

中国传媒业的战略转型



[中国传媒业的战略转型_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2008-7

装帧:

isbn:9787309060799

《中国传媒业的战略转型》主要内容：中国三大经济区——以广州为龙头的珠江三角区

，以上海为龙头的长江三角区，以天津为龙头的环渤海区——正在形成一个个城市群。在这一个个城市群中，除了像上海、天津这样的中心城市和广州、杭州、南京这样的省会城市外，数量最多的是如宁波、大连、青岛、深圳、厦门等计划单列市(还有包括它们的副省级城市)，以及如佛山、中山、苏州、无锡、南通、温州、绍兴等等地级市，它们像珍珠一样在中国沿海星罗棋布。这些城市是当代中国经济发展最迅速、最具活力的地区，并形成各具特色的区域经济。迅速发展的经济使城市面貌日新月异。与此同时，这些地区的传媒业也异军突起，撑起中国传媒业的半壁江山。在未来的岁月里，这里的区域性传媒将是中国传媒业发展最快、最具活力的部分，并将形成特色鲜明的传媒体系。然而，撑起中国传媒业半壁江山的这类区域性传媒业，却有被中国新闻传播学所遗忘的可能。迄今为止，我们很少看到对区域性传媒有系统的研究。

作者介绍:

目录:

[中国传媒业的战略转型_下载链接1](#)

标签

新闻学

评论

关于个案研究和知识延展

这本书，但笑不语……

[中国传媒业的战略转型_下载链接1](#)

书评

《中国传媒业的战略转型 以沿海非省会城市平面媒体为案例》 李良荣

姚志明等著，复旦大学出版社，2008年7月第一版

P2：1981年中共中央在《关于当前报刊新闻广播宣传方针的规定》中明确：“报刊、新闻、广播、电视是党的舆论机关。”（《三中全会以来重要文献选编》（下），人...

[中国传媒业的战略转型_下载链接1](#)