

图书基本信息

书名：<<基于科教资源优势建设创新型城市的南京模式>>

13位ISBN编号：9787505865457

10位ISBN编号：7505865455

出版时间：2007-9

出版时间：经济科学出版社

作者：洪银兴

页数：396

字数：400000

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：<http://www.tushu007.com>

内容概要

本书是由著名经济学家、南京大学党委书记洪银兴教授领衔完成的研究成果，报告系统总结了南京市推进自主创新的历程，深入探究了南京市自主创新的模式、路径，特别是在政府的推动下，知识创新主体和技术创新主体的有效结合这一南京模式的核心问题。

全书共分10章，具体内容包括总论、南京市自主创新的总体情况、南京市自主创新的资源优势、在市场机制基础上推动自主创新、高校在南京市自主创新中的模式与路径等。

该书可供从事相关专业的在职人员作为参考书使用。

书籍目录

全面贯彻落实科学发展观 努力把南京建设成创新型城市(代前言)

第一章 总论

- 一、依托科教中心，南京正在成为创新型城市
- 二、基于科教资源优势，南京自主创新模式的选择
- 三、产学研结合，大学进入南京自主创新的主战场
- 四、进入市场，科研机构在市场化中推进科技成果的产业化
- 五、面向知识创新主体，企业成为技术创新的主体
- 六、搭建平台、优化环境，建立政府为主导的城市创新制度
- 七、南京创新型城市建设的理论启示

第二章 南京市自主创新的总体情况

- 一、逐步建立以政府为主导、企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系
- 二、逐步健全科技人员创新创业的激励机制
- 三、高新技术产业成为经济发展的重要动力
- 四、专利工作成为促进科技创新的重要推动力
- 五、科技进步对社会经济的支撑和引领作用显著增强

第三章 南京市自主创新的资源优势

- 一、南京市自主创新的资源及其技术转移的特征
- 二、南京市“十五”期间经济增长状况
- 三、南京地区全要素生产率的估计和比较分析
- 四、全要素生产率与南京市的经济增长
- 五、南京市自主创新的技术选择

第四章 在市场机制基础上推动自主创新

- 一、建设自主创新体系需要政府推动
- 二、积极营造自主创新的政策环境
- 三、推进产学研互动创新机制
- 四、积极健全企业创新的政府推动机制
- 五、推动关键性产业的自主创新
- 六、集聚创新人才，弘扬创新文化，建设创新型城市
- 七、南京市政府推动自主创新的经验总结

第五章 高校在南京市自主创新中的模式与路径

- 一、创造新知识
- 二、创造新企业
- 三、创造新经济模式

第六章 南京市企业自主创新的模式和经验

- 一、南京市企业自主创新现状分析
- 二、南京市企业自主创新的模式
- 三、南京市企业自主创新的经验与启示

第七章 南京市科研机构创新经验和模式

- 一、问题的提出
- 二、南京市科研机构自主创新活动的特征
- 三、南京市科研机构自主创新模式
- 四、南京市科研机构创新机制：股权激励与产业化机制
- 五、两个案例

第八章 高新(开发)区：南京自主创新的载体和平台

- 一、自主创新与南京高新(开发)区战略重点的变化

- 二、南京高新(开发)区自主创新的路径
- 三、高新(开发)区：南京市自主创新的先行区和特区
- 四、结论与展望

第九章 南京市工业的自主创新：模式与特点

- 一、问题的提出与理论基础
- 二、南京市工业行业自主创新的实证分析
- 三、南京市工业行业自主创新的行为模式
- 四、电子信息产业
- 五、汽车工业
- 六、石化工业
- 七、新型的高科技产业
- 八、电力工业
- 九、启示和建议

第十章 南京市服务业自主创新

- 一、引言
- 二、南京市服务业自主创新的实证
- 三、南京市服务行业竞争优势及其创新模式研究
- 四、结论与政策建议

附录：部长和专家论建设创新型城市的南京模式

参考文献

后记

章节摘录

电视产品内容创新是指新节目的策划和开发, 或对原有节目的内容和形态进行重新调整和包装, 增加节目类型, 优化节目组合, 调整产品(节目)线。

节目创新必须在有效控制成本的基础上, 突出节目的差异性, 与同类竞争节目表现出明确的区别, 从而满足受众个性化需求。

20世纪90年代以来, 电视观众节目需求的多元化、个性化以及电视市场竞争格局的变迁, 对电视媒体满足观众需求提出了更大的挑战。

为更好地实现电视产品的社会价值和经济价值, 电视媒体以满足受众需求为主旨, 内容趋于多样化、分众化, 使用价值向受众细分发展, 南京电视节目的节目类型和节目内容也在此10年中不断地衍生和发展, 2004年, 电视节目的创新主要体现在民生新闻、综艺节目以及法制专题新闻节目三方面。

在报业的内容创新方面, 《扬子晚报》走在了前头。

20世纪90年代初, 《扬子晚报》提出把机关报的优势“嫁接”到晚报上, 突出报道党和政府的重大决策, 加大国内外大事的报道量。

这一理论创新和成功实践使《扬子晚报》成为当时新时期新型晚报的代表。

此后, 时政新闻、经济新闻、国际新闻、社会新闻、文化新闻、体育新闻等成为晚报的“六大支柱”。

2003年12月9日, 《扬子晚报》又一次改版, 重点打造面向南京发行的C叠, 整合加张, 推出健康、国际、体育、房地产、电视等五个周刊, 强化评论的优势。

(3) 运作创新。

频道专业化。

针对电视频道专业化这一趋势, 南京电视台实行了“频道定位, 节目分类, 合理编排, 亮点包装, 分频播出”的办台方针。

节目制作市场化。

据统计, 南京电视台在合并后的一年内, 就已发行或正在创作摄制的电视剧有《蓝色马蹄莲》、《月色撩人》等15部300余集; 特别是反映台湾海峡两岸关系的8集纪录片《血脉》, 在中央电视台国际频道播出后, 反响热烈, 获长篇纪录片最佳作品奖。

栏目内容个性化。

新台成立一年来, 新南京电视台新闻综合频道在巩固提高《社会大广角》、《南京新闻》等栏目收视率的情况下, 强力推出了傍晚新闻电视杂志型节目《直播60分》与晚间新闻《今天》。

文体频道推出了益智类栏目《智者为王》、大型综艺栏目《震撼星登场》。

特别是科教频道2006年4月推出的天天60分的《法制现场》栏目, 成了观众认可的名牌栏目, 收视率翻番。

对于报业来说, 运作上的创新主要是其渠道的创新。

南京报业发行已逐步形成“多渠道发行”的模式: 一是通过合同形式建立自己的加盟发行站, 综合利用社会资源优势来办发行。

南京有报刊亭540个、零售摊点1500多个, 加上流动的售报点和部分奶站、米站参与售报, 共近4000个报纸零售终端, 成为南京庞大的社会化发行网络的一部分。

二是依托邮局、专业快递公司。

三是建立自有的发行队伍。

2000年, 《金陵晚报》依托报兴达建立了自有发行网, 经过整合, 建起了9个发行站, 发行人员300多人, 并且通过超市销售, 免费获得市场反馈; 新华报业集团整合社会发行资源成立的九九发行股份有限公司, 2003年年底挂牌; 《现代快报》将报社发行部改制为公司化经营, 以站点建设为重点, 打造自己的全省发行网络。

.....

编辑推荐

《基于科教资源优势建设创新型城市的南京模式》较为系统地介绍了南京独特的自主创新模式。对此我们用“12345”来概括，也就是一大平台、两个机制、三路大军、四大载体和五大领域。一大平台即基于科教资源优势的、促进科教成果转化和资源整合的政产学研结合的平台；两个机制，就是“市场机制+政府强力推进机制”；三路大军，即地方政府、高校和科研机构、企业（含军工企业）三路创新大军；四大载体，就是从技术链路径上形成的“国家重点实验室、各类高新技术企业孵化器、各类科学园科学城，以及各类国家级开发区”四大创新载体；五大领域，指技术创新和技术转移在“电、汽、化、新、服”五大高科技产业重点突破，也就是电子信息产业、汽车工业、石化工业、新型的高科技产业和现代服务业成为创新型城市的产业支柱。我们认为，南京市依托全国科教中心优势，在“两个机制”的共同作用下，通过“三路大军”的协同努力，借助“四大载体”，把高等院校和科研机构的知识创新资源，通过有效的技术转移机制，集中地配置到“五大领域”为主的城市支柱产业上，探索和走出了一条创新驱动的城市持续发展的道路。

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:<http://www.tushu007.com>