



ANNUAL REPORT ON THE CREATIVE
INDUSTRIES OF GUANGDONG PROVINCE,
HONG KONG, MACAO
AND TAIWAN AREA (2014)

粤港澳台文化创意产业 发展报告

(2014)

聚集数字产业

FOCUS ON THE DIGITAL SECTOR

深圳大学文化产业研究院

主 编/丁 未 李凤亮

副主编/邱琪瑄 苏宏元 谭 天 何 故



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

ANNUAL REPORT ON THE CREATIVE INDUSTRIES
OF GUANGDONG PROVINCE, HONG KONG, MACAO
AND TAIWAN AREA (2014)

粤港澳台文化创意产业发展报告 (2014)

聚集数字产业

深圳大学文化产业研究院

主 编 / 丁 未 李凤亮

副主编 / 邱琪瑄 苏宏元 谭 天 何 故



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

粤港澳台文化创意产业发展报告. 2014, 聚集数字产业/丁未, 李凤亮
主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2015. 4

ISBN 978 - 7 - 5097 - 7040 - 5

I. ①粤… II. ①丁… ②李… III. ①文化产业 - 产业发展 - 研究报告 - 广东省 - 2014 ②文化产业 - 产业发展 - 研究报告 - 香港 - 2014 ③文化产业 - 产业发展 - 研究报告 - 澳门 - 2014 ④文化产业 - 产业发展 - 研究报告 - 台湾省 - 2014 IV. ①G127

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 014493 号

粤港澳台文化创意产业发展报告 (2014)

——聚集数字产业

主 编 / 丁 未 李凤亮

副 主 编 / 邱琪瑄 苏宏元 谭 天 何 故

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 任文武

责任编辑 / 张艳丽 张 澄 任文武

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社 (010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367090

读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 27.5 字 数: 446 千字

版 次 / 2015 年 4 月第 1 版 2015 年 4 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 7040 - 5

定 价 / 79.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究

编委会名单

(以姓氏笔画为序)

丁 未	王建磊	王 琛	冯应谦	史旻昱	刘 辉
苏宏元	李凤亮	李 杨	李明颖	吴予敏	邱琪瑄
何伟丰	何 故	张宗洲	张 晓	陈韦利	周志民
黄士芳	黄羽麒	辜晓进	程红坤	谭 天	潘晓慧

协编单位

深圳大学 暨南大学 华南理工大学 香港中文大学
香港浸会大学 台湾铭传大学 台湾静宜大学
深圳特区文化研究中心

主要编撰者简介

丁 未 深圳大学传播学院教授、文化产业研究院区域研究中心主任。

李凤亮 深圳大学副校长、文化产业研究院院长、文化部国家文化创新研究中心主任，教授、博士生导师。

邱琪瑄 澳大利亚昆士兰科技大学（QUT）创意产业博士，台湾铭传大学新闻学院广告学系助理教授，曾任广告学系主任。

苏宏元 华南理工大学新闻与传播学院教授，新闻与传播学院院长，国际交流中心主任。

谭 天 暨南大学新闻与传播学院教授，高级记者，暨南大学新媒体研究所所长，广播影视研究中心主任。

何 故 香港浸会大学电影学院客座讲师，香港跨媒体创作人，北京交通大学客座讲师。

序 言

在《粤港澳大湾区文化创意产业发展报告（2011）》的序中，我们已经谈到将粤港澳四地放在一起是基于地缘、文化和经贸合作之多层关系的考虑。21世纪以来，从战略到战术，四地政府都不约而同地赋予了文化创意产业以区域经济转型换代的龙头地位，四地各自蓄力而发，并形成微妙的竞合关系。

四地对文化（创意）产业的界定不尽相同，但若考察今天区域间文化创意产业的发展状况，莫过于聚焦数字文化产业。毋庸置疑，数字文化产业是互联网时代文化产业和消费市场的前沿阵地，在文化与科技融合创新之下，数字文化产业创造出的新兴业态引领着文化产业的最新动态。

当我们聚焦于两岸四地的数字文化产业时，却发现无论是现实的空间，还是互联网的虚拟空间，四地的产业格局已大相径庭。正如西方学者曼纽·卡斯特所认为的，网络社会决非一个大同世界，而是以吸纳或排斥（Inclusion/Exclusion）为逻辑进行的重构组合。中国大陆地区在政策上设置的那道“墙”将网络空间一分为二；但吊诡的是，“墙”的壁垒也恰恰给本土互联网产业提供了高速增长的极佳机缘，以至于“墙”内的BAT（百度、阿里、腾讯）能与“墙”外的Google、Facebook、Twitter争奇斗艳；与此同时，还形塑了实体空间意义上粤港澳四地以互联网（包括移动互联网）为平台的数字文化产业格局。

崛起于深圳的腾讯无异得益于“墙”内的政策。尤其是2012年张小龙团队开发的微信，成功地将中国年轻人人生第一个网上ID——QQ号成功移植到微信这个新社交媒体平台后，腾讯加固了它在中国大陆的互联网帝国地位，2013年实现年收入600多亿元人民币，其中游戏产业占比一半以上，从而确定了其“泛娱乐”的战略转型。



腾讯当然是广东地区最成功的一个案例，但总体而言，与其他三地相比，广东在政策、资金、市场上都占尽优势，可谓是“风景这边独好”。即便在大陆范畴，广东在动漫、游戏、数字出版等数字文化产业领域，都在国内占据领先地位——深圳的华强、环球、雅昌、墨麟，广州的网易、银汉、漫友等都是行业中的佼佼者。而香港、澳门、台湾各地政府虽也高度重视文化创意产业，但终究无法在政策、资金、市场各个要素上都尽如人意。

2014年5月7日，我们赶到香港帝国中心访谈高登现任CEO林祖舜。当天香港有几位互联网行业的人士自筹资金正拍摄一个微电影，用以推动香港立法会成立“创新与科技处”，可见企业界对现状比政府更加焦虑。三天后，《明报》发表题为“港乏科技创新陷边缘化，竞争力持续性亮起红灯”的社评，认为香港在中国综合经济竞争力排名上虽连续12年名列第一^①，但“在知识城市方面落后北京、上海与深圳，特别是科技创新长期交白卷，未能与珠三角同步转型，边缘化苗头已现”。香港的文化创意产业本来有不少优势，但在新媒体、新经济的转型过程中，却面临几大瓶颈。在多年从事香港文化产业研究的许焯权教授看来，梁振英上台后，香港文化创意产业并没有太大的改变，仍沿着先前曾荫权执政期的政策与架构在“商务及经济发展局”的推动下进行。梁振英原本想成立文化局主推文创产业，但未能得到立法会的支持。“创新与科技处”虽然于2014年10月29日得到了立法会的通过，但仍需立法会的财委会审议批出拨款才算正式成立，目前财委会不拨款等于是一纸空文。这里既有观念的问题，也有经费短缺的原因。

除政策上的滞后外，香港在数字产业方面还有两大问题。一方面香港并无自己的互联网平台，用的都是美国的Facebook、YouTube、Instagram等，近几年香港的年轻人还“翻墙”到内地的视频网站上看有中文字幕的美剧、韩剧^②，微信也颇为流行，倒是“墙”里“墙”外没有障碍，但用户和流量都

① 指的是中国社会科学院《中国城市竞争力报告 NO. 12》中对中国289个地级及以上城市的排名。

② 内地视频网站通常只购买了美剧、韩剧在内地播放的版权，因此通过正常途径香港、台湾用户是被屏蔽的，但大陆之外的用户也可以通过下载 Unblock Youku “翻墙”收看。近期有些影片通过这一方式也不能收看，可见大陆也从技术上增加了保护措施。

在人家的平台上，能够发挥的只剩下移动应用程序（APP）和几个本土网络论坛，让香港本土文化和创新尚留一席之地。另一方面，据曾在香港长期担任跨国银行资讯科技及营运部门主管的陈豪先生看来，香港发展互联网的一大瓶颈在于香港没有一个完善的银行信用监管体系，目前虽有港人自行研发的mPay、AsiaPay等类似于大陆支付宝和美国 PayPal 的网络第三方支付平台，但这些平台不仅收取年费、服务费，而且不作信用担保，香港网上支付系统的不完善，将大大阻碍了数字产业的发展。可是，对于一个鱼龙混杂的自由港，建立完善的银行信用监管体系又谈何容易！

台湾的数字产业整体环境与香港有相似之处，尤其在缺乏本土平台、政府经费不足和市场有限这几个方面。但台湾的情况比香港好，台湾的高科技研发（尤其是硬件）实力全球领先，游戏动漫两大文化创意产业底子也比较厚实。在全球经济低迷的严峻环境下，这几年数字产业投资仍持续增长并支撑着台湾整个文化创意产业的发展，2012 年数字产业投资金额达到 281 亿新台币，主要成长动力来自数字游戏、数字影音及网络服务等产业领域，尤其随着网络环境、智能终端设备及消费者的转变，产业投资方向亦朝 APP、网络游戏、微电影及云端平台等转向，重要案例包括智崴信息“5D 体感剧院软硬件整合解决方案”、霹雳国际“霹雳系列布袋戏高画质数字影音内容制作”、华硕云端“ASUS Web Storage 云端平台”及宏达电子“智能型手机云端影音服务”等。

此外，近年来台湾的数字产业可以用“传统停滞、社群当道”来概括。台湾的游戏动漫产业曾经有过辉煌，但因为产业生命周期已进入成熟或衰退期，在台湾文化创意产业中小企业当道的情况下，如果没有政府资金的助力，一旦缺乏研发和创新，就很难维持。台湾动漫大厂宏广，曾经是全世界最大的单一动画影片代工厂，规模最大时曾有 1000 多名员工，在泰国和苏州都有片厂，但目前已缺乏动力，陷入四分五裂的困境。Web2.0 和宅经济的兴起（台湾采用信用卡网络支付），令台湾数字产业发生了急剧的变化。在 YouTube、Facebook、Twitter、Wikipedia 等国外软件主导台湾线上市场的同时，也引发了台湾民众 UGC（用户生产内容）的风潮。台湾民众的目光从市场进展缓慢的数字电视转向了 YouTube 上形形色色的网络短片；以手机为载体的 APP（包括像 Line、What's up 和微信这样的通信软件）也成为数字出版、版权音乐、



移动游戏及应用程序的主渠道。在台湾，这类以社群为主体的新媒体平台，很热烈地进行着各种实验，有些与台湾社区（群）的公民行动结合在一起，有些则形成当红的商业潮流，为台湾数字内容产业带来新的希望，但也有可能正在制造新的“.com”泡沫，为“王”添置着不同的新衣。

虽然“墙”内一时姹紫嫣红，但“墙”外其实也有肥沃的土壤。数字文化产业的发展，在很大程度上摆脱了传统行业对土地和劳动力的依赖，港台在创意人才培养、民间力量活跃、知识产权完善等方面的优势也有勃发的机会，尤其在充满弹性和活力的移动产品兴起的当下，创意环境和人才培育有可能孕育出异军突起的产业风潮，小而精的企业在新兴的手机游戏行业完全可以制造热点，例如由香港手机游戏公司 Madhead 开发的“神魔之塔”近期就风靡中国内地与港台地区。

其实香港和台湾在创意人才的培养上，政府仍起到了很大的作用。例如香港政府在商务及经济发展局下成立了“创意香港”办公室，整合不同部门的现有资源和多项支援计划，为业界提供一站式服务和支援。本文笔者之一香港浸会大学客座讲师何故所属的“香港小说会”正是受惠机构之一，在“创意香港”的赞助下，联同香港生产力促进局、数码娱乐业支援中心、香港教育专业人员协会等机构，成功举办了“香港小说跨媒体创作大奖”，比赛过程中，举办了多次讲座和写作坊，得奖作品除了出版成书，更被改编为微电影、漫画、动画和游戏，为香港的创意产业培育幼苗，同时也开拓了年轻消费者的市场。

台湾当局这几年突破以往产业辅导模式，设立创新 APP 园区，协助 APP 创新团队衔接创意与创业的断层并提高台湾 APP 产品竞争力，目前已成功育成 42 个团队，产出 50 件以上创新产品，其中成立 7 家新创公司，且多项产品获得海内外销售佳绩。后续将 APP 园区服务模式扩散各县市，整合区域产、官、学、研资源并支持区域完善创意开发与创业环境。

在创意人才培育上，台湾已有十年以上的产、学合作经验，并在诸如设计人才的培养上形成了一套自己的模式^①——既走国际化路线，又精英与普及并

^① 参见林磐耸《台湾翩翩公子人才培养经验值得大陆借鉴》，http://www.nihaotw.com/lajl/jqhd/201410/t20141024_977087.htm。

重。近年来，在数字产业领域，校企合作有所加强，西基及美商 R&H 公司与南台科技大学及远东科技大学等 13 所学校合作开办 3D 动画、视觉特效及游戏美术课程，提供学校教师培训与实习，促进动画产业南移并打造人才训练基地，加上地方政府大力推动电影、偶像剧等影视产业发展，结合地方文化创意资源，通过“以产带学、以学推产”的合作模式，打造数字娱乐中心。

港台的创意人才培育模式配合各种行业赛事，在人才的国际化视野、奖励机制、普及面和产学联动等方面，都有一定的优势；而广东地区大多采用的企业内部培训法，虽然能快速“上手”，但难免后劲不足。内地最不缺的是“人”（不一定是“人才”），因此不少企业采用“残酷”的用人战术，边做项目边学手艺并快速优胜劣汰。这样的工作环境，加上知识产权缺乏有效的保护机制，创新能力就可能受到抑制。人才培育方式无疑是广东需要向港台取经的地方。

至于澳门，“弹丸之地”要发展出“产业”来，也是件难事。不过数字媒体的应用已是普通人生活的一部分，以至于澳门莲花卫视别出心裁，在一档名叫《澳门开唱》的电视栏目中大胆引进草根手机视频自拍内容，将之应用于电视娱乐节目，也算是数字化时代一个融合创新的小小案例。

总之，在互联网时代，“前店后厂”的模式已经一去不复返了；但“墙里墙外”制度和平台的区隔一时也难以改变。在此，何故提出了“礼物理论”（Gift Theory），其精髓在于有系统地结合政府（Government）、业界（Industry）、民间（Folk）和学界（Teaching）的资源，发挥各自的才能，共同创造出具有市场价值的数字文化产品。“礼物理论”恐怕是适用于任何一个区域文化创意产业健康发展的必要条件。

本发展报告分为区域篇、游戏动漫篇、数字影视篇、数字音乐与出版篇以及网站篇五大部分，数据以 2012、2013 年为主，同时尽量收集了 2014 年的资料。来自广州、深圳、香港、台北四地的高校学者共同参与了本报告的撰写工作。深圳大学文化产业研究院为本书的出版提供了所有的研究和出版经费。本书无疑是网络化、数字化时代一个协同合作的产物。

丁 未 邱琪瑄 何 故

2014 年 12 月 1 日

目 录

区 域 篇

广东文化创意产业发展报告	丁 未 靖 杨 / 001
香港文化创意产业发展报告	伍翎瑄 丁 未 / 047
澳门文化创意产业发展报告	丁 未 邱 婕 / 081
台湾文化创意产业发展报告	邱琪瑄 陈韦利 / 097

游戏动漫篇

2013 年广州动漫行业发展报告	苏宏元 袁凌轩 / 132
2013 年广州游戏行业发展报告	苏宏元 张 臻 / 145
香港游戏产业与大陆合作机遇探讨	冯应谦 何 故 / 160
台湾地区动漫产业概况分析	陈韦利 邱琪瑄 / 171
台湾数字游戏产业发展现状分析	陈韦利 邱琪瑄 / 190
漫友：数字化助推原创力	李 玲 谭 天 / 207
腾讯游戏的运营模式与发展战略	史旻昱 姚园园 / 217
文化加科技：华强动漫成功因素分析	李 杨 / 229
银汉科技以并购实现产业升级	杨旦修 李 玲 赵 琦 / 240



数字影视篇

数字化推动的新影院市场

——以深圳为例	刘 辉	董娅楠 / 250
广州新影院市场分析	刘 辉	卢梦晋 / 262
台湾数字影院发展概况	黄羽麒	/ 272
深圳 IPTV 的市场发展及其思考	潘晓慧	/ 280
台湾数字电视结构转变与未来趋势	陈韦利	邱琪瑄 / 294
动新闻的第二世界	张 晓	/ 313

数字音乐与出版篇

数字出版行业的困局与破局分析

——以广东省出版集团数字出版有限公司为例	王 颖	林 冉 / 328
台湾数字出版产业现况分析	张宗洲	杨美玲 / 342
“滚石移动”领跑中国数字音乐	李 玲	谭 天 / 352
A8 音乐的数字化商业模式	周志民	姚园园 / 362
功夫在诗外		

——从雅昌商业模式看文化与科技融合创新	王 琛	莫书诚 / 374
---------------------------	-----	-----------

网 站 篇

广电网络电视业务发展路径与策略研究

——以中国时刻网为例	王建磊	/ 389
集体智能的网络新时代：网络用户生产新新闻的台湾经验	李明颖	/ 402
高登讨论区中的香港特色文化	伍翎瑄	丁 未 / 415

CONTENTS

General Report

Development Report on Cultural Creative Industries in Guang Dong

Ding Wei, Jin Yang / 001

Development Report on Cultural Creative Industries in Hong Kong

Wu Ling Xuan, Ding Wei / 047

Development Report on Cultural Creative Industries in Macao

Ding Wei, Qiu Jie / 081

Development Report on Cultural Creative Industries in Tai Wan

Qiu Qixuan, Chen Weili / 097

Game & Animation

The Animation Industry Development Report of Guang

Zhou in 2013

Su Hongyuan, Yuan Lingxuan / 132

The Game Industry Development Report of Guang

Zhou in 2013

Su Hongyuan, Zhang Zhen / 145

Potential Collaborative Opportunities Between Mainland China and Hong

Kong in Game Industry

Anthony Fung, Keith Ho / 160

Animation Industries Development Report of Taiwan

Chen Weili, Qiu Qixuan / 171

Digital Game Industries Development Report of Taiwan

Chen Weili, Qiu Qixuan / 190



- Comic fans: Digitization Boosts Creativity & Originality *Li Ling, Tan Tian* / 207
- Analysis on the Operation Model and Development Strategy
of Tencent Games *Shi Minyu, Yao Yuanyuan* / 217
- Culture + Technology: Analysis on Critical Success Factors
of Huaqiang Animation *Li Yang* / 229
- Promote Industry Upgrade through Mergers and Acquisitions
— *A Case Study of Yinban Technology* *Yang Danxiu, Li Ling and Zhao Qi* / 240

Digital Video and Television

- New Cinema Market Promoted by Digitization: Illustrated by the Case
of Shen Zhen *Liu Hui, Dong Yanan* / 250
- The Analysis of New Cinema Market in Guangzhou *Liu Hui, Lu Mengjin* / 262
- Digital Cinema Development Report of Taiwan *Huang Yuqi* / 272
- Study of Shenzhen IPTV Development Bottleneck and its
Solutions *Pan Xiaohui* / 280
- Report on the Transformation and Development Trend
of Taiwan Digital TV Industries *Chen Weili, Qin Qixuan* / 294
- The Second World of Action news *Zhang Xiao* / 313

Digital Music and Publication

- Analysis on the Digital Publishing Industry Dilemma and Breaking
— *Case Study by Digital Publishing Co., Ltd of Guangdong Province*
Wang Ying, Lin Ran / 328
- E-publishing Industries Development Report of Taiwan
Zhang Zongzhou, Yang Meiling / 342
- “Rock Mobile” Leading Digital Music in China *Li Ling, Tan Tian* / 352
- Digital Business Model of A8 Music *Zhou Zhimin, Yao Yuanyuan* / 362

Innovations from Cultural and Technological Integration

—*A Case Study of Artron Model*

Wang Chen, Mo Shucheng / 374

Articles about Website

Analysis on the Development Strategies of CATV Industry

—*Case study by s1979.com*

Wang Jianlei / 389

Collective Intelligence in the New Web: Case Study by User Generated

News in Taiwan

Li Mingying / 402

Analysis on the Characteristics of Hong Kong Culture

on Golden Forum

Wu Lingxuan, Ding Wei / 415

区域篇

General Report

广东文化创意产业发展报告

丁未 靖杨*

一 概况篇

广东以其特殊的地理位置和率先改革开放的勇气，成为中国南部文化创意产业的中心地。广东在文化产业方面具有诸多优势：产业起步早，早在 20 世纪 80 年代就开始了文化产业化；产业规模大，占 GDP 总量的比例高；市场化程度高；文化氛围宽容，集聚大量创意人才。^① 同时，借由岭南文化、中华文化与港澳文化、世界文化的三向互动，广东注重加强与港澳台的区域合作，文化产业发展走在全国前列。

根据中国人民大学文化产业研究院发布的《2013 年中国省市文化产业发展指数》^②，广东省的文化产业发展综合指数由 2012 年的第四位上升至第

* 丁未，深圳大学传播学院教授、文化产业研究院区域研究中心主任；靖杨，深圳大学传播学院硕士生。

① 单世联：《文化创意产业广东有很多发展优势》，《南方日报》2012 年 5 月 3 日，http://epaper.southcn.com/nfdaily/html/2012-05/03/content_7080298.html。

② 2013 年 11 月 9 日，由中国人民大学、文化部文化产业司联合主办的“文化中国：中国文化产业发展指数发布会”在中国人民大学举行，中国人民大学文化产业研究院向社会公开发布《2013 年中国省市文化产业发展指数》，这也是该研究院第四次向社会公开发布指数编制结果。



二位（见图1）。生产力指数方面，广东也由去年的第二位跃至第一位（见图2）。

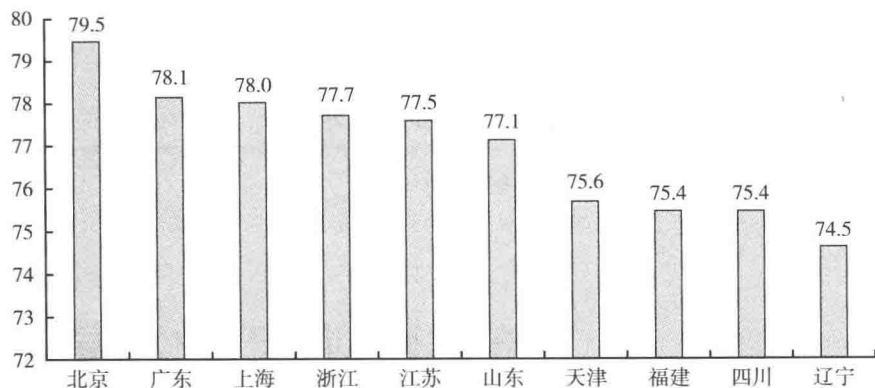


图1 2013年中国文化产业综合指数排名前十位的省市

资料来源：2013中国省市文化产业指数、文化消费指数发布，<http://shcci.eastday.com/c/20131112/u1a7769781.html>。

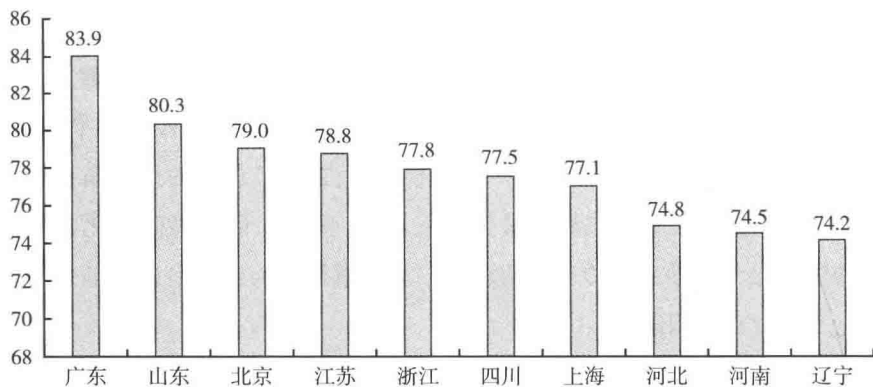


图2 2013年中国文化产业生产力指数排名前十位的省市

资料来源：2013中国省市文化产业指数、文化消费指数发布，<http://shcci.eastday.com/c/20131112/u1a7769781.html>。

数据显示，2013～2014年广东文化产业跃升全国第一。上海交通大学2014年7月29日发布的《2014：中国文化产业指数报告》公布了2014年全国文化产业发展“新十强”，依次为：广东、北京、江苏、上海、浙江、