

中文摘要

《创意经济大视野》是中国社会科学院文化研究中心与澳大利亚研究委员会创意产业及创新研究中心的合作项目，计划每年出版一本，以中英文两种文字出版，全球发行，目前出版的是第一辑中文版。

《创意经济大视野》的约稿对象是国际著名文化创意产业学者和政策研究人员，内容大多为作者授权首次出版的文章，也有一些英文已经出版过，但是中国读者会有兴趣的文章。本书内容覆盖创意经济所有领域。设计话题包括：创意经济（定义、问题、理论以及观点）；对于全球文化与传媒产业的经济分析与统计分析；政策动向（有关创新、保护、自由化、地区发展）；新媒体和知识密集型产业的发展动态；传统和非物质文化遗产保护；地区观点（拉丁美洲、北美、亚洲、欧洲、大洋州）；以及名人访谈（政策制定人员、资深演员、政治活动家等等）等。

本书为《创意经济大视野》的第一辑，内容涵盖从理论概念分析、政策源流梳理，到产业和国别分析，以及创意企业流程管理，涉及领域广泛、内容丰富、观点新颖、数据翔实，是我国文化创意产业研究、教学、政策制定者、以及广大从业人员不可多得的珍贵读物。

2009年是中国文化创意产业进入新的发展阶段的重要年头，在《文化产业振兴规划》出台的有力推动下，全国各地发展文化创意产业的积极性空前高涨。这时，尤其需要通过权威的而不是随意的渠道，及时地而不是过时地了解全球文化创意产业发展的情况。中国社会科学院文化研究中心自成立以来，一直站在文化产业的政策研究第一线，以权威的信息发布服务于中国文化产业的发展，本书的出版将在文化中心的年度出版物中增加一个重要的新品种。

需要说明的是，本书作为国际文化创意产业年度性研究报告文集，与中国另一本出版物《国际文化产业年度报告》形成姐妹关系，两本书一本侧重最新形势分析和政策评估，一本侧重于最新理论研究，可谓内容互补、相得益彰。

目 录

编者前言	/ 001
创意产业的演化——创意集群、创意公民和社会网络市场	... 约翰·哈特利	/ 001
创意产业路径：我们从哪里来，到哪里去？ 彼得·席格斯	斯图亚特·坎宁安 / 021
创意产业政策中的证据和意识形态 凯特·奥克利	/ 049
创意产业与文化产业：界定二者关系之痛 西蒙·鲁德豪斯	/ 057
文化经济：一种批判性的述评 克里斯·吉布森	江莉莉 / 074
创意的未来：英美之道 安德鲁·罗斯	/ 111
文化科学宣言 科特·多波伏	詹森·波茨 / 126
创意产业业务流程管理 斯特凡·塞德尔	迈克尔·罗斯曼 / 137
管理者能为创造力做些什么？创意产业中的创意管理 克里斯·比尔顿	鲁斯·里尔瑞 / 150
教育：高重要性和低相关性 安瑞卡·麦克威廉	/ 172
新媒介，新经济学 司徒华·卡宁汉	翟森·包茨 / 190
基于语义和语境的数字化文化产品检索 宾·帕姆	张晶兰 艾尔弗雷德·南特 / 204
日本的广告创意：跨文化与跨行业对比 布赖恩·莫伦	/ 230

INTERNATIONAL PERSPECTIVES ON THE CREATIVE
ECONOMY Volume 1

Table of content

Foreword.....	001
The evolution of creative industries: Creative clusters, creative citizens and social network market.....	John Hartley/ 001
The path of creative industries: Who do we come from and where are we going.....	Peter Higgs and Stuart Cunningham/021
Fitted up: evidence and ideology in creative industries policy	Kate Oakley/049
Creative or cultural industries: the torturous business of defining relationships.....	Simon Roodhouse/057
Creative economy: a critical review of the literature	Chris Gibson and Lily Kong/074
The Future of Creation: British and American Approaches	Andrew Ross /111
A Cultural Science Manifesto.....	Kurt Dopfer and Jason Potts /126
Business process management: creating value in the creative industries	Stefan Seidel and Michael Rosemann /137
What can managers do for creativity.....	Chris Bilton and Ruth Leary/150
Education: More Important and Less Relevant Than Ever	Eric McWilliam/172
New media and new economic	Stuart Cunningham and Jason Potts /190
Enabling technology applications for semantic and context-based retrieval of digital cultural objects	Binh Pham, Jinglan Zhang and Alfredo Nantes/204

Advertising Creativity in Japan: Towards a Cross-Cultural and Cross-Industry Comparison

.....Brian Moeran/230