

北京市哲学社会科学“十一五”规划项目成果
国际文化贸易研究系列报告

首都文化贸易发展报告

(2010)

北京第二外国语学院国际文化贸易研究中心 编著

 中国人民大学出版社

北京市哲学社会科学“十一五”规划项目成果
国际文化贸易研究系列报告

首都文化贸易发展报告

(2010)

北京第二外国语学院国际文化
贸易研究中心 编著

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

首都文化贸易发展报告. 2010/北京第二外国语学院国际文化贸易研究中心编著.
北京: 中国人民大学出版社, 2009
(国际文化贸易研究系列报告)
ISBN 978-7-300-12846-7

- I. ①首…
- II. ①北…
- III. ①文化—产业—研究报告—北京—2010
- IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 201813 号

北京市哲学社会科学“十一五”规划项目成果
国际文化贸易研究系列报告
首都文化贸易发展报告 (2010)
北京第二外国语学院国际文化贸易研究中心 编著
Shoudu Wenhua Maoyi Fazhan Baogao

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)	
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)	
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)	
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京联兴盛业印刷股份公司		
规 格	155mm×230mm 16 开本	版 次	2010 年 11 月第 1 版
印 张	21 插页 1	印 次	2010 年 11 月第 1 次印刷
字 数	241 000	定 价	49.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

总 序

过去的 2009 年是中国服务贸易发展极为艰难的一年。统计数据显示，我国 2009 年服务贸易进出口总额为 2 868 亿美元，其中出口 1 286 亿美元，同比下降 12.2%；进口 1 582 亿美元，同比增长 0.1%，出口和进口分别位居世界第五位和第四位。在金融危机蔓延、发展环境如此不利的情况下，能够取得这样的成绩，着实不易。

与发达国家相比，中国服务贸易尚有很长的路要走。服务业发展水平有待提高，国际竞争力亟须增强，服务贸易行业发展平衡性需要关注，与发达国家及世界整体水平的差距需要缩小等等，诸多问题摆在面前，任重道远。然而面对服务经济全球化的大潮，任何试图立于未来世界经济发展潮头的国家、地区或城市，都应不惧困难，勇敢地接受挑战，才可能更好地体会身处潮头的喜悦，阅遍服务经济社会变革发展、浪潮激荡的无限风光。

富克斯（V. Fuchs）于 1968 年率先宣布美国作为西方发达国家已经进入“服务经济”社会，这对整个世界而言的意义非同一般。正是这种对现实的准确把握、对未来的美好憧憬让人

们看到人类社会，看到整个世界的进步和希望。而今 40 多年已过，弹指一挥间，其间这样、那样的困难、障碍都没有阻碍全球服务业、服务贸易的迅猛发展，特别是对于那些后进国家、地区和城市，影响尤大，受益更深，中国实属其列，北京当推代表。

在 2009 年出口企业普遍遭遇金融危机的“寒冬”之际，北京市服务贸易出口企业却一枝独秀，成为进出口贸易中的亮点。2009 年北京市服务贸易出口结汇达到 291 亿美元，首次超过货物贸易出口结汇 8 亿美元，后劲十足。尤其是在北京建设世界城市的背景下，后奥运、后危机时代的首都北京，其服务贸易伴随世界城市建设成长，前景尤为广阔。首都服务贸易的实践和研究已经成为社会各界满怀信心期待和努力的舞台。

基于上述形势和背景，北京第二外国语学院国际服务贸易暨国际文化贸易研究中心继续在北京市教委科技创新平台项目的资助下，组织多位学者、教授分工负责撰写《首都文化贸易发展报告（2010）》。该报告主要涉及金融、旅游、商业、教育、信息传输、文化等服务贸易领域，我们围绕总体研究目标，试图从各个层面、角度反映并剖析 2009 年首都服务贸易发展状况、存在的问题以及可能的对策措施，从而为后奥运时代首都北京服务贸易的发展做点贡献。

读者在阅读本系列报告时，既应站在全球及我国宏观经济的背景下，来思索和考量国际服务贸易的发展，更应该以首都北京服务贸易的发展实践为基础，来观察和探究城市或区域服务贸易水平的进步和提升。只要循着报告的行文思路，读者就不难获得新的信息、新的观点，进而形成自己的判断和评价。

当然报告中尚有许多不尽如人意的地方，希望各位读者多提宝贵意见和建议，以便今后日臻完善。

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, connected strokes that form a unique, abstract shape.

李小牧

教授，经济学博士

北京第二外国语学院副校长

兼国际经济贸易学院院长

国际服务贸易暨国际文化贸易研究中心主任

前 言

《首都文化贸易发展报告（2010）》是由北京第二外国语学院国际服务贸易暨国际文化贸易研究中心为主要发起人，依据北京地区文化产业领域内的官方数据以及知名学者和专业人士等提供的数据和资料编撰而成的年度报告。鉴于北京作为首都的特殊地位和我国文化贸易发展现状，秉承年度报告的编撰原则，本报告以首都文化产业领域内各行业的贸易发展情况为重点分析对象，通过对首都地区演出业、广播影视业、新媒体业、会展业、版权业五大行业 2009 年产业及贸易发展状况的描述分析，探讨了首都文化产业在对外贸易发展中遇到的难题，并结合分行业、分区域文化贸易发展的成功案例，努力寻求适合首都文化贸易对外发展的模式和对策，力争对今后首都文化贸易的发展提出建设性建议，促进首都文化贸易健康、快速、平稳发展。

由于本报告是文化贸易年度发展报告，因此我们不仅在报告中盘点了目前首都文化产业中五个行业的主要发展情况和现状，还通过专题文章对首都文化贸易的发展进行了更具深度的阐述，最终将重点放在首都文化产业对外贸易发展政策与策略

上，对“十二五”首都文化产业的发展趋势进行了展望，为首都文化贸易的发展提供了可借鉴的意见。

《首都文化贸易发展报告（2010）》共分为三大部分：第一部分是分行业发展报告，涉及演出、广播影视、新媒体、会展、版权五个行业；第二部分为文化贸易专题文章；第三部分对2009年首都文化产业及贸易方面的数据资料进行了汇总。

本报告系北京市哲学社会科学“十一五”规划项目“首都建设世界城市的国际文化贸易路径选择”部分成果（项目号：10AbZH193），同时也是北京市教委“世界城市文化创意产业主题资源包”的阶段成果。本报告是在许多文化产业相关资料的基础上完成的，引用了大量相关政府部门研究机构、研究人员和业内机构的数据及研究成果，在此对相关机构和工作人员表示感谢！限于首都文化贸易现状及编写人员的水平和编写时间的仓促，报告之中难免有不足之处，还望读者多多指正，以利于今后的编写工作进一步改进和提高。

目 录

第一部分 分行业发展报告

报告 1	首都演出业贸易发展报告	
	——在创新与融合中不断成长	3
报告 2	首都广播影视业贸易发展报告	
	——后危机时代，首都影视业“旺”中见忧， 模式转变迫在眉睫	29
报告 3	首都新媒体产业贸易发展报告	
	——新媒体：为“三网融合”时刻准备着	60
报告 4	首都会展业贸易发展报告	
	——机遇与挑战并存	97
报告 5	首都版权业贸易发展报告	120

第二部分 专题文章

专题 1	北京城市主流电影市场不完全报告	145
专题 2	多媒体出版环境对版权贸易的影响	152
专题 3	文化企业发展走向分析	
	——北京电视台的案例	161

专题 4	北京拍卖市场的现存问题及对策 ——保利 2009 秋拍的案例	172
专题 5	海淀区文化创意产业现状及发展分析	188
专题 6	延庆县旅游发展现状及未来设想	210
专题 7	中国电影海外推广的市场运作	222
专题 8	中国图书出版业数字化发展研究	245
专题 9	单机游戏产业在中国大陆的发展对策研究 ——台湾天宇公司案例	263
专题 10	论国际文化贸易专业教改创新的必要性和可行性 ——以北京第二外国语学院相关专业建设为例	280

第三部分 2009 年首都文化贸易发展报告相关资料

附录一	2009 年八大政策助力文化创意产业逆风飞扬	293
附录二	2009 年北京博览会一览表	298
附录三	2009 年北京市广播影视部分月份经营创收情况	309
附录四	2009 年北京演唱会一览表	315
附录五	2009 年国家大剧院部分演出一览表	322

第一部分 分行业发展报告

报告 1 首都演出业贸易发展报告

——在创新与融合中不断成长

摘 要

2009 年是转折性的一年，是奥运会机遇扩大化的重要一年，首都演出借助奥运会带来的丰富资源，在政府创造的有利环境下，继续巩固 2008 年发展的积极成果，发挥“文化创意之都”的促进作用，以“人文北京”的新面貌走在全国范围内演出业的前列，同时以首都演出业的成果积累积极展现“人文北京”的实力。在借鉴和引进西方先进技术和管理经验的基础上，发展具有自主创新特色的演出业，推动北京文化产业的发展和“人文北京”的建设。新中国成立六十周年的盛世华章为首都演出业搭建了一个国际交流平台，促进北京演出业和世界更好地交融，促进北京演出对外贸易蓬勃发展。

本报告围绕 2009 年首都演出业发展情况、首都演出业及对外贸易发展特点、首都演出业及对外贸易发展存在的问题、首都演出业及对外贸易发展对策、首都演出业及对外贸易展望、首都演出业年度大事记六个部分，对 2009 年首都演出业贸易发展情况进行了客观的描述与深入的分析，以期发现 2009 年首都演出业及对外贸易存在的新问题并探寻相应的对策，为首都演出业贸易的进一步发展理清思路。

一、2009 年首都演出业发展情况

2009 年,北京总体演出场次大幅增加,全市 61 家营业性演出场所共演出 16 397 场,相比 2008 年的 13 223 场增长 24%;2009 年全市演出业总收入达到 9.33 亿元,较 2008 年的 6.27 亿元增加了 48.8%,见图 1。

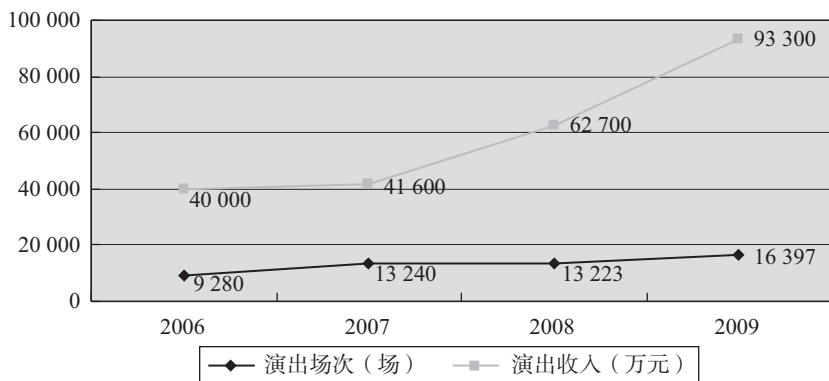


图 1 2006—2009 年演出场次和演出收入的情况

2009 年全市营业性演出场所的数量较 2008 年略有上升,达到 61 家;2009 年演出平均票价为 210 元,与 2008 年持平;2009 年,越来越多的观众关注北京演出业,观看文艺演出的观众人次呈现出明显的上升趋势,2009 年上升至 1 167 万人次,较 2008 年增加了 44.3%,见图 2。

2009 年,国内艺术团体仍是北京演出市场的主角,共演出 15 075 场,占总演出场次的 91.9%,比 2008 年同期增长 19.5%;外国艺术团体增长迅猛,共演出 1 257 场,比 2008 年同期增长 134%;港台艺术团体及个人在京演出有所减少,共演出 65 场,比 2008 年同期减少 26.1%,见图 3。

2009 年,9.33 亿元的演出总收入中,国家大剧院等 15 个综合性多功能演出场所演出收入 46 171.1 万元,占 49.49%;

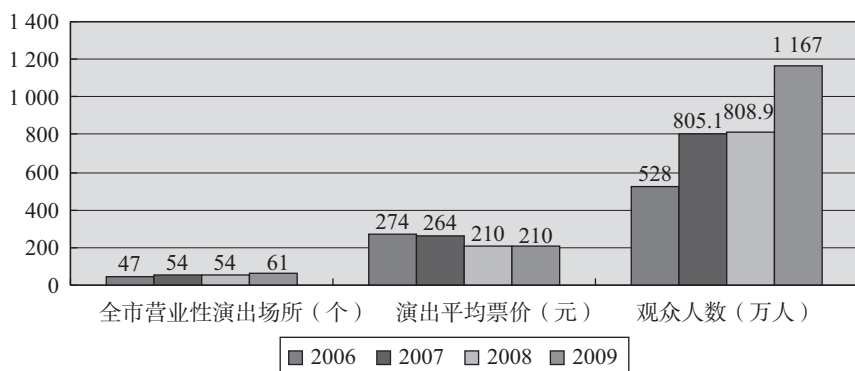


图 2 2006—2009 年演出场所、平均票价和观众情况

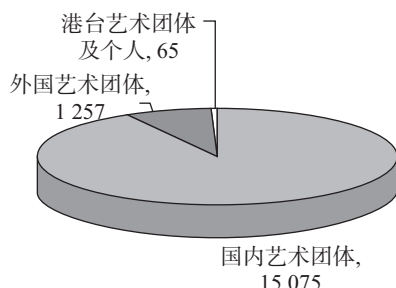


图 3 2009 年在京演出团体分类
(演出场次)

鸟巢、工体、首体等 8 个大型体育场馆也成为演出主力，演出收入 23 178 万元，占 24.84%；梅兰芳大剧院等 16 个专业演出剧场演出收入 11 056 万元，占 11.85%；朝阳区文化馆等 8 个演出场所演出收入 1 387 万元，占 1.49%，见图 4。

2009 年，1 167 万观众人次中，音乐类演出观众人次最多，占到全年观众总人次的 24.76%；儿童剧类占 16.11%；杂技类占 15.25%；综艺、曲艺和话剧类分别占 9.08%、7.80%和 7.11%；京剧观众人次仍比较少，只有 62 万人次，占 5.31%；地方戏的观众人次最少，仅占 2.06%，见图 5。其中，音乐类、歌舞类、儿童剧类演出增长最快。以国家大剧院、保利剧院为代表的多功能综合剧场中，歌舞剧、音乐会等

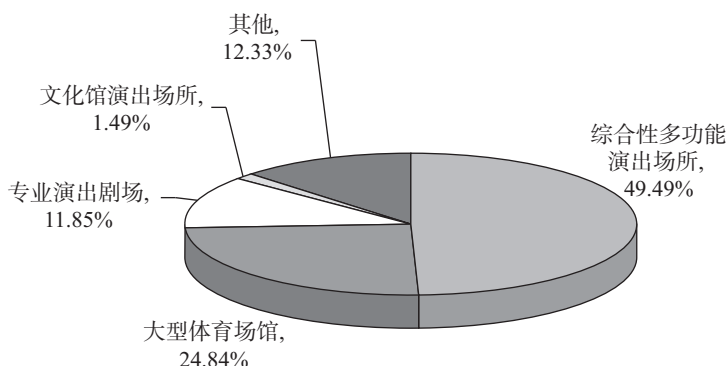


图4 2009年各类演出场馆收入所占总收入比例

高雅艺术演出场次比2008年增加了46%，收入达4.62亿元，几乎占全年演出市场的半壁江山。

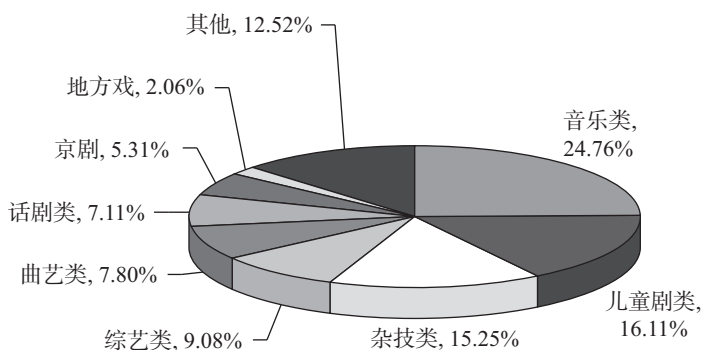


图5 2009年各类演出观众所占比例

二、2009年首都演出业及对外贸易发展特点

1. 旅游演出市场蓬勃发展

2009年，北京市以旅游观众为主、节目相对固定的旅游演出场所共14家，包括万盛剧场、欢乐谷剧场、恭王府大戏楼等。2009年14家旅游演出剧场演出总收入11508万元，比2008年增长68%；演出6820场，比2008年上升8%，占全

年总场次的 41.59%；观众人数 220 万人次，比 2008 年增加 17%，占全年总人次的 18.85%。

旅游演出市场的蓬勃发展是 2009 年首都演出业及对外贸易发展的最主要特点。作为世界重要旅游目的地和全国文化中心，北京凭借丰富的旅游资源和文化演出资源，旅游文化演出项目日益增多，演出市场逐步走向成熟，吸引着越来越多的国内外游客，尤其是在对外贸易方面，北京旅游演出的境外客源充足，除了接待大量的境外游客，还拥有众多国际组织驻京代表处、跨国公司总部等，境外观众钟情于文化演出，希望通过这种演出形式来充分了解中国的历史文化。旅游演出市场的蓬勃发展真正使演出产品不出国门便实现了出口，使旅游文化演出通过对外贸易成为首都北京向世界展示的一张绚烂的文化名片。

红馆剧场的《功夫传奇》将中华武术、杂技、舞蹈等多种艺术元素融为一体，已经成功在国内外演出 3 000 多场，观众近 200 万人次。2009 年 7 月 29 日—8 月 17 日，在英国伦敦西区一流剧院——伦敦大剧院连续演出 27 个场次，是中国品牌演艺剧目首次以商演的形式进入西方高端演艺市场。由此也可以看出，旅游演出产品对外贸易的一种成功模式是首先在北京演出市场立足与发展，吸引境外观众，积累经验，融合创新理念，打造品牌，逐步走向国际市场。除此之外，大型新编视觉京剧《白蛇传》、欢乐谷的《金面王朝》、皇家粮仓的厅堂版《牡丹亭》、天地剧场的杂技等都极大地丰富了北京的旅游演出市场。

在票房不断升高的同时，旅游文化演出也越来越注重衍生产品的开发，逐渐形成产业链式的经营模式，使演出产品价值进一步得以延伸。如《功夫传奇》和《白蛇传》都已经开发出文化衫、人偶、画册等衍生产品。韩国的一家文化公司也有意愿将《功夫传奇》制作成游戏版本。

2009 年旅游演出市场的蓬勃发展充分表明添加新创意于旅游演出产品，会吸引更多的境外观众，面对境外游客源源不断的需求，北京演出市场蕴涵着广阔的发展空间和无限的商机。2010 年，政府将为大型新编视觉京剧《白蛇传》投入 600 万元，在虎坊桥附近建造专门的演出场地；怀柔、昌平等远郊区县也都在根据自身的特点优势打造相关旅游剧目；2010 年 10 月，由张艺谋团队制作的大型景观剧目《印象长城》也将推出。

2. 演唱会票房收入增幅显著

2009 年，北京演唱会票房增幅超过 1.1 亿元。演唱会票房的显著提高部分得益于奥运场馆对文艺演出的开放，自 2006 年年底开始，首都体育馆、工人体育馆、工人体育场等大型场馆相继开始为奥运会整修，这使得很多演唱会只能转移到综合剧场内，由于座位数减少，场馆有限，演出场次下降较多。2008 年奥运会后，除了原有的大型场馆放开，北京还增加了国家体育场、五棵松体育馆，使得全市大型场馆增加到 8 家，从而促使演唱会成为推动首都演出业发展的助力器，如 2009 年 4 月和 11 月“纵贯线”演唱会、5 月“成龙和他的朋友们”演唱会、8 月宋祖英演唱会、12 月李宇春北京演唱会，2009 年演唱会演出场次和收入较 2008 年都有所增加，收入占北京演出市场总收入的 24.8%。

3. 注重对经典剧目的复排

对经典剧目的复排和演出是 2009 年话剧创作中一个引人注目的现象。这不仅是各大院团树立自身的品牌意识，发挥品牌效应的有力举措，也是降低创作成本，占领演出市场的战略选择。

2009 年初，北京人艺复排了 50 多年前首演的老舍名剧《龙须沟》。新版《龙须沟》的创新不仅鲜亮地体现在风味浓郁