

“世界文化产业”丛书

清华大学国家文化产业研究中心

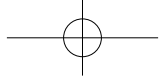
陆地 主编

韩国文化产业

姜锡一（韩） 赵五星 编著



外语教学与研究出版社



“世界文化产业”丛书

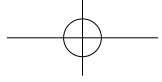
清华大学国家文化产业研究中心 陆地 主编

韩国文化产业

姜锡一（韩） 赵五星 编著

外语教学与研究出版社

北京

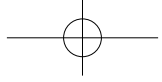


“世界文化产业”丛书编委会名单

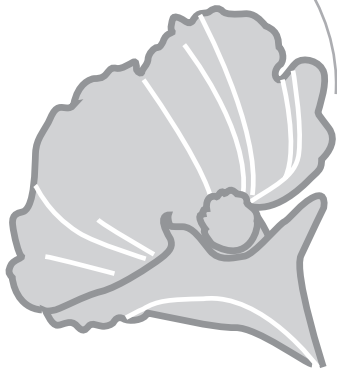
编委会主任 熊澄宇

编 委（按姓名音序排列）

才 华	崔保国	丁俊杰	范 红
高宝霖	胡惠林	胡野秋	金元浦
李汉秋	刘玉珠	陆 地	吕学武
马旭明	祁述裕	王永章	谢新洲
阎军才	张新建		



目录

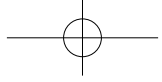


序	i
主编的话	iii
第1章 总论	1
一、文化产业的概念、定义和范围	1
二、文化产业的社会和经济价值	2
三、支持文化产业的政策	4
四、韩国文化产业的现状和展望	9
第2章 文化产业主要政策及其实绩	14
一、文化产业政策的成果	14
二、文化产业政策的方向	18
三、文化产业相关法律制度的完善	19
第3章 广播电视产业	25
一、广播电视产业的结构与现状	25
二、广播电视产业的环境变化与政策	41
三、广播电视产业的发展条件	43
第4章 报纸产业	46
一、报纸产业的整体结构分析	46
二、报纸产业的发展政策	60
三、报纸产业流通环境的改善与互联网言论的制度化	62
四、案例分析：《每日经济新闻》的成长秘诀	63
第5章 杂志产业	70
一、杂志产业的市场现状	70
二、杂志产业的发展政策	78
三、杂志产业存在的问题与发展方向	80
四、案例分析：中央 M&B 的创办和发展	82
第6章 互联网产业	85
一、互联网产业的发展史与产业结构	85
二、互联网产业的政策与法律	99
三、新媒体平台的出现与互联网产业的发展趋势	101
四、案例分析：赛我网，年轻一代网民的新文化现象	101
第7章 广告产业	106
一、广告市场的变化与发展	106

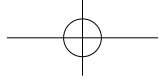


1

目 录

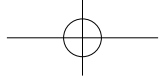


二、广告市场的特点	115
三、广告界的主要争议	118
第 8 章 音像产业	119
一、音像产业的发展史与现状	119
二、音像产业的发展政策	132
三、音像产业的发展趋势	133
第 9 章 演艺产业	134
一、演艺产业市场的现状	134
二、演艺产业的法律制度与政策扶持	136
三、演艺产业的发展前景	142
第 10 章 卡通形象产业	144
一、卡通形象产业的现状与特点	144
二、卡通形象产业的发展政策	149
三、卡通形象产业的发展前景	151
第 11 章 漫画产业	153
一、漫画产业的市场现状与危机	153
二、漫画产业的发展政策	157
三、漫画产业的发展前景	159
第 12 章 动画产业	162
一、动画产业的市场规模与现状	162
二、政府对动画产业的扶持	165
三、动画产业的发展前景	169
第 13 章 游戏产业	171
一、游戏产业的结构与现状	171
二、游戏产业的发展政策	183
三、游戏产业存在的问题与发展方向	185
第 14 章 电影产业	188
一、电影产业的发展与现状	188
二、电影产业的环境变化	201
三、电影产业的发展前景	203
第 15 章 出版产业	205
一、出版产业的市场现状	205
二、出版产业的发展政策	211
三、出版产业的发展条件	216



第 16 章 工艺产业	218
一、工艺产业的发展史与现状	218
二、政府对工艺产业的扶持	226
三、工艺产业的振兴措施	227
第 17 章 旅游产业	230
一、旅游产业的发展史与现状	230
二、旅游产业的发展趋势	237
三、旅游产业面临的挑战	240
附录 译名对照	242
参考文献	245





序

李 蒙

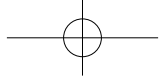
190年前，拿破仑兵败滑铁卢，被英国流放到大西洋上的圣赫勒拿岛。后来，有人送给他一部《孙子兵法》打发时间。据说，他读完之后发出两个感叹：一个是——“如果早读此书，欧洲就是朕的了”；另一个是——“中国，是一头熟睡的狮子，当它醒来时会震惊世界。”对于后一个感叹，我的理解是，这个不可一世的世俗帝王从微言大义的《孙子兵法》中看到了中华民族传统文化蕴藏着无与伦比的智慧和旺盛的生命力。这种智慧和生命力一旦迸发，必将创造世界历史文化的新篇。

拿破仑的预言过去近两个世纪了。而这近两个世纪中，中国大约有一半的时间是在列强的凌辱和无边的苦难中徘徊，有约六分之一的时间是在内战和内乱中沉浮。直到中华人民共和国成立以后，中国共产党才带领全国人民逐渐走上了一条符合国情、具有中国特色的社会主义建设之路和强国之道。在经济上取得世人瞩目的伟大成就之后，中共在“十六大”报告中又提出，要大力发展社会主义市场经济、社会主义民主政治和社会主义先进文化，不断促进社会主义物质文明、政治文明和精神文明的协调发展，并突出强调了文化建设的重要性。2006年初，中共中央和国务院又在《关于深化文化体制改革的若干意见》中明确指出：当今世界，文化与经济、政治相互交融，在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出；在全面建设小康社会、实现中华民族伟大复兴的历史进程中，繁荣和发展社会主义先进文化具有全局性、战略性的地位和作用。文化体制改



i

序



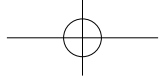
ii

韩国文化产业

革的目标是：以发展为主题，以改革为动力，以体制、机制创新为重点，形成科学有效的宏观文化管理体制、有效率的文化生产和服务的微观运行机制、以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局和统一、开放、竞争、有序的现代文化市场体系；要形成完善的文化创新体系，形成以民族文化为主体、吸收外来有益文化，推动中华文化走向世界的文化开放格局。这是一种高境界——一种熔古铸今的高境界；这是一种大胸怀——一种海纳百川的大胸怀；这是一个好气象——中华文化复兴的好气象！从系统论的角度来看，文化体制改革与政治体制改革和经济体制改革都是国家社会改革体系中的有机组成部分。因此，深化文化体制改革，加快文化事业和文化产业的发展，不但有利于产业结构的优化和经济增长方式的转变，也有利于增强综合国力（特别是国家软实力），同时也为政治体制改革和经济体制改革的深化提供了思想和精神的强大动力。

文化是一个民族发展的根本，也是一个民族昌盛的标志。中华民族厚德载物，屡创辉煌，也屡受挫折，五千年自强不息，正是得益于博大精深的中华文化。文化的生命力来自于创新。中华文明近代的落伍正是自满自得、创新意识缺失的结果。但是，文化的创新有两个基本前提：一个是在纵向上要对本民族或本国创造的优秀传统文化充分尊重和继承光大；一个是在横向上要以开放的心态对世界上其他国家或民族创造的优秀文化虚心借鉴和积极吸收。文化是人类发展到一定阶段的产物，具有强烈的时代性和地域性特点。每个时代、每个国家、每个民族都为人类的文化作出了独特的贡献。文化的创造者有国籍，文化的价值无疆界。随着改革的深入和对文化功能认识的深化，中国文化产业和文化事业发展的春天也即将来临。从这个角度说，清华大学文化产业研究中心组织国内外专家学者撰写的这套“世界文化产业”丛书的出版可谓是生逢其时，至少可以让我们了解一下国外的文化产业是如何发展的。眼界决定境界，历史的经验值得借鉴。我相信，中华儿女在过去二十多年里可以创造一个经济发展奇迹，在不太遥远的未来，也一定能够创造一个令世人刮目相看的文化发展奇迹。

2006年12月于北京



主编的话

陆地

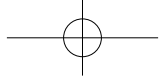
我对文化产业的兴趣始于 10 年前。那时，我正在写有关电视产业发展战略的博士论文。在进行广告数据统计分析的时候，我发现，世界十大经济实体中，除了中国外，其他九大经济强国都是电视产业强国，也是文化产业强国。也正是从那时起，有关文化与政治、经济和社会发展之间关系的问题一直萦绕脑际。现在，问题似乎已经明了。如果把一个国家的发展比喻成一棵树的成长的话，文化就是根，经济就是干，政治不过枝叶而已。无根不成树，无干不成木，枝叶则随四季更替。始于 20 世纪 70 年代的中国的改革开放实际上是一个系统更新工程，要想获得最大的效益和最终的成功，必须经济改革、政治改革和文化改革三箭齐发，缺一不可其功。和经济体制改革相比，国家文化体制改革晚了 20 多年，但是，改革速度很快，以至于近几年举国上下文化产业热浪滚滚，成为政治、经济、社会和学界的共同“显学”。这是好事。不过，也毋庸讳言，一些地方追风逐浪、赶时髦的习惯在发展文化产业的过程中也时有表现。不少人对文化产业的概念、内涵、独特的运作规律等并没有搞得很清楚。一些地方甚至把发展经济产业的一套理念和运作模式移植过来，以搞“运动”的作派来搞文化产业，结果是欲速则不达，甚至毁黄钟而宝瓦缶。

为了少走一些不必要的弯路，为了给热情增添一些理性，也为了给国内文化产业的经营管理者、管理者和研究者提供一个瞭望世界文化产业发展的窗口和借鉴的样本，在 2004 年，我产生了主编一套“世



iii

主 编 的 话



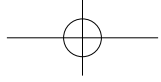
iv

韩国文化产业

界文化产业”丛书的想法。基本设想是：以国别为单位（每国一本），分别介绍世界上主要国家文化产业的最新情况、管理制度和发展模式以及经验教训等；内容涉及文化产业包含的各个门类，如电视业、电影业、音像业、出版业、广告业、演艺业、会展业、游戏业、网络业等，作者可以根据各国文化产业发展的具体情况，有所侧重；书稿要求尽量做到资料翔实、数据丰富、历史与现实衔接、宏观与微观兼具、亦述亦评、图文并茂。2004年5月，清华大学文化产业研究中心成立（2006年12月22日，该中心被文化部命名为国家文化产业研究中心）。我把这个想法和该中心主任熊澄宇教授一说，他立即表示赞成。我原以为编辑一套丛书只要找到合适的作者就行了，实际比想像要难得多。首先，文化产业在国内刚刚兴起，研有所成者屈指可数，找到合适的作者并不容易；其次，国内一些对文化产业有兴趣的学者在外语水平上又力不从心；还有，一些生活在国外的学者工作或居住地经常变换，联系起来相当不便；最后，也是作者反映最多、最困难的，就是相关资料难寻且不系统。一些作者由于各种原因中途不得不停止书稿的写作，也都在一定程度上影响了本丛书的正常进度。但不管怎么说，经过作者和外研社等多方面的努力，本套丛书有关美国、英国、法国、印度和韩国文化产业发展的五本书稿总算完成了。按照计划，有关意大利、德国、日本、加拿大和澳大利亚五国文化产业发展的书，也将陆续推出。

在编辑本套丛书的过程中，笔者对发展文化的认识也在不断深化。窃以为，国家或地区的边界有三种：一种是陆地或海洋边界；一种是经济或市场边界；还有一种是文化边界。与之相对应，国家或地区之间的竞争也主要有三种：军事竞争、经济竞争和文化竞争。军事竞争，无论胜败，都是文明社会中的悲剧；经济竞争物来货往，真金白银，益国利民，但也耗能生污；唯文化竞争赋无形于有形，决胜负于无招，随物潜入市，润心细无声，可谓是最高明、最有效的竞争。历数中国前朝各代，兴盛者无不伴之以文化上的兴盛，如汉、唐；衰败者无不伴之以文化上的衰败，如晚明、晚清。因此，也可以说，文化是水，经济是船，政治是帆。水深载大船，帆正船行远。我深切期望中国文化产业的发展一帆风顺，流正泽远。

在本套丛书即将面市之际，我要向欣然为本套丛书作序的全国政协副主席李蒙先生表示诚挚的谢意。两年来，李老一直关心本套丛书的进展情况，并期待其能在国家文化产业发展进程中起到积极



的作用。同时，我也要向以熊澄宇教授为首的多位编委表示衷心的感谢。他们为本书体例的完善提出了很多中肯的意见。此外，我必须提一下本书最初责任编辑满兴远博士。在文字和体例等很多方面还不够完善的情况下，正是满博士很有远见地接下了本套丛书的书稿，并提出了很多建设性的意见。后来接手的两位责任编辑周晓云小姐、路本福先生也表现了十足的敬业精神和专业精神。周晓云在2006年12月至2007年2月之间，与《法国文化产业》的作者侯聿瑶女士针对书稿中出现的問題，互通了80多封电子邮件。编辑与作者的责任心可见一斑。在此一并表示深切的谢意。当然，我不会忘了向本套丛书的所有作者（包括因故至今没有完成书稿的）及其家人表示由衷的谢意。远在法国的侯聿瑶女士（《法国文化产业》的作者）为了专心写作，连工作都暂时辞掉了，甚至在新婚蜜月还在修改书稿。中央电视台驻印度记者站站长张讴先生（《印度文化产业》的作者，现在是央视驻加拿大记者站站长）是第一个交稿的，而且为了修改书稿还专程回国。孙有中教授（《美国文化产业》作者之一，北京外国语大学英语学院院长）政务、教务和科研任务繁重，但为了不误出版，出差的时候也忙里偷闲地修改书稿。

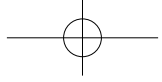
最后，我还要说一句，作为发起者和组织者，本套丛书的所有不足与遗憾皆由本人负责，并期望在以后有机会弥补。

2006年12月于清华园



V

主 编 的 话



第1章 总论

一、文化产业的概念、定义和范围

让我们来看看到目前为止人们对于文化产业的定义。首先，狭义的文化产业是指娱乐要素在商品附加价值的形成中具有重大作用的产业。而广义的文化产业是指在文化和艺术领域创作出的作品被商品化并进入所有流通阶段的产业。同时，以追求利润为目的、生产出文化和艺术商品并进行交易的活动也属于文化产业。

由于各个国家在地理位置上的差异，加上文化概念本身就比较模糊，所以各个国家在文化产业的范围界定上各不相同，用语也不尽一致。联合国教科文组织对文化产业的分类包括文化遗产、印刷材料及文献、音乐、演艺艺术、视觉艺术、电影及摄影、广播及电视、社会文化活动、体育活动、自然及环境等。

作为产业动向分析机构的美国普华永道咨询公司认为，在韩国常常被称作“文化产业”的产业应该被称为“娱乐和媒体产业”，它包括电影、电视、唱片、广播、广告、网络、游戏、杂志出版、新闻出版、书籍出版、信息服务、游乐场、赌场、运动等产业群。

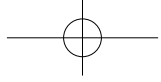
根据北美产业分类体系的定义，韩国所说的“文化产业”的范畴，不仅包括了“产业分类第51条”^①的内容，还包括“信息以及文化商品的发行”和与之相关的如下产业：

- ★ 出版业（不包括互联网）
 - 报纸、期刊、图书、词典出版
- ★ 广播业（不包括互联网）
 - 广播、电视、有线电视和其他收费节目
- ★ 网络出版和网络广播
- ★ 通信业
 - 有线通信运营商、无线通信运营商（不包括卫星）、通信服务分销商、卫星通信
- ★ 网络服务提供者、网络搜寻门户、资料程序以及更多的关联服务
- ★ 其他信息服务业
 - 新闻集团、图书馆和档案馆

在韩国被称为“文化产业”的产业，在英国则被称作“创意产业”。与韩

^① 在北美产业分类体系中，产业分类第51条为信息业。





国相比，英国所选择的字眼更重视向人们传达一种充满进取意味的感觉。

韩国的《文化产业振兴基本法》对文化产业进行了具体的定义。这部基本法于1999年2月制定，2002年1月进行全文第一次修订，2003年5月再次修订。在《文化产业振兴基本法》第1版中，“文化产业”的定义是“对文化产品的计划、开发、制作、生产、流通、消费等，以及与之相关的服务的产业”，而对“文化产品”的界定则是“包括了文化的要素，并在经济上创造出了附加价值的有形、无形的商品（也包括与文化相关的内容以及数字文化内容）和服务以及其复合体”。

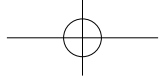
最新数字技术的广泛运用导致文化产业的环境发生了变化，这一点也体现在法律中。特别是上文所提及的文化产业的定义，在2002年的《文化产业振兴基本法》修订版中，“数字文化内容”的概念被增加进去，文化产业成为“包括了数字文化内容的搜集、加工、开发、制作、生产、存储、检索、流通等方面，以及相关服务的产业”。在修订版中，“数字文化内容”指的是“包括了文化的要素，并在经济上创造出了附加价值的数字内容”，而“数字内容”则是指“通过对符号、文字、人声、音响和影像等材料以及信息进行保存和利用，将其效用达到最大，以数字的形态所制作并处理的东西”。由数字文化内容及相关的概念，又引出了“多媒体内容”这一术语。在《文化产业振兴基本法》修订版中，对于“多媒体内容”的定义是：“通过对符号、文字、人声、音响和影像等有关的媒体进行有机的复合而形成的具备新的表现形式和存储机能的内容”。

综上所述，我们可以对文化产业下这样一个定义：作为生产文化产品的产业，文化产业是以文化和艺术作为源泉，对其进行存储，然后在一定程度上，对于创造性的成果进行大量生产或者从最初就对个人创造性的契机进行灵活运用的行业。

二、文化产业的社会和经济价值

构成国民经济的各个产业之间有着相互依存的关系。每一个产业都是通过购入原材料、中间材料，并与劳动、资本等基本生产要素结合，生产出新的商品或提供服务。而这些生产出的产品或者成为其他产业部门的中间材料，或者被卖出成为最终的消费品，或者作为资本成为引发下一轮生产、附加价值和收入的源泉。

同样，文化产业在国民经济的宏观结构中，作为中间材料、最终消费品或者资本，与其他产业部门存在着相互依存的关系，直接或间接地对其他产业产生影响。但是在过去，文化并不被看作生产要素，而仅仅被看作是消费品，所以它对经济增长所作出的贡献几乎被人们忽略。近年来，人们开始把文化当作资本，而且把它看作能够生产出高附加价值的文化商品的生产要素，对其进行研究和介绍。



韩国也意识到，文化产业将是 21 世纪经济增长的动力。在经济上具有高附加价值的文化产业，应作为国家的核心产业进行大力培养。带着强烈的政策意识，韩国通过采取多样化的措施不断促进文化产业的发展，以跻身“文化产业五大强国”^①行列为目标，展开了具体的行动。

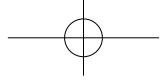
近年来，韩国文化产业作为生产性的产业迅速发展。文化产业通过产业自身的成长，不仅在引发其他产业部门的生产、所得和雇佣等方面具有直接而明显的效果，而且作为文化产品的开发源泉也提高了其他商品的附加价值，所以文化产业对于其他产业的成长也产生了很大的影响。

《文化产业投资的经济波及效果分析》（徐正教，2003）这篇论文对有关文化产业投资对国民经济的影响进行了研究。该论文指出，总体上，文化产业与其他产业相比，产业牵动性相对较高，引发附加价值的效果也较大，即文化产业能够创造出较高的附加价值。因此，文化产业的发展作为 21 世纪的韩国国家战略，对于本国经济的成长具有极大的影响力。韩国国内还有一些文章也对文化产业的经济影响力进行了研究。如《关于文化产业专门人才的供需对策和创造效果的研究》（韩国文化政策开发院，2001）指出，以投入 1 亿韩元的情况为例，在投入产出系数上，所有产业的平均值是 1.79417，而文化产业的投入产出系数则是 1.96507。这就意味着，所有产业的平均水平是 1 亿韩元的投入能够引发近 1.8 亿韩元的生产效果，而文化产业则可以引发近 2 亿韩元的生产效果。在引发附加价值的效果上，所有产业的平均值是 0.78804，而文化产业是 0.83898。在引发所得的效果上，所有产业的平均值是 0.35866，而文化产业是 0.43502。此外，在引发雇佣的系数上，所有产业的平均值是 0.02539，而文化产业是 0.02837。与其他产业相比，文化产业的高附加值效果使得人们大力投资文化产业，这也对国民经济产生了重大的影响。

进一步看，一个国家在文化产业上的发展实际上已经超越了经济的层面。一方面，文化产业在增进国民的创造性和思维的多样性上作出了贡献；另一方面，文化产业在提升国民经济机能的同时，对于改善国家的国际形象和本国其他产业进入海外市场都具有很大的促进作用。譬如借着“韩流”、借着韩国明星的人气效应，韩国企业进入中国和东南亚市场时，就收到了很大的推动销售的效果。此外，“韩流”也带动了韩国旅游商品的开发，韩国的电视连续剧和电影的拍摄地成为旅游热点，一些演唱会也吸引了大批来自中国、日本和东南亚的游客。

不仅如此，随着文化的产业化发展，高生产也导致了高消费，大众文化在短时间内为许多人所共同享有，所以从社会角度上说，文化的同质性和享有的平等成为可能，这对推动文化的民主化发展也作出了很大的贡献。过去，精英文化和大众文化是不同等级的文化，它们在各自的领域内得以保存，为

① 一般认为，目前的世界文化产业四大强国分别为美国、日本、德国、英国。



不同的集团的人所享有，某些文化具有特权性或者排他性，这就形成了社会阶层之间的矛盾；而随着文化的产业化，对于所有的人来说，文化空间急速地开放，这就对推进文化发展的民主进程具有非同一般的作用。

三、支持文化产业的政策

（一）对文化产业进行政策性支持的背景

文化产业初期投入费用较大、进入风险也较高，这就使得文化产业市场很难顺利启动。在资本周转率低、市场进入门槛高的情况下，由于所谓的窗口效应（为了招徕顾客，饭店会给坐在窗口的客人分量充足的饭菜，即窗口效应），成功进入文化产业市场的企业会得到政府的支持，他们成为行业垄断者的可能性随之升高，另外文化产业具有“一项创意，多重使用”的特性（金侁钟，1999），因此文化产业所拥有的活力也就容易丧失。文化产业虽然拥有市场潜力，但是在扩大特有市场的过程中却常常失败。

表 1-1：各产业的市场特性比较

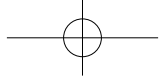
范 畴 产 业	初期资本量	资本周转率	窗口效应	市场进入 容易度	市场失败可能率 （初期国家介入 程度）
轻工业	小	高	低	高	低
重工业	大 （装备高）	低	中	低	高
信息通信 产业	中 （人工费高）	中	中	低	中
文化产业 （影像内容）	大 （人工费+装备）	低	高	低	高

来源：《2003 年文化产业白皮书》

正如表 1-1 中所体现的，文化产业需要大规模的初期资本投入，而且资本的周转率越低，企业失败的可能性就越高，由此导致窗口效应也越高；但如果成功，其附加价值也相应较高。因此，为了提升文化产业竞争力并形成畅通无阻的市场，文化产业在最初的成长期，非常需要公共领域或国家力量的介入。

（二）对文化产业的支持

韩国的文化产业政策是把文化产业作为知识经济的核心产业进行培养。



文化产业的长期目标就是要使韩国发展成为 21 世纪的世界文化大国和知识经济强国，即在美国、日本、欧洲的文化产业之后，韩国要做大自己的文化产业，力争使韩国跻身世界文化产业强国之列。为了实现这样的目标，韩国政府在电影、游戏、音乐、出版、动画（或者称动漫）、广播电视影像、广告、数字内容等各个领域扩充基础设施，并积极培养专门人才。同时，为了开发高附加价值的文化产品，扩大韩国文化产品的海外市场，提高韩国文化产业的竞争力，韩国政府在多个方面给予文化产业大力支持。

支持文化产业的政策不仅包括给予所有文化产业的一般性支持，同时还包括根据不同的产业类别对特定产业给予的特定支持，具体如下：

1. 对文化产业的一般性支持

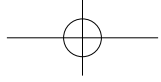
- ★ 进行地方文化产业的基础建设
- ★ 支持文化产业振兴基金的融资

2. 对文化产业内容的支持

- ★ 开发文化内容的技术
- ★ 支持韩国文化原型内容的数字化
- ★ 支持发掘明星项目
- ★ 支持电子学习与游戏内容的制作
- ★ 支持在线、手机文化内容进军海外市场
- ★ 韩中之间构筑数字网络
- ★ 促进韩国文化内容的出口
- ★ 支持文化内容的投资和博览会的申办
- ★ 构建汉语、日语网站
- ★ 运营文化内容持久市场
- ★ 运营文化内容制作室
- ★ 培养文化内容的制作人和市场专门人才
- ★ 设置文化内容特性化教育机构并开发项目

3. 对出版、新闻产业的支持

- ★ 支持翻译、出版优秀图书
- ★ 支持召开首尔国际书展
- ★ 培养杂志专门人才
- ★ 支持出版流通现代化
- ★ 支持媒体教育事业
- ★ 支持选定优秀学术图书
- ★ 支持出版事业进军海外市场
- ★ 支持首尔国际艺术图书展



4. 对广播电视、广告产业的支持

- ★ 参加国际广播电视影像博览会
- ★ 建设培养数字广播电视专门人才的教育设施
- ★ 召开国际广播电视影像展销会
- ★ 设立广播电视影像教育课程
- ★ 组建和运营有线电视影像学院
- ★ 支持用于出口的广播电视节目的再制作
- ★ 支持建立数字魔幻空间

5. 对电影、动画、音像产业的支持

- ★ 支持振兴韩国电影及进军海外市场
- ★ 支持召开国际电影节
- ★ 支持为搞活韩国电影制作及改善电影院的环境提供物权担保的融资事业
- ★ 支持韩国电影的投资组合和出资事业
- ★ 确保和运营艺术影片专用影院
- ★ 支持制作独立数字长篇电影
- ★ 组建综合影像资料保存中心
- ★ 支持动画的出口
- ★ 支持参加海外动画展示会
- ★ 构筑和运营韩中动画故事库
- ★ 在动画上促进与美洲、欧洲地区的交流合作
- ★ 举办韩国动画形象的公开征集展
- ★ 支持和开发动画创作
- ★ 征集动画脚本
- ★ 支持独立、单片的动画进军海外市场
- ★ 支持 DVD 光盘流通体制健全化
- ★ 支持搞活 DVD 音像产业

6. 对游戏、磁带产业的支持

- ★ 参加游戏海外展示会
- ★ 举办为中华圈募集资金的街头秀
- ★ 召开世界电子竞技大赛商业会议
- ★ 制作游戏项目的本地化版本
- ★ 运营游戏的专门投资组合
- ★ 支持优秀游戏的词典制作
- ★ 举办游戏脚本的征集展
- ★ 评选并颁发“韩国游戏大奖”
- ★ 振兴游戏文化产业