

<< “胡” 说动漫 >>

图书基本信息

书名：<< “胡” 说动漫 >>

13位ISBN编号：9787543495920

10位ISBN编号：7543495929

出版时间：2012-9

出版时间：河北教育出版社

作者：胡月明

页数：255

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<< “胡”说动漫 >>

内容概要

《“胡”说动漫》中采用章回体的形式开题，也强调“胡”说的初衷，基本没有严格的引经据典。

《“胡”说动漫》整体思想是在“大动漫”的概念下讨论动漫产业的发展思路，每回只谈一个问题，力求将一些企业容易忽视但其实不容忽视的共性问题讲清楚，以期给我国动漫业现状一个客观的描述，给出一些积极的建议。

<< “胡”说动漫 >>

作者简介

胡月明，1964年8月出生，辽宁人，中共党员毕业于东北财经大学。
1988年至2003年，在中国歌剧舞剧院工作、曾任中国歌剧舞剧院行政处副处长、财务部主任。
2003年至2009年，到文化部文化市场发展中心工作。
曾任文化部文化市场发展中心主任助理、中心艺术品评估委员会副秘书长，北京皇城艺术品交易中心有限公司董事长，北京中文发文化发展有限公司董事长，并兼任北京中文发国际文化交流有限公司董事长2009年11月，中国动漫集团有限公司成立。
任职工董事、总会计师。
现为中国演出家协会常务理事。
长期从事演出管理，演出经纪，大型文化会展活动（网博会、艺博会、演出娱乐博览会）及文化产业的理论探索与实践工作，并发表过多篇管理论文。
担任部分高校客座教授和艺术管理硕士研究生导师，2005年赴美国肯尼迪艺术中心艺术管理班学习。
著有我国第一本演出经纪理论书籍《演出经纪人》和第一部演出营销专著《演出营销》（获文化部文化艺术科学优秀成果奖），获得演出行业好评。
编著全国《演出经纪人资格培训教材》及《演出合同示范文本》。
另著有《连环画情缘》。

<< “胡”说动漫 >>

书籍目录

宏观篇

- 第一回 英雄少言当年勇 儿郎奋发立新功
- 第二回 千船万帆过大江 各自为战拓洪荒
- 第三回 冰冻三尺非一日 长江破浪会有时
- 第四回 东西南北路条条 探究规律自逍遥
- 第五回 众里寻他千百度 蓦然回首需醒悟
- 第六回 动漫产业谋发展 先知产业为哪般
- 第七回 传统文化看定价 其他产业靠文化
- 第八回 跳出庐山放眼看 产业应在“大动漫”
- 第九回 江山代有英雄出 顺应时代傲江湖

动画篇

- 第十回 千军万马过独桥 原创路上多折腰
- 第十一回 莫说世事多变幻 万水千心总是情
- 第十二回 未成曲调先有情 嬉笑怒骂皆文章
- 第十三回 述尽天下天籁语 少论世间长短情
- 第十四回 百花齐放自芬芳 莫以形式论短长
- 第十五回 文化差异有东西 理念多学迪士尼
- 第十六回 网络技术不易追 内容为王有作为
- 第十七回 不昧良心挣黑钱 守法经营当为先
- 第十八回 动漫作品巧幽默 警惕全面泛娱乐
- 第十九回 摆脱程式多创新 引领风尚与时进
- 第二十回 作品须有高立意 产品应有好工艺
- 第二十一回 艺术风格领风骚 特色文化价值高
- 第二十二回 粗放创作必受损 精耕细作是根本

漫画篇

- 第二十三回 漫画要说连环画 艺术成就誉天下
- 第二十四回 日漫冲击连环画 缘是原创无人抓
- 第二十五回 市场活跃靠消费 控制价格说贱贵
- 第二十六回 漫画应时宜创新 争看几米新绘本
- 第二十七回 连环画里看漫画 产品对路赢天下
- 第二十八回 尊重艺术靠培育 漫画艺术法兰西
- 第二十九回 美国漫画多成就 顺应时代亦优秀
- 第三十回 墨守陈规路难行 顺应时代变则兴
- 第三十一回 巧用语言繁化简 故事漫画看台湾
- 第三十二回 漫画还需有动感 镜头安排胜于言
- 第三十三回 漫画动画应联动 中国各自成一统
- 第三十四回 精细管理认真抓 漫画出版产业化

园区篇

- 第三十五回 跑马占地靠动漫 少有春花芳满园
- 第三十六回 主题公园遍神州 几家欢喜几家愁
- 第三十七回 山重水复寻出路 剑走偏锋要有术
- 第三十八回 文化需要讲故事 成败在于有价值
- 第三十九回 主题公园细规划 互动体验是精华
- 第四十回 主题公园设计妙 消费模式看目标

.....

<< “胡”说动漫 >>

版权篇
会展篇
授权篇
衍生篇
借鉴篇
经营篇
人才篇
资本篇
营销篇
管理篇

<< “胡”说动漫 >>

章节摘录

版权页：插图：文化主题公园建设这些年风起云涌，不仅迪士尼主题公园落户上海，国内以深圳华强、华侨城为代表的企业也在全国建设了一批文化主题公园，大中城市几乎都有大小不一的文化主题公园落成或规划建设。

但是，建园容易养园难，全国的文化主题公园能够保持盈利的不足三成。

文化主题公园在中国建设的历史也不短了，只不过没有突出动漫的主题而已。

改革开放初期，全国就建设了一批文化主题公园，深圳的世界之窗、北京的大观园、世界公园等，建设的初衷还只限于增加旅游景点。

各地旅游区也推出一批主题乐园，旨在增加旅游的人文景观。

这批景点也经历了一个由热闹到沉寂的过程，其主要原因是娱乐性、趣味性不强，互动性不够和文化内涵肤浅。

大型动漫主题公园的兴起，启示来自迪士尼公园和环球影视主题乐园。

但如何保证国内的动漫主题公园良性建设和运营，需要考虑最重要的要素有六个。

一是区位优势要素。

迪士尼选址条件非常苛刻，交通、气候、游客来源、覆盖区域、文化背景、竞争对手、配套环境等都是重要条件；二是品牌支撑。

没有足够的品牌、形象支撑必然导致主题内涵模糊；三是工程技术支撑。

观众看到或体验到的场景，只是表象，内部需要高端的物理、机械、科技、声光电等工程技术的保障，安全性要求非常高。

工程设计、环境营造、施工难度很大。

四是资金营运保证。

大型动漫主题公园建设资金、运营资金必须有切实保证，几十亿甚至上百亿的资金需求必须有雄厚的资金支撑；五是管理能力保证。

主题公园的管理严格而又乏味，不仅有严格的机械操作流程，更有对游客管理的难度。

迄今为止，东京迪士尼乐园的管理模式是最成功的典范。

六是运营效益的保证。

大型动漫主题公园需要每天保证不低于万人流量，否则，就可能入不敷出。

此外，还需要定期推出新的游乐项目和检修更新设备，保留经典与不断创新并存，才能保证永远的活力。

中国需要大型动漫主题公园，而且需要不止几个。

但不可否认，中国还缺乏高品质的乐园建设者。

同时，也要看到，中国也更需要符合地方消费的中小主题乐园、特色主题公园，日本在这方面也走在前列。

中国的一些企业也正在联合国外企业建设一批中小动漫乐园。

在建设过程中，需要警惕一哄而起和脱离实际。

中国第一批文化主题乐园失利的教训值得今天的建设者借鉴。

此外，迪士尼提出的“目的地消费模式”耐人深思。

“给人纯粹的快乐”，“每个人内心都有自己的童心”这些语录却是支持迪士尼帝国的神经。

建设者必须有这样的信念，才能抓住游客的心。

工程建设再难，有足够的资金还是可以完成的；最难完成的是主题公园的运营机制。

目前，计划兴建的和已经建好的主题公园已经对国内主要城市呈现覆盖的格局了。

仍然还有许多企业在筹划更多的主题公园，如果以公益性为目的，尚不嫌多；如果以产业为目的，就需要谨慎了。

<< “胡”说动漫 >>

编辑推荐

《"胡"说动漫》由河北教育出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>