



2017 中国文化产业 年度报告

范周 主编 齐骥 执行主编

CHINA
CULTURAL INDUSTRIES
ANNUAL REPORT



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位



2017 中国文化产业 年度报告

范周 主编 齐骥 执行主编

CHINA
CULTURAL INDUSTRIES
ANNUAL REPORT



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

2017 中国文化产业年度报告 / 范周主编. —北京: 知识产权出版社, 2017.4
ISBN 978-7-5130-4860-6

I. ①2… II. ①范… III. ①文化产业—研究报告—
中国—2017 IV. ①G124

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第071892号

内容提要

本书以国家统计局对文化及相关产业分类中的主要行业为聚焦重点, 对过去一年该行业的发展概况、发展特征、存在的问题、新常态下发展趋势的研判等进行了系统分析。以期站在行业发展的立面, 但更立足全球文化经济一体化和我国建设社会主义文化强国的时代背景, 立足经济发展亟待寻找新动力和产业发展亟待突破天花板的现实境况, 以丰富的数据、翔实的案例、理论和实践结合的分析研判, 为文化产业学术理论的建设 and 学科基础的重构, 提供富有开拓和价值的研究成果。

责任编辑: 李石华

2017 中国文化产业年度报告

2017 ZHONGGUO WENHUA CHANYE NIANDU BAOGAO

范周 主编 齐骥 执行主编

出版发行: 知识产权出版社有限责任公司

电 话: 010-82004826

社 址: 北京市海淀区西外太平庄55号

责编电话: 010-82000860 转 8072

发行电话: 010-82000860 转 8101/8029

印 刷: 北京中献拓方科技发展有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

版 次: 2017年4月第1版

字 数: 350千字

网 址: <http://www.ipph.cn>

<http://www.laichushu.com>

邮 编: 100081

责编邮箱: 303220466@qq.com

发行传真: 010-82000893/82003279

经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

印 张: 21

印 次: 2017年4月第1次印刷

定 价: 55.00元

ISBN 978-7-5130-4860-6

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

前 言

作为战略性新兴产业，文化产业近年来的发展优势和成长态势越来越凸显出经济新常态下推动传统产业转型和促进经济结构升级的重要价值。从经济发展动力的转换规律和再造思路上看，文化产业以要素创新驱动业态创新、以产业转型拉动消费升级、以文化之力推动实现文化正义的动力转换和生成模式，既对新兴动能成长起到“加速器”的作用，又扮演了新旧动能转换“稳定器”的角色，对经济领域重塑新动力体系具有特殊启发意义。

回顾过去，2016年我国文化产业继续保持高于国民经济增速的成长速度创新发展，从《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》对数字创意产业进行了“顶层设计”，对文化与科技融合做出更给力的注解，到旅游、文化、体育、健康、养老被列入五大“幸福产业”，对文化产业在拉动消费增长、促进消费升级、拉动内需方面提出更加务实的要求。从《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》发布，文化资源转化进入科学发展轨道，到中国电影、广西广电网络、新华网等8家文化企业在资本市场上市，现代文化市场建设迈入新阶段。过去的一年，文化产业在驱动经济发展、加速产业升级、有效更新城市等方面，发挥了重要作用。

2017年我国文化产业继续立足于“十三五”定位，立足于国民经济支柱性产业发展方向，立足于国家推进供给侧结构性改革的整体发展战略，在实践探索中不断创新突破。一方面，“互联网+”继续深入融入文化和生活的全领域，VR、直播、网剧、弹幕等新业态继续保持“迅雷不及掩耳之势”快速冲击文化消费市场，成为年轻人的消费新时尚，并不断创新文化产业业态布局。动漫游戏、网络文学、网络音乐、网络视频等数字创意产品已越来越成为群众文化消费的主要内容。另一方面，“文化+”更加直接的融入到国民经济更广泛的领域，并通过供给侧结构性改革优化

产业结构、组织结构和消费结构，放大了文化产业的格局和境界。从创意农业到特色小镇，从文化节庆到城市品牌，从故事挖掘到创意策划，从产品的种类到品质，都体现出文化的内涵和精神的温度。在很多地区，文化旅游成为发展新引擎，特色文化产业成长为新的支柱性产业。走出“吹拉弹唱”的“小文化”，融入国民经济的“大文化”，看不见、摸不着的“软实力”，正成为拉动一方经济的“硬实力”。

在文化产业继往开来，科学发展的同时，不得不提的是，近十年来，文化产业学术界深入研究了当前文化产业发展面临的问题、存在的困境、积累的经验，通过理论研究总结文化产业发展中的成败得失，归纳文化产业市场建设中的经验亮点，提炼适应未来文化产业发展的商业模式和发展路径，需要把文化产业的基础研究和应用研究有机结合起来，以应用研究促进基础研究，以基础研究带动应用研究，加强文化产业研究成果的转化和创意成果的孵化，通过知识转移平台、创新孵化平台、文化发展平台等搭建文化产业理论与现实生产之间的桥梁，使文化产业理论体系的建设在具有国际视野、中国特色的基础上，基本形成了文化产业的学术框架，构建了文化产业的理论基础。

但由于“文化产业”的概念是舶来品，对文化产业的概念认知、学科建设和学术构架的历史并不长，因此，文化产业研究者的学科背景相对于传统学科而言更为多元化，这对于文化产业理论体系的整体构建而言是一把“双刃剑”。同时，由于文化产业作为新兴业态，其业态快速更迭和产业交互创新等现实状况，使得文化产业行业相关统计和系统研究难以匹配产业发展的速度，文化产业各行业的年度情况、发展问题和发展特征缺少系统的研究和总结，更难以以研判性的学术理论引导实践创新。

在这一境况下，我们组织编撰了《2017中国文化产业年度报告》，报告以国家统计局对文化及相关产业的相关分类中的行业发展为聚焦重点，对过去一年该行业的发展概况、发展特征、存在的问题、新常态下发展趋势的研判等进行了系统分析，以期站在行业发展的立面，但更立足全球文化经济一体化和我国建设社会主义文化强国的时代背景，立足经济发展亟待寻找新动力和产业发展亟待突破天花板的现实境况，以丰富的数据、翔实的案例、理论和实践结合的分析研判，为文化产业学术理论的建设 and 学科基础的重构，提供有意义的研究成果。

总体而言，《2017中国文化产业年度报告》面对当前全球文化产业发展的时

代环境和国家推动文化大发展大繁荣的历史机遇，如何科学地回答建设社会主义文化强国进程中，文化产业应当扮演什么样的角色，文化产业各行业应当秉持怎样的发展理念，各领域的融合创新应当采取怎样的演进逻辑，进行了全面阐释，更对当前文化产业发展所面临的一系列战略理论提出前瞻性的理论思考。这样一件有意义的理论开拓和学术探索工作，我们更希望作为一个长期工程坚持下去，通过每年一度的总结分析、问题研究、趋势研判，为文化产业提供有理有据的智力支持，使文化产业在推动产业融合、加速产城融合、优化区域发展布局、参与全球文化经济角力及实现社会包容性发展等方面提供参考借鉴，为文化产业促进形成新的动力体系，不断实验新路径、创造新模式、衍生新业态，提供示范路径。



2017年4月

目 录

第一章 2016年中国文化产业概况	1
一、2016年中国文化产业发展的整体概况	1
二、2016年中国文化产业的发展概况	4
三、2016年中国文化产业发展的特点分析	9
四、2016年中国文化产业发展的突出问题	16
五、2017年中国文化产业的发展趋势	21
第二章 中国文化产业新业态与新趋势	25
一、2016年文化产业新业态发展概况	25
二、2016年文化产业新业态发展亮点	31
三、2017年文化产业新业态发展趋势	50
第三章 中国新闻出版发行服务研究报告	55
一、新闻出版发行业的整体概况	55
二、新闻出版发行细分行业的主要特征	59
三、新闻出版发行业的政策亮点	70
四、未来新闻出版发行业的发展趋势研判	73
第四章 中国广播电影电视服务研究报告	77
一、广播产业研究报告	77
二、电影产业研究报告	84
三、电视产业研究报告	91
第五章 中国文化艺术服务研究报告	103
一、文化艺术服务发展背景	103
二、文化艺术服务发展现状	109

三、文化艺术服务发展趋势研判	118
第六章 中国文化信息传输服务业发展报告	122
一、文化信息传输服务业年度发展概况	122
二、文化信息传输服务业发展动因分析	129
三、文化信息传输服务业存在问题	134
四、文化信息传输服务业发展趋势	140
第七章 中国文化创意和设计服务研究报告	144
一、文化创意和设计服务融合发展的现状	145
二、文化创意和设计服务业发展的特点	155
三、文化创意和设计服务业发展的趋势	160
第八章 中国文化休闲娱乐服务研究报告	166
一、文化休闲娱乐服务行业现状分析	166
二、文化休闲娱乐服务行业存在的问题	175
三、文化休闲娱乐服务行业的发展趋势	180
第九章 中国工艺美术行业研究报告	185
一、工艺美术行业发展现状	185
二、工艺美术行业的发展机遇	189
三、工艺美术行业的多重矛盾	193
四、工艺美术行业发展的对策建议	196
五、工艺美术品生产的创新趋势	199
第十章 中国文化衍生品研究报告	202
一、文化衍生品开发的背景与现状	202
二、文化衍生品开发的主要特点	209
三、文化衍生品开发存在的问题	212
四、文化衍生品开发趋势	216
第十一章 中国文化产业政策研究报告	221
第十二章 中国文化产业园区研究报告	239
一、文化产业园区发展环境	239
二、文化产业园区发展趋势和特点	242

三、文化产业园区面临的挑战	248
四、文化产业园区未来发展趋势	251
第十三章 中国文化贸易研究报告	254
一、文化贸易的整体情况	255
二、文化贸易的主要特征	262
三、文化贸易发展的主要问题	268
四、中国文化贸易未来发展的创新路径	273
第十四章 中国文化产业投融资研究报告	277
一、文化产业投融资概况	277
二、文化产业投融资主要方式分析	279
三、文化产业投融资特点与趋势	297
第十五章 中国文化产业人才教育研究报告	302
一、文化产业国民经济分类与大学专业的契合度分析	302
二、文化产业人才培养机制存在的问题	312
三、对文化产业人才教育的几点建议	314
后 记	321

第一章 2016年中国文化产业概况

在“十一五”“十二五”时期的快速发展期之后，中国文化产业呈现出向纵深发展的趋势，进入到“十三五”转型升级、结构性调整的重要时期。2016年是“十三五”规划的开局之年，也是供给侧结构性改革的深化之年。在宏观经济下行、压力加大的背景下，中国文化产业初具规模，回首2016年中国文化产业的发展，转型升级步伐加速、融合发展势头猛烈、新兴业态的发展势如破竹。“文化+”与相关产业的携手联姻，提升了经济发展质量，促进了经济转型升级，使文化产业的内容生产有了文化自信的支撑和引领。

一、2016年中国文化产业发展的整体概况

2016年，中国文化产业的发展保持了传统产业门类的发展规模，发展态势较好，与此同时，许多新兴领域尤其是数字文化产业领域的发展势如破竹，其产量、产值在整个文化产业的结构中所占比例越来越大，影响越来越广。

从产值等相关情况来看，文化产业增速有所放缓，进入理性调整期。近年来，文化产业逐步成为国民经济增长的重要亮点，文化产业的增速远高于GDP的平均增速，平均增长率超过20%。但是伴随着改革发展进入深水区，文化产业也逐渐回归理性。从2014年起，文化产业增速逐渐放缓，与GDP的增速一起呈现逐渐收敛的趋势。2014年GDP增速7.4%，文化产业增速为12.1%；2015年GDP增速6.9%，文化产业增速为11%。据统计，2016年全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入

80314亿元，比上年同期增长7.5%^①，文化企业的规模化、集约化水平进一步提升。而2016年GDP平均增速6.7%，说明文化产业增速与GDP增速差值逐渐缩小，其规模增速趋缓，文化产业步入了理性调整期。

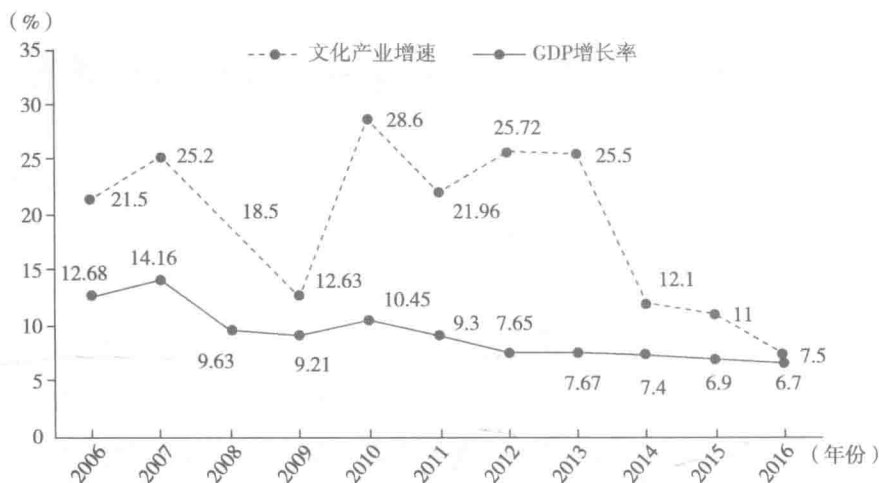


图 1-1 2006—2016 年文化产业增速与 GDP 增长率对比图

从行业发展的相关情况来看，结构调整步伐加快，新兴业态发展迅猛。互联网时代的到来颠覆和重构了文化产业的内容和形式，仅依靠传统发展模式生存的传统文化产业已然不能适应转型升级的新要求，其增加值逐渐降低。据国家统计局对全国规模以上文化及相关产业、企业营业收入情况的统计数据显示，2016年低于平均增速7.5%的基本上是传统的文化产业类型，如文化专业设备和辅助生产、工艺美术品的生产等，而增长最低的文化专用设备的生产行业增速为3.2%。相反，新兴业态则呈现出前所未有的发展活力，增速惊人。随着“互联网+传统行业”的发展模式在各领域持续发酵，文化产业新业态层出不穷，各行业间交互和融合更加深入。文化产业新业态的新趋势、新技术和新特点在2016年尤为突出。

第一，移动互联网为文化产业新业态发展构建良好的支撑环境。第二，文化产业新业态正成长为推动经济结构转型的新生力量。2016年，以“互联网+”为主要形式的文化信息传输服务业营业收入5752亿元，增长30.3%。^②动漫游戏、网络文学、网络音乐、网络视频等已经成为新的消费增长点，其中网络表演（直播）市场

① 数据来源：国家统计局。

② 数据来源：国家统计局。

营收达到200亿元，同比增长超过200%；VR潜在用户规模达到2.86亿，规模约占全国总人口的1/5。两位数的逆势高增长充分显现出数字文化产业的活力和前景。到2020年，我国将形成文化引领、技术先进、链条完整的数字创意产业发展格局，相关行业产值规模达到8万亿元。第三，文化产业新业态为文化产业结构优化注入活力。第四，文化产业新业态呈现分享化、平台化、融合化发展。从发展方式看，其一，分享经济模式创新文化产业新业态的发展方式。预计未来5年我国分享经济增长年均速度将在40%左右，到2020年市场规模或将占我国GDP的10%以上。其二，文化产业新业态呈现平台化发展。其三，文化产业新业态呈现融合化发展，尤其是与移动多媒体平台的融合发展。

表 1-1 2016年全国规模以上营业收入情况

文化及相关产业企业	绝对额	比上年增长
	(亿元)	(%)
总计	80314	7.5
新闻出版发行服务	3061	5.0
广播电影电视服务	1496	5.1
文化艺术服务	312	22.8
文化信息传输服务	5752	30.3
文化创意和设计服务	9854	8.6
文化休闲娱乐服务	1242	19.3
工艺美术品的生产	15045	3.2
文化产品生产的辅助生产	8926	5.4
文化用品的生产	30219	7.0
文化专用设备的生产	4407	2.7

注：1.表中速度均为未扣除价格因素的名义增速。

2.表中部分数据因四舍五入的原因，存在总计与分项合计不等的情况。

2016年，传统文化产业发展进入转型调整攻坚期，现代技术和新型消费密切相关的文化产业行业面临创新发展新机遇，“十三五”开局之年，“面向新方位的结构性深调”成为中国文化产业发展的年度关键词。总体而言，虽然2016年中国文化产业规模增速放缓，但整体文化产业发展依然积极、健康、成果颇丰。

二、2016年中国文化产业的发展概况

(一) 新闻出版行业发展概况

2016年是“十三五”的开局之年，也是推进供给侧结构性改革的攻坚之年。正当各大经济领域都在深化“三去一降一补”改革时，我国新闻出版发行业也在压力与机遇面前逐渐进入了新常态，产业发展出现结构性调整，行业格局呈现资源性整合，传统传媒正在转型阵痛中走向优化升级，新兴业态也在政策和技术的双重引领下走向规范发展。

第一，传统媒体整体衰落。报刊行业出现大面积亏损，全国各大都市报年发行量、阅读量均一路下跌，2015年零售发行相比去年同期下降幅度高达50.8%。第二，移动阅读成为主流。2016年移动阅读市场规模有望在2015年101亿元的基础上达到135亿元，成年国民手机阅读接触率也有望在2015年60%的基础上实现更大的突破。阅读方式的改变深刻地影响了阅读内容的生产。第三，媒体加速融合发展。近年来，国内不少大型新闻传媒集团积极应对挑战，整合跨界资源，探索全媒体融合道路。第四，技术改变传播方式。网络直播在2016年实现爆发式增长，并带来网红经济和粉丝经济等新业态。2016年上半年网络直播市场营收82.6亿元，同比增长209.3%，用户规模已迅速达到3.2亿，占网民总数的45.8%。第五，图书销售额增幅趋缓，库存居高不下。2016年全国图书零售市场总规模为701亿元，同比增长12.3%，比2015年12.8%的增幅略微下降。其中渠道销量差异明显，传统实体书店首次出现2.33%的负增长，而网上书店则继续保持30%左右的增幅，总码洋首次超过实体书店。第六，数字出版发展势头继续看好。2015年国内数字出版产业整体收入规模为4403.85亿元，比2014年增长30%，数字出版产业收入在新闻出版产业收入的总占比由2014年的17.1%提升至20.5%。

(二) 广播电影电视服务业发展概况

在“互联网+”与多媒介融合发展的社会背景下，2016年的中国移动电台市场突破16亿，这是广播产业“UGC+PGC”的转型发展模式所带来的成功，结合技术

创新、资源整合、云端共享等，中国的广播产业焕发出前所未有的繁荣。但与此同时，广播节目的内容细化、制作与类型等还亟待创新。

2016年，中国电影银幕总数达到41179块，位居全球第一，生产的各类电影数量也稳步增加到944部，但是全国的电影票房收入及观影人次两者增长速度都相较2015年明显放缓。我国电影产业热度的确是依旧不减，市场仍有巨大潜力，只是面对观众的选择愈加趋于理性的今天，影片需要通过提高质量以增加自身竞争力，扩大国内市场，打开国际市场。

网络在线视频的市场在2016年可谓方兴未艾，众多视频播放平台依靠优质自制的网综网剧或购买知名IP等吸引用户，网络视频用户达6.83亿人，相比2015年(6.25亿人)增长0.58亿人，增幅达9.3%，同年第2季度中国网络视频广告市场规模已经达到91.1亿元人民币，环比增长36.1%，同比增长51.6%。新媒体的春天使得传统电视媒体面临寒冬。同质节目泛滥、节目质量低下、电视台体制障碍等问题使观众大量流失。因此，传统电视媒体也开始以合作创新谋出路，台网联动、科技体验等都在实践发展中探寻出新道路。

(三) 文化艺术服务业发展概况

根据《文化及相关产业分类(2012)》分类方法，文化艺术服务市场分为文艺创作与表演服务、图书馆与档案馆服务、文化遗产保护服务、群众文化服务、文化研究和社团服务、文化艺术培训服务和其他文化艺术服务7个类别。

文化艺术服务的发展虽然在文化及相关产业中占据较小的份额，但其对社会的影响和文化的传播却是占有极其重要的地位。因行业内主要服务以提供社会公共服务为主，从2016年的文化服务业营收状况来看，营业收入仅达312亿元，但比2015年同比增长22.8%，增长率远高于文化及相关产业、企业营业收入，平均增长率7.5%，由此可以看出，我国文化艺术服务产业处于一个高速发展起步期，其所具有的产业性发展空间也非常巨大。在国家和文化部一系列相关政策的指导下，2016年文化艺术服务各项工作稳步推进，艺术创作生产和艺术表演成果累累，艺术扶持政策更加完善；现代公共文化服务体系建设深入推进，公共文化服务水平进一步提高；文物保护和利用成效显著，非物质文化遗产保护传承体系正在形成，文物和其他产业融合进一步深化；群众文化生活进一步丰富，文化艺术培训市场取得

新进展。2017年必将延续这种发展态势，将公共文化服务和文化服务产业化发展深度结合，完善供给侧结构性改革，为公众提供更好的文化艺术服务。“产业化”“无墙化”“PPP模式”“深度融合”“适度开放”“人才培养”都将是本年度关注的重点问题。

（四）文化信息传输服务业发展概况

文化信息传输服务业作为一个起步较晚、发展较快、渗透领域广的战略性新兴产业，已经在文化产业结构调整、提质增效、创新发展上占据重要位置。截至2015年底，文化信息传输服务业实现增加值2858亿元，增速为16.3%，占文化产业的比重为10.5%。在文化产业十大行业中，增长速度位列第二，仅次于文化休闲娱乐服务业，文化信息传输服务业从业人员为88.2万人，增长12.8%。2016年上半年，以“互联网+”为主要形式的文化信息传输服务业营业收入为2502亿元，增长29.7%，位居全国规模以上文化及相关产业10个营收增长行业的第一位。互联网信息服务已经逐渐成为文化信息传输服务内容的主战场，2015年，互联网内容提供商营收规模接近3000亿元，较2014年度增长35.1%，2016年营收规模接近4000亿元；2015年，包括IP版权交易规模和授权衍生周边在内的广义产值突破4200亿元，较2014年度增长42.5%，2016年产值突破5600亿元。文化信息依托互联网、移动互联网、广播电视传输网络等基础骨干网络的建设，构筑了宽带、融合、泛在的新一代文化信息基础设施和现代传播体系，实现了公共文化信息、文化休闲娱乐信息、个人定制化信息的全面传输，融入社会生产生活，深刻改变着文化产业的内部格局、行业利益的重组和文化安全的重新建构。

（五）文化创意和设计服务业发展概况

根据《文化及相关产业分类（2012）》分类方法，文化创意和设计服务市场分为广告服务、文化软件服务、建筑设计服务、专业设计服务4个种类。2016年，我国广告业进入了一个空前活跃时期，无论是广告公司的数量、从业人数，还是广告营业额，都呈现迅速增长的态势。2016年，我国软件服务进入创新爆发期，并不断在行业洗牌中进行换血，市场主导性越来越强，并呈现出文化软件和广告服务相互促进的发展特征。2016年，我国建筑设计服务在与行业市场继续保持黏度和依赖性

的同时，开始以文化创新和设计思维开拓高附加值市场，并与文化领域尤其是公共文化服务融合更加紧密。值得注意的是，随着公共文化服务体系的日趋完善，公共建筑领域的设计服务不断优化行业发展，提高设计水准，并与公共文化领域融合更加紧密。2016年，我国专业设计服务领域的“专业性”更强，行业集中度在资本市场的作用下进一步提升，互联网思维为专业设计服务领域的深刻变革提供了催化剂。更多的业内企业运用并购杠杆来寻求规模的迅速扩张，融合背景下，专业设计服务机构为实现规模效益，开始尝试进行横向并购扩张，探索通过跨领域收购助力多元化发展。同时，2016年文化创意和设计服务业融合发展特征也十分突出。一是新兴业态对文化创意与设计服务同相关产业所融合的范围、融合的深度起到关键作用；二是文化创意和设计服务与相关产业融合发展成为我国文化产业供给侧结构性改革的重要力量。

（六）文化休闲娱乐服务业发展概况

文化休闲娱乐服务业作为文化产业的重要组成部分，是一个国家生产力水平高低的标志之一，是衡量社会文明的尺度，是人类精神文明和物质文明的结晶，在满足人民群众精神文化需求，扩大和引导文化消费，带动就业，促进经济发展等方面具有重要作用。

根据《文化及相关产业分类（2012）》分类方法，文化休闲娱乐服务业主要包含景区游览服务、娱乐休闲服务、摄影扩印服务3个部分。在我国经济总量和人均GDP不断攀升的时期，文化休闲娱乐服务产业在国民经济中所占比重也在逐年增加，种种迹象表明这是一个极具活力和优良发展前景的产业。2015年，文化休闲娱乐服务业实现增长2044亿元，增速达19.4%，占文化产业的比重为7.5%，比2014年提高0.5个百分点。2016年上半年，文化休闲娱乐服务业作为文化及相关产业领域实现两位数增长的5个行业之一，营业收入达496亿元，增长17.8%，呈现良好发展态势。

（七）工艺美术品发展概况

2016年在经济新常态的背景下，承载着中华民族传统文化的工艺美术行业一改前几年快速增长的态势，各项经济指标呈现增长放缓的状态，与2015年相比，工艺美术品行业发展有所复苏。据国家统计局相关资料统计，2016年1—11月，全国工

工艺美术行业规模以上工业企业共 5290 家，其中亏损企业 435 家。工艺美术行业规模以上工业累计主营业务收入 9731.5 亿元，与 2015 年同比增长 2.62%；实现利润 528.6 亿元，同比增长 7.14%；亏损企业累计亏损额 12.4 亿元，与 2015 年同比上升 1.14%。据海关相关资料统计，2016 年 1—11 月，全国工艺美术行业主要商品海关出口总额 287.9 亿美元，同比下降了 76.3 亿美元，下降了 20.95%；进口额 43.96 亿美元，同比下降了 6.95 亿美元，比 2015 年同期下降 13.65%。工艺美术行业发展的特点表现为：第一，行业增速放缓。第二，国家政策助力工艺美术品行业发展。第三，特有资源和区域特色为行业发展提供强有力的保障。第四，传承与创新融合促使工艺美术品行业活力焕发。

（八）文化及相关产品生产概况

随着中国文化产业的不断发展，文化衍生品开发在近年迎来发展高潮。2015—2016 年，国内文博业、影视业、动漫游戏业等都纷纷以 IP 为核心，开发各类衍生产品。文化衍生品开发既有着人们消费升级的需求，也符合文化产业自身的发展规律。

第一，文化衍生品开发进入快车道。近年来，中国文化衍生品市场呈现爆发式增长态势。据美国授权业评估，中国正版授权衍生品市场以每年 15% 的全球最快速度增长，而同期的美国和日本已经是 3%~5% 的饱和状态。第二，文博衍生品“活化”特征明显。博物馆文创产品将博物馆拥有的历史元素和现代设计结合，一方面力求把握传统文化脉络，另一方面注重探索现代表达方式，实现游客“博物馆文化带回家”的愿望。第三，动漫元素成为衍生品媒介。纵观中国电影市场，衍生产品卖得较好的一般都是具有动漫基础的作品，超级英雄电影一类的大片《变形金刚》《美国队长》《蜘蛛侠》等，或者动画电影《疯狂动物城》《大鱼海棠》等。第四，衍生品开发更加重视与现代科技的结合。现代科技在不断改变文化产业业态和发展模式的同时，也越来越多地被应用于文化衍生品的开发和营销。从 2015 年起，故宫博物院除了加强英文网站建设外，还重点推进“数字故宫”建设，自主研发并上线了《胤禛美人图》《紫禁城祥瑞》《皇帝的一天》《韩熙载夜宴图》《每日故宫》和《故宫陶瓷馆》6 款 App 应用，通过数字技术，以立体、多元、全方位的信息化手段推进故宫衍生品的展示和销售。