

2008

中国文化品牌报告



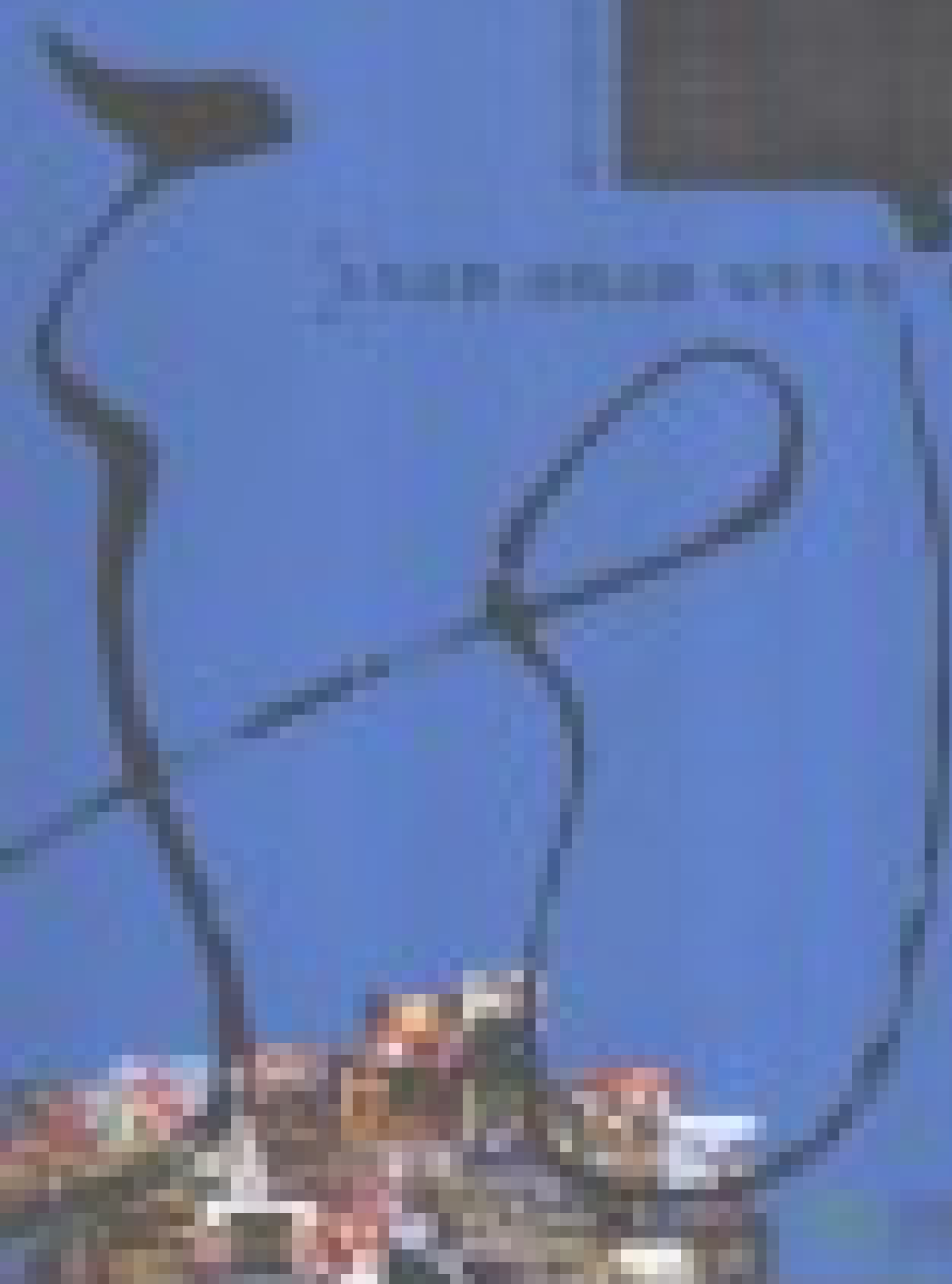
欧阳友权 柏定国◎主编

「文化品牌 商机无限 每年发布 世界推广」



中国市场出版社
China Market Press

2008





欧阳友权 柏定国◎主编

2008 中国文化 品牌报告

「文化品牌 商机无限 每年发布 世界推广」

G124
OYY
2008



中国市场出版社
China Market Press

图书在版编目(CIP)数据

2008:中国文化品牌报告/欧阳友权,柏定国主编. —北京:
中国市场出版社,2008.3
ISBN 978-7-5092-0337-8

I.2... II.①欧... ②柏... III.文化—产业—研究
报告—中国—2008 IV.G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 024013 号

书 名: 2008: 中国文化品牌报告

主 编: 欧阳友权 柏定国

责任编辑: 宋 涛

出版发行: 中国市场出版社

地 址: 北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼 (100837)

电 话: 编辑部 (010) 68034118 读者服务部 (010) 68022950

发行部 (010) 68021338 68020340 68024335 68033577

经 销: 新华书店

印 刷: 河北省高碑店市鑫宏源印刷包装有限责任公司

规 格: 787×1092 毫米 1/16 29 印张 550 千字

版 本: 2008 年 4 月第 1 版

印 次: 2008 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5092-0337-8

定 价: 48.00 元

指导单位

国家文化部文化产业司

中国文化产业商会

编撰单位

中南大学中国文化产业品牌研究中心

顾问团队

- | | |
|-----|----------------------|
| 丁 伟 | 文化部部长助理 |
| 齐勇锋 | 国家发展改革委文化传媒产业研究所所长 |
| 花 建 | 上海社科院文化研究中心主任 |
| 文选德 | 湖南省政协副主席 |
| 魏文彬 | 湖南省政协副主席 |
| 李 健 | 中南大学党委书记 |
| 李桂源 | 中南大学副校长 |
| 陈晓红 | 中南大学校长助理、商学院院长 |
| 金元浦 | 中国人民大学教授、北京人文奥运执委会主任 |
| 覃晓光 | 湖南日报报业集团董事长、湖南日报社社长 |
| 雷鸣强 | 湖南省文化厅副厅长 |
| 蒋祖烜 | 中共湖南省委宣传部副厅级调研员 |
| 王昌连 | 长沙广电局党委书记、长沙广电集团董事长 |
| 王国顺 | 中南大学人文社科处处长 |

目录

Contents

零 渐入佳境:2007 年度中国文化品牌总报告 /1

推进文化创新,增强文化发展活力。在时代的高起点上推动文化内容形式、体制机制、传播手段创新,解放和发展文化生产力,是繁荣文化的必由之路。要坚持为人民服务、为社会主义服务的方向和百花齐放、百家争鸣的方针,贴近实际、贴近生活、贴近群众,始终把社会效益放在首位,做到经济效益与社会效益相统一。创作更多反映人民主体地位和现实生活、群众喜闻乐见的优秀精神文化产品。深化文化体制改革,完善扶持公益性文化事业、发展文化产业、鼓励文化创新的政策,营造有利于出精品、出人才、出效益的环境。坚持把发展公益性文化事业作为保障人民基本文化权益的主要途径,加大投入力度,加强社区和乡村文化设施建设。大力发展文化产业,实施重大文化产业项目带动战略,加快文化产业基地和区域性特色文化产业群建设,培育文化产业骨干企业和战略投资者,繁荣文化市场,增强国际竞争力。运用高新技术创新文化生产方式,培育新的文化业态,加快构建传输快捷、覆盖广泛的文化传播体系。设立国家荣誉制度,表彰有杰出贡献的文化工作者。

壹 《恰同学少年》:中国首部“红色青春励志偶像剧” /40

一部以讲述伟人毛泽东青年时期生活为主要内容的电视连续剧,在中央电视台一套节目黄金时间首播即以平均 5.4%、最高 9.86% 的收视率创下了收视的好成绩,这就是被业界称为中国首部“红色青春励志偶像剧”的《恰同学少年》。这部由长沙电视台与湖南卫视联合投资摄制的 23 集电视连续剧还荣获第 26 届中国电视剧“飞天奖”长篇电视剧一等奖和最佳编剧奖、第十届精神文明建设“五个一工程”特等奖。《人民日报》评价该剧是“艺术创新与革命传统题材相结合的典范”、《中国青年报》评价该剧“唱响了大时代背景下的青春之歌”、《光明日报》认为该剧“塑造了最‘酷’的青春偶像”。教育部长周济称其提供了素质教育的范本。

贰 《快乐男声》:2007 我最闪亮 /48

这是一个娱乐至死的时代,这是一个选秀泛滥的时代,这是一个借由音乐名义娱乐天下的时代。三年前,电视湘军以“敢为天下先”的创新精神推出风靡全国的《超级女声》,开启了中国平民选秀的先河。三年后,这艘快速前行中的娱乐航母华丽转身,以《快乐男声》再次惊艳中国,与《超级女声》一同构成湖南广电娱乐品牌的“双子星座”。2007 年的娱乐江湖,快乐男声无疑成为最闪亮的新星、最亮丽的风景。快男也成了中国新一代的偶像之一。而凭借《快乐男声》,湖南卫视与仁和也分别摘得被业界誉为中国广告“百花奖”的“2007 第三届中国广告人·中国案例奖”银奖和金奖,成为广告营销和媒企合作的经典。

叁 长沙政法频道:用品牌领跑的都市媒体 /56

创办于 1997 年的长沙政法频道,经过 8 年的不懈努力,不仅稳坐湖南电视收视第一集团,成为当地观众心目中最权威、最公正的媒介品牌之一,而且在中国电视传媒史上书写了诸多第一:中国第一个法制类专业电视频道;中国第一个退出电视剧战略、全部播放自办性新闻栏目的电视频道;中国第一个推出日播型情感栏目的电视频道;中国第一个将信号覆盖到北京的市级媒体……他们以关注民生的理念和锐意创新的勇气还原了金话筒的灵魂,用品牌领跑群伦,创造了一个市级频道成长为优秀地面媒体的神话。

肆 魏文彬:中国媒体产业化先驱 /62

作为电视湘军的领头羊,魏文彬和他的团队在地方广电传媒领域发动了一场深刻的变革,这场变革使得湖南电视几度引领中国电视节目的大众化潮流,强化和推进了中国电视荧屏的亲民色彩。在他的领导下,电视湘军创造了国内地方电视台的奇迹。在他的创新意识影响下,湖南广电在宣传创新、节目创新和事业改革道路上卓有成效,有了跨越式的发展。《超级女声》、《快乐男声》成为了这个时代进步的重要标志之一。他改革的锐气与创新的魄力,现在都成了中国地方电视台改革实践的标杆。美国《时代》周刊及《亚洲商业周刊》对这位电视湘军统领也不吝惜溢美之词,称之为 Aedid Mogul——媒体巨人。

伍 《色·戒》:一部创造奇迹的三级片 /70

《色·戒》,一部在美国被归为 NC-17 级,在香港被划为三级片的电影,一部以前为正统电影界所不屑、为一般社会人士所不齿、在中国被禁止公开放映的低

等级电影,2007年却创造了诸多奇迹:它不仅是今年最热门的华语电影,也是最卖座的华语电影;它不仅在中国、华人圈取得了巨大的成功,也在亚洲、世界上取得了成功;它不仅在票房上取得了巨大的成功,也在电影界取得了巨大成功——荣获诸多奖项,如金狮奖、美国独立电影精神入围奖、美国国家评论协会入围奖、台湾金马奖7项大奖、第20届芝加哥影评人协会入围奖、第65届金球奖入围奖、美国金卫星奖等奖项。不仅让人唏嘘感慨:世易时移,世风变幻。

陆 “太阳”的商业性升起 /77

《太阳照常升起》在2007年的电影界是一个特别的存在。这部影片是一部彻头彻尾的艺术电影,却披上了商业电影的外衣,完全按照商业大片的运作模式来进行推广。百余年来,关于电影终极本质的争论在理论和实践中一直持续着,好莱坞梦工厂生产的大片用强势的姿态证明着电影商业属性的强大魅力,与此同时,电影艺术家们也在孜孜不倦地追求着电影艺术的高峰,《太阳照常升起》这部兼容并包、饱受争议的影片命运又将如何?商业 & 艺术,二者携手,能否激发意外潜能,取得骄人战绩?

柒 吴宇森:好莱坞的华人导演 /84

好莱坞,全世界影艺界人士梦想的天堂。能够“杀”入好莱坞,并且扬名立万,靠的不是运气,而是真正的实力和脍炙人口的作品。多年来,作为导演活跃在这个艺术的天堂里的,都是欧美人,还没有华人乃至亚洲人在这里占据一席之地。然而他——令全世界华人骄傲的导演吴宇森却打破了这一禁咒。吴宇森以其独特的“暴力美学”风格,成功树立了“吴氏电影”的金字招牌,奠定了在好莱坞的地位,并获得了世界观众的认可,在商业和艺术上都大获成功。

捌 中国国际广播电台:声音传世界 朋友遍天下 /92

中国国际广播电台是中国唯一向全世界广播的国家电台,其宗旨是“向世界介绍中国,向中国介绍世界,向世界报道世界,增进中国人民与世界人民之间的了解和友谊”,介绍中国的现实与历史,阐释中国政府的内外政策,增进各国人民对中国的了解,促进人类的和平与进步。中国国际广播电台,英文名称是 CHINA RADIO INTERNATIONAL,缩写为 CIR。

玖 上海文广新闻传媒:11个广播频率竞芳菲 /99

电视的出现,让广播的声音在声色俱全的音画面前略逊一筹。网络、手机等新媒体的迅速崛起,再次让广播这个第一代媒体陷入经营困境——受众资源被夺走,广告份额被进一步蚕食。广播俨然沦为“弱势媒体”,其命运引人注目,人们担心在新媒体大张旗鼓的今天,广播这个曾经的贵族媒体是否将走向偃旗息鼓?然而,上海文广新闻传媒集团(SMG)旗下的11个广播频率却逆流而上,2005年SMG广播广告实现2.23亿元,2006年突破3亿元,实现了34%的增长率。

拾 南方报业:中国最具活力的传媒集团 /106

中国人最爱看的报纸是哪份?《南方周末》!中国最泼辣的报纸是哪家?《南方都市报》!中国最具影响力的财经类报纸是谁?《21世纪经济报道》!在中国体制下,在异地特别是京城生长并产生较大影响的报纸有哪家?《新京报》!创造这些奇迹的都是谁?南方报业传媒集团!南方报业集团,中国最具影响力也是有活力的报业传媒集团,它虽是一个区域性的报业企业,但在民众中的影响力和信赖度已大大超过绝大多数全国性的报纸,已成为中国报业的大品牌。

拾壹 文汇新民联合报业集团:报业巨龙 /114

中国历史最悠久的两份报纸,中国报业中著名的两家报社,旧上海滩曾经的竞争对手,如何强强联合?中国报业行政命令式的外生型整合有多大的有效性?文汇新民联合报业集团也许能够给我们一个不是最后答案的答案。

拾贰 湖南日报报业集团:吹响“报业湘军”集结号 /122

面对“电视湘军”的骄人成绩,具有党报性质的湖南日报报业集团从2006年年初开始了一系列的改革和创新。如果说其子报《三湘都市报》的改头换面只是湖南日报报业集团伸向市场的敲门砖的话,主报《湖南日报》的改版对湖南媒体市场而言,则是一次地震,对历来传统观念浓厚的湖湘报人无异于一剂促动改革的强心剂!湖南日报报业集团的改革经验和创新理念在全国产生了重要影响,湖南日报报业集团也随之声名鹊起。

拾叁 辽宁出版集团:现代出版的领跑者 /130

中国出版业一直是一个高度控制和垄断的行业,外资和民营资本被排除在外,所以,在“出版传媒”上市之前,中国既没有一家出版上市公司,也没有一家民

营或外资出版企业。2007年12月5日,这一行规被打破了。辽宁出版集团将其主要的编辑业务以“出版传媒”的名称打包融资上市,成为中国出版业的第一家上市公司,开创了中国出版上市先例。在这一大胆的行动之前,辽宁出版集团已创下了多个国内“第一”:第一家完全政企分开、政事分开;第一家获得国有资产授权经营,拥有法人财产权;第一家按照出版产业链纵向联合建立;第一家涉足网络出版领域等。

拾肆 《都市丽人》:亲和扎实 卓尔不群 /138

《都市丽人》,一本零售价6元的“低端”女性时尚杂志,一本中国发行量最大、广告千人成本最低的女性时尚杂志,一本新富人群时尚杂志阅读率排名第二的女性时尚杂志。中国期刊协会常务副会长张伯海说:“《都市丽人》在零售市场上的成功是有目共睹的。”《都市丽人》的成功是期刊发行市场的一个奇迹。“《都市丽人》有着与众不同的办刊理念和独特的操作方法,”《都市丽人》出品人许琳菲如是说,“我是刊物的总编,市场是我的总编,我得服从市场的指令。”

拾伍 《青年文摘》:用文字舞动灵魂 /146

徜徉在《青年文摘》的海洋里,思辨的睿智与理性,智慧的奇巧与开通,情义的温暖与感动,趣味的昂然与快乐,美好的纯净与向上,她们组成的是完整的生活、丰富的世界。如果青春激烈有余,让我们看现实而理性的“思”;如果思维横平竖直,让我们进入独辟蹊径的“智”;如果情感单调趋向荒芜,让我们感受丰沛茂盛的“情”;如果生活平淡而简单,让我们领略“趣”的昂扬真谛;如果生命和心灵灰色暗淡,让我们体味文字和内心世界的“美”。《青年文摘》注重思想、智慧、趣味,追求深度、高度、速度,用文字舞动着人们的灵魂。

拾陆 广东广告:4A 驱动 本土领航 /152

在竞争日趋激烈的广告战场中,作为“中国广告业的扛旗者”,广东省广告(集团)有限公司以其丰富的业务资源、精准的市场研究、卓越的策划创意、强大的媒介购买和促销公关能力,采用本土优势与国际4A相结合的运营模式,成功地为国际、国内知名品牌提供卓有成效的整体策划和全面代理服务。从1979年的200万元到2006年的18.6亿元,广东广告发展成为目前中国本土最大的广告公司,催生了中国广告业的繁荣。

拾柒 360°的拥抱:奥美中国 /159

它是一家享誉全球的国际 4A 广告公司,但它又不仅仅是一家广告公司;它还是一所注重员工培训的“黄埔军校”;赚钱在它永远不及快乐工作重要;在逐浪淘沙的商海中,它坚守着做好一个品牌管家的责任和使命。广告人谁不知道它,就跟美国人不知道克林顿、法国人不知道拿破仑一样……还没想起来吗?那就准备好,用身心感受来自奥美的 360°拥抱吧!

拾捌 上海东艺:璀璨的艺术圣殿 /166

“弹拨盛夏”、“音乐嘉年华”、“东方雅韵”……单从这些演出品牌的名字就可以想见其精彩程度。它们是上海东方艺术中心的诗意名片,而上海东方艺术中心又是上海的精美名片。她是“上海十大时尚地标”、“上海最新的高雅艺术发布地”、全国首家经中国质量认证中心认证的全面通过 ISO 9001:2000 认证体系的剧院,是一座璀璨的艺术圣殿。

拾玖 《藏谜》:藏族原生态歌舞乐商演之谜 /173

幕布缓缓轻启,身着藏袍的演员们,从台后一拜一叩首,向舞台中央匍匐前行。纯厚的号角吹响,神圣博大的藏文化画卷顿时在眼前铺开:热烈野性的《六弦琴》、美妙奇幻的《荷花度母》、幽默诙谐的《牦牛舞》、华丽欢快的《赛装节》、厚重纯洁的《轮回之梦》……这是由藏族歌手容中尔甲、白族舞蹈家杨丽萍共同打造的藏族原生态歌舞乐《藏谜》。这部斥资千万的作品在短短 4 个多月的时间里,足迹踏遍全国 20 多个城市,创造了 2007 年歌舞商演的票房传奇。被人们称为“2007 年最震撼人心的歌舞作品”。

贰拾 《立秋》:21 世纪话剧的里程碑 /181

一个地域较为偏僻的省份,一个经济和文化并不强势的区域,排演的一个历史题材的话剧,八进北京,五下“珠江三角洲”(深圳、广州、珠海等),三下“长江三角洲”(上海、南京、常州、杭州等),先后在全国 18 个省份 50 多个城市演出 370 多场,平均每年 90 余场,观众达 40 多万人次,票房收入近 700 万元。在这高雅文化相对衰落、话剧基本无人问津的时代,不能不说是一个小小的奇迹。这个奇迹的创造者就是山西省话剧院排演的反映晋商诚信创业、自强不息的奋斗精神的大型多幕历史话剧——《立秋》。

贰拾壹 宣科与纳西古乐:一个中国音乐史上的传奇 /189

21 年的炼狱足以让常人变成疯魔,却成就了宣科的奇思诡想,他由狂人变成鬼才。他说:音乐起源于恐惧。从监狱出来后,他四处采风,把散落民间的古乐整理出来,并将七老八十闲居在家的一批纳西老人集中起来,专事排练一些著名的但在汉族地区已失传的古曲。纳西古乐会由是呈现出其独特的面貌:一是曲目(音乐)古老,二是乐器古老,三是演奏的人老。听过这种三老古乐的人们不仅会感到纳西古乐的古老与优雅,而且能体味到中华文化的博大精深。纳西古乐以其典雅持重、博大精深的独特魅力征服了千百万听众,并成为国际文化界关注的焦点。

贰拾贰 南宁国际民歌节:传统歌圩的“钱途” /196

美丽富饶的壮乡广西,素有“歌海”的美誉。尤其是盛大的“三月三”,方圆数百里的成百上千甚至上万民众齐聚,姑娘、小伙、孩童、以至于上年纪的老人,都兴高采烈地穿上节日盛装赶来参加,人们在圩场、田间、水边、坡上,或三五成群、或双双对对、或分边排阵,借乡曲问答、用山歌对擂,以歌寻亲会友、以歌论事抒怀、以歌表意觅情,一时间,人山人海,歌声嘹亮,甚至几天几夜歌声不绝,这便是有名的“歌圩”。

贰拾叁 《中国红歌会》:红色经典 红色精神 /202

2007 年,为纪念中国人民解放军建军 80 周年、秋收起义 80 周年和井冈山革命根据地建立 80 周年,《中国红歌会》栏目组在 2006 年首届《中国红歌会》成功举办的基础上进一步创新,精心举办第二届《中国红歌会》并取得了令人瞩目的收视率。2007 年 9 月,在第 14 届中国广告节上,江西电视台凭借《中国红歌会》的活动营销与推广,一举摘得 2007 年第四届“中国媒体企划奖”电视、广播、新媒体类的金奖。借此,江西卫视也入围 2007 年度中国十大创新广电案例。中央电视台《文化访谈录》和《焦点访谈》栏目,纷纷将《中国红歌会》作为一种文化现象来访谈并播出。根据央视索福瑞收视调查,“红歌总动员”的收视自开播以来增长超过 180%,稳居全国卫视前四名。

贰拾肆 赵本山:小品缔造的神话 /210

1990 年之前,他还是东北黑土地的草根艺人,身上还保留着庄稼院里未抖落的尘埃。1990 年,他凭小品《相亲》首次亮相春晚,一炮打响,就此成了央视春晚

的座上宾,一路冲上艺术巅峰,把欢声笑语以一种特殊的方式传遍千家万户,截至2007年春晚,9次蝉联“小品王”。2007年福布斯中国名人榜,他以收入1200万元排名第22位。

贰拾伍 “今日动画”:国产动漫的“神话” /218

仅以3分钟的样片就带来了4000万元的海外投资,这不是日本的动画,也不是美国和韩国的动画,它是张天晓今日动画公司打造的国产动画片营销“神话”——该公司制作的《中华小子》不仅成为法国电视三台的收视冠军,更被欧洲媒体誉为“开创亚洲功夫片的新美学”。

贰拾陆 大拇指动漫:多元发展 就近赢利 /224

厦门大拇指动漫股份有限公司董事长张辉德介绍说:“到目前为止,国际上动画片市场运作有3种方式:一种是美国的先推动画片,再推图书;另一种是日本的先推图书,再推动画片;还有一种是韩国的先推网游,再推动画片。而中国动漫行业还不成熟,我希望多条腿走路,可以降低市场风险,避免动画片不行导致全盘皆输的局面。”

贰拾柒 宇航鼠动漫:国际品牌的开拓者 /230

广东宇航鼠动漫有限公司是动漫行业中脱颖而出并迅速崛起的一个企业,短短3年,该公司的宇航鼠项目不但引起了国内动漫业界的轰动,而且引起了世界动漫巨头迪斯尼的关注。广东宇航鼠动漫有限公司将自身定位为“品牌运营商”,运用知识产权保护体系,借助漫画图书、动画影视进行包装,使之成为具有商品开发价值的文化品牌,通过授权,实现其价值并创造出可观的经济效益,从而打造非凡的“品牌魔力”!

贰拾捌 山猫:一个洋装在身的中国动漫品牌 /237

以“猫”为主推品牌的湖南动漫,日前又蹦出一个新鲜跳脱的品牌:山猫!不同于蓝猫和虹猫偏可爱的形象,山猫是个俏皮、灵性而又个性十足的动漫角色,侧重于诠释欧美人的审美特质,走国际化的路线。这一形象通过不断的修改和润色,在2007年9月最终得以确定,其间经历了5年的时间。不囿于本土的定位使得这只山猫自诞生起就与众不同,先出口后内销,先衍生品再动画片,这种曲线发展的成功实践,给动漫界提供了一个很好的范例:中国卡通也可以走向世界。

贰拾玖 常州动画基地:千古龙城的新风景 /245

常州位于美丽富饶的长江三角洲中心地带,地处江苏省南部,北携长江,南衔太湖,与上海、南京等距相望,是一座具有 2500 多年悠久历史的文化古城,底蕴深厚,有“中华龙城”的美誉;动画产业是文化创意产业中的核心产业,具有高科技、高效益、低能耗、低污染的特点,是 21 世纪最具发展潜力的产业之一。随着常州国家动画产业基地在 2004 年的正式成立,动画这一朝阳产业开始在古老的“龙城”焕发出夺目的光彩。

叁拾 原创手机动漫大赛:让全民“动漫”起来 /252

2007 年 9 月 27 日,第二届中国(移动)原创手机动漫大赛在湖南长沙鸣锣开赛。这是我国动漫业界规格最高、技术水平最强、影响范围最广的一次大赛。此次大赛自 9 月 27 日正式开赛以来,已经成为席卷全国动漫界的最热门话题,不仅吸引了数以万计的单位和个人参赛,更是将一种全新的手机动漫概念带到了人们的生活中。

叁拾壹 腾讯 QQ:玩出生产力 /258

它,一只电脑桌面右下角的小企鹅,却改变了数亿中国人的沟通;小企鹅引领的不仅是一个全新的赢利模式,更是一个网络时代的文化使者,它比微软更会玩转中国!毫不夸张地说,今天你我上网的第一件事就是:点击腾讯 QQ!

叁拾贰 马云:“阿里”王国的缔造者 /263

2006 年 6 月,美国权威财经杂志《Business2.0》公布其“全球 50 最具影响力商界人士排行榜”,阿里巴巴网站创始人马云作为唯一中国大陆地区的企业家入选,排名第 15 位,比比尔·盖茨还要高出 6 名。《福布斯》连续 5 年将他领导的阿里巴巴评选为全球最佳 B2B 商业站点,哈佛商学院也两度将其“业绩优秀”的经营选为 MBA 教学的案例。2007 年 11 月 6 日,马云的阿里巴巴公司在香港成功上市,据当时阿里巴巴的股价,马云拥有身家 127 亿元。在这众多的荣誉和光环下,也有人称他为“疯子”,说他太“狂妄”。

叁拾叁 起点中文:网络时代的文学殿堂 /271

如果一个文学机构拥有 13 万本原创小说,12 万名原创作者,1 400 万注册用户,每天的浏览页达 1.3 亿,你可以想象这是一个什么样的文学机构吗?你认为

这个文学机构有多大？如果告诉你，这个机构只有 60 人，每年却赚 4 000 万元，你的嘴巴能张多大？你相信吗？这就是起点中文创造的奇迹！一个文学被完全边缘化、许多作家感叹唏嘘认为生不逢时的文学衰落时代所出现的文学奇迹。

叁拾肆 盛大网络：一场游戏一场梦 /277

2007 年 12 月 6 日，由信息产业部中国软件行业协会游戏软件分会主办的第五届中国游戏行业年会在人民大会堂召开。作为行业领军企业，“得奖专业户”盛大网络再次成为当天最大赢家。在分量最重的“行业自律先进单位”、“最佳网络游戏服务商”评比中，盛大网络都成为唯一获奖的企业，成为年会最具焦点的“双料冠军”。此外，盛大网络的《苍天》、《风云雄霸天下》以及《彩虹岛》斩获“最期待网游”、“最佳休闲网游”。盛大网络 CEO 陈天桥及彭海涛也双双位列“年度企业家”、“年度新锐人物”榜首。盛大网络成立 8 年以来的发展，已经使其成为网络游戏和中国互联网的标杆性企业。2007 年，盛大网络迈入成功转型后的成熟期，在商业模式、企业管理、行业拓展等方面均表现优异。盛大网络公司正做着“网游产业之路”与“网络迪斯尼之梦”大踏步前进。

叁拾伍 黄山：“震旦国中第一奇山” /284

黄山是中国著名风景区之一，是世界游览胜地，位于安徽省南部黄山市。黄山巍峨挺拔，雄奇瑰丽，古人评为“具有泰岱之雄伟、华山之险峻、衡岳之烟云、匡庐之飞瀑、雁荡之巧石、峨嵋之清秀”。明代大旅行家徐霞客两游黄山，赞叹说：“登黄山天下无山，观止矣！”又留下“五岳归来不看山，黄山归来不看岳”的美誉。更有“震旦国中第一奇山”之称。黄山以奇松、怪石、云海、温泉“四绝”名冠天下，还兼有“天然动物园和天下植物园”的美称。1985 年入选全国十大风景名胜，1990 年 12 月被联合国教科文组织列入《世界文化与自然遗产名录》，2004 年 2 月入选世界地质公园。蜚声中外，令世人难忘。2007 年 5 月 8 日，黄山市黄山风景区经国家旅游局正式批准为国家 5A 级旅游景区。

叁拾陆 泰山：人间灵应无双境 天下巍峨第一山 /294

“岱宗夫如何？齐鲁青未了。造化钟神秀，阴阳割昏晓。荡胸生层云，决眦入归鸟。会当凌绝顶，一览众山小。”唐代诗人杜甫的一首《望岳》，千古以来不知引起多少文人骚客对这一圣地的向往，捕获了无数游人的登临欲望。泰山文化与景观的影响辐射鲁中内外，筑就了泰山旅游大产业，竖起了旅游经济新品牌！

叁拾柒 五台山:中国佛教名山之冠 /301

我国的佛教名山中,声誉隆盛、名传海内外者,当首推五台山。五台山将秀丽的自然与博大精深的佛教文化融于一体,构成了独特的自然人文景观,吸引了众多的海内外信徒与游客的参拜游览,促进了五台山名胜区旅游业的发展,同时也带动了其他相关产业经济的腾飞。可谓是文化与产业的交相辉映、相得益彰。

叁拾捌 布达拉宫:西域故宫 中华佛殿 /309

布达拉宫,见证着西藏的历史,丰富着西藏的文化。这座世界上海拔最高、最雄伟的宫殿被看做是灵魂距离天堂最近的佛教圣地,凝结着许多人探求异域风情、荡涤心灵的梦想。行走在布达拉宫,不仅恢弘的藏族古建筑艺术让你叹为观止,更让你心潮澎湃的是回荡在廊宇间的历史的声音、穿梭在空气中的文化的痕迹。

叁拾玖 大漠敦煌:千古风流谱华章 /315

2007 年对敦煌来说,可谓喜讯不断。继 9 月份被评为“感动世界的中国品牌城市”后,12 月在海南举行的 2007 博鳌国际旅游论坛上,敦煌因丰富而独特的旅游资源、博大精深的历史文化、突出的行业地位、享誉国内外的知名度和强劲的吸引力而入选中国首批“国家旅游名片”,成为向世界推广中国旅游形象的标志性品牌之一。“国家旅游名片”作为一个国际上的标志性品牌,必将对敦煌的未来发展起到巨大的推动作用。

肆拾 山西王家大院:“民间故宫” /322

王家大院 1997 年被评为“山西省旅游景区管理先进单位”;1998 年成为晋中诸旅游景区中唯一的省级“先进单位”;1999 年被评为“山西省十大著名优秀旅游景区”和“省级文明景点”;2000 年被评为“山西省旅游开发建设先进单位”和“山西省旅游宣传招徕先进单位”;2001 年通过了 ISO 9000 国际质量管理体系认证;2002 年初被评定为国家 4A 级旅游景区(点)和中国“质量万里行”全国示范单位;2003 年被评为“中国(首选)十佳文明示范旅游景区”;2004 年被文化部命名为山西省唯一的“全国文化产业示范基地”;2006 年被国务院列为“全国重点文物保护单位”,同年 12 月 15 日,列入“中国世界文化遗产预备名单”;2007 年又被评为“中国民间文化遗产旅游示范区”。

肆拾壹 深圳文博会:文化盛典 产业盛会 /330

中国(深圳)国际文化产业博览交易会以博览和交易为核心,全力打造文化产品与项目交易平台,促进和拉动中国文化产业的发展,积极推动中国文化产品走向世界,是中国政府重点扶持的八大文化展会品牌之一,也是我国第一个国家级、国际化、综合性的文化产业盛会,已经获得 UFI 认证。经过 3 年的发展,深圳文博会已成为我国文化产业整体实力展示的舞台,成为了解中国文化产业现状与文化产品市场、进行文化产业技术和信息交流的理想渠道和中外文化产业界实现交流与合作的平台。2007 第三届深圳文博会更是以丰富的内容、宏大的规模、规范的运作、完善的服务以及更高的国际化程度、强大的社会影响力,证明她是一场恢弘的文化盛典,一次成功的产业盛会。

肆拾贰 中国国际音像博览会:舞动中国音像产业 /337

这个盛会,以敦煌飞天为标志,聚集了海内外 200 多家音像制作、出版、发行企业,带来了 10 万多种音像产品;这个盛会,把自己作为交流平台,开放 25 500 多平方米的面积,吸引了来自中国、美国、英国、日本等地的音像行业者。它由文化部和广东省人民政府共同主办,已成功举办了 4 届;它集中了音像业上中下游及外围行业的相关企业机构,汇聚了世界著名的音像电影公司和国内主要的音像企业。它,就是迄今中国规模最大、规格最高的音像展会——中国国际音像博览会(简称“音博会”)。

肆拾叁 体之杰:借全民健身之力崛起 /346

在崛起的众多体育产业实体中,体之杰是值得提及的佼佼者,它是全国健身器材行业的领头羊,也是国际市场上的标志性企业。在户外健身器材取得巨大社会效益和经济效益的基础上,体之杰继续秉承“竭诚为人类健康服务”的理念,创造性地将传统的健身器材与互联网联接,自主研发了具有革命意义的 VR 数字健身器,首创了“生命健康在线管理”。这些文化创意产业项目为体育产业注入了新的血液,将全民健身引入到了主动健身、快乐健身、科学健身的新轨道上来,同时也使体之杰成为 2007 年度分量十足的文化品牌。

肆拾肆 李宁:一切皆有可能 /351

“不做中国的耐克,要做世界的李宁。”凭着如此豪气,李宁品牌创建十多年