

<<创意战争>>

图书基本信息

书名：<<创意战争>>

13位ISBN编号：9787501791293

10位ISBN编号：7501791295

出版时间：2009-7

出版时间：中国经济出版社

作者：陈放，武力 著

页数：269

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>

## <<创意战争>>

### 内容概要

《创意战争》是以创意九段——陈放先生为首的创意专家团通过对国际创意产业进程的深度剖析和挖掘，采集国内外创意产业最新前沿资讯，并整理总结国内外创意专家、文化工作者、企业实战人员等创意人才多年的经验成果、创意技法和实践心得，毫无保留，倾情奉献，与您共享。

本书分别从远古时代、文艺复兴时期、欧洲工业革命——第一次世界大战、第二次世界大战等几个重要历史时期深刻追踪创意的发展轨迹。

又从行业角度——发明、文化、科技、品牌、设计、影视娱乐、航空航天等，广泛探讨创意，这样，纵线、横线两条脉络纵横交错，繁而不乱，把创意产业的精髓与魅惑完整而彻底的呈现于您的面前... 本书集思想性、实战性、趣味性、权威性于一体，字里行间充满着令人窒息的火药味，绝对挑动你的神经，激荡你的脉搏，带你经历一场没有硝烟胜似硝烟的创意大战，沐浴一场创意世界的急风暴雨!

## &lt;&lt;创意战争&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 大话创意 第一节 创意是一场战争 第二节 三次创意革命 第三节 创意中国的起步  
第四节 创意个人与创意产业 第五节 打赢创意战争 第二章 远古蒙昧时代的创意大爆发 第  
一节 文明的曙光 第二节 空中花园的悬想 第三节 金字塔的秘密 第四节 神秘的瑜伽 第五  
节 哲学的王国第三章 打破中世纪的黑暗——文艺复兴创意破壳大丰收 第一节 蒙娜丽莎的微笑  
第二节 一千个眼中的“哈姆雷特” 第三节 文化创意、科技先行第四章 欧洲工业革命的创意  
大战——第一次世界大战 第一节 科技引发的军备竞赛 第二节 作战创意大比拼 第三节 崭新的  
世界拼图第五章 帝国争霸战——第二次世界大战 第一节 希特勒初登舞台 第二节 意、日粉  
墨登场 第三节 震撼世界的创意决战 第四节 帷幕落下第六章 创意战略 第一节 世界岛的诱  
惑 第二节 海上霸权 第三节 蔚蓝色的硝烟 第四节 网络战争 第五节 核子威慑 第六节  
超限战第七章 金融创意战 第一节 “2008·次贷危机”揭开了金融创意大战的面纱 第二节 国  
家金融创意新use 第三节 “基金”，金融创意的又一巨头 第四节 银行，金融创意的执行者  
第五节 股票，玩转金融市场的新创意第八章 文化创意战 第一节 拯救文化 第二节 文化创意  
案例解析第九章 科技创意战 第一节 北京奥运的科技创意 第二节 生活中的科技创意 第三节  
建筑科技创意 第四节 企业科技创意 第五节 科学理论创意第十章 品牌创意战 第一节 品  
牌史话 第二节 品牌大战演义 第三节 品牌泡沫与品牌危机 第四节 中国制造的变局与出路第  
十一章 设计创意战 第一节 设计大战 第二节 设计大战的演变 第三节 设计大战的各个战场  
第四节 著名设计战役 第五节 设计就是战斗力 第六节 “视界大战”中的中国 第七节 设  
计改变世界第十二章 影视娱乐战 第一节 影视娱乐创意之火 第二节 引爆娱乐创意战争 第三  
节 创意时代——娱乐的华丽战争第十三章 航天创意战 第一节 是谁打响了航天创意战 第二节  
各国演绎登月大战 第三节 国家的航天争霸战 第四节 一克昂贵的创意礼物——月球岩石 第  
五节 爱国大创意——华人将五星红旗带上太空 第六节 太空天籁之音征集创意——航天音乐 第  
七节 航天经济大创意第十四章 发明创意战——新一轮的世界大战 第一节 迎接没有退路的专利  
战 第二节 中国为什么挽留不住“世界发明中心”的头衔——世界发明中心的转移 第三节 发  
明源于生活，用于生活，改变生活 第四节 发明让世界更聪明——世界的智能发明战 第五节 战  
争造就发明的巅峰 第六节 发明——世界发展的永续动力后续 战争的极致参考文献

## &lt;&lt;创意战争&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 大话创意 第一节 创意是一场战争 2007年8月，一场金融海啸迎面袭来，其影响之大、波及面之广令人始料不及。这场始自美国次级房屋信贷危机的金融风暴引发的流动性危机，虽经多国中央银行注入巨额资金，仍无法阻止它的扩散与蔓延。

到了2008年，这场金融危机开始失控，并导致多间相当大型的金融机构倒闭或被政府接管，全球面临60年来最严重的金融危机。

有人认为金融危机其实就是一次金融阴谋，是一次金融超限战。

金融危机的源发地美国是一个自己消费、全世界人民埋单的国度，它利用了全世界的信任，毫无节制地乱发货币、超前消费、胡乱给基本没有还款能力的美国家庭发放所谓次贷，把自己由于经济衰退所引发的金融危机打包成基金和债券产品输出到全世界，让全世界为他们的穷奢极欲埋单，然后用金融机构破产来应付那些血本无归的投资者。

之后美国政府以区区7000亿美元作出救市的姿态，用这块满是窟窿的遮羞布来维护它所谓负责任大国的形象，以监管不力来搪塞全世界的责问。

即使是这样，某些西方学者还胡说中国向全球倾销商品打破了贸易平衡才导致了金融危机——猪八戒倒打一耙！

“得了便宜还卖乖”，这就是美国金融危机给全世界人民的印象。

一场没有硝烟的战争，转瞬间持有美元外汇储备的国家财富便缩水不少，而为了保持外汇储备的价值，全世界还必须继续购买美国债券，支持这个老大帝国的奢侈生活，徒称奈何。

金融危机与其说是一场金融风暴，不如说是一次金融战争、创意战争。

第一节 创意是一场战争 创意是一场战争。

中国本是一个创意大国，四大发明、万里长城、琴棋书画、诗词歌赋、科举考试、官僚体制、礼仪文明、自然哲学，粲然大备，成为东亚乃至世界文明轴心之一。

日本、朝鲜受中国文化影响至深并进而形成所谓“东亚文化共同体”，中国的四大发明传入欧洲，对于欧洲资本主义的兴起和繁荣也起到不可估量的作用。

然而到了近代，百年屈辱，落后挨打，西方的坚船利炮打开了中国的国门，陷入了前所未有的亡国灭种的危机之中。

西方人以一贯的殖民心态看待中国这片古老而静止的土地，眼中充满的是不屑。

思想家爱默生在当时曾有过特别过分的看法，他说：当我们居高临下对这个愚昧国家思考得越，仔细，它就越显得作呕。

中华帝国所享有的声誉正是木乃伊的声誉，它把世界上最丑恶的形貌一丝不变地保存了三四千年……甚至悲惨的非洲都可以说我曾经伐木、引水、推动了其他国土的文化。

但是中国，它那令人敬仰的单调！

它那古老的痴呆！

在各国群集的会议上，它所能说的最多只是——我酿制了茶叶。

对于中国不变社会的看法，并非新鲜的看法，哥德斯密在《世界公民》中就将中国描述为一个“时代更迭而旧貌依然的古老帝国”，依靠儒家思想、官僚政治和封建伦理，中国社会保持了超文明的结构。

虽然在社会、经济、思想领域，中国内部也在发生急剧的变化，朝代更迭造成的制度隔代命运依旧明显，但毋庸讳言的是，明代后期，中国社会在总体面貌上已呈现出衰败的迹象。

科举考试的八股化、社会流动的停滞，对于科技比拟“奇技淫巧”的讽刺，商品经济发展已趋于发达的传统社会始终未能实现近代的转型，进而在一种“没有发展的增长”中趋于停滞。

与此同时，西方资本主义的崛起，带动了机器大工业的勃兴，他们在不断的技术创新中创造出高度发达的物质文明，在世界的古老体系中崛起，并开始了长达几百年殖民扩张的序幕。

一场以制度和科技创新为基础的欧洲走向世界舞台的中央，而古老的引领世界创意潮流的中国在世界落伍。

## &lt;&lt;创意战争&gt;&gt;

“如果我的中国朋友们在智力上和我完全一样，那为什么像伽利略、托利拆利、斯蒂文、牛顿这样的伟大人物都是欧洲人，而不是中国人或印度人呢？为什么近代科学和科学革命只产生在欧洲呢？...为什么直到中世纪中国还比欧洲先进，后来却会让欧洲人领了先呢？怎么会产生这样的转变呢？”英国科技史专家李约瑟在《中国科学技术史》一书中提出了另人深思也难以简单回答的“李约瑟难题”。

美国学者罗伯特·坦普尔在著名的《中国，发明的国度》一书中曾写道：“如果诺贝尔奖在中国的古代已经设立，各项奖金的得主，就会毫无争议地全都属于中国人。

”然而，从17世纪中叶之后，中国的科学技术却如同江河日下，跌入窘境。据有关资料，从公元6世纪到17世纪初，在世界重大科技成果中，中国所占的比例一直在54%以上，而到了19世纪，剧降为只占0.4%。

中国与西方为什么在科学技术上会一个大落，一个大起，拉开如此之大的距离，这就是李约瑟觉得不可思议，久久不得其解的难题。

在今天中国依然走在思考、解答“李约瑟难题”的路上，答案也会越来越丰富。但有一点却是肯定的：作为创意大国的古代中国是文明的轴心，敢于声称“犯我大汉者，虽远必诛”；作为创意小国的中国是卑贱屈辱的，不得不在自己的国土上看着“华人与狗不得入内”的招牌。

创意关乎国家兴亡、社稷荣辱！

创意就是一场你兴我衰的战争。

第二节 三次创意革命 从整个世界范围来看，曾出现过三次创意革命。第一次是13、14世纪欧洲的文艺复兴，诞生了一系列伟大的思想家、文学家、科学家。思想的解放、创意的迸发解除了束缚人类的精神枷锁，为新的技术革命的发生奠定了基础；而哥白尼、伽利略、布鲁诺等人在天文、物理领域的创意性研究不仅是原创性科学理论的突破，也在事实上瓦解了支撑欧洲中世纪宗教黑暗时期的精神基础。

文艺复兴的创意大迸发，‘明为复旧，实是创新。

在精神的自由状态中，欧洲出现了繁荣的商业贸易，新的资产阶级国家的建立、殖民活动的加强，要求科学技术的突破。

随之而来的就是第一次工业革命。

这可以算是人类历史上的第一次创意革命。

第二次创意革命发生于20世纪20~40年代。

这一时期接踵两次世界大战，战争对于科学技术的发展和创意的迸发有极大的刺激作用。

一系列的发现、发明不仅在战时用于战争，在战后同样可以为人类造福。

这一时期是创意革命时期，石油的开采和电力工业的发展，使人类的能源结构得到极大的改善；汽车、飞机的发明，使人类远洋航行的梦想不再是梦；核能的和平利用，更为缓解能源的危机做出更大贡献；电子计算机的发明，为进入网络时代和信息时代起到开山鼻祖的作用。

同样，战争过程中的创意是一场激烈的战争，它不诞生在硝烟弥漫的战场，却比真正的战争要更为残酷，也只有战争中，创意才关乎生死，一个创意可以挽救千千万万的人，也可以杀死千千万万的人。

设想如果德军没有创造出“闪电战”的军事战略，它就难以迅雷不及掩耳之势席卷欧洲大陆，迫使英、法军队仓促退往英伦三岛，几乎丧失还击能力，致使法西斯狂徒大肆残杀平民，世界亦为之付出了惨重代价；更设想如果不是美国先于德国造出了原子弹，德国人如果率先掌握了核子技术，那世界大战的结局恐怕就不是盟军的胜利，而是世界的毁灭了；更设想如果不是美国造出原子弹并投放在广岛、长崎上空，以日本武士道精神培养起来的日本职业军人在本土殊死抵抗，必须登陆作战的美国士兵将会伤亡多少？有人估计如果登陆作战，美军损失不会低于200万美元，一个创意挽救了200万美元的士兵和同样数量的家庭。

创意事小乎？创意关乎生死。

第三次创意革命正在持续。

这一次创意革命，范围更广、波及面更宽、参与的人数更多，网络的创意革命，商业的、文化的、广告的、金融的、体育的、科技的，无时无刻不在充满着创意革命。

## <<创意战争>>

这次创意革命来势凶猛，改变着世界的面貌，本书作者更愿意将它看做是一次即将蔓延的“第三次世界大战”。

从上述三次创意革命的发展来看，很明显，我们将得出一个结论：创意中心的转移就是文明中心的转移。

第一次创意革命成就了欧洲的兴起，第二次创意革命则转移到大西洋西岸的美国。

那第三次创意革命又会带来怎样的文明的兴替呢？不少学者都在纷纷探讨，21世纪是谁的世纪？比较一致的结论是美国文明中心的位置将会被取代。

从最近的次贷危机已明显看出美国的衰落。

相对意见较为分歧的观点则有三种，依照所指地域的差异依次为：太平洋世纪、中国印度世纪、中国世纪。

不管怎样表述，中国始终是最被看好的21世纪的主体文明。

我本人并不如此乐观，我更愿意将学者的论点看做一种对中国的信任和期许。

所谓信任，是对中国文化传统的信任，是对中国文明对于未来世纪人文关怀的信任。

所谓期许，是对曾经长期作为文明轴心的中国未来承担起国际责任的期许。

无论怎样的信任和期许，文明中心并不会在碌碌无为、盲目等待中不期而遇，没有创意文化作支撑，文明中心断然不会转移到中国。

.....

## <<创意战争>>

### 编辑推荐

《创意战争》军队消灭不了创意，但创意可以摧毁军队！

创意是火车头！

创意是发动机！

科技是第一生产力，创意是第一推动力！

一个伟大的创意可以让一个国家兴奋！

伟大的品牌不能脱胎于伟大的创意！

<<创意战争>>

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>