

<<威客力>>

图书基本信息

书名：<<威客力>>

13位ISBN编号：9787802346000

10位ISBN编号：7802346002

出版时间：2010-12

出版时间：中国发展出版社

作者：刘川郁，陈晓华 主编

页数：241

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

我们所处的，是一个急剧变革且充满无限可能的时代！

君不见，互联网正式商用后，三千亿万富豪崛起于星夜间，八千万英雄纵横疆场，通过联通原子（现实）世界与比特（数字）世界的桥梁，成就宏图之大业。

互联网，成为人类通向未来的大门，也成为人们成就梦想的摇篮。

上个世纪末的最后一段日子里，流传着这样一句话：如果你错过了互联网，你就错过了这个时代。

事实证明，这句话是有道理的，不信的话就看看今天的互联网英雄们吧，从杨致远、惠特曼、张朝阳、马云、丁磊到李彦宏、马化腾、扎克伯格、周鸿玮等，在那一串长长数字英雄名单上，我们看到的，是一个时代的背影，这个时代是属于互联网的。

今天，21世纪的第一个十年已即将过去，关于互联网的奇迹仍然在继续酝酿和演绎着，但是，这个时代的主色也已经在悄然发生着改变，相信活跃在这个时代中心的您一定已经感觉到了，因为诸如“创意”、“创意产业”“创意经济”这些字眼是如此频繁的进入我们的视野。

百度谷歌一下，与创意相关的网页已经超过了1亿个。

如果您觉得这还不够的话，看看约翰。

霍金斯在《创意经济》一书中的数据吧，创意经济现在每天创造220亿美元的产值，并以5%的速度递增，在一些国家增长得更快，美国为14%，英国为12%。

<<威客力>>

内容概要

比尔·盖茨，创意具有裂变效应，一盎司创意能够带来无以数计的商业利益、商业奇迹。

创意之父 约翰·霍金斯，全世界创意经济现在每天创造220亿美元产值，并以5%的速度递增。

中国创意经济的经典案例威客模式作为创意经济的先行者，可以为中国创意经济的发展提供一些思路

网赚秘籍 图书中有针对大多数人如何通过威客模式赚钱的详细教程，其中多为高级威客的心得体会

创业宝典 图书中对大量的案例做了分析对比，指出通过威客模式将有效降低企业成本，提高效率

作者简介

刘川郁，四川大学新闻传播研究所在读博士、资深新闻人。
擅长跨媒体传播策划，曾写作出版《正川密码》、《身边的武林》（第二作者）等图书。
陈晓华，现互联网媒介从业者。
曾任某财经杂志副主编，长期关注互联网新兴商业模式。

书籍目录

第1章 奇迹 联邦快递的丰碑 乔布斯与苹果 十年商业领袖 IT猪八戒第2章 颠覆 创意之力
下一个繁荣 技术向左, 资本向右, 创意向前 创意就是生产力 创意的时代已来临 创意就在民间
网络执政 你也是产品经理 最大的创意群体第3章 新模式 不卖货物卖智慧 虚拟电子商务
定位 从悬赏说起 防毒面具 网络招标 IT计件 传统模式Vs威客模式第4章 创意营销 威客营
销 威客营销三个阶段 新媒体摇篮 威客营销与新媒体平台 整合 互动的奥义 高效是必须的
威客营销形式与应用 威客先行者第5章 创意之星 自述必不可少 400万人的力量 掀起全球工作
革命 猪八戒新传第6章 向创意要增长 玩转威客 做一个创意者第7章 创意板上市第8章 威客带
来什么第9章 创业者福音第10章 威客时代后记 见证威客力量

章节摘录

插图：人力资本，是指存在于人体之中的具有经济价值的知识、技能和体力等质量因素之和。这是20世纪50年代后，由美国经济学家舒尔茨等首先创立的比较完整的人力资本理论中提出的新概念。

这一理论有两个核心观点：一是在经济增长中，人力资本的作用大于物质资本的作用；二是人力资本的核心是提高人口质量，教育投资是人力投资的主要部分。

同时，他也指出，人力资本是社会以及社会经济发展的最主要、最根本的因素，人力资本是社会经济发展的动力和源泉。

人类社会与经济之发展，本来就是以人为主体的，无论历史进入什么样的时期，人力资本都将以其主导地位的基本形态而存在着。

创意时代也是如此，只不过是人力资本的形态由过去的劳动力资本、生产技术资本为主，转化为以人力资本的知识与文化的创造力为主。

创意时代，是人力资本的发展进入高级形态的新时期，表现为，衡量社会人才的标准将以知识和文化并由此而产生的创意能力为核心，创意在经济发展中的地位与作用越来越明显，创意正在逐步主导着人类经济的历史舞台。

后记

毋庸置疑，威客群体如今已成为全球创意时代最大的创意群体。

他们以威客网站为基础，广泛而深入地融入社会生活的方方面面，在各个领域中都发挥着令人惊叹的力量，而本书就是威客和威客模式的代表之一。

本书从开始策划到编辑出版不过三四个月时间，全书共14余万字，如果按照传统模式来进行，要在这么短的时间内完成是不可想象的。

但是通过威客模式和威客，我们做到了。

由于威客模式还是一种正处于探索阶段的全新创意模式，加上时间以及个人能力的原因，本书中将不可避免地出现错误，部分观点和看法也不一定准确，期待各位读者批评指正。

参与本书编写的威客作者有数十位之多，其中最后入围的有四位主要作者和十余位参与作者，具体写作情况如下。

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>