

<<互动休闲软件创意产业>>

图书基本信息

书名：<<互动休闲软件创意产业>>

13位ISBN编号：9787801869609

10位ISBN编号：7801869605

出版时间：2009-1

出版时间：东方出版中心

作者：许强

页数：169

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>

前言

20世纪90年代兴起于发达国家的创意产业，21世纪初已在全球蓬勃发展，不仅成为发达国家推动经济和社会持续发展的新引擎，也被认为是发展中国家实现经济转型和跨越式发展的重要战略。

自2004年首届上海国际创意产业论坛发表宣言以来，创意产业在全国各大城市风起潮涌，在政府、企业和社会各界的热情参与和推动下，创意产业的发展速度大大高于《3DP的增长速度，并成为一种推动经济发展方式转变的策动力。

就我国起步较早的城市上海、北京、深圳来看，2007年它们的GDP增长率分别为13.3%、12.3%和15.0%；而创意产业的增长率则分别达22.8%、19.4%和25.9%（《中国创意产业发展报告—2008》）。

虽然各个国家和地区关于创意产业的内涵和范畴界定还不一样。

学术界也还有争论，但创意产业发展的意义已远远超过其作为一个新兴产业在产业层面上的作用，而更在于对传统经济发展模式的颠覆和实现创新。

党的十七大报告从新世纪新阶段中国社会发展的历史高度对推动社会主义文化大发展大繁荣以及提高文化软实力的战略作出了全面部署，并指出“解放文化生产力是实现文化大繁荣的必由之路”。文化是民族凝聚力和创造力的重要源泉，在当今世界进入知识经济的大背景下，文化和科技一样也成为一种生产力，其发展和繁荣越来越成为提高综合国力和国际竞争力的重要手段。

解放文化生产力，人们首先想到的是促进文化的产业化，发现文化的价值，以产品和服务的形式来凝聚文化，并以消费的形式来传播文化，即发展我们通常所说的文化产业。

然而文化生产力的释放不能局限于文化产业。

我们说科技是生产力，科技对每个产业的发展都有巨大的推动作用，同样，文化成为一种生产力也能够推动各个产业的发展。

如同科技生产力的释放决不能局限于科技领域一样，文化生产力的释放也应该与各个产业的发展相结合，即文化也可以作为一种资本或要素渗透到各行各业中去，从而提高产业的附加值，实现产业的升级和创新，即所谓推动产业的文化化。

显然，文化的产业化和产业的文化化正是发展创意产业的两条路径。

因此，可以说当前我国风起潮涌的创意产业正是文化生产力大释放的体现。

<<互动休闲软件创意产业>>

内容概要

《创意产业研究系列》是我国第一套系统介绍创意产业及其相关部门发展理论和实践的丛书，相信本丛书的出版对广大理论研究和实际工作者的进一步研究和探索能提供有价值的参考。

本书为其中之一的《互动休闲软件创意产业》分册，书中具体包括了：单机电脑游戏的分类、全球和中国网络游戏产业的现状、手机游戏的发展历程等内容。

<<互动休闲软件创意产业>>

作者简介

许强，经济学博士，现供职于上海市新闻出版局、长期从事网络游戏管理工作。

主要研究领域：知识经济、产业经济、创意经济，在《经济管理》、《上海经济研究》、《探索与争鸣》、《中国新闻出版报》等报刊发表文章多篇。

书籍目录

总序第一章 引论 第一节 创意和创意产业 第二节 互动休闲软件产业概说第二章 单机电脑游戏产业 第一节 单机电脑游戏的分类 第二节 单机电脑游戏的特点 第三节 单机电脑游戏产业链分析 第四节 单机电脑游戏的产业状况 第五节 单机电脑游戏产业在发展中要解决的问题第三章 网络游戏产业 第一节 网络游戏的发展历程 第二节 网络游戏的类型 第三节 网络游戏的特点 第四节 网络游戏玩家驱动因素分析 第五节 网络游戏产业链分析 第六节 全球和中国网络游戏产业的现状第四章 电视游戏产业 第一节 电视游戏的发展历程 第二节 电视游戏机的类型 第三节 电视游戏的类型 第四节 电视游戏产业链分析 第五节 世界电视游戏产业概况 附件：美国的游戏软件分级规范第五章 手机游戏产业 第一节 手机游戏的发展历程 第二节 手机游戏的类型 第三节 手机游戏的优势和不足 第四节 手机游戏产业的现状参考文献后记

章节摘录

第一章 引论 第二节 互动休闲软件产业概说 三、互动休闲软件产业的特点 1. 需求的不确定性(高风险性) 这也是绝大多数创意产业所共有的一个特点。

互动休闲软件实际上是一种电子游戏产品。

开发一款游戏产品首先需要创意,在此基础上,还需要策划人员、程序人员、管理人员、美术人员、音乐制作人员等的通力合作,所需投入是巨大的。

游戏产品经过开发、测试、发布后进入市场,但是该款产品能否收回成本并获得利润,存在着很大的不确定性。

这一方面和游戏本身的品质、风格、维护、更新有关,另一方面也和玩家的偏好、政府政策导向、社会舆论环境、计算机软硬件条件等有着密切的关系。

一款游戏要想取得成功需要内部、外部各种因素的相互配合。

据统计,目前在中国市场上,不管是引进游戏,还是国内自主研发的游戏,能够收回成本的(成活率)都不到10%,可见这个行业的风险特别高。

造成需求不确定性的主要原因在于互动休闲软件不是生活必需品,它的需求受到时尚潮流、个人偏好、传媒炒作等诸多因素的影响,因此,需求弹性较大。

2. 创意来源的多样性 互动休闲软件产品的创意来源于两个方面,一是研发人员,一是受众(即游戏玩家)。

研发人员包括游戏的策划人员、编程人员、管理人员、美工人员等;玩家则是游戏产品的消费者和体验者。

对于游戏产品来说,这两个方面的创意都同样重要。

以网络游戏为例,游戏产品开发完成以后,除了游戏公司的封闭测试、内部测试之外,在商业化运营之前,普遍还有一个公测。

这个公测就是针对少数游戏玩家的,目的就是让他们为游戏找BUG,找毛病,提意见。

游戏产品有不少重要的修改就直接来自玩家的创意。

3. 游戏产品的离科技性 互动休闲软件产业是属于高新技术的前沿产业。

游戏产品是以计算机软硬件技术、网络通信技术、移动通信技术、人工智能技术、虚拟现实技术、图文传输技术、数据库技术、服务器端和客户端开发技术等为基础的。

尤其是游戏引擎的开发具有极高的技术含量。

玩家所体验到的剧情、关卡、美工、音乐、操作等内容都是由游戏的引擎直接控制的,它扮演着中场发动机的角色,把游戏中的所有元素捆绑在一起,在后台指挥它们同时、有序地工作。

如今的游戏引擎已经发展一套由多个子系统共同构成的复杂系统,从建模、动画到光影、粒子特效,从物理系统、碰撞检测到文件管理、网络特性,还有专业的编辑工具和插件,几乎涵盖了开发过程中的所有重要环节。

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>