

<<创意风暴>>

图书基本信息

书名：<<创意风暴>>

13位ISBN编号：9787500224044

10位ISBN编号：7500224044

出版时间：2007-1

出版时间：中国盲文

作者：陈放

页数：216

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>

## <<创意风暴>>

### 内容概要

《创意风暴》以丰富的实践经验为基础，通过大量鲜活而精彩的案例教你一系列进行创意的思维方法，并在实践中广泛应用。

同时该书在创意理论研究方面也进行了大量有益探索，开创创意理论建设之先河。

《创意风暴》既适合广大策划人、创意人、咨询师、企业老总、技术人员、传媒人、影视人、设计师、摄影师、广告人、工程师、大学生、中小學生、营销师、创意总监等借鉴阅读参考之用，又满足新经济时代大众读者学习充电之需，还可作为人们茶余饭后锻炼思维和休闲怡情的图书。

## <<创意风暴>>

### 作者简介

中国策划学创始人。  
资深策划专家，联合国CCC / UN特聘专家，首届中国十大策划风云人物。  
现任北京创意村营销策划公司董事长，美国国际品牌认证委员会中国区首席代表，国际策划学会中国秘书长，2008年北京申奥专家团成员，科特勒营销集团中国区高级代表，中国国际营销节秘书长，《中国策划》副社长，并兼任几十家集团公司总策划、战略顾问等。  
策划成果曾被评为中国“2000年中国策划优秀奖”、“2001年中国十大营销策划奖”、“2002年中国首届策划风云人物”、“2002年中国企业策划案例金奖”、“2004年中国十年最具影响力十大策划专家”、“2004年中国十大智业坐标人物”等十几项大奖；近十项营销策划成果创世界之最并获吉尼斯记录。

主编《中国策划思想库》丛书近20本。

## &lt;&lt;创意风暴&gt;&gt;

## 书籍目录

你与创意来约会(代序)上篇 一场没有硝烟的崭新革命——创意文明来临第一章 揭开创意的神秘面纱一、创意精髓二、创意与文化三、创意“军规”四、创意特征五、创意类别六、创意误区第二章 创意产业的崛起一、创意产业(Creative Industry)二、创意产业的由来三、创意产业的提法四、创意产业的特征五、创意产业发展规模第三章 中国的蓝海风暴——创意经济一、由制造经济向创意经济的转变二、网络，一台新的造富机器三、创意带动视觉产业的兴起四、“无聊”也是一种强势经济五、“博客”不做客，博客经济浮出水面第四章 创意路线图一、创意的充要条件二、创意的基本原理三、创意制造定律四、创意的“三境界”“五重山”五、创意开门——精典示范第五章 神奇魔力——创意效应一、母亲效应二、动力驱动效应三、资源智本效应四、智能增值效应五、创意场效应六、种子衍生(裂变)效应第六章 创意冲击波——创意力一、个体创意力二、团体创意力三、“3T法则”四、“磁石效应”与“创领现象”五、国家创意力六、城市创意力七、创意之创意力第七章 引领创意时尚——创意观一、创意文明观二、创意社会观三、创意能量观四、创意资源观五、创意经济观六、创意战略观七、创意生活观八、“创领”人才观第八章 创意摇钱树——创意方法一、闪电1号——超序联想相干法二、闪电2号——拉线相干法三、闪电3号——超大系统法四、闪电4号——非系统法五、闪电5号——创意裂变法六、闪电6号——创意大聚变法七、闪电7号——意场感应法(大风犬浪法)八、闪电8号——诸葛亮逻辑推理法九、闪电9号——非常规法(非常特别创意法)十、闪电10号——高精尖创意法十一、闪电11号——狂风暴雨法十二、闪电12号——创意化学法下篇 颠覆人脑的灵感——创意风暴第九章 “以小博大”一、华夏龙太空金笔创意二、“戴安娜效应”三、韩剧冲击波四、“窄告”精准打击五、广告拔高创意六、“神五”神威第十章 “量变到质变”一、一网情深求“意”经二、乾坤创意颠覆传统营销模式三、财富主题大创意第十一章 “高、精、尖”一、海南旅游之“尖”端创意二、主题餐厅之“精”创意三、创意在哪里?——只要半个正确四、“超女”平台，短信经济“高”峰崛起第十二章 商战奇谋之创意一、爱钻空子的研究所二、《印象刘三姐》激情燃烧的是什么三、《云南映象》映射出了什么四、吃透女人心理五、“分众”亮剑，迅疾抢上阳光财道六、广州奥林匹克花园与体育联姻第十三章 产业经济之创意一、北京奥运吉祥物价值几何二、创意产品挑战商业霸权三、“哈利·波特”促成出版业的疯狂四、“总部经济”催生顶级市场第十四章 彰显个性之江山创意一、万众瞩目的“创意之都”——北京二、玉宇飞临，万众喜过神仙瘾——哈尔滨三、身姿绰约的东方新巴黎——大连四、现代且不失传统的海派文化都市——上海五、未来的“动漫之都”——杭州六、风情“文化舟”，载来的不只是美——广西七、巧借“非典”，烧开老汤——小汤山崛起之路第十五章 超越时空的经典创意一、潘石屹的“人民公社”，旧瓶装新酒二、联想与可口可乐，同练双剑合璧三、手机虹信联盟发展方略四、四川料理帝国的“皇帝”五、亚历山大大帝的核秘密六、北京最大的啤酒桶七、代彼说彼：牵来无数回头客八、快乐产业：老鼠变成英雄九、“世界造”的“篮球大帝”十、凭“两字创意”当上六大集团公司CEO十一、攀登珠峰的企业家明星十二、东方爱迪生——中国第一发明大王十三、一把气筒引来无数方便客十四、免费大品尝十五、经济大轰炸：人群争相拣“炸弹”十六、多钻一孔，财气无穷——家妇即刻成英雄十七、面包大王的一箭多雕十八、把椰菜娃娃领回家十九、群花掩映扮世界附录 陈放：无时不创意无处不策划后记

## <<创意风暴>>

### 编辑推荐

创意产业将是21世纪的第一产业，引爆中国人的创意扫盲运动。

创意是一切创新的源头。

- - 世界创意教皇 奥斯本 资本时代已过去，创意时代正在来临！

- - 未来学有 托夫勒 中国未来应该成为世界创意中心。

- - 创意产业之父 霍金斯 全球创意产业每天可创造220亿美元产值，且每年以5%的速度递增，美、英等国家的增长速度超过12%，预计到2010年可达到8万亿美元规模。

- - 《人民日报》 英国首相布莱尔1997年上台后，首先成立“创意产业特别工作小组”，亲任工作小组主席。

短短几年，英国就培育了12万家创意企业，每年产值高达700亿英镑。

创意产业相关从业人员，占英国就业人口的一半。

- - 美联社 独创力关系到国家兴亡。

- - 日本立国战略 资源有限，创意无限。

- - 韩国立国战略 人民的想象力是国家的最大资源。

- - 英国国会 “世界创意营”目前和中国尚无“恋爱关系”，但创意作为竞争力的觉醒已令中国变酷……

- - 《新周刊》杂志 国务院十部委为推动中国创意经济发展，已出台创意产业的强力推动政策。

- - 新浪网

<<创意风暴>>

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>