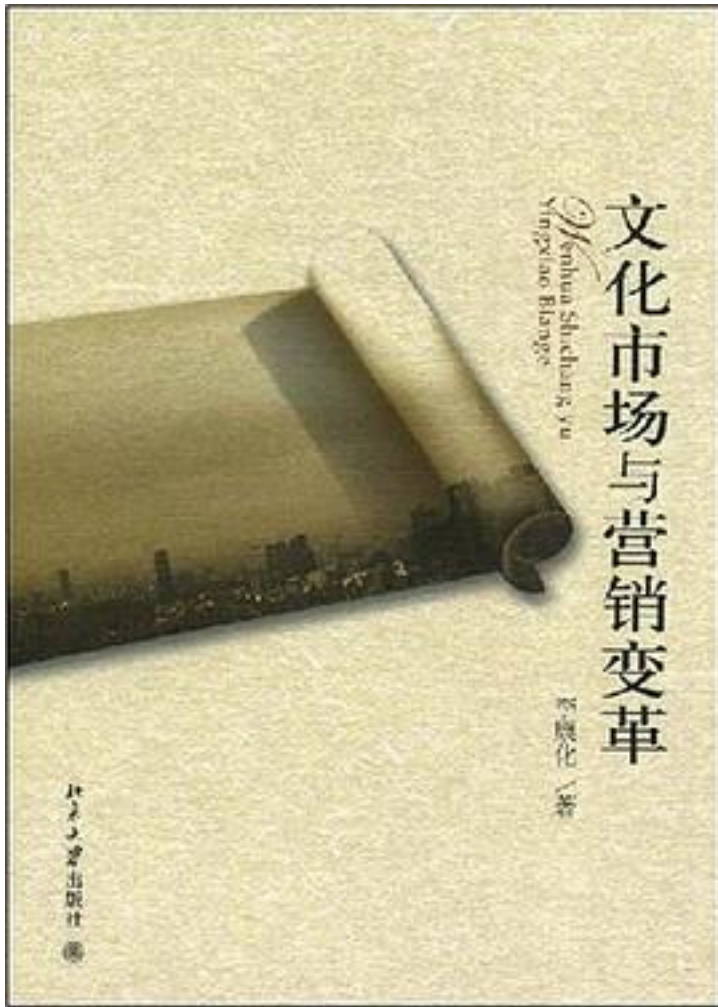


文化市场与营销变革



[文化市场与营销变革_下载链接1](#)

著者:李康化

出版者:

出版时间:2008-8

装帧:

isbn:9787301141496

《文化市场与营销变革》内容简介为：所谓认同性，就是与消费者建立共同的审美诉求

。认同度的高低直接决定了文化产品的受欢迎程度，进而决定了其市场购买力大小。西班牙超现实主义画家和版画家salvador Dali的作品享誉世界，然而当他的画来中国展览时，门票价格跌至10元，参观者依旧屈指可数，甚至有人觉得他是疯子，认为他的作品毫无艺术美感。但是，与画展同一时间举行的中国国宝展却是人头攒动。这一冷一热的对比让我们看到，消费者认同感直接决定了文化产品与服务的市场命运。

作者介绍:

目录:

[文化市场与营销变革_下载链接1](#)

标签

文化产业

文化

我的大学

评论

中国人在这方面的研究太薄弱了，似乎眼花、耳聋，只好跟在欧美人的屁股后面亦步亦趋

[文化市场与营销变革_下载链接1](#)

书评

[文化市场与营销变革_下载链接1](#)