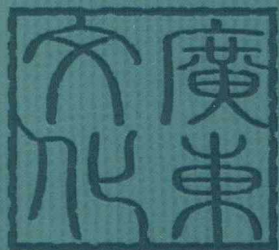


广东文化产业调研报告集

主编 ■ 方健宏



广东文化产业调研报告集

GUANGDONG WENHUA CHANYE DIAOYAN BAOGAOSHU

主编 ■ 方健宏

图书在版编目 (CIP) 数据

广东文化产业调研报告集 / 方健宏主编.

—广州: 南方日报出版社, 2006

ISBN 7-80652-497-5

I. 广... II. 方... III. 文化—产业—研究报告—广东省—2005 IV. G127.65

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 017452 号

广东文化产业调研报告集

主 编: 方健宏

出版发行: 南方日报出版社

地 址: 广州市广州大道中 289 号

电 话: (020) 87373998-8502

经 销: 全国新华书店

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 25

版 次: 2006 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 36.00 元

投稿热线: (020) 87373998-8503 读者热线: (020) 87373998-8502

网址: <http://www.nanfangdaily.com.cn> <http://www.southcn.com/ebook>

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换

编 委 会 名 单

顾 问: 蔡东士 钟阳胜 朱小丹 雷于蓝

主 编: 方健宏

副 主 编: 姚军毅

编 委: (按姓氏笔画排列)

马文荣 尹继红 方健宏 邓碧泉 叶健夫

刘启宇 刘少山 许木咏 何建平 吴 山

吴少瑜 张小华 李丹萍 杨苗青 肖又喜

陈颖明 麦淦华 林来平 林光英 罗川山

姚军毅 姚英杰 徐东涛 郭永航 顾智山

梁 健 黄少鹏 黄汉棣 蒋建成 谢名家

雷广财

执行编委: 刘启宇

编 辑: 喻春兰 陈 笑

出版说明

文化是一个民族的根，是一个民族的魂；文化是资本、是资源、是核心竞争力。当今世界文化与经济、政治相互融合的趋势，使文化的内涵和功能发生了重大变化，对经济和社会的作用方式出现了许多新的特点。文化产业因此应运而生，它作为文化生产的现代形态，对促进经济与文化更紧密结合，推动产业结构的战略性调整和经济增长方式的转变，提高社会生产力和综合国力具有极为重要的作用。

党的十六大在规划我国全面建设小康社会宏伟蓝图的同时，突出强调了文化建设的极端重要性，明确了文化产业的战略地位和目标任务，提出要“深化文化体制改革，积极发展文化事业和文化产业”。十六届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》进一步提出“完善文化产业政策，形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局和民族文化为主体、吸收外来有益文化的文化市场格局”。最近，中共中央、国务院《关于深化文化体制改革的若干意见》对推进文化体制改革，加快文化产业发展，建立现代文化市场体系作出了新的部署。

改革开放以来，广东的文化产业经历了一个从无到有、由小到大、从无明确形态和独立门类到形态完备、门类齐全，并逐步成长为国民经济新的增长点的发展过程。特别是近几年来，广东作为中央确定的全国文化体制改革综合试点省，认真贯彻落实党的十六大和十六届三中、四中、五中全会精神，以深化文化体制改革为突破口，加快文化大省建设，把发展文化产业作为全面建设小康社会，树立和落实科学发展观，解放和发展文化生产力，促进经济增长方式的转变，构建社会主义和谐社会的重要举措，精心组织、科学规划、全面实施，使全省文化产业进入了一个快速发展时期。目前，文化产业已成为广东的支柱产业，在促进我省“三个文明”建设，构建和谐社会，增强广东综合实力等方面发挥着越来越重要的作用。

为准确掌握我省文化产业发展规模、产业结构、整体效益等情况，正确把握文化产业在我省国民经济和社会发展中的地位和作用，为制定我省文化产业发展“十一五”规划做好基础性工作，省文化体制改革和文化大省建设领导小组于2005年在全省范围内组织开展了文化产业调研。全省各地级以上市文改办和省文化厅、省广播电影电视局、省新闻出版局、省统计局、省工商联、省社会科学院等单位高度重视，抽调专门力量，组成专题调研组，认真开展工作。各地各部门在广泛深入调研的基础上，分别形成了28个专题调研报告。

省委、省政府主要领导对这次全省文化产业调研给予了充分肯定。中共中央政治局委员、省委书记张德江同志在省文改办起草的《广东文化产业综合调研报告》上批示：“抓住机遇，调动各方面的积极性，把我省的文化产业做大做强。”省委副书记、省长黄华华同志批示：“此调研报告很好。近年来，我省文化产业发展势头良好，应继续努力，针对薄弱环节，采取得力措施，把文化产业做大做强，当前要争取文化服务业有个突破，其所占比重尽快达到和超过全国平均水平。”这对于我们进一步明确目标，清晰思路，加快文化产业的发展是一个有力的促进。

为及时总结和充分运用这次调研的成果，省文改办编辑出版了这本《广东文化产业调研报告集》。我们期望本书有助于全面了解和科学分析广东文化产业的现状和趋势，研究探索进一步促进我省文化产业发展的思路 and 措施，为各地、各部门制定文化产业发展战略和政策，推动文化产业发展提供较有价值的决策依据和政策建议，以利于推动我省文化产业的繁荣发展。

广东文化产业调研报告集

综合篇

广东文化产业综合调研报告

■ 广东省文改办

改革开放以来,广东的文化产业经历了一个从无到有、由小到大、从无明确形态和独立门类到形态完备、门类齐全,并逐步成长为国民经济新的增长点的发展过程。党的十六大后,党和国家明确将发展文化产业作为新时期建设中国特色社会主义先进文化、解放和发展文化生产力、构建和谐社会的重要任务,省委省政府作出建设文化大省的重要战略决策,并以广东作为全国文化体制改革综合试点省为契机,深化文化体制改革,繁荣文化事业,发展文化产业,使我省文化产业进入了一个快速发展时期。目前,我省文化产业在全省经济总量中所占比重大幅增加,对全省经济和社会发展的贡献明显增大,实际上已经成为我省新的支柱产业。

Part 1
综合篇

003

一、广东文化产业发展现状

(一) 主要特点

1. 文化产业规模居全国前列

目前,广东省的文化及相关产业规模在国内名列前茅,增加值和从业人数居各省市之首。据省统计局测算,2004年广东省文化及相关产业增加值达到1205.43亿元,从业人员177.29万人,综合国家统计局和省统计局2003、2004年有关数据,广东文化及相关产业增加值和从业人数占全国的比重分别超过20%^①和10%^②。另据有关材料,2004年北京

①2003年,全国文化产业增加值3576.72亿元,广东1008.72亿元,考虑到全国对有关行业进行了折算,广东也按50%进行折算,折算后的增加值为861.72亿元,占全国的24.1%。2004年暂无全国数据,但根据广东文化产业增长速度计算,文化产业占全国比重仍将超过20%。

②2003年,全国文化产业从业人员1273.72万人,广东185.48万人,占全国的14.6%。2004年因为暂无全国数据,但根据广东文化产业从业人员增长速度计算,文化产业占全国比重仍将超过10%。

市、上海市、浙江省文化及相关产业增加值分别为 290 亿元、445.73 亿元、669.70 亿元（含教育）；与国内文化产业发展较快的省市比较，我省在总量规模上优势明显（参见图 1）。

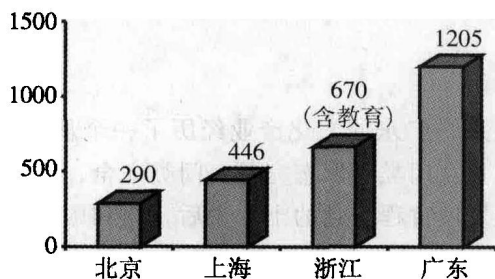


图 1 2004 年四省市文化产业增加值比较 (单位: 亿元)

2. 文化产业已成为我省的重要产业门类

经过 20 多年的发展，文化产业已经成为我省的一个重要产业门类和国民经济新的增长点，在广东的经济和社会发展中正发挥着越来越重要的作用。据我省第一次经济普查资料显示，2004 年广东文化产业增加值占 GDP 的比重为 6.6%。文化产业增加值对 GDP 增长的贡献率为 7.7%，拉动 GDP 增长 1.1 个百分点。全省文化产业单位总数 43094 个、从业人员 177.29 万人、实收资本 1379.35 亿元、资产总额 4258.70 亿元、营业收入 5943.29 亿元（除营业收入外，其余均不含个体经济）。2004 年全省文化产业单位总数、文化单位资产总额及营业收入分别比上年增长 12.4%、41.3%、36.3%，文化产业增加值比上年增长 16.9%（参见图 2）；文化产业增加值占 GDP 的比重比上年提高 0.1 个百分点。

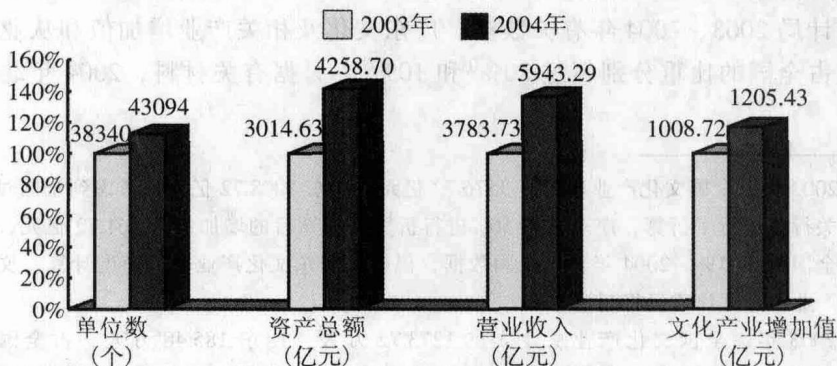


图 2 2003-2004 年广东文化产业增加值比较

3. 文化产业体系初步形成

改革开放以来,广东文化产业在发展过程中不断拓展新领域,形成了文化服务业、文化产品贸易业和文化产品制造业三大产业门类,构造了新闻服务业、出版发行和版权服务业、广电服务业、文化艺术服务业、娱乐业、会展业、广告业、旅游业、电子信息业、文化产品制造业等比较齐全的文化产业体系。截至2004年,以新闻出版、广播影视、文化艺术为核心的文化服务业单位数量14137个,从业人员23.73万人,实现增加值226.74亿元,占全省GDP和文化产业的比重分别为1.2%和18.8%;文化产品贸易业单位数量10337个,从业人员13.01万人,实现增加值177.32亿元,占全省GDP和文化产业的比重分别为1.0%和14.7%;文化产品制造业单位数量14477个,从业人员132.55万人,实现增加值801.37亿元,占全省GDP和文化产业的比重分别为4.4%和66.5%。

(1) 新闻服务业发展迅速。2004年,广东全省公开发行的报纸有135种,总发行量43亿份;期刊有364种,总发行量4.55亿册。全省组建了南方报业传媒集团、羊城晚报报业集团、广州日报报业集团、深圳报业集团、佛山传媒集团和家庭期刊集团,报业集团占全国总数的13%。《广州日报》、《羊城晚报》、《南方都市报》、《南方周末》等4种报纸发行量超百万份,广告收入超过1亿的报纸8种,全省报纸广告收入约达50亿元。期刊出版种数全国排第四位,期刊总印数和总印张均排在全国第一位,其中《家庭》、《家庭医生》、《人之初》3种刊物发行量超百万册。在国家期刊奖和全国百佳期刊评比活动中,广东连续多年名列前茅。

(2) 广播电视业发展态势良好。多年来,广东广电行业始终处于全国领先地位,综合实力名列前茅。其中总资产、净资产、经营收入和有线电视用户数等主要经济指标连续5年排名全国第一。截至2004年,全省广播电视行业资产总额183亿元,经营收入76亿元,规模总量约占全国广电行业的1/10。其中,省直广电系统广告收入从1998年的3.7亿增长到2004年的13.7亿,6年内增长了3.86倍;省级电台、电视台主营收入全国排名第一。

(3) 出版发行和版权服务业规模可观。目前,广东已成为我国出版发行业最活跃的地区之一。据不完全统计,改革开放以来,省新闻出版系统的总资产年均递增25.1%,销售收入年均递增19.1%,利润总额年均递增18.8%。全省拥有图书出版社21家,图书出版的综合实力居于全国上游水平,出版物市场各项指标居全国前列。2003年,全国图书销售总

额为 461 亿元,我省约占 12.5%;全国报刊销售总额为 380 亿元,我省约占 13%;全国进口报刊销售总额为 14.7 亿元,我省约占 13.6%,均位居全国第一。

我省共有音像出版单位 23 家、音像制作单位 72 家、光盘复制企业 40 家、各类光盘复制生产线 282 条。全省录音制品发行总量占全国的 1/10,录像制品种数和发行量在全国排第一位,光盘生产能力和市场占有率占全国半壁河山。

广东是全国规模最大、实力最强的印刷基地。全省共有印刷企业 17000 家,全省书刊印刷企业工业总产值为 25.82 亿元,工业销售产值为 21.99 亿元。

(4) 文化娱乐业增长显著。广州目前已成为与北京、上海齐名的国内演出市场“重镇”,文化休闲娱乐服务成为产业和消费热点。据统计,2004 年全省文化产业全年投资为 177.24 亿元,其中文化休闲娱乐服务投资 37.50 亿元,占文化产业投资的 21%,仅次于文化用品、设备及相关产品生产的投资,居第二位。

(5) 新兴文化产业异军突起。目前我省网络信息服务业拥有以微波、光缆、卫星传输、宽带网络等为主体的通讯网路,技术水准居国内领先地位。以动画卡通、网络游戏、手机游戏、多媒体产品等为代表的动漫游戏产业成为文化产业的新兴力量。广东在动漫产业方面具有良好的市场基础和人才优势,已初步形成以广州为中心的网络游戏产品研发、人才培养、产品运营、产品展示、产品出口、电子竞技的产业链。广州拥有天河软件园这一国内软件产业聚集度最高、发展最成熟、规模最大的国家级网游动漫产业基地,2004 年该园区在网络游戏方面的收入达到 6.1 亿元,约占国内网络游戏收入的 1/4。

(6) 文化产品制造业优势明显。广东是我国的文化产品制造和出口大省。在文化产品制造业中,比重最大的行业是家用视听产品制造业,该行业 2004 年增加值为 282.41 亿元,增长 23.4%,占文化产品制造业增加值的比重为 35.2%,占全部文化产业增加值的比重为 23.4%。其次是印刷、工艺美术品制造、玩具制造、文化办公用机械制造、机制纸及纸板制造,占文化产品制造业增加值的比重分别为 17.2%、13.3%、11.9%、10.0%、6.5%。

4. 民营文化企业不断发展壮大

近年来,民营资本迅速发展,已成为广东经济成长的重要战略资源。在文化产业中,民营资本也显示出生机活力。根据省统计局数据,2003 年我省民营文化企业单位数量 17869 个、从业人数 24.72 万人、营

业收入 5173260 万元、实收资本 2123516.7 万元、资产总额 4440720.4 万元，分别占全省文化企业总量的 46.61%、18.72%、13.67%、15.70%、14.73%（参见图 3），民营企业已经成为我省文化产业的重要组成部分。

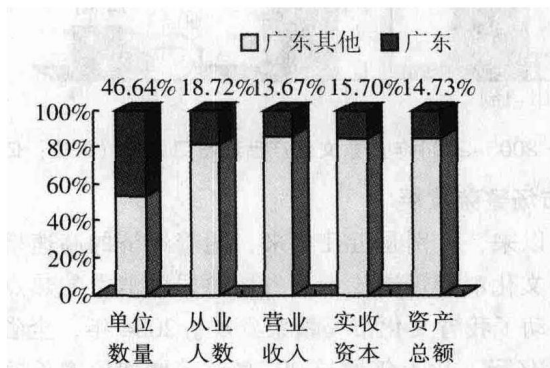


图 3 2003 年广东省民营文化企业有关指标占全省份额

民营资本主要进入的文化行业是文化产品制造、印刷、影视节目制作、演出娱乐、音像制作发行、出版物分销和广告业。其中，印刷业是广东民营资本最集中的文化行业之一，目前全省各类印刷企业中民营占了 80% 左右。在影视节目制作行业，随着我国新的《电影管理条例》颁布和电视台实行制播分离，民营资本已开始通过节目制作、栏目承包、投资电影拍摄等进入影视行业。在演出娱乐和音像发行行业，民营资本已占据了市场的大部分，目前市场上 80% 以上的音像制品由民营企业提供。在出版物分销领域，民营企业在发行网点中占多数，一般图书销售所占比重超过 50%。

5. 文化产品进出口活跃

广东是中国主要的文化产品制造基地，尤其是珠三角地区已发展成为世界知名的制造业中心，区内制造的许多文化产品在世界许多国家有很高的市场占有率，文化产品进出口稳步增长。根据海关统计数据整理分析，2004 年全省海关文化类产品进出口总额 435.88 亿美元，比上年增长 78.71 亿美元，增长 22.0%。其中，出口金额 361.02 亿美元，比上年增长 21.7%，进口金额 74.86 亿美元，比上年增长 23.7%（参见图 4）。

从出口看，2004 年全省排在前五位的分别是家用视听设备、游艺器材及娱乐用品、玩具产品、照相机及器材、美术工艺品；从进口看，排在前五位的分别是家用视听设备、信息化学品、照相机及器材、复印和胶印及洗印设备、纸及印刷品。

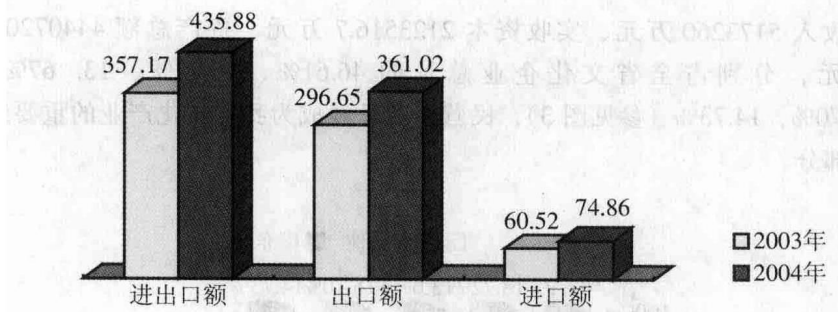


图4 2003~2004年广东文化产品进出口比较 (单位: 亿美元)

6. 文化市场繁荣发展

改革开放以来,特别是近几年来,随着经济的高速增长和人民生活水平的提高,文化消费逐渐成为我省城镇居民消费的热点,消费需求的不断扩大也推动了我省文化市场繁荣发展。2004年,全省文化服务业增加值达226.74亿元,比上年增长20.1%,其增加值增长速度分别比文化产品制造业和文化产品贸易业高1.5和13.5个百分点,继续保持较快增长势头。从文化产业各行业看,在增加值增长速度高于全省平均增长速度的21个行业中,有12个属于文化服务业,占总数的57.14%;在增加值增长速度超过40%的8个行业中,有7个属于文化服务业,它们分别是互联网信息服务、广播电视传播服务、其他计算机服务、广播、电视、电影、音像制作。我省文化消费庞大的市场容量和潜在的市场需求,将为经济强省和文化大省建设带来持续动力与巨大活力。

(二) 主要问题

总体上看,近年来广东文化产业发展取得了显著成绩。但同时也要看到,与广东目前的经济社会发展水平和地位相比,与先进兄弟省市相比,我省文化产业还存在不少差距,仍处于产业发展的初中级阶段。主要存在以下五个方面的问题:

1. 文化服务业发展相对滞后

文化服务业是文化产业的核心部分,其主要包括新闻服务、出版发行和版权服务、广播电视电影服务、文化艺术服务、网络文化服务和文化娱乐休闲服务等行业。文化服务业发展水平的高低是衡量一个地区文化产业发达与否的主要标志之一。近几年来,广东文化及相关产业增加值一直位居全国第一,文化产品制造业也居全国之首。但相比之下,我省的文化服务业发展相对滞后,面对当前群众文化消费大幅度增长,文化需求呈现多样性、多层次、个性化的趋势,缺少高质量、高品位,切

合文化市场需要的文化产品和服务。统计显示,广东文化服务业所占比重低于全国平均水平。2004年,全省文化服务业实现增加值226.74亿元,占文化产业增加值的比重仅为18.8%,占GDP的比重仅为1.2%(参见图5),低于全国1.5%的平均水平,与先进兄弟省市的指标相比差距较大。其中,上海市2004年文化服务业增加值为314.81亿元,占文化产业增加值的比重为70.6%,占GDP的比重为4.2%;浙江省2004年文化服务业增加值为447.57亿元(含教育),占文化产业增加值的比重为66.8%,占GDP比重为4%。

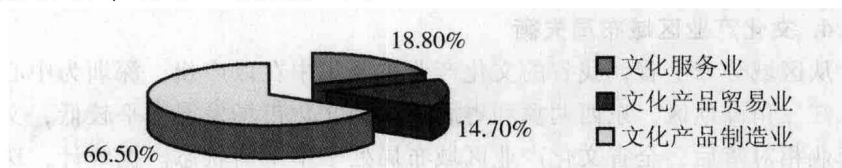


图5 2004年广东文化产业增加值内部结构

2. 文化产业集约化程度不高

广东文化产业的经营单位众多、规模偏小,经济效益和产业集聚化程度不高,总体上缺乏竞争力。2004年全省文化产业法人单位达43094个,但平均每个单位不足41人。从经营规模看,文化产业单位平均资产总额988.2万元,每天人均营业额不到800元。其中文化服务业产业单位人均年营业收入只有23万元左右,每天人均营业额只有600多元(参见表1)。

表1 2004年全省文化产业单位规模情况

	单位数 (个)	从业人数 (万人)	平均人数 (人/个)	平均年营业收入 (万元/个)	平均资产总额 (万元/个)
合计	43094	177.29	41	1198.8	988.2
文化产品制造业	14477	132.55	92	2161.8	1550.3
文化产品贸易业	10337	13.01	13	1439.9	851.4
文化服务业	14137	23.73	17	387.8	802.4

注:表中文化服务业只包括企业,不包括文化行政与事业单位。

3. 民营文化企业“小弱散”

近几年,我省民营文化企业发展较快,目前在数量上已占据全省的半壁江山。据全国第二次基本单位普查数据显示,在广东全部文化产业单位中,民营已占46.6%,国有仅占12.56%。但民营文化企业的经营范

围主要局限在文化用品、设备及相关文化产品的制造、销售和一些相关文化服务领域，其数量虽然比国有多，但规模普遍偏小，平均每家仅有19人，平均资产总额248.5万元，平均年营业收入289.51万元。民营文化企业不仅规模小、竞争力弱，不利于市场资源的有效利用和优化配置。而且法人治理结构不健全，管理模式落后，大部分中小企业未建立现代企业制度，采取“家族式”管理，专业人才缺乏、市场信息灵敏度低、经营管理水平较差、投融资渠道不畅，企业资金短缺、融资困难，成长发育缓慢。

4. 文化产业区域布局失衡

从区域分布上看，我省的文化产业主要集中在以广州、深圳为中心的珠江三角洲地区，东西两翼和粤北山区的文化市场发展水平较低，文化产业相对落后，全省文化产业区域布局处于不平衡状态。据统计，珠江三角洲地区集中了全省文化企业总数的73.2%，而粤东仅占14.5%，粤西仅占6%，粤北山区仅占6.3%（参见图6）。文化及相关产业各门类在珠江三角洲高度集中：广告业超过90%，文教体育用品、图书报刊分销业、娱乐服务业、出版业和文化艺术经纪与代理业均超过80%，印刷业占70%，其余行业均接近或超过半数。

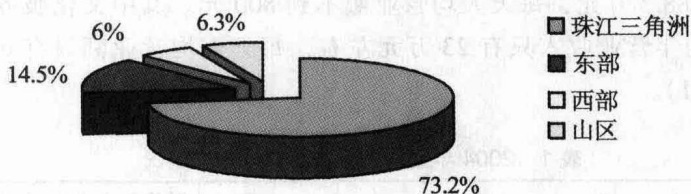


图6 2003年广东省文化企业区域分布

5. 内容产品国际贸易逆差严重

2004年，广东文化产品国际贸易顺差为286.16亿美元，但贸易顺差是建立在文化用品和设备制造业大量出口基础之上的。而文化产业的核心部分，如新闻服务、出版发行与版权服务、广播影视服务、文化艺术服务等内容文化行业存在着巨额贸易逆差。与全国一样，广东内容产品中图书、期刊、报纸、音像和电子出版物等均为进口额大于出口额，2003年进出口比例为7:1，其中引进和输出版权件数的比例将近11:1，国际贸易逆差严重。我省广播影视业、音像业、文化艺术业、休闲娱乐业的内容生产能力和原创能力也都相当薄弱，大量节目购自我国港台地区和海外。

二、广东文化产业面临的机遇和挑战

当前,随着国际国内宏观政治、经济和社会形势的变化和广东经济社会结构的战略性调整,以及中国加入 WTO 和经济全球化步伐的加快,我省文化产业的发展既获得了难得的机遇,又面临着严峻的挑战。如何抢抓机遇,应对挑战,进一步加快我省文化产业发展,这是一个重大而又紧迫的课题。

(一) 挑战

1. 国外优势文化企业和产品抢滩登陆,使我国的文化产业和文化安全面临威胁和挑战

经济全球化加速了文化产业的国际化进程,也使我国的文化产业发展面临严峻形势。中国加入 WTO 后,随着我国全方位开放态势的形成,西方发达国家的资本、文化产品开始以前所未有的规模和速度进入中国文化产业领域,跨国集团纷纷在中国抢滩登陆,对我国文化产业和文化安全造成极大的压力。其主要表现:一是西方发达国家的文化产品凭借产业和科技优势进入我国的文化市场,进一步挤压了民族文化产品的市场空间,不仅对我国文化企业的生存和竞争带来极大压力,而且造成了内容文化产品和服务进出口的不平衡。二是在开放的条件下,中国的文化资源不再为我国文化产业所独有,国际化的生产方式使传统上对物质资源的争夺转变为对文化资源的争夺。发达国家凭着对国际文化市场的控制,不断掠夺和加工别国的文化资源为自己牟利,我国的文化资源正在面临大量流失的危险。三是发达国家文化资本和跨国文化产业集团正加紧进入我国,由于它们熟悉市场规则和运作方式,在文化产业方面具有经验、技术、资金方面的优势,对我国刚刚起步、相对弱小的民族文化企业将是严重的威胁。四是随着经济全球化的迅猛发展,文化本身已经成为国家利益均衡的一个重要参数和力量,对文化市场的开发、控制和利用,对文化产业的调整、提升和转型,对文化观念的渗透和反渗透,对文化意识形态的入侵与反入侵,已经成为全球化背景下国家间利益争夺的重要内容。美国等西方发达国家凭借文化产业的优势,通过大量出口文化产品,普及它们的价值观和文化模式,这对我国的意识形态和文化安全构成了严重威胁和挑战。