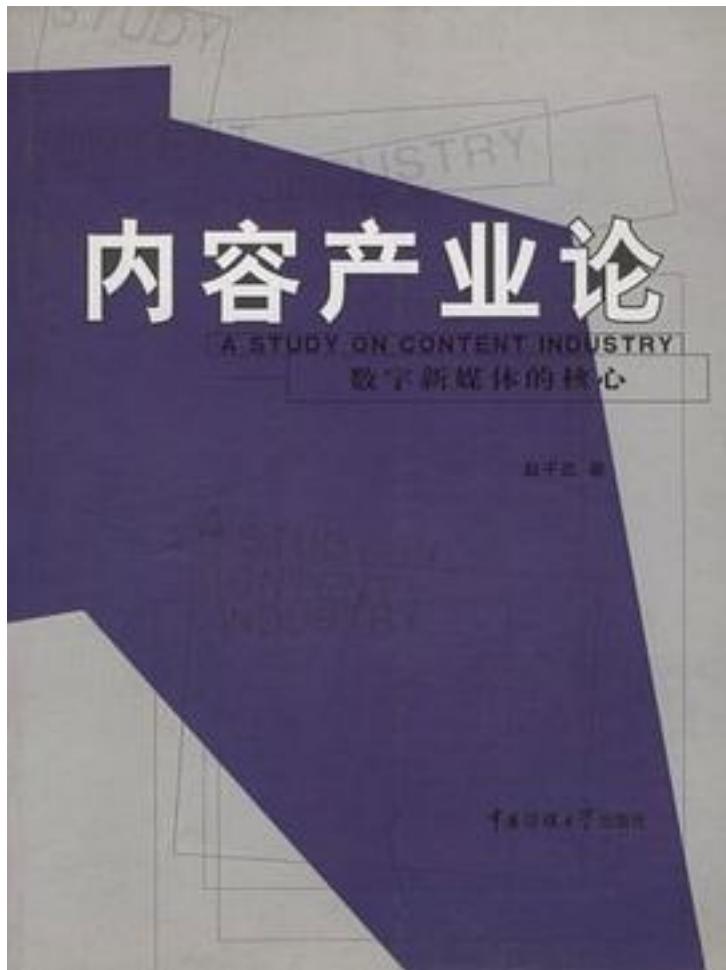


# 内容产业论



[内容产业论\\_下载链接1](#)

著者:赵子忠

出版者:中国传媒大学出版社

出版时间:2005-01-01

装帧:

isbn:9787810854061

本书详细分析和论述了“内容产品”向“内容产业”转变的内在规律；提出了数字媒体内容产业的一个模式，从产品、企业和产业层面进行了探讨；提出了“创造力是媒体内

容产业的核心价值”的观点。

作者介绍:

目录:

[内容产业论 下载链接1](#)

标签

新媒体

文化产业

传播学

内容产业

移动媒体

多媒体

Economics & Finance

DB期间推荐书目

评论

出版于2005年的这本书，对于今天的文化产业和产业政策都有非常深的指导意义。1.数字化时代使内容摆脱束缚，互联网时代使渠道摆脱束缚。内容和渠道在强弱势力的博弈中不断发展。2.商业化-内容产品，组织化-内容企业，规模化-内容产业，内容的规模化和标准化使其发展为一个真正的“产业”。3.内容产业或者说文化产业的“艺术性”和“商业性”是一对需要不断平衡的关系，另外也因其强外部性而具有“公共性”。我国的办法是分为公益性文化事业和经营性文化企业，考虑了公共性和商业性，但较少考虑

“艺术性”，而艺术性基于个体艺术创作者的分散性创作，创造力是文化产业/内容产业的核心，这方面的政策值得再关注。

不会再爱了

好书呐，这才是学术论文。

不能说不是好书，其见解恰如其分地诠释了当今新媒体环境下新闻出版影视等的生存状况与发展动力和方向。创新一个新理论何其难，创新的精神却值得我辈学习。

看了略略有点思考。

[内容产业论 下载链接1](#)

书评

[内容产业论 下载链接1](#)