

中国 文化产业 地图

中国台湾 中国澳门 中国香港 黔中 滇中 成渝 海西 广西北部湾 珠三角 长株潭 武汉 中原 江苏沿海 皖江 长三角 山东半岛 关中-天水 长吉图 沈阳 京津冀

李季 主编

中国 文化产业 地图

李 季 主编

中国建筑工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国文化产业地图 / 李季主编. — 北京 : 中国建筑工业出版社, 2014.7
ISBN 978-7-112-16760-9

I. ①中… II. ①李… III. ①文化产业—研究—中国
IV. ①G124

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第074286号

责任编辑: 张幼平

书籍设计: 肖晋兴

责任校对: 陈晶晶 关 健

中国文化产业地图

李 季 主编

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京市晋兴抒和文化传媒有限公司制版

北京云浩印刷有限责任公司印刷

*

开本: 787×960毫米 1/16 印张: 20 $\frac{3}{4}$ 字数: 345千字

2014年6月第一版 2014年6月第一次印刷

定价: 58.00元

ISBN 978-7-112-16760-9

(25529)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)



前言

一直想写一本介绍中国文化产业发展和分布特点的书，但不知道如何下手，看了国务院关于《全国主体功能区规划》，觉得以经济区来划分文化带，既符合中国文化产业分布的实际国情，也契合国家的发展战略，便决定以文化带为切入点来阐述我国文化产业的发展现状和分布特点，于是有了这部《中国文化产业地图》。这部书主要介绍了中国文化产业战略布局和总体格局（包括我国文化产业发展的战略布局原则、文化产业发展的战略重点、文化产业发展的战略选择），中国文化产业的地域分布（文化带）及其发展状况，中国文化产业的城市发展格局（包括国家文化产业发展整体现状、中国文化产业发展的特点、中国文化产业存在的问题以及中国文化产业发展趋势），中国文化产业知名企业、知名产业园和知名产业基地等内容。

近年来，中国经济发展环境发生了很大的变化，世界金融危机的影响还在继续，中国在大力调整产业结构。中共中央作出了《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》以后，中国文化产业大发展的大幕开启，在继房地产、汽车拉动经济高速增长10年之后，文化产业将成为新的经济引擎。党的十七届六中全会更是定下了“文化强国”的基调，进行了文化产业发展的顶层设计，进一步明确把文化产业培育成为国民经济的支柱性产业，使中国经济保持稳步增长。

但是，如何才能更快更好地发展本地文化产业，这是各地地方政府需要思考的问题。在哪里投资，投资什么具体门类、项目才能最大限度规避风险和获取利益，这是投资企业需要思考的问题。而文化企业如何改制升级，朝什么方向发展才是光明大道，这是各地文化企业需要思考的问题。而所有的这一切，要得到正确的结论，就需要对国家政策导向有正确的把握，需要对文化产业的发展现状、特点和趋势有清晰的认识。

中国文化产业除了具有一般产业所具有的消费性、市场主导性、规模化等共性外，还具有文化资源丰富、市场空间巨大、导向明确、社会性特色鲜明、民族文化产业为主、政府政策积极推进、历史阶段优势突出等特点。

在地域分布上，文化产业的带状分布特征十分明显。从全国的角度看，环渤海、长三角、珠三角是我国文化产业的主要聚集区；从各个地域上看，则是大大小小的文化带，而文化带的产生又是经济发展不平衡的结果。实际上，行政区域的划分是为了便于行政管理，真正在起作用的是经济区域的联系和发展。譬如，一条道路不会因为进入另一行政区域而中断，而物流会一直沿着这条道路延伸，经济会因为这条道路而拓展。为此，我们在介绍“中国文化产业的地域分布及其发展状况”时，不是依据行政区域，而是依据经济区域。我们认为，文化带与经济区域是基本重合的，与行政区域关联不大。

所谓文化带，就是我国文化产业发展状况呈明显的带状结构。国务院发布的《全国主体功能区规划》，列出了全国26个经济区，我们以此为依据，介绍了17个文化带。之所以没有全部介绍，是因为有的地区文化产业的比重太低，有的是资料太过于缺乏。在将来本书再版的时候，我们再全部补齐。

我们在介绍每一个文化带时，列出了各个地区的经济发展概况、文化产业发展概况和文化产业的布局及其特色。限于篇幅，在介绍各个地区的经济发展概况和文化产业发展概况时，没有进行细致的分析，而是罗列了与经济和文化关联较大的一些数据。为了避免读者在看一大堆数据时头痛，我们在书中插入了大量与内容紧密相关的图片，以使本书文图并茂，增强可读性。同时，为了让大家对文化带的大致方位有一个直接的感觉，每个文化带至少配了一张地图，并把该文化带的主要文化产业门类在图上进行标注。这是本书的特色之一。

我国文化产业在经过“十一五”期间的大发展后，未来中国文化产业发展将进入大整合大发展期。目前我国文化企业虽然数量众多，并呈持续增长之势，但经营质量比较差，除了互联网、文化科技等文化公司做得比较好之外，其他类型的文化企业多是小公司。未来，在文化产业中的9个行业大类、24个行业中类、80个行业小类中都将有自己的代表性企业。尤其是在9个行业大类中，推出具有中

中国特色、中国风格、能影响世界同行业发展的文化产业群，以现代“文化生产—市场动作—大众消费”的企业运作模式，改造以往的“生产—传播—接受”的营运习惯，强化品牌意识，做出大而强的文化企业集团。可以说，从2011年到2020年这10年，将是中国文化产业发展的黄金十年。这一阶段，文化产业增长速度将越来越快，创业企业的数量将越来越多，经营质量将越来越好。此后，中国就会出现众多强大的文化公司。

在这一过程中，文化产业区域化竞争将全面展开，地区间的均衡将进一步突出。中国文化产业“走出去”不再是一种口号，而将是一种战略选择，变成行动。与此同时，国际资本将多渠道、多形式进入中国文化产业的核心区域，以金融资本为主力的多种资本形态参与中国文化产业竞争，介入中国文化产业变革，特别是广电体制和传媒业的变革，并将成为影响中国传媒业未来走向的重要力量。借助和抵制力量此消彼涨，中国文化产业跨越式发展的巨大资本缺口使上一轮以政府为第一推动力的媒体资源整合、打造中国文化产业的“航空母舰”的发展模式将遭遇巨大挑战。通过媒体相关企业改制上市或借壳上市，或通过其他形式绕过政策壁垒去资本市场筹集资金，将为国际资本投资欲望的实现提供市场需求的巨大可能。

社会资本与国际资本同台竞争中国文化产业资本市场的巨量缺

口，将引发文化金融资本市场的空前竞争。在这一背景下，中国东西部文化产业发展的非均衡态势存在着被进一步拉大的可能性，南北之间文化产业发展的矛盾将进一步突出。围绕着市场的争夺与反争夺、进入与反进入、合作与反合作、整合与反整合，区域文化产业竞争将在文化产业的各个领域全面展开。地方保护主义在地方战略利益的驱动下，将会以一种新的存在方式来演示其合理性。但是，趋势是事物发展的不可阻挡的潮流，是事物发展的内在规律。中国文化产业的合理化趋势，是中国文化产业未来发展的整体性战略需求，面对这种战略需求，全面实现文化产业的合理化，必须有完整的政策创新系统与之相应。因此，制定积极的文化产业政策，构建与WTO原则相适应且符合中国文化国情和文化发展需要的文化管理与文化产业政策系统，将成为今后我国文化产业发展的一项中心工作。

需要指出的是，各地政府要顺应历史的潮流，不要做中国文化产业崛起的绊脚石，而要将本地区落后的“传统文化产业”迅速过渡到“现代文化产业”，进而实现“数字化文化产业”模式的构建。今后，文化产业的数字化进程将成为文化产业综合竞争力提升的动力，数字电视、数码电影、宽带接入和视频点播、电子出版和数字娱乐等新的文化产业群将形成主流，新媒体将为文化产业带来商业新契机，旅游、教育、广告等行业将依托新媒体开拓新的营销方式。借助新媒体技术，文化产业继续保持“跨界合作”势头。

所有的竞争，最后会归结为人才的竞争。不论是政府还是企业，培养高素质复合型文化产业人才是保证我们在这场竞争战中赢得最后胜利的利器。在挖掘人才的同时，一定要注重大力培养人才。

21世纪是文化的世纪，世界强国必须是文化强国。文化是一个国家的身份证，将成为衡量一个国家综合国力的重要内容。文化产业作为一种实现文化价值的渠道，选择何种发展模式将是一个值得深入研究的课题。希望我国文化企业把握我国文化产业发展的总趋势，助推中国早日实现“中国梦”。

李季

2014年2月于深圳

目 录

前言

第一章 中国文化产业的战略布局和总体格局

第一节 中国文化产业发展战略布局	3
第二节 中国文化产业战略发展举措	11
第三节 中国文化产业总体格局	14

第二章 文化产业的地域分布及其发展状况

第一节 京津冀文化带文化产业的发展及其分布	53
第二节 沈阳文化带文化产业的发展及其分布	62
第三节 长吉图文化带文化产业的发展及其分布	74
第四节 关中—天水文化带文化产业的发展及其分布	80
第五节 山东半岛文化带文化产业的发展及其分布	88
第六节 长三角文化带文化产业的发展及其分布	97
第七节 皖江文化带文化产业的发展及其分布	112
第八节 江苏沿海文化带文化产业的发展及其分布	122
第九节 中原文化带文化产业的发展及其分布	129
第十节 武汉文化带文化产业的发展及其分布	147
第十一节 长株潭文化带文化产业的发展及其分布	157
第十二节 珠三角文化带文化产业的发展及其分布	168
第十三节 广西北部湾文化带文化产业的发展及其分布	185

第十四节 海西文化带文化产业的发展及其分布	190
第十五节 成渝文化带文化产业的发展及其分布	200
第十六节 滇中文化带文化产业的发展及其分布	213
第十七节 黔中文化带文化产业的发展及其分布	223

第三章 港澳台地区文化产业发展概况

第一节 中国香港文化产业的发展	235
第二节 中国澳门文化产业的发展	243
第三节 中国台湾地区文化产业的发展	247

第四章 中国文化产业的城市布局

第一节 中国文化产业集中分布在东部沿海城市	257
第二节 中国文化产业重点城市布局	258

第五章 中国文化产业知名企业、产业园和产业基地

第一节 中国文化产业知名企业	281
第二节 中国知名文化产业园	291
第三节 中国知名文化产业基地	310
参考文献	321

第一章

中国文化产业 战略布局和总体格局

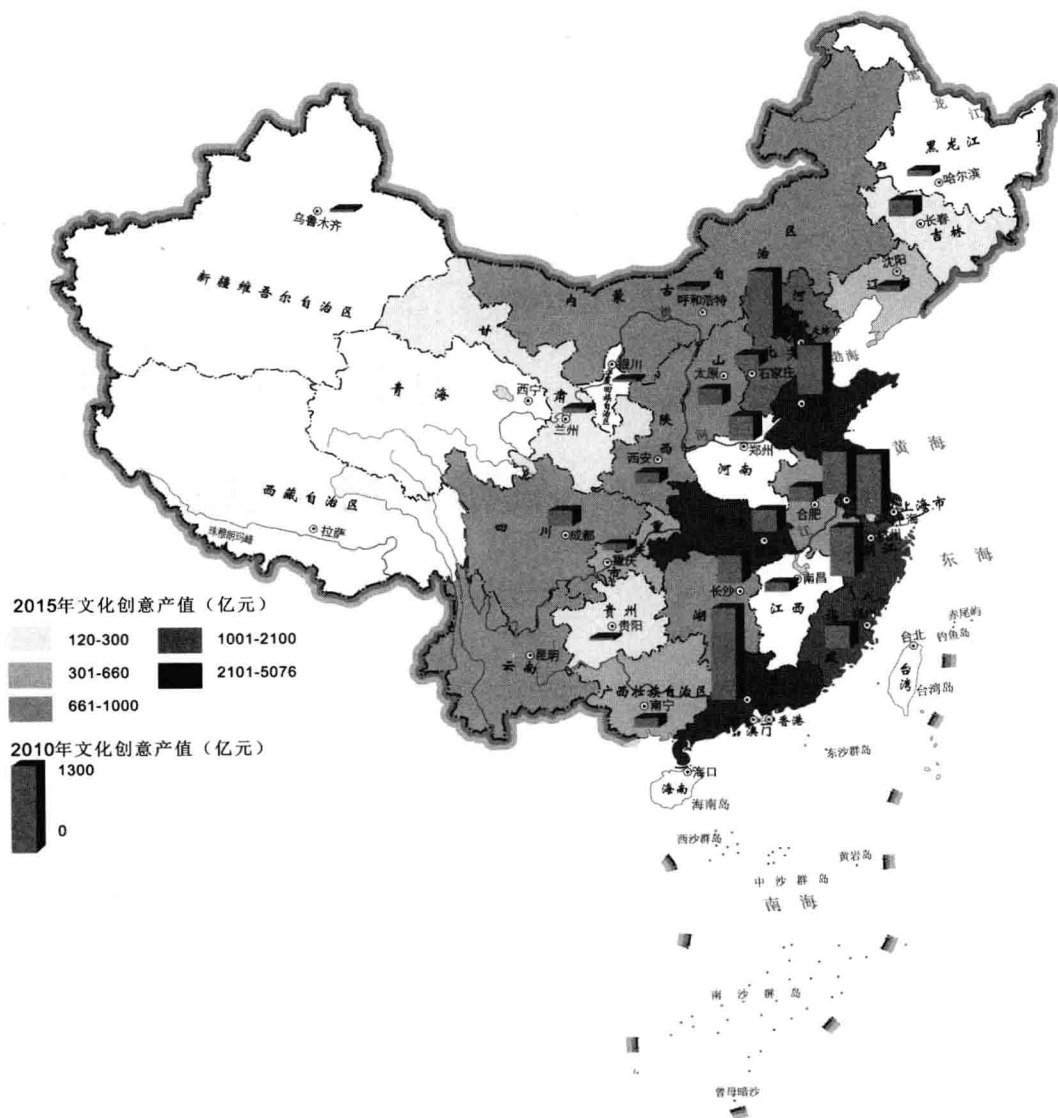


图1 中国文化产业发展规划图

底图参考国家测绘局网站 <http://219.238.166.215/mcp/index.asp>, 原审图号: GS(2008)1499号

第一节 中国文化产业发展战略布局

我国文化产业发展的战略目标是：2020年我国文化产业经济总量（文化产业增加值）达到3万亿元，约占同年国内生产总值（GDP）的5%，力争使文化产业成为我国国民经济的支柱产业之一。文化产业发展的战略布局是实现战略目标的手段，包括空间战略布局和产业发展战略布局。文化产业发展的战略重点主要是指文化产业发展的主要行业和行业的重要门类，二者是落实文化产业发展战略思想的重要举措。

一、我国文化产业发展的战略布局原则和路径

1. 我国文化产业发展的战略布局原则

我国文化产业发展的战略布局原则是整合资源、形成合力、发挥优势、注重实效，以此优化中国的文化产业结构，实现文化产业核心层、外围层和相关层增加值的突破，提高文化产业发展的贡献率，建设一批文化产业强省、文化产业强市和区域性特色文化产业群，构建具有鲜明区域特色、结构合理、效益显著的文化产业发展总体格局。

2. 我国文化产业发展的战略布局路径

（1）加强重点文化产业带建设

以建设文化产业中心城市为核心，加快产业整合，形成长江三角洲、珠江三角洲和环渤海地区三大文化产业集聚区。积极发展我国西南、西北地区等具有鲜明地域和民族特色的文化产业群。推进科学技术在文化领域的应用，加快文化产业的优化升级步伐，促进我国文化产业更好地加入国际文化产业分工体系，不断提高国际化水平。

（2）加快文化产业园区和基地建设

促进各种资源的合理配置和产业分工，加快文化创意产业园区建设，使之成为文化创意产业的孵化器。形成若干出版、印刷复制、影视制作和文化产品批销等产业中心，重点建设一批大型影视制作、动漫、音像电子、印刷复制和演艺等产业示范园区和基地。

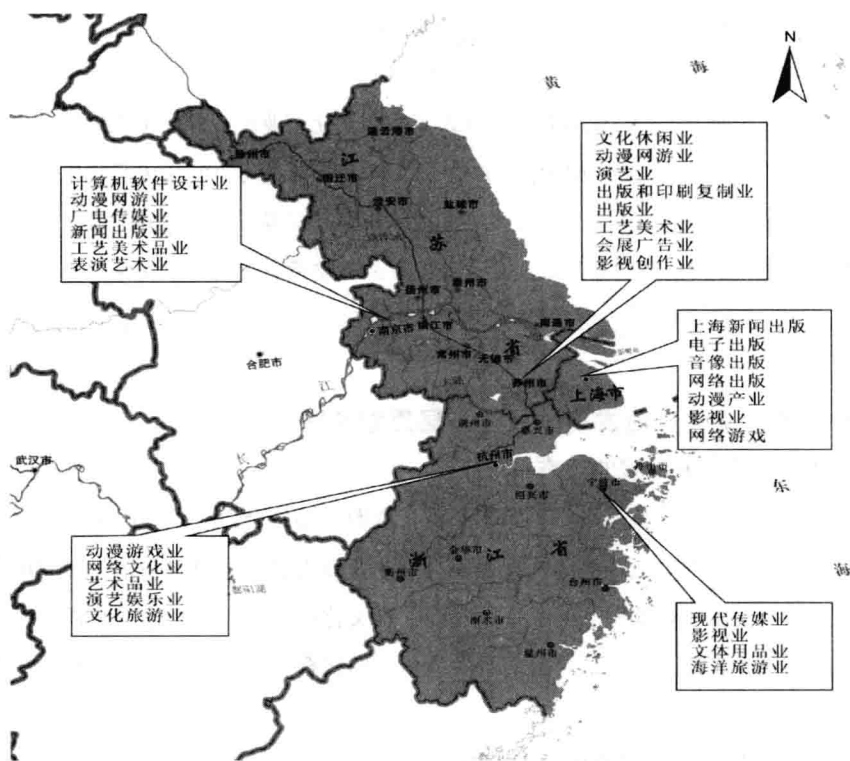


图2 长江文化产业集聚区

(3) 促进区域文化产业协调发展

充分发挥产业带、产业园区和产业基地的带动与辐射作用。鼓励东部地区率先发展，中部地区加快文化产业崛起，西部地区结合地方特色和资源优势，着力增强文化产业自我发展能力，努力形成东中西优势互补、良性互动的区域文化产业协调发展新格局。

二、文化产业发展的战略重点

按照文化产业发展的战略布局的要求，建立优势互补、资源共享、合作竞争、系统完整的文化产业支柱门类，推动国家数字电影制作基地建设、国产动漫振兴工程等

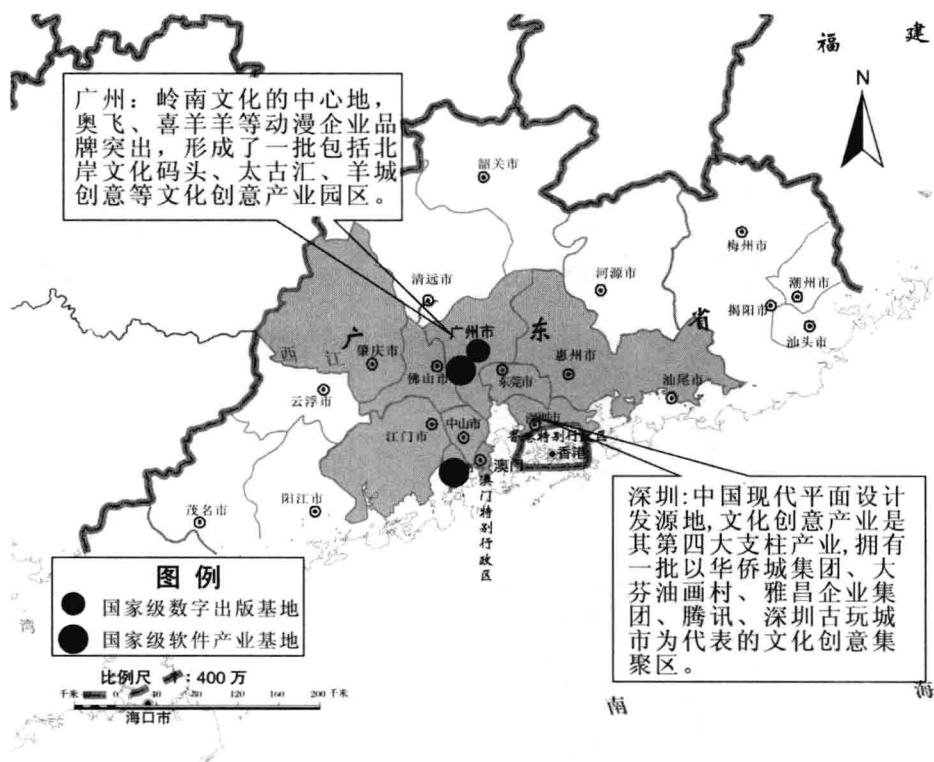


图3 珠江文化产业集聚区

一批具有战略性、引导性和带动性的重大文化产业项目，在重点领域取得跨越式发展。

1. 影视制作业

发展影视内容产业，提升电视剧、非新闻类电视节目和电影、动画片的生产能力，扩大影视制作、发行、播映和后期产品开发，增加数量，提高质量，满足多种媒体、多种终端发展对影视数字内容的需求。

2. 出版业

推动产业结构调整 and 升级，加快从主要依赖传统纸介质出版物向多种介质形态出版物共存的现代出版产业转变，从主要依赖区域性市场向综合开拓国际国内市场转变。培育一批具有较强竞争力和实力的出版企业集团，打造一批社会效益和经济效益

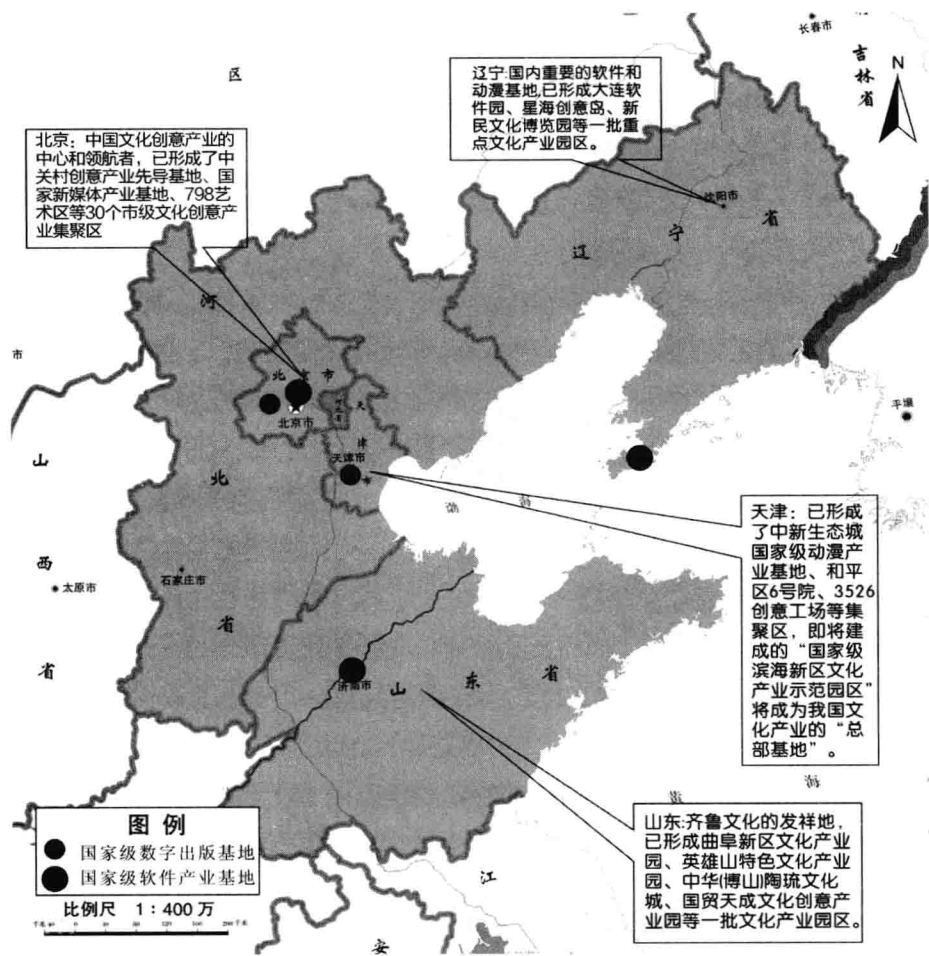


图4 环渤海文化产业集聚区

显著、具有较强影响力的出版品牌。

3. 发行业

支持出版物发行企业开展跨地区、跨行业、跨所有制经营，重点发展连锁经营、现代物流和网络书店等现代出版物流通系统，形成若干大型发行集团，建设全国统一、开放、竞争、有序的出版物发行市场。