

好莱坞营销



[好莱坞营销_下载链接1](#)

著者:谷淞

出版者:中国广播电视

出版时间:2007-1

装帧:

isbn:9787504351876

《好莱坞营销》在兼顾好莱坞电影制片和发行两大环节的同时，更加偏重于发行环节，

系统介绍了好莱坞影片的发行历史和当前情况，分别介绍了美国七大电影公司在发行方面的兴衰成败。好莱坞是个充满梦想的地方，关于好莱坞电影的研究书籍不胜枚举。

作者介绍:

目录:

[好莱坞营销_下载链接1](#)

标签

好莱坞

营销

电影

电影经营管理

产业

电影产业

影视

文化产业

评论

专业课太远，自我启蒙一下..

作为一部谈电影制片发行的著作，学术性几乎为零，但是可以通过这本书作为了解“七大”的入门级书籍，资料的收集还凑合

七大影业公司的介绍这里，有点像新闻报道。而且，在每个公司介绍的时候，给人的感觉就是这个是最厉害的。但是读到下一个，又发现还有更厉害的。武侠片的写法么？没有整体的格局印象。另外就是每页的排版太雷人了，各种色彩和背景，很难看清楚，太花哨了吧……比较可惜的是没有皮克斯的篇章。

通俗易懂，还有案例分析。

很不错，很多方面讲得到位，有独特的见解。

对于我自己来说，是一本了解好莱坞历史和商业电影历史的好书……

大部分在讲好莱坞的历史，有凑字数之嫌，反而营销方面没说什么有用的

不好

只是讲好莱坞电影的产业运作的常识 没有深入探讨怎么营销啊 from深大图书馆

作者对好莱坞的态度好分裂啊。然后其实这本书和营销没啥关系。呵呵。

详细了解了好莱坞发行过程中的一些细节~不错的书

书装垃圾配图十分不靠谱但内容尚可
浮光掠影地梳理了美国好莱坞发家史和7大片厂的兴盛衰亡和各自面临的挑战--虽然用7张SWOT分析slice更为简明扼要
富有启示的是：一切从营销出发，无论是明星和制片人制度，题材和类型片，抑或技术的更新换代 值得作为公司管理书目推荐

典型的含糊其辞的学院派报告，陈词滥调，出处模糊，烂书一枚是也

补课补课

像一份粗劣的论文，堆砌的内容

排版垃圾 内容肤浅 结构松散 东抄抄西抄抄

其实跟营销没多大关系。。。

体例新颖 语言活泼 言之有物

客观事实不足

不好。别买

[好莱坞营销 下载链接1](#)

书评

其实这书有点水 封面是《好莱坞营销》，内容很少与营销相关的
先不说谁负责设计页面的（花花绿绿的，看的眼都花了！！！！出版社的水平也太低下了）

前言部分，作者预设立场，“帝国主义亡我之心不死”的眼光来看着好莱坞（看到这，不禁怀疑作者能客观讲述后面的内容）后...

翻看有关好莱坞的书的人，不排除有人仅仅是出于好奇，但我相信绝大多数人还是本着学习的姿态去看的，从各自的资源上看，各国各有各的异彩纷呈，但为何单单美国人一枝独秀，我想是有相当一群人想探个究竟的。本书的作者将其归为以下几点：
一谓资本，这是令全世界...

这书和其标题一样，是介绍好莱坞营销的。
这种营销精神基本就是美国电影制度中的核心，制片厂制度。
美国社会本身就是一个商业氛围非常浓的社会，这种影响对于其电影的影响，应该是100年前就有了。
结合几本介绍美国好莱坞电影的书去研读，你会发现很多有趣的故事的案例。...

[好莱坞营销 下载链接1](#)