

图书基本信息

书名：<<北京市文化创意产业集聚区案例辑>>

13位ISBN编号：9787802479685

10位ISBN编号：7802479681

出版时间：2010-4

出版时间：知识产权出版社

作者：侯汉坡

页数：203

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

资本时代已经过去，创意时代正在来临；谁占领了创意的制高点谁就能控制全球！
主宰21世纪商业命脉的将是创意！
创意！

创意！

除了创意还是创意！

——这是未来学家阿尔文·托夫勒在其《未来的冲击》中所预言的。

这一预言被很多人关注。

也使得英、美、日、韩等国家纷纷开始探索创意产业，加入到演绎创意经济的行列。

“创意产业”是作为一个全球性的热门话题，其迅速传播本身就凸显出新一轮全球化的特点。

近年来，这个政策性话语已经进入中国。

北京文化创意产业的发展在改革的大潮中逐渐地完成了起飞，其蜕变的过程，浓缩了几个时代的历程。

从概念的提出到政策出台，再到资本介入，短短几年的时间，文化产业完成了漂亮的一跃，逐渐介入到主流认同的历史声音中，不仅在去年冬天以来经受住了世界金融危机的考验，而且呈现出逆势上扬的态势，成为北京新的城市增长点和口号。

文化创意产业是指依靠创意人的智慧、技能和天赋，借助于高科技对文化资源进行创造与提升，通过知识产权的开发和运用，产生出高附加值产品，是具有创造财富和就业潜力的产业。

通俗地讲，文化创意产业基本上是要有三个面与它结合起来的一个全新的产业。

第一个，就是必须有很深的文化底蕴做基础；第二个就是创意，是说必须有很多好的主意，然后有好的创新思维，不能再用一个传统的思考逻辑去动作在它的身上。

内容概要

本书系统分析了北京市十一个文化创意产业、集聚区的成功原因、发展模式、机遇挑战以及相应的应对策略，对我国文化创意产业进行了一次实践层面的深入研究，这些归纳和总结，能对文化创意产业的相关主体进行引导和启发。

通过这些鲜活的案例，让读者能够从全新的视角领略北京文化创意产业发展的精髓，感受到创意无处不在，创意的火花随时可以出现，也能体会到它们在成功之前付出的巨大努力和经历的各种艰辛，其艰苦创业精神和永不放弃的执著值得读者学习。

作者简介

侯汉坡，汉族，1975年8月生，管理学博士，副教授，北京工商大学商学院物流管理系主任。毕业于北京航空航天大学经济管理学院管理科学与工程专业，承担国家软科学研究计划项目、国家科技攻关计划项目、北京市教委研究计划项目多项；为本科生和研究生讲授项目管理、管理决策模型与方法等课程，研究方向：技术创新与技术并购、区域可持续发展战略、项目管理。参与省部级研究课题8项，在《管理世界》、《中国软科学》，《财政研究》，《系统工程理论方法应用》、《系统工程》、《中国科技论坛》、《北京社会科学》等刊物发表文章20余篇，出版著作6部。

书籍目录

第一章 百工坊传统工艺美术基地 一、发展历程与取得的成绩 二、成功经验和独特之处 三、目前发展中存在的不足 四、下一步发展思路与设想 五、启示第二章 北京欢乐谷生态文化园 一、发展历程与取得的成绩 二、成功经验和独特之处 三、目前发展中存在的不足 四、下一步发展思路与设想 五、启示第三章 大红门服装服务创意产业集聚区 一、发展历程与取得的成绩 二、成功经验和独特之处 三、目前发展中存在的不足 四、下一步发展思路与设想 五、启示第四章 枫花园汽车文化创意产业集聚区 一、发展历程与取得的成绩 二、成功经验和独特之处 三、目前发展中存在的不足 四、下一步发展思路与设想 五、启示第五章 国家新媒体产业基地 一、发展历程与取得的成绩 二、成功经验和独特之处 三、目前发展中存在的不足 四、下一步发展思路与设想 五、启示第六章 琉璃厂文化街 一、发展历程与取得的成绩 二、成功经验和独特之处 三、目前发展中存在的不足 四、下一步发展思路与设想 五、启示第七章 宋庄原创艺术集聚区 一、发展历程与取得的成绩 二、成功经验和独特之处 三、目前发展中存在的不足 四、下一步发展思路与设想 五、启示第八章 中关村软件园 一、发展历程与取得的成绩 二、成功经验和独特之处 三、目前发展中存在的不足 四、下一步发展思路与设想 五、启示第九章 什刹海文化旅游区 一、发展历程与取得的成绩 二、成功经验和独特之处 三、目前发展中存在的不足 四、下一步发展思路与设想 五、启示第十章 中国(怀柔)影视基地 一、发展历程与取得的成绩 二、成功经验和独特之处 三、目前发展中存在的不足 四、下一步发展思路与设想 五、启示第十一章 中国木偶剧院 一、发展历程与取得的成绩 二、成功经验和独特之处 三、目前发展中存在的不足 四、下一步发展思路与设想 五、启示第十二章 启示之后的启示 参考文献

章节摘录

欢乐谷是中国人自己自主拥有的第一个主题公园连锁品牌。

以开发文化资源著称的华侨城集团，面对国际竞争国内化、国内市场国际化的竞争态势，丝毫不惧国际主题公园巨头，毅然举起中国主题公园民族品牌的旗帜，在深圳欢乐谷连续多次取得全国主题公园第一、香港迪斯尼开业后取得入园人数和收入增长20%、利润增长将近一倍的基础上，展开了欢乐谷主题公园连锁品牌在全国的战略布局。

在总体战略的指导下，2001年以来，华侨城北上京城，东指上海，西向三峡和成都，布局中国中心城市，目前已基本形成了全国性布点布局的区域扩张态势。

北京欢乐谷是系列欢乐谷的旗舰。

它凝聚了华侨城人对世界人文的理解，对中国欢乐梦想的追求。

它将以时尚、动感、欢乐、梦幻的人文魅力，成为北京体验旅游的重要标志，成为北京文化创意产业的重要项目。

华侨城集团以文化创意著称，2004年被文化部授予首批“十大文化产业示范基地”。

北京欢乐谷是华侨城集团以科学发展观为指导，根据文化创意产业和现代服务业的发展需要，以20年的专业积累，用四年时间倾心打造的。

文化创意的特性贯穿了其策划、设计、建设、经营过程。

北京欢乐谷具有丰富的文化产业资源。

北京欢乐谷拥有一个当代艺术中心、三个自有表演团体、四支国外表演队伍、五个大型表演剧场、五种艺术表演形式、六大文化主题区域、每天20多场文艺演出、拥有300多人的中外文化创意表演队伍。其中当代艺术中心是全国仅有的两家国家级美术馆之一的何香凝美术馆的分馆。

已经主办了“柏拉图和他的七个小精灵”等当代艺术展，并免费向社区和社会开放，为建设新型社区、引领社区文化作出了自己的贡献。

欢乐谷北上进京之路也是非常崎岖，充满坎坷的。

2003年，北京东四环四方桥东南一带没有繁华的商业街，没有成片的住宅社区，满眼荒凉。

就在这一年，朝阳区政府开始着手对这一片区域作重新规划，也是在这一年，华侨城集团开始酝酿北上计划。

华侨城在南方可谓是名头响亮。

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>