

<<文化的力量>>

图书基本信息

书名：<<文化的力量>>

13位ISBN编号：9787507538724

10位ISBN编号：7507538729

出版时间：2013-1

出版时间：华文出版社

作者：陈少峰

页数：294

字数：320000

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>

<<文化的力量>>

内容概要

文化与管理的相互融合、相互提升与相互促进，是当前及未来中国企业发展、产业升级和文化繁荣的核心课题。

本书的核心内容定位，一方面关注和研究如何以文化提升或者驱动企业管理和经济发展，促进社会正义和改进行政管理的效率；另一方面关注如何以管理哲学的方法来深化对文化的把握，提升对文化产业运行机制和商业模式的认识，思考如何以深化管理来发挥文化力量和提升国家的文化软实力。总之，作者希望通过具有哲学高度的考察和具体案例分析的视角，尤其通过对文化与管理的前沿问题的分析与洞察，深入研究文化与管理相互融合、相互促进之道。

<<文化的力量>>

作者简介

陈少峰

北京大学哲学系教授，北京大学文化产业研究院副院长，文化部国家文化产业创新与发展研究基地副主任，发表《中国伦理学史》《宋明理学与道家哲学》《正义的公平》《企业文化与企业伦理》《企业兵法》《文化产业读本》《文化产业商业模式》（合著）等著作，主编《中国文化企业报告2012》。

<<文化的力量>>

书籍目录

第1章 从管理到文化

文化可以转化为企业经营管理或者公共管理中的领导力和决策力，也可以通过文化创意的方法和模式对经济作出巨大贡献。

第2章 管理者的文化素养

经营者和管理者都需要具备管理与文化的双重素养或者素质，也都需要做好成长的准备。人们的文化素养和素质都是自我领悟、无师自通的，但是都离不开“自律”的要素。

第3章 文化领导力

从管理到领导，文化提升领导力。

管理能力和领导能力的结合，包括战略性思维的确立和把握制定发展模式的能力。

第4章 文化作为制度的支撑

文化作为制度的支撑，也就意味着，不管是正式的制度还是非正式的制度，都是需要文化成为人们的共识和行为标准，这样制度才具有约束力。

第5章 文化驱动经济发展

文化驱动经济发展包括文化和文化产业的跨界应用、文化塑造奢侈品等高端产业、文化与科技融合带动信息产业等。

其中，奢侈品产业是文化驱动经济的典型形式。

第6章 企业家文化与职业经理人文化

一个企业首先需要企业家文化，规范企业发展需要职业经理人文化。

经营文化以企业家文化为主，管理文化以职业经理人文化为主。

第7章 企业文化与品牌文化

好的企业文化既是有效的企业的制度支持，也是人力资源的驱动力。

品牌是人们心目中的某种美好事物的体现，只有懂得文化和企业文化的人才会做品牌。

第8章 文化事业及其管理

提高文化事业的效率，是发展文化事业，提高文化事业机构管理水平的重要举措。

提高效率必须有明确的目标和具体的考核标准。

第9章 文化创意的规律

好的创意在精不在多。

最好的方法是将某个创意做到品牌的高度，通过产业链的延伸而形成规模收入。

第10章 文化企业管理

企业整体价值最大化。

要做企业而不是做项目，只有企业才有持续的积累，才是无形资产积累的载体。

第11章 文化产业商业模式

商业模式是指“可盈利的方法”，即“盈利+方法”。

但是，这种盈利的方法不是指眼前的利润最大化，而是指这种方法是可行的、可持续的、具有竞争力的。

<<文化的力量>>

第12章 城市文化与文化产业

不同资源禀赋的城市需要选择不同的文化产业发展模式。
经济越发达或者企业家越多的城市，文化产业发展的条件相比其他城市越好。
企业家和企业是城市发展文化产业的核心。

第13章 人本文化与文化自觉

体现人本的文化有三个基本路向：一种是社会生活中以人为本；一种是管理中以人为本；一种是文化产业。
只要是人本文化，一定有利于和谐社会的建设。

第14章 正义的权利、文化与管理

正义是一种价值观，正义的权利来源于正义的价值观。
我把正义的权利分为基本权利、扩展权利和发展权利。
实现正义的权利是正义与公平这个核心价值的具体化。

第15章 国家正义与政府管理

政府是作为国家利益的代表者来行使其职能的，国家是由政府代表行使其职能的某种利益共同体。
确立政府的正义制度、效率管理和道德行政是推进和谐社会建设的基本要素。

第16章 传统文化与文化管理创新

文化创新不仅比继承更加复杂，而且不同的创新领域也存在继承与创新的结合度的问题。
中国古代的艺术精神和今天的娱乐创新如何结合，是一个文化、艺术继往开来的重要事项。

第17章 华流与文化软实力

提升国家文化软实力在很大程度上需要改变我们已有的做法。
无论是重视宣传还是重视传媒、渠道等，都是不够的，我们需要坚持内容为王和品牌为王，以华流文化产业开展国际竞争。

<<文化的力量>>

章节摘录

版权页： 7培养商业感觉 以前有人写了这么一个故事：阿呆被女朋友耍了，悲痛欲绝。

阿瓜就安慰他说：“算了，你很快就会忘了她的。”

阿呆就哭诉：“不可能，因为我买了许多东西送给她，都是分期付款的。”

什么叫基本的商业感觉？

就是预测后果。

经济学里面的人，不管做任何一件事情，都要考虑后果。

有两种思维，一种思维叫诗人的思维或者是艺术家的思维，是理念型的，按照最喜欢的事情去做就行。

还有一种叫企业家的思维，就是在做任何一件事情都考虑后果，好事也要考虑后果，坏事也要考虑后果，即使是少有的事情也要考虑后果。

以前有一句俚语：好的开始是成功的一半。

从中便会发现，不仅要知道怎么开头，最重要的还是如何去结束。

比如，一位表演艺术家说：“不管你在台上表演得多么好，只要你下台的时候背影不够优雅，那么你今天晚上给别人留下的印象就是不优雅的印象。”

作为一个企业家或者是作为一个想成功的人，不管做任何一件事情，一定要考虑开始和结束。

绝大多数人最可能犯的错误就是虎头蛇尾，虎头蛇尾意味着没人敢信任你，因为信任以后的结局不可预测。

所以如果要能够被别人信任，其中有一个条件就是一定要让他确信你不管遇到什么情况，结果大体上不会太出乎意料。

德鲁克说：“千万不要让老板意外，不管是好事还是坏事。”

比如他叫你做一件事情，肯定是期望这个事情最后的结果是什么样，如果加上自己太多的创意搞得更成功了，估计他也不喜欢。

为什么？

因为太多的创意很容易导致最初目标的失败。

每一个人总是有一个预期值，不管好坏都不要超过这个预期值太多，如果掺杂太多自己的东西，很容易导致以另外的方式结束，而这种结束的方式可能超出了原有的目标，带有很强的风险。

所以我们在成功的时候要考虑怎么结束，而且是以获取目标的方式来结束。

8发现问题和解决问题 分析问题和解决问题中，三件事情能够体现出人的能力。

第一个是找到问题，第二个是分析问题，第三是个解决问题。

我倾向于认为，找到问题、分析问题结束了，不解决问题也没有多大关系。

如何去找到问题呢？

比如说，电子阅读有没有前途？

我认为不见得有前途。

为什么呢？

虽然很多人在阅读电子图书，但是也许不愿意付钱，或者说付的钱很少。

比如以前一本畅销书可以卖300万册，这300万册可以赚几千万，现在一本书点击300万次的话你可能收入才3万块钱。

我也认为电子阅读的人会越来越多，但关键是如果找不到一种商业模式，结果还是赚不到钱的。

<<文化的力量>>

编辑推荐

《文化的力量》编辑推荐：提升管理的文化驱动力！
提升文化的管理方法论！

<<文化的力量>>

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>