

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

No.6

中国文化品牌 发展报告 (2018~2019)

主编/欧阳友权 禹建湘

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF
CULTURAL BRANDS IN CHINA (2018-2019)



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

2019
版

教育部哲学社会科学系列发展报告



中国文化品牌发展报告 (2018~2019)

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF CULTURAL
BRANDS IN CHINA (2018-2019)

主 编 / 欧阳友权 禹建湘



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. 2018~2019 / 欧阳友权, 禹建湘主编. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2019.6

(文化品牌蓝皮书)

ISBN 978-7-5201-4704-0

I. ①中… II. ①欧…②禹… III. ①文化产业-产业发展-研究报告-中国-2018-2019 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 068844 号

文化品牌蓝皮书

中国文化品牌发展报告 (2018~2019)

主 编 / 欧阳友权 禹建湘

出 版 人 / 谢寿光

责任编辑 / 桂 芳

文稿编辑 / 贺拥军

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

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367083

印 装 / 三河市东方印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 21 字 数: 311 千字

版 次 / 2019 年 6 月第 1 版 2019 年 6 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5201-4704-0

定 价 / 128.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010-59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

《中国文化品牌发展报告（2018～2019）》

编 委 会

主 任 欧阳友权

副主任 禹建湘 白 寅

委 员 罗军飞 范明献 陈国雄 纪海龙 聂 茂
聂庆璞 欧小芳

《中国文化品牌发展报告（2018 ~ 2019）》

撰稿人名单

欧阳友权	禹建湘	姜希	游兴莹	曾仪	陈冲
黄琳	黄思源	赵小虎	庄园	罗茜	潘新宇
刘芳龄	徐宁	谢日安	帅才	郭骏	刘华
乔泓瑞	朱雅筠	张裔埜	范憬怡	黄婉彬	向柯树
高雅兰	赵心宇	罗诗咏	朱柏安	廖含喻	李慧瑾
裴璨	唐芳敏	江思颖	陆思宇	雷治域	孙佳宝
单志仟	张忠秀	蒋茂芹	唐玲	薛静	王亚茹

主编简介

欧阳友权 文学博士，中南大学中国文化产业品牌研究中心主任，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，中国作协网络文学委员会副主任，中国作协网络文学委员会中南大学研究基地主任、首席专家，国家社科基金重大项目首席专家，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4项（其中重点、重大各1项），主持教育部项目4项，主持省级重大、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》11部（自2006年起），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4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”，记湖南省政府一等功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：湖南省作家协会名誉主席，国家社科基金项目学科评审组专家，第八届、第九届茅盾文学奖评委等。

禹建湘 文艺学博士、管理科学与工程博士后，中南大学中国文化品牌研究中心副主任，三级教授，博士生导师，中南大学“531”第二层次人

才。获得湖南省青年社会科学研究人才“百人工程”学者、“湖南省新世纪121人才工程”第三批人选、湖南省普通高校青年骨干教师培养对象等称号。作为课题负责人主持国家社科基金项目2项，承担国家社科基金重大项目子课题2项，主持省部级课题17项，出版专著8部，在包括《文学评论》等权威刊物在内的刊物上发表学术论文135篇，论文多次被《新华文摘》《中国社会科学文摘》《人大复印报刊资料》等刊物转载，科研成果获得各种奖励。

摘 要

《中国文化品牌发展报告（2018~2019）》共收录1个中国文化品牌年度总报告，30个年度入选文化品牌。

总报告对2017~2018年两年间的中国文化品牌发展做了宏观总结。在互联网高速发展背景下，这两年我国文化品牌线上线下同步发展，实现了多方面的转型升级，电视、电影、游戏、动漫等多个领域的文化品牌均有数量和质量的突破。技术和市场的新发展将为文化品牌建设带来新挑战，面对发展新趋势、新动态，中国文化品牌需从政策、社会效益、技术、受众四个方面发力，促进文化品牌活跃、健康、智能、精准、持续发展。

本书遴选了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——《战狼2》，电视剧品牌——《人民的名义》，网络综艺品牌——《中国有嘻哈》，演艺品牌——《印象·西湖》，出版发行品牌——中文传媒，广播影视企业品牌——中国国际电视总公司，新媒体品牌——东方明珠新媒体，文化科技品牌——咪咕公司，内容产业品牌——爱奇艺，网络传媒品牌——天娱传媒，报纸品牌——《参考消息》，期刊品牌——《财经》，电子出版品牌——掌阅科技，传输品牌——万隆光电，博物馆品牌——湖南省博物馆，互联网品牌——美团网，直播品牌——虎牙直播，网游品牌——《王者荣耀》，广告公司品牌——索象策划集团，数字动漫品牌——若森数字，视频品牌——Bilibili，文化旅游品牌——武夷山，民间工艺品牌——天津泥人张，文化平台品牌——上海创图，网络大电影品牌——《灵魂摆渡·黄泉》，印刷业品牌——盛通印刷，拍卖业品牌——朵云轩，文化园区品牌——白马湖生态创意园区，非遗品牌——昆曲，展会品牌——广交会。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。本书对中国文化品牌的人选推荐，旨在助力民族文化品牌迅速成长，促进中国文化品牌走向世界。

Abstract

Annual Report on the Development of Cultural Brands in China (2018 – 2019) includes a general report and 30 annual cultural brands.

Annual Report on the Development of Cultural Brands in China (2018 – 2019) summarizes the whole development of Chinese cultural brands from 2017 to 2018. With the robust development of the Internet, cultural brands in China achieved synchronous development online and offline in the two years, realizing the transformation and upgrading in many aspects, cultural brands in various areas including television, movie, game and animation making a breakthrough in quantity and quality. The new development in technology and market will bring new challenges to the cultural brands construction. Facing the new development trends, cultural brands in China should pay more attention to policy, social benefit, technology and audience and promote the active, healthy, intelligent, precise and sustainable development of cultural brands.

Annual Report on the Development of Cultural Brands in China (2018 – 2019) picked 30 cultural brands which have leading roles in each category. It includes: movie brand *Wolf Warriors II*, TV show brand *The Name of the People*, online variety show brand *The Rap of China*, performing art brand *Impression · West Lake*, publication and distribution brand Chinese Universe Publishing and Media Group, broadcasting and film group brand China International Television Corporation, new media brand Oriental Pearl Group, cultural technology brand Migu Company, content industry brand iQIYI, Internet media brand EE – Media, newspaper brand *Reference News*, periodical industry brand *Caijing*, electronic publishing brand iReader Technology, transmission brand Hangzhou Prevail Optoelectronic Equipment Company, museum brand Hunan Provincial Museum, Internet brand Meituan, live streaming brand Huya, online game brand *Glory of Kings*, advertising agency brand SOSIGN, digital animation brand ROCEN,



video brand Bilibili, cultural tourism brand Mount Wuyi, folk arts and crafts brand Tianjin clay figurine Zhang, cultural platform brand Shanghai Creatoo, online movie brand *Soul Ferry to the Yellow River*, printing industry brand Shengtong Print, auction industry brand Shanghai Duoyunxuan, cultural park brand White Horse Lake Eco-creative City, intangible cultural heritage brand Kunqu Opera, exhibition brand Canton Fair. 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 recommendation, 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 (2018–2019)* is aimed at nurturing the rapid growth of Chinese cultural brands and promoting them to the world.

目 录



I 总报告

B.1 文化品牌双线发展，全面实现转型升级	001
------------------------------------	-----

II 年度品牌报告

电影品牌

B.2 战狼2：铁骨硬汉成就票房传奇	024
---------------------------------	-----

电视剧品牌

B.3 《人民的名义》：心有所敬，则行有所止	031
-------------------------------------	-----

网络综艺品牌

B.4 《中国有嘻哈》：解锁网综 freestyle，引领 hiphop 新潮流	040
---	-----

演艺品牌

B.5 《印象·西湖》：天堂一景 人间一梦	051
------------------------------------	-----

出版发行品牌

B.6 中文传媒：互联网时代的华丽转身	061
----------------------------------	-----

广播影视企业品牌

B.7 中国国际电视总公司：传媒航母 大国之声	069
--------------------------------------	-----



新媒体品牌

- B. 8** 东方明珠新媒体：强强联合，打造传媒航母 080

文化科技品牌

- B. 9** 咪咕公司：五位一体，全军出击 090

内容产业品牌

- B. 10** 爱奇艺：内容产业的佼佼者 100

网络传媒品牌

- B. 11** 天娱传媒：娱乐产业的佼佼者 111

报纸品牌

- B. 12** 《参考消息》：大咖华丽转型 加快融合发展步伐 118

期刊品牌

- B. 13** 《财经》：政经商学之宝典 专业期刊之楷模 129

电子出版品牌

- B. 14** 掌阅科技：用“工匠精神”铸就电子出版传奇 138

传输品牌

- B. 15** 万隆光电：世界无界，应你而生 146

博物馆品牌

- B. 16** 湖南省博物馆：以人为本，智慧新馆 153

互联网品牌

- B. 17** 美团网：从团购网到超级平台 162

直播品牌

- B. 18** 虎牙直播：造势竞争，拔得头筹 173

网游品牌

- B. 19** 《王者荣耀》：国民手游，荣耀加身 182

广告公司品牌

- B. 20** 索象：以整合营销，传品牌之魂 192

数字动漫品牌

B. 21 若森数字：打造核心科技，纵笔书画江湖	201
---------------------------------------	-----

视频品牌

B. 22 进击的 B 站：多元化发展之路	213
------------------------------------	-----

文化旅游品牌

B. 23 武夷山：生态文化，融合发展	222
----------------------------------	-----

民间工艺品牌

B. 24 天津泥人张：一个跨越家族的社会艺术流派	232
--	-----

文化平台品牌

B. 25 上海创图：文化重塑，构建智慧互联新生态	242
--	-----

网络大电影品牌

B. 26 《灵魂摆渡·黄泉》大电影：东方奇幻爱情故事	252
--	-----

印刷业品牌

B. 27 盛通印刷：顺势而为，转型升级	261
-----------------------------------	-----

拍卖业品牌

B. 28 朵云轩：依托百年品牌 引领行业标杆	269
--------------------------------------	-----

文化园区品牌

B. 29 生态创意园区的“白马湖模式”	276
-----------------------------------	-----

非遗品牌

B. 30 昆曲：活态传承 熠熠生辉	286
---------------------------------	-----

展会品牌

B. 31 广交会：广交世界，开放共赢	296
----------------------------------	-----

B. 32 后 记	306
------------------------	-----

CONTENTS



I General Report

- B.1** Cultural Brands Develop in Double-line, Realize Comprehensive Transformation and Upgrading / 001

II Reports on Annual Brands

Movie Brand

- B.2** *Wolf Warriors II*: Tough Onion Creates the Legend at the Box Office / 024

TV Show Brand

- B.3** *The Name of the People*: Reverence in Heart, Restriction in Action / 031

Online Variety Show Brand

- B.4** *The Rap of China*: Unlock the Freestyle of Online Variety Show, Lead the Trend of Hiphop / 040

Performing Art Brand

- B.5** *Impression·West Lake*: the Scene in the Heaven, the Dream on the Earth / 051

Publication and Distribution Brand

- B.6** Chinese Universe Publishing and Media Group: a Gorgeous Turn
in the Internet Age / 061

Broadcasting and Film Group Brand

- B.7** China International Television Corporation: Media Carrier,
the Voice of Great Power / 069

New Media Brand

- B.8** Oriental Pearl Group: Powerful Alliance Creates Media Carrier / 080

Cultural Technology Brand

- B.9** Migu Company: Five in One, Crush One by One / 090

Content Industry Brand

- B.10** iQIYI: One of the Top in Content Industry / 100

Internet Media Brand

- B.11** EE-Media: One of the Top in Entertainment Industry / 111

Newspaper Brand

- B.12** *Reference News*: Gorgeous Transformation, Accelerate the
Pace of Integrated Development / 118

Periodical Industry Brand

- B.13** *Caijing*: the Model of Political Business, the Pattern of
Professional Journals / 129

Electronic Publishing Brand

- B.14** iReader Technology: “Craftsmanship Spirit” Creates a Legend of
Electronic Publishing / 138

Transmission Brand

- B.15** Hangzhou Prevail Optoelectronic Equipment Company: Born for
You in a World without Boundary / 146

Museum Brand

- B.16** Hunan Provincial Museum: Put People First, Build
Intelligent Museum / 153



Internet Brand

- B.17** Meituan: from Group-buying Website to Super Platform / 162

Live Streaming Brand

- B.18** Huya Live: Build up the Momentum, Win the Top Rank / 173

Online Game Brand

- B.19** *Glory of Kings*: National Mobile Game, Loaded with Honor / 182

Advertising Agency Brand

- B.20** SOSIGN: Develop Integrated Marketing, Promote the
Soul of Brand / 192

Digital Animation Brand

- B.21** ROCEN: Create Core Technology, Take Roots in the Field / 201

Video Brand

- B.22** Bilibili: Advance towards Diverse Development / 213

Cultural Tourism Brand

- B.23** Mount Wuyi: Ecological Culture, Fusion Development / 222

Folk Arts and Crafts Brand

- B.24** Tianjin Clay Figurine Zhang: a Social Art School across Family / 232

Cultural Platform Brand

- B.25** Shanghai Creatoo: Culture Reshaping, a New Ecology with
Intelligence and Interconnection / 242

Online Movie Brand

- B.26** *Soul Ferry to the Yellow River*: Fantasy Love Story in the East / 252

Printing Industry Brand

- B.27** Shengtong Print: Transformation and Upgrading Move with
the Times / 261

Auction Industry Brand

- B.28** Shanghai Duoyunxuan: Brand Cross the Century, Set Industry
Benchmark / 269