

图书基本信息

书名：<<基于科教资源优势建设创新型城市的南京模式>>

13位ISBN编号：9787505865457

10位ISBN编号：7505865455

出版时间：2007-9

出版时间：经济科学出版社

作者：洪银兴

页数：396

字数：400000

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>

## 内容概要

本书是由著名经济学家、南京大学党委书记洪银兴教授领衔完成的研究成果，报告系统总结了南京市推进自主创新的历程，深入探究了南京市自主创新的模式、路径，特别是在政府的推动下，知识创新主体和技术创新主体的有效结合这一南京模式的核心问题。

全书共分10章，具体内容包括总论、南京市自主创新的总体情况、南京市自主创新的资源优势、在市场机制基础上推动自主创新、高校在南京市自主创新中的模式与路径等。

该书可供从事相关专业的在职人员作为参考书使用。

书籍目录

全面贯彻落实科学发展观 努力把南京建设成创新型城市(代前言)

第一章 总论

- 一、依托科教中心，南京正在成为创新型城市
- 二、基于科教资源优势，南京自主创新模式的选择
- 三、产学研结合，大学进入南京自主创新的主战场
- 四、进入市场，科研机构在市场化中推进科技成果的产业化
- 五、面向知识创新主体，企业成为技术创新的主体
- 六、搭建平台、优化环境，建立政府为主导的城市创新制度
- 七、南京创新型城市建设的理论启示

第二章 南京市自主创新的总体情况

- 一、逐步建立以政府为主导、企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系
- 二、逐步健全科技人员创新创业的激励机制
- 三、高新技术产业成为经济发展的重要动力
- 四、专利工作成为促进科技创新的重要推动力
- 五、科技进步对社会经济的支撑和引领作用显著增强

第三章 南京市自主创新的资源优势

- 一、南京市自主创新的资源及其技术转移的特征
- 二、南京市“十五”期间经济增长状况
- 三、南京地区全要素生产率的估计和比较分析
- 四、全要素生产率与南京市的经济增长
- 五、南京市自主创新的技术选择

第四章 在市场机制基础上推动自主创新

- 一、建设自主创新体系需要政府推动
- 二、积极营造自主创新的政策环境
- 三、推进产学研互动创新机制
- 四、积极健全企业创新的政府推动机制
- 五、推动关键性产业的自主创新
- 六、集聚创新人才，弘扬创新文化，建设创新型城市
- 七、南京市政府推动自主创新的经验总结

第五章 高校在南京市自主创新中的模式与路径

- 一、创造新知识
- 二、创造新企业
- 三、创造新经济模式

第六章 南京市企业自主创新的模式和经验

- 一、南京市企业自主创新现状分析
- 二、南京市企业自主创新的模式
- 三、南京市企业自主创新的经验与启示

第七章 南京市科研机构创新经验和模式

- 一、问题的提出
- 二、南京市科研机构自主创新活动的特征
- 三、南京市科研机构自主创新模式
- 四、南京市科研机构创新机制：股权激励与产业化机制
- 五、两个案例

第八章 高新(开发)区：南京自主创新的载体和平台

- 一、自主创新与南京高新(开发)区战略重点的变化

- 二、南京高新(开发)区自主创新的路径
- 三、高新(开发)区：南京市自主创新的先行区和特区
- 四、结论与展望

#### 第九章 南京市工业的自主创新：模式与特点

- 一、问题的提出与理论基础
- 二、南京市工业行业自主创新的实证分析
- 三、南京市工业行业自主创新的行为模式
- 四、电子信息产业
- 五、汽车工业
- 六、石化工业
- 七、新型的高科技产业
- 八、电力工业
- 九、启示和建议

#### 第十章 南京市服务业自主创新

- 一、引言
- 二、南京市服务业自主创新的实证
- 三、南京市服务行业竞争优势及其创新模式研究
- 四、结论与政策建议

附录：部长和专家论建设创新型城市的南京模式

参考文献

后记

## 章节摘录

电视产品内容创新是指新节目的策划和开发,或对原有节目的内容和形态进行重新调整和包装,增加节目类型,优化节目组合,调整产品(节目)线。

节目创新必须在有效控制成本的基础上,突出节目的差异性,与同类竞争节目表现出明确的区别,从而满足受众个性化需求。

20世纪90年代以来,电视观众节目需求的多元化、个性化以及电视市场竞争格局的变迁,对电视媒体满足观众需求提出了更大的挑战。

为更好地实现电视产品的社会价值和经济价值,电视媒体以满足受众需求为主旨,内容趋于多样化、分众化,使用价值向受众细分发展,南京电视节目的节目类型和节目内容也在此10年中不断地衍生和发展,2004年,电视节目的创新主要体现在民生新闻、综艺节目以及法制专题新闻节目三方面。

在报业的内容创新方面,《扬子晚报》走在了前头。

20世纪90年代初,《扬子晚报》提出把机关报的优势“嫁接”到晚报上,突出报道党和政府的重大决策,加大国内外大事的报道量。

这一理论创新和成功实践使《扬子晚报》成为当时新时期新型晚报的代表。

此后,时政新闻、经济新闻、国际新闻、社会新闻、文化新闻、体育新闻等成为晚报的“六大支柱”。

2003年12月9日,《扬子晚报》又一次改版,重点打造面向南京发行的C叠,整合加张,推出健康、国际、体育、房地产、电视等五个周刊,强化评论的优势。

### (3) 运作创新。

#### 频道专业化。

针对电视频道专业化这一趋势,南京电视台实行了“频道定位,节目分类,合理编排,亮点包装,分频播出”的办台方针。

#### 节目制作市场化。

据统计,南京电视台在合并后的一年内,就已发行或正在创作摄制的电视剧有《蓝色马蹄莲》、《月色撩人》等15部300余集;特别是反映台湾海峡两岸关系的8集纪录片《血脉》,在中央电视台国际频道播出后,反响热烈,获长篇纪录片最佳作品奖。

#### 栏目内容个性化。

新台成立一年来,新南京电视台新闻综合频道在巩固提高《社会大广角》、《南京新闻》等栏目收视率的情况下,强力推出了傍晚新闻电视杂志型节目《直播60分》与晚间新闻《今天》。

文体频道推出了益智类栏目《智者为王》、大型综艺栏目《震撼星登场》。

特别是科教频道2006年4月推出的天天60分的《法制现场》栏目,成了观众认可的名牌栏目,收视率翻番。

对于报业来说,运作上的创新主要是其渠道的创新。

南京报业发行已逐步形成“多渠道发行”的模式:一是通过合同形式建立自己的加盟发行站,综合利用社会资源优势来办发行。

南京有报刊亭540个、零售摊点1500多个,加上流动的售报点和部分奶站、米站参与售报,共近4000个报纸零售终端,成为南京庞大的社会化发行网络的一部分。

二是依托邮局、专业快递公司。

三是建立自有的发行队伍。

2000年,《金陵晚报》依托报兴达建立了自有发行网,经过整合,建起了9个发行站,发行人员300多人,并且通过超市销售,免费获得市场反馈;新华报业集团整合社会发行资源成立的九九发行股份有限公司,2003年年底挂牌;《现代快报》将报社发行部改制为公司化经营,以站点建设为重点,打造自己的全省发行网络。

.....

编辑推荐

《基于科教资源优势建设创新型城市的南京模式》较为系统地介绍了南京独特的自主创新模式。对此我们用“12345”来概括，也就是一大平台、两个机制、三路大军、四大载体和五大领域。一大平台即基于科教资源优势的、促进科教成果转化和资源整合的政产学研结合的平台；两个机制，就是“市场机制+政府强力推进机制”；三路大军，即地方政府、高校和科研机构、企业（含军工企业）三路创新大军；四大载体，就是从技术链路径上形成的“国家重点实验室、各类高新技术企业孵化器、各类科学园科学城，以及各类国家级开发区”四大创新载体；五大领域，指技术创新和技术转移在“电、汽、化、新、服”五大高科技产业重点突破，也就是电子信息产业、汽车工业、石化工业、新型的高科技产业和现代服务业成为创新型城市的产业支柱。我们认为，南京市依托全国科教中心优势，在“两个机制”的共同作用下，通过“三路大军”的协同努力，借助“四大载体”，把高等院校和科研机构的知识创新资源，通过有效的技术转移机制，集中地配置到“五大领域”为主的城市支柱产业上，探索和走出了一条创新驱动的城市持续发展的道路。

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>