

<<创意转型>>

图书基本信息

书名：<<创意转型>>

13位ISBN编号：9787513611190

10位ISBN编号：751361119X

出版时间：2011-11

出版时间：中国经济出版社

作者：郭梅君

页数：292

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>

<<创意转型>>

内容概要

《创意转型》以创意产业如何推动中国经济转型为主线，关注创意产业发展在经济、社会、文化三个层面的作用与影响，并将中国的经济置于经济全球化及产业格局新变化的视野下，重新审视“后危机”时代中国创意转型所面临的机遇与挑战。

在宏观层面上，把握中国经济结构性失衡的本质以及未来转型的路径选择；在中观产业层面上，阐述中国创意产业的自身特点与发展状况，以及对消费结构升级、主导产业更替、传统产业调整、文化软实力提升等方面的影响作用；在微观基础上，《创意转型：创意产业发展与中国经济转型的互动研究》提出了重构创意产业价值链和“创意产业生态链”的概念。

《创意转型：创意产业发展与中国经济转型的互动研究》站在理论前沿的高度，以国际化的视野对社会网络市场、价值链重构、云文化及大规模协作等领域进行了前瞻性、探索性的研究，理性地揭示了中国创意转型的本质和趋势，剖析了中国如何朝着以创意和创新为要素投入、以消费驱动经济结构调整以及如何提升文化“软实力”等社会关注问题。

本书为创意产业与经济转型领域的学术研究、政策咨询提供了重要的参考内容，对转型期中的政府决策者、科研机构的研究人员、高等院校相关学科的教师、企业家和文化创意产业从业人员具有一定的参考价值。

<<创意转型>>

作者简介

郭梅君，上海社会科学院经济学博士，上海戏剧学院文学硕士。
现任上海戏剧学院“约翰·霍金斯创意产业研究中心”副主任，历任上海社科院创意产业研究中心国际交流总监，昆士兰科技大学访问学者，澳大利亚创意产业及创新研究中心特邀研究员，《创意产业》杂志记者、编辑。

主要研究领域包括创意经济、创意产业、艺术管理、创意产业投融资、文化金融服务等。
先后获得“2010澳大利亚奋进奖学金”、“2011中国创意产业领军人物奖”，以及“2011年度ACAA澳中杰出校友奖”等荣誉。
近年来专注于创意企业管理、创意经济研究和创意人才培养模式创新等实践与探索，参与多项政府规划与企业管理咨询，发起并推动了多项促进创意产业发展的国际合作项目，近期又在积极探索版权产业与金融资本相结合的创新服务，破解投融资难瓶颈。

全国政协副主席厉无畏博导评价她“是一名难得的既通晓文化创意，又懂经营管理的复合型、国际化创意人才”。

<<创意转型>>

书籍目录

绪论

- 一、研究主题与意义
- 二、研究思路与方法
- 三、研究创新与不足

第一章 创意转型的幕起

第一节 创意转型的来龙去脉

- 一、创意转型的时代背景
- 二、转型发展的历史机遇

第二节 创意转型的经济结构与地域格局

- 一、中国高速增长中的经济结构失衡
- 二、经济发展阶段与创意转型策略
- 三、创意转型的地域格局

第三节 创意转型的研究综述与理论基础

- 一、创意产业的研究综述
- 二、创意经济的研究综述
- 三、经济增长模型的理论演进

第四节 演化经济学视野下的创意转型

- 一、演化经济学中的生物学隐喻
- 二、新熊彼特主义经济理论
- 三、演化经济学视角下的创意转型

第二章 创意产业的演化

第一节 创意产业阶段

- 一、创意产业的概念与分类
- 二、创意产业发展在发达国家的三个演进阶段
- 三、基于演化经济学视角的创意产业的四种模型
- 四、创意产业的经济模式与政策应对

第二节 创意经济阶段

- 一、创意经济的内涵
- 二、创意经济的标志
- 三、创意经济中的产业关联

第三节 创意社会阶段

- 一、创意社会的内涵与特征
- 二、创意阶层与社会结构
- 三、创意社区与创意中心
- 四、创意城市与创意社会

第三章 创意转型的分析框架

第一节 “创意创新生态系统” ECI分析模式

- 一、创意创新生态系统的构建
- 二、ECI分析模式的衡量指标
- 三、ECI分析模式的结构功能与运行机制
- 四、ECI分析模式对创意产业发展的阐释

第二节 创意产业的价值创造与价值系统

- 一、创意产业的价值创造
- 二、创意产业价值链
- 三、创意产业价值链系统

<<创意转型>>

第三节 创意产业生态链与创意基础结构

- 一、创意产业生态链
- 二、创意基础结构

.....

- 第四章 转型中的创意经济
- 第五章 创意产业与经济转型的互动关系
- 第六章 创意转型的经济分析
- 第七章 消费结构升级与主导产业更替
- 第八章 创意产业结构调整
- 第九章 社会进步及文化软实力
- 第十章 中国创意产业发展总体研究

<<创意转型>>

章节摘录

2.微创新 在这个经济过剩的时代，“微创新”是对传统技术路线的颠覆。

如今新的游戏规则就是：应用创新第一，技术创新第二。

中国下一批世界级公司，将从那些“微革命”公司中诞生。

管理学家特劳特曾预测，有两种组织正在面临“死亡”的威胁。

一类组织仍旧没有领会和掌握“与众不同”实质，仍在借助“更高质量”、“优良质量”在市场上应战；另一类组织意识到了与众不同的必要性，但是经过一阵突破后，他们就会承认自己根本不知道怎么做，最终选择了放弃。

“微”的本质就是定位，就是专注，就是聚焦！

在传统的工业时代，一个产品从设计、创意、研发、生产，一般周期比较长，“十年磨一剑”造就了众多革命性的技术创新。

然而在数字传播技术突飞猛进的当下，“快速而持续的创新？

是在竞争中获胜的砝码之一。

建立互动的用户体验是众多企业寻求创新的源泉，其中将“用户投票权”作为一种决策工具就是企业在管理流程中的一种“微创新”，比如U2乐队根据观众投票决定乐队巡回演出的目的地，苹果iPhone设计优先针对APPStore上用户投票最多的功能进行开发，网易“公开课”列出众多备选的国外名校的课程视频，由读者投票的多少决定翻译的优先进度和课程推出的速度。

从苹果的史蒂夫·乔布斯和微软的比尔·盖茨之间的较量之中，可见应用创新和技术创新的博弈。

微软的核心理念是技术创新，VISTA系统动用了数万名技术人员、耗时数年，当这项技术推出时，注重用户体验的苹果公司通过“应用创新”推出了iMac、iPhone和iPad已经成为打动无数消费者的时尚数码产品。

.....

<<创意转型>>

媒体关注与评论

转型发展是当今中国经济、社会发展的时代主旋律。如何加快推动经济、社会、文化的全面转型，成为“十二五”期间文化创意产业发展的重要任务。在“创新驱动、转型发展”的时代背景下，探讨创意产业发展与中国经济转型之间的关系具有重要的现实意义。

——厉无畏 事实上，创意与资产并重的这种情况正在整个经济体中发生。中国如何对待社会、文化和经济方面的创造力是我们这个时代的最大问题之一。

创意产业和其他经济之间的关系是什么？

中国将如何发展不同于其他国家的模式？

教育、培训和管理对创意产业发展有哪些影响？

郭梅君博士对于这些学术争鸣作出了重要的贡献。

——约翰·霍金斯 郭梅君博士汲取其导师厉无畏教授的思想精髓，将其融入她自己的原创专著中并非巧合，通过将产业经济学、演化经济学与文化政策相结合，其研究成果在中国拓宽了现有知识。

众所周知，中国希望将其文化资源加以资本化经营与开发。

然而，除了开发传统文化与旅游之外，如何才能实现文化资源的转化与经营，目前还缺乏相关知识。

本书的核心思想就是将创意产业视为一种增长机制来发挥其功能，激发创新并促成“创造性破坏”。

——金迈克

<<创意转型>>

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>