

中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

B

文化蓝皮书

BLUE BOOK OF CHINA'S CULTURE

中国文化产业 发展报告 (2015~2016)

主编/张晓明 王家新 章建刚

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF
CHINA'S CULTURAL INDUSTRIES (2015-2016)



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2015
版

 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

文化蓝皮书

BLUE BOOK OF
CHINA'S CULTURE



中国文化产业发展报告 (2015~2016)

ANNUAL REPORT ON DEVELOPMENT OF CHINA'S CULTURAL
INDUSTRIES (2015-2016)

主 编 / 张晓明 王家新 章建刚



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国文化产业的发展报告. 2015~2016/张晓明, 王家新, 章建刚
主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2016. 2

(文化蓝皮书)

ISBN 978-7-5097-8669-7

I. ①中… II. ①张… ②王… ③章… III. ①文化产业—研究
报告—中国—2015~2016 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 313810 号

文化蓝皮书

中国文化产业的发展报告 (2015~2016)

主 编 / 张晓明 王家新 章建刚

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 邓泳红 桂 芳

责任编辑 / 桂 芳 陈晴钰

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社 (010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 17.75 字 数: 296 千字

版 次 / 2016 年 2 月第 1 版 2016 年 2 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-8669-7

定 价 / 79.00 元

皮书序列号 / B-2002-015

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010-59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

《中国文化产业发 展报告 (2015 ~ 2016)》

编 委 会

主 编 张晓明 王家新 章建刚

总报告课题组 张晓明 王家新 章建刚 李 河 高书生
史东辉 刘德良

撰 稿 人 (按文序排列)

张晓明 王家新 章建刚 李 河 高书生
史东辉 苏 杭 徐晨杰 邓 焜 高学武
赵婷婷 刘德良 李 兵 陈 诚 周媛媛
李梦琳 李 炎 何继想 王 佳 宋 涛
赵红川 傅才武 钟 晟 刘 春 Willy Shih

编 辑 部 王艳芳 (负责人) 王克明 祖春明
沈 楠

主编简介

张晓明 中国社会科学院哲学研究所研究员，中国传媒大学博士生导师。

王家新 财政部中央文资办主任，财政学博士，中国财政学会常务理事，中国资产评估协会常务理事，中国艺术研究院兼职研究员、艺术经济学研究生导师。

章建刚 中国社会科学院哲学所研究员，博士生导师。

摘 要

《中国文化产业报告（2015 ~ 2016）》是第十三部中国文化产业报告。本书认为，十八届三中全会以来，我国文化产业发展进入新常态，文化产业 10 多年来发展的“热运行”态势持续趋缓；“十三五”将是我国文化产业进入“新常态”的关键时期，我国亟须制定“对外文化发展战略”，与“一带一路”倡议相配套，弥补我国全球发展战略中的“文化短板”；必须在国际领域提倡“可分享价值”以填补价值观缺位；并且以服务于“对外文化发展战略”为目标，以构建新型文化治理体系为突破口，进一步深化文化体制改革，对一系列制约国内文化发展的重大问题提出根本性的解决方案。建议打通文化产业和文化事业之间的通道，把推动文化产业发展与弘扬中华优秀传统文化、建设社会主义核心价值体系融为一体，加快推动文化产业转型升级，大力培育骨干文化企业，充分发挥文化装备制造业的支撑作用，高度重视生产性文化服务业发展。

目 录



Ⅱ I 总报告

- Ⅱ.1 面向“十三五”，走进新常态 张晓明 王家新 章建刚 / 001
- 一 总体判断：走进新常态，让文化产业
回归文化市场 / 002
- 二 建议：面向新时期，以国际文化战略推动
国内文化改革发展 / 005
- Ⅱ.2 “十三五”时期我国文化发展面临的国际、国内环境和
急需解决的重大问题研究
..... “十三五”文化发展规划前期研究课题组
执笔人 李 河 / 009
- 前言：“十三五”是为“两个100年”做好文化
准备的关键时期 / 009
- 一 “十三五”时期文化发展环境的历史定位 / 010
- 二 “十三五”时期我国文化发展的国际环境 / 011
- 三 “十三五”时期我国文化发展的国内环境 / 012
- 四 “十三五”时期我国文化发展急需解决的
重大问题 / 013
- Ⅱ.3 中国文化产业发展的总体状况和主要特征 高书生 / 019
- 一 文化产业不是“筐” / 020
- 二 文化产业“门类齐全” / 022



三	文化产业本质上属于“内容产业”	/ 027
四	文化产业发展倡导“渠道优先”	/ 031
五	文化生产服务是全方位的	/ 034
六	文化产业发展离不开国民经济体系支撑	/ 038
七	生产性文化服务“前景广阔”	/ 041
八	文化产业区域发展呈阶梯状	/ 042
九	促进文化产业健康快速发展的建议	/ 045

Ⅱ 第三次经济普查研究

Ⅱ.4	从第三次全国经济普查看中国文化产业	史东辉 苏杭 / 048
Ⅱ.5	从第三次全国经济普查看中国规模以上文化企业	史东辉 徐晨杰 邓焜 / 063
Ⅱ.6	从第三次全国经济普查看中国文化产业的区域结构	史东辉 苏杭 / 080

Ⅲ 重大专题报告

文化产业重大课题研究计划重大专题报告

Ⅲ.7	文化消费报告：中国文化消费年度综合评价和建议	高学武 赵婷婷 / 091
Ⅲ.8	文化投资报告：中国文化产业投资状况和特点分析	刘德良 / 113
Ⅲ.9	文化贸易报告：文化距离对贸易的影响 ——基于 2000~2012 年中国与 53 个国家文化产品 贸易数据的实证研究	李兵 陈诚 周媛媛 李梦琳 / 142
Ⅲ.10	文化产业区域报告：调整转型 竞合发展	李炎 何继想 王佳 / 174

Ⅲ IV 行业与区域研究

文化蓝皮书特约报告

- Ⅲ.11 2014 年中国电影产业发展现状分析 宋 涛 / 194
- Ⅲ.12 藏羌彝文化产业走廊建设的价值、现状与展望
——区域特色文化发展的实践案例 赵红川 / 214
- Ⅲ.13 关于“十三五”时期规划建设“长江文化产业带”的建议
..... 傅才武 钟 晟 / 233

Ⅲ V 案例研究

- Ⅲ.14 大连万达集团：AMC 娱乐公司并购 刘 春 Willy Shih / 239
- Abstract / 259
- Contents / 260

皮书数据库阅读使用指南

总 报 告



General Reports

B.1

面向“十三五”，走进新常态

张晓明 王家新 章建刚 执笔*

摘 要：十八届三中全会以来，我国文化产业发展进入新阶段，文化产业10多年来发展的“热运行”态势持续趋缓；我国文化产业正越来越融入实体经济，显示出与发达国家相似的“常态化”景象；我国文化产业正在回归文化市场，法制将成为文化产业发展的根本保障。但是，根本性的转折点还未到来。“十三五”时期我国亟须制定与“一带一路”倡议相配套的“对外文化发展战略”，并要以构建新型文化治理体系为突破口，进一步深化文化体制改革。

关键词：经济新常态 “一带一路” 对外文化发展战略 文化治理体系

* 张晓明，中国社会科学院哲学研究所研究员，中国传媒大学博士生导师。王家新，财政部中央文化企业国有资产监督管理领导小组办公室副主任，财政学博士，中国财政学会常务理事，中国资产评估协会常务理事，中国艺术研究院兼职研究员、艺术经济学研究生导师。章建刚，中国社会科学院哲学所研究员，博士生导师。



2015年是“十二五”的最后一年，自2013年11月召开十八届三中全会，确定了面向新时期的大政方针以来，文化领域又进入了一个政策密集出台的时期，为进入“十三五”时期布局。简单说来，2014年以来文化产业发展的基本特点就是“面向十三五，走进新常态”。

鉴于总报告栏目将登载文化部委托的“‘十三五’文化发展规划前期研究”课题成果——《十三五时期我国文化发展面临的国际、国内环境和急需解决的重大问题研究》，还将登载中央文资办副主任高书生基于三次经济普查数据所写的《中国文化产业发展的总体状况和主要特征》，以上海大学史东辉教授为首的研究团队所做的对于第三次经济普查数据的全面研究也将辟专栏予以登载，我国文化产业发展的宏观形势将得到较为全面的分析，因此本文依旧按2014年的旧例做“从简”处理。以下对当前形势和政策性建议谈几点看法。

一 总体判断：走进新常态，让文化产业回归文化市场

从2014年以来，对于目前国家经济发展谈得最多的一个词就是“新常态”。随着我国经济进入增长速度换挡期、结构调整阵痛期和前期刺激政策消化期“三期叠加”阶段，经济发展从高速增长转为中高速增长，政府逐渐降低了对市场的“宏观调控”以便市场能够对资源配置发挥决定性的作用，经济发展日益回归市场竞争，发展方式日益从数量规模型转向质量效益型，要素扩张驱动力逐渐减弱，人力资本和技术创新驱动动力逐渐加强。从消费角度看，模仿型排浪式消费阶段基本结束，个性化、多样化消费渐成主流，开始拉动市场产生结构性变化。

经济发展进入新常态的重要标志就是文化产业发展进入新阶段。十八届三中全会以来，我国文化产业的发展显示出如下特点，成为经济发展进入新常态的最显著代表。

第一看发展速度。我国文化产业10多年来发展的“热运行”态势持续趋缓，日益回归“常态化”的发展速度。

2015年1月23日，国家统计局发布了2013年中国文化产业年报，增加值为21351亿元，占GDP的3.63%。其中，文化产业法人单位增加值为20081

亿元，比上年增加 2010 亿元，增长 11.1%，比同期 GDP 现价增速高 1 个百分点。相比较而言，2012 年我国文化产业法人单位实现增加值 18071 亿元，比上年增长 16.5%，比同期 GDP 现价增速高 6.8 个百分点，2013 年文化产业的增速再次明显下降，几乎与同年 GDP 增速持平。现在看来，文化产业作为国民经济的一个重要部门，长期地大幅超出国民经济其他部门的增长是一种“非常态”，从我国的实际发展状况看，这种增长与文化体制改革，以及与改革配套出台的鼓励政策有密切的关系，因此很大程度上是基于政府提供的“外生动力”。随着改革告一段落，政策效应必将递减，产业发展动力必将从政府转向市场，发展速度必将下降，这种下降就是回归常态。

因此，文化产业走进新阶段的首要特征是改变政府与市场的关系，降低非常规的发展速度。

第二看发展动向。我国文化产业正越来越融入实体经济，显示出与发达国家相似的景象。

当代文化产业是“后工业化”时代的产物，越来越从传统形态的文化产业发展为新兴文化产业。有两个典型特征日益凸显，即前端越来越强调内容创意，后端越来越从“产品”变为“服务”，融入一系列相关产业，使创意成为国民经济的普遍特征。发达国家的文化产业的突出特征是产业“关联度”高、带动性强，于是主要的产出越来越转变为对相关产业提供的生产性服务，这使得发达国家的文化产业越来越与实体经济融为一体，演变为一种以“体验经济”为名的社会经济生活景象。这种文化产业与实体经济普遍的“互渗”性是文化产业成熟的表现，也是文化产业的常态化标志。

我国文化产业起步晚，成熟度低，除了不能很好地满足人民群众的精神文化消费需求之外，生产性服务功能较差是一个突出问题，很大程度上限制了文化产业对于国民经济转型升级的战略支撑作用。在这里，突出的表现就是适应实体经济需求的“中间产品率”较低，产业关联度较低，带动性较差。但是，随着近年来我国经济发展方式转变和产业结构调整加速，国家对生产性服务业的鼓励政策连续出台，宏观经济环境已经发生较大的变化。十八届三中全会以后，融入实体经济成为我国文化产业的一个突出发展动向。2014 年 3 月出台的《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》是一个新的开端，该文件对推进文化创意和设计服务发展、促进其与实体经济深度融合进行了



系统部署,明确了文化创意和设计服务与装备制造业、消费品工业、建筑业、信息业、旅游业、农业和体育产业融合发展的重点任务,并提出了一系列具体政策措施。我国文化产业的创新创业作用已经越来越显示在经济社会生活的各个方面,走上了与市场经济先行国家同样的常态化道路。

因此,文化产业走进新常态的第二个特征是融入实体经济,推动国民经济转型升级。

第三看政策动向。我国文化产业正在回归文化市场,法制将成为其新常态发展的根本保障。

十八届三中全会通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》,对于推进文化体制机制改革、实现全面小康社会的文化发展目标做出了战略部署,其中最为重要的变化就是将文化政策的“第一主题词”从“文化产业”改为了“文化市场”。因此,文化产业走进新常态,最本质的含义就是要回归文化市场。

一系列政策正是围绕这一中心出台的。自“十二五”以来,我国政府出台的政策,明显地具有从“特惠性政策”转向“普惠性政策”,从“小文化”转向“大文化”,从产业支持性政策转向市场建设性政策的趋势,所有这些政策调整都为“走向新常态”提供了推动力。比如说,2014年4月,国务院办公厅印发了文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展的两个规定,前一个延长了改制企业的优惠期,属于“特惠性”政策,而后一个则是将税收优惠政策受益主体覆盖至各类文化企业,属于“普惠性”政策。又比如,以上已经提到的,《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》提出了7个方面的重点任务,推动文化创意产业全面融入国民经济相关产业,这将以以往局限在文化、新闻出版、广电等主管部门的,主要生产最终产品以满足人民群众精神文化消费需求的“小文化”政策,扩展为以强化生产性服务功能为主,通过创意设计服务延伸至国民经济与社会生活各个领域的“大文化”政策。这一政策将成为推进新型、高端服务业发展,促进与实体经济深度融合,从而推动国民经济结构调整、培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措。至于那些旨在推动文化市场体系建设的政策更是比比皆是,如关于深化体制机制改革和国有文化企业改革的政策文件、关于深入推进文化金融合作的文件,以及

关于大力支持小微文化企业发展的文件，等等。

通过回归市场走进新常态，必须将政策推动的发展转向法律保障的发展。2014年10月，十八届四中全会审议通过的《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》提出，将尽快出台文化产业促进法，把行之有效的文化经济政策法制化，健全促进社会效益和经济效益有机统一的制度规范。2015年3月，全国人大教科文卫委员会主任委员柳斌杰在十二届全国人大三次会议期间回答中外记者提问，谈到文化产业促进法有可能在2015年通过审议。8月，全国人大将文化产业促进法列入优先事项。我国首部文化产业的法律——文化产业促进法有望很快出台。

当然，进入新常态将是一个长期的过程，现在还仅仅是开始。从根本上说，文化体制改革就是将我国文化发展从“非常态”的计划经济体制转向“常态化”的市场经济体制。目前国内外研究界已经达成的共识是，正如以行政管理制为特点的计划经济一样，以意识形态管制为特点的文化体制，也并非和平建设时期常规性的制度安排。由于我国1949年以后走上计划经济道路，文化建设领域的“非常态”管理体制逐渐“常态化”，在经济社会发展进入新阶段后也没有及时改革，以至于在很大程度上窒息了文化的繁荣发展。这一点从文化领域立法工作高度滞后，至今还主要以政策为工具，并以发布文件的方式贯彻管理意图就可以清晰地看出。

2003年以来的文化体制改革开启了一个全新的时代，并已经走完以“事转企”打造市场主体为主线的改革阶段，进入了以“建立健全文化市场体系”为主旨的新阶段。但是，根本性的转折点还未到来。中国的文化体制改革是在转型国家体制变迁的夹缝里进行的，既要适应社会主义市场经济发展的必然要求，也不能违背政治体制的现实需要，走出这一困境、回归常态化的文化市场还需要时间与智慧。

二 建议：面向新时期，以国际文化战略 推动国内文化改革发展

“十三五”将是我国文化产业进入“新常态”的关键时期，改革尚未完成，启动新一轮发展仍需动力。我们的建议是，以国际文化战略推动国内文化



改革发展。正如世纪之交中国以加入 WTO 打通国内外市场而迎来了改革发展的全盛时期，迅速成长为全球经济大国一样，“十三五”时期中国应该配合“一带一路”倡议，打造统筹国内外两个市场的全球文化战略，从而将文化的改革发展推上新的阶段。

首先，“一带一路”倡议的提出标志着我国对外战略进入一个新阶段。

即将结束的“十二五”无论对于中国现代化发展的历史，还是对全球经济发展的总体走向都具有重要意义。2010 年，中国名义 GDP 超越日本，中国成为世界第二大经济体，结束了日本自 1968 年以来长期居于世界经济第二的局面。2013 年，中国 GDP 超过了欧元区，并是日本的两倍（这虽然有日元对美元大幅贬值的因素，但中国、日本经济总量拉开距离是不争的事实）。2014 年 4 月底，世界银行“国际比较计划”更新了各国基于购买力平价（PPP）计算的 GDP 规模数据，并断言中国将超过美国成为世界第一大经济体，^①由此引发媒体关于中国实际经济规模的热议。由于中国的影响，发达国家经济总量在全球经济中所占比重日益下降，自 1815 年以来的“西方上行，东方下行”态势正面临历史性转折。一组来自世界银行的数据显示：2013 年，西方发达国家的经济总量首次低于世界经济总量的 50%，而这是自 1815 年以来的第一次。

随规模扩大而来的是，中国经济的全球化程度不断攀升。近年来最为吸引人的话题是，中国的外贸依存度（无论是资源还是产品）居高不下，中国的过剩产能亟待输出，以及中国已经转变为一个资本净输出的国家，等等。可以肯定，“一带一路”倡议就是在这一背景下出台的我国首个全球发展战略。

“一带一路”倡议是我国为应对“十三五”时期国际环境出台的真正的“顶层设计”。面向“十三五”的文化发展战略必须以服务于、有利于实行“一带一路”倡议为根本性宗旨。

其次，我国急需制定“对外文化发展战略”，以与“一带一路”倡议相配套，补足我国全球发展战略中的“文化短板”。

审视“一带一路”倡议，对外文化战略是一个显著的短板。

^① 这是自 2005 年以来世界银行对这类数据进行第一次更新。世界银行的权威评估被国际货币基金组织等大多数公共部门和私人机构采用。



中国并不是没有对外文化战略，21 世纪初中国推出的“文化走出去”，就是这一战略的雏形。该战略也取得了一定业绩，比如中国通过兴办或收购等形式已在海外传媒中拥有一席之地；自 2004 年在首尔开办第一家孔子学院起，截至 2014 年 9 月，国家汉办已在 122 个国家和地区开办了 457 家孔子学院和 707 家孔子课堂；包括中国作品外向推介、出版、演艺、书画艺术和设计等内容在内的海外中国节活动，从规模到效果都有巨大提升；此外，中国影视对外出口也有较大起色。

但毋庸讳言，我国“文化走出去”在实施层面有个与国内文化建设类似的通病：将文化交流活动等同于“外宣”，重视政府的直接推动作用，忽视对民间－民营主体的政策支持；只关心硬件建设，忽略效应评价；只问是否走出国门，不问是否入脑入心；一句话，只关心外延性增长指标，不关心其内涵性的真实影响力。近年来出现的一系列问题，如在维也纳金色大厅自己给自己演唱、孔子学院在欧美引发反弹，种种现象的出现皆源于此。在我国全球发展战略中，文化仍然是一块急需弥补的短板。

文化影响力的根本特性就在于“直指人心”，“文化走出去”如果不关心入脑入心，走出去的就肯定不是文化。因此，中国对外文化战略应以赢得域外民心为旨归，简单地说就是要赢得域外民众对中国的好感。这种好感太重要了。在经济高速扩张过程中不少中国企业表现出的见利忘义行为，削弱了世界很多地区的民众对中国的传统好感；拒人于千里之外的僵硬政治话语表达方式强化着域外民众对我们的疏离感；凡事由国家直接出面的文化输出方式更会产生事与愿违的后果。从古至今，中国的国家形象好像从未像今天这样缺乏道义性。诗书礼乐、崇德尚义、谦冲温良的国家形象早已离我们远去，由此引发的反感不仅无法为中国经济政治的重大举措提供软支撑，反倒在我们与西方或周边国家发生经济政治纠纷时起着推波助澜的作用。

因此，随着我国文化影响力远远落后于经济影响力，全球经济发展战略与文化发展战略不配套、不平衡的问题将日益突出，亟须迅速采取补救措施。作为一个具有全球经济利益的新型大国，建立起有影响力和感召力的成熟文化形象已经是当务之急，只有这样才能使我国的全球经济利益得到更好的实现。

最后，以服务于“对外文化发展战略”为目标，以构建新型文化治理体系为突破口，进一步深化文化体制改革。



十八届三中全会决定专辟一章论述“提高文化开放水平”，指出要以“政府主导、企业主体、市场运作、社会参与”的方式扩大对外文化交流，加强国际传播能力和对外话语体系建设，推动中华文化走向世界，以及要“理顺内宣外宣体制，支持重点媒体面向国内国际发展”，等等，这些高度精练的论断中包含了“以开放促改革”的深刻含义。——“提高文化开放水平”是将多年来强调的“中华文化走出去”方针从单向出口提升到了双向交流的新高度；“政府主导、企业主体、市场运作、社会参与”的方式则可以理解为十八届三中全会提出的“推进国家治理体系和治理能力现代化”的目标在对外文化交流领域的具体实现；“理顺内宣外宣体制，支持重点媒体面向国内国际发展”则显然是以提高文化开放水平，以服务“一带一路”倡议为主轴，以重点媒体为突破口，统一理顺内外宣体制的重大举措。

更进一步地说，反思近年来我国在实施“文化走出去”战略时出现的问题，基本上可以归结为“以内宣模式做外宣”的结果，因此现在需要做的是“以外宣创新倒逼内宣改革”，这就要进一步深化文化体制改革。

以“政府主导、企业主体、市场运作、社会参与”原则为指导，推进文化治理体系建设是深化文化体制改革的中心命题，也是提高文化开放水平、有效服务于国家对外文化发展战略的关键。什么叫作“文化治理体系”？就是在政府“管文化”和具体文化单位“办文化”之间建立起一个具有协调功能的中间环节——第三部门。这个部门主要由非营利性的专业机构组成，对外可以以民间渠道探讨敏感问题，避免政府直接出面立场过于僵硬的不便，对内可以承接政府相当的管理职能，避免对文化价值做不恰当的是非判断。事实证明，建立“文化治理体系”既是国际上通行的成功的社会参与文化管理形式，也是贯彻十八届三中全会精神——“推进国家治理体系和治理能力现代化”的重大举措。构建文化治理体系必将为深化文化体制改革找到新的突破口，使得我国文化体制改革走出一条从“办文化”到“管文化”，又从“管文化”到“治理文化”的新型路径，开辟我国对外文化交流的全新局面。