

(2010)

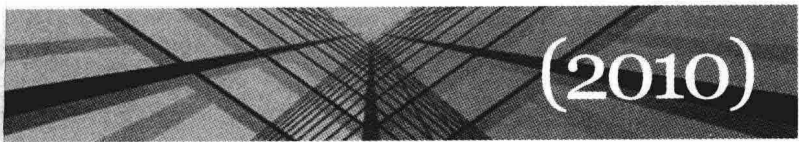
中国文化产业 年度发展报告

The Annual
Development Report
of Chinese Cultural Industries

叶朗 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



(2010)

中国文化产业 年度发展报告

The Annual
Development Report
of Chinese Cultural Industries

叶朗 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

中国文化产业年度发展报告. 2010 / 叶朗主编. —北京: 北京大学出版社, 2010. 8
ISBN 978 - 7 - 301 - 17576 - 7

I. ①中… II. ①叶… III. ①文化 - 产业 - 研究报告 - 中国 - 2010 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 146920 号

书 名: 中国文化产业年度发展报告(2010)

著作责任者: 叶 朗 主编

责任编辑: 黄怀京

标准书号: ISBN 978 - 7 - 301 - 17576 - 7/C · 0604

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765016 出版部 62754962

电子邮箱: ss@pup.pku.edu.cn

印 刷 者: 三河市北燕印装有限公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 19.5 印张 427 千字

2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 42.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010 - 62752024 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

序 一

文化产业发展需要技术管理及制度创新^①

今天我们谈的是文化产业,我希望能从经济、金融管理的角度提供一些想法,供大家参考。

大家知道文化产业,包括文化产品,文化服务。文化产业和文化事业是两个方面,文化本身不能全部产业化,应该说它有一部分是可以实现产业化的,可以通过市场运作的方式提供文化产品和文化服务。文化产业在国外是比较早就发展起来了,但是到今天为止,它的定义、范围还各不相同,我们暂不深究。但是,我觉得中国的文化产业,确实面临一个非常好的形势,同时,发展文化产业也有非常重要的意义。

第一,金融危机以后,我们需要一个新的经济增长点,文化产业是一个新的经济增长点。

第二,文化产业本身是我们全面建设小康社会也必须要有有的一个方面。因为随着我们国家经济实力的增强和社会的发展,人民对文化产品和服务的需求也不断增加了。另外,建设小康社会的四个目标之中,有一个就是提高全民的科技、教育和文化水平。

第三,从远一点来看,文化产业是培育和增强国家软实力非常重要的措施。

最后一点,我认为文化产业对于构建和谐世界也是非常重要的。尽管我们国家经济实力增长很快,国际地位也迅速提高,但是在国际上很多人对我们还是了解甚少,有误解,有偏见,甚至是成见。这当然有意识形态方面的原因,但是另一方面也因为我们的文化在国际上的影响还不够大。所以我觉得发展文化产业是非常重要的,而我们面临的形势也很好,因为中央非常重视文化产业的发展,在十大产业振兴计划之外,专门出台了《文化产业振兴规划》。

但是,另一方面,我们也应该看到发展文化产业是任重道远的。从我们的统计数据

^① 选摘自全国人大常委会前副委员长成思危在“2010第七届中国文化产业新年国际论坛”上的讲话。

来看,2008年文化产业增加值是7600亿,在GDP里还占不到3%,而发达国家一般占7%、8%,甚至超过10%。从文化的出口来看,也还是相当少,所以发展文化产业确实是任重道远。

如何使我国的文化产业做强做大并且走向世界,我在这里提三点看法:

第一点看法,要保持中华特色。五四运动以后对于中国的文化就有四种不同的态度,一种是全盘肯定,一种是批判继承,一种是继承批判,一种是全盘否定。我们以前批判继承的比较多,我个人认为今后恐怕更多的是继承批判。我们先要继承,了解之后再取其精华,去其糟粕。如果没有继承,批判就无从落实。比如最新兴起的国学热,虽然大家对国学的研究也有不同的意见,但是更多地了解中华民族的优秀文化,对大家应该说是有帮助的。

为什么要提中华文化呢?因为中华文化是爱国主义的基础。我曾经对港澳台青年学生讲过,在不谈意识形态的前提下,爱国主义从广义来说,青年人起码要做到三点。第一就是热爱我们光辉灿烂的、有着5000年历史的中华文化,第二是热爱我们的锦绣河山,第三是热爱我们勤劳勇敢的华夏子孙。中华特色本身是爱国主义的基础,是使得全世界的华人能够凝聚起来的一个基础。

另外,中华特色本身对于让世界了解中国也是非常重要的,因为只有中华的才是世界的,如果因模仿人家而丧失了自己的特色,那文化产品就无法打开世界市场。所以发展经济,特别是发展文化产业,尤其要注意体现中华特色。我曾经跟旅游部门的同志谈过,也跟港澳台的学生谈过,我说你们来旅游是最低的层次,第二个层次就是领会意境。比如到塞外看“天苍苍野茫茫”就是一种意境。第三个层次是缅怀中国古人,如果对中国历史不了解,很多东西看了就没有感觉。第四个层次是感悟哲理。所以,我们要把中华文化、中华特色灌输到经济工作的各个方面,使得大家能够理解,能够欣赏,无论文化产品还是文化服务,都应该把心思用在怎么能够把中华文化的元素包括进去。

第二点看法,要具备开放的心态。中国文化的发展,从历史上看,既坚持自身特色,又不断吸收、融合外来文化。所以,中国文化的发展,不能够单纯地排斥一切外来的东西,要大胆学习国外一切好的东西,使它为我所用。从历史的维度看中国宗教的发展,真正产生自中国的只有道教,其他的宗教都是从国外进入到中国,但是输入后和中华文化结合,慢慢也具有了中国特色。所以保持开放的心态非常重要,中华文化并不排斥其他文化,要兼收并蓄地丰富我们的文化内容。不管在科学技术上、在哲学上,还是在文化上,都应该具备和保持这种开放的心态。

第三点看法,要有创新精神。创新是引入新事物而造成有益的变化。如何引入新事物而给文化产业带来变化,是我们应该思考的问题。创新本身包括三个方面:

第一个方面是技术创新。现在文化产业的发展和数字化、网络化分不开。数字化、网络化的发展对文化产业的发展起到了不可忽视的推动作用。在创新方面,我国最近几年急起直追,但是还需要努力。比如:影视的发展,光靠电影院是不够的,还要靠大量的家庭影院。从VCD到DVD现在到蓝光DVD的发展,技术越来越进步。但从蓝光DVD来看,要想大量地推广,必须降低播放机和碟片的价格,如果太贵了,就不可能发展。最

近三维电视、三维的蓝光播放器已经开始推出,这样的技术创新,值得我们持续关注。

技术创新,首先要有技术,然后再去开拓市场。从数字化、网络化的角度来说,将来的技术发展有三个方向是值得注意的。一个方向就是 Web 2.0 的概念。例如谷歌搜索,特别是维基百科全书,是完全开放的,大家都可以修改词条,只要你修改的比原来的更进一步,就采纳你的意见,这样就等于发动所有读者来共同改进。所以 Web 2.0 的概念将来会发展很快。甚至现在有的人开始为看了一半的电影设计结局,可以设计不同的结局。第二个方向就是 IPV6,每一个人都可以有一个 IP,这样的话,覆盖面可以非常广。另外它的传输速度非常快,这就为流媒体的传输提供了很多便利条件。第三个方向是手机无线通信,手机已经发展到 3G 甚至 4G,将来的手机不单是手机,而是一个多媒体的娱乐中心,甚至是一个小型办公室,你可以在手机上办公,进行多媒体娱乐,甚至可以做电子钱包,可以做遥控器、开门钥匙等等。所以说,技术创新的发展会带动整个文化产业发展。

第二个方面是管理创新。很多原来的国有文艺团体转企改制,但内部管理要真正按企业方式来运作,需要下很大工夫。企业管理最大的两个问题,一是财务管理,一是人事管理,这两个管理对原来作为事业单位的演出团体来说,是其转为企业后需要更多思考的问题。比如,财务管理的重点是什么?如何吸引资金,如何合理使用资金?这和原来的国家拨款完全不一样。人事管理上要思考如何激励每个人的积极性,如何更好地组织演出群体、合理搭配等问题。

管理创新最重要的是什么?是管理者或者叫经纪人。一切创新都离不开管理人才,而管理者是我们当前最缺的。文化产业发展必须要有一批管理者,这是生产力的三大要素之一。软件管理也很重要,它能够把三要素很好地协调起来,发挥最大效用。

那么文化企业的管理者作用是什么?首先就是整合资源取得最大的效益。现在演员的数量不少,剧场的数量也不少,这些资源都是非常丰富的。如何充分发挥这些资源的作用,就是一个很重要的管理问题。现在剧场的利用率、演出团体的演出率相对都较低。实际上,可以通过信息化的方法,了解整个国家对演出的需求和各省各地剧场的使用情况,通过管理软件综合安排、合理利用整个资源。其次就是发现人才。演出团体人才很多,不容易发现,但如果经理人真具有一种伯乐的眼光,就很容易从普通的演员里发现人才,并通过适当培养,让他们脱颖而出,这是经理人非常重要的作用之一。经理人第三个非常重要的作用就是开拓市场。文化产业产品要能够被广大群众所接受,必须使大家充分地了解产品和服务的特色,使之愿意接受。所以开拓市场是经理人非常重要的职责。开拓市场最重要的是树立品牌。品牌是多年来商誉的积累,树立一个品牌、培养出一个知名演出团体或知名演员不是容易的事,需要下很大力气。这都是经理人要做到的。当然,经理人最终的目的是把企业管好,取得较大的经济效益。

所以说,现在更重要的是培养文化产业的管理者。目前,已经有不少学校开始设立文化产业管理专业,设立这个专业要吸收国外的经验,采用和参考国外的教材,甚至聘请国外的教师来培养这方面的人才。

第三方面是制度创新。制度创新最重要的就是将以政府支持为主转化为以市场支

持为主,发挥市场在资源配置上的基础性作用。当然,发挥市场在资源上的基石作用,并不是否定政府的作用,政府应该和市场看不见的手结合起来。政府的作用一个是立法,通过制定法律法规,调整市场主体的行为、调整市场主体之间的基本关系,以及调整市场的竞争秩序,这些从根本上来说要通过立法来解决。政府的第二个作用,是制定政策。所谓政策是指你鼓励什么、限制什么。制定政策也是非常重要的,因为没有重点就没有政策。但是,任何政策都不是十全十美的,任何政策都是有弊的,我们要在权衡利弊之中来选择性地制定政策,只要利大于弊政策就可以实施。另外,任何政策都不是一成不变的,所以我们的政策要根据形势的发展与时俱进。政府的第三个作用是培育市场。政府不要去干预市场,但是要培育市场,要创造条件,就是把这些文化企业扶上马,然后给它们创造一个能够活动的平台,这是培育市场。政府的最后一个职责是建立支撑体系,任何一个企业的发展需要公共的支撑体系,包括信息系统、硬件条件等等。所以,我觉得政府应该明确自己的职责,把这四件事情做好,而其他的事情可以交给文化企业自己努力去做。

企业本身就要在市场的风浪中去搏斗、生存,所以企业有生有死是正常现象,通过市场去检验企业的竞争力,去检验企业的活力,是非常必要的。我们应该大胆地让市场来检验我们的文化产品和文化服务,每个人手里的钱实际上就是一张选票,他去买你的产品,去买你的服务,就是给你投了很重要的一票。

所以,今天我是从一个经济学家、管理学家的角度来谈这个问题。对于大家关心的文化企业能不能上市的问题,我从金融角度再谈谈自己的看法。文化企业的上市,我认为是非常重要的方向。没有金融的支持,文化产业是很难发展的。文化产业的发展要获得金融的支持,只能来自两个方面,一是产业投资基金,二就是上市。产业投资基金是一种私募基金,不是公开募集的,是私下募集的基金,是一些有实力的投资者进行投资。他看到你这个公司有前景,他给你投资,最后取得合理的回报。另外一个就是上市,公开上市。文化企业上市的难点在哪里?就是如何评价它。一般来说,文化企业没有多少有形资产,比如东方歌舞团,有形资产可能就是那么几栋楼。那么,应该如何对文化产业的资产进行评价呢?我觉得要从三个角度来评价。一个当然是有形资产。第二个是无形资产,很多文化企业有大量的无形资产。比如东方歌舞团,它的无形资产,实际上包括它的演员的受欢迎程度,包括这个团体多年来形成的品牌,包括它的一批忠实的受众等等。第三个,我们称为动态资产,就是说如果投资了五年以后,它能够变成什么样子?这是现在国外的资产定价研究里最重要的,要动态地看,要看得长远,看到五年以后是个什么样的景象。

总的来看,我们的文化产业要做强做大,走向世界,那就要坚持中华特色,保持开放心态,不断地发扬创新精神。我相信在党中央和国务院的正确领导下,我们国家的文化产业通过大家的共同努力一定能够逐步向前发展,并且最后在世界文化产业之林中占有一席重要的地位。我期盼着这一天的到来!

成思危

全国人大常委会前副委员长

序 二

文化产业成为国家战略性产业^①

在我国,文化产业是文化建设的一个部分,因为文化本身所具有的特性,它既有产品、商品的属性,又有意识形态的属性,所以我国的文化建设,分成公益性的文化事业和经营性的文化产业这样两个概念。去年年底,我参加了一个财经论坛,论坛的资料上提到,中国文化出现了产业化和市场化的潮流,我说这个观点不对,因为产业化和市场化只是出现在经营性的文化产业这一部分。在文化的建设和发展中,公益性的文化事业必须由政府主导、财政支撑,吸引社会参加,保障国民基本文化权益,而经营性文化产业必须发挥市场在配置资源中的作用。

我很高兴参加2010年第七届中国文化产业新年国际论坛。北京大学很有前瞻性,十年以前就成立了文化产业研究所,敢为人先,这是北京大学的传统。十年后,就是去年的7月22日,国务院通过了《文化产业振兴规划》,标志着文化产业将成为新兴的战略产业进入我们国家经济发展的大潮中,这与北京大学以及其他所有关心文化发展的朋友们的努力研究、宣传、推动是分不开的。

今天,我想借此机会就新形势下如何抓住文化产业的机会加快文化产业振兴发表一些看法。目前,我国的文化建设处在历史上最好的一个时期。《文化产业振兴规划》的发布,标志着文化产业上升为国家战略性产业。文化产业作为国民经济的一项产业,第一次被纳入国务院振兴体系,这个规划的发布和实施将对我国文化产业的发展起到重大的作用。这个规划描述了文化产业未来发展的美好蓝图,指明了文化产业未来发展的方向。在这个规划公布之后,文化部又发布了关于加快文化产业发展的指导意见和文化产业投资指导目录,我们还将单独和联合有关部门制订更多的扶持文化产业发展的意见,一系列政策的出台将为文化产业的发展提供强有力的支持。

^① 选摘自文化部部长蔡武在“2010第七届中国文化产业新年国际论坛”上的讲话。

为应对国际金融危机,党中央国务院将扩内需保增长调结构、抓改革增活力促和谐作为当前工作的主要原则,在这样的背景下,文化产业展现出传统产业所不具备的特点和无法比拟的优势。文化产业以创意为源头,以内容为核心,基本不消耗物质资源或者只消耗很少的物质资源,是发展绿色、循环、低碳经济的重要着力点。而且,文化产业具有广泛的关联度,能增强文化产品的内涵,提升产品的附加值,延伸经济行业的产业链,广泛吸纳高素质的劳动力。所以,文化产业将成为新的投资方向,广泛吸纳社会资金的进入。

而且,在经济危机以及经济低迷的时期,人们需要化解压力,需要增强信心,文化产业提供的丰富多彩的文化产品和服务,是人们放松心情、减压的润滑剂、减压法。人民群众的文化需求日益旺盛,为文化产业的发展提供了广阔的空间,城乡居民的收入水平大幅上升,在物质生活满足的同时,人们对精神、文化生活有了更高的要求。城乡居民文化消费的稳步增长,为推动文化产业的发展提供了巨大的需求动力。我们现有的文化产品和文化服务,还远远不能满足人民群众日益增长的多样化的精神文化需求,大家讲的演出以及电影票票价很高,老百姓感觉负担不起,什么原因?供给不足。全国只有4000块银幕,文化设施的不足远远不能满足人民日益增长的需要。这也说明,人民日益增长的文化需求为文化产业的发展提供了巨大的空间。

一批国有和国有控股的大型文化企业和企业集团将成为文化市场的主导力量和战略投资者,带动文化产业发展。我们在推动文化产业发展的时候,有一个非常明确的政策,就是鼓励多种所有制形式的资本进入文化产业领域,为它们提供和国有的、公有的一视同仁的政策,提供同样的国民待遇。

高新技术的发展为文化产业的发展提供了有利条件。文化产业与高新技术的相互交融、相互促进,成为一道引人注目的景象。数字信息技术使得文化产品的创造、传播、流通变得更加便捷,文化内容更加丰富,许多东西在去年,甚至昨天都是不可能想象的,今天却都出现了。数字技术革命为文化产业的业态创新、转型升级提供了非常有利的条件。

另外,中国热的兴起为中国文化产品走出国门参与国际文化市场的竞争提供了广阔的空间。改革开放以来,日益增长的中国国力和国际影响力所展现出来的中华魅力让越来越多的人把目光投向中国。全球范围内出现了中国热、汉语热,许多外国人渴望了解中国。随着中国热、汉语热持续升温,国际文化市场对中国文化产品的兴趣和需求也在大幅增长。

在这样一种背景下,今后一段时期,我们将进一步贯彻落实党的十七大精神,进一步推动文化产业加快发展,充分发挥文化产业在调整结构、扩大内需、繁荣文化中的积极作用。去年9月份,文化部发布了加快文化产业发展的指导意见。指导意见从文化产业发展的现状和条件出发,提出了未来几年文化产业发展的目标——力争文化产业发展速度明显高于同期国内生产总值增长速度,在国民经济中的比重逐步提高,到“十二五期末”实现文化产业增加值比2007年翻两番,文化产业结构更加合理,布局更加合理,文化产品的市场和要素市场更加健全,文化市场秩序更加规范,文化产业保障体系更加完备,整

体影响力和竞争力明显增强,涌现一批深受人民群众喜爱的文化精品,形成一批具有较强实力的企业集团,演艺、动漫、游戏业的发展进入世界先进行列,培育一批文化上市企业,培育一批跨地域的演艺公司,打造一批可以常年演出的剧目,建立动漫游戏产业综合示范园区,推动建设具有中国文化的主题公园,打造一批文化会展节庆活动,培育一批具有国际竞争力的动漫和网络游戏企业。为了实现以上目标,我们必须做好振兴规划的贯彻落实和“十二五”文化纲要的编制工作。

总体来说,推动我国文化产业的快速发展,可以从以下几个方面着手:

第一,按照中央关于文化体制改革的要求,加强经营性文化企业的转企改制步伐,完善法人治理结构,让文化企业成为真正的市场主体。

第二,落实国家关于非公有资本、外资进入文化产业的有关规定,创造良好的就业环境和平等竞争机会,鼓励、引导资本进入文化领域。

第三,努力扩展文化产业的融资渠道。去年,文化部分别与中国进出口银行中国银行等签订了关于扶持培育重点企业重点项目的合作协议,并向几家银行推荐了若干项文化产业的项目,这是文化部开展政府和银行合作、解决文化产业融资瓶颈问题的重要措施,通过建立和改进无形资产的评估和抵押办法,促进银行开展文化企业的授信工作,鼓励文化企业上市融资和发行企业债券,积极地想办法通过完善各种政策措施来突破这个制约文化企业发展的瓶颈。

第四,建设现代文化产业基地和园区。通过建设不同层次、不同类型、不同规模的文化产业基地和园区,文化产业集群化发展态势日益明显,产业聚集效应逐步显现,有利推动了我国文化产业的发展。但是,文化产业园区的建设,也存在一些问题,必须要把政府和市场无形的手结合起来,防止盲目建设,防止过多过烂。一方面,建立高起点、规模化、能够代表国家发展方向的文化产业示范基地和园区,在税收政策上给予支持;另外一方面,加强国家级、省级园区的规划认定、调整和指导工作,实施动态管理,坚决防止盲目建设、恶性竞争。通过科学合理的规划,使基地和园区成为文化科技创新的孵化器、文化产业集约发展的大平台。

第五,加强文化产业的人才培育。重点是培养文化产业领军人物,专业人才。鼓励文化单位与高等院校合作举办研修班、培训班,鼓励在有条件的大型文化企业设立博士后、科研工作站,鼓励政府部门、企业与高校合作,比照科技人才引进政策和留学人才的引进政策。

第六,推动对外文化贸易。我们要建立以政府为主导、以企业为主体、以市场化运作为方式的工作机制,加强文化企业和商会、协会之间的开拓海外市场的沟通与协作,加强知识产权保护和品牌意识,充分利用文化部门的优势,发挥我国驻外机构的作用,积极搭建对外文化的贸易平台,为企业进入国际市场铺设道路。

蔡武

中华人民共和国文化部部长

编写说明

《中国文化产业年度发展报告(2010)》(以下简称本年度报告)是由北京大学文化产业研究院和国家文化产业创新与发展研究基地为主发起人,联合国内文化产业领域内的众多知名学者和企业家共同编撰而成的年度报告。2010年度的报告秉承以往年度报告的编撰原则,继续以文化产业领域内的微观企业主体为重点分析对象,全力考察那些充满创新精神与进取意识的文化产业企业和企业家们的经营行为。此外,为了全面反映我国文化产业的发展现状和发展趋势,我们还将报告中重点探讨我国文化产业领域在2010年内比较有代表性的创新行为和商业模式。同时,我们也将对报告中对相关文化产业的政策体系进行系统的考察和分析。

由于本年度报告是产业的年度发展报告,因此我们不仅要在报告中体现出对我国的文化产业进行年度盘点的特色,还应该体现出对我国的文化产业进行跟踪研究的特点。为此,本年度报告不仅可以反映出我国文化产业的发展现状和发展趋势,还可以在某种程度上反映出我国文化产业和相关政策的发展轨迹。

我们希望本年度报告不仅能够作为学术界和政府管理部门的参考工具,而且可以成为企业进行文化产业投资决策的重要依据。

本年度报告是在许多相关研究成果的基础上完成的,报告大量引用了相关研究机构、研究人员和业内机构的数据和研究成果,在此对相关机构和人员表示感谢。限于编写人员的水平和编写时间仓促,本年度报告的不足之处还望读者多多指正,以利于在以后年度报告的编写工作中进一步改进和提高。此外,由于篇幅较大和引用的资料、数据繁多,引用标注如有差错和遗漏之处,还望有关人士批评指正。

1. 报告的数据来源

为了更加准确和全面地反映我国文化产业的发展现状和发展趋势,我们在本年度的报告编撰过程中引入了更为多样化的数据采集渠道。此外,间接方式中除了公众公司的

各类定期报告外,还包括非公众公司网站上所披露的数据以及2009年内各种图书、报纸和期刊中的相关数据。此外,本年度报告在编撰过程中还更多地采用了北京大学图书馆的各类专业数据库。由于截稿时还有一些领域尚无法获得截至2009年底的数据,从而多少会对我们的分析和考察带来一定的影响。

2. 报告的分析对象

我们本着突出核心文化产业、兼顾外围文化产业,突出核心产业环节、兼顾外围产业环节的原则,继续围绕着文化产业的几大主要门类进行论述。这些门类主要包括纸质传媒中的出版产业和报刊产业、影音传媒中的广播电影电视产业和音像产业、网络传媒产业、广告产业、艺术产业中的艺术品经营业和演出产业、文化旅游产业等。

此外,各个区域的文化产业发展状况也是我们关注的对象,在本书的区域文化产业年度发展概况中,我们分别考察了北京、东北、华东、华中、西南、西北等区域2009年的文化产业发展成就和最近发展动向。

3. 上市公司的年度数据来源

随着经营业绩的不断改善,很多文化产业类公众公司都在本年度报告截稿时公布了自己的年度数据,因此,本课题组在报告中引用的公众公司的年度数据将尽量采用其经过审计的年度报表中的数据。当涉及多家公众公司之间的比较时,如果尚有比较对象还没有公布其年度数据时,我们将依然采用上一年度报告中所采用的年度数据计算公式,也就是,该公司的年度数据是根据该公司半年度报告和第三季度报告计算出来的加权数据。这种加权计算方法为:年度加权数据 $= (1 \sim 6 \text{ 月的数据} \times 2 + 7 \sim 9 \text{ 月的数据} \times 4) / 2$ 。当然,这种计算方法将不可避免地带来一定的误差。

4. 产业政策的选取依据

由于本年度报告的考察具备一定的连续性,因此,我们在本年度报告的编撰过程中将不再对特定行业的产业政策进行回顾式的分析和考察,而是将分析重点放在2009年内出台的,同时又是全国性的且对整个产业的发展起着重大影响和作用的法律和规章。如果要对某一特定门类的产业政策进行历史比较的话,读者可以参阅以前年度的报告,从而能对该产业内的政策有一个全景式的认识。

5. 行业创新

无论是行业的发展,还是社会的进步,创新都是其中的核心环节。因此,在探讨我国文化产业的发展过程中,关注来自文化产业行业层面的各类创新活动将对我国文化产业的健康和快速发展发挥出积极的促进作用。为了能对我国文化产业的健康和快速发展做出一点力所能及的贡献,我们继续重点关注文化产业领域内各行业的创新活动。

6. 文化产业企业经营案例的取舍

在本年度《年度报告》的编撰过程中,我们单辟一部分对具备一定代表性的文化产业企业进行了分析和考察,以增强读者对于相关产业的感性认识,也有助于加强对全行业的了解。

7. 中国文化产业企业五十强

为了给我国的文化产业企业发展提供一个可供参照的相对标准,我们在本年度的报

告内继续按照一定的评价体系对国内的文化产业企业进行了一个初步的排名。我们的排名无意于精确地为全国所有的文化产业企业论资排座,毕竟,我们目前对文化产业企业的评价体系还很不完善。由于撰写《年度报告》是一项长期性的工作,我们将在后续的工作中不断完善我国文化产业企业的评价体系,以期真实准确地反映出我国各大文化产业企业的综合竞争实力。

本年度报告中的“文化产业企业”排名仍然是一个相对实力的排名,排序的范围包括了国内各大文化产业领域内的知名企业。对于无法从其他渠道获得的企业数据,我们通过电话采访的形式进行收集。对于因涉及商业机密而不愿参与排名的企业,我们只能忍痛割爱,从而未能将其列入我们的排名范围。

8. 中国文化产业年度人物

任何产业的发展和进步都离不开一个精英群体的努力推动,文化产业也不例外。在关注我国文化产业的发展现状和发展趋势的同时,我们将一如既往地关注那些正在不断推动着我们的文化产业发展的精英群体们。为了增强本项评选的权威性和代表性,本年度我们缩减年度任务的名额,并且将继续在以后的年度中继续保持每年评选10名年度人物的规模,在以后年度将和创新企业评选结合。

9. 年度报告的编写团队

在本年度报告的编写过程中,既得到了来自国家文化部的领导和国家文化部文化产业司的领导的大力支持,也得到了众多顾问和专家们的帮助和指导(名单请参见本年度报告的课题组名单)。

在年度报告的编写过程中,本课题组采取的分工原则为:特定行业由课题组内的子团队分工负责,然后在团队通力合作的情况下完成各部分的编撰,最后由北京大学文化产业研究院的研究人员完成相关部分的统稿工作。

《中国文化产业年度报告(2010)》课题组

张胜冰(中国海洋大学)
范 周(中国传媒大学)
王 强(中央财经大学)
王育济(山东大学)
施维达(云南大学)
李向民(南京艺术学院)
顾 江(南京大学)
张晓明(中国社会科学院)
王筱芸(中国社会科学院)
祁述裕(国家行政学院)
王向华(香港大学)
李天铎(台湾实践大学)
余日新(台湾暨南国际大学)
李永求(Hankuk University of Foreign Studies, Korea)
Junghoon KIM(Keio University, Japan)
Chris Bilton(University of Warwick, UK)
Joan Jeffri(Columbia University, USA)

五、编委会

主 编:

叶 朗

副主编:

陈少峰 向 勇

执行主编:

向 勇 刘 静

策 划:

陈黎明 范 颖

编 委:

沈望舒 邓丽丽 王齐国 喻文益 孙健君 阮 伟 柴宝亭 刘莉玲 周庆山
王筱芸 许晓峰 柏定国 赵小玲 刘结成 皇甫晓涛 薛 旻 唐金楠 周城雄
肖怀德 钮沐联 范 颖 修 菁 左艳荣

撰 稿:

向 勇 刘 静 沈望舒 张 伟 吴晶琦 闵敬阳 谢兴伟 何 群
王 晨 欧阳有望 柯锡奎 吕晓宁 黎 荔 洪 波 杨 岚 邱志勇
郑志文 徐毛毛 王洪波 胡晓明 周城雄 陈 刚 周 榕 陈娴颖
秦 晴 黄 鑫 苏 哲 张 倩 周 琳 王 垚 吴 昊 车 琳
李晓唱 杨玉娟 陈家位 张 慧 欧阳天 韩坤志 程 漫

目 录

Contents

总 论

001

行业报告

023

行业报告一 新闻出版业年度发展报告

025

2010年初,新闻出版总署公布的一组统计数字显示,我国新闻出版业地发展在2009年取得了骄人的成绩。在国际金融危机背景下,新闻出版业大步前行,逆势上扬。目前,第一批101家中央各部门各单位出版单位转制工作按要求基本完成,103家高校出版社和268家地方出版社体制改革工作全面完成。新闻出版业总产值已突破1万亿元。

行业报告二 广播业年度发展报告

031

从国家广播电影电视总局确定2003年为“广播发展年”开始,我国广播事业从节目内容、品牌塑造、管理体制、产业链打造等多方面进行改革,卓有成效。在2008年的冰雪灾害和汶川大地震中,广播自身不需要复杂设备支持的优势和即时信息传递能力都充分证明了广播的不可替代性。以广播事业呈现出欣欣向荣的景象为契机,广电总局提出2009年是中国广播深化改革、持续发展、加快“走出去”步伐的一年。

行业报告三 音像业年度发展报告

039

在2009年,针对音像行业这一被业内人士视为“不改革就会垮掉”的行业,国务院、文化部、新闻出版总署、广电总局出台了一系列相关政策,全面推进体制机制创新,努力促进音像业健康有序地发展。与此同时,近年来政府和企业越来越意识到知识产权保护的重要性,音像业的产权保护力度加大。

行业报告四 电视业年度发展报告

044

政府政策的调整、科技的进步、硬件基础设施品质的提升,为2009年中国电视业的产业化发展提供了强劲的推动力。但在其快速发展的同时,金融危机的爆发又为这一年中国电视业的发展带来了新的特征。本文将从政策、技术、市场、产品、服务等多个角度,分析2009年中国电视业发展情况,并在此基础上,预测中国电视业未来的发展走向。

行业报告五 电影业年度发展报告

058

2009年的中国电影呈现出强劲态势:票房突破62亿、产量创新高、档期运作大热……乘着建国60周年的东风,许多国产影片实现了票房和口碑双赢。电影产业链条运作更加顺畅,银行资本的强势注入、制片团队的多级分化整合、院线经营的优化重组,特别是3D电影带来的整个产业链条的齐头并进,为21世纪第一个十年画上一个圆满句号的同时,也开启了无限的未来发展空间。

行业报告六 动漫业年度发展报告

069

2009年被称为中国文化产业元年,作为产业重点的动漫行业的发展也格外引人注目:全国各地的展会不断,中央与各地方共举办了近50次动漫展会;动画片产量直线升高,从2008年的13万分钟达到2009年的17万分钟322部;以《文化产业振兴规划》的颁布为代表,中央与各地政府出台了一系列新的扶持与管理政策;动漫产品“走出去”也涌现出了许多新的案例,网络游戏行业在金融危机的影响下却异常火爆,目前已经达到250多亿的市场规模。

行业报告七 网络文化业年度发展报告

081

当身边的人掏出手机开始实时收看中华人民共和国建国60周年阅兵仪式,当许多人早上起来第一件事不是刷牙而是打开电脑登录属于自己的账号,当新闻的来源都是手机报和网络的时候,网络文化业已经深深嵌入每个人的生活,并且我们可以相信这种趋势还将延续。

行业报告八 广告业年度发展报告

090

随着2009年金融危机影响的扩大,整个广告市场普遍呈下滑趋势,处于一个低调探索、少说多做的氛围之中。中国广告业在压力重重、探索求变中,走出一波“先抑后扬”的态势,总投放同比增长13.5%,突破5000亿大关至5075.18亿元人民币,实现营业额(刊例价计算)稳居全球第二。

行业报告九 会展业年度发展报告

095

近年来,我国会展经济快速崛起,成为新的经济增长点。会展业