

北京市哲学社会科学“十五”规划项目  
北京市教育委员会专项资助



北京市哲学社会科学研究基地报告

# 北京出版产业与 文化研究报告

## 2006

北京市哲学社会科学规划办公室  
北京市教育委员会  
北京出版产业与文化研究基地

 同心出版社

北京市哲学社会科学“十五”规划项目  
北京市教育委员会专项资助



北京市哲学社会科学研究基地报告

# 北京出版产业与 文化研究报告

## 2006

北京市哲学社会科学规划办公室  
北京市教育委员会  
北京出版产业与文化研究基地

 同心出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

北京出版产业与文化研究报告/北京市哲学社会科学规划办公室,  
北京市教育委员会, 北京出版产业与文化研究基地编.

—北京: 同心出版社, 2006

(北京市哲学社会科学研究基地报告·2006)

ISBN 7-80716-241-4

I. 北... II. ①北...②北...③北... III. 出版工作—  
研究报告—北京市—2006  
IV. G239.271

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 029710 号

北京市哲学社会科学研究基地报告·2006

## 北京出版产业与文化研究报告

---

出版发行: 同心出版社

出 版 人: 刘霆昭

地 址: 北京市建国门内大街 20 号

邮 编: 100734

电 话: 发行部: (010) 85204603 (外埠)、85204612 (本市)  
总编室: (010) 85204653

E-mail: txcbyszbs@bjd.com.cn

印 刷: 北京雅艺彩印有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2006 年 5 月第 1 版

2006 年 5 月第 1 次印刷

开 本: 787×1092 1/16

总 印 张: 500 印张

总 字 数: 8500 千字

总 定 价: 900 元 (共 30 册)

---

同心版图书, 版权所有, 侵权必究, 未经许可, 不得转载

## 北京市哲学社会科学研究基地报告编委会

主 任：陈之昌 张国华

副 主 任：李建平 叶茂林 刘 娟 赵 清

编 委：(按姓氏笔画排序)

车庆珍 王 鹏 王秀清 叶茂林 邬岩伟

刘 娟 陈之昌 肖 龙 张庆玺 张国华

何肖光 李建平 李增锐 赵 清

执行主编：陈之昌

## 北京出版产业与文化研究报告编委会

编委顾问：阎晓宏 孙向东 郝振省 崔文志 庞 微

王野霏 梁成林 田 耕

主 编：曲德森 乔东亮

执行主编：李 频

编 委：(按姓氏笔画排序)

王关义 王报焕 王会友 李国荣 张志强

张 苏 张志林 张新华 范继忠 殷爱平

喻 萍



2005年是北京市哲学社会科学“十五”规划工作的最后一年，北京市哲学社会科学规划办公室与北京市教育委员会密切合作，坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入学习贯彻落实科学发展观，贯彻落实《中共中央关于繁荣发展哲学社会科学的意见》和《中共北京市委关于进一步繁荣发展首都哲学社会科学的意见》，紧紧围绕中国特色社会主义经济、政治、文化和社会建设，围绕“新北京、新奥运”战略构想，服从服务于构建社会主义和谐社会首善之区的需要，在首批建立的18个社科研究基地，认真开展了重点项目研究与管理，加强了基础建设与学术交流，取得了显著成效。在此基础上积极筹备并建立了第二批北京市哲学社会科学研究基地，它们是：

北京交通大学

北京航空航天大学

北京工商大学

北京印刷学院

首都医科大学

外交学院

中国政法大学

北京市社会科学院

北京市思想政治工作研究会

首都社会经济发展研究所

中共北京市委党校

北京交通发展研究基地

首都高等教育发展研究基地

首都流通业研究基地

北京出版产业与文化研究基地

首都卫生管理与政策研究基地

北京对外交流与外事管理研究基地

法治政府研究基地

北京社区研究基地

北京市基层思想文化建设研究基地

北京决策研究基地

北京人口发展研究中心



其中依托高校的7个研究基地是由市社科规划办和市教委联合建立的，其他4个由市社科规划办建立。这29个研究基地的建立，发挥了科研平台优势、振奋了科研精神、调动了科研积极性、创造了新的科研成果形式，取得了一系列科研成果。2005年9月中旬，按照研究基地建设的有关要求，29个研究基地开始陆续提交研究报告的写作提纲，经过反复协商、修改，2006年年初全部完成了报告初稿。

本研究报告由30本研究报告组成，除29个研究基地各一本外，按照市委宣传部领导的指示，由北京创新研究基地协同北京市邓小平理论和“三个代表”重要思想研究中心特别组织北京市18个区县编辑了《北京区县创新报告》。这些研究报告分别由各研究基地组织编写，最后由市社科规划办和市教委指定专人负责统稿、审定。

本研究报告在出版过程中得到了同心出版社，特别是刘霆昭社长的大力支持，在此表示衷心感谢。

**北京市哲学社会科学研究基地报告编委会**  
**2006年3月**

## 前言

北京是文化之都，出版之都，在明代就成为我国的出版中心；如今，北京拥有全国一流的出版机构、丰厚的出版资源和大量的专业人才，每年举办的全国图书订货会和国际图书博览会吸引着国内外众多出版商的参加，它已经成为我国对外出版交流的中心。北京印刷学院作为新闻出版总署和北京市政府共建院校，在政府机构和出版业界的支持下，致力于出版专业人才培养与出版科学研究，积累了丰富的出版研究资源。

北京印刷学院是国内唯一培养出版高级人才的高等学府，也是北京市属市管院校中唯一建有传播学重点建设学科的高校。自2002年北京市批准传播学重点建设学科以来，依靠北京市教委的得力指导，依托首都出版行业，发展传播应用理论研究，取得了一批在行业内外有一定影响的成果。2005年底，北京市哲学社会科学规划办公室和北京市教委批准建立北京出版产业与文化研究基地，更是对学院的高度信任和大力支持。

在发展定位上，北京出版产业与文化研究基地依据北京市的社会发展需求和传播学学科的发展实际，立足北京，放眼全国，力求建设成为我国出版产业与文化及相关领域内的信息资源中心、学术研究中心；通过科学研究，构建出版文化理论，对出版产业发展进行前瞻性思考和战略规划，特别是对北京地区出版产业的建设发展提供有力的资讯咨询。在建设思路，基地建设传播学学科建设相互支撑，突出出版产业与文化的主攻方向；以印刷媒体和数字媒体应用及效果分析为主体，突出出版理论、出版产业和数字媒体应用等方面的学科前沿，明确定位在传播应用理论与出版产业实务的研究层次；注意理论与实务并重，文化与产业结合，文科与工科交融。为此，基地设出版理论与文化研究、出版产业研究和数字媒介研究三个方向，与建设学科的学科方向基本一致。

基地的首部年度报告就是依照其研究方向设计框架的。在撰写过程中，我们围绕首都出版产业与文化发展现实的、紧迫的和全局性的问题展开调研，力图数量地描述北京出版业的现状并从理论上予以透视和预测。



北京市哲学社会科学研究基地报告

北京出版产业与文化

报告主体内容分七部分：特稿、专题研究报告、数字传播研究、期刊研究、出版产业研究、理论探讨、热点透视，其中大部分成果以定量研究为基础，依靠数据和图表对观点进行阐释。

盼望本基地研究报告得到业界、学界同仁的批评指正。

祝愿北京出版产业与文化研究基地兴旺发达。

编委会

2006年2月



# 目 录

## 第一部分

### 特稿

|                      |      |
|----------------------|------|
| 国际动漫产业发展现状比较研究 ..... | (2)  |
| 一、概述 .....           | (2)  |
| 二、美国动漫产业现状 .....     | (3)  |
| 三、日本动漫产业现状 .....     | (5)  |
| 四、韩国动漫产业现状 .....     | (7)  |
| 五、英国动漫独特发展之路 .....   | (8)  |
| 六、中国动漫产业现状 .....     | (9)  |
| 七、中国动漫产业发展的思考 .....  | (11) |

## 第二部分

### 专题研究报告

|                                   |       |
|-----------------------------------|-------|
| 北京地区图书版权贸易现状与发展特点 .....           | (16)  |
| 一、北京图书版权贸易量化分析 .....              | (17)  |
| 二、北京版权贸易发展新特点 .....               | (35)  |
| 北京音像产业现状分析 .....                  | (42)  |
| 一、音像业、音像产品的含义和我国音像业<br>体系结构 ..... | (42)  |
| 二、中国音像市场发展概述 .....                | (47)  |
| 三、北京音像产业市场现状 .....                | (50)  |
| 四、北京音像产业在全国的行业地位 .....            | (77)  |
| 北京互联网出版现状与发展态势研究 .....            | (84)  |
| 一、北京互联网出版现状 .....                 | (84)  |
| 二、北京发展互联网出版产业环境分析 .....           | (91)  |
| 网络出版研究综述 .....                    | (95)  |
| 一、我国网络出版研究的发展与现状 .....            | (95)  |
| 二、国外网络出版相关研究 .....                | (106) |

### 第三部分

#### 期刊研究

|                               |       |
|-------------------------------|-------|
| 中国期刊业现状分析 .....               | (116) |
| 一、供需关系分析 .....                | (116) |
| 二、中国期刊出版分析 .....              | (124) |
| 三、中国期刊广告分析 .....              | (136) |
| 2004~2005年北京地区新刊研究 .....      | (145) |
| 一、2004~2005年北京地区新创办期刊分析 ..... | (145) |
| 二、2004~2005年改办期刊分析 .....      | (151) |
| 三、2004~2005迁京期刊分析 .....       | (161) |
| 2004年全国期刊出版态势分析 .....         | (179) |
| 一、类群分析 .....                  | (179) |
| 二、发行市场分析 .....                | (181) |
| 三、种数与印数比例结构比较 .....           | (183) |
| 四、广告市场分析 .....                | (183) |
| 我国期刊品种结构分类研究 .....            | (188) |
| 一、我国期刊类别结构现状 .....            | (188) |
| 二、我国期刊类别结构三大特征 .....          | (192) |
| 三、我国期刊类别结构发展趋势 .....          | (196) |

### 第四部分

#### 出版产业研究

|                       |       |
|-----------------------|-------|
| 北京出版业发展优劣势分析及对策 ..... | (204) |
| 一、北京出版业发展的机遇分析 .....  | (204) |
| 二、北京出版业发展的优势分析 .....  | (207) |
| 三、北京出版业发展的劣势分析 .....  | (211) |
| 四、北京出版业发展的对策建议 .....  | (213) |
| 出版物分销渠道研究 .....       | (219) |
| 一、出版物分销市场规模和结构 .....  | (219) |
| 二、出版物进出口状况和变化趋势 ..... | (227) |
| 三、出版物发行企业构成结构 .....   | (235) |

### 第五部分

#### 理论探讨

|                        |       |
|------------------------|-------|
| 构建我国出版业创新体系的几点探索 ..... | (240) |
|------------------------|-------|

|                                       |       |
|---------------------------------------|-------|
| 一、出版业在国家创新体系中的定位 .....                | (240) |
| 二、我国出版业界对创新的认识已达战略高度 .....            | (242) |
| 三、用系统集成的认识观和方法论来看待<br>我国出版业创新 .....   | (243) |
| 四、我国出版业创新体系构建的背景与<br>战略定位 .....       | (244) |
| 五、我国出版业创新体系的框架构成 .....                | (246) |
| 六、创新体系框架下的我国出版业可持续发展<br>模式构想 .....    | (248) |
| 信息网络传播权中的“合理使用”探讨 .....               | (253) |
| 一、著作权的产生和发展 .....                     | (254) |
| 二、对著作权人的权利限制 .....                    | (256) |
| 三、对合理使用的判定 .....                      | (259) |
| 四、草案第六条的可操作性 .....                    | (263) |
| 五、结论 .....                            | (265) |
| 出版与和谐社会之关系研究 .....                    | (267) |
| 一、出版与构建社会主义和谐社会之关系<br>研究动态 .....      | (267) |
| 二、出版业在构建社会主义和谐社会中的<br>理论依据和文化背景 ..... | (270) |
| 三、出版业在构建社会主义和谐社会中的<br>战略地位 .....      | (271) |
| 四、出版业在构建社会主义和谐社会中的作为 .....            | (275) |

## 第六部分

### 热点透视

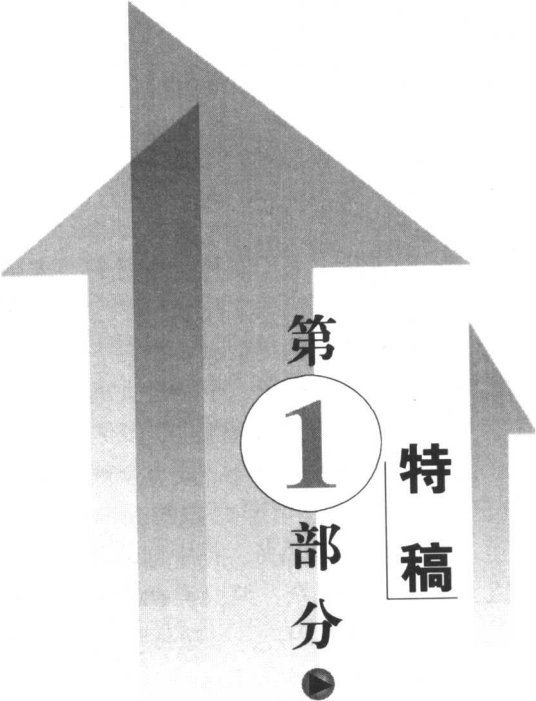
|                        |       |
|------------------------|-------|
| 2005 出版业三大盛会 .....     | (284) |
| 一、2005 北京图书订货会 .....   | (284) |
| 二、2005 全国书市 .....      | (286) |
| 三、2005 北京国际图书博览会 ..... | (288) |
| 四、三大盛会的发展趋势 .....      | (289) |
| 《话说中国》从策划到畅销 .....     | (293) |
| 一、品牌延伸 书刊互动 .....      | (293) |



北京市哲学社会科学研究基地报告

北京出版产业与文

|     |                       |             |       |
|-----|-----------------------|-------------|-------|
|     | 二、大众定位                | 神似形不似 ..... | (294) |
|     | 三、学者主笔                | 专家审定 .....  | (294) |
|     | 四、把握机遇                | 品牌营销 .....  | (295) |
| 附 录 | 中国出版业纪事 (2004 ~ 2005) | .....       | (296) |



特稿

第  
**1**  
部分 ●



## 国际动漫产业发展现状比较研究<sup>①</sup>

乔东亮 罗江林 杨 萍<sup>②</sup>

### 一、概述

随着计算机、网络技术的进步，人们对视觉享受的要求越来越高，文化消费方式同步进入了读图时代，以快乐文化和数字娱乐为基础的动漫产业——正迅猛发展成为一门全球瞩目的集动画、漫画、出版、影视、游戏行业为一体的新兴朝阳产业。有资料显示，全球最大的娱乐产品输出国美国，每年的动画产品和衍生产品的产值都高达 50 多亿美元。日本则通过动画片、卡通书和电子游戏三者的商业组合，成为全球产量最大的动画大国，年营业额超过 90 亿美元。即使是后起之秀的韩国，其动画业产值也仅次于美国和日本，生产量占全球的 30%，是中国动画业产值的 30 倍。

中国这片沃土培植了 12 亿电视观众，编织了 6800 万互联网用户，飞驰着 1000 万宽带用户，流动着 4 亿手机用户。嗷嗷待哺的 3588 个电视频道拼抢着近 1000 万小时的稀粥糊口。仅以全国 3000 多个电视播出机构来推算：只计算约 600 家城市电视台，平均每天播出以 10 分钟计，设定重播率为 500%（即一次新节目 4 次重播），那么：10 分钟 × 365 天 × 600 家电视台 × 1/5 × 60% = 26.28 万分钟/年。而国产动画片每年的现有产量只有 2 万多分钟！国产动画节目播出市场需求缺口每年约 25 万分钟！随着国家政策监管力度的加强，仅各电视台的需求已经成为国内动画投资的巨大动力。按照国内制作能力与较低收费标准测算：制作收入每年约 37.5 亿元，衍生产品收入 112.5 亿元，国际市场播出收入 50 亿元，合计达 200 亿元。丰盛的市场，为中国动画的发展与合作预热了一个硕大的经济蛋糕。

① 本文系北京市属市管高等学校人才强教计划资助项目（同名）的阶段成果，课题编号 PHR（IHLB）。

② 乔东亮：北京印刷学院副院长，教授；罗江林：北京印刷学院讲师；杨萍：北京印刷学院设计艺术学院，讲师。



2004年,随着泛动画运营的不期而至,中国的网络游戏(以下简称网游)异军突起,飞奔疾进。手机动画、移动网游、移动电视等多媒介的风生水起也正在悄然掀涌动画革命的第三次浪潮。多媒介、多类型的泛动画多元共生格局更替电视一元霸权垄断已经成为顺应时代发展的历史必然。目前,中国是全球极富经济活力的地区和较大的文化消费市场之一,中国文化市场的潜在消费能力为5000亿元,占2003年GDP总值的3%左右。中国国内消费需求持续旺盛,WTO准入和奥运会举办为中国带来乐观的经济前景,使得中国在2003年继续稳坐亚太地区国民生产总值的头把交椅。赛迪顾问发布的《2003~2004(秋)年中国网络游戏市场发展及投资机会研究》报告显示:游戏作为动画的衍生,2004年网络游戏市场继续保持高速增长,上半年规模超过15.5亿元,游戏用户数量已达2亿,比去年同期增长87.2%,游戏运营进入强劲的快速成长期。预计到2006年,市场规模将达到93亿元人民币。据胡润统计:现在,中国每天约有150万玩家同时在线进行网络游戏。在移动应用领域,移动娱乐市场也在迅猛发展,2003年底数量已达到21480万户,用户规模跃居世界第一位。其中移动网络游戏的比重占到移动业务的20%至40%,延伸业务如手机动画、手机影视等数字娱乐若按30%开发利用,2004年中国移动数据业务的市场增长将超过300亿。这些数据表明:经历20年艰苦努力,中国正在步入泛动画稳步发展的黄金时期。

动漫产业是资金密集型、科技密集型、知识密集型和劳动密集型的重要文化产业,是21世纪开发潜力较大的新兴产业与朝阳产业。具有消费群体广,市场需求大,产品生命周期长,高成本,高投入,高附加值,高国际化程度等特点。并且,中国巨大的娱乐市场,必将带动很多行业的发展,如网络游戏、移动数字娱乐、出版业、玩具业、电影电视等。因此,不论是从国际娱乐文化消费市场还是我国文化消费发展趋势来看,动漫产业都有着广阔的发展前景。

## 二、美国动漫产业现状

美国自1907年推出第一部动画片以来,美国共生产动画片2286部(1911~1998),动画业大致经历了五个阶段:

(1) 1907~1937年是开创阶段,该时期的动画多为5分钟左右的短片,制作较为粗糙,在该阶段出现了黑白动画向彩色动画、无声动画向有



声动画的过渡。

(2) 1937~1949 年是美国动画片的初步发展时期,在该阶段迪斯尼公司推出了《白雪公主》,片长达 74 分钟,这在美国动画片史上是个史无前例的创举,继而推出了一系列动画长片。

(3) 战后的 1950~1966 年是美国动画片第一次繁荣时期,这个时期,迪斯尼公司几乎每年都推出一部经典动画片,如《仙履奇缘》《爱丽斯梦游仙境》《小姐与流氓》《睡美人》,等等。其他的动画制作公司在迪斯尼公司的排挤之下纷纷关门停业,迪斯尼公司成为动画电影业的霸主。

(4) 1967~1988 年是美国动画的蛰伏时期,这个时期,电视动画逐渐发展起来,出现了一些电视系列片,如《猫和老鼠》等,但是整个 1970 年代只有数部动画片,质量也平平。

(5) 1989 年,迪斯尼公司推出了《小美人鱼》,获得了极大成功,标志着美国动画片又一次进入繁荣时期,一直持续至 2002 年。这个时期的代表作品很多,如创造了票房奇迹的《狮子王》、第一部全电脑制作的动画片《玩具总动员》以及可以乱真的《恐龙》,等等。1990 年代末期,各个大制片公司(如 disney、DreamWorks SKG、Warner Brothers (WB)、Sony Picture Entertainment、Fox Entertainment Group、Paramount Pictures、Lucasfilm、Universal Studio、MGM/UA 等)纷纷涉足动画界,使这一时期的美国动画异彩纷呈。

美国动画片经过长期的发展,形成鲜明的特点。它以剧情片为主,情节曲折,生动有趣,人物性格鲜明,音乐优美动听,引人入胜,特别注重细节的刻画,做到了雅俗共赏,适合绝大多数观众的审美口味。多以大团圆结局,悲剧性的影片很少,努力迎合广大观众的心理需求。人物造型设计规范,与生活中的原型差别不大,大多不大变形,形象优美;动物形象大都作大幅度的夸张:大头、大眼、大手、大脚,成为被世界各国广泛借鉴的卡通模式。目前,随着动画制作与电脑科技的结合,利用 3D 影像软件增加了华丽炫目的画面效果。此外,电脑动画制作还应用于真人的电影拍摄当中,成为电影工业中重要的一环,在整个电影市场上始终占有一席之地。

美国除了在动画艺术上取得了辉煌的成就,它也是最初把动画片推向市场,并且形成产业规模的国家。其中迪斯尼公司最具代表性。上世纪中叶,沃尔特·迪斯尼创造出了米老鼠这一活泼有趣的卡通形象,并大获成功。在这一基础上,1955 年,迪斯尼以自己漫画中的人物、故事为中心,





建立了属于自己的卡通王国——洛杉矶迪斯尼乐园。它的建成，实现了迪斯尼将欢乐变为产业的梦想，同时提供给全世界一种全新的经营理念，即以影片为基点（到2004年迪斯尼公司已经制作了它的第44部动画片《牧场是我家》），销售电影相关产品，两方面相结合，形成一条完整的动漫产业链。迄今，迪斯尼公司不仅在美国本土建立了主题乐园，而且在海外也不断扩张，如在香港的迪斯尼乐园已是其全球的第11个主题乐园了。据相关媒体报道，迪斯尼公司2004年第三季度来自四个主要领域（即媒体、电影、主题公园以及消费产品）的总收益为74.7亿美元，比2003同期增加20%。

与动画业的持续稳步发展相比，美国漫画业的发展较显弱势。美国漫画业在1993年达到其鼎盛状态，收入达8.5亿美元。自此以后的7年时间，漫画业一直处于衰退阶段，市场急剧萎缩，投资商从该产业撤离投资。1996年，美国漫画业的出版巨头Marvel公司申请了破产保护。1998年，漫画业的收入急剧下滑到3.7亿美元。2000年以后，随着市场上卡通漫画读者群的增加，以及漫画出版商与好莱坞的联姻和网络的作用，这种状况有所改善。漫画书已经成为美国的热销书种，2004年美国所有出版商将出版的漫画书总数估计将在1000种左右，比2003年增加500~600种。

### 三、日本动漫产业现状

近10年来，动漫产业已经成为了日本经济的支柱产业之一。动漫产业在日本已经形成了完整的产业链，并产生了许多商机。根据日本贸易振兴会前期公布的数据显示，2003年，销往美国的日本动漫片以及相关产品的总收入为43.59亿美元，是日本出口到美国的钢铁总收入的四倍。广义的动漫产业实际上已成为超过汽车工业的赚钱产业。电视和网络传媒的普及和发展，传播手段的不断完善，为日本动漫市场的发展和壮大奠定了良好的基础。快速扩张和高附加值使卡通产业成为推进资产增值的“资本孵化器”。

日本的动漫市场一般分3个层次：一是播出市场；二是卡通图书和音像制品市场；三是衍生产品，包括服装、玩具、饮料、生活用品等。其中，最后一个层次比前两个层次的周期更长，市场更广。

长期以来，日本动漫产业带来了三方面的巨大商机。一是动漫影片的播出市场商机。据日本有关方面公布的调查数据显示，2004年，日本国内