(1) 播报 ∅ 编辑

娱乐经济 🗘 播报 🗸 编辑 🔘 讨论 🖸 上传视频

经济学术语

娱乐经济(Entertainment Economy),从18世纪工业革命以来,工业化大致经历了工业化初期、中期、后期三个发展阶 段,后工业社会是继农业社会和工业社会之后的一种社会结构,工业化后期与信息化初期基本重叠。最早进入后工业社会的国家 以美国为代表,从总体上看,1956—1957年是个"拐点",而我国现在正处于工业化中期,已经步入人均GDP 1000—5000美元的 界点,随着新兴工业化进程的加快,后工业时代即将到来,娱乐元素悄悄地注入,娱乐产品形成产业链,娱乐经济方兴未艾,娱 乐经济学呼之欲出, 为我们展示了一个崭新的经济学研究领域。

中文名	娱乐经济		生 质	娱乐产品形成产业链
外文名	Recreation Economy		类型	一个崭新的经济学研究领域
目录	1 产业 2 发展	- 娱乐前提 - 影视娱乐 - 观光农业	3	- 网上娱乐 相关书籍



产业

(一)人类娱乐行为

"娱乐,即使人快乐或消遣,亦指快乐有趣的活动。"娱乐是人的本性,是一种身心联动的体验,结果应该达到某种惬意和满 足感, "就是美国学者提出的'高峰体验'或'高潮体验', 感觉是'flom', 译成汉语就是'畅'或'爽'一就是让你觉得爽!越爽, 体验的质量 越高。"根据不同娱乐方式的主要功能,人类娱乐大致可分为三大类:

- (1)文化娱乐,人们为了"心灵的愉悦",根据自己的兴趣爱好选择不同文化产品来消费的行为,这是人类所特有的娱乐;
- (2)体育娱乐,人们为了获得"身体的愉悦",根据自身条件所进行的内容简便易行、富有情趣的各种身体练习,如各种体育游 戏等,运动就是"以愉悦为目的而从事的一种消遣或一种身体活动。"体育娱乐又可分离为文化性体育娱乐和休闲性体育娱乐;

(3)休闲娱乐,人们为了驱逐紧张、单调、寂寞和无聊,选择各种"消费闲暇时间"的行为。当代最普及的娱乐是通过影视、音 乐、演出与出版(看电视、电影、报刊、VCD、DVD 和文艺晚会, 听CD、MP3、MP4和音乐会等), 玩游戏(网络、手机、游戏机 等)与网上虚拟生活,参加歌舞厅、夜总会、健康休闲和趣味体育活动等来实现。这些"为社会提供娱乐产品的同一经济活动的集 合以及同类经济部门的总和",构成娱乐产业。

(二)娱乐产业是服务产业或第三产业的一部分

- 1、第三产业。第三产业的概念出现于20世纪30年代的美国,费雪于1935年发表的《文明和安全的冲突》一书中首先出现。 第三产业就是各种提供服务的活动一大量的劳动和资本不是继续流入初级生产和第二级生产中,而是流入旅游、娱乐服务、文化 艺术、保健、教育和科学、政府等活动中。这一概念的提出是相对于"第一产业"(农业和矿产业)和第二产业("将自然资源以各种方 式转型"的产业即加工业)而言的,其划分依据是"阶段性经济发展规律"。中国经济领域长期使用"第三产业"这一概念,2001年国家 统计局普查中心曾在全国第三产业普查实施方案中,将以下经济活动的部门列为第三产业:
 - (1)为生产和生活服务的部门;
 - (2)为提高科学文化水平和居民素质服务的部门:
 - (3)为管理国家、管理社会服务的部门。从制订"十一五"规划开始,我国官方正式采用了国际通用的"服务业"。
- 2、服务产业。早在1965年富克斯就在一篇论文中提出了这一概念,1968年他又发表专著《服务经济》,服务经济的划分依 据是社会结构的变化一丰裕社会、后工业社会、服务化社会。 20世纪70年代,尼尔·贝尔用"服务业"代替了 "第三产业",他 说:"如果工业社会是以商品数量来定义社会质量的话,后工业社会就是以服务和舒适一健康、教育、休闲和艺术一来定义社会质 量。"。也就是说,在后工业社会生产与消费都不再以物质产品为主,而是以服务为主。服务业的发展历程大体为:个人服务和家 庭服务一交通通讯及公共设施一商业、金融和保险业一休闲性服务业和"集体服务业"。

(三)娱乐产业主要生长在文化产业和休闲产业的结合部

- 1、文化产业。"文化包括公益文化、亚市场文化和市场文化,文化事业是国家文化发展的主流,文化产业是其必不可少的补 充。"联合国教科文组织对文化产业的定义是:按照工业标准,生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。在我 国,指从事文化产品与文化服务的生产经营活动以及为这种生产和经营提供相关服务的行业,分为知识型文化产业、休闲型文化 产业和娱乐型文化产业。目前主要包括图书报刊、电影、广播电视、音像、演出、文化娱乐、文化旅游、艺术博览会、艺术品经 营、民间工艺、广告以及其他生产文化产品或提供文化服务的行业。"文化产业"名词最早传入中国是起源于对日本文献的翻译, 而不是直接源于英文文献。2000年10月,在党的十五届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划 的建议》中,第一次在中央正式文件使用了"文化产业"这一概念。
- 2、休闲产业。现代休闲产业是指与服务于人的休闲生活、休闲行为、休闲消费、休闲需求 (物质的、精神的)密切相关的产 业领域,形成以旅游业、餐饮业、娱乐业、服务业、文化产业、体育产业等为龙头的经济形态和产业系统。一般包括国家公园、 博物馆、体育(运动场管,运动项目、设备、设施维修)、影视、娱乐、交通、旅行社、餐饮业、社区服务以及由此连带的产业 群。服务产业与第三产业、文化产业、休闲产业在本质上有很大的相似性,但文化和休闲产业不是强调那个"业域",而是体现以 人为主体的服务型产业。

词条统计

浏览次数: 32694次 编辑次数: 26次历史版本

最近更新: 高高高高科科 🥸 (2023-02-1

7)

突出贡献榜

百度用户#3019955 🛦

6₽

(四)娱乐产业的形成经历了一个渐进的过程

服务产业(或第三产业)娱乐的产业化过程,主要从四个层次来展开:一是经济活动中越来越多地注入了娱乐成分;二是娱乐与传媒联姻爆发出巨大的力量;三是娱乐与教育融合迎来"娱乐性教育时代";四是纯娱乐作为一种产业,在社会经济结构中取得了日益重要的地位。

- 1、娱乐元素注入产品。娱乐同空气、水一样,无孔不入,成为人类基本的调适元素,正如美国娱乐界大亨米切尔·J.沃尔夫指出,消费者不管买什么,都要在其中寻求娱乐。娱乐不再是一个特定的行业,因为所有的事情都可以换个角度或者方式来做,为人们提供娱乐、让人们过得更轻松愉快。当今"社会已从'我要更多的家当'过渡到'我渴望更好的感觉、更加感性、更多信息,我希望吃得更精致、活得更轻松"的时代。娱乐元素注入产品的常见方式是:
- (1)物质产品有了精美的包装,消费者不仅需要好的产品质量,而且需要好的产品包装,人们愿意也能够为令人愉悦的包装付费:
- (2)服务产品的趣味性增强,许多服务性产品功能多元化,不只是满足人们的基本和原始需求,还要满足附属的派生需求,使 人在消费时更感身心愉快;
- (3)产品与娱乐活动相结合,广告与娱乐营销成为一种时尚,以大众都能接受的娱乐因素来引起注意和推销商品。萨缪尔森有一个著名的"幸福公式","幸福=满足/欲望,它所揭示的正是饥饿营销的重要法则一吊胃口"。在经济日益全球化的今天,处处洋溢着娱乐性功能的优质服务,经常是以娱乐经济和"吊胃口"为手段参与市场竞争:服装商场有模特表演、酒楼有文娱节目、购物中心可以摸彩票,柯达和富士的摄影大赛、可口可乐和百事可乐频繁的抽奖活动,各种世界性品牌赞助的体育赛事、文艺演出,麦当劳声称"我们不属于餐饮业,我们是娱乐业"……这一切就是利用娱乐功能来吸引消费者。
- 2、娱乐与传媒联姻。"传媒理论宗师"马歇尔·麦克卢汉,曾经提出"地球村"、"凉传媒"与"热传媒"等著名概念,提出传媒是"人的延伸","媒介(体)即讯息"等著名论点,还提出"媒介 (体)即按摩",他认为真正的社会教育者在传媒那里,而不是在传统的学校和教会,媒介在轻松的视听享受中教育人,甚至改变人,媒介的力量首先是与人耳目,给人以快感、刺激,形成自觉接触习惯,这是对传媒本质的深刻揭示。目前,电视正恢复娱乐的核心功能,以至于国外把媒介视为娱乐性经济。认为媒介消费是一个自觉享受过程,而不是接受宣传灌输的过程。

传播产业是影响力经济,娱乐是发挥影响力的前提和基础,娱乐因素使消费者成为愉悦的过程,是产生影响力的必要条件之一。人们读报首先看愉悦程度,看电视追求收视的快感。在市场中消费为中心、传播领域里受众主权条件下,传媒与消费是双赢交易,娱乐是其主打内容。近几年,欧美经济衰退,技术操作、资讯对人们价值判断意义减少,替代性满足上升,娱乐需求激增,新闻节目惨淡经营,退出黄金时段,真人秀、百万富翁等娱乐、游戏、影视剧风靡世界,因此,传媒内容业20%的产值在新闻,80%的产值在娱乐。在美国洛杉矶,"娱乐"就是一切,从电视频道到百万巨制的好莱坞电影,就连新闻也出现"娱乐化"的倾向,陷于"拳头+枕头+噱头"式的程式,用娱乐节目托起新闻节目,打造黄金平台,美国著名的电视节目(60分钟》之所以常盛不衰,很重要的特性就是娱乐节目部门制作的新闻节目。

娱乐不挑战现存社会制度的游戏规则,作为最普遍的传播产品类别,受到最大多数人的欢迎。"湖南经济电视台就是打娱乐牌成就电视经济,湖南卫枧也于2003年取消原来的湖南'宣传频道'定位,关闭一些卫生及其他行业节目,锁定'娱乐、年轻、全国',2004年6月,正式确定'造中国最具活力的电视娱乐品牌'的目标,秉持 陕乐中国'的核心理念'"。结果一鸣惊人、二鸣上市、三鸣整合娱乐传媒业。电视作为一种大众传播的媒介,是大众的,不是精英的;是平民的,不是贵族的,作为电视娱乐节目更是如此,诸如《全国青年歌手大奖赛》、《星光大道》、《非常6+1》、《开心词典》、《银河之星大擂台》、《莱卡我型我show))、《同一首歌》、《艺术人生》、《真情对对碰》、《快乐大本营》等等,均赢得了广大受众的"眼球","作为国内电视娱乐节目的先行者湖南卫视,其娱乐节目《超级女声》播出时,同时段收视率仅次于中央电视台一套,排名全国第二名。""为中国内地的电视娱乐树立了一个新的标杆,超女势必要在中国内地的娱乐史上留下一笔。"

- 3、娱乐与教育融合。大众化的教育,已结束了板着面孔"传道、授业、解惑"和政治教化的时代,娱乐与教育融合在一起,出现"娱乐性教育时代",这种现象记录了教育事业和娱乐产业一起来临,既是教育的又是娱乐的。从大学课堂里的多媒体教学,到现代远程教育方式的实施,再到大众媒体文化艺术和科教板块新面孔的出现,无不渗透着寓教于乐的"快乐教育"思想。同时,随着国民素质的不断提高,纯娱乐也逐步溶入了教育的成分,一些传统的、自发的大众娱乐活动开始转化为现代的、有组织的群众文艺活动,娱乐越来越需要知识。由于人类娱乐创造了新的需求,形成了新的"产业链",娱乐产品的生产、销售和消费者教育,成为教育事业和产业发展的又一动力源泉。"对于才智的追求在某种程度上会超过对商业方面的追求,科技会给教育带来娱乐性,以至很难分辨是在工作还是在游戏,智力资本的开发成为占支配地位的商业目标,因而雇员实际上要用全部学习时间学习新技术、换句话说,娱乐性教育将是经济发展的主要推动力。"
- 4、纯娱乐产业迅速成长。在我国,整个娱乐产业很难从服务业和文化产业中准确分离出来,在国家产业管理和公安部门的管理上也存在较大差异。我们认为,娱乐产业包括纯娱乐产业与准娱乐产业,我国纯娱乐产业应大致划分为五大类: 1)歌厅、迪厅、舞厅、酒吧、卡拉OK 和夜总会产业; 2)演艺产业; 3)游戏产业; (4) 博弈产业,我国仅开放了公益性博弈(如体育彩票、社会福利彩票等),民间博弈、商业化博弈和赛马尚不合法; (5)陪侍业,在我国基本上属于不合法职业和产业。当前,我国前三类纯娱乐产业发展如火如荼,成为中国经济的重要增长点。

二、娱乐经济是后工业社会的重要成果

(一)"后工业社会"的提出

"后工业社会"这一概念的提出,经历了一个不断深化认识的过程,同时,也出现了许多类似的概念,用不同的方式概括这个 社会形态的基本特征

1996年,经合组织重提"知识经济"概念,并明确定义为"以知识为基础的经济",1997年 2月,美国总统克林顿采用了"知识经济"的说法。1998年,美国学者提出,20世纪90年代,"体验经济"时代已经到来,它是继农业经济、工业经济、服务经济之后的第四个经济发展阶段。"体验经济要满足人的'体验需求',它的核心是消费与生产的合一,以消费者作为价值创造的主体。在消费过程中产生'愉悦'、'难忘'、'酷'、爽'等等体验"。我国著名学者吴季松、卢继传、朱泽厚、乌家培都对后工业社会的经济形态进行过具体的界说,其中,"以智力资源的占有、配置,以科学技术为主的知识的生产、分配和使用(消费)为最重要因素的经济。"这一概念影响较大。从经济形态和"技术革命"的角度,我们赞成采用"新经济"或知识经济概念;从社会形态和 "产业革命"发展的角

度,我们赞成采用"后工业社会"这个概念,因为全球不少国家工业化中期即将完成,新经济尚未普及,当我们无法准确概括某个时代或运动的内涵和外延时,往往加上"新"或"后"的字样。

(二)后工业社会与娱乐经济的形成

经济活动的最终目的是满足人的需求或欲望,而"幸福和快乐是满足人欲望最好的药剂" (孟德斯鸠),娱乐产品的特性更是符合现代经济活动的目的。由于后工业社会显现出的基本经济特征,决定人们越来越重视生活质量的提高。更多地关注劳动者自身的幸福与快乐,与此同时,社会也有可能提供更加丰富多彩的服务产品,娱乐经济便应运而生。

市场上的产品和服务相应地提供娱乐功能或与娱乐活动相结合,形成娱乐经济。可以说。娱乐经济包括纯娱乐经济和准娱乐经济(娱乐带动的经济)。娱乐经济建筑于一个高度发展的社会,其产生与发展拥有"三大基石"一许多人有闲和有钱构成其"物质基础",人与人之间的和谐与诚信关系是其"文化基础",电子信息技术的广泛应用是其高速发展的"科技基础"。格雷厄姆·莫利托在《全球经济将出现五大浪潮》一文中指出,娱乐经济具备这样几个条件和特点:

- (1)生产力高度发展。人类社会信息化;
- (2)娱乐经济产值将占GDP500/6以上:
- (3)人们对购买物品的态度、观点和行动方式将发生根本的变化;
- (4)提供奇遇和冒险的行业将尤为繁荣兴盛:
- (5)娱乐经济的核心是创造内在体验。

娱乐经济起始于近十几年来美国人对娱乐休闲的需求,娱乐经济作为大众商业文化的产物,也是一个十分大众化的娱乐体验活动,它的产生和发展有其现实条件:

- (1)人的社会属性是娱乐经济产生的内在因素,需求上升规律是娱乐经济发展的内在因素;
- (2)生产力水平提高为娱乐经济提供了日益充分的物质和时间条件;
- (3) 消费者收入和素质的提高。为娱乐经济的发展提供了购买条件与发展空间;
- (4)世界各国及不同地区不同民族的文化交流推动了娱乐经济的发展。

按照西方经济学的"效用"理论,人们从追求物质效用、精神效用到追求"幸福"的体验,欲望与满足成为娱乐经济学的一个重要范畴。据美国学者预测,休闲娱乐、旅游业将成为下一个席卷全球的经济大潮,事实上,旅游、娱乐、传媒、信息产业目前已成为全球产业排行榜的前四名。日本的娱乐业产值仅次于汽车工业,财富 500强中许多企业的利润增长点相当比重来自下属的娱乐公司和传媒公司业务,如通用、索尼、松下、百事可乐、西屋、三星、美国在线等。由于后工业社会的知识信息成为资本,数字娱乐产业来势更为凶猛,"1999年美国的游戏产业已超过电影和录音带工业,成为其第一大娱乐产品,2000年全球数字娱乐业已超过传统娱乐业,日本经济的1/5由数字娱乐业创造,韩国数字娱乐业增长率达40%,成为韩国支柱型产业。"当代社会,娱乐经济已成为新的"世界通货",被看成衡量一个国家生产力水平的标志和社会文明的尺度,它能促进产业结构与消费结构合理化,增加社会就业机会,促进居民收入增长和拉动内需,带动新兴产业的产生与发展,推动人类文明的进步。

发展

(1) 播报
∅ 编辑

娱乐前提

以科技为发动机的新经济正在刷新着时代,老黄牛推磨式的生存模式已被淘汰出局。社会生产与工作的频率宛如过山车之速令人瞠目,与此同时,人们同电视、网络的互动交流变得肆无忌惮,传统上由家庭和工作所编织的的群体已出现化整为零的"社会零碎化"趋势,人与人之间变得越来越疏远和脱离。但作为人类的基本需求的情感需求却有日益膨胀之势。"娱乐"直接"创造"各种情感,把怀有同样心态的消费者结合成一个超越时空的虚拟群体。是社会经济的大变迁驱动着新的时代接纳了娱乐经济。

事实证明,娱乐经济无论是其产生还是发展都有其实现条件: (1)人的社会属性是娱乐经济产生的内在因素。人们生存的目的在于从事社会活动,人类物质需要得到一定程度满足并维持正常的生存需要之后,更重视的是精神需要的满足,这正是人与低等动物的本质区别。(2)需求上升规律是娱乐经济发展的内在因素。这一规律所提示的是人类的需求在数量、质量、层次上呈上升趋势,在结构、实现方式和方法上朝复杂多样化和先进性方向发展。人们在基本生存需要得到满足后,必然追求享受和娱乐,以达到更高的精神境界,而这主要须在闲暇时间内实现。(3)生产力水平的不断提高,为娱乐经济提供了日益充分的物质条件和时间条件。传统节日和集中假期以及各国政府相继实行一周五天,一周四天工作制。使闲暇时间绝对延长,这给娱乐经济提供了更为充分的时间条件。(4)消费者自身素质的提高,特别是受教育程度提高,审美观、价值观、消费观日益更新,人们在消费的内容、方式、时间等选择方面更具有感性和自主性,这为娱乐经济提供了较大的发展空间。(5)世界各国及不同地区不同民族的文化交流也推动了娱乐经济的迅速发展。(7)消费者经济收入的不断提高,为娱乐经济的不断发展提供了购买力条件。这是一个重要前提,因为,当经济收入只能维持甚至不能维持其基本生活时,人们是不大可能进行享受和发展性消费的。而当收入水平越高时,娱乐经济的支出水平则越高。

影视娱乐

虽然电影娱乐已不再是昔日人们户外娱乐的唯一工具,但电影仍不会轻而易举地退出人们生活,媒体报道,1998年仅上海和北京两地的票房收入接近2.5亿元.2002年张艺谋的《英雄》一片的票房收入就过亿元。而且新世纪里的电影将展现出与时代相耦合的风姿。传统的电影院将为电影超市所取代,千座以上规模的电影院将会让位于多间小型放映厅、立体电影、动感电影、早期黑白片、当代功夫片、灾难片、科幻片、恐怖片、伦理片、爱情片等各种不同风格或类型的影片,将固定在每个小厅内,不间断地轮换放映。而一种仅为数人观看的小面积的自选放映厅或使用耳机的小屏幕的自选放映柜则可能在2010年前问世,在那里,你可以根据库存资料选看其中的任何一部电影。电影超市的入场券价格将只相当于人均月收的1/100~1/200,与欧美市场相当。电影超市还将成为人进行社会交际活动的重要场所,显然这种功能是居家看影碟或电视所不具有的。

产业化模式将为电影制造人所捧。专家认为,10多年后,将会出现行业性的年产50至100部市场化电影的大型制作集团,逐步将现在各省、市、自治区皆有的中、小型电影制片厂挤出电影圈子。娱乐性将在市场化电影中得到最大限度的填充和释放,以我国当代生活为背景的现代动作片、推理片、爱情片、科幻片、动画片将成为走向市场的主要片种。这些影片除直接提供给影院市场外,还将满足各地电视台影视频道的需要。全国票房收入有望在2020前上升到80亿人民币左右,就业人员超过百万。国产电影业的风采将会比往日更加灿烂。

观光农业

城市的噪音与污染近年来使生活在都市的人们实在感到周身不放松。在黄金周的几个长假中,中国形成了有史以来所未有过的旅游高潮,浩荡的旅游大军拥入风景胜地,原指望从中找回自然的淳朴,但却发现"人比景多",人工雕刻的风景始终未能调高自己愉悦的味口,聪明的都市人猛然发现农村才是他们所要的"回归"和"自然"。城乡二元经济和社会结构的隔膜在改革开放以后被逐渐撕破,农村基层的决策者起初仅仅是想着如何将长期关闭在农村的农民导向城市,从城市的市场竞争中分一杯羹。但他们又很快明确,如何将农村市场做大,将城市居民引入农村,掏出他们口袋中厚厚的钞票。观光农业呼之而出,并很快进入户外休闲市场,向城市出游者展示出独特的魅力。

观光农业作为一个在传统农业基础上提升发展的现代农业模式,随着上海、北京、江苏、云南等地的一批集生产示范、观光旅游、科普教育、产品配销于一体的"现代都市农庄"而不断走红。有关专家指出,观光农业的兴起,将为新世纪农业和其他相关产业创造出新的经济增长点。上海浦东孙桥农业园作为我国首个以开发现代农业为主旨的园区,经过5年建设已渐成气候,展现出现代农业的雏形。北京的观光果园、垂钓、森林、观光牧场、租赁果园、民俗观光村、民俗农庄和少儿农庄等,都是首都观光农业的主要类型。鱼米之乡的南通,则安排来自周边城镇的客人出海打渔,尽享渔家之乐。观光农业也以不菲的业绩回报建设者。在我国,较早开发观光农业的是台湾。台湾宜兰县的冬山香格里拉农场在1990年代初期时,一年就接待游客3万多人次,净收入140多万元新台市,平均每户纯收入是实施观光农业前的2.5倍。上海孙桥农业开发园区,随着开发形态不断升级,园区现代综合功能日渐释放,其旅游、示范作用充分发挥。仅2002年,该园区接待国内外宾客逾100万人次,仅门票收入一项就赚了1,000多万元。产业经济学家乐观预言,观光农业的流金淌银将使其提升到户外休闲市场"大哥大"的位置。

网上娱乐

网上娱乐即网络游戏,是指利用TCP/IP协议,以互联网为依托,可以多人同时参与的游戏项目。按照游戏运行平台分类,包括PC网络游戏、视频控制台网络游戏、掌上网络游戏和交互电视网络游戏;按照游戏内容架构分类,包括角色扮演类、策略类或战略类、动作类、冒险类、模拟类、棋牌类和赛车类等。与传统娱乐相比,网上娱乐不再需要特定的工具,看电视不再需要电视机,打牌不再需要扑克,网上娱乐只有一种道具——计算机,却无所不能,你要玩什么游戏,JAVA程序操控着计算机,就像孙悟空一样来个七十二变,马上变成你需要的道具。虚拟的时代却让人体验出真实的生活。有了网上娱乐,你再也不会为自己仅有几个屈指可数的朋友而苦恼,也可以除去你与人面对直接交谈的羞涩与尴尬,你不必呼朋引伴就可以自由聊天。通过网络,你可以和天南海北的人尽情"侃大山",跨越时空的即时交流,从网上汩汩流出的信息,都让你充分感受网络的魅力,让你体会世界如此之大的博爱。网络游戏在中国的发展已有4年历程,目前国内网络游戏营运商近90家,网络游戏产品110多种。网络游戏产品除棋牌类外,海外产品占绝对统治地位,而海外产品又主要集中在美、日、韩三国。2001年是国内公认的"网络游戏年",网络游戏在真正意义从无到有,市场总额以惊人速度迅速膨胀,当年即达3.1亿元人民币,2002年增至9.1亿元。事实上,这才仅仅露出游戏经济的冰山一角。受网络游戏的影响,电信、IT以及出版媒体等行业均获益颇丰;2002年电信业务由网络游戏产生的直接收入高达68.3亿元;IT行业由网络游戏产生直接收入达32.8亿元;出版和媒体行业由网络游戏产生直接收入达182亿元,其中还不包括有关游戏广告的相关收入。据预测,到2006年中国网络游戏市场的总规模将达到83.4亿元,2001—2006年的年复合增长率将高达92.6%

休闲消费与娱乐经济已被看成是衡量一个国家的生产力水平高低的标志。是衡量社会文明的尺度。它的迅速发展,已产生了远远超过其本身价值的经济文化效应。从某种意义上讲,它带动了人类精神文明和物质文明的共同进步,最突出地表现在它的产业效应。娱乐经济带动了新兴产业的产生和发展。使产业结构不断优化;娱乐经济增加了就业机会,促进了居民收入的增长;娱乐经济拉动了内需,促进了消费结构的合理化;娱乐经济推动了人类文化的进步。

相关书籍

□)播报 ∅ 编辑

《娱乐经济》(美)沃尔夫 著(沃尔夫,世界顶级传媒与娱乐公司的首席顾问,美国娱乐界最有影响、最权威的波兹—阿伦—汉密尔顿传媒娱乐公司的创建者和高级合伙人。他手下的顾问小组遍及世界各地,纽约、洛杉矶、伦敦、巴黎、东京、上海等,每天为全球最为成功的公司的高层经理人士解决棘手的商务问题。)

词条图册

更多图册〉

相关搜索

娱乐经纪公司 心理咨询师资格证怎么考

苹果手表5

2元一瓶治癣的药水

手帐素材打印

老婆婚外情取证 cisco思科 摄像头要多少钱

② 新手上路

□ 我有疑问

፱ 投诉建议

成长任务 编辑入门 编辑规则 本人编辑 **NEW**

内容质疑 在线客服 官方贴吧 意见反馈

举报不良信息 未通过词条申诉 投诉侵权信息 封禁查询与解封

©2023 Baidu 使用百度前必读 | 百科协议 | 隐私政策 | 百度百科合作平台 | 京ICP证030173号 💝

❷ 京公网安备11000002000001号