

教育部哲学社会科学系列发展报告

B

文化品牌蓝皮书

BLUE BOOK OF CULTURAL BRANDS

中国文化品牌  
发展报告  
(2015)

主编 / 欧阳友权

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF CULTURAL BRANDS  
IN CHINA (2015)

 社会科学文献出版社  
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2015  
版

教育部哲学社会科学系列发展报告

文化品牌蓝皮书

BLUE BOOK OF  
CULTURAL BRANDS



# 中国文化品牌发展报告 (2015)

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF CULTURAL  
BRANDS IN CHINA (2015)

主 编 / 欧阳友权



社会科学文献出版社  
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

## 图书在版编目(CIP)数据

中国文化品牌发展报告. 2015/欧阳友权主编. —北京:社会科学文献出版社, 2015. 4

(文化品牌蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 7314 - 7

I. ①中… II. ①欧… III. ①文化产业 - 产业发展 - 研究报告 - 中国 - 2015 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 063348 号

文化品牌蓝皮书

## 中国文化品牌发展报告 (2015)

---

主 编 / 欧阳友权

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 陈 帅

责任编辑 / 陈 帅

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社 (010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: [www.ssap.com.cn](http://www.ssap.com.cn)

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367090

读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 21.5 字 数: 357 千字

版 次 / 2015 年 4 月第 1 版 2015 年 4 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 7314 - 7

定 价 / 89.00 元

皮书序列号 / B - 2012 - 250

---

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究

文化品牌 商机无限  
每年发布 世界推广

## 指导单位

文化部文化产业司  
中共湖南省委宣传部  
湖南文化创意产业研究中心

## 编撰单位

中南大学中国文化产业品牌研究中心

## 协作单位

光明日报社  
中国新闻社  
红网

## 顾问团队

何继善 中国工程院院士，湖南省科协名誉主席，原中南工业大学校长  
花建 上海社科院文化产业研究中心主任，国家发改委国际合作中心特约研究员  
金元浦 中国人民大学文化创意产业研究中心执行主任  
胡惠林 上海交通大学国家文化产业创新与发展研究基地办公室主任  
李凤亮 深圳大学副校长，文化产业研究院院长  
魏文彬 湖南省政协副主席  
蒋祖炬 湖南日报社总编辑  
雷鸣强 湖南省文化厅副厅长  
朱有志 湖南文化创意产业研究中心主任  
徐建军 中南大学党委常务副书记  
陈晓红 湖南商学院校长，中国中部崛起战略研究中心主任  
李嘉曾 澳门城市大学澳门文化产业研究所所长

# 《中国文化品牌发展报告（2015）》 编委会

主 任 欧阳友权

副 主 任 禹建湘 阎 真 白 寅

委 员 关 红 范明献 欧小芳 聂庆璞 钟虎妹  
王晓生 宋湘绮 刘新少 凌 菁 纪海龙  
黄 芸 周灿华 陈敏利 邹 理

# 《中国文化品牌发展报告（2014）》

## 撰稿人名单

欧阳友权 禹建湘 范明献 聂庆璞 钟虎妹  
陈敏利 王晓生 黄芸 刘新少 纪海龙  
凌菁 欧小芳 关红 周灿华 宋湘绮  
邹理 陈燕 王雪晴 刘芳 游兴莹  
肖云 赵小洋 汤雯婷 高志 周玲玉  
李佳兰 黄蒙蒙 邵晨 宋昱君 刘革  
王寓之 陈铎 翦虹君 周菁 李佩谦  
冯倩 王湘玮 黄晶 范警元 江晓军  
姚小云 常恒畅 王光文 唐林仁 曾照智  
彭伟 喻蕾

## 主要编撰者简介

**欧阳友权** 文学博士，中南大学中国文化品牌研究中心主任，二级教授，博士生导师，《中国文化品牌发展报告》主编，《人文前沿》主编，网络文学研究基地首席专家，国家教学名师，全国模范教师，湖南省优秀社会科学专家，第四届鲁迅文学奖、全国宝钢优秀教师奖获得者，享受国务院政府特殊津贴。主要从事文艺理论、网络文学和文化产业研究。主持国家社科基金项目3项（其中1项为重大项目），教育部项目4项，省级重大、重点和一般社科项目15项。在《中国社会科学》《文学评论》等权威期刊和中文核心期刊发表学术论文350余篇。出版个人学术理论专著22部，主编大学教材12部，出版译著2部，主编《中国文化品牌发展报告》9部（从2006年起每年1部），主编“网络文学教授论丛”等理论丛书5套。其研究成果获教育部中国高校人文社科优秀成果奖3次、湖南省社科成果奖4次、中国文联文艺评论一等奖1次。被评为湖南省“德艺双馨”文艺工作者、“新世纪文化湘军代表人物”和湖南省“十大文化人物”，记省政府一等功1次、二等功1次。获中南大学“十大教学名师”“十大师德标兵”和研究生“我最喜爱的导师”等称号。主要社会兼职有湖南省作家协会副主席、国家社科基金项目学科评审组专家、中国网络文学研究会会长、第八届茅盾文学奖评委等。



## 摘要

《中国文化品牌发展报告（2015）》共收录 1 篇总报告、31 篇年度品牌报告、15 篇年度分类报告。

《中国文化品牌发展报告（2015）》对 2014 年中国文化品牌的发展做了宏观总结。以习近平总书记主持召开的文艺座谈会为契机，中国文化事业和文化产业走向新的起点，文化产业新的增长点不断涌现，文化品牌被进一步夯实基础，亮点频出。文化品牌的成长壮大为丰富我国人民文化生活提供了强有力的保障，使社会主义核心价值观进一步得到彰显，文化品牌的引领作用进一步加强。

《中国文化品牌发展报告（2015）》遴选了 31 个在各门类具有引领意义的文化品牌，这些入选的年度品牌是依据“经济体量、年度业绩、业界声誉、社会影响、品牌价值”的总原则，经传媒举荐、团队调研、专家评审、网络投票、公示反馈等环节遴选出来的。《中国文化品牌发展报告（2015）》对中国文化品牌的入选推荐，旨在培养民族文化品牌迅速成长，促进中国文化品牌走向世界。

《中国文化品牌发展报告（2015）》对 15 个业态门类的文化品牌发展进行了总结，形成了 15 个年度分类报告，研究对象包括：电影业、电视业、新媒体业、报业、图书出版业、期刊业、广告业、演艺业、动漫游戏业、数字出版业、会展业、艺术品拍卖业、文化旅游业、对外文化贸易业，以及文化产业园区等。年度分类报告对各门类的文化品牌在 2015 年取得的成绩进行了总结，分析了各门类文化品牌的发展规律，以便为大家了解中国文化产业各门类品牌发展的整体情况提供参考。

# Abstract

*Annual Report on Development of Cultural Brands in China (2015)* selected 31 annually general reports on Chinese cultural brands, 15 cultural brands situation sub-reports, and thirty one annual cultural brands.

*Annual Report on Development of Cultural Brands in China (2015)* makes a macroscopic summary of the development of Chinese cultural brands in 2014. Based on the President Xi Jinping's Talks at the Beijing Forum on Literature and Art, Chinese culture brand and cultural industry will be a in the new beginning. The new growth points of Cultural industry sprung up at an increasing rate, the foundation of cultural brand have further strengthened, and hotspot took place frequently. Cultural brands constantly growing and expanding provide a powerful guarantee to enriching people's cultural life, demonstrating socialist nucleus value, and the leading role of cultural brands has been further fortified.

*Annual Report on Development of Cultural Brands in China (2015)* picked thirty-one cultural brands which have leading roles in each category. Those enrolled annually cultural brands are based on the general principle of "economic measurement, annual achievements, industry reputation, social impact, and brand value", and selected by media, team investigation, experts evaluations, network ballot, posting and feedback, etc. By recommending those eligible Chinese cultural brands, *Annual Report on Development of Cultural Brands in China (2015)* is aimed at nurturing the rapid growth of Chinese cultural brands and promoting them to the world.

*Annual Report on Development of Cultural Brands in China (2015)* summarizes the brand development of fifteen formats and forms fifteen annually cultural brand sub-reports which contains: movie industry, television industry, new media industry, press industry, publishing industry, periodical industry, advertising and public relation industry, performing arts industry, comic industry, digital publishing industry, exhibition industry, artistic work auction industry, cultural tourism industry,

international cultural trade industry, cultural industry park, etc. Those sub-reports summarize the achievements of various categories of cultural brands in 2015, analyze the law of the development of each industrial brand, and provide development of overall situation of various Chinese cultural brands with references.

# 目 录



## Ⅱ I 总报告

Ⅱ.1 正本清源：文化品牌走向新起点·····	001
一 文化政策细致全面化，文化品牌茁壮成长·····	002
二 各门类品牌欣欣向荣，构建产业大花园·····	006
三 驾驭政策、市场双马车，建设中国文化品牌·····	013

## Ⅱ II 年度品牌报告

### 电影故事片品牌

Ⅱ.2 《智取威虎山》：演绎经典，视听盛宴·····	016
----------------------------	-----

### 电影集团品牌

Ⅱ.3 香港寰亚：风雨二十载，打造影视航母·····	023
----------------------------	-----

### 电视剧制作公司品牌

Ⅱ.4 中国电视剧制作中心：“国家队”的金牌之旅·····	030
-------------------------------	-----

### 电视综艺节目品牌

Ⅱ.5 《快乐大本营》：精品综艺，不老传奇·····	037
----------------------------	-----

### 都市演艺品牌

Ⅱ.6 红太阳演艺集团：演艺“草根”的逆袭之梦·····	043
------------------------------	-----



## 出版企业品牌

B.7 江西省出版集团：品牌兴业，产业报国…………… 050

## 报业品牌

B.8 《南方日报》：高度决定影响力…………… 057

## 特色文化园区品牌

B.9 浏阳河文化产业园：心中那首歌，最美浏阳河…………… 063

## 期刊业品牌

B.10 《新周刊》：新锐品牌，引领时代…………… 070

## 发行企业品牌

B.11 安徽新华发行集团：行业翘楚的内功修为…………… 075

## 广播业品牌

B.12 中央人民广播电台：主流媒体的制胜之道…………… 080

## 广告公司品牌

B.13 思美传媒：大企情怀，广告巨擘…………… 086

## 工艺美术品牌

B.14 老凤祥：凤鸣中华，民族品牌…………… 092

## 设计公司品牌

B.15 嘉兰图：为客户创造最大价值…………… 097

## 对外电视传媒品牌

B.16 中国国际电视总公司：大国传媒，中华声音…………… 103

## 文化外企品牌

B.17 中国对外文化集团：魅力演艺精彩中国…………… 109

## 传媒集团品牌

B.18 北京北广传媒集团：实力成就品牌…………… 115

## 广电企业品牌

B.19 江苏广电有线信息网络：“有线”变“无限”，开启新生活…………… 120

## 电子商务网站品牌

- B.20 阿里巴巴：电商王者，马云何为 ..... 126

## 数字出版品牌

- B.21 同方知网：服务成就品牌，创新推动发展 ..... 132

## 网游公司品牌

- B.22 北京畅游：非精品，不在线 ..... 137

## 动漫公司品牌

- B.23 时代华奥：动漫“视”界，传承创新 ..... 144

## 动漫作品品牌

- B.24 《熊出没》：精致动画，高端品质 ..... 150

## 文化产业集群品牌

- B.25 中关村科技园：科技创新，时代领航 ..... 156

## 演艺作品品牌

- B.26 《ERA——时空之旅》：瞄准世界一流，锻造演艺品牌 ..... 163

## 旅游景区品牌

- B.27 横店影视城：中国“好莱坞” ..... 169

## 生态景区品牌

- B.28 恩格贝：科技庄园，生态乐园，精神家园 ..... 175

## 会展品牌

- B.29 上海书展：文化交流平台，全民阅读盛宴 ..... 183

## 艺术品拍卖品牌

- B.30 中贸圣佳：国家情怀，行业典范 ..... 190

## 文化遗产品牌

- B.31 澳门历史城区：中西合璧的文化瑰宝 ..... 196

## 文化园区品牌

- B.32 台湾华山文化园区：华山论剑，文创空间 ..... 202



## Ⅲ 年度分类报告

Ⅲ.33	电影业品牌报告（2015）	208
Ⅲ.34	电视业品牌报告（2015）	216
Ⅲ.35	新媒体业品牌报告（2015）	224
Ⅲ.36	报业品牌报告（2015）	232
Ⅲ.37	图书出版业品牌报告（2015）	240
Ⅲ.38	期刊业品牌报告（2015）	249
Ⅲ.39	广告业品牌报告（2015）	254
Ⅲ.40	演艺业品牌报告（2015）	262
Ⅲ.41	动漫游戏业品牌报告（2015）	272
Ⅲ.42	数字出版业品牌报告（2015）	279
Ⅲ.43	会展业品牌报告（2015）	288
Ⅲ.44	艺术品拍卖业品牌报告（2015）	295
Ⅲ.45	文化旅游业品牌报告（2015）	302
Ⅲ.46	对外文化贸易业品牌报告（2015）	309
Ⅲ.47	文化产业园区品牌报告（2015）	315

# CONTENTS



## Ⅰ General Report

- Ⅰ.1 General Report of 2014: Radically Reform: Cultural Brands Move towards a New Beginning / 001
1. *Cultural Policy is Increasingly Refined and Comprehensive, Cultural Brands Grow Sturdily* / 002
2. *Various Brands Develop Favorably, A Big Cultural Industry is Being Contracted* / 006
3. *Using Policy and Market, Contracting Chinese Culture Brands* / 013

## Ⅱ Reports on Annual Brands

### **Narrative Film Brand**

- Ⅱ.2 *The Taking of Tiger Mountain: Classical Interpretation, Audiovisual Feast* / 016

### **Film Group Brand**

- Ⅱ.3 Hongkong Film Company: Through Twenty Years of Trials and Tribulations, Create Film and Television Carrier / 023

### **Television Drama Production Company Brand**

- Ⅱ.4 China TV Drama Production Center: Road to the Gold of “National Team” / 030





### **Television Variety Show Brand**

- B. 5 *Happy Camp*: Elaborate Variety Show, Immortal Legend / 037

### **Urban Art Performance Brand**

- B. 6 Red Sun Performing Arts Group: A Counterattack Dream of “Grass Roots” in Art Performance Circle / 043

### **Publishing Enterprise Brand**

- B. 7 Jiangxi Publishing Group: Promote Company with Brand, Serve Country with Industry / 050

### **Newspaper Brand**

- B. 8 *Nanfang Daily*: Perspective Decides Influence / 057

### **Characteristic Cultural Park Brand**

- B. 9 Liuyang River Cultural Industrial Park: the Song in your Heart is the most beautiful Liuyang River / 063

### **Periodical Industry Brand**

- B. 10 *New Weekly*: Cutting edge Brand, Times Leader / 070

### **Distribution Enterprise Brand**

- B. 11 Anhui Xinhua Distribution Group: Internal Cultivation of the Industry Pacemaker / 075

### **Broadcasting Industry Brand**

- B. 12 China Nation Radio: The Magic Weapon of Mainstream Media / 080

### **Advertising Company Brand**

- B. 13 Simei Media: Ambitious Enterprise, Advertising Giant / 086

### **Arts and Crafts Brand**

- B. 14 Laofengxiang: Nationwide Reputation, Local Brand / 092