

<<娱乐财富密码>>

图书基本信息

书名：<<娱乐财富密码>>

13位ISBN编号：9787309050387

10位ISBN编号：730905038X

出版时间：2006-7

出版时间：复旦大学出版社

作者：张小争

页数：285

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

本书为中国第一部娱乐业与传媒业整合参考书，分上下两篇：上篇为案例解读，包括对湖南卫视、光线传媒、华谊兄弟、阿里巴巴、时代华纳HBO、维亚康姆MTV、迪斯尼ESPN等媒体的成功经验剖析；下篇为理论整合，阐述娱乐本质、娱乐产业与传媒产业结合发展的七种整合模式，重点提出了娱乐业和传媒业发展模式优化的“二八法则”，列举了超级品牌、相关商品开发、资本运作、产业价值链整合等优化模式，为中国娱乐业和传媒业调整发展模式，相互之间进行资源配置，优化企业治理结构，确保快速、持续、健康发展指明了方向。

本书案例丰富，观点精辟，是文化产业从业人员、新闻传播院系师生以及品牌营销人员的重要参考书。

作者简介

张小争，华星传媒CEO。

曾任光线传媒总裁助理兼首席研究员、其欣然传播机构执行总裁、中科招商创业投资经理。中国传媒大学娱乐经济博士后，中国人民大学中共党史学士、法律硕士、新闻传播学博士。

致力于娱乐经济理论创新和企业实战，提出“娱乐传媒产业价值链”、“版权：传媒企业的核心价值”、“娱乐传媒业的二八法则”、“中国电影工业革命四化模式”等创见。

主要编著合著有《三木广告丛书》（修版，1998）、《电影营销》（1999）、《中国营销传播》（2001）、《媒体前沿报告》（2001）、《这就是娱乐经济》（2001）、《娱乐营销传播》（2002）、《中国媒体经典案例分析》（2002）、《传媒竞争力：产业价值链案例与发展模式》（2005）、《明星引爆传媒娱乐经济》（2005）、《富媒体穷娱乐：引爆传媒整合力报告》（2006）另有近100篇文章。

担任多家媒体顾问和企业策略。

书籍目录

序一 整合力是未来传媒业的核心竞争力/中国人民大学新闻学院副院长 喻国明
序二 整合资源的能力是企业家的核心能力/中国传媒大学媒体管理学院院长 咎廷全
序三 复合资本聚集资源推动文化产业成长/国家发改委文化产业研究中心主任 齐勇锋
前言 娱乐学:21世纪当红学问上篇 案例解析

第一章 湖南卫视:打造中国最具活力的电视娱乐品牌
第一节 《超级女声》:娱乐经济的“七种武器”
第二节 “梦想中国、超级女声、我型我SHOW”三国演义
第三节 湖南卫视:从明星娱乐大众到大众娱乐大众

第二章 光线:传媒娱乐的“四化整合”
第一节 光线传媒定位
第二节 传媒娱乐一体化
第三节 传媒娱乐工业化
第四节 传媒娱乐品牌化
第五节 传媒娱乐资本化
附录:光线传媒大事记

第三章 华谊兄弟:中国式娱乐家的成长
第一节 从导入CI到“拿来”电影
第二节 一手构造产业链,一手打造资本链
第三节 娱乐业最核心价值与最不容忽视的风险

第四章 阿里巴巴:电子商务整合传媒并娱乐着
第一节 马云:100亿美元的网络巨头
第二节 淘宝网:网络购物也娱乐
第三节 雅虎中国变法:专注搜索,引爆娱乐

第五章 全球经典案例
第一节 HBO:影视合流超越好莱坞
第二节 MTV:颁奖盛典铸造娱乐品牌
第三节 ESPN:体育传媒整合广告赞助下篇 理论整合

第六章 绪论:概念、问题与方法
第一节 主题的把握
第二节 基本概念的界定
第三节 基本问题
第四节 研究准则和研究方法

第七章 娱乐本质:人性的集中体现
第一节 传播学理论基础
第二节 娱乐:我们知道什么
第三节 娱乐人:人类的本质属性之一
第四节 娱乐社会:人类发展的未来图景

第八章 娱乐传媒产业的本质属性
第一节 娱乐发展与传媒汇流
第二节 娱乐传媒产业发展的主要动因
第三节 娱乐传媒产业与相关产业的差异
第四节 娱乐传媒产业的本质

第九章 娱乐业与传媒业的整合运作
第一节 传媒业青睐娱乐业
第二节 娱乐业依赖传媒业
第三节 中国娱乐业与传媒业的交互推动发展

第十章 中国娱乐传媒产业发展模式优化
第一节 发展模式
第二节 娱乐传媒产业的发展模式主要参考文献
后记

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>