



文化品牌蓝皮书®

LUE BOOK OF CULTURAL BRANDS

中国文化品牌 发展报告 (2013)

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF CULTURAL
BRANDS IN CHINA (2013)

主 编 / 欧阳友权



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

2013
版

013043317

G124

54

2013



中国文化品牌发展报告 (2013)

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF CULTURAL
BRANDS IN CHINA (2013)

主 编 / 欧阳友权



社会科学文献出版社

SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)



北航

C1650904

G124
54
2013

718840810

图书在版编目(CIP)数据

中国文化品牌发展报告. 2013/欧阳友权主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2013. 5

(文化品牌蓝皮书)

ISBN 978-7-5097-4538-0

I. ①中… II. ①欧… III. ①文化产业-产业发展-研究报告-中国-2013 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 078491 号

文化品牌蓝皮书

中国文化品牌发展报告 (2013)

主 编 / 欧阳友权

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 皮书出版中心 (010) 59367127

电子信箱 / pishubu@ssap.cn

项目统筹 / 张丽丽

经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

责任编辑 / 张丽丽 王 颖

责任校对 / 白秀红 白桂华

责任印制 / 岳 阳

印 装 / 北京季峰印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

版 次 / 2013 年 5 月第 1 版

印 次 / 2013 年 5 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-4538-0

定 价 / 79.00 元

印 张 / 25.5

字 数 / 416 千字

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



权威报告 热点资讯 海量资源

当代中国与世界发展的高端智库平台

皮书数据库 www.pishu.com.cn

皮书数据库是专业的人文社会科学综合学术资源总库，以大型连续性图书——皮书系列为基础，整合国内外相关资讯构建而成。包含七大子库，涵盖两百多个主题，囊括了近十几年间中国与世界经济社会发展报告，覆盖经济、社会、政治、文化、教育、国际问题等多个领域。

皮书数据库以篇章为基本单位，方便用户对皮书内容的阅读需求。用户可进行全文检索，也可对文献题目、内容提要、作者名称、作者单位、关键字等基本信息进行检索，还可对检索到的篇章再作二次筛选，进行在线阅读或下载阅读。智能多维度导航，可使用户根据自己熟知的分类标准进行分类导航筛选，使查找和检索更高效、便捷。

权威的研究报告，独特的调研数据，前沿的热点资讯，皮书数据库已发展成为国内最具影响力的关于中国与世界现实问题研究的成果库和资讯网。

皮书俱乐部会员服务指南

1. 谁能成为皮书俱乐部会员？

- 皮书作者自动成为皮书俱乐部会员；
- 购买皮书产品（纸质图书、电子书、皮书数据库充值卡）的个人用户。

2. 会员可享受的增值服务：

- 免费获赠该纸质图书的电子书；
- 免费获赠皮书数据库100元充值卡；
- 免费定期获赠皮书电子期刊；
- 优先参与各类皮书学术活动；
- 优先享受皮书产品的最新优惠。

3. 如何享受皮书俱乐部会员服务？

（1）如何免费获得整本电子书？

购买纸质图书后，将购书信息特别是书后附赠的卡号和密码通过邮件形式发送到 pishu@188.com，我们将验证您的信息，通过验证并成功注册后即可获得该本电子书。

（2）如何获赠皮书数据库100元充值卡？

第1步：刮开附赠卡的密码涂层（左下）；

第2步：登录皮书数据库网站（www.pishu.com.cn），注册成为皮书数据库用户，注册时请提供您的真实信息，以便您获得皮书俱乐部会员服务；

第3步：注册成功后登录，点击进入“会员中心”；

第4步：点击“在线充值”，输入正确的卡号和密码即可使用。



（本卡为图书内容的一部分，不购书刮卡，视为盗书）

皮书俱乐部会员可享受社会科学文献出版社其他相关免费增值服务

您有任何疑问，均可拨打服务电话：010-59367227 QQ:1924151860

欢迎登录社会科学文献出版社官网(www.ssap.com.cn)和中国皮书网(www.pishu.cn)了解更多信息

文化品牌 商机无限
每年发布 世界推广

指导单位

国家文化部文化产业司
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
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 上海社会科学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
魏文彬 湖南省政协副主席
蒋祖烜 中共湖南省委宣传部副部长，湖南省文化体制改革和文化产业发展领导小组办公室主任
朱有志 湖南省社会科学院院长、文化创意产业研究中心主任
雷鸣强 湖南省文化厅副厅长
李凤亮 深圳大学副校长、文化产业研究院院长
徐建军 中南大学党委常务副书记
陈晓红 中南大学商学院名誉院长，中国中部崛起战略研究中心主任
李嘉曾 澳门城市大学文化产业研究所所长

《中国文化品牌发展报告 (2013)》

编委会

主 任 欧阳友权

副 主 任 禹建湘 白 寅 阎 真

委 员	关 红	范明猷	欧小芳	聂庆璞	钟虎妹
	王晓生	魏 颖	宋湘绮	马薇薇	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 (2013)》

撰稿人名单

(按文序排列)

欧阳友权	禹建湘	程海威	刘杨杨	袁玉雯	葛 乐
王一淼	于海婧	龙典典	马晓静	隆 龙	张慧碧
丁 琼	周 曦	刘 璐	薛婉茜	龚良珺	宁 静
王婧雨	段 洁	邱 婕	曾思敏	李天知	吴甲萍
胡宇超	傅秋香	姚家万	莫光蕊	姜 英	王 轩
方 倩	王 昱	李 珏	梅先亚	魏 颖	张婷洪
范明猷	聂庆璞	钟虎妹	陈敏利	王晓生	黄 芸
马薇薇	纪海龙	凌 菁	贺予飞	欧小芳	关 红
周灿华	宋湘绮	姒申杰	董芷菲	邹 理	

主编简介

欧阳友权 文学博士，中南大学中国文化品牌研究中心主任，文学学院院长，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，享受国务院政府特殊津贴，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。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项为重点项目），主持教育部项目3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》8部（2006年起每年1部），主编“网络文学教授论丛”等理论丛书4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”文艺工作者和“新世纪文化湘军代表人物”，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：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，第八届茅盾文学奖评委等。

摘要

《中国文化品牌发展报告(2013)》对2012年中国文化品牌的发展作了宏观总结,遴选了30个在各门类具有引领意义的文化品牌,它们包括:电影品牌、电视剧品牌、电视娱乐节目品牌、数字出版基地品牌、地方综合性网站品牌、视频网站品牌、传媒集团品牌、出版集团品牌、民营书业品牌、报业集团品牌、报纸品牌、文化产业投资品牌、电影院线品牌、广电传媒集团品牌、综合性文化集团品牌、电影娱乐集团品牌、民营文化集团品牌、演艺品牌、动漫企业品牌、网游作品品牌、网游企业品牌、期刊品牌、会展品牌、广告品牌、音像品牌、艺术品拍卖品牌、文化园区品牌、文化旅游品牌、文化遗产品牌、民族文化纪录片品牌等。这些入选的年度文化品牌是依据“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(2013)》通过对中国文化品牌的入选推荐,旨在促使中国文化品牌迅速成长,促进中国文化品牌走向世界。

《中国文化品牌发展报告(2013)》对15个业态门类的文化品牌发展进行了总结,形成了15个年度文化品牌分报告,这些业态包括:电影业、电视业、新媒体业、报业、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业等。文化品牌年度分报告对各门类的文化品牌在2012年取得的成绩进行了总结,分析了各产业门类品牌的发展规律,重点探讨了各门类文化品牌和龙头企业的成功经验,有针对性地提出了发展对策。

《中国文化品牌发展报告(2013)》还对15个主要文化产业门类最具影响力的年度品牌进行了入榜排行,每个门类遴选了排名前10的文化品牌予以上榜点评,助推中国文化产业在品牌的引领下更好更快发展。

Abstract

Annual Report on Development of Cultural Brands in China (2013) makes a macroscopic summary of the development of Chinese cultural brands in 2012. *Annual Report on Development of Cultural Brands in China (2013)* selected thirty cultural brands which have leading roles in each category. They include: cinema, television, television entertainment, digital publishing base, local comprehensive website, video website, Media Group, publishing group, private book industry, press group, newspaper, cultural industry investment, cinema line, broadcasting and TV Media group, comprehensive cultural group, movies entertainment group, private cultural group, art performance, animation enterprise, online game work, online game enterprise, periodical, exhibition, advertising, audio video, artistic work auction, cultural park, cultural tourism, cultural heritage, ethnic culture documentary. 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 the media, team investigation, expert evaluations, network ballot, posting and feedback, etc. By recommending those eligible Chinese cultural brands, *Annual Report on Development of Cultural Brands in China (2013)* is aimed at nurturing the rapid growth of Chinese cultural brands and promoting them in the world.

Annual Report on Development of Cultural Brands in China (2013) summarizes the brand development of fifteen formats, and contains fifteen annual cultural brand sub-reports which include: movie, television, new media, press, publishing, periodical, advertising and public relation, performing arts, comic, digital publishing, exhibition, artistic work auction, cultural tourism, international cultural trade, cultural theme park. Those sub-reports summarize the achievements of various categories of cultural brands in 2012, analyze the law of the development for each industrial brand, focus on the successful experiences of all kinds of cultural brands and leading enterprises, and put forward several suggestions for further development.



Annual Report on Development of Cultural Brands in China (2013) also provides a ranking for the most influential annual brands in fifteen cultural categories, from which we select ten cultural brands in each category and make comments with the purpose of facilitating a better and faster development of Chinese cultural industries under the guidance of brand.

电视品牌

图 2-1 《东方卫视之夜》：东方卫视

网络剧品牌

图 2-2 《甄嬛传》：精品是支撑网络剧

电视娱乐节目品牌

图 2-3 《中国好声音》：唱响东方，唱响中国

数字出版基地品牌

图 2-4 重庆北部新区数字出版基地：数字出版，创意无限

地方综合网站品牌

图 2-5 华声在线：领跑全国媒体传播力百强

目 录



Ⅱ I 总报告

Ⅱ.1 借力利好政策，文化品牌百花竞放·····	001
一 文化品牌的政策扶持力度继续加大·····	001
二 文化品牌各产业门类百花齐放·····	011
三 文化品牌发展的时代路径·····	025

Ⅱ II 年度品牌

电影品牌

Ⅱ.2 《人再囧途之泰囧》：这个品牌不太囧·····	032
----------------------------	-----

电视剧品牌

Ⅱ.3 《甄嬛传》：精品是怎样炼成的？·····	040
--------------------------	-----

电视娱乐节目品牌

Ⅱ.4 《中国好声音》：视听盛宴，年度传奇·····	047
----------------------------	-----

数字出版基地品牌

Ⅱ.5 重庆北部新区数字出版基地：携手科技，漫步“云端”·····	054
-----------------------------------	-----

地方综合网站品牌

Ⅱ.6 华声在线：领跑全媒体传播中华声·····	061
--------------------------	-----



网络视频品牌

- B.7 优酷网：视频网站的领军品牌 068

传媒集团品牌

- B.8 中国文化传媒集团：转企改制，品牌拓展 074

出版集团品牌

- B.9 山东出版集团：齐鲁翘楚，产业新锐 081

民营书业品牌

- B.10 天舟文化：民营书业第一股 088

报业集团品牌

- B.11 上海文汇新民联合报业集团：创新经营，涅槃重生 096

报纸品牌

- B.12 《南方周末》：南国传媒，报业新锐 103

文化产业投资品牌

- B.13 中国文化产业投资基金：投资航母，产业财神 111

电影院线品牌

- B.14 万达影院：打造电影院线优质品牌 118

广电传媒集团品牌

- B.15 江苏广电集团：坐拥金陵，伏采潜发 124

综合性文化集团品牌

- B.16 深圳华侨城：一座城市的名片 130

电影娱乐集团品牌

- B.17 华录百纳：绽放影视剧绚烂华章 136

民营文化集团品牌

- B.18 华策影视：民营影视，中国最强 142



演艺品牌

- B.19 丽水金沙：旅游演艺，文化传承 149

动漫企业品牌

- B.20 奥飞动漫：“奥”视群雄，打造中国“迪斯尼” 156

网游作品品牌

- B.21 《穿越火线》：FPS 网游的风云王者 163

网游企业品牌

- B.22 巨人网络：网游“巨人”的品牌打造 170

期刊品牌

- B.23 《中国国家地理》：老牌子缔造新王国 177

会展品牌

- B.24 中展集团：会展航母，破浪起航 184

广告品牌

- B.25 奥美中国：市场推手，广告巨擘 191

音像品牌

- B.26 九洲音像：品牌经营，誉满九州 198

艺术品拍卖品牌

- B.27 北京保利：扬槌落金，拍卖旗舰 205

文化园区品牌

- B.28 成都音乐公园：东郊记忆，世界倾听 212

文化旅游品牌

- B.29 青海湖：高原湖景，品牌传世 219

文化遗产品牌

- B.30 故宫：璀璨紫禁城，文化博物馆 225



民族文化纪录片品牌

Ⅱ.31 《舌尖上的中国》：挑动的不只是味蕾	232
------------------------------	-----

ⅡⅢ 业态报告

Ⅱ.32 中国电影业品牌报告（2013）	240
Ⅱ.33 中国电视业品牌报告（2013）	250
Ⅱ.34 中国新媒体业品牌报告（2013）	259
Ⅱ.35 中国报业品牌报告（2013）	266
Ⅱ.36 中国出版业品牌报告（2013）	276
Ⅱ.37 中国期刊业品牌报告（2013）	285
Ⅱ.38 中国广告业品牌报告（2013）	294
Ⅱ.39 中国演艺业文化品牌报告（2013）	303
Ⅱ.40 中国动漫游戏业品牌报告（2013）	310
Ⅱ.41 中国数字出版业品牌报告（2013）	317
Ⅱ.42 中国会展业品牌报告（2013）	326
Ⅱ.43 中国艺术品拍卖业品牌报告（2013）	333
Ⅱ.44 中国文化旅游业品牌报告（2013）	342
Ⅱ.45 对外文化贸易品牌报告（2013）	350
Ⅱ.46 中国文化产业园区（基地）品牌报告（2013）	359

ⅡⅣ 品牌排行榜

Ⅱ.47 电影故事片十大品牌	370
Ⅱ.48 电视业十大品牌	371
Ⅱ.49 商业网站十大品牌	372
Ⅱ.50 报业十大品牌	373



B. 51	出版业十大品牌	374
B. 52	期刊业十大品牌	375
B. 53	广告业十大品牌	376
B. 54	演艺业十大品牌	377
B. 55	动漫游戏业十大品牌	378
B. 56	数字出版业十大品牌	379
B. 57	文化展会十大品牌	380
B. 58	艺术品拍卖单品十大品牌	381
B. 59	文化旅游景区十大品牌	382
B. 60	对外文化贸易十大品牌	383
B. 61	文化产业园区十大品牌	384

皮书数据库阅读**使用指南**