

<<创意的力量>>

图书基本信息

书名：<<创意的力量>>

13位ISBN编号：9787807066743

10位ISBN编号：7807066741

出版时间：2011-1

出版时间：许顺利 上海远东出版社 (2011-01出版)

作者：许顺利

页数：226

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>

<<创意的力量>>

前言

策划重要吗？

当然重要。

这是一个不证自明的命题。

从策划的角度看，人类的文明发展就是一种策划思想、方法和系统的发展过程。

无论是大国崛起，还是民族腾飞，溯源寻根，背后一定会有卓越策划的推动。

策划不神秘。

策划是人的基本的生命行为和智慧形式。

怎么吃饭？

怎么游戏？

怎么交际？

怎么竞争？

但凡一切生活内容，几乎都融入了策划的意识和冲动。

也许太普遍了，所以，也就不神秘了！

但是，卓越策划的效应总与神奇在一起，它往往能跳脱庸常，拆解习惯，在不可能处实现卓越，在不得其门而入的困境中破局。

这就是思想的力量，也是策划的力量。

十七大，中央提出“加快转变经济发展方式”的要求，将进一步改变以增量和粗放的方式发展模式。

努力建设创新型国家，就要大力发展创意产业，这是一个充满前景的智慧产业。

创意产业是在世界经济进入知识经济时代这一背景下发展起来的一种推崇创新、推崇个人创造力、强调文化艺术对经济的支持与推动的新兴产业。

在全球化趋势不断加强、国际间竞争日趋激烈的今天，以文化产业为核心的创意产业的发展规模和程度，已经成为衡量一个国家或城市综合竞争力高低的一个重要标志。

正因为如此，近年来不少国家和地区开始把创意产业作为战略产业和支柱产业，并采取相应的政策措施和手段来积极推动和扶持其发展，以达到进一步提升国家或城市的综合竞争力的目的。

在这根本性的转折前提上，创新和创意将成为必须的实现路径，战略和策略将成为首要的决策点。

在创新时代已经来临的今天，一流的策划人才在建设创新型国家中的重要作用日益彰显。

比如商业策划，从广告的创意到营销活动的推广，从产品开发到品牌规划，各门类、各行业都需要通过科学策划，以达到事半功倍的效果，实现经济效益与社会效应双赢的局面。

纵观我国目前的策划人才，数量少，策划从业人员占总就业人口的比例还不到千分之一。

水平参差不齐，有些策划人经过专业学习，却缺少实战经验；有的实战经验丰富，却缺乏系统的理论支撑。

因此，培养既有专业理论知识又具有实战经验的高级复合型策划人才已成为这个时代迫在眉睫的紧要任务。

<<创意的力量>>

内容概要

这是一本展示当代中国策划师作品和前瞻思想的访谈，内容包含营销、策略、创意、执行等，来自实战前线，是真正把策划学作为一门交叉学科和实践学科来详尽阐述的教程和策划人必读手册。

打开神秘的策划“月光宝盒”，不为人知的幕后故事，足以帮助同行在困境中破局。

<<创意的力量>>

作者简介

许顺利，资深策划人、出版人，复旦大学华商研究中心文化创意委员会主任，华商出版社总编辑，国际注册策划师职业资格培训高级课程教材主编。

先后为片仔癀药业股份有限公司、豫园商城股份有限公司、正泰电气股份有限公司等上市企业，以及知名品牌排毒养颜胶囊等进行广告创意和营销策划。

荣获2010年度中国创意学人称号。

<<创意的力量>>

书籍目录

邵隆图：海宝的见证高峻：梅高的生存哲学张小平：上帝就是你王强：创造商会的核心价值杨明星：感动于来自民间的传统文化何子云：用发现的眼光去创意丁翔：创新不欠地球的旅游方式王伟：从容是策划人的一种修养谢惠平：深深水，静静流李文：以到喜的名义杨洋：看见是因为想发现陈杨炎：科技创造美好生活杨云平：从油画到游画刘晓冬：拿什么擦亮“老字号”？王海洁：开创美好的创意人生孔令涛：引领是创意的真正力量后记

<<创意的力量>>

章节摘录

插图：王强：我们扮演了“红娘”的角色，利用《上海商报》独特的社会资源，促成中外商会与政府交流，与企业合作，与市场互动，从而赋予商会鲜活的生命力。

2006年，上海市安徽商会组织上海10多家异地商会的会长、秘书长赴大别山地区考察，《上海商报》作为唯一一家媒体参与了此次活动。

当时，我就意识到，在上海，商会的发展已逐渐成熟，亟需一个整合商会资源的平台。

在随后几个月里，我们对上海的异地商会作了深入调研，在与10多家异地商会相互协作的基础上于2006年9月8日成立了上海商报中外商会服务中心，以此作为众多商会搭建“大商会”平台的一个中介平台。

2008年6月17日，上海市工商联和《上海商报》联合主办了首届中外商会联谊会，美国、德国等众多外国商会都积极参与，很多在沪异地商会代表来这里交流后，感觉中外商会高峰论坛和联谊会办得很务实，使他们找到了发现商机、整合资源的平台。

同时，他们认为《上海商报》不仅有国内商会资源，还能充分调动国外商会资源，令他们不得不感到由衷钦佩，从而进一步提升了媒体的影响力。

《上海商报·商会周刊》近年来策划了几个影响力较大的活动，除L刚才提到的2008年6月17日举办的首届中外商会高峰论坛，去年最有影响力的就是组织30家商会“走进崇明看未来”，崇明隧桥于2009年10月30日开通，我们于9月23日带领30家商会、50位企业家走进崇明，这在上海在中国都堪称首次，后来“一桥飞架南北，崇明宝岛有商机”的宣传报道刊出后，社会反响强烈。

这个活动的成功关键在于我们把政府资源、商会资源、企业资源、传媒资源等进行整合。

否则，再好的创意也是难以达到活动预期目的。

<<创意的力量>>

后记

关于这本书，我讲三点。

第一，打开了神秘的“月光宝盒”。

我曾说过，我留意“黑马”，关注高峻已经很多年了，邵隆图先生也不会想到我常常夜访他的博客。他们之所以引起我的注意，是因为他们名震“江湖”的套路与众不同。

既不炒作，也不自我推销，却能在业界形成一股强大的气场。

还有杨明星先生，也是一位充满传奇色彩的《易经》文化学者，他有几次出山，我也在场。

他的“料事如神”，让我再次对大学者许倬云的“阴阳五行关注自然与神秘力量”这句话深信不疑。

今天，这些卓越的策划者，不经意间打开了神秘的“月光宝盒”。

其中，高峻的“品牌生态理论”，张小平的“黑马”观点，邵隆图先生的“看见与发现”，都具有很高的学术价值和实战指导意义。

他们应该载入史册。

第二，让更多人拥有话语权。

社会资源需要公平分配，话语权同样需要公平“发声”。

<<创意的力量>>

编辑推荐

《创意的力量:中国策划师访谈录》是一本展示当代中国策划师作品和前瞻思想的访谈，内容包含营销、策略、创意、执行等，来自实战前线，是真正把策划学作为一门交叉学科和实践学科来详尽阐述的教程和策划人必读手册。

“黑马大叔”张小平“中国元素”创始人高峻“海宝之父”邵隆图孔裔集团董事局主席孔令涛《上海商报·商会周刊》主编王强易经学者杨明星“儿童动漫俱乐部创始人”何子云知名旅游策划人丁翔上海鼎策CEO王伟杏花楼企划总监刘晓冬“水乡丽人”总策划谢惠平“到喜啦”网站创始人李文平面设计创意人杨洋拜耳品牌经理陈杨炎中国“环球游画”第一人杨云平国际注册策划师培训中心王海洁打开神秘的策划“月光宝盒”，不为人知的幕后故事，足以帮助同行在困境中破局。

<<创意的力量>>

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>