

科技管理创新

创意产品：文化、技术与经济的融合物

林明华,杨永忠

四川大学 工商管理学院, 四川 成都 610065

收稿日期 2012-11-29 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 创意产品的本质是文化、技术与经济的有机融合。文化特别是本土文化资源,是内容创意的生成之源,其借助现代生产技术将具有市场潜力的内容创意转化成真实的创意产品。因此,文化是创意产品的内核,技术是创意产品的实现手段,而为企业带来经济效益是创意产品生成过程的决策依据。在此基础上,从文化资源开发、技术创新和经济效益提升3个方面提出了相应对策。

关键词 [创意产品](#) [文化](#) [技术](#) [经济](#) [融合](#)

分类号 [G124](#)

DOI: [10.6049/kjbydc.2012100001](#)

引用本文: 林明华,杨永忠.创意产品:文化、技术与经济的融合物[J].科技进步与对策,2013,30(7):1-5.

对应的英文版文章:[2013-07-001](#)

通讯作者:

林明华

作者个人主页:林明华;杨永忠

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(1657KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)
- ▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)

相关信息

- ▶ [本刊中包含“创意产品”的相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
 - [林明华](#)
 - [杨永忠](#)