

走进中国文化企业30强

2012

ZOUJIN ZHONGGUO WENHUA QIYE 30QIANG

光明日报社 经济日报社 编

江西人民出版社 全国百佳出版社

走进中国文化企业30强

2012

光明日报社 经济日报社 编

江西人民出版社 全国百佳出版社

图书在版编目(CIP)数据

走进中国文化企业 30 强. 2012 / 光明日报社, 经济日报社编.

—南昌: 江西人民出版社, 2013.5

ISBN 978-7-210-05914-1

I. ①走… II. ①光… ②经… III. ①文化产业—企业发展—
研究—中国—2012 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 074180 号

走进中国文化企业 30 强. 2012

光明日报社 经济日报社 编

责任编辑: 魏如祥

出 版: 江西人民出版社

发 行: 各地新华书店

地 址: 江西省南昌市三经路 47 号附 1 号

编辑部电话: 0791-86898980

发行部电话: 0791-86898801

邮 编: 330006

网 址: www.jxp-ph.com

E-mail: jxp-ph@tom.com web@jxp-ph.com

2013 年 5 月第 1 版 2013 年 5 月第 1 次印刷

开 本: 787 × 1092 毫米 1/16

印 张: 29.5

字 数: 420 千

ISBN 978-7-210-05914-1

赣版权登字—01—2013—92

版权所有 侵权必究

定 价: 96.00 元

承 印 厂: 江西华奥印务有限责任公司

赣人版图书凡属印刷、装订错误, 请随时向承印厂调换

目 录

前言：铿锵前行的时代脚步

1

1

文化艺术类

保利文化集团股份有限公司	12
杭州宋城旅游发展股份有限公司	28
北京演艺集团有限责任公司	41
本山传媒有限公司	56
中国对外文化集团公司	71
江苏省演艺集团有限公司	85

2

广播影视类

上海东方传媒集团有限公司	102
江苏广播电视集团有限公司	119
中国国际电视总公司	134
中国电影集团公司	151
江苏省广电有线信息网络股份有限公司	165
湖南电广传媒股份有限公司	180
广东省广播电视网络股份有限公司	196

3

新闻出版类

江苏凤凰出版传媒集团有限公司	208
江西省出版集团公司	224
浙江出版联合集团有限公司	241
中国教育出版传媒集团有限公司	256
安徽出版集团有限责任公司	271
中南出版传媒集团股份有限公司	288
山东出版集团有限公司	304
安徽新华发行(集团)控股有限公司	317
中国出版集团公司	332
四川新华发行集团有限公司	346

4

新业态类

西安曲江文化产业投资(集团)有限公司	362
上海盛大网络发展有限公司	377
完美世界(北京)网络技术有限公司	391
深圳华侨城股份有限公司	399
上海东方明珠(集团)股份有限公司	414
上海征途信息技术有限公司	429
深圳华强文化科技集团股份有限公司	440

附录:历届中国文化企业30强	455
----------------	-----

后 记	463
-----	-----

前言：铿锵前行的时代脚步

——关于中国“文化企业30强”的调查与思考

综观2008年以来,光明日报社、经济日报社在文博会期间联合发布的四届中国“文化企业30强”企业,无论是规模,还是主营收入、税前利润与净资产,均呈大幅增长趋势,企业总体实力不断增强,产业结构不断优化,对区域经济和社会发展的贡献不断提高,集中反映了我国文化体制改革与发展的重大成就。作为多年来文化改革发展实践经验的集中展示,四届中国“文化企业30强”为培育骨干文化企业、打造具有自主知识产权与核心竞争力的大型文化企业提供了范本,为深入推进经营性文化单位改革、做大做强骨干文化企业、促进文化与科技深度融合提供了借鉴。

日前,第四届中国“文化企业30强”名单正式揭晓。本届“30强”企业涵盖文化艺术、广播影视、新闻出版和新兴业态四大类别,其中,文化艺术类6家、广播影视类7家、新闻出版类10家、新兴业态类7家。

自2008年开始,光明日报社和经济日报社连续

四届发布中国“文化企业30强”,累计已有56家文化企业入选。中国“文化企业30强”不但集中展示了我国文化改革发展的主要成果,而且通过梳理标杆文化企业的成长轨迹,深刻反映了我国文化产业发展的基本现状和发展趋势,在推动文化产业成为国民经济支柱性产业过程中发挥着日益重要的作用。

四届“30强”企业的主要特点

骨干企业是文化产业发展的主要载体,也是引领行业整体跨越式发展的重要引擎。入选四届中国“文化企业30强”的56家企业,无论是经济总量和规模,还是主营收入、税前利润和净资产,各项指标大幅增长,企业总体实力不断增强,产业结构不断优化,对区域经济和社会发展的贡献不断提高,集中反映了我国文化体制改革与文化产业发展的重大成就。

1.从所有制结构来看,转制国有文化企业优势更加凸显,民营文化企业发展日趋稳健

综合来看,连续四届入选“30强”的文化企业半数以上为国有企业改制组建,近1/3已成功上市。而在本次推荐认定的30家企业中,2003年以来转企改制的企业共19家,占总数的63.3%,国有或国有控股24家,占总数的80%。充分证明文化体制改革对培育市场主体、解放和发展文化生产力的巨大作用,从根本上为文化企业发展注入了强劲动力,也证明国有文化企业在文化产业格局中占有主导地位。

本次推荐认定的30家企业中,民营企业有6家,占“30强”比重达1/5。四年来,民营文化企业保持了较为稳健的发展态势,非公有制资本进入文化领域持续活跃,参与文化建设的积极性持续高涨,对推动文化产业逐步成为国民经济支柱性产业发挥了重要作用。但是也应看到,民营文化企业自身的经济实力和总体规模仍相对较弱,核心竞争能力缺乏,对行业的引领、拉动作用尚不明显。

2.从经济总量和规模来看,各项指标均呈大幅增长趋势,企业总体实力不断增强,

发展势头持续强劲

第四届推荐认定的30家企业主营收入总和、税前利润和净资产分别为1595亿元、225亿元和1693亿元。与上一届相比,三项指标分别增长29.3%、64.2%和44.1%,今年新增加的指标“纳税总额”达154亿元。而且,第四届“30强”企业户均主营收入从第一届的18.2亿元增加到53.16亿元,增长近3倍;户均税前利润从第一届的1.7亿元增加到7.5亿元,增长约4.5倍;户均净资产从第一届的16.2亿元增加到56.43亿元,增长约3.5倍。另外,上届“30强”中有23家企业在本次入选,占总数的76.7%,且三项指标分别比上年增长15.9%、53.5%和21.5%。从四届“30强”企业各项经济指标的变化来看,文化企业的总体实力正在不断增强,发展势头强劲,充分反映了我国文化产业已经进入发展快车道。

与此同时,中国“文化企业30强”的实际入围门槛也在逐年提升。今年入围标准:广播影视类与新闻出版类,主营收入和净资产双过十亿、税前利润过亿;文化艺术类主营收入或净资产过亿、税前利润过千万;新兴业态类主营收入或净资产过十亿、税前利润过亿。而以前三届“30强”企业的主营收入实际入选门槛为例:广播影视类,前两届均为6亿元左右,第三届为18.8亿元;新闻出版类第一届为17.6亿元、第二届为19亿元、第三届为40亿元;文化艺术类,第一届为1087万元、第二届为3095万元、第三届为1.2亿元;新兴业态类第三届为3.5亿元。这充分说明,随着我国文化体制改革的推进和文化产业的发展,文化企业的规模、总体实力和发展水平明显提高,“30强”入围标准亦“水涨船高”。

3.从产业结构来看,广播影视、新闻出版继续挑大梁,新兴业态比重加大,产业关联度不断提升

按照标准,今年“文化企业30强”入围企业共有67家,其中文化艺术类9家,广播影视类14家,新闻出版类28家,新兴业态类16家。在最终认定的“30强”企业中,文化艺术类6家,广播影视类7家,新闻出版类10家,新兴业态类7家。广播影视、新闻出版类占据

多数,各项经济指标均名列前茅,继续“挑大梁”。

值得注意的是,在今年的入围企业中,新兴业态类企业增加了14家,增幅居四个类别之首,在进入推荐认定企业名单的7家新增企业中,4家为新兴业态类,其中3家为首次申报,反映了新兴业态类企业成长迅速。而且,入选企业经济效益增速可观,说明以文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏、网络文化、文化与旅游结合的主题公园等为主体的新兴文化产业发展潜力正在逐步释放,文化与科技融合、文化与旅游结合的产业关联效应已经开始显现并逐步扩大。

4.从综合效益来看,社会效益第一原则得到坚定贯彻,文化积累和品牌塑造意识普遍深入

自2008年首届中国“文化企业30强”推荐评定开始,推荐活动始终坚持社会效益至上,要求企业切实担负起社会责任,重视提升文化产品质量,努力创作生产无愧于时代、无愧于人民的文化精品,在指标设置上参考了获得全国性奖项的数量。这些奖项范围涵盖中宣部、文化部、国家广电总局、新闻出版总署、国家民委、中国文联、中国作协、中国记协、中国版协等单位评定的各类国家级奖项24种,以此积极引导文化企业以社会效益为己任,创作思想性、艺术性和观赏性俱全的精品力作。

在四届入选“30强”的文化企业中,曾获得过精神文明建设“五个一工程”奖等国家级奖项的超过2/3,近两年入选的新兴业态类动漫游戏企业均获得过国家奖励。这些均说明,“30强”企业已日益明确自身的文化属性和应担当的文化责任,将社会效益优先原则内化为企业创新动力和长远发展战略,主动承担起既推动经济发展又服务于大众的积极功能。

“30强”彰显文化改革发展巨大成就

连续四届推荐评定的中国“文化企业30强”,是我国文化体制改革和文化产业发展成就的集中展示,充分反映了深化文化体制改革的重要性和必要性。“30强”企业不

断发展壮大的能量来自于文化体制改革对文化生产力的释放，来自于在文化发展中锐意创新。

1. 转制以强势：文化体制改革是文化企业发展的根本动力

改革是发展的根本动力。转制之前，国有文化企业长期游离于市场经济之外，大量文化资源闲置和浪费。2005年12月，中共中央、国务院下发了《关于深化文化体制改革的若干意见》，文化体制改革全面推开。大量经营性国有文化单位转企改制，成为市场主体，努力形成符合现代企业制度要求、体现文化企业特点的资产组织形式和经营管理模式，让国有文化资产在市场中发挥作用，在经济运作体系中实现保值增值，也使自身不断发展壮大。

中国“文化企业30强”几年来的发展变化深刻反映了文化体制改革背景下我国以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局。在文化体制改革过程中，民营文化企业保持着强劲的增长势头，凭借敏锐的市场嗅觉和灵活的企业机制，成为文化创新的重要力量。而且，民营文化企业在国家许可范围内通过参股或业务合作的方式与国有文化企业共谋发展，用新的机制和新的理念合力推进产业发展。

形成富有效率的文化生产和服务的微观运行机制，增强文化企业发展活力，提高市场竞争力，是文化体制改革的主要任务。没有改革就没有文化生产力的释放，没有改革就不能带来企业数量和质量的增長，没有改革就无法形成产业发展的规模效应，四届中国“文化企业30强”树立的企业标杆，充分证明了文化体制改革对培育市场主体、解放和发展文化生产力的巨大作用。

2. 图强且谋变：优化产业结构是文化企业发展的长效机制

优化升级产业结构是文化产业发展的主要目标，在文化大发展大繁荣的要求下，改变产业生产格局雷同、文化资源产业转化率不高、文化产业与相关产业融合度不够、产业创新能力不强的现状是文化企业发展的重要任务。文化企业作为市场资源配置的主体，是带动产业格局整体升级的必由之路。

不断创新是发展的长效机制。综观四届中国“文化企业30强”的业态格局变化与利润增长点,能够发现,做大、做强传统核心业务,同时开发新兴业态是“30强”企业保持持续增长的重要原因。文化艺术类、广播电视类、新闻出版类等传统业态的文化企业,以主营业务为核心,向内容创意、市场渠道、产业融合进行上下游积极拓展,构建“全产业链”一体化运营格局。通过院线布点、销售渠道和物流网络等建设,传统文化企业向商业零售业和旅游业积极拓展,加重企业运行“底盘”,增强了市场议价能力。“30强”企业在夯实传统优势基础上,不断升级和优化产业结构,加强产业内部的纵向资源整合和三产间的横向资源融通,与十六大以来提出的文化改革发展的指导思想相一致,是中国文化产业按照经济规律运行的必然结果。

加强文化与科技融合是十六大以来推动文化发展繁荣的重要理念之一,十七届六中全会更把这一理念提升到战略高度,文化与科技融合带来的不仅仅是新兴业态和产业格局优化,更重要的是整个中华民族的文化自主创新能力的提高。“30强”企业是推动文化与科技融合的先行者和获益者,四届“30强”均以文化产业项目为依托,统筹科技资源,加强关键技术、装备、系统的研发,提升影视、出版、演艺、娱乐等领域核心关键技术和装备自给率。抓内容搞创意、推动科技成果向文化成果转化,让文化内容生产与科技平台融合共生,已成为“30强”企业发展壮大的主要渠道。

没有创新,文化企业就会止步不前;没有创新,就无法实现文化的全面繁荣;没有创新,就没有文化发展的永续动力。四届中国“文化企业30强”企业正是在不断转型中锐意进取,凝练核心竞争力,掌握市场发展的主动权,成为中国文化企业的先锋和主力。

3. 主流与多元:满足市场需求是文化企业发展的源头活水

在国内外思想文化交流、交融、交锋的背景之下,做好主流与多元的平衡,满足人民需求、引导文化消费是“30强”企业必须要通过的考验。

需求是发展的源点,不断发现新需求并满足需求是“30强”企业在市场竞争中立

于不败之地的法宝。细数四届“30强”企业名单,会发现上榜企业后面或有一场叫好叫座的演出,或有一个具有全球价值的品牌,或有一款市场大卖的游戏。他们制作的影视大作丰富了百姓生活,让中国人重新回到电影院支持民族电影产业的发展;提供的网络服务便捷了人民生活,让中国人享受着与世界同步的数字娱乐;生产的数字产品丰富了文化生活,让中国人开始有了选择的权利。“30强”企业以社会主义核心价值体系为统领,用“民享、民乐”的文化产品和服务,在满足市场需求的同时把握着正确的社会导向。

加大文化走出去力度,是我国文化发展的重要战略。代表中国文化产业水平的发展企业必然是可以统筹国内外两种资源、立足国内外两种市场,在国内外都响当当的文化品牌。在四届“30强”企业中,具有国际竞争力的文化企业逐步增多,不论传统文化业态还是新兴业态都开始将主营业务向海外扩展,同时通过资本市场参与产业链的国际高端竞争,业务范围覆盖数十个国家,凝聚了数以亿计的海外消费群体,成为传播中国优秀文化的主平台,为我国文化产品和服务走出去作出了贡献。以“30强”为代表的中国文化企业参与国际市场竞争,充分显示了改革开放以来我国在文化领域的重大成就,是在世界文化多元化发展形势下,中国积极作出的战略应对。

丰富文化产品形态,完善文化服务是满足国内文化需求的重要手段,用“世界眼光、中国立场”传播优秀文化是“30强”企业的民族和历史担当。四届中国“文化企业30强”之所以能取得如此显著的发展成就,正是由于找准了主流方向,坚持对中国优秀文化的阐释,将社会责任与经济发展协调统一,用丰富的产品和服务赢得了市场也赢得了人心。

“30强”昭示文化企业未来发展之路

作为我国多年来文化改革发展实践和经验的集中展示,四届中国“文化企业30强”为培育骨干文化企业,打造具有自主知识产权和核心竞争力的大型文化企业提供

了典范和模本,进而对深入推进经营性文化单位改革、做大做强国有文化企业、促进文化与科技深度融合提供了有益启示。

1.坚定不移地推进经营性文化单位转企改制,以建立现代企业制度为重点,培育合格市场主体,进一步巩固和深化文化体制改革成果

自党的十六大以来,随着文化体制改革试点和全面推进,经营性文化单位转企改制作作为文化体制改革的中心环节,是衡量改革是否取得实质性进展的重要标志。特别是党的十七届六中全会通过的《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》,进一步明确指出,以建立现代企业制度为重点,加快推进经营性文化单位改革,培育合格市场主体。可以说,当前和未来一段时期将是文化体制改革的重要战略期,也是全面完成经营性文化单位转企改制的攻坚阶段。要想进一步解放和发展文化生产力,培育有实力、有竞争力的合格的文化市场主体,必须坚定不移、坚持不懈地抓住这一中心环节,推进经营性文化单位体制机制改革创新,发挥市场在文化资源配置中的积极作用,建立现代企业制度;推动产品和服务创新,满足消费者多样化需求;强化市场营销,探索国际化发展;加强资源整合,逐步实现集团化经营,培育龙头企业。

为此,应当继续落实各项扶持政策,在资产和土地使用、配置、收入分配、社会保障、人员分流安置、财政税收等方面给予有力保障;加大财政、税收、金融等方面对文化产业的政策扶持力度,鼓励和引导文化企业面向资本市场融资,促进金融资本、社会资本和文化资源有机对接;落实鼓励文化产业研发和高新技术发展的税收优惠政策,推进文化和科技相互融合,培育新的文化业态;实施鼓励文化产品和服务的出口退税和营业税政策,引导文化企业开拓国际文化市场。

2.加大力度支持和壮大国有或国有控股文化企业,鼓励和引导各种非公有制文化企业健康发展,努力形成公有制为主体、多种所有制共同发展的产业格局

从四届中国“文化企业30强”的推荐认定,可以看到,国有或国有控股文化企业已

经成为我国文化产业的生力军和主力军，成为推动文化产业成为国民经济支柱性产业的战略核心力量。通过转企改制而来的国有或国有控股企业集团，以其原创能力、整合资源的能力和抓住消费者的强大的市场适应能力，逐渐发展成为拥有自主知识产权和核心竞争力的骨干文化企业，有力促进了文化产业的发展。与此同时，持续活跃在中国“文化企业30强”名单中的民营文化企业，显示出伴随非公资本进入文化产业的门槛逐步降低，民营文化企业正在迅速崛起，成为我国文化产业发展中的一支重要力量，从根本上改变了我国文化领域单一国有体制的既定格局。

正如党的十七届六中全会指出的那样，加快发展文化产业，必须毫不动摇地支持和壮大国有或国有控股文化企业，毫不动摇地鼓励和引导各种非公有制文化企业健康发展。要培育一批核心竞争力强的国有或国有控股大型文化企业或企业集团，在发展产业和繁荣市场方面发挥主导作用。在国家许可范围内，引导社会资本以多种形式投资文化产业，参与国有经营性文化单位转企改制，参与重大文化产业项目实施和文化产业园区建设。如果说文化产业发展的活力来自中小文化企业的话，那么文化产业发展的规模、方向以及整体实力则取决于骨干文化企业。因此，增强文化产业的竞争力，重在培育骨干文化企业，打造文化产业航母。而衡量国有文化企业在我国文化产业发展进程中是否发挥主导作用，关键是要看它能否对全社会的文化资源开发和文化产业发展发挥控制力、引导力。实现这一目标的主要途径，就是国有经营性文化单位要在转企改制的基础上，进行股份制改造，建立现代产权制度，并把改革和改组结合起来，盘活国有文化资产，以资本为纽带，推动跨地区跨行业跨领域兼并重组，实现低成本扩张，打造一批有实力、有竞争力和影响力的国有或国有控股的文化企业和企业集团，使之成为文化市场的主导力量和文化产业的战略投资者。

3.牢牢把握文化与科技深度融合的战略机遇，加快推动文化企业转型升级与持续创新，有效促进文化产业结构优化

从四届中国“文化企业30强”名单中，可以明显发现，文化与科技融合已经成为我

国近年来文化产业发展的一个突出特色和未来发展的新趋势。科技发展和科技创新,能够极大地提升文化和文化产业的创新力、影响力、表现力、传播力和吸引力。同时,随着文化科技的新载体快速发展演变,运用高新技术创新文化生产方式,培育新的文化业态已成为客观要求,包括创意设计、网络文化、新兴电视媒体、数字广播、数字电视、数字电影、网络游戏、动漫、流动多媒体以及手机媒体等。这些文化新业态不仅为文化产业自身的发展带来了新机遇,也为我国扩大内需创造了新的消费增长点,更为我国转变经济发展方式、实现产业转型升级提供了重要支撑。

因此,必须牢牢把握住文化与科技融合这一历史性的战略机遇,通过培育一批特色鲜明、创新能力强的文化科技企业,有针对性地突破文化产业链条各个环节的关键技术和集成应用技术,运用高新技术作为推动文化建设、提高文化创新能力和传播能力的新引擎,掌握技术传播和产业升级的主动权和引导权,改造传统文化产业、培育新兴文化业态,强化文化产业发展的科技带动作用,让科技发展成为文化发展的重要引擎,不断推动文化企业的转型升级与持续创新,进而有效促进文化产业结构的优化升级,促进文化产业又好又快发展。

光明日报、中国传媒大学联合调查组

课题组组长:范周 李志伟

课题组成员:蒋多 刘江红 齐骥 卜希霆

(原文载《光明日报》2012年5月21日)

文化艺术类

保利文化集团股份有限公司

杭州宋城旅游发展股份有限公司

北京演艺集团有限责任公司

本山传媒有限公司

中国对外文化集团公司

江苏演艺集团有限公司

保利文化集团股份有限公司

筑“渠道” 强“内容” 打造国有骨干文化企业

保利文化集团股份有限公司,隶属于中国保利集团公司。其前身是成立于2000年2月的保利文化艺术有限公司,2010年12月完成股份制改造。

经过13年的发展,保利文化已形成演出与剧院管理、艺术品经营与拍卖、影业投资与电影院线管理三项主业并举的产业格局,拥有50多家全资及控股企业。

13年来,保利文化以“渠道优先、内容强势”为战略导向,开启了跨越式发展的新篇章。保利文化旗下的北京保利剧院管理有限公司,在全国范围内开展剧院管理业务。截至2013年3月底,保利剧院管理公司经营管理各地剧院达29家,管理资产总额超过170亿元,形成了国内规模最大的剧院院线。北京保利国际拍卖有限公司是中国最大的艺术品拍卖企业之一,自2008年秋以来,已连续9届荣登国内单季大型拍卖会成交额榜首。保利影业投资有限公司目前已拥有保利万和电影院线及遍布北京、广州、深圳等城市的数十家终端影城,截至2013年3月底,保利万和院线拥有加盟影城68家,拥有银幕320余块、座位5万余个。