

<<创意产业新论>>

图书基本信息

书名：<<创意产业新论>>

13位ISBN编号：9787801869562

10位ISBN编号：7801869567

出版时间：2009-1

出版时间：东方出版中心

作者：厉无畏，王慧敏 著

页数：245

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。

<<创意产业新论>>

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《创意产业新论》分册，书中具体包括了：方兴未艾的创意经济、生机勃勃的创意社群、挖掘不尽的创意价值等内容。

<<创意产业新论>>

作者简介

厉无畏，研究员，博士生导师。

现任全国人大常委、民革中央副主席、上海市人大常委会副主任、民革上海市委主委、上海社会科学院部门经济研究所所长、东华大学旭日工商管理学院院长、上海市创意产业协会会长等。

厉无畏是我国著名经济学家，主要从事产业经济、数量经济、创意产业和经济管理方面的研究，主编与合作编辑著作有《创意产业 - 城市发展的新引擎》、《区域经济——战略规划与模型》、《企业实用现代管理方法》、《转型中的中国经济》、《中国产业经济发展前沿》等16本。

在国内外报刊杂志上发表论文200余篇，曾获得省部级优秀成果奖9项。

1990年国家教委和国务学位委员会授予他“有突出贡献的中国硕士学位获得者”称号；1992年受聘为上海市政府决策咨询专家,多次赴美国、日本、法国、香港等国家和地区的大学和研究机构进行研究和讲学，在海外享有知名度。

<<创意产业新论>>

书籍目录

总序第一章 风起潮涌的创意产业 第一节 什么是创意产业 第二节 创意产业的特点 第三节 创意产业的分类第二章 精彩纷呈的创意城市 第一节 创意产业与创意城市 第二节 创意城市的特征与发展 第三节 创意城市的评估 第四节 全球“创意之都”第三章 方兴未艾的创意经济 第一节 创意产业与创意经济 第二节 创意经济发展的新理念 第三节 创意产业促进经济发展方式转变的模式第四章 生机勃勃的创意社群 第一节 创意产业与创意社群 第二节 创意阶层的崛起 第三节 创意企业的集聚 第四节 创意社会资本的积累第五章 挖掘不尽的创意价值 第一节 创意产业价值的创造 第二节 创意产业价值的开发 第三节 创意产业价值的传递 第四节 创意产业价值的实现第六章 百花齐放的创意政策 第一节 营造外部环境 第二节 保护知识产权 第三节 构建公共服务平台 第四节 建立创意激励机制参考文献后记

章节摘录

第一章 风起潮涌的创意产业 “资本和技术主宰一切的时代已经过去，创意的时代已经来临。”这是一句从美国硅谷到华尔街的流行语，在知识经济背景下，创意已经成为改变世界的重要力量，创意产业也“忽如一夜春风来，千树万树梨花开”，在世界各地蓬勃兴起。本章从创意产业的缘起追溯创意产业的内涵、发展和演变的脉络，通过对创意产业权威定义、基本特征和分类的探讨，为读者描绘创意产业的大致轮廓。

第一节 什么是创意产业 创意产业是一个内涵和外延都十分丰富的新概念，要回答什么是创意产业，有必要从创意产业的由来说起，有必要区分创意产业、文化产业、版权产业与内容产业等不同概念的异同。

一、创意产业的由来：脱胎于文化产业政策 创意产业来自：英语Creative Industries，作为一个专有名词正式出现在文献中最早可追溯到英国文化传媒体育部1998年11月发布的《创意产业图录报告》（Creative Industries Mapping Documents, CIMD），此报告正式提出并界定了“创意产业”的概念和具体的产业部门。

英国是第一个命名“创意产业”的国家，但其提出无疑是受到了澳大利亚人的启发。

1994年，澳大利亚公布了第一份文化政策报告，提出了以“创意国家”（creative nation）为目标，引起了英国政府的关注，并立即派团赴澳学习考察、取经，也因此有了创意产业政策的出台。

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>