

图书基本信息

书名：<<文化创意产业前沿 对话：启迪与反思>>

13位ISBN编号：9787811272888

10位ISBN编号：7811272881

出版时间：2008-10-1

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：范周,吕学武

页数：271

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

文化是识别一个民族的基因，创意是发展一个国家的动力。历史进入21世纪，在产业经济的作用下，“文化”和“创意”的结合萌生出了一种新型的产业形态——文化创意产业。

2006年9月13日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》，“文化创意产业”这一概念也首次正式出现在党和政府的这一重要文件之中。

文化创意产业的出现和发展是新的历史条件下，知识和文化在经济发展中地位日益增强的结果，是人们在面临能源危机、环境恶化等一系列严重问题的窘境下提出的一条可持续发展道路。

目前，凡是经济发展到一定阶段的国家和地区，都纷纷将文化创意产业设定为战略发展目标。

在美国、英国、日本等发达国家和地区，文化创意产业更是成为了迅速崛起的重要产业。

随着文化创意产业如火如荼的发展，我们越来越清晰地看到，它不仅将地区、国家、民族的文化资源转化为社会综合效益，还在解决经济发展问题的同时也为人们提供着脍炙人口的精神产品。

数千年璀璨的文明史表明了中华民族从不缺乏创意想象。

近年来，党和政府多次将发展文化创意产业提上了国家发展日程，这使得“文化生产力”成为了继“科技生产力”之后的又一条亮丽风景线。

## 内容概要

此前我社已出版《文化创意产业前沿》系列书三本。

本书属于这套书的延续。

内容主要是对广电、出版等文化创意产业的高端人物的访谈。

一个国家、一个民族要自立于世界民族之林，必须有强盛的经济、昌明的政治和繁荣的文化。

因此，在中国特色社会主义旗帜下高歌猛进的当代中国，自然应当是文化事业百花齐放、春色满园的时代。

胡锦涛同志曾经指出：“中华民族的伟大复兴必将伴随着中华文化的伟大复兴。

”这不单是一个科学的预见，更是推动中华文化大踏步进军的号令。

文化大发展大繁荣是适应当今世界发展潮流的战略选择。

在创意经济时代，文化与经济和政治的相互交融、相互推动，更是达到了前所未有的广度和深度，文化在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出。

新时期文化的多重价值和意义，需要我们深入研究，全面认识，进而增强发展文化的自觉性，提高发展文化的真本领。

因此，发展和繁荣文化建设要求我们树立正确的文化价值观。

## 作者简介

范周，中国传媒大学文化产业研究中心首席研究员、《文化创意产业参考》杂志社总编辑。主要研究领域为文化创意产业政策体系，区域文化产业、文化创意产业前沿理论等，在文化创意产业领域有着独到的见解。

作为“北京市文化创意产业研发与人才培训基地”的主要负责人之一，范周以出色的整合能力和扎实的学术功底，以及领导团队的整体协调攻关能力，成为文化创意产业学术界的领军人物。

书籍目录

高端对话 文化产业的战略决策 传道·破冰·领跑——范周对话霍金斯 技术与艺术同奏产业与文化合鸣——范周对话陈平 入世以来的中国文化产业变迁——龙永图、谷永江纵论入世以来的中国文化产业 “新桂林”：文化产业的山水情节——范周对话桂林市长张秀隆 重塑传统：划时代的行走——范周对话蚌埠市长陈启涛文化视野 激发全民族创造活力 文化生产力及其发展问题 让阅读燎原公共文化服务——访国家图书馆馆长、党委书记詹福瑞 以创造力踏出“海南步调”——访海南省委常委、宣传部长周文彰 北京文化创意产业的特色与政策扶持——访北京市宣传部副部长陈冬 山西文化创意产业任重道远——访山西省委宣传部副部长王清宪 从文博会观甘肃文化创意产业的勃兴之路——访甘肃省委宣传部副部长张瑞民 区别对待，积极推进电视内容产业发展——访国家发改委文化产业研究中心主任齐勇锋出版春秋 出版人的创意智慧 演绎商业思维传播中华文化——访香港联合出版集团董事长兼总裁陈万雄 商业出版的生意经——访安徽出版集团总裁王亚非 传承商务文化引领现代出版——访商务印书馆总经理、编审杨德炎 出版业，疆域与十字路口——访山东出版集团党委书记、董事长王兆成 在急流中勇进——访《竞报》总编谢星文 反思“新特区”，从政策到机遇——访湖北日报报业集团董事长、社长、党委书记江作苏 数字化，传统出版业的终结者——访北京希望电子出版社社长吕莉 园区梦想的乘法演绎——访北京新六感出版创意与国民阅读促进中心总经理程三国产业撷英 版权保护与制度创新 创意导航 文化生产力的实战解读 区域创新 文化经济与城市发展 后记

章节摘录

高端对话 文化产业的战略决策 传道·破冰·领跑——范周对话霍金斯 2007年6月18日  
，2007浙江国际文化创意产业高峰论坛在休博园召开。

国际创意产业界著名专家约翰·霍金斯和中国传媒大学文化创意产业发展研究中心首席研究员、《文化创意产业参考》总编辑范周应邀出席论坛。

这是范周与霍金斯的第五次见面。

2006年12月在北京人民大会堂举行中国文化创意产业高峰论坛时，双方曾就中国文化创意产业的现状和趋势进行了交流；2007年8月在北京奥林匹克运动会文化艺术节的专业论坛上，他们还就奥运与文化创意产业交谈了看法。

在此次论坛上，双方照例对许多现实问题交换了意见。

概念的解析 早在1986年，著名经济学家罗默（P.Romer）就曾撰文指出，新创意会衍生出无穷的新产品、新市场和财富创造的新机会，所以新创意才是推动一国经济成长的原动力。

霍金斯：创意是什么？

是存在，是自我状态的表达。

创意的关键就在于抓住想象并让它逻辑化。

现实与想象找到结合点，创意就产生了。

范周：文化创意产业是凝结了个人创造和智慧的产品，并在知识产权保护下健康发展且形成完整的产业链。

在我看来，人的独特创造、知识产权和产业链这三个大要素缺一不可。

中国设计的个性生存 2005年11月2日的英国《金融时报》称：“用不了太久，西方就会成为中国创意的净进口国。

”以中国文化元素作为突破口，文化背景与现代设计语言相结合，成为“中国制造”到“中国设计”推陈出新的方式。

霍金斯：找到中国设计产业自身的特点有点困难，我觉得中国在设计业上和英国、美国、瑞典以及其他的一些欧洲国家还是有一些雷同的。

美国、日本、欧洲国家的创意文化特点，我可以用一句话概括，但对中国却始终无法归纳，因为目前的中国创意产业还缺乏个性，让我无法总结。

中国当前的设计业没有很好地表现出特有的文化内涵，缺乏文化个性。

中国是一个有着非常深厚文化底蕴的国家，具有非常独特的个性特征，、而中国当代的设计未能把这些底蕴和特性表现出来。

.....

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>