

中国电影整合营销关键报告



[中国电影整合营销关键报告_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2010-4

装帧:

isbn:9787106031886

《中国电影整合营销关键报告》介绍了电影产业的历史、现状、发展和未来趋势，为电影产业与企业相互了解提供了参考，同时详细介绍了电影整合营销理念的来源，目前中国电影产业中各种整合营销形式，帮助企业了解如何利用电影这个媒介平台来整合企业的品牌营销。对于影视娱乐资源方来说，随着中国电影市场的整体繁荣，各种影视作品以及媒介渠道都存在着潜在的传播价值，但如何将其挖掘出却存在问题，甚至很难将有利的信息传达到企业决策者。所以从电影机构的角度说，也更希望能把自身的优势传达出去，使更多的企业了解。

作者介绍:

目录: 目录

序一

序二

序三

第一章 电影发展概况分析

第一节 好莱坞电影发展概况分析

1.1 好莱坞电影产业发展概况

1.1.1 好莱坞的历史

1.1.2 好莱坞的电影产业

1.2 好莱坞电影产业的核心与经营策略

1.2.1 好莱坞电影产业的核心

1.2.2 好莱坞电影产业的经营策略

1.3 好莱坞电影整合营销的成功案例分析

1.4 小结

第二节 法国电影发展概况分析

2.1 法国电影产业历史背景

2.1.1 法国被公认是世界电影的发祥地

2.1.2 电影产业在法国开始形成

2.1.3 法国电影产业成长期

2.1.4 法国电影狙击好莱坞

2.1.5 电影“新浪潮”席卷法国

2.1.6 法国电影平稳发展期

2.2 法国电影产业的核心与经营策略

2.2.1 政策扶持体系

2.2.2 电影分级取代电影管制

2.2.3 “影、视、录”协同发展的产业格局

2.2.4 法国电影产业的发展支柱

2.2.5 影院附加利益增加电影价值

2.2.6 戛纳电影节

2.2.7 电影年卡引发的电影业地震

2.3 法国电影整合营销的成功案例分析

2.4 小结

第三节 日本电影发展概况分析

3.1 日本电影产业历史背景

3.1.1 电影技术登陆日本

3.1.2 日本电影发展成长阶段

3.1.3 日本电影走向国际

3.1.4 日本电影的低谷

3.1.5 日本电影再次走上全盛时期

3.2 日本电影产业的核心与经营策略

3.3 日本电影整合营销的成功案例分析

3.4 小结

第四节 中国电影发展概况分析

4.1 中国电影的发展历程

4.1.1 从中国电影本身谈起

4.1.2 中国电影产业飞速发展阶段

4.1.3 中国电影产业的新方向

4.2 中国电影产业的整合营销

4.2.1 电影产业“整合营销”理念的兴起

4.2.2 “整合营销”渗入中国电影产业

4.3 好莱坞整合营销模式带来的启示

4.4 小结

第二章 中国电影整合营销现状

第三章 中国电影整合营销机会

[中国电影整合营销关键报告_下载链接1_](#)

标签

电影营销

电影

营销

电影产业

我的电影书

影视

图书馆

评论

自己写的书不要脸给五星

结论过于粗犷

额。。收集了很多数据，罗列地很辛苦，但是为了罗列而罗列，显得杂乱没有章法

作为报告 给三星先，在读

第一次看如此行业前沿的书，书中“传播即营销”的观念让我很受启发。

這不廢話麼，自己寫的書當然讀過了。。。不要臉地打五星，當時研究小組連我在內正好五人~組長為總經理助理，項目完成後她有事沒事天天打我電話，直到我換了號碼沒有告訴她，才從她的世界徹底消失。現在想來是少了一個人脈。

[中国电影整合营销关键报告_下载链接1](#)

书评

[中国电影整合营销关键报告_下载链接1](#)