

★文化品牌 商机无限 每年发布 世界推广★

2011

中国文化品牌报告

Chinese Cultural Brands

欧阳友权 柏定国◎主编

上海世博会 中国出版集团 唐山大地震
北京国际图博会 拓维信 深圳文博会 深圳文博会
西冷拍卖 盛大文学数字图书馆
杭州中国国际动漫节 广灵剪纸

 中国出版集团

 世界图书出版公司

★文化品牌 商机无限 每年发布 世界推广★

2011

中国文化品牌报告

Chinese Cultural Brands

欧阳友权 柏定国◎主编

世界图书出版公司
广州·上海·西安·北京

图书在版编目(CIP)数据

2011 中国文化品牌报告 / 欧阳友权, 柏定国编著. --
广州: 广东世界图书出版公司, 2011.5

ISBN 978-7-5100-3471-8

I. ①2… II. ①欧… ②柏… III. ①文化产业 - 研究
报告 - 中国 - 2011 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 070724 号

书 名	2011 中国文化品牌报告
著作责任者	欧阳友权 柏定国
策 划 编 辑	周志平 刘婕妤
责 任 编 辑	陈 洁 程利华
出版发行	世界图书出版广东有限公司
地 址	广州市新港西路大江冲 25 号
邮 箱	sjxscb@163.com
印 刷	武汉三新大洋数字出版技术有限公司
规 格	787 毫米 × 1092 毫米 16 开本
印 张	26.25 印张
字 数	450 千字
版 次	2011 年 5 月第 1 版 2011 年 5 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5100-3471-8
定 价	72.00 元

版权所有,翻印必究

指导单位

国家文化部文化产业司

中国文化产业商会

编撰单位

中南大学中国文化产业品牌研究中心

顾问团队

丁 伟 国家文化部部长助理

齐勇锋 国家发改委原文化传媒产业研究所所长

花 建 上海社科院文化研究中心主任

胡惠林 上海交通大学国家文化产业创新与发展研究基地副主任

文选德 湖南省政协副主席

魏文彬 湖南省政协副主席

李桂源 中南大学副校长

陈晓红 中南大学商学院院长

金元浦 中国人民大学教授、北京人文奥运执委会主任

雷鸣强 湖南省文化厅副厅长

蒋祖烜 中共湖南省委宣传部副部长、湖南省文化体制改革和文化产业发展领导小组办公室主任

王昌连 原长沙广电局党委书记、局长

Contents 目录

2011 年中国文化品牌总报告

转方式调结构 文化产业或可待 柏定国 欧阳友权 1

对于中国文化产业品牌而言,一方面要积极参与中国经济的转方式、调结构,一方面自身也面临巨大的转型升级压力。中国文化产业是资源消耗、环境破坏、低附加值、低科技含量的落后产业,急需转型升级!

分类品牌报告

壹 2011 年中国电影品牌报告 纪海龙 23

2010 年,中国电影业保持了跨越式发展的良好态势,取得了令人瞩目的优异成绩,产量、质量均有大幅度提升。其中,票房实现“井喷”式增长,历史性地突破百亿元人民币大关,成为本年度中国电影发展的最大亮点。

贰 2011 年中国电视品牌报告 赵 晴 汪莞尔 32

2010 年 1 月 13 日,国务院常务会议通过决定,加快推进三网融合,全国 170 多个大中城市实现整体转换,有线数字电视用户接近 8000 万,增长超过 30%,其中双向用户达 3000 万。央视、湖南卫视与淘宝建立的合作新模式给电视产业带来新的发展路子。

叁	2011 年中国新媒体品牌报告	潘攀	47
---	-----------------------	----	----

2010 年,新媒体行业万象更新,手机电视持续升温,3G 紧随其后,移动终端成为移动互联网新贵,微博井喷式增长,团购网站等风生水起,户外新媒体持续洗牌,融媒体大时代整合了传播模式,创新了产业链发展。

肆	2011 年中国报业品牌报告	钟虎妹 欧阳麒	61
---	----------------------	---------	----

中国报业的未来框架,必须以现代化、全球化的国际视野来重新厘定。对我国报业集团来说,按照跨行业、跨媒体、跨地区的思路,探索整体发展战略,是 2010 年,也是今后必须全力布局的重要课题。

伍	2011 年中国出版业品牌报告	张洁亮 刘谭明	69
---	-----------------------	---------	----

2010 年是“十一五”收官之年,文化体制改革在重点领域不断取得新的进展和突破,为“十二五”文化良好开局奠定了坚实基础;2010 年,以新闻出版单位为代表的新一轮事业单位体制改革不断向纵深推进。

陆	2011 年中国期刊品牌报告	王晓生 胡莎 王丽	78
---	----------------------	-----------	----

2008 年,金融危机席卷全球各个行业,新闻出版业也深受打击。但是,在国内外期刊业整体步履维艰之时,中国少数品牌期刊却保持着良好的发展势头。这不仅来自期刊业自身的努力,还有国家政策的强力扶持。

柒	2011 年中国广告公关品牌报告	叶小玲 禹建湘	90
---	------------------------	---------	----

2010 年,中国广告投放激增,移动广告飞速发展,植入广告成为广告业的新趋势。公共关系服务市场继续保持良好的发展势头。上海世博会、广州亚运会以及家电下乡等产业振兴成为 2010 年度公关行业主要的市场热点。

捌	2011 年中国演艺品牌报告	陈鹏 蒋嫦 钟军	101
---	----------------------	----------	-----

近 5 年来,随着一系列政策法规的出台,演艺业生存环境得到显著改观,发展环境迅速优化,演艺行业领域在体制、资源、机制方面的活力得以重新焕发。2010 年可以当之无愧地称为新世纪中国演艺业的转折与腾飞之年。

玖	2011 年中国 ACG 品牌报告	李珺君 张孟琼	109
---	-------------------------	---------	-----

2010 年,中国动漫产业市场规模持续扩大,游戏产业市场规模已连续 5 年表现出持续增长的势头。手机游戏已成为移动互联网业务增长的重要推动力量,呈迅猛发展之势,市场规模达 25 亿元左右。

拾	2011 年中国数字出版品牌报告	黄河清 刘诗哲 李倩	119
---	------------------------	------------	-----

“十一五”期间,中国数字出版产业规模不断壮大,2010 年数字出版总产出突破了 1000 亿大关;产业融合逐渐深入,数字技术在出版领域的应用越来越广泛。

拾壹	2011 年中国会展品牌报告	欧小芳 杜平平	128
----	----------------------	---------	-----

2010 年,在应对金融危机的过程中,会展业为拉动内需、发展经济方面发挥了巨大作用。按照展览业实际展出与配套服务业的收入计算,2010 年会展业产值达 1500 亿。

拾贰	2011 年中国音像品牌报告	吴芳 李玲 欧阳文凤	138
----	----------------------	------------	-----

“十一五”期间,我国音像出版行业渡过了极不平凡的 5 年。2010 年,新闻出版较为活跃,但音像出版行业并未随大势而动,音像品牌的发展沿着 2009 年的轨迹前行:传统音像制品市场持续低迷,没有明显走出低谷的迹象。

拾叁	2011 年中国艺术品拍卖业品牌报告	关红	149
----	--------------------------	----	-----

2010 年,中国艺术品市场高速发展,艺术品拍卖市场以无数个双创纪录和天价拍品,将市场行情不断推向高潮,全年艺术品拍卖成交总额为 573 亿元,增幅达 150%。

拾肆	2011 年中国创意产业品牌报告	刘纯 曾建	157
----	------------------------	-------	-----

2010 年,创意产业强劲的势头,不仅成为地方经济发展新的增长点,且日益成为国民经济的支柱产业,更在以空前速度影响中国的未来。2010 年创意产业品牌主导着整个产业的发展与壮大,开启着“十二五”规划的蓝图。

拾伍	2011 年中国文化旅游品牌报告	赵小波	169
----	------------------------	-----	-----

2010 年,国内旅游保持平稳较快增长,入境旅游实现恢复增长,出境旅游增长速度继续加快,全国旅游业总收入 1.57 万亿元,增长 21.7%。

品牌案例

- 壹 《唐山大地震》：中国式的灾难片 苏晓芳 178

《唐山大地震》是中国式灾难片的大胆尝试。作为一部兼具主旋律影片与商业大片特质的电影，其票房成绩势如破竹，创造了中国电影票房的多项新纪录，最终更凭借着 6.6 亿元的总票房成为了中国电影史上新的票房冠军。

- 贰 上影集团：以核心竞争力打造产业链 赵 晴 周 静 185

上海电影集团有限公司是目前全国最具规模和实力的电影集团之一。旗下的上海联和电影院线被誉为“中国第一院线”。短短几年，上影形成了制片、发行、传播三足鼎立的经营格局，以企业的核心竞争力打造了自己的产业链。

- 叁 《蜗居》：直面现实 创新艺术 陈 鑫 邓 丹 191

《蜗居》引发了有关当下社会情感选择问题的大讨论。该剧表现的“房奴”、“小三”、“贪官”、“蔑视乙肝病毒携带者”等，将当代社会许多尖锐的话题聚集到电视荧幕上，是反映现实题材的代表之作。

- 肆 中国出版集团：打造出版业的超级航母 李讯琪 198

作为出版业的“国家队”，中国出版集团公司囊括了多家显赫的出版机构。不仅在中国具有超强的影响力，而且秉承“走出去”的决心不断扩展规模，追求产品与传播方式创新，力争打造全球一流的出版传媒企业。

- 伍 广东省广股份：中国广告业扛旗者 宋 威 205

广东省广告股份有限公司是中国本土成立最早、规模最大的综合性广告公司之一，是第一家在国内上市的本土广告公司，2009 年完成营业收入 20.5 亿元，连续 9 年位居国内大型综合性广告公司第一名。

- 陆 《天门狐仙》：人与上帝联手的山水实景音乐剧 廉凤彩 汤洪华 212

《天门狐仙》是世界上第一次以高山奇峰为舞台背景，以山涧峡谷为表演舞台的山水实景演出，也是目前世界唯一一台在山水实景中演出并有完整故事情节的音乐剧。

柒 拓维信息:小手机 大事业 陈雄 唐轶群 219

拓维信息拥有全国唯一的手机动漫杂志、国内最大的手机动漫平台提供商和内容提供商,设有湖南首个动漫博士后科研工作站,成功打造了中国动漫第一股。

捌 盛大文学数字图书馆:开创 E 时代的阅读革命 钟舟 吴凌峰 226

从 2009 年开始,盛大文学开始向电子阅读产业进军。他们提出了“一人一书”、“云中图书馆”和 Bambook 计划,在我国掀起一场数字时代的阅读革命。

玖 第六届深圳文博会:会展文化 给力产业 刘丽芳 滕小艳 231

从 2004 年开始每年一届的深圳文博会成为中国文化产业整体实力展示的舞台和中外文化产业界实现交流与合作的桥梁。第六届文博会有效促进了中国文化产业的发展,推动着我国的文化产业实现新的跨越。

拾 西泠拍卖:江南第一槌 高斯 张敏 237

西泠印社拍卖有限公司始终秉持“真乃居先,诚为业本”的创业宗旨,迅速发展成中国南方规模最大、最具影响力的艺术品拍卖公司,享有“江南第一槌”的美誉。

拾壹 上海创意设计:创意产业的领头雁 张洁亮 243

上海市通过创意设计和改造,使老工业建筑成为激发创意灵感、吸引创意人才、集聚文化创意产业的场所,实现经济效益和社会效益的双赢,影响和带动了周边的发展,改善了城市环境,提升了城市功能。

拾贰 河南登封:文化开发“登封”造极 郑文锋 249

登封为著名旅游胜地,是三教荟萃之地,有代表佛教的少林寺、永泰寺,有代表道教的中岳庙和代表儒家的四大书院之一的嵩阳书院,已被列入世界遗产名录。

拾叁 新华文轩:打造一流出版发行集团 姜英 256

新华文轩是我国第一家大型股份制出版发行企业、第一家进入国际资本市场的图书发行业零售企业、第一家涉足出版业的发行企业、第一家以股权整合方式完成出版发行资源整合的企业。

拾肆 南方报业:裂变开疆辟土 聚变领跑传媒 杨菲 263

凤舞南方,领跑中国。2010年南方报业传媒集团瞄准新媒体领域精心布局、妙手频出,走活了一盘市场引领、资本推动、产业整合、事业协同的全媒体产业发展精彩棋局。

拾伍 景德镇陶瓷:秉承文化 创意产业 范水平 270

千年瓷都景德镇,是中国古代四大名镇之一,为中国制瓷业的发祥地。“青花”、“粉彩”、“玲珑”、“颜色釉”四大名瓷举世闻名。景德镇陶瓷文化被称为“中国最大的文化品牌”和中华民族的“保根文化”之一。

拾陆 新东方:教培经典 经营传奇 于旻生 277

1993年,新东方教育科技集团成立;2006年9月7日,新东方成为了中国第一家海外上市的教育机构;截至2010年年底,新东方已累计培训学员近1000万人次。

拾柒 海派清口:妙语连珠说天下 谭梦娜 卢伟 284

无须什么舞台背景,也不用什么道具。周立波在全国范围内刮起了一股海派清口的热浪,不但刷新了曲艺界的老面孔,也让全中国人民认识到海派文化的十足韵味。

拾捌 曲江新区:盛世华章 风雅天成 袁星洁 290

曲江新区作为陕西省、西安市以文化产业和旅游业为主导的城市发展示范区,依托陕西、西安“大文化、大旅游、大文物”的优势,用如椽巨笔书写了文化产业新篇章,成为了西安市建设国际性现代化大都市的重要支撑。

拾玖 镇北堡西部影城:重现历史 创造价值 万倩 钟军 297

镇北堡西部影城以古朴、原始、粗犷、荒凉、民间化为特色,已拍摄了获得国际国内大奖的一百多部电影、电视剧,享有“中国电影从这里走向世界”的美称,已成为中国西部题材和古代题材的电影电视最佳外景基地。

贰拾 上海世博会:世界科技文化盛宴 张琳 303

这是160年来首次由发展中国家主办的注册类世博会,也是有史以来规模最大、参与最广的一届世博会,是一场关于世界科技和文化的无声竞技。

贰拾壹	星美集团:领跑中国民营传媒产业	洪叶 刘莉	310
-----	-----------------------	-------	-----

10年,一步一个脚印,星美集团始终秉承着“通信加传媒”的运营理念,逐渐形成了一个以管理经营为中心、以资本市场为助力、以跨媒体整合为机制,传统媒体与数字媒体互动的新型产业运营模式。

贰拾贰	蓝海电视:让世界从这里了解中国	邱枫	315
-----	-----------------------	----	-----

一家中国民营电视台能覆盖到美国、加拿大、墨西哥、古巴等50多个国家,向他们播出传播中国内容的英文节目,这在外界看来几乎是不可思议的梦,蓝海电视台实现了。

贰拾叁	央视国际网:视听中国 互动世界	李文婷	321
-----	-----------------------	-----	-----

它,是我国最早发布中文信息的网站之一,在世界上首次作为新媒体转播商报道奥运会,是中国目前最有实力的互联网和手机视听节目转播机构。它,就是央视国际网络有限公司,是中央电视台网络新媒体的业务平台。

贰拾肆	酷贝拉:体验教育“第一城”	姜浪	328
-----	---------------------	----	-----

酷贝拉是长沙一家专门面向儿童设计的职场体验公园,是一种全新的体验式教育基地,被外界誉为青少年体验教育“第一城”。

贰拾伍	百度广告联盟:领跑业界 携手共赢	黄晨雪 陆璐	335
-----	------------------------	--------	-----

百度联盟一直致力于帮助发布商挖掘专业流量的推广价值,帮助推广客户推介最有价值的投放通路,并以其强大的品牌号召力、成熟的推广模式和多年的精心运营,发展成为国内最具实力的联盟体系之一。

贰拾陆	上海城市演艺:探路国际营销的领舞者	胡莎	341
-----	-------------------------	----	-----

由于全球金融危机影响,欧美演出市场自2008年下半年开始进入低谷,但上海城市演艺股份有限公司出品的杂技剧《天鹅湖》却冲破了“寒冬”,翱翔于欧美市场。

贰拾柒	杭州中国国际动漫节:动漫盛会 品牌节展	欧阳麒 寻芳	347
-----	---------------------------	--------	-----

参观总人数从12万人次到161万人次;展会面积从2万平方米到近7万平方米;展位从不足400个增加到1491个;参展单位从13个国家和地区扩展到47个国家和地区;成交总额从30多亿人民币上升到106亿人民币。

贰拾捌	北京国际图博会:中国品牌 世界眼光	汤琴 查道函 焦方美	353
-----	-------------------------	------------	-----

北京国际图书博览会已成为“世界四大书展”之一。透过这一展会,人们不仅可以感受到我国图博会的丰富内涵和美好前景,还能看到中国文化品牌走向世界的发展历程和必然趋势。

贰拾玖	A8 电媒音乐:我的音乐无处不在	吴艳丽 陈维超	359
-----	------------------------	---------	-----

中国原创音乐第一品牌,正版音乐的倡导者,独创国内首家选歌机制,于2008年6月12日在香港主板上市,成为中国首家以音乐概念股上市的国家高新技术企业。

叁拾	深圳华强集团:为文化插上科技的翅膀	曾新华 戴焱	365
----	-------------------------	--------	-----

早在10年前,华强集团就从一个以传统的电子制造业为主业的上市公司向以文化科技为核心的创意产业转型,率先走上了一条学习迪斯尼、赶超迪斯尼的征程。

叁拾壹	哈尔滨冰雪大世界:创造“冰雪迪斯尼乐园”	王丽	371
-----	----------------------------	----	-----

哈尔滨冰雪大世界是黑龙江省乃至全国的冰雪旅游龙头景区。被国家文化部评选为首批“国家文化产业基地”,被誉为“世界级冰雪迪斯尼乐园”。

叁拾贰	侗族大歌:乐苑奇葩 世界遗产	吴辉	377
-----	----------------------	----	-----

流淌千年的侗族大歌,如山林间一簇簇鲜艳的奇葩,如海洋里一串串美丽的珍珠。2009年被列入联合国《人类非物质文化遗产代表作名录》。

叁拾叁	广灵剪纸:纸花如何才能常开不败	凌建英	383
-----	-----------------------	-----	-----

广灵剪纸文化产业园区是《山西省“十一五”文化发展规划》重点产业基地建设项目,被文化部命名为第三批“国家文化产业示范基地”,是世界非物质文化遗产。

附录

湖南省文化发展指数(CDI)研究报告	湖南省文化发展指数研究课题组	390
后记		405



2011 年 中国文化品牌总报告

转方式调结构 文化产业或可待

柏定国 欧阳友权

对于中国文化产业品牌而言,一方面要积极参与中国经济的转方式、调结构,一方面自身也面临巨大的转型升级压力。当前各级地方政府积极推动文化产业的发展,最大的期望是文化产业的“高科技型”、“高产出”、“资源节约”、“环境友好”等特性。媒体宣传甚至大多数研究机构的专业报告,也都在强调文化产业诸如此类的经济“优等生”表现。殊不知,中国文化产业总产值,很大一部分来自劳动密集型的文化加工业或外来品牌代工业,是名副其实的资源消耗、环境破坏、低附加值、低科技含量的落后产业,急需转型升级!

2010年是“十一五”收官之年,对于中国文化产业而言,送旧迎新,给人们留下了许多印象深刻的话题。

“十一五”以来,我国文化产业蓬勃发展,公众文化消费十分活跃,社会力量投资文化产业热情高涨,文化产品丰富多样,新型文化业态不断涌现,文化生产能力大为提升,在国民经济中所占比重逐步增加,文化“走出去”步伐加快,文化进出口贸易逆差逐步缩小,文化产业的国际竞争力不断增强,在满足人民群众文化消费需求、促进文化发展和繁荣方面发挥了重要作用。随着国务院《文化产业振兴规划》的出台,文化产业的发展更是进入了一个新的历史阶段。可以预见的是,“十二五”期间,我国文化产业势必迎来新一轮跨越式发展,在调整产业结构、带动产业升级中发挥重大作用。转变文化产业发展方式,将是“十二五”时期文化产业发展的主线。

一、2010 年度中国文化产业发展的经济环境

中国社会科学院发布的 2011 年《世界经济黄皮书》显示,2010 年,世界经济已经走出了衰退。按照国际货币基金组织 10 月份的预测,依据市场汇率计算,2010 年全球 GDP(生产总值)约为 62 万亿美元,比上年增长 3.2%。按照国际货币基金组织的统计,中国的 GDP 超过 5.7 万亿美元,是日本的 106%,成为世界第二大经济体。

美国的 GDP 按市场汇率计算是 14.6 万亿美元,同比上年实现了 2.5%~3% 的增长,全球占比 23.7%,经济进入复苏;欧元区总体情况和美国差不多,2009 年负增长 4.1%,是二战后最严重的一次衰退。随着经济的刺激政策,特别是德国的出口增长速度加快,欧洲的整个情况在好转,进入复苏。全年大致保持在 1.5%~2% 的增长;日本是发达经济体里经济萎缩最严重的,2009 年负增长 5.2%,2010 年实现 2% 以上的经济增长。发展中经济体代表“金砖四国”中,中国和印度受经济危机的总体影响相对较小。中国增长 10%,印度增长 9.7%,俄罗斯增长 4%,巴西增长 7.5%。总体上看,新兴经济体比发达经济体增长的速度要快。

但 2011 年将面临一个更加严峻的问题,即发达经济体通货紧缩与新兴经济体通货膨胀这两种风险并存。这种利差将导致大量的发达经济体投入的资金外溢,流到了新兴经济体。因此,这将是一个较为长期的问题。2011 年开年以来,中国各省市都调高了 CPI(居民消费价格指数)上涨预期,大多数地区选择 4%,也从一定程度上印证了对通货膨胀的担心。这给中国大量靠低成本劳动力发展的模式运行的企业带来巨大的困难。2010 年 12 月 25 日,前工业和信息化部部长李毅中在全国工业和信息化工作会议上表示,目前制约我国工业可持续发展的矛盾与问题依然突出,转变发展方式、调整产业结构已刻不容缓。

对于中国文化产业品牌而言,一方面要积极参与中国经济的转方式、调结构,一方面自身也面临巨大的转型升级压力。当前各级地方政府积极推动文化产业的发展,最大的期望是文化产业的“高科技型”、“高产出”、“资源节约”、“环境友好”等特性。媒体宣传甚至大多数研究机构的专业报告,也都在强调文化产业诸如此类的经济“优等生”表现。殊不知,中国的文化产业总产值,很大一部分来自劳动密集型的文化加工业或外来品牌代工业,是名副其实的资源消耗、环境破坏、低附加值、低科技含量的落后产业,急需转型升级!

同时,文化产业的转型升级压力也来自内部。长期以来,文化产业项目吸引投资的瓶颈在于两方面:一方面是文化项目的审核评估没有标准,对于创业投资来说,不像制造业那样,能对企业的品牌和固定资产进行核算;另一方面是文化创意产业本身

制作流程不透明,财务也不透明,没有人知道制作一部电视剧该花多少钱,机构投资者无法了解和控制流程。2009年9月26日,国务院公布了《文化产业振兴规划》,提出支持有条件的文化企业上市融资,鼓励已上市文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组,迅速做大做强。《规划》还提出积极吸收社会资本和外资进入政策允许的文化产业领域,参与国有文化企业的股份制改造。如此途径的开通,当然极有利于文化产业的发展,尤其是对于那些质优而少资的欠发达地区的文化产业项目,更是生门洞开。

但是,众所周知,资本在出手之前都要慎重地评估项目,不可能见项目就上马。2010年5月,由中央财政出资引导的中国文化产业投资基金获准筹备。该基金由财政部、中银国际、中国国际电视总公司及深圳国际文化产业博览交易会等联合发起,计划吸收国有骨干文化企业、大型国有企业和金融机构筹集资金,总规模为200亿元,首期募集的60亿元已经到位。深圳文化产权交易中心将与上海文化产权交易中心共同管理并运营该基金的30%,即60亿元。具体做法是由两个中心牵头,吸收、募集民间资本进入。目前深圳文化产权交易中心设计的交易品种大约有15个,其中影视剧、动漫、数字创意设计是最多的项目。在上海中心,影院、卡通动漫等行业项目最被看好。此外,和商业、旅游、地产结合的文化项目更受投资者青睐。中投顾问2010—2015年《中国文化产业投资分析及前景预测报告》的研究报告显示,2009年文化产业成为我国经济新增长点的态势愈加明显,动漫产业、电影电视、演出市场、新闻出版等亮点频现。新闻出版产业总产值增长20%左右,网络出版、手机出版、动漫出版、网络游戏出版和数字印刷等数字出版产业总产值超过750亿元,比上年增长42%。上述情况清楚地显示,市场资本在用自己的方式遴选文化产业项目。我们发展文化产业,如果无法顺应市场资本的挑选,主动地转方式、调结构,其前景就不会光明。

二、2010年度中国文化产业政策建设

2000年10月,党的十五届五中全会明确提出要“完善文化产业政策”,这是“文化产业政策”这一概念首次出现在官方正式文件中。2010年,《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》等一系列文化产业政策和支持文化产业发展政策的相继出台,促进了文化服务体系的构建,推动了文化产业的发展。

2010年1月4日,新闻出版总署发布《新闻出版总署关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》,提出新闻出版产业发展目标,明确强调新闻出版的改制、走出去

和数字出版将成为 2010 年重要任务。体制改革激发了新闻出版产业的内在活力,重点领域改革效果显著,诸多领域发展态势良好,出版市场整体繁荣,出版产业快速发展,真改革带来了真发展、真变化。第十七届北京国际图书博览会达成各类版权输出与合作出版协议 1412 种,比上年同期增长 22%;达成引进协议 967 项,引进与输出之比为 1:1.46,实现了中国图书版权输出的重大突破。

2010 年 1 月 21 日,国务院办公厅发布《国务院办公厅关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》,提出中国电影产业 2010 年发展重点:大力繁荣创作生产、积极培育新型企业、大力支持城镇数字影院建设、鼓励加大投融资政策支持和积极推动科技创新。其中尤其提出鼓励非公有制电影企业,加强数字影院和电影院线建设。从“十一五”到“十二五”,是我国电影产业发展的重要战略机遇期,也是电影体制机制改革创新发展的黄金期。在这样一个机遇与挑战并存的非常时期,《指导意见》的出台,必将对今后一段时期电影产业的发展产生深远的影响。2010 年,中国电影票房突破 100 亿元,同比增幅超过 60%。而中国电影家协会产业研究中心发布的《“十二五”期间中国电影产业黄金五年发展研究报告》,对 2011-2015 年中国电影市场的发展趋势做出预测,认为未来 5 年内全国票房将突破 300 亿元,到“十二五”末期,中国将成为全球第二大电影市场。

2010 年 4 月 8 日,央行、中宣部、财政部、文化部、广电总局、新闻出版总署、银监会、证监会和保监会九部委联合下发《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》,明确鼓励银行业开发适合文化产业特点的信贷产品,加大有效信贷投放;完善授信模式,加强和改进对文化企业的金融服务。同时,鼓励保险机构开发适合文化企业特点和文化产业需要的保险产品,提高保险在文化产业中的覆盖面和渗透度,有效分散文化产业的项目运作风险。金融支持文化需要通过政府部门、金融机构和文化企业共同努力;需要创造一个良好的政策环境;研究开发适用于文化产业投融资需要的金融产品;完善文化企业公司治理结构和财务制度;要为文化产业和金融业提供交流信息、沟通业务、开展合作的文化产业投融资公共服务平台。2010 年 10 月 28 日,在第四届中国北京文化创意产业投融资论坛上,农行北京分行与北京市文化创意产业促进中心签署合作协议,农行北京分行加入支持北京文创产业发展行列,每年提供 200 亿元信用支持额度。至此,北京市各商业银行对文创产业累计授信规模已接近 600 亿元。

2010 年 9 月 15 日,新闻出版总署下发《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》。《意见》提出,到“十二五”末,我国数字出版总产值将力争达到新闻出版产业总产值的 25%;在全国形成 8-10 家各具特色、年产值超过百亿元的国家数字出版基地

或国家数字出版产业园区；形成 20 家左右年主营业务收入超过 10 亿元的具有国际竞争力的数字出版骨干企业；传统出版单位到 2020 年基本完成数字化转型。随着新闻出版体制改革的推进，会有更多像汉王一样的企业准备上市。同时，由于数字出版发展潜力巨大，总署正在制订的新闻出版业“十二五”规划中，数字出版将会是重点发展。据不完全统计，2010 年上半年共有包括中国出版集团、读者集团、上海新世纪出版集团在内的 20 多家出版机构或 IT 厂商推出了自有品牌的电子书阅读器。据第三方研究机构——清科研究中心数据显示，2010 年上半年电子书阅读器共计销售近 30 万台，整个产业预估的产值为 15 亿元。而据 CMIC（中国市场情报中心）分析师预计，2010 年中国数字出版产业规模已超 900 亿元。

中国拍卖行业恢复 20 年来的第一个行业标准——《文物艺术品拍卖规程》于 2010 年 7 月 1 日正式颁布实施。此项标准内容涵盖了文物艺术品拍卖从拍品鉴定到展示、拍卖的全过程，对文物艺术品拍卖的规范产生了积极的影响，是中国拍卖行业自律成长过程中的一个关键点，同时也为保证中国艺术品拍卖市场的繁荣奠定了监管的基础。虽然标准本身并不是法律，但作为一种引导行业规范的文件，也对拍卖行业一些程序上的规范起到积极的引导作用。尤其是该标准完整地涵盖了整个拍卖过程，这将对规范行业技术操作起到积极促进作用。2010 年春拍，全国八大拍卖公司一共成交 961 918.6 万元。其中北京保利拍卖公司成交 331 348.2 万元，中国嘉德公司成交 212 781.1 万元，北京翰海公司成交 131 618 万元，北京匡时公司成交 108 131.2 万元，中贸圣佳公司成交 68 653.6 万元，杭州西泠公司成交 65 263.6 万元，北京华辰公司成交 23 027.1 万元，北京荣宝公司成交 21 095.8 万元。

2010 年 8 月，文化部制订并颁布实施了《全国文化系统人才发展规划（2010—2020 年）》，这是文化系统第一个人才发展规划。文化部部长蔡武表示，我们要加快改变文化产业迅速发展与文化产业人才总量不足、结构失衡的矛盾，加快制订文化产业各类人才的培养计划，特别是文化产业领军人物和各类高层次专门人才的培养；健全文化产业人才引进政策，大胆引进海外留学人员中各类文化产业方面的专才，放手使用他们。根据《规划》，我国到 2020 年文化人才总体发展目标已经明确：文化从业人员总量从现在的 195.6 万人增加到 280 万人，增长 43% 左右。文化人才总量占全社会总人口比例得到较大幅度提升，预计占全国人才资源总量的比例将达到 2% 左右。各类人才的思想素质、文化水平、业务能力得到全面提升，人才竞争优势明显增强。到 2020 年，具有大学以上学历的达到 60%，专业技术人才中具有中级以上职称的达到 60% 左右。

2010 年 6 月 9 日，文化部下发《关于加强文化产业园区基地管理、促进文化产业健康发展的通知》，要求各级文化行政部门加强文化产业园区、基地管理，促进文化产