

<<当创意工业改变世界>>

图书基本信息

书名：<<当创意工业改变世界>>

13位ISBN编号：9787806524466

10位ISBN编号：7806524460

出版时间：2005-11

出版时间：商方日报出版社

作者：林平

页数：258

字数：180000

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>

<<当创意工业改变世界>>

内容概要

创意二字很有吸引力，它意味着不一样，意味着比平庸“拽”，意味着不低的趣味。

创意工业(CreativityIndustry)指的是，那些根植于个人的创意、技巧及才华，通过知识产权的开发和运用，具创造财富及就业潜力的行业。

对于创意工业包括什么，英国文化部也曾经有一个列表:广告、建筑、艺术、古董市场、手工艺、设计、时尚、电影、互动娱乐软件、音乐、表演艺术、出版、软件游戏、电视和广播。

这本书对餐饮业、时装业、日化行业、IT行业、制造业、网络媒体、房地产、教育、美容业、健身、消费等传统行业带来的创新与变革系统进行了介绍，理论与实践相结合，比较有说服力。

对创意工业有兴趣的人，这本书或许有帮助。

<<当创意工业改变世界>>

书籍目录

第一章 餐饮业的创新 第一节 哈根达斯传奇 第二节 独一无二的私房菜 第二章 时装业的创新 第一节 里外颠倒——内衣外穿和我们的服装时代 第二节 长短参差——不讲“分寸”的七分裤 第三节 色彩纷扰——红配绿的精彩之处 第四节 新旧颠倒——破落的感觉才是时尚的新创意 第五节 时装界的创新N才子 第三章 日化行业的创新 第一节 宝洁——不得不说的故事 第二节 联合利华——不做老大好多年 第三节 纳爱斯——土生土长的创新之路 第四节 奇强——腹背受敌中寻找创新出路 第四章 IT的创新 第一节 苹果公司——成功先驱的故事 第二节 默默无闻，甘当幕后——AMD不为人知的1, 2, 3 第三节 飞吧，英特尔——迅驰的创新芯情 第四节 IBM的故事——产品设计的创新 第五节 菲奥莉娜——惠普的再生女神 第五章 制造业的创新 第一节 批量客户化生产 第二节 生产方式的创造 第六章 职业的创新：状元太多，三百六十行不够用 第一节 悠客不是悠闲的散客 第二节 白话一刻值千金 第三节 头脑风暴 第七章 网络媒体的创新 第一节 同城约会——虚拟恋爱还是孤独变态 第二节 上帝也疯狂——网上教会的产生 第八章 房地产的创新 第一节 楼盘广告——乱花渐欲迷人眼 第二节 装修包装——没有最好只有更好 第三节 家具小饰品——拍脑袋也想不出来的创意 第九章 教育的创新 第一节 一对一教学 第二节 野外生存训练 第三节 游戏也能当教育？ 第十章 美容业的创新 第一节 从头开始革命——美发风潮的急速传说 第二节 美丽不分高低贵贱——脚踏实地的美丽 第三节 SPA、香熏、太空舱..... 第十一章 健身的创新 第一节 全面提高免疫力——后非典时代的健康概念 第二节 生命在于静止——瑜伽夹带着普拉提 第三节 我们要肉，但不要脂肪——瘦身的新概念 第十二章 消费的创新 第一节 加息我们也不存钱——存储意识和货币贬值 第二节 我们爱它，但是我们也爱自己——股民对待2004以后股市的肺腑之言 第三节 基金？房产？还是投资生意？——还是都来吧！ 第十三章 旅游的创新 第一节 让跟团游见鬼吧——自助游新生代 第二节 冲出繁华走向平淡——旅游目的地的真正升华 第三节 带点什么回家——旅游纪念品的没落与复兴 第十四章 创新成功的十条金科玉律 第一节 在创新前，去了解旧的 第二节 做好失败的准备 第三节 千万别孤军奋战 第四节 不但要精神饱满，还要荷包饱满 第五节 创新不应建立在破坏别人的习惯之上 第六节 创新更多是靠手而不是靠脑 第七节 坚持，坚持，再坚持 第八节 创新不等于完美，要始终承认修改的空间 第九节 时间是检验创新成功与否的最佳标杆 第十节 别停，老兄 第十五章 20%的成功和80%的失败 第一节 铱星的陨落——揭开摩托罗拉的创新伤疤 第二节 可口可乐并不可乐的故事 第三节 你愿意为20次的成功去做80次的尝试吗 第四节 创新是个痛并快乐着的体验

<<当创意工业改变世界>>

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>