |
| 253              |  |
| 二、文化投资的分配        |  |
| 255              |  |
| 三、文化投资的运用        |  |
| 256              |  |
| 四、文化投资的回收        |  |
| 256              |  |
| 第三节 文化投资的结构和布局   |  |
| 257              |  |
| 一、文化投资结构和文化经济结构  |  |
| 257              |  |
| 二、文化投资的布局        |  |
| 260              |  |
| 第四节 文化成本         |  |
| 264              |  |
| 一、文化成本与文化投资      |  |
| 264              |  |
| 二、文化成本的构成        |  |
| 265              |  |

## 三、文化成本的其他维度

268

### 本章小结

269

### 思考题

270

## 第十章 文化战略

271

### 学习目标

271

### 第一节 文化战略和文化发展战略

271

#### 一、文化战略的定义

272

#### 二、文化发展战略的性质

274

#### 三、文化发展战略的特征

276

### 第二节 文化发展战略的选择和制定

279

#### 一、影响文化发展战略选择的主要动力因素

279

#### 二、文化发展战略目标选择和优劣机威分析

284

#### 三、文化发展战略选择的利益需求和制定原则

291

### 第三节 文化发展战略的构成、类型和模式

295

#### 一、文化发展战略的构成

295

#### 二、文化发展战略的类型和模式

296

### 本章小结

298

### 思考题

299

### 后记

300

# 《文化经济学（第2版）》

## 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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)