

Study on Cross-field Integration
Diversification of Internet and
Cultural Industry

—Based on the Sight of Informatizational Entrepreneurship to Promote Diversified Development of the Cultural Industry

互联网+ 文化产业跨界融合多样化研究

——基于信息化创业促进文化产业多样化发展视域

孙德林 吕品 罗家鑫 孙雅岑 李丽珍 / 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

全国教育科学“十五”规划课题研究成果 (FJBU50579)
教育部人文社会科学项目研究成果

Field Integration
of Internet and
Cultural Industry

—Based on the Sight of Informatizational Entrepreneurship to Promote Diversified Development of the Cultural Industry

互联网+ 文化产业跨界融合多样化研究

——基于信息化创业促进文化产业多样化发展视域

孙德林 吕品 罗家鑫 孙雅岑 李丽珍 / 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网+文化产业跨界融合多样化研究: 基于信息化创业促进文化产业多样化发展视域/
孙德林, 吕品, 罗家鑫, 孙雅岑, 李丽珍著. —北京: 经济管理出版社, 2015. 12

ISBN 978-7-5096-4134-7

I. ①互… II. ①孙… ②吕… ③罗… ④孙… ⑤李… III. ①信息化—关系—文化产业—
研究—中国 IV. ①G202②G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 307109 号

组稿编辑: 张巧梅

责任编辑: 张巧梅

责任印制: 黄章平

责任校对: 赵天宇

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 三河市延风印装有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1000mm/16

印 张: 17.25

字 数: 329 千字

版 次: 2017 年 8 月第 1 版 2017 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-4134-7

定 价: 88.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前 言

中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》指出：高新技术发展日新月异，社会信息化持续推进，互联网影响广泛而深刻，迫切需要拓展文化发展新领域，发展壮大网上主流舆论阵地，更好运用先进技术和传播先进文化。世界多极化、经济全球化、文化多样化、社会信息化深入发展，综合国力竞争日趋激烈，迫切需要提高文化开放水平，广泛参与世界文明对话，增强国际话语权，展示中华文化独特魅力，增强国家文化软实力。面对新形势新要求，要进一步坚定文化自信，增强文化自觉，奋力开创中国特色社会主义文化建设新局面，为做好党和国家各项工作提供强大的价值引领力、文化凝聚力和精神推动力。

当今世界，随着世界多极化、经济全球化进程的加快和科学技术的飞速发展，国家和地区之间的竞争态势已发生深刻变化，文化逐渐成为世界各国和地区竞争的重要力量。文化产业具有高附加值和高科技含量等新经济特征，既成为当今知识经济的重要组成部分，也成为发达国家重要的支柱性产业，在经济增长中发挥着极其重要的作用。科技与文化融合态势凸显，主要是由数字技术和网络信息技术掀起的高科技浪潮在改造提升传统文化产业的同时，还催生了一大批新的文化形态和文化业态。科技已交融渗透到文化产品创作、生产、传播、消费的各个层面和关键环节，并成为文化产业发展的核心支撑和重要引擎。文化产业国际化竞争趋势日益明显，发达国家凭借其优越的经济和技术实力，形成了强大的文化传播体系，其文化产品覆盖全球，国际化竞争日趋激烈，由此也给发展中国家的本土民族文化和价值理念带来了冲击。

中华民族具有悠久的传统文化和丰厚的民族文化底蕴。改革开放以来，我国文化科技创新能力不断加强，有力地促进了文化事业和文化产业发展。然而，从全球文化竞争格局来看，我国文化科技发展仍相对滞后。一方面，文化领域的核心技术和高端系统装备国产能不足、进口依赖度高，造成文化产品制作成本昂贵、文化服务效率低下，制约了文化产业核心竞争力的提高。另一方面，文化和科技融合不足，相关科研成果与文化领域实际需求结合不够紧密，缺乏既通晓高科技又熟谙文化的复合型人才，难以创作出民族文化与高科技手段高度融合的文



化精品，影响了中华文化自身的感染力、表现力和传播力。

当前我国已进入全面建成小康社会的关键时期和深化改革开放、加快转变经济发展方式的攻坚时期，文化科技发展正面临重大的战略机遇。首先，推进文化科技创新已成为深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣的重要任务之一。党的十七届六中全会提出“要发挥文化和科技相互促进的作用，深入实施科技带动战略，增强自主创新能力”。其次，我国文化科技发展具有明显的比较优势：一是我国文化产业具有极大的发展潜力和市场空间。在物质生活基本满足的条件下，文化消费将成为重要的经济增长点。巨大的人口资源为文化产业提供了广阔的发展空间，同时也为支撑文化产业发展的文化科技创新提供了发挥作用的舞台。二是我国信息网络基础设施已有相当规模和水平，三网融合步伐加快，通过国家科技计划的支持，我国在文化科技相关领域已经积累了一批技术成果，文化和科技融合的国际知名企业不断涌现，为我国文化科技全面发展奠定了良好的基础。三是全球文化产业仍处于发展阶段，相关体系与标准尚未健全，而文化技术体系具有系统性、集成性和应用性的特征。我国有可能在文化装备制造业相对落后的情况下，通过系统集成创新和应用创新，促进文化领域技术和产业体系整体的跨越发展。四是文化产业具有鲜明的区域和民族特色，外来文化难以快速扩张，这一特点非常有利于推动我国文化科技和文化产业的自主发展，并借助我国丰富的文化资源和庞大的文化消费市场，通过文化和科技的融合创新来弘扬优秀传统文化，掌握中国文化发展的主导权，提升我国文化科技的国际竞争力。

党和国家对推进文化科技创新做出战略部署，为推动社会主义文化大发展大繁荣提供了难得的历史机遇。积极把握我国新时期文化发展的良好契机，加强文化和科技的融合，全面提高文化科技创新能力，提升文化产业核心竞争力，对我国文化发展和科技进步具有十分重大的现实意义和长远的战略意义。

随着我国新型工业化、信息化、城镇化和农业现代化进程的加快，文化创意和设计服务已贯穿于经济社会各领域各行业，并呈现出多向交互融合态势。文化创意和设计服务具有高知识性、高增值性和低能耗、低污染等特征。推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展，促进与实体经济深度融合，是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措，是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、加快实现由“中国制造”向“中国创造”转变的内在要求，是促进产品和服务创新、催生新兴业态、带动就业、满足多样化消费需求、提高生活质量的重要途径。2014年国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见的发布，标志着我国文化产业跨界融合政策的正式推出。

近年来，我国在互联网技术、产业、应用以及跨界融合等方面取得了积极进

展，已具备加快推进“互联网+”发展的坚实基础，但也存在传统企业运用互联网的意识 and 能力不足、互联网企业对传统产业理解不够深入、新业态发展面临体制机制障碍、跨界融合型人才严重匮乏等问题，亟待加以解决。2015年，国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见指出：“互联网+”是把互联网的创新成果与经济社会各领域深度融合，推动技术进步、效率提升和组织变革，提升实体经济创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和创新要素的经济社会发展新形态。在全球新一轮科技革命和产业变革中，互联网与各领域的融合发展具有广阔前景和无限潜力，已成为不可阻挡的时代潮流，正对各国经济社会发展产生着战略性和全局性的影响。

“十三五”时期将是我国“互联网+”与文化产业及其相关行业跨界融合多样化发展的高峰期，积极发挥我国互联网已经形成的比较优势，把握机遇，增强信心，加快推进“互联网+”与文化产业深度融合，有利于重塑文化产业的创新体系、激发创新活力、培育新业态和创新公共服务模式，对打造大众创业、万众创新“双引擎”，形成文化产业发展新动能，实现文化产业提质增效升级的重要意义。

目 录

| | |
|---|----|
| 第一章 绪论 | 1 |
| 第一节 研究背景与研究意义 | 1 |
| 第二节 研究方法 | 2 |
| 第三节 研究思路与总体架构 | 3 |
| 第四节 相关概念 | 4 |
| 第二章 中外互联网 + 文化产业跨界融合多样化发展的比较与启示 | 19 |
| 第一节 国外互联网 + 文化产业跨界融合多样化发展分析 | 19 |
| 第二节 中国互联网 + 文化产业跨界融合多样化发展分析 | 24 |
| 第三节 中外互联网 + 文化产业跨界融合多样化发展的 比较与启示 | 26 |
| 第三章 互联网 + 文化产业跨界融合多样化发展 | 35 |
| 第一节 互联网 + 文化产业跨界融合多样化 | 35 |
| 第二节 信息化创业促进文化产业多样化发展 | 45 |
| 第三节 促进互联网 + 文化产业跨界融合多样化发展的对策 | 54 |
| 第四章 互联网 + 文化创意业跨界融合多样化发展 | 64 |
| 第一节 互联网 + 文化创意业跨界融合多样化 | 64 |
| 第二节 信息化创业促进文化创意业多样化发展 | 67 |
| 第三节 促进互联网 + 文化创意业跨界融合多样化发展的对策 | 70 |
| 第五章 互联网 + 影视制作业跨界融合多样化发展 | 75 |
| 第一节 互联网 + 影视制作业跨界融合多样化 | 75 |
| 第二节 信息化创业促进影视制作业多样化发展 | 79 |
| 第三节 促进互联网 + 影视制作业跨界融合多样化发展的对策 | 82 |



| | |
|-------------------------------------|-----|
| 第六章 互联网 + 出版发行业跨界融合多样化发展 | 87 |
| 第一节 互联网 + 出版发行业跨界融合多样化 | 87 |
| 第二节 信息化创业促进出版发行业多样化发展 | 89 |
| 第三节 促进互联网 + 出版发行业跨界融合多样化发展的对策 | 90 |
| 第七章 互联网 + 印刷复制业跨界融合多样化发展 | 96 |
| 第一节 互联网 + 印刷复制业跨界融合多样化 | 96 |
| 第二节 信息化创业促进印刷复制业多样化发展 | 100 |
| 第三节 促进互联网 + 印刷复制业跨界融合多样化发展的对策 | 102 |
| 第八章 互联网 + 演艺娱乐业跨界融合多样化发展 | 108 |
| 第一节 互联网 + 演艺娱乐业跨界融合多样化 | 108 |
| 第二节 信息化创业促进演艺娱乐业多样化发展 | 111 |
| 第三节 促进互联网 + 演艺娱乐业跨界融合多样化发展的对策 | 113 |
| 第九章 互联网 + 文化会展业跨界融合多样化发展 | 116 |
| 第一节 互联网 + 文化会展业跨界融合多样化 | 117 |
| 第二节 信息化创业促进文化会展业多样化发展 | 119 |
| 第三节 促进互联网 + 文化会展业跨界融合多样化发展的对策 | 122 |
| 第十章 互联网 + 数字内容业跨界融合多样化发展 | 126 |
| 第一节 互联网 + 数字内容业跨界融合多样化 | 126 |
| 第二节 信息化创业促进数字内容业多样化发展 | 128 |
| 第三节 互联网 + 数字内容业跨界融合的影响因素 | 130 |
| 第四节 促进互联网 + 数字内容业跨界融合多样化发展的对策 | 133 |
| 第十一章 互联网 + 动漫业跨界融合多样化发展 | 137 |
| 第一节 互联网 + 动漫业跨界融合多样化 | 137 |
| 第二节 信息化创业促进动漫产业多样化发展 | 141 |
| 第三节 互联网 + 动漫业跨界融合多样化发展的模式 | 145 |
| 第四节 促进互联网 + 动漫业跨界融合多样化发展的对策 | 147 |
| 第十二章 互联网 + 网络游戏业跨界融合多样化发展 | 152 |
| 第一节 互联网 + 网络游戏业跨界融合多样化 | 153 |

| | | |
|-------------|-----------------------------------|------------|
| 第二节 | 信息化创业促进网络游戏业多样化发展 | 158 |
| 第三节 | 促进互联网 + 网络游戏业跨界融合多样化发展的对策 | 166 |
| 第十三章 | 互联网 + 网络音乐业跨界融合多样化发展 | 170 |
| 第一节 | 互联网 + 网络音乐业跨界融合多样化 | 170 |
| 第二节 | 信息化创业促进网络音乐业多样化发展 | 176 |
| 第三节 | 促进互联网 + 网络音乐业跨界融合多样化发展的对策 | 177 |
| 第十四章 | 互联网 + 网络文化业跨界融合多样化发展 | 180 |
| 第一节 | 互联网 + 网络文化产业跨界融合多样化 | 180 |
| 第二节 | 信息化创业促进网络文化业多样化发展 | 183 |
| 第三节 | 促进互联网 + 网络文化业跨界融合多样化发展的对策 | 186 |
| 第十五章 | 互联网 + 文化旅游业跨界融合多样化发展 | 192 |
| 第一节 | 互联网 + 文化旅游业跨界融合多样化 | 192 |
| 第二节 | 信息化创业促进文化旅游业多样化发展 | 200 |
| 第三节 | 促进互联网 + 文化旅游业跨界融合多样化发展的对策 | 202 |
| 第十六章 | 互联网 + 新媒体业跨界融合多样化发展 | 208 |
| 第一节 | 新媒体业发展 | 208 |
| 第二节 | 互联网 + 新媒体业跨界融合多样化 | 212 |
| 第三节 | 信息化创业促进新媒体业多样化发展 | 218 |
| 第四节 | 国内外新媒体发展比较与启示 | 222 |
| 第五节 | 促进互联网 + 新媒体业跨界融合多样化发展的对策 | 225 |
| 第十七章 | 互联网 + 艺术品业跨界融合多样化发展 | 230 |
| 第一节 | 互联网 + 艺术品业跨界融合多样化 | 230 |
| 第二节 | 信息化创业促进艺术品业多样化发展 | 232 |
| 第三节 | 促进互联网 + 艺术品业跨界融合多样化发展的对策 | 236 |
| 第十八章 | 互联网 + 图书馆业跨界融合多样化发展 | 244 |
| 第一节 | 互联网 + 图书馆业跨界融合多样化 | 244 |
| 第二节 | 信息化创业促进图书馆业多样化发展 | 247 |
| 第三节 | 促进互联网 + 图书馆业跨界融合多样化发展的对策 | 249 |



| | |
|------------------------------------|-----|
| 第十九章 互联网 + 博物馆业跨界融合多样化发展 | 252 |
| 第一节 互联网 + 博物馆业跨界融合多样化 | 252 |
| 第二节 信息化创业促进博物馆业多样化发展 | 256 |
| 第三节 促进互联网 + 博物馆业跨界融合多样化发展的对策 | 260 |

第一章 绪论

第一节 研究背景与研究意义

一、研究背景

党的十八大以来,我国全面深化文化体制机制改革,努力繁荣发展社会主义文艺,着力构建和完善现代公共文化服务体系、文化市场体系、文化产业体系和中华优秀传统文化传承体系,不断地提高文化产品和服务供给的质量和效能。坚持服务国内经济社会发展和国家外交大局,积极推动中华文化“走出去”,讲好中国故事,努力传播中国价值、中国理念和中国精神,中华文化在国际上的影响力也在不断扩大。刚刚过去的2016年我国文化产业继续快速增长,据国家统计局对全国规模以上文化及相关产业5万家企业调查,2016年上述企业实现营业收入80314亿元,比上年增长7.5%(未扣除价格因素),增速比上年增加0.6个百分点。文化及相关产业10个行业的营业收入均保持增长,文化服务业快速增长。其中,实现两位数以上增长的3个行业分别是:以“互联网+”为主要形式的文化信息传输服务业营业收入5752亿元,增长30.3%;文化艺术服务业312亿元,增长22.8%;文化休闲娱乐服务业1242亿元,增长19.3%。

我国将继续大力发展数字文化产业,制订推动数字文化产业创新发展的指导意见和动漫游戏产业“一带一路”国际合作行动计划,积极推动手机(移动终端)动漫标准成为国际标准,大力推动中国文化网等网络和新媒体传播平台建设,以此提升对外传播能力。

二、研究意义

进入21世纪以来,以“互联网+”为代表的新一轮信息化浪潮席卷全球,根据中国互联网络信息中心(CNNIC)第39次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2016年12月,中国网民规模达7.31亿,相当于欧洲人口



总量，互联网普及率达到 53.2%。中国互联网行业整体向规范化、价值化发展，同时，移动互联网推动消费模式共享化、设备智能化和场景多元化。随着我国互联网网民规模的增加，也促使了以互联网技术为代表的信息技术深入各个领域，包括文化领域，文化已经成为人们日常生活、企业发展不可或缺的要素之一。基于信息化对转变我国文化发展方式、实施创新驱动发展战略的重要作用，党的十八大提出了信息化战略，尤其是 2015 年提出的“互联网+”行动计划和“大众创业，万众创新”战略，既为互联网+文化产业跨界融合多样化发展创造了良好的环境，也为信息化创业促进文化产业多样化发展提供了巨大的发展空间。

在“互联网+”、“双创”大发展的背景下，我国在“互联网+”与文化产业跨界融合相关理论研究方面基本上处于初步阶段，本书基于信息化创业促进文化产业多样化发展视域对互联网+文化产业跨界融合多样化进行研究，对于落实国家“互联网+”行动计划和“大众创业，万众创新”战略，促进我国互联网+文化产业跨界融合多样化发展都具有重要意义。

第二节 研究方法

本书针对“互联网+”与文化产业跨界融合多样化发展的多个领域进行了探讨，由于不同领域在研究的过程中所采用的具体方法不同，所以每一章所采用的研究方法也不同，所采用的方法包括文献分析法、比较研究法、调查研究法、定量分析法、计量统计分析法、实证分析法等研究方法。

（一）文献研究法

文献研究法是指收集、整理相关文献，通过对收集的文献资料进行研究和总结，在吸收和借鉴理论研究成果的基础上，并结合一定程度的创新，形成对事实的科学认识。本书在充分查阅相关书籍、期刊的基础上，并充分运用中国知网（CNKI）、万方数据等网络数字平台，对本书研究所涉及的各个领域进行广泛收集相关文献资料，根据相关理论成果的积累，运用文献研究分析和探讨研究内容。

（二）比较研究法

比较研究法是依据一定的标准，针对研究对象在不同情况下的不同表现进行比较研究，辨别其不同之处，从而得出科学结论的方法。比较研究可以进行多种比较，如类别比较、性质比较、历史比较等。通过比较找出不同时间内研究的共性与个性，取长补短，进而促进发展研究。

（三）调查研究法

调查研究法是通过访谈、电话调查、问卷调查等方法，如访谈法和电话调查法用于对相关专业人士进行分析、比较、综合、归纳、总结，从而获得一手资料的研究方法。同时针对所要研究的问题及提出的理论模型，在前期文献研究的基础上，对量表与问卷进行设计。利用相关资源和各种渠道进行问卷的发放与回收，并采集足够数量的样本数据，为下一步的统计实证分析做好准备。

（四）计量统计分析法

通过专业期刊、资料库等方式获取相关的数据统计资料，并运用定量的研究方法，通过数据分析来总结“互联网+”与文化产业跨界融合的多样化。

（五）实证分析法

通过研究获取的成果对当前 B2C 网络购物平台的实际情况进行分析，为 B2C 企业提升 B2C 电子服务质量提供有效建议。

第三节 研究思路与总体架构

信息技术的快速发展促使了“互联网+”与其他产业的快速融合，文化大发展的到来也导致了文化产业与其他领域的多角度融合，本书正是在这样的基础上，从现代信息化创业的视域进行展开，探讨互联网+文化产业跨界融合多样化发展的问题，分别从中外互联网+文化产业跨界融合多样化发展的比较与启示、互联网+文化产业跨界融合多样化发展、互联网+文化创意业跨界融合多样化发展、互联网+影视制作业跨界融合多样化发展、互联网+出版发行业跨界融合多样化发展、互联网+印刷复制业跨界融合多样化发展、互联网+演艺娱乐业跨界融合多样化发展、互联网+文化会展业跨界融合多样化发展、互联网+数字内容业跨界融合多样化发展、互联网+动漫业跨界融合多样化发展、互联网+网络游戏业跨界融合多样化发展、互联网+网络音乐业跨界融合多样化发展、互联网+网络文化业跨界融合多样化发展、互联网+文化旅游业跨界融合多样化发展、互联网+新媒体业跨界融合多样化发展、互联网+艺术品业跨界融合多样化发展、互联网+图书馆业跨界融合多样化发展、互联网+博物馆业跨界融合多样化发展，进而构建了基于信息化创业视域的互联网+文化产业跨界融合多样化发展的总体架构（见图 1-1）。

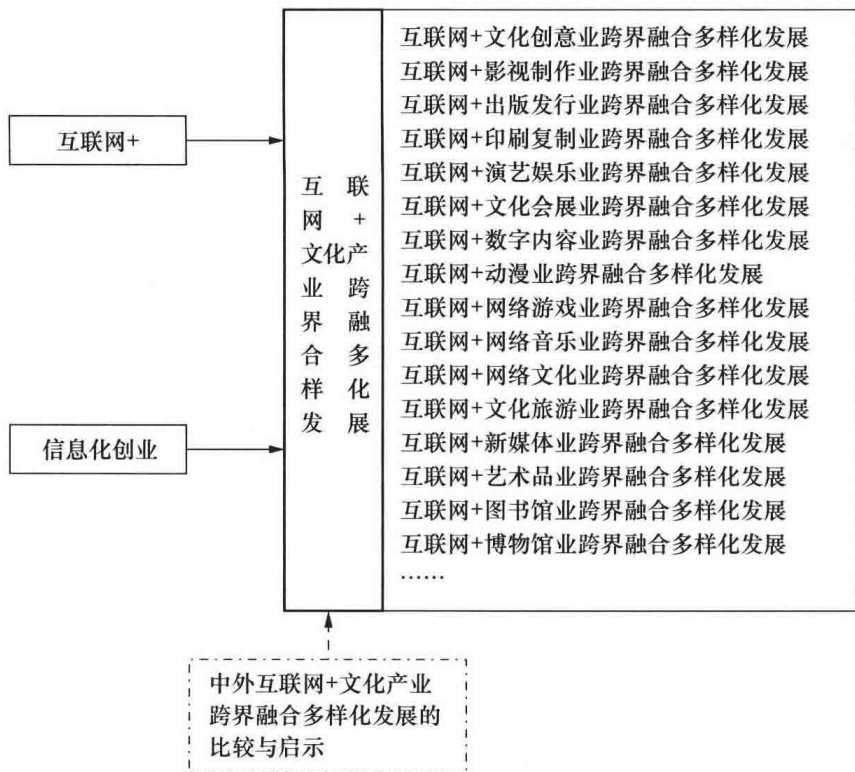


图 1-1 互联网 + 文化产业跨界融合多样化发展的总体架构

第四节 相关概念

一、信息化

日本学者梅田忠夫发表的《信息产业论》是“信息化”（Informationization）概念最早的出处，在《信息产业论》一书中，梅田忠夫提出：在漫长的社会演进过程中，以物质生产占主导的工业社会必然转变成以信息产业占主导的信息社会，这个转变的过程就是信息化。

孟玉安等认为，信息化是指以信息技术为手段来开发和利用信息资源的进程，这些信息资源可以促进信息的传递和知识的分享，信息技术不断地在社会中的各领域得到广泛应用，从而推动了经济社会发展的转型。

汪向东认为，信息化是指主体通过利用先进的电子信息技术，通过这些技术

来开发和运用信息资源的，进而通过提高能力来带动经济发展、社会进步和生活方式转变。

1997年召开的首届全国信息化工作会议，对信息化定义为：信息化是指培养、发展以计算机为主的智能化工具为代表的新生产力，并使之造福于社会的历史过程。

（一）信息化概念

各国政府都对信息技术的发展提供了大力支持，信息技术革命对新兴信息产业群的发展有着积极的推动作用。我国历经30多年的信息化建设，通过把信息技术与传统产业的紧密结合，使得产业经济爆发出了新的增长活力。信息化对产业经济的促进作用有降低交易成本、优化资源配置、重塑产业经济增长模式、促进产业结构的优化升级等。“信息化”一词是由Tadao Umesa在1963年提出的，他指出信息化是计算机化、通信现代化、行为合理化的统一体。1969年以后，“信息化”一词在国际上得到普遍认可。

对于信息化的内涵，我国学者也做出了一些探讨。姜爱林认为，信息化内容非常丰富，它包括了传统产业的信息化、基础设施的信息化、生产方式的信息化以及信息技术的产业化等。高新民认为，信息化就是充分利用快速发展的电子信息技术，提高信息分享度，推动经济的飞跃式发展。张曙认为，信息化是指运用现代化的信息技术实现的快速沟通。信息化是企业的创新所在，它不仅仅是单纯的技术决策，还是企业发展中的战略性决策。

结合以上研究，本书认为信息化是各个经济主体利用信息技术与自身的业务相结合的过程，它能帮助企业提高获取信息的及时性和有效性、规范生产经营管理，从而提高生产与管理的质量和效率。

（二）信息化层次

关于信息化层次的理论研究很多，乌家培、陈禹认为，信息化有以下三个层次：信息产业化和产业信息化、经济信息化、社会信息化。

陈禹认为，我国信息化的层次有两个方面：社会信息化、经济信息化；郑建明、陈雅和王育红将信息化归纳为以下四个层次：核心层、中间层、最高层和边缘层。

结合本书的具体研究情况，本书借鉴乌家培的信息化层次划分，认为自变量“信息化创业”中信息化所指为初级阶段的产业信息化，即战略性新兴产业的创业企业内部，通过引入信息技术提高生产效率的过程。具体到企业即是基于现代通信与网络技术实现企业生产与管理的信息化。



二、信息化创业

(一) 信息化创业相关文献综述

1. 创业概念的界定

从目前的研究现状来看,对于创业的研究,主要从创业者的个人特质以及创业活动的过程内涵去理解创业。Gartner认为,可以从创业的行为结果与创业者的个人特性两方面去理解创业的内涵,它包括了创业过程中的所有具体行为。Bruyat和Julien提出创业、变化性和创造性的过程。林嵩和姜彦福认为,创业在本质上是一种新价值的创造活动,它包括创造新企业与企业当中新业务的创新开展。

通过对相关文献的梳理,本书将创业定义为通过对创业环境中机会的识别和创业资源的整合以及以创造新价值为目标而进行的个人或者团体活动。

2. 信息化创业概念的界定

谢康认为,互联网信息技术使得信息的快速跨国流动成为可能,从而创造了无限商机,它使得创业企业获取新的技术、新的思想更为容易。企业创新创业活动将由于信息技术的引入而变得更加频繁和积极。这使得“信息化”与“创业”成为不可分割的整体。信息化通过哪些方面来促进新企业的创立以及企业创业呢?也即信息化创业所指的信息化包含了哪些要素?

借鉴于学者对企业信息化的要素划分,本书认为信息化创业包含的要素主要有四个方面:信息技术、信息意识和信息观念、信息资源、信息化教育。

信息化创业与企业信息化在信息技术的融入方式上是一致的。乌家培认为,企业信息化是指企业通过引入信息技术,对信息资源进行充分的开发利用,以提高企业的生产效率,为企业带来竞争优势。

谢康提到企业信息化是信息技术对企业的生产、经营、管理等过程不断融入渗透的过程,它帮助企业获得更好的生产效益,在此过程中信息技术同样也能得到不断的完善创新。

企业信息化是信息技术在企业中应用的过程,具有阶段性。1979年美国哈佛大学诺兰提出了分析企业信息化所处阶段的模型,即著名的诺兰模型,包括初始期、扩展期、控制期、集成期、数据管理期和成熟期六个阶段(见图1-2)。

本书将信息化创业定义为企业通过引入信息技术、对企业职员加强信息化培训以提高其信息化意识等方式充分开发利用信息资源,从而提高生产质量和效率,提升企业绩效并创造新价值的过程。

(二) 信息化创业的特征

信息化创业既有信息经济的特征,又有创业的特征,对这两方面的特征进行

归纳总结可以得到信息化创业的特征。通过与传统创业行为的比较，信息化创业的特征如下：

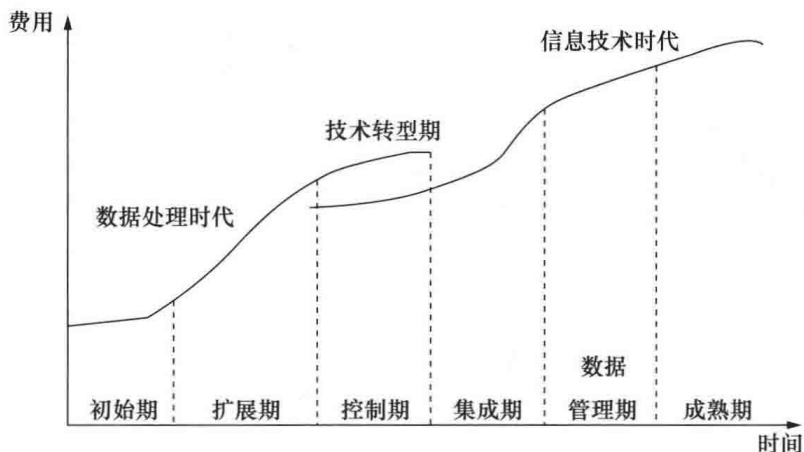


图 1-2 诺兰六阶段模型

1. 创业者能力水平高

信息化创业企业是技术密集型企业。在信息化创业企业中，集中了一些具有专业水平的科技人才和管理人才，他们当中一些人，除具有专业水平，还具备高超的沟通能力、项目管理和运作以及信息化高端营销的能力。

2. 信息化产品附加值高

信息化创业企业的产品主要是信息化高新技术产品，产品中的物质性材料成本占产品总成本比重很小，决定其价值的主要因素是人的创造力和领先的信息化技术，这就使得产品的附加值相比一般工业产品要高很多。例如，信息化行业中的一套专用软件售价上万元，一个单位要使用这套软件，还要再购买其使用的用户数，整个项目将花费几十万元，但其物质形式的成本仅仅为一张价值一两元的光盘，其他的成本主要是人工成本，包括软件开发人员、软件实施人员、使用培训人员的有关费用等。

3. 高风险与高收益并存

高风险是信息化创业企业的特征之一，主要包括技术风险、市场风险、财务风险，很多 IT 企业开始创业只能获取硬件产品微利收入。但信息化创业型企业一旦成功，将获得高收益，它主要来自其产品的高附加值及可能形成技术垄断所带来的超额利润。信息化创业企业的产品往往能够在某一细分市场拥有较强的竞争力和发展潜力，甚至可能处于相对技术垄断地位，一旦其能够成功地实现商品化、市场化，拥有这项技术的信息化创业企业就会以惊人的速度发展，并将产品