

OPEN THE
MAGIC BOX
OF CREATIVE ECONOMY

打开 创意经济 的 魔盒

传统的经济是“身躯经济”和“腿脚经济”，从数学上讲，是加法和乘法；而创意则是“头脑经济”，是几何级数的增长，是倍率。“创意”之所以重要，不仅因其文化特征，而且更因其是竞争力的比较优势和基本要求，是新经济的引擎。

■刘汉太 著

中国铁道出版社

OPEN THE
MAGIC BOX
OF CREATIVE ECONOMY

打开
创意经济
的
魔盒

■刘汉太 著

中国铁道出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

打开创意经济的魔盒/刘汉太著. —北京: 中国铁道出版社, 2007. 1

ISBN 978-7-113-07685-6

I. 打… II. 刘… III. 文化—产业—研究
IV. G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 158747 号

书 名: 打开创意经济的魔盒

作 者: 刘汉太 著

出版发行: 中国铁道出版社 (100054, 北京市宣武区右安门西街 8 号)

策划编辑: 郭 宇 王淑艳

责任编辑: 王淑艳

印 刷: 北京市彩桥印刷有限责任公司

开 本: 700mm×1 000mm 1/16 印张: 17.5 字数: 277 千

版 本: 2007 年 1 月第 1 版 2007 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-113-07685-6/F·466

定 价: 35.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书, 如有缺页、倒页、脱页者, 请与本社发行部调换。

编辑部电话: 010-51873027

发行部电话: 010-51873117



打开创意经济 的魔盒

OPEN THE
MAGIC BOX
OF CREATIVE ECONOMY

人类从来都不缺乏创意:中国的青铜器,埃及的金字塔,古巴比伦汉莫拉比法典,玛雅空中花园。然而这些文明的产物在漫长的历史长河中,可以说并未改变人类个体的命运,只有少数人享受这些文明。今天,创意与经济的联姻,改变了每一个人的生活,它不再是少数人的专利,它不再有国别,它像呼吸一样存在于世界每一个角落。《打开创意经济的魔盒》可以滋长见识,开阔思维,让灵感飞起来……



刘汉太,江苏南通人,武汉大学汉语言文学专业毕业,中国作家协会会员,中国信息大学教授、创意研究所所长。著有《寻找巨人》《狼性高原》《断肠草》《中国的乞丐群落》《黑洞》《冰点极光》《少女的冰酒》《阳光与大地》《飞跃九重天》《为了至高利益》《货币大沉浮》《炫一族》《非常态突起》《消费的福祉》等作品600万字,其中《中国股市风云录》获1993年中国作家报告文学奖,《寻找巨人》获“纪念毛泽东诞辰100周年征文”一等奖,部分作品被译成英、日文在海外出版。

BLOG: hantailiu.blog.sohu.com

责任编辑:王淑艳

封面设计:  大众设计工作室 尹帅
DESIGN OFFICE 010-64608068

序

迎接第八次经济浪潮

进入新世纪以来，全球经济以空前的发展速度突进，超过了过去任何一个历史时期，超过了30年、50年、100年甚至更长时间。

造成经济快速增长的原因之一，便是互联网技术的发展引发的信息革命、全球化、知识经济和网络商务，推动了经济体制与经济模式的革新、嬗变与飞跃。所谓网络经济，就是信息和知识的生产、获取和使用的经济活动，通过互联网从事一切经济活动的总和。网络经济是服务经济和信息经济的有机结合，一种不同于传统产业的更高阶段的直接生产方式，是借助网络工具和传统模式结合的智慧文明形态。根据刘汉太同志书中的说法，人类社会在经由计算机技术、信息革命、网络经济、搜索引擎后正在进入创意经济时代，新的第八次经济浪潮正在拍打市场堤岸和我们的脑门。

我非常同意他的观点，因为我们正在进入一个以形象力与创造力为特征的“创意经济”时代——传统的依靠资源、技术、资本的时代正被创意所代替。按照《朗文当代英文辞典》的解释，创意一词本意是指“原创性、独创性、创造力”的意思。创意包含着创新的全部内容和竞争的密码，它是未来财富的重要来源。

“尽管创意总是和创造力联系在一起，但创意的内涵显然比创造力更为确切，它强调的是有远见、有目标、有目的的创造力。创意经济的发展更是一个持续的过程，所有事物的处理之道都不是定局——它是动态而非静态的，关乎一个行业主要的内因、发展趋势以及市场需求。创意模式应该嵌入经济运行的肌理，亦即其产业、环节与权力结构。也正因此，从事创意经营需要高度想象力的发挥，需要包容不同的专才，需要与所有志趣相投的团队一起进行多样的采集、取舍、过滤、兼收并蓄，以期实现完美的结局”。作者的概括非常精辟和精彩。

早在 20 年前，英国就开始转向“创意产业”，不仅提出明确的概念，而且探讨出一套理论。20 世纪 90 年代，美国人领悟到知识对于经济的辐射作用，强调知识、经验、概念、发明等“脑力经济”是重要的生产方式和经营方式——知识改变命运，信息创造财富。

“创意”的地位之所以重要，不仅因其文化特征，而且因为创意是竞争力的比较优势和基本要求，是新经济的引擎。传统的经济是“身躯经济”和“腿脚经济”，从数学上讲，是加法和乘法；而创意则是“头脑经济”，是几何级数的增长，是倍率。所以，诚如汉太所言，无论是国家战略、城市定位、企业经营、品牌打造还是个人成功，都需要尊重创意、研究创意、发掘创意、发展创意，造就创意成功的最大值。

汉太本人就是创意的追求者。他曾在国务院发展研究中心工作多年，对宏观经济颇有心得，在宏观形势、城市发展研究方面颇有建树，他的勤奋读书、耽于思考的习惯，尤其是对社会发展趋向和经济前锋问题的探索取得了许多成果。他研究金融危机处理的《货币大沉浮》、描述股票市场的《中国股市风云录》、总结抗击“非典”经验的《非常态突起》、探索“消费—福利”模式的《消费的福祉：通往均富的第三条道路》都在业界引发反响，好评如潮。现在这本《打开创意经济的魔盒》从论点、论据到事实阐发，也是简洁明快，鞭辟入里。作为同行和朋友，我认为本书的成功有三：一是立意高远，始终站在全球制高点上审视“创意”问题；二是论据充分，不是干巴巴的说教，而用生动的事例来加以说明；三是文字优美，语言活泼，可读性强，极富感染力。当然最重要的，是书中关于创意的本质、创意经济的范畴、城市创意的重要性、文化“软实力”的打造、网络之于创意的“黑海效应”、创意阶层的诞生、如何开发创意潜质、走出他人影子、如何通过“创意创造财富、创意成就未来”的观点，无不使人如沐春风、若饮甘泉。

生活之树长青，理论就是灯塔。随着经济的发展，我们需要更多通俗性普及性的经济读物，我们需要更多理论专著引导我们走向未来。值此刘汉太同志《打开创意经济的魔盒》出版之际，我谨写下上述文字，是为贺，是为序。

孙 健（中国科技大学教授、国际经济研究所所长）

2006 年 12 月于北京

目录 CONTENTS

第一章 创意时代来临

浪漫的背后 / 3

Originality 的魔力 / 6

一场深刻的革命 / 10

第二章 新经济的引擎

艺术、文化与国家对策 / 25

思想——新的洞见——替代物质材料和纯人力的投入 / 31

欧洲的榜样 / 36

全球“四大创意中心”的形成 / 41

联合国的推动力 / 51

第三章 把灵感投进市场的喧嚣

创意始于构思 / 55

支撑经济的文化底气 / 58

设计至上 / 64

直接把脑波转化为财富 / 69

创意高于“点子” / 72

引领创意潮流的四条新规 / 77

第四章 无所不在，无所不能

一切皆可改变 / 87

99°+1° / 90

自己动手 DIY / 94

我们如何防止“创造性破坏” / 99

永远对未知“格子”保持谦卑 / 103

第五章 文化：统率力、叠加力与拓展力

文化力就是“软实力” / 112

文化与经济的完美婚姻 / 118

用手指点亮蜡烛 / 125

精心打造自主品牌 / 128

向矿藏的深层掘进 / 132

第六章 网络：极速战略与蓝海效应

像呼吸空气一样呼吸网络 / 139

在实时间和虚空间淘金 / 144

和魔术师一起跳舞 / 150

开发博客资源的“超级星球” / 155

第七章 “创意之都”的法门

“创意城市”：概念与模板 / 164

衡量城市等级的砝码 / 168

“秀 (Show)” 出你的个性 / 175

提供想象力的源泉 / 181

把品牌用到极致 / 184

用一根牙签撬动地球 / 187

第八章 “创意阶层”的崛起

“小燕子”神话

——一个人带动一个产业 / 194

上海新天地的奇迹

——风水场产生聚集效应 / 196

漂移的大陆

——移民潮造就“北漂一族” / 198

三里屯的粘性

——市场凝聚“羽毛相同的鸟儿” / 201

中国的班加罗尔

——政府“打包”创意团队 / 203

东湖光谷

——硅谷模式的克隆 / 205

宁林的翅膀

——改头换面的革命 / 209

感召的风笛

——蒙代尔、李政道、安德鲁与中国 / 212

“沃客”浪潮

——新自由派的诞生 / 214

第九章 逃脱他人的影子

三足鼎立的炎黄二帝 / 221

飞机上撒手表 / 223

空中廊桥 / 224

台风博物馆 / 226

娃娃鱼故事 / 227

从卤水到死海 / 229

马岩松和“玛丽莲·梦露” / 231

一句话成就一个王国 / 233

一只小熊的财富风暴 / 235

龟友俱乐部 / 237

“性用品大王” / 239

“视听雕塑”的诞生 / 240

迪拜梦工厂 / 242

第十章 开发你的“创意潜质”

保持敏感的鼻子 / 250

自主将创意与日常工作剥离 / 251

当一回“漂流瓶” / 253

去图书馆找灵感 / 254

与各种圆间相切 / 256

因错找对 / 259

敢于接招 / 261

他人的天堂 / 262

第十一章 明天，与创意一起狂欢

“创意市集” / 269

第八次浪潮 / 270

重视未来的知识 / 271

第一章

创意时代来临

这是个变化万端的年代，新的东西使人目不暇接；
这是个速度制胜的年代，财富榜的更新比流星迅疾；
这是个比拼脑力的年代，实力的对抗已经不是硬件；
这是个奇思妙想的年代，No.1 的秘密就在创意。



这是个变化万端的年代，新的东西使人目不暇接；
这是个速度制胜的年代，财富榜的更新比流星迅疾；
这是个比拼脑力的年代，实力的对抗已经不是硬件；
这是个奇思妙想的年代，No. 1 的秘密就在创意。

人类社会的发展正经由资本文明向智慧文明转变，无论你处在哪个角落，你注定无法逃脱它的冲击。

创意经济时代已经来临，它将重构我们的现在与未来。

浪漫的背后

位于加州硅谷小山景城的大本营装饰豪华得像传说中的仙女神洞：门户玄关上几百盏迷幻熔岩灯眩人眼目，健身球与 M&M'S 巧克力触手可及，瑜珈室与游泳池比邻相望，电动滑板车和幼儿玩具车在办公室间穿梭，透明写字间内的职员们边翻弄画报边呷着咖啡聊天，一旁更有人兴趣盎然地玩着电子赛车游戏……

这可不是公园，休闲俱乐部，而是举世闻名的 Google 公司的总部。

你绝对想象不到，职员上班可以不打卡，可以自己确定“迟到”或“早退”；可以带“Boy”或“Girl”；可以牵上自家的狗；可以躺在沙发上看书；可以几个人聚一块儿争论得面红耳赤；也可以累了时跳进游泳池泡个澡；或者在美容室理个发，按摩室捶捶背，娱乐室听听音乐，蹦蹦迪斯科，骑骑电动玩具车，打打沙滩排球，晃晃秋千七翘板……

可是 Google 的发展就得益于这样一群“吊尔郎当”“异想天开”的年轻人，他们有的在玩扑克牌时诞生“免费邮箱旁挂广告”的念头，有的喝咖啡喝出“交换推广”“杀手培养计划”“把链接权卖给对手”的灵感，有人像骑自行车兜圈一样坚持“依靠简约、典雅、整洁的界面打天下”的老主意……

公司的首领谢尔盖·布林的桌上堆放着漫画、画报、玩具，他还爱打滑板曲棍球；另一位领导人佩奇爱帆船运动、摇滚乐和吹萨克斯管，

打开创意经济

魔盒

办公室里挂着超写实主义的印象派油画，空气里弥漫着薰衣草的味道。

他们两人都不喜欢穿正规的西服和打领带，但爱穿运动鞋、休闲装及白大褂，嗜好咖啡、矿泉水和冰酒，举手投足间充满孩童的天真和浪漫的气质。

——这就是号称网界王牌的 Google 公司的特色。

以发明搜索引擎著称的 Google 公司，市值为 100 亿美元，年盈利 13 亿美金，可它的发展时间仅有 5 年。

在如此短的时间里以如此高的速度创造如此辉煌的业绩，Google 靠的是什么？

在浪漫和奇迹的背后，隐藏着什么秘密？

答案只有两个字：

创意（Originality）。

在搜索领域，Google 并不是第一个吃螃蟹者，但它却是第一个在这个领域最有创意的登峰造极者，它的成功洗亮了员工的眼睛，引起了同行的嫉妒，激起了网民的疯狂，因为它改变了人们对网络的看法，让网络变得丰富、明慧和平实，实现通过网络创富的梦想。

Google 属于“黑马”，几乎在一夜之间成名，它使那些经受过纳斯达克风暴打击的硅谷子民再次看到创意成就奇迹的希望。

世界互联网的发展在经历过工具时代、烧钱时代之后正在进入务实时代，网络与传统经济的结合使它焕发出新的魅力，从信息存储到视频聊天，从链接转移到呼叫下单，从数据分析到货币结算，从讨论对话到现场 PK……

Google 点石成金的功能令人刮目相看。

按照一般人的想法，创意设计师是这样一群人，他们长着和我们一样的大脑，却总有不可思议的火花迸发出来；他们好似单枪匹马的佐罗，但武器由长剑改成了鼠标；他们只要苦思冥想就能才思泉涌，创意设计者大多习惯单打独斗……

可事实并非如此。

关于创意，我喜欢的定义是：在能力范围的边缘思考，而非中心。

面对复杂的经济问题，解决的方案往往来自我们知识的临界，也往往由某几个专家在其领域的临界上努力。原由在于，当今单项专业训练的轴心，所能显露的内容已经越来越少了；当我们越来越清楚所有的事



物都无可避免地相互关联时，单个专业领域提供的知识已经不够了。这并不是贬低专业人员，而是现实需要多方面的专业和通才，需要相互吸收，补充，协调，共同运作。

尽管创意总是和创造力（Creativity）联系在一起，但创意的内涵显然比创造力更为确切，它强调的是有远见、有目标、有目的的创造力。创意经济的发展更是一个持续的过程，所有事物的处理之道都不是定局——它是动态而非静态的，关乎一个行业主要的内因、发展趋势以及市场需求。创意模式应该嵌入经济运行的肌理，亦即其产业、环节与权力结构。也正因此，企业的创意经营需要高度想象力的发挥，需要包容不同的专才，需要与所有志趣相投的团队一起进行多样的取舍、过滤、兼收并蓄，以期实现完美的结局。

所以，我们见着了 Google 公司的非同寻常的作派。

自从 1962 年马萨尔·麦克尔汉第一次在书中使用“世界村”的词汇，“共享性”“互利性”就成为人们的渴望，“信息搜索”的学问逐步兴盛起来——人们希望借助电子计算机的手段，运用数字化的存输方式搜索、应用资料，让网络在信息化方面变为实用的工具。

Google 在风险与创新之间找到了最佳平衡点……

Google 的创意把人们的希望具象化了——到目前为止，它已留存、搜集、整理成为搜集网页最完整的“百科全书”。10 058 044 652 个网页、15 亿张图象，据说摞起来有 500 英里高，首尾连接可绕月球 10 圈。

Google 创造的“网页排序”技术，颠覆了依赖网页文字排序和单一的链接方式的传统，它以精确性、海涵性、实用性以及速度、Page-manker 技术的完美结合使“信息检索”实现了质的飞跃。

Google 更发明的“价值始于 OP”“速度快比慢好”“信息永远累积递增”以及“信马由缰的管理造就发明天才”的信条，推动了新一轮信息革命。

“Google”的作为一如它的富于隐喻的名字——10 的 100 次方——一个表示倍增的巨额数字的用语，它像宇宙一样充满了多层空间的叠加和无限的排列组合，仿若《黑客帝国》诠释的未来时空，向我们开启了一扇通向无限与永恒奥秘的大门。

——这就是创意的特质，创意的能量，创意的魔力！

Originality 的魔力

资本时代已过去，创意时代在来临；
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。

此言一出，立受关注。

弗里茨·马尔科普和彼得·德鲁克很早就预测了知识经济的发展和知识工人的重要性。这使得英国、美国、芬兰、日本、韩国、新加坡等国家纷纷加入到探索创意产业、演绎创意经济的行列。

1990 年，美国成为最早对“创意机构”有所定义的国家，利用“版权产业”的概念和“项目权利金”来计算这一特定产业对美国整体经济的贡献。

1993 年，澳洲出台创意文化政策文本：《创造性的国家》。

1997 年，芬兰组织“文化产业委员会”，打造最具竞争力经济体。

1998 年，英国创意产业特别工作组首次对“创意产业”进行了定义：“源于个人创造力、技能与才华的活动，而透过知识产权的生成和取用，这些活动可以发挥创造财富与就业的成效。”根据这个定义，英国政府将广告、设计、电影、出版等 13 个行业确认为“创意产业”。

同一年，韩国成立了专门为创意产业服务的文化产业局，随后制定了文化产业振兴基本法……

在全球智慧和劳动力合作无间的“扁平世界”，谁发明了“控创权”谁就能站在全球化产业链的顶点，诚如约翰·霍金斯在《创意经济》中所言：“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%。2004 年，七大工业国中半数的工作人口从事创意产业，而且它的增长速度比传统服务业快两倍，比制造业快四倍，这意味着，创新将成为经济主流。”

事实上，一如约瑟夫·奈所比克所描述的——那些重视和发展创意