

<<2011中国文化品牌报告>>

图书基本信息

书名：<<2011中国文化品牌报告>>

13位ISBN编号：9787510034718

10位ISBN编号：751003471X

出版时间：2011-1

出版公司：世界图书出版公司

作者：欧阳友权 柏定国

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>

<<2011中国文化品牌报告>>

内容概要

此书由欧阳友权和柏定国共同主编。

欧阳友权系中南大学文学院院长，教授，文学博士。

柏定国系中南大学文学院教授。

本书主要是关于2010年中国文化一些有影响力有代表性的品牌综合报告。

全文共分四个部分，约45万字。

第一部分是总报告，叙述写作此文的原因、背景及目的，第二部分是分类品牌报告，涉及电影、电视、新媒体、报业、出版等多个类别，第三部分列举了2010年文化发展的一些代表性的品牌案例，第四部分为附录，主要是湖南省文化发展指数研究报告。

其主要优缺点如下。

优点：内容翔实，涉及面广。

不仅详细分析了文化品牌的产生原因、崛起过程，更指出了其发展中的突出问题，探讨了其未来的趋势。

全文紧跟时代而又高瞻远瞩，对中国文化品牌的建设而言，犹如一部大百科全书。

其创新之处在于：提出中国文化不仅是为中国服务的，更要以为世界服务为己任，要让中国文化广泛传播，影响世界，成为世界文化的主流。

内容具有前瞻性和针对性，具有较大的学术价值。

<<2011中国文化品牌报告>>

书籍目录

目录：

2011年中国文化品牌总报告

转方式调结构 文化产业或可待 柏定国 欧阳友权1

对于中国文化产业品牌而言，一方面要积极参与中国经济的转方式、调结构，一方面自身也面临巨大的转型升级压力。

中国文化产业是资源消耗、环境破坏、低附加值、低科技含量的落后产业，急需转型升级！

分类品牌报告

壹 2011年中国电影品牌报告 纪海龙23

2010年，中国电影业保持了跨越式发展的良好态势，取得了令人瞩目的优异成绩，产量、质量均有大幅度提升。

其中，票房实现“井喷”式增长，历史性地突破百亿元人民币大关，成为本年度中国电影发展的最大亮点。

贰 2011年中国电视品牌报告 赵晴 汪莞尔32

2010年1月13日，国务院常务会议通过决定，加快推进三网融合，全国170多个大中城市实现整体转换，有线数字电视用户接近8000万，增长超过30%，其中双向用户达3000万。

央视、湖南卫视与淘宝建立的合作新模式给电视产业带来新的发展路子。

叁 2011年中国新媒体品牌报告 潘攀47

2010年，新媒体行业万象更新，手机电视持续升温，3G紧随其后，移动终端成为移动互联网新贵，微博井喷式增长，团购网站等风生水起，户外新媒体持续洗牌，融媒体大时代整合了传播模式，创新了产业链发展。

肆 2011年中国报业品牌报告 钟虎妹 欧阳麒61

中国报业的未来框架，必须以现代化、全球化的国际视野来重新厘定。

对我国报业集团来说，按照跨行业、跨媒体、跨地区的思路，探索整体发展方略，是2010年，也是今后必须全力布局的重要课题。

伍 2011年中国出版业品牌报告 张洁亮 刘谭明69

2010年是“十一五”收官之年，文化体制改革在重点领域不断取得新的进展和突破，为“十二五”文化良好开局奠定了坚实基础；2010年，以新闻出版单位为代表的新一轮事业单位体制改革不断向纵深推进。

陆 2011年中国期刊品牌报告 王晓生 胡莎 王丽78

2008年，金融危机席卷全球各个行业，新闻出版业也深受打击。

但是，在国内外期刊业整体步履维艰之时，中国少数品牌期刊却保持着良好的发展势头。

这不仅来自期刊业自身的努力，还有国家政策的强力扶持。

柒 2011年中国广告公关品牌报告 叶小玲 禹建湘90

2010年，中国广告投放激增，移动广告飞速发展，植入广告成为广告业的新趋势。

公共关系服务市场继续保持良好的发展势头。

上海世博会、广州亚运会以及家电下乡等产业振兴成为2010年度公关行业主要的市场热点。

捌 2011年中国演艺品牌报告 陈鹏 蒋嫦 钟军101

<<2011中国文化品牌报告>>

近5年来,随着一系列政策法规的出台,演艺业生存环境得到显著改观,发展环境迅速优化,演艺行业领域在体制、资源、机制方面的活力得以重新焕发。

2010年可以当之无愧地称为新世纪中国演艺业的转折与腾飞之年。

玖 2011年中国ACG品牌报告 李珺君 张孟琼109

2010年,中国动漫产业市场规模持续扩大,游戏产业市场规模已连续5年表现出持续增长的势头。手机游戏已成为移动互联网业务增长的重要推动力量,呈迅猛发展之势,市场规模达25亿元左右。

拾 2011年中国数字出版品牌报告 黄河清 刘诗哲 李倩119

“十一五”期间,中国数字出版产业规模不断壮大,2010年数字出版总产出突破了1000亿大关;产业融合逐渐深入,数字技术在出版领域的应用越来越广泛。

拾壹 2011年中国会展品牌报告 欧小芳 杜平平128

2010年,在应对金融危机的过程中,会展业为拉动内需、发展经济方面发挥了巨大作用。按照展览业实际展出与配套服务业的收入计算,2010年会展业产值达1500亿。

拾贰 2011年中国音像品牌报告 吴芳 李玲 欧阳文凤138

“十一五”期间,我国音像出版行业渡过了极不平凡的5年。2010年,新闻出版较为活跃,但音像出版行业并未随大势而动,音像品牌的发展沿着2009年的轨迹前行:传统音像制品市场持续低迷,没有明显走出低谷的迹象。

拾叁 2011年中国艺术品拍卖业品牌报告 关红149

2010年,中国艺术品市场高速发展,艺术品拍卖市场以无数个双创纪录和天价拍品,将市场行情不断推向高潮,全年艺术品拍卖成交总额为573亿元,增幅达150%。

拾肆 2011年中国创意产业品牌报告 刘纯 曾建157

2010年,创意产业强劲的势头,不仅成为地方经济发展新的增长点,且日益成为国民经济的支柱产业,更在以空前速度影响中国的未来。

2010年创意产业品牌主导着整个产业的发展与壮大,开启着“十二五”规划的蓝图。

拾伍 2011年中国文化旅游品牌报告 赵小波169

2010年,国内旅游保持平稳较快增长,入境旅游实现恢复增长,出境旅游增长速度继续加快,全国旅游业总收入1.57万亿元,增长21.7%。

品牌案例

壹 《唐山大地震》:中国式的灾难片 苏晓芳178

《唐山大地震》是中国式灾难片的大胆尝试。作为一部兼具主旋律影片与商业大片特质的电影,其票房成绩势如破竹,创造了中国电影票房的多项新纪录,最终更凭借着6.6亿元的总票房成为了中国电影史上新的票房冠军。

贰 上影集团:以核心竞争力打造产业链 赵晴 周静185

上海电影集团有限公司是目前全国最具规模和实力的电影集团之一。旗下的上海联和电影院线被誉为“中国第一院线”。短短几年,上影形成了制片、发行、传播三足鼎立的经营格局,以企业的核心竞争力打造了自己的产业链。

叁 《蜗居》:直面现实 创新艺术 陈鑫 邓丹191

<<2011中国文化品牌报告>>

《蜗居》引发了有关当下社会情感选择问题的大讨论。

该剧表现的“房奴”、“小三”、“贪官”、“蔑视乙肝病毒携带者”等，将当代社会许多尖锐的话题聚集到电视荧幕上，是反映现实题材的代表之作。

肆 中国出版集团：打造出版业的超级航母 李讯琪 198

作为出版业的“国家队”，中国出版集团公司囊括了多家显赫的出版机构。

不仅在中国具有超强的影响力，而且秉承“走出去”的决心不断扩展规模，追求产品与传播方式创新，力争打造全球一流的出版传媒企业。

伍 广东省广股份：中国广告业扛旗者 宋威205

广东省广告股份有限公司是中国本土成立最早、规模最大的综合性广告公司之一，是第一家在国内上市的本土广告公司，2009年完成营业收入20.5亿元，连续9年位居国内大型综合性广告公司第一名。

陆 《天门狐仙》：人与上帝联手的水景实景音乐剧 廉凤彩 汤洪华212

《天门狐仙》是世界上第一次以高山奇峰为舞台背景，以山涧峡谷为表演舞台的水景实景演出，也是目前世界唯一一台在水景实景中演出并有完整故事情节的音乐剧。

柒 拓维信息：小手机 大事业 陈雄 唐轶群219

拓维信息拥有全国唯一的手机动漫杂志、国内最大的手机动漫平台提供商和内容提供商，设有湖南首个动漫博士后科研工作站，成功打造了中国动漫第一股。

捌 盛大文学数字图书馆：开创E时代的阅读革命 钟舟 吴凌峰226

从2009年开始，盛大文学开始向电子阅读产业进军。

他们提出了“一人一书”、“云中图书馆”和Bambook计划，在我国掀起一场数字时代的阅读革命。

玖 第六届深圳文博会：会展文化 给力产业 刘丽芳 滕小艳231

从2004年开始每年一届的深圳文博会成为中国文化产业整体实力展示的舞台和中外文化产业界实现交流与合作的桥梁。

第六届文博会有效促进了中国文化产业的发展，推动着我国的文化产业实现新的跨越。

拾 西泠拍卖：江南第一槌 高斯 张敏237

西泠印社拍卖有限公司始终秉持“真乃居先，诚为业本”的创业宗旨，迅速发展成中国南方规模最大、最具影响力的艺术品拍卖公司，享有“江南第一槌”的美誉。

拾壹 上海创意设计：创意产业的领头雁 张洁亮243

上海市通过创意设计和改造，使老工业建筑成为激发创意灵感、吸引创意人才、集聚文化创意产业的场所，实现经济效益和社会效益的双赢，影响和带动了周边的发展，改善了城市环境，提升了城市功能。

拾贰 河南登封：文化开发“登封”造极 郑文锋249

登封为著名旅游胜地，是三教荟萃之地，有代表佛教的少林寺、永泰寺，有代表道教的中岳庙和代表儒家的四大书院之一的嵩阳书院，已被列入世界遗产名录。

拾叁 新华文轩：打造一流出版发行集团 姜英256

新华文轩是我国第一家大型股份制出版发行企业、第一家进入国际资本市场的图书发行业零售企业、第一家涉足出版业的发行企业、第一家以股权整合方式完成出版发行资源整合的企业。

<<2011中国文化品牌报告>>

拾肆 南方报业：裂变开疆辟土 聚变领跑传媒 杨菲263

凤舞南方，领跑中国。

2010年南方报业传媒集团瞄准新媒体领域精心布局、妙手频出，走活了一盘市场引领、资本推动、产业整合、事业协同的全媒体产业发展精彩棋局。

拾伍 景德镇陶瓷：秉承文化 创意产业 范水平270

千年瓷都景德镇，是中国古代四大名镇之一，为中国制瓷业的发祥地。

“青花”、“粉彩”、“玲珑”、“颜色釉”四大名瓷举世闻名。

景德镇陶瓷文化被称为“中国最大的文化品牌”和中华民族的“保根文化”之一。

拾陆 新东方：教培经典 经营传奇 于旻生277

1993年，新东方教育科技集团成立；2006年9月7日，新东方成为了中国第一家海外上市的教育机构；

截至2010年年底，新东方已累计培训学员近1000万人次。

拾柒 海派清口：妙语连珠说天下 谭梦娜 卢伟284

无须什么舞台背景，也不用什么道具。

周立波在全国范围内刮起了一股海派清口的热浪，不但刷新了曲艺界的老面孔，也让全中国人民认识到海派文化的十足韵味。

拾捌 曲江新区：盛世华章 风雅天成 袁星洁290

曲江新区作为陕西省、西安市以文化产业和旅游业为主导的城市发展示范区，依托陕西、西安“大文化、大旅游、大文物”的优势，用如椽巨笔书写了文化产业新篇章，成为了西安市建设国际性现代化大都市的重要支撑。

拾玖 镇北堡西部影城：重现历史 创造价值 万倩 钟军297

镇北堡西部影城以古朴、原始、粗犷、荒凉、民间化为特色，已拍摄了获得国际国内大奖的一百多部电影、电视剧，享有“中国电影从这里走向世界”的美称，已成为中国西部题材和古代题材的电影电视最佳外景基地。

贰拾 上海世博会：世界科技文化盛宴 张琳303

这是160年来首次由发展中国家主办的注册类世博会，也是有史以来规模最大、参与最广的一届世博会，是一场关于世界科技和文化的无声竞技。

贰拾壹 星美集团：领跑中国民营传媒产业 洪叶 刘莉310

10年，一步一个脚印，星美集团始终秉承着“通信加传媒”的运营理念，逐渐形成了一个以管理经营为中心、以资本市场为助力、以跨媒体整合为机制，传统媒体与数字媒体互动的新型产业运营模式。

贰拾贰 蓝海电视：让世界从这里了解中国 邱枫315

一家中国民营电视台能覆盖到美国、加拿大、墨西哥、古巴等50多个国家，向他们播出传播中国内容的英文节目，这在外界看来几乎是不可思议的梦，蓝海电视台实现了。

贰拾叁 央视国际网：视听中国 互动世界 李文婷321

它，是我国最早发布中文信息的网站之一，在世界上首次作为新媒体转播商报道奥运会，是中国目前最有实力的互联网和手机视听节目转播机构。

它，就是央视国际网络有限公司，是中央电视台网络新媒体的业务平台。

贰拾肆 酷贝拉：体验教育“第一城” 姜浪328

<<2011中国文化品牌报告>>

酷贝拉是长沙一家专门面向儿童设计的职场体验公园，是一种全新的体验式教育基地，被外界誉为青少年体验教育“第一城”。

贰拾伍 百度广告联盟：领跑业界 携手共赢 黄晨雪 陆璐335

百度联盟一直致力于帮助发布商挖掘专业流量的推广价值，帮助推广客户推介最有价值的投放通路，并以其强大的品牌号召力、成熟的推广模式和多年的精心运营，发展成为国内最具实力的联盟体系之一。

贰拾陆 上海城市演艺：探路国际营销的领舞者 胡莎341

由于全球金融危机影响，欧美演出市场自2008年下半年开始进入低谷，但上海城市演艺股份有限公司出品的杂技剧《天鹅湖》却冲破了“寒冬”，翱翔于欧美市场。

贰拾柒 杭州中国国际动漫节：动漫盛会 品牌节展 欧阳麒 寻芳347

参观总人数从12万人次到161万人次；展会面积从2万平方米到近7万平方米；展位从不足400个增加到1491个；参展单位从13个国家和地区扩展到47个国家和地区；成交总额从30多亿人民币上升到106亿人民币。

贰拾捌 北京国际图博会：中国品牌 世界眼光 汤琴 查道函 焦方美353

北京国际图书博览会已成为“世界四大书展”之一。

透过这一展会，人们不仅可以感受到我国图博会的丰富内涵和美好前景，还能看到中国文化品牌走向世界的发展历程和必然趋势。

贰拾玖 A8电媒音乐：我的音乐无处不在 吴艳丽 陈维超359

中国原创音乐第一品牌，正版音乐的倡导者，独创国内首家选歌机制，于2008年6月12日在香港主板上市，成为中国首家以音乐概念股上市的国家高新技术企业。

叁拾 深圳华强集团：为文化插上科技的翅膀 曾新华 戴焱365

早在10年前，华强集团就从一个以传统的电子制造业为主业的上市公司向以文化科技为核心的创意产业转型，率先走上了一条学习迪斯尼、赶超迪斯尼的征程。

叁拾壹 哈尔滨冰雪大世界：创造“冰雪迪斯尼乐园” 王丽371

哈尔滨冰雪大世界是黑龙江省乃至全国的冰雪旅游龙头景区。

被国家文化部评选为首批“国家文化产业基地”，被誉为“世界级冰雪迪斯尼乐园”。

叁拾贰 侗族大歌：乐苑奇葩 世界遗产 吴辉377

流淌千年的侗族大歌，如山林间一簇簇鲜艳的奇葩，如海洋里一串串美丽的珍珠。

2009年被列入联合国《人类非物质文化遗产代表作名录》。

叁拾叁 广灵剪纸：纸花如何才能常开不败 凌建英383

广灵剪纸文化产业园区是《山西省“十一五”文化发展规划》重点产业基地建设项目，被文化部命名为第三批“国家文化产业示范基地”，是世界非物质文化遗产。

附录

湖南省文化发展指数（CDI）研究报告 湖南省文化发展指数研究课题组390

后记 405

<<2011中国文化品牌报告>>

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>