

<<创意经济>>

图书基本信息

书名：<<创意经济>>

13位ISBN编号：9787542624222

10位ISBN编号：7542624229

出版时间：2007

出版时间：上海三联书店

作者：(英)约翰·霍金斯

页数：250

译者：洪庆福,孙薇薇 刘茂玲

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>

<<创意经济>>

内容概要

《创意经济：如何点石成金》作者约翰·霍金斯致力于媒体商业，被誉为“创意经济”之父。
《创意经济：如何点石成金》主要探讨创意和经济学之间的关系。
创意并不新鲜，经济学更是老生常谈。
真正称得上新的是它们之间关系的特质和程度及两者如何结合，共同创造非比寻常的价值和财富。

<<创意经济>>

作者简介

作者：(英)约翰·霍金斯 译者：洪庆福 孙薇薇 刘茂玲

<<创意经济>>

书籍目录

新版前言 前言 第一章 专利的艺术 第二章 一流的才赋 第三章 知识产权的兴起 第四章 核心创意产业 第五章 管理创意 第六章 娱乐基因 第七章 结合科技，起身前行 第八章 见解之资本 致谢 注释 参考书目

<<创意经济>>

章节摘录

书摘第四章 管理创意 定律四：从事创意是份好工作。

万里之行，始于梦想；唯有对于梦想的坚信才能造就艺术家。

而艺术家正是我们这个时代所需要的企业家的榜样。

——欧内斯特·霍尔(Earnest Hall)，企业家兼音乐家鲍勃·格尔多夫(Bob Geldof) 鲍勃·格尔多夫是Boomtown Rats合唱团的团长，是Live Aid的创始人，同时也是位网络企业家。

把他看作经理人的典范或许多令人吃惊，但是，他确实印证了上面引用的欧内斯特霍尔的那段话：作为企业家的艺术家。

他单独工作，所有配备只是一部电话。

鲍勃曾告诉我：“我有四五间可使用的办公室，包括我的经理室、录音公司的那一间、Planet 24(他的电视公司，后来卖了)里的一间，以及deckchair.com的那一间。

但我从来没有去过。

我没有私人助理或秘书。

如果有了员工，你就会开始考虑他们，并对他们的想法产生兴趣，最后也就失去了思考和写作的自由。

”当初我之所以选择他，而不是某个更加循规蹈矩的人，正是因为事实表明他在创意上业绩不凡，创意产品层出不穷，而且处事风格不落俗套。

他高头大马，四肢修长。

在家时，常常喜欢信步弹着吉他，除了间隙打打电话，总是兴犹未尽的样子。

他属于那种精力充沛而不甘俗务的人。

当初我写信给他，要求和他会面时，许多朋友警告我，这些信可能会石沉大海，事情果然如此，很长一段时间内音信全无。

四个月後，电话上才留有一个信息，只是寥寥数语：“我们见个面吧。

”他的同事瓦西德·阿里(Waheed Alli)，也就是如今的阿里爵士，坚持要给他装一台传真机，当他拒绝时，阿里偷偷溜进他房间装了一台。

这并没有讨格尔多夫的好：“传真纸用光了，我没有换新的。

把阿里着实气了一顿。

”他没有答录机，也不用电子邮件。

我告诉他我对他的感觉，认为他是一个十分保护自己的内心和灵魂的人。

他答道：“我对你所说的一无所知，但是我不会做和自己背道而驰的事情。

我和其他人，尤其是那些了解我的人都不会认同这一点。

”他可以同时把手头很多事情处理得井井有条，任何一位流行巨星都相形见绌。

当我告诉他这些时，他先是表示认同，但是很快觉得索然无味，说道：“如果我的思想接受不到刺激，没有什么事情让我眷顾，或者不能一直保持活力，那么，我不仅会变得忧郁，也会倍感无聊。

当你连从沙发上站起来都很费力，根本无法面对新的一天这并不是丘吉尔的“黑狗”那样的抑郁；这种抑郁看起来无休无止，令人活力不再。

”我问当他心情沮丧时能否写歌填词时，他说：“没错，这是写歌的最佳时刻。

抑郁是一种疲倦的状态，这时，前意识和潜意识不断冲突。

这是个混沌不清的时刻，一个微醺的若即若离的时分。

而正是在这时，人也就豁然开朗了。

”但是，他也有时候什么都写不出来。

我们见面时，因为和妻子宝拉·雅兹(Paula Yates)离婚，格尔多夫已经约有四年没有写歌了。

他曾经写过几百首诗——正如他所言：“灵感所至，妙笔不止。

”——但是，没有一首歌。

为此，他解释道：“歌曲创作是不同的过程，完全没有想到要写歌。

”“完全”这两个字是蹦出来的，掷地有声，情绪很激动。

<<创意经济>>

当目睹非洲可怕的饥荒，觉得不能再袖手旁观时，格尔多夫有了创立Band Aid的构想。第一张Band Aid唱片在1984年募集到800万英镑；1985年，两场Live Aid演唱会又募集了5000万英镑；1996年，Sport Aid募集到5000万英镑。Band Aid曾一度拥有600辆卡车和12艘船舶。

把构想转化为事业并付诸行动，既需要原始构想（“无中生有”），也需要使之发生的努力。他认为凡事都可转变成两个问题，即“为何？”和“何不？”无聊和想象力是烈性鸡尾酒。

一天晚上，格尔多夫和Boomtown Rats成员在华沙散步，发现这座城市的年轻人完全没有夜生活。于是，他研究起人口学来，捕捉到娱乐会所的商机，并帮助别人创立了原子俱乐部（取这个名字是因为该俱乐部租用了一座废弃的防核弹掩体）。

这让我想起特伦斯·康伦的一席话——了解历史、理解所发生的事情，看到市场的商机。格尔多夫对传统旅行社感到灰心失望，就创立了旅行网站deckchair.com。

他说自己的人生是“不安分和自律”的结合体，来自于打破常规和发明。

“或许这是陈词滥调；但是，我发现商业和任何其他事一样，是具有创意的。在董事会会议这样枯燥的氛围中，也可能产生思想的撞击，创造和促成更多的创意。”

对格尔多夫而言，商业就像写歌一样具有创意，只不过不像写歌那样仅靠一己的努力就能成功。商业构想或许是个人的；但是商业计划却不然。

格尔多夫写歌时，作品和表演永远属于自己；但是，他的商业思想却是非个人的、得接受市场的考验。

格尔多夫能从一首“发挥作用的歌”中得到最大的满足。他是个能发挥自己最大天赋的企业家；但是，他并不是一个一眼就能认出的企业家，也不是一个一样就能认出的作曲家和表演者。

或许“一眼就能认出”这个词用在两个角色上都不十分贴切。显而易见，从任何通常意义上来说，他都不是典范。

但是，一旦涉及他的自我管理、他自己的歌、乐团、Band Aid、Live Aid和网络公司的创建时，他都能干得有声有色。

（P130-P132）

<<创意经济>>

媒体关注与评论

书评 约翰·霍金斯先生是杰出的经济学家，创意产业之父。

——CCTV 这本书起到了一个重要的引见作用，带领我们走向一片美丽新世界。

——《星期日泰晤士报》 对沉迷于创意行业的人们来说，这是一本真正实用的指导书。

——The Director 杂志 约翰·霍金斯谨慎地从创意的诸多闪光刻面着手，发掘出令人惊奇的事实。

——《经济学家》 作为一个自由作家，我对这本书的副标题着迷，如何通过创意赚钱。

——《卫报》 对那些试图将创造力与生意头脑融合起来的人来说，本书提供了一个参考。

——世界知识产权组织 这本书某种程度上是我在澳大利亚政府创新中心工作时的圣经，因为霍金斯说，我们所有人都具有创新精神，都能够参与到(创意经济)这一全球范围内增长最快的产业部门中来。

——David Bartlett，澳大利亚下院议员 一本具有开创意义的书。

——波士顿市创意经济中心 新主意、创造力、想象力和创新力构成了《创意经济》，而本书的作者、致力于媒体商业的约翰·霍金斯正是“创意经济”之父。

——Adolfo Menezes Melito，巴西圣保罗市创意经济研究所所长 全景式地考察了“版权产业群”。

——Caslon，堪培拉 这本书引起了整个媒体界的关注，完全没有行话，充满了崭新的真知灼见。

——Innovaro，阿姆斯特丹 约翰·霍金斯先生是创意经济领域的大师。

——汉城商会 一本开卷有益的书 ——NMK商业信息中心，伦敦 阐明了创意经济为何将成为21世纪的主导经济形式。

——东京Marubeni研究所

<<创意经济>>

编辑推荐

这一新版的《创意经济:如何点石成金》在原书的基础上作了修订，收入了对世界上15个创意产业的全新分析，展现了其急剧的变化。

对那些试图将创造力与生意头脑融合起来的人来说，《创意经济:如何点石成金》提供了一个参考，它将带领每一位读者走向一片美丽新世界。

<<创意经济>>

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>