

<<创意力量>>

图书基本信息

书名：<<创意力量>>

13位ISBN编号：9787509713570

10位ISBN编号：7509713579

出版时间：2010-3

出版单位：社会科学文献出版社

作者：莫君伟

页数：261

字数：234000

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>

<<创意力量>>

内容概要

在当今社会，创意产业以其所向披靡的趋势，改变着旧有的经济增长方式，演化成风靡全球的产业经济，并已成为最具活力、经济效益相当可观的“朝阳产业”之一。这种创新模式，正以超常规的速度创造着财富，并“制造”出了一个个真实生动的财富“神话”。马云的B2B模式让中小企业主挣钱不再困难，同时也让天下生意不再难做；江南春在电梯间安装电视的创意让广告市场的格局发生了巨大变化，也让他自己得到了几十亿的财富；一个荒凉的城堡在张贤亮的手里变成了影视拍摄基地，《大话西游》《新龙门客栈》等100多部影视剧均拍摄于此，中国电影从这里走向世界，同时这里还是宁夏回族自治区最著名的文化旅游景点；红遍大江南北的网络歌曲《老鼠爱大米》为其创作者和发行商创造了亿元效益，这还不包括由此衍生出来的相关产业的利润；“《红楼梦》选秀”让《红楼梦》产业链进一步加长；“超级女声”催发了平民的明星梦想，引发了亿万观众参与互动；腾讯QQ和网络游戏创造了比现实更广阔、更精彩的虚拟空间；携程网让机票和酒店实现了远程销售；博客让每个人都可以在网络上建立起自己发言的部落；美国迪斯尼公司的“米老鼠”带动了巨大创意产业的诞生，成为美国文化精神的典型之一……

<<创意力量>>

书籍目录

理论篇 一 创意产业的由来与内涵 二 创意产业的本质与特征 三 创意产业的类型与作用 四 创意产业的集群组织模式 五 国外创意产业的发展与启示 六 我国创意产业的发展与思路 案例：中国动漫创意的“羊”效应
创意篇 一 创意的内涵 二 创意的理论 三 创意的过程 四 创意思维的特征 五 创意思维的意义 六 创意开发的方法 七 创意能力的培养 案例：北京奥运会开幕式创意迭出
行业篇 一 报业创意 二 期刊业创意 三 图书出版业创意 四 电视产业创意 五 网络文化产业创意 六 动漫产业创意 七 新媒体广告创意 八 文化旅游产业创意 九 会展产业创意 案例：耐克广告背后的创意法则
运作篇 一 创意产业与品牌塑造 二 创意产业与营销策略 三 创意产业与制造新闻 案例：电影《建国大业》的营销策略
主要参考文献 后记

<<创意力量>>

章节摘录

20世纪90年代初,英国政府委托相关文化部门起草国家文化发展战略,并于1993年公布了题为《创造性的未来》的文化发展战略,成为英国历史上第一次以官方文件形式颁布的国家文化政策。

“创造性”一词被引入了文化政策文件,成为文化政策的核心。

1997年,英国工党赢得大选,当政的布莱尔政府迅速成立了由多个政府部门和产业界代表组成的“创意产业特别工作组”(the Creative Industries Task Force)。工作组于1998年11月发布了第一份《创意产业路径文件》,其中第一次明确提出了创意产业的概念——创意产业是“源于个体创意、技巧和才华,通过知识产权的开发和利用,具有创造财富和增加就业潜力的产业”。

“创意产业”的概念取代“文化产业”的概念是对英国工党在野十余年期间推行地方文化政策的延续和发展,突出了文化艺术经济增长的重要意义,淡化了文化产业的政治色彩。

创意产业更强调创造性,凸显了创意产业对创造财富和增加就业的巨大促进作用。

至此,创意产业在全英蓬勃发展,从边缘进入了中心,成为新经济发展的增长点。

从文化产业到创意产业的演化,不仅体现了英国政府文化政策的变迁,还体现了英国政府对“文化产业”认识观念的变迁。

文化产业具有集约化、规模化的工业特征,而创意产业更强调每个个体的创新精神、创业能力和创造力的发挥与应用程度,强调创意、想象力和科技的重要作用,通过对知识产权的保护来创造财富和就业机会,从而促进经济的整体增长。

(二) 创意产业的内涵 创意产业(Creative Industries)又称创意工业、创造性产业、创意经济、文化创意产业等等,它是基于创造力(Creativity)而形成的产业。

2001年,英国创意产业特别工作组发布第二份《创意产业路径文件》时,其关于“创意产业”的概念已被许多国家和地区的政府所采用并纳入相关政策。

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>