

<<时空战略>>

图书基本信息

书名：<<时空战略>>

13位ISBN编号：9787208086906

10位ISBN编号：7208086907

出版时间：2009-8

出版时间：上海人民出版社

作者：何真

页数：242

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>

<<时空战略>>

前言

前几年我还在上海工作的时候，曾经应邀去上海马戏城观看过多媒体梦幻剧——《时空之旅》，当时，我对该剧中所表现出来的高超的杂技和舞蹈艺术、具有独特创意的表现手法、浓郁的中国元素以及梦幻般的舞台艺术效果留下了深刻的印象。

眼前的这本《时空战略——“时空之旅”带给中国文化产业的启示》一书则让我进一步了解到，在短短几年的时间里，《时空之旅》已经取得了巨大的成功，特别是在演出场次、票房收入、观众人数等几方面不断突破国内同类演出市场的记录，《时空之旅》现象已经引起了国内外众多学者、媒体、研究机构以及业界同行的广泛关注。

作为一名长期从事产业经济研究的学者，我认为，对《时空之旅》现象背后的各种因素如创意策划、运作机制、品牌营销、衍生产品开发等进行深入的研究、总结和探讨，不仅有助于打造具有中国特色的“文化创意产业”品牌，而且对于加快推进我国文化创意产业的繁荣和发展，进一步推动中国文化创意产业走向国际市场等无疑具有重要的借鉴意义。

最近几年来，由于工作和研究兴趣等原因，本人一直比较关注我国各地文化创意产业的发展状况。在我看来，《时空之旅》之所以能够在短短的四年时间内成为上海乃至我国文化创意产业的一张亮丽的“名片”，甚至被人们誉为“亚洲最好的舞台晚会”，至少在以下几个方面体现出它与其他同类产品相比的较为独特的特色或竞争优势。

<<时空战略>>

内容概要

《时空之旅》是一台以中国传统杂技为内核、用声光电等现代技术打造的多媒体梦幻剧。对于这台历时四年，久演不衰的文化精品剧目，《时空战略》以庖丁解牛的方式呈现其诞生的形式、体制、关键人物以及曲折的前进路线。

全书首先向我们展示的是中国舞台演出的国际地位和其内涵不平衡的现状。为了突破这个僵局，《时空之旅》由演出公司、杂技团和媒体三方投资，成立了独立运作的公司。

在现代企业制度下创造性地进行策划和营销，并最终收获了极大的成功。

书中总结的二十七条“时空法则”对企业、特别是中国的文化产业应如何创新发展提供了一面镜子，尤其值得文化产业的经营者的思考和借鉴。

<<时空战略>>

书籍目录

序第一章 时空交错的机遇 期待惊雷的上海演艺市场 等待演出的舞台 从“中间人”到市场的主人 中国文艺演出的海外尴尬第二章 鸣锣开鼓 连接京沪的合作 寻找强大的媒体平台 现代企业制度的魔力 首演前的挣扎第三章 贵在执行力 文化产品的酝酿与积淀 节目待命营销先行 放眼全球的选才第四章 寻找“老孔” 老艺人的新机遇 改造传统重塑形象 秀一个上海给世界看第五章 搭台唱戏 把梦想变成现实 学会感染观众 首演的“亮相彩”第六章 请为我喝彩 首演后的狂欢 为了八十一名观众 销售的起点第七章 开门迎客 从源头寻找客源 千山万水千言万语 意外的观众第八章 遭遇“神秘人” 耀眼的“太阳” 老朋友和新对手 和国际演艺巨人同行第九章 路在脚下 历史的选择 现实的需要 民族的世界的外一篇 灵魂的舞者 跋：从《时空之旅》看民族自信心与文化创新力 附一：多媒体梦幻剧《ERA - 时空之旅》大事记 附二：《时空之旅》节目单&精彩节目剧照欣赏

章节摘录

插图：第一章 时空交错的机遇本章核心人物：张宇中国对外文化集团公司总经理，《时空之旅》发起者之一。

1993年，他创办中国对外演出公司事业体制下第一家全资企业——中演文化娱乐公司，并担任首任总经理。

1996年，他创意发起“中国国际交响音乐年”。

1997年，他出任中国对外演出公司总经理，同年在国内演出界首次引入院团演出代理制。

1998年，他作为总策划与中方总制作人，推出紫禁城太庙版实景歌剧《图兰多》，邀请祖宾·梅塔出任音乐总监、张艺谋担任歌剧导演，产生了世界性的广泛影响。

2004年4月，经国务院批准，中国对外演出公司、中国对外艺术展览中心整体转企改制组建成立中国对外文化集团公司，并成为全国文化体制改革首批试点单位之一，张宇被任命为总经理。

2008年9月，中国对外文化集团公司因成功承办“相约北京——2008奥运文化活动”，被中共中央、国务院授予“北京奥运会残奥会先进集体”。

俞亦纲上海杂技团团长、上海马戏城总经理，《时空之旅》发起者之一。

1988年担任上海木偶剧团领导，1996年调任上海文化实业公司党委书记、副总经理，1999年7月任上海马戏城总经理，1999年9月兼任上海杂技团团长，2005年12月兼任上海杂技团 / 马戏城党总支书记，2008年兼任上海文广演艺中心副总裁。

2002年联手中国对外演出公司，根据国外观众的口味量身定制大型综艺舞台剧《太极时空》。

近几年他还策划制作了上海杂技团原创剧目《浦江情》、《欢乐马戏》及一批参加国内外杂技比赛的新节目，均取得了较好的市场反应和比赛成绩。

<<时空战略>>

编辑推荐

《时空战略》：“时空之旅”带给文化产业的启示。

在国际上掌握话语渠道，树立正面形象——这是中国文化产业每一个从业者肩上不可推卸的责任。

《时空之旅》是个榜样，不仅因为它提供了良好的模式，更重要的是——态度。

眼前的这本《时空战略——“时空之旅”带给中国文化产业启示》一书则让我进一步了解到，在短短几年的时间里，《时空之旅》已经取得了巨大的成功，特别是在演出场次、票房收入、观众人数等几方面不断突破国内同类演出市场的记录，《时空之旅》现象已经引起了国内外众多学者、媒体、研究机构以及业界同行的广泛关注。

作为一名长期从事产业经济研究的学者，我认为，对《时空之旅》现象背后的各种因素如创意策划、运作机制、品牌营销、衍生产品开发等进行深入的研究、总结和探讨，不仅有助于打造具有中国特色的“文化创意产业”品牌，而且对于加快推进我国文化创意产业的繁荣和发展，进一步推动中国文化产业走向国际市场等无疑具有重要的借鉴意义。

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>