

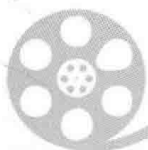
张雅欣 等 / 著



国际纪录片节 的 价值构建

中国（广州）国际纪录片节
调研报告

中国社会科学出版社



国际纪录片节 的 价值构建

中国（广州）国际纪录片节
调研报告

张雅欣 张佳楠 韩 岳
赵 鑫 林世健 王 巽 等 / 著
虞东升 李东玲 汪雅青

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际纪录片节的价值构建: 中国 (广州) 国际纪录片节调研报告 / 张雅欣等著.
—北京: 中国社会科学出版社, 2017. 12
ISBN 978 - 7 - 5203 - 1511 - 1

I. ①国… II. ①张… III. ①纪录片—研究报告—中国 IV. ①J952

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 283559 号

出版人 赵剑英
责任编辑 张林
特约编辑 郑成花
责任校对 高建春
责任印制 戴宽

出版 中国社会科学出版社
社址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发行部 010 - 84083685
门市部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 北京君升印刷有限公司
版 次 2017 年 12 月第 1 版
印 次 2017 年 12 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 17.75
字 数 259 千字
定 价 86.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话: 010 - 84083683
版权所有 侵权必究

感谢：广州环球瑞都文化传播有限公司。



图1 广州节国际顾问、提案大会主持人方佰德



图2 广州节海外合作负责人在威尼斯电影节介绍“中国故事”提案计划



图3 导演范俭接受课题组成员采访



图4 2016年广州节决策人面对面环节现场



图5 广州图书馆常规展映现场



图6 导演张经纬与课题组成员合影



图7 导演周浩接受课题组成员采访



图8 2016年广州节提案大会培训现场



图9 雅克·贝汉在2011年广州节接受采访



图10 课题组成员与奈吉尔·马文合影



图 11 奥斯卡获奖导演柯文思在 2016 年中国（广州）
国际纪录片节演讲



图 12 中国（广州）国际纪录片节常务办公室秘书长、
广州环球瑞都文化传播有限公司董事总经理刘军



图 13 广州节组委会常务办公室副秘书长、
广州环球瑞都文化传播有限公司副总经理张丽



图 14 课题组负责人中国传媒大学教授张雅欣在 2016 年广州节
开幕式上做课题介绍



图 15 广州节官方网站首页



图 16 班夫纪录片节官网首页

目 录

绪 论	(1)
第一节 研究意义	(1)
第二节 研究思路及方法	(3)
一 研究内容	(3)
二 研究思路	(5)
三 研究方法	(6)
四 研究重点及创新	(7)
五 研究难点	(7)
第一章 破局开篇	(9)
第一节 15 年耕耘收获	(9)
一 广州节发展历程	(9)
二 深耕细作，成绩斐然	(14)
第二节 从无到有“金红棉”	(25)
一 “金红棉”奖溯源	(26)
二 解析“金红棉”奖	(31)
三 “金红棉”奖的未来	(42)
第二章 国际视野	(47)
第一节 广州节国际论坛	(47)
一 高峰论坛：纪录片的东方“达沃斯”	(49)

2 国际纪录片节的价值构建

二 发布会、推介会：市场信息共享	(54)
第二节 广州节跨文化传播功能	(56)
一 文化交流平台的搭建	(56)
二 国际平台的国家形象	(57)
三 跨文化传播的瓶颈分析	(59)
第三节 著名国际纪录片节的跨文化传播分析	(62)
一 加拿大热门纪录片节	(62)
二 德国慕尼黑国际纪录片电影节	(70)
第四节 广州节跨文化传播效果提升思考	(76)
一 拓宽选片视野，关注全球性议题	(76)
二 升级创作理念，转变讲述方式	(78)
三 增设中国纪录片竞赛单元	(79)
四 加强政府服务职能	(81)
五 加大媒体发布力度	(82)
六 创造更多公共空间	(83)
第三章 文化广州	(85)
第一节 广州节助推岭南文化	(85)
一 古城广州洋溢文化气韵	(85)
二 “广州之夜”凸显本地文化	(88)
三 “广东日”大打岭南文化牌	(90)
第二节 广州节城市文化形象的建构	(93)
一 城市文化形象概述	(93)
二 纪录片节在城市文化传播中的作用	(99)
第三节 著名国际纪录片节的城市形象传播分析	(106)
一 荷兰阿姆斯特丹国际纪录片节	(106)
二 日本山形国际纪录片节	(109)
三 英国谢菲尔德国际纪录电影节	(116)
第四节 广州节城市文化传播提升思考	(120)

一	充分利用市场环境优势	(120)
二	充分利用文化资源优势	(122)
三	助推纪录片走向大众	(123)
第四章	产业领航	(126)
第一节	广州节产业布局	(127)
一	方案预售	(127)
二	决策人面对面	(145)
三	纪录片商店	(150)
四	其他市场活动	(154)
第二节	纪录片节与纪录片产业资源整合	(157)
一	纪录片节——纪录片产业的枢纽	(157)
二	纪录片节的产业资源整合价值	(162)
第三节	著名国际纪录片节产业资源整合分析	(167)
一	荷兰阿姆斯特丹国际纪录片节	(167)
二	法国阳光纪录片大会	(172)
三	澳大利亚国际纪录片大会	(176)
第四节	广州节产业资源整合现状	(179)
一	广州节产业资源整合的结果	(179)
二	广州节产业资源整合的优势	(181)
三	广州节产业资源整合存在的问题	(184)
第五节	广州节产业资源整合提升思考	(185)
一	产业资源整合普遍策略	(185)
二	广州节资源整合提升策略	(187)
第五章	大众化之路	(192)
第一节	广州节大众化路径	(192)
一	大众展映活动发展	(193)
二	专业人士参展指南	(205)

4 国际纪录片节的价值构建

第二节 营销理论视角与纪录片节的大众化	(209)
一 纪录片节大众化的时代背景	(209)
二 大众化研究的营销理论基础	(213)
第三节 著名国际纪录片节大众化分析	(216)
一 韩国 DMZ 国际纪录片电影节	(216)
二 班夫中国电影节	(218)
三 iDOCS 国际纪录片论坛	(221)
第四节 广州节大众化效果提升思考	(226)
一 推进广州节大众化的意义	(226)
二 广州节大众化程度有待提升	(229)
三 广州节大众化提升策略	(232)
第六章 纪录片创意孵化	(240)
第一节 培训项目孵化纪录片人才	(240)
一 提案大会培训：实战演习	(240)
二 大师班：站在巨人的肩膀上	(241)
三 “读懂中国”大学生纪录片大赛	(245)
第二节 作为人才孵化器的纪录片节	(247)
一 孵化器的概念和特征	(248)
二 纪录片节人才孵化器的构造	(251)
第三节 著名国际纪录片节人才孵化分析	(254)
一 美国圣丹斯国际电影节	(254)
二 加拿大热门纪录片节	(261)
第四节 广州节人才孵化器提升思考	(266)
一 广州节人才孵化存在的不足	(266)
二 广州节人才孵化器提升策略	(268)
后 记	(276)

绪 论

第一节 研究意义

中国（广州）国际纪录片节（GZDOC，以下简称“广州节”）从学术研讨会发展为国际化的专业影视节展，15年来与中国纪录片产业相互促进、同步发展。尤其近年来，国家连续出台支持纪录片发展的重大举措，使中国纪录片产业进入发展的快车道。经过15年的专业品牌打造，广州节已经呈现出强大的国际传播效应和市场聚集效应，成为中国纪录片人与来自不同国家、不同文化背景的同行碰撞思想、交流创意、探讨艺术的重要平台。

广州节作为中国纪录片产业脉动的风向标——国家产业政策和国际发展趋势的官方权威发布平台，是研究中国纪录片发展不可或缺的参照系，也是中国影视节展研究的案例。然而，目前国内针对广州节进行全方位的调研项目尚未出现。已有文献对广州节的考察往往只停留在现象层面的描述，缺少理论层面的总结和提升。部分文献集中于某些关键时点，缺少对广州节发展历史的全面梳理。

本书试图填补以往对广州节研究的空白，并从中揭示出一些对纪录片节展的运行发展具有启示性、理论性与实践价值的规律。

广州节是国内唯一具备纪录片投融资、交易功能的国家级专业平台，一方面为中国纪录片产业发展打造专业化服务平台，另一方面又为中国以及全球纪录片人的创作提供智力和资金支持。通过对广州节