



中国创意教程
创意中国系列丛书

丛书策划：邵 岩
总 编：廖 灿
执行主编：陈雪涛

创意中国

IDEA CHINA

廖灿■主著

全景展示中国创意产业发展蓝图
倾情关注中国创意人才培养前景
创意引领中国新经济；
创意产业是中国新世纪最大产业；
创意策划人才是中国未来最热门人才！



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

中国创意教程 创意中国系列丛书

丛书策划：邵 岩

总 编：廖 灿

执行主编：陈雪涛

创意中国

廖灿■主著



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

创意中国/廖灿等编著. —北京: 中国经济出版社, 2007. 10

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8222 - 2

I. 创… II. 廖… III. 文化—产业—概况—中国 IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 126613 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 邵 岩 (电话: 68319114)

责任印制: 常 毅

封面设计: 任燕飞装帧设计工作室

经 销: 各地新华书店

承 印: 人民美術印刷厂

开 本: 787mm × 980mm 1/16 印张: 18.75 字数: 310 千字

版 次: 2008 年 1 月第 1 版

印 次: 2008 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 8222 - 2/F · 7217

定 价: 38.00 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68369586 68346406 68309176



廖灿 作者简介

男, 现年36岁, 曾任教师、经营总监、主编、策划顾问等, 系青年作家, 国际注册商务策划师, 人事部高级商务策划师兼培训师。中国生产力学会策划专家委员会策划专家委员, 全国高科技文化创意产业委员会秘书长, 中央电视台《精彩中国》栏目总创意, 北京财商国际文化机构策划总监等。曾服务于远大空调、广通集团、电广传媒, 擅长品牌传播、营销策划、创意咨询等, 担任多家企业品牌顾问工作。

主编《金牌策划》(一至五部)、《金典商理》、《商务策划实务教程》、《财商策划》、《开启财富之门的三把金钥匙》、《领导的五商诊断与修炼》等, 策划推出《商标品牌打天下》、《创意中国》丛书等。作品纳入国家“十一五”规划课题并被全国多所高校和培训体系选为教材。创意承办财商国际(名企高校)论坛、北大讲坛策划论坛、全国商务策划师年会、全球华商领袖年会、中国财富精英论坛暨全国创意策划代表大会、创意财富大讲坛等。

应邀出席国内外百余场研讨报告会, 在北大、人大等院校及人大会堂进行论坛讲座, 深受企业及学员好评, 受聘为多所大学客座教授, 兼任中国策划学院副院长, 中国创意学院常务院长, 积极推动中国创意策划人才的培养发展。

电子邮箱: awbsa@vip.sina.com

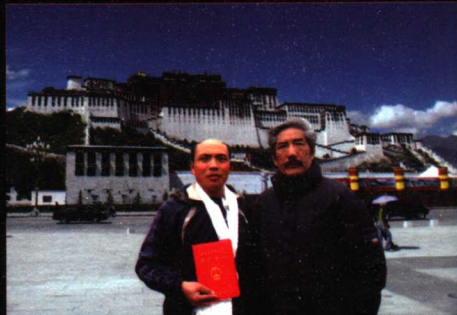
网 址: www.awbsa.com

联系电话: 010- 81694568

13381026888

通讯地址: 北京林业大学236信箱

邮政编码: 100083



本书执行主编、财商国际驻西藏首席代表陈雪涛（左一）与著名民间中藏医专家、国际医学博士齐母·洛桑旦增先生留影于布达拉宫广场。

创意中国坊

创意中国，策划天下。北京财商国际文化发展中心致力于拓展21世纪文化创意产业，搭建财智对接平台，铸造商务人士创意中国坊。

作为专业文化产业品牌机构，开展品牌推广、宣传展示、书刊出版、活动策划、商务培训、项目咨询等工作，打造商务策划系列丛书及中国财商国际脑库文化品牌工程。多年来推动商务策划事业发展，商务策划师已成为国家四大部委确认的新职业。财商培训已列为国家“十一五”科研课题向全国推广。

北京财商文化机构在国家相关部委和机构扶持下，通过一套书、一个学院、一个栏目的“三个一工程”：即与中经社推出中国创意培训教程；联动全国高科技文化创意产业委员会及全国高校加强中国创意学院网络建设；与CCTV网络电视、中国企业家世纪论坛等推出《创意财富大讲坛》，继而联办2008北京华商创意峰会。推动创意产业和创意师的培养和发展。

欢迎创意智囊人士加盟团队，愿与海内外文化创意界精英人士精诚合作，共绘创意中国产业的美好未来。

北京财商国际文化发展中心

财商网址：www.awbsa.com

中国财商国际脑库

电子邮箱：wbsa@awbsa.com

联系电话：010-62992008

通讯地址：北京市海淀区永泰东路19号
怡清园3-17-801

邮政编码：100085



本书导读：

- 创意产业是中国的新兴产业，也将是中国的最大产业。
- 时下，创意产业是一个热门话题，它吸引了全世界的眼球，形成了一幅巨大的浪潮。到目前为止每年创造的产值为220亿美元，并且每年以5%的速度递增。在英国、美国、日本等国家，创意产业已成为经济发展的支柱产业，增加值超过GDP的1/5。
- 创意产业呼唤创意人才。在创意人才培养方面，日本创意、创造学校已达5000余所、创意人才5000万。美国创意人才也有3900万，而在我国，创意性人才不到10万人。伴随全球创意经济巨大浪潮的崛起，我们亟需提同对创意产业的认识，亟待培训优秀的创意人才。
- 本书是中国创意产业、行业、人才、城市的全景剖析式读本，不仅可作为创意师、策划师、设计师、营销师等创意专业人士创意培训教程，也适合传媒人、影视人、广告人、出版人等相关创意人士借鉴阅读。

中国创意教程编委会

特别顾问：约翰·霍金斯 世界创意产业之父、英国著名经济学家

厉无畏 全国人大常委、上海创意产业协会会长

丹 增 中国文联副主席、创意产业高级顾问

周一南 联合国南南合作特设局局长、全球创意论坛发起人

贺寿昌 联合国创意产业高级顾问、上海戏剧学院党委书记

聚博圣 世界华人运动会执行主席、联合国生态组织顾问

陈 瑜 世界新经济研究院院长、消费资本化理论创始人

主 编：廖 灿 《金牌策划》、《创意中国》丛书主编

编委专家：艾 丰 中国企业联合会副会长

陈 放：北京创意村村长

陈立恒 中国台湾创意产业协会会长

陈步一 北大资源文物学院院长

陈少峰 北京大学文化产业研究院副院长

陈志文 世界华人组织联盟副主席

何才庆 中国企业家世纪论坛主席

何道胜 《金牌策划》入榜策划专家

黄锦波 美国首位华裔市长

黄 为 北京奥运经济高级顾问

金元浦 中国人民大学人文奥运研究中心执行主任

康 舰 中央电视台导演

林毅夫 北京大学中国经济研究中心主任

林伟贤 实践家知识管理集团董事长

刘秉君 CBSA 全国商务策划师专家评审办主任

龙 夫 全国商务策划专家团理事专家

厉业棠 中国投资理财研究中心副秘书长

路彬彬 创意中国盛典组委会秘书长

麦 苗 CCTV 央视网络电视《精彩中国》栏目制片人

欧阳国忠 环球活动网 CEO

孙德禄 中国策划十大人物评选首席评委

宋仁丰 中国管理科学学会副秘书长

苏 彤 创意中国产业联盟秘书长

温元凯 北京南洋林德企业顾问有限公司董事长

万 力 中国中小企业协会品牌培育委员会主任

王震声 北京人文大学国际工商管理学院院长

王 永 品牌中国产业联盟秘书长

王富荣 中国投资理财论坛秘书长

谢肃方 中国香港特别行政区政府知识产权署署长

薛哲华 北京人文大学长城校区校长

易 风 中华博弈棋发明人

袁兴国 中华全国策划家协会副会长

钟 国 中华龙文化工程组委会秘书长

周培玉 CBSA 全国商务策划师培训总部主任、清华大学特聘教授

张维新 中国民营经济合作促进会会长

张大林 《中国策划年鉴》总编

张建甫 CCTV 央视网络电视《精彩中国》品牌总监

张鸿雁：中国十大策划专家、《金牌策划》入榜专家

曾叔云 《中国品牌报告》主编

执行主编 陈雪涛 高级商务策划师、财商国际驻西藏首席代表

法律顾问 张艳春 北京京博律师事务所律师、合伙人

(注：以音序排名，不分先后，部分拟邀中)

序 言

创意时代呼唤创意策划人才

邵 岩

策划改变命运，创意引领未来！

资本时代已经过去，创意时代正在来临！

在科技日新月异的今天，创新是事业成功的必要前提，否则就会被时代淘汰。陈腐观念就像一把生锈的枷锁，将人们的头脑束缚死，不思进取，惮于创新。没有创意的“天才”是庸才，没有创意的“人才”是蠢才。创意时代呼唤创意策划人才。

美国电脑大王王安博士一直坚持生产自己发明的产品，不去创新，结果产品落后，公司只好倒闭。与此同时，电脑行业中一位年轻人开创的事业却扶摇直上，其资产突破 70 亿美元。这个年轻人就是比尔·盖茨——一个靠开发“冷门”成功的企业家。1975 年他创建公司，在别人以为雕虫小技的软技术上大做文章，现已占领全球市场的 90%。他不顾顾问们的强烈反对，开发一种叫“窗口”的换代产品，结果大爆冷门，赢来了滚滚财源，待别公司醒悟过来，为时已晚。

盖茨深有感触：“创意犹如原子弹裂变，一盎司创意就会带来无法计数的商业效益。”

成败兴亡，创意为王。

创意中国

一个硕大的寿桃，掰开来里面有五个小寿桃。这个寿桃的售价是30元。这是央视主持人向创意产业之父、林肯大学创意经济学教授约翰·霍金斯展示的一个“创意”。

但是，霍金斯教授却讲了一个“非常经典”的创意故事：“几天前，我看了一幅关于信封的摄影作品，信封里有一封信。这幅作品出自一个名叫富兰德克·贝里的摄影家，她把照片竖着摆放，并从中间割了一刀，使人们看到信封中间的那封信。这幅作品冲印出来以后有四英尺那么高。最后，这幅作品售价达4000英镑。”

创意产业第一次被提及是在1997年，英国布莱尔政府提出发展创意产业。在其后不到10年的时间里，英国相关行业的收入从大约6亿英镑，一直上涨到了上千亿英镑，从业人员从不到10万人发展到近200万人，年增长速度达到12%，英国伦敦也很快成为创意产业的世界中心。

最近，北京出台了一系列鼓励文化创意产业的政策，使“创意”成为增强城市竞争力的重要因素。不过，我们在欣喜于利好政策的同时，也应看到，在创意产业的发展过程中，创新人才匮乏已成为最大的瓶颈。

以动漫产业为例，作为文化创意产业的重要组成部分，它一直受到各方关注。我国有丰富的文化资源和巨大的动漫消费市场，动漫产业具有很大的发展空间。目前各地争相兴建动漫基地，国家也高度重视，建立动漫行业联席制度，从多方面扶持国产原创动漫。但是，人才的奇缺使包括动漫在内的文化创意产业陷入“巧妇难为无米之炊”的尴尬境地。

创意产业呼唤创意人才。在创意人才培养方面，日本创意、创造学校已达5000余所、创意人才5000万。美国创意人才也有3900万。而在我国，创意性人才不到10万人。目前北京的创意产业从业人员明显不足，其人员数量在总的就业人口中的比例



不过千分之一，行业需求与人才储备之间存在着巨大的缺口。上海市劳动和社会保障局已宣布推出了41个创意产业领域新职业，其中涉及会展广告、数码艺术、产品设计、时尚设计和环境艺术设计5大类。

目前，中国的创意阶层虽尚未成形，但已初露端倪。随着经济、科技与文化体制转型的不断深化，大力发展创意产业，科学家、工程师、设计师、广告人、经纪人、建筑设计师、传媒人等智力密集人群最终将完成自身角色的转型，成就中国真正意义上的“创意人”和“创意阶层”。发展创意产业不但可以集聚、培养高端创新型人才，还可以促进现有人才从技能型向创新型、创意型转变，扩大了就业。目前我国技能型劳动者有7000多万人：其中，初级技工4200多万人，约占60%；中级技工2520多万人，约占36%；高级以上技工，包括技师、高级技师280多万人，约占3.9%。促进创意产业的发展，就能激发这些劳动者的创新精神和创造力，增强就业能力，使之成为我国创意产业的主要从业者。

人才有赖于教育。高等院校输送的人才具有知识水平高、学习能力强，容易接受新事物、新观点的特征，是创意人才群体的主要支柱。随着文化创意产业发展进程的不断深入，大学对于社会经济的发展会起到越来越大的推动作用，这也对当前的高校教育提出了更高的要求。

创意策划人才需要创新培养。首先，高校需要增强知识创新能力与培养创意人才的能力，可打通学科壁垒，培养适应竞争的复合型“通才”；其次，需要扭转应试教育对学生创新思维的扼杀，激发、培养学生的“创意精灵”、“创意激情”；再次，需要打好学生的人文底蕴，重视创新型人文教育，培养有原创意识和文化精品意识的内容创意人才；最后，需要充分发挥大学的文化辐射作用，主动服务地方建设，适应时代的需要。

创意中国

当然，大学教育只是基础教育。策划创意人不仅要具有市场意识，还要兼具文化艺术底蕴，特别要具有创新思维的能力。这需要一个长期的社会实践与理论相结合的修炼过程。这也昭示着一个不单纯以“学历”论英雄的创意时代的真正来临。

为创意策划人士加油！

为创意策划人士助跑！

这也正是我们编写这套培训教材的初衷和本意。

前言

创意中国，创意无限

廖 屹

2007年5月26日，第十届中国科博会新技术与文化创意高峰论坛隆重举行。笔者应邀出席大会并与各位嘉宾进行了广泛交流。联合国贸发会议创意产业部主任 Ednados Santos 等创意专家确认中国已是第三大创意产业出口国，中国香港特别行政区知识产权署署长谢肃方认为创意并非舶来品，而是来源于中国两千多年前的《庄子》。北大、人大等知名高校除了创意研究院所之外，正在积极地筹办创意学院，上海戏剧学院创意学院业已招生。

去年11月18日，全国创意策划代表大会暨第三届中国财富精英论坛在人民大会堂和北京大学隆重举行。国际论坛著名主持人潘杰客与中央电视台主持人张慧君联袂主持，北京创意村、上海创意人民公社创始人等作精彩演讲。笔者作为秘书长代表组委会宣读了中国100位创意品牌人物榜单，江南春、陈天桥、马云等创意精英荣列其中。

11月28日，为期7天的“上海国际创意产业活动周”落幕。鉴于上海创意产业的巨大发展潜力，联合国教科文组织特别代表贝切斯·卡尔顿代表联合国教科文组织宣布，“2007世界创意产业博览会”将移师上海举行。

创意中国

上海市劳动和社会保障局宣布推出了41个创意产业领域新职业,其中涉及会展广告、数码艺术、产品设计、时尚设计和环境艺术设计5大类。据了解,这5大类职业具体为:会展广告类职业,包括会展经营策划师、会展设计师、广告制作技师等;数码艺术类职业包括游戏美术设计师、漫画师、数字建模师、数字合成师、数字视频策划制作师;产品设计类职业包括工艺美术设计师、旅游纪念品设计制作师等;时尚设计类职业包括时装设计师、首饰设计师、珠宝首饰评估师、化妆师;环境艺术设计类职业包括景观设计师、花艺环境设计师、室内装饰设计师等。

首届中国北京国际文化创意博览会期间,举办了展览展示、文艺演出、创意活动、推介交易和论坛峰会等50多场活动,共有来自海内外政府、学术界、产业界、金融投资业、高校科研机构及关注文化创意产业的各界群众20多万人参与了文博会活动。据不完全统计,本届文博会期间,共签署产业基地建设、基地项目引进、文艺演出、出版发行、版权贸易、影视节目制作交易、设计创意、动漫与网络游戏研发制作、古玩艺术品交易、文化旅游等合作意向、协议184个,总金额37.63亿美元。

首届中国创意节于2007年1月28日正式在北京举行,并在广东、上海、河北、海南等全国各地设分会场。

2007年10月,中国国际创意展览会也将在上海举行。上海将成为世界创意聚焦点。

.....

创意之火,燎原中国!

中国正在创意奔跑,创意中国豪情满怀!

资本的时代已过去,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。中国已经是世界第三大创意产业出口的国家,在创意输出方面仅次于英国和美国。

资源有限,创意无限。美国、日本、英国等发达国家,以



及韩国、澳大利亚、以色列、新加坡等新兴国家和地区都先后推出了“创意立国战略”。“美国创意、日本设计、韩国研发、中国制造”是对目前世界新经济格局的一种描绘。我国创意产业的发展相比于发达国家存在很大的差距。据统计，目前我国3300万家企业中，商标注册只有170万件；在近6000万文化科技工作者中，在国际著名刊物上发表和被引用的创造性论作品还不如3000万人口的以色列，其中我们的3000万科技工作者截至2004年其在美国被认可的专利发明也只有77件。伴随全球创意经济巨大浪潮的崛起，从中央到地方，从社会到个人，从专家到普通民众，都应提高对创意产业的认识。

当创意成为国家竞赛的核心战，将国家变为“世界创意营”是所有沦为“世界车间”国家的最终幻想。“世界创意营”目前和中国尚无“恋爱”关系，但创意作为竞争力的觉醒已令中国变酷。

在计划经济时代，中国“封闭状态下的自主创新”是第一次创新浪潮；改革开放后，“开放状态下的全面引进”是第二次创新浪潮。在这个过程中，中国的创新主体由国家变成了企业，开始一窥世界市场的老板们用市场、廉价劳动力为筹码，以物易物般地向世界换取生产技术和营销理念。第三次创新浪潮则发生在当下：全球化下，推崇个人创造力、强调文化艺术对经济的支持与推动的创意产业成为主打歌：工人去劳动，工程师搞技术，推销员玩文化、玩艺术，创意大师秀境界。

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《创造性的国家》。1997年，英国设立创意产业专责小组，将13个产业确认为创意产业：广告、建筑、艺术和文物交易、工艺品、工业设计、时装设计、电影互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件、电视、广播等。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，韩国成立了专门为创意产业服务的

创意中国

文化产业局，随后制定了文化产业振兴基本法。近年，新加坡与中国香港特别行政区也在争夺“亚洲创意中心”的角色。

在创意产业的土地上，世界已在收成，中国其实刚刚播种。目前，“提高自主创新能力”的国家任务已在各地布置，教育界和企业界在创意人才的培养和需求上达成共识，上海成立的创意产业中心把创意产业划分为研发设计、建筑设计、时尚消费、艺术传媒、执行策划5类，尝试培育创意产品的产业平台和消费市场。

但这些远远不够。中国创意产业还有必要扩大版图，中国企业还需要更快地打响竞争IPR（知识产权专利）的战争，“创意立国”应该推广为全民共识，因为唯有创意经济能把“自主创新能力”变现，把“中国制造”改写成“中国创造”，营造中国的核心竞争力，使中国和“中国创造”增值。一场着眼于未来的世界创意产业角力赛已经开始，中国不能输。

创意立国，创意中国；

创意中国，创意无限！

