

6



2018 中国文化产业 年度报告

范周 主编 齐骥 执行主编

CHINA
CULTURAL INDUSTRIES
ANNUAL REPORT



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位



2018 中国文化产业 年度报告

范周 主编 齐骥 执行主编

CHINA
CULTURAL INDUSTRIES
ANNUAL REPORT



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

2018 中国文化产业年度报告 / 范周主编. —北京: 知识产权出版社, 2018.4
ISBN 978-7-5130-5461-4

I. ①2… II. ①范… III. ①文化产业-研究报告-中国-2018 IV. ①G124

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第045291号

内容提要

本书旨在更好地总结2017年中国文化产业各行业发展整体情况,梳理文化产业市场主体在经济社会转型升级和推进供给侧结构性改革中的探索和实践,研判2018年中国文化产业改革创新的方向,提供文化新业态发展的智力支撑。

责任编辑: 李石华

责任出版: 刘译文

2018 中国文化产业年度报告

2018 ZHONGGUO WENHUA CHANYE NIANDU BAOGAO

范周 主编 齐骥 执行主编

出版发行: 知识产权出版社有限责任公司

电 话: 010-82004826

社 址: 北京市海淀区气象路50号院

责编电话: 010-82000860转8072

发行电话: 010-82000860转8101

印 刷: 北京科信印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

版 次: 2018年4月第1版

字 数: 350千字

网 址: <http://www.ipph.cn>

<http://www.laichushu.com>

邮 编: 100081

责编邮箱: 303220466@qq.com

发行传真: 010-82000893

经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

印 张: 21.5

印 次: 2018年4月第1次印刷

定 价: 58.00元

ISBN 978-7-5130-5461-4

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

前 言

党的十九大报告作出了“我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”的科学论断，报告还对新时代文化的地位和作用做了高度概括。在文化产业方面，党的十九大报告指出要“健全现代文化产业体系和市场体系，创新生产经营机制，完善文化经济政策，培育新型文化业态”。2017年，我国文化产业持续保持科学发展和健康增长，文化产业的增速仍高于同期GDP增速，以“互联网+”为主导的文化科技融合业态继续呈现出强劲的增长势头，创意思象力和互联网新技术不断带来文化产品和服务的加速迭代。十九大的全球意识和文化情怀，新时代的高点定位和文化自信，为我国文化产业立足于“不忘本来、吸收外来、面向未来”，在挖掘中华优秀传统文化，并以国际社会能接受的方法和形式，讲好中国文化故事，打开了新的视阈。

2017年，我国文化产业在新旧动能转化中发挥着关键性作用，对传统产业的关联和渗透进一步蔓延，为推动经济保持中高速增长、产业迈向中高端水平方面做出了更大的贡献。以供给侧改革为核心，过去一年，我国逐渐搭建起“四梁八柱”式的

文化体制改革制度框架，围绕文化领域供给侧结构性改革、文化行政审批制度改革、文化市场综合执法改革和文化领域行业组织建设不断推进，为文化产业发展营造了良好的体制机制环境，进一步解放和发展了文化生产力。

2017年，我国文化产业在促进消费和培育消费中发挥着创新性作用。2017年2月，文化部办公厅公布了第一批第二次国家文化消费试点城市名单，山西省太原市、江苏省苏州市等19个城市位列其中，加上第一批第一次26个试点城市，自2015年开始启动的该项工作在全国范围内共拥有45个试点城市。在文化部、财政部的共同指导下，文化消费试点城市在推进文化消费，促进产业升级的过程中，因地制宜，因地施策，围绕扩大文化产品和服务有效供给、推进惠民便民措施、提高文化消费便捷度、促进文旅体商融合发展等方面积极开展试点工作，成效显著，涌现出了诸多好的做法。这些试点措施也为经济结构转型起到了重要的推力作用。

2017年，我国文化产业在美好生活中体现出重要的力量。党的十九大报告做出了“我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”的科学论断，文化产业在解决发展不平衡不充分的主要矛盾的过程中，呈现出弹性适应和柔性蔓生的重要作用。在“文化+”的作用下，过去一年，文化企业、文化项目和文化园区“三大主体”建设齐头并进，特色小镇、田园综合体、旧厂房改造成的文化创意空间“三大载体”建设精彩纷呈，再造传统产业链条，也为打造更多个性化、分众化、多样化的产品和服务拓展了新思路。我国文化产业与工业、农业、旅游、体育、养老、教育等产业的融合进一步深入，并在脱贫攻坚和新型城镇化进程中发挥了积极作用。

2017年，我国文化产业开始从一种产业、一个行业形态，转向一种思维模式和一种平台理念。用文化产业的思维发展城市、营造生态、更新产业、复兴传统，已经成为一种共识，甚至是一种城市发展的默契。不管是旧厂房改造还是旧城区改造，不管是新型城镇化还是新区发展，包括雄安新区的设立，已经将建设一座卓越的文化之城作为共同的思想契约。这也让我们更加兴奋地期待未来，期待一个文化产业创造的更加美好的明天。

2018年，我们进入一个更加美好的年代，围绕美好生活的需求，创新发展文化产业，既是大势所趋，更能补齐文化产业发展的诸多短板，拓展文化产业的广度和

深度。2018年，秉持文化的自信，激发文化的热情，打开创新的大门，我们将进入一个文化蔓生、创意蔓延、创新创造蓬勃迸发的年代。我们要让文化力量成为一种全社会的价值导向、思维方式、生活习惯，让文化自信之火尽快形成燎原之势，推动创新驱动战略的深入实施，为美好生活赋予永恒的文化之光。

Handwritten signature in black ink, appearing to be the name '王康' (Wang Kang).

2018年3月

目 录

第一章 2017年中国文化产业概况	1
一、2017年中国文化产业发展的整体概况	1
二、2017年中国文化产业的发展情况	5
三、2017年中国文化产业发展的特点分析	13
四、2017年中国文化产业发展的突出问题	19
五、2018年中国文化产业的发展趋势	23
第二章 中国文化产业新业态与新趋势	28
一、2017年文化产业新业态发展概况	28
二、2017年文化产业新业态发展亮点	35
三、2018年中国文化产业新业态发展趋势	53
第三章 中国文化消费新特点与新趋向	57
一、我国文化消费整体情况	57
二、我国文化消费发展特点	61
三、我国文化消费发展趋势研判	66
第四章 中国创意城市研究报告	74
一、中国创意城市概况	74
二、我国创意城市的特点	83
三、我国创意城市未来发展趋势	88
第五章 中国文化贸易研究报告	94
一、文化贸易发展的整体情况	95
二、文化贸易发展的主要特征	104

三、文化贸易发展的主要问题	110
四、文化贸易的未来发展趋势	112
第六章 新闻出版发行服务研究报告	115
一、态势与亮点	115
二、问题与挑战	121
三、趋势与未来	125
第七章 中国广播电影电视服务研究报告	129
一、广播产业研究报告	129
二、电影产业研究报告	140
三、电视产业研究报告	151
第八章 2018年文化艺术服务发展报告	162
一、文化艺术服务发展现状	162
二、文化艺术服务发展特征	177
三、文化艺术服务发展趋势	181
第九章 2017年文化信息传输服务业报告	184
一、文化信息传输服务业年度发展概况	184
二、文化信息传输服务业发展动因分析	193
三、文化信息传输服务业发展趋势	195
第十章 2018年中国文化创意和设计服务研究报告	200
一、文化创意和设计服务行业发展特征	200
二、文化创意和设计服务发展特点	210
三、文化创意和设计服务发展的趋势	215
第十一章 中国文化休闲娱乐服务研究报告	219
一、文化休闲娱乐服务行业现状分析	220
二、文化休闲娱乐服务行业存在的问题	233
三、文化休闲娱乐服务行业的发展趋势	239
第十二章 2017年中国工艺美术品行业年度报告	245
一、2017年中国工艺美术品行业发展现状	245
二、中国工艺美术品行业的发展机遇	252

三、中国工艺美术品行业存在的问题	254
四、中国工艺美术品行业发展的对策建议	256
五、中国工艺美术品未来发展趋势	260
第十三章 2017年中国文化产业园区发展报告	263
一、文化产业园区的发展概况	264
二、文化产业园区的发展亮点	269
三、文化产业园区的现存问题	272
四、文化产业园区的战略机遇	273
五、未来文化产业园区的几点建议	276
第十四章 “文化产业与人工智能”融合发展研究报告	278
一、人工智能：国际竞合的新焦点	278
二、“文化产业+人工智能”的增值空间	283
三、“文化产业+人工智能”的创新实践	287
四、“文化产业+人工智能”的几点思考	291
第十五章 中国博物馆文化创意产品开发研究报告	294
一、博物馆文化创意产品开发现状	294
二、博物馆文化创意产品开发新进展	303
三、博物馆文化创意产品开发工作面临的问题	307
四、提升博物馆文化创意产品开发的策略建议	309
第十六章 中国保护利用老旧厂房拓展文化创意空间研究报告	315
一、保护利用老旧厂房拓展文化创意空间实践	316
二、我国保护利用老旧厂房拓展文化创意空间的模式和特点	322
三、保护利用老旧厂房拓展文化创意空间的建议与对策	326
后记	330

第一章 2017年中国文化产业概况

十九大的胜利召开带领人们步入全面建成小康社会、全面建成社会主义现代化强国的中国特色社会主义新时代，中国特色社会主义文化被正式列入党章，与制度、道路、理论、体制放在并列位置，体现出党和国家对文化的经济价值与社会价值的认知程度与重视程度迈上新台阶。十八大以来，我国文化产业的增加值始终保持着两位数的快速增长，据国家统计局的统计数据，2017年我国全年国内生产总值首次突破80亿元，达到82.7万亿元，比上年增长6.9%。^①其中，据对全国规模以上文化及相关产业5.4万家企业调查，2017年前三季度，上述企业实现营业收入67618亿元，比上年同期增长11.4%（名义增长未扣除价格因素），增速提高4.4个百分点，依然保持较快增长。^②我国文化产业的发展正逐渐从数量增长向质量增长转变，文化产业体制机制不断完善，产业转型升级增势强劲，产业发展集聚化、数字化、融合化、特色化趋势显著。

一、2017年中国文化产业发展的整体概况

2017年我国文化产业仍然保持高速增长态势，产业规模不断提升、文化产业融合更加深入、政策红利成效显著、文化立法重磅出击、文化消费试点先行、文化自信凝心聚力、文化安全得到重视、文化走出去纵深推进，不断向世界讲好中国故

^①国家统计局.2017年经济运行稳中向好、好于预期[EB/OL].(2018-01-18)[2018-01-20].http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201801/t20180118_1574914.html.

^②国家统计局.2017年前三季度全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增长11.4%[EB/OL].(2017-10-30)[2017-12-20].http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201710/t20171030_1547444.html.

事、传播中国声音、阐释中国特色、展示中国形象，文化软实力得到增强。在政策驱动、资金导向、技术革新、需求升级的多重因素带动下，文化产业对经济发展的牵引力、驱动力更为明显，文化产业正以其日渐丰富的产业形态在人们日常生活中占据越来越重要的位置。

从国家导向来看，首先，文化政策宏观定调指引发展方向，一是系列政策联动实施。2017年作为“十三五”时期发展的重要一年，在《国家“十三五”文化发展改革规划纲要》的指引下，文化产业、文化事业、文物保护、公共文化服务等一系列细分领域规划在2017年相继出台。二是积极推动文化新业态创新发展。自2016年年底数字创意产业被正式纳入国家战略性新兴产业以来，数字创意产业的发展热度有增无减，并在4月份将“数字文化产业”以政策发布的形式向社会传递发展数字创意产业的明确信号。

其次，文化法制监管路线更加明晰。一是文化立法全面开花。2016年颁布《公共文化服务保障法》《电影产业促进法》，2017年两部法律正式实施，此外《国歌法》《公共图书馆法》同样于2017年颁布通过，文化立法步伐加快，文化产业母法颁布指日可待。二是文化监管多措并举、真抓实干。值得注意的是，2017年国家在指导文化产业发展方向、鼓励文化新业态不断涌现的同时，也加大了对新业态的监管力度，在网络视听市场、营业性演出票务市场、迷你歌咏亭市场、点播影院院线行业等新兴文化业态作出及时的规范治理，摆脱文化新业态发展诟病的阻碍，促进文化的法制化规范、制度化监管日益完善，产业政策时效性不断增强。

最后，文化发展体系化、体制化建设明显优化。在经济进入新常态、改革进入深水期、全面建成小康社会攻坚期的背景下，十九大报告明确指出要建立健全现代文化产业体系、现代文化市场体系和现代公共文化服务体系建设。增强文化产业发展的体系化建设是目前文化产业发展的重点内容和主要内容。此外，新时代下文化产业体制改革蓝图更加清晰，在文化领域“四梁八柱”性质的改革主体框架基本形成的前提下，2017年文化体制改革驶向纵深，坚持落实双效统一、规范文化国资评估交易、推进国资监管“放管服”改革、探索国资预算改革等在中央文化企业、文化行业协会、公共文化机构、国有文化资产等方面的深度布局。

从文化产值来看，首先，从产业类别发展情况看。由表1-1、表1-2可知，2017年上半年代表文化产业发展主体的“文化相关产品的生产”创造的收入为

23711元，较去年同期16403亿元同期增长19.8%，而作为文化产业发展主体的“文化产品的生产”上半年规模以上文化企业营业收入为20163亿元，较去年同期增长22.9%，其增幅明显高于“文化相关产品的生产”。同时，不可忽视的是，两年来我国“文化相关产品的生产”比重均高于“文化产品的生产”比重，表明我国文化产业发展目前仍然处于“微笑曲线”理论中产业链的低端，其文化产业的竞争力仍然欠缺。文化产业的产品附加值、知识产权意识、品牌与服务意识仍需进一步提升。

表1-1 2017年上半年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入情况

文化产业企业营业收入	绝对额(亿元)	比上年同期增长(%)
总计	43874	11.7
文化产品的生产	20163	22.9
文化相关产品的生产	23711	19.8
东部地区	32857	11.6
中部地区	7039	11.1
西部地区	3494	16.3
东北地区	484	-2.5

注：1.表中速度均为未扣除价格因素的名义增速。

2.表中部分数据因四舍五入的原因，存在总计与分项合计不等的情况。

表1-2 2016年上半年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入情况

文化产业企业营业收入	绝对额(亿元)	比上年同期增长(%)
总计	36187	7.5
文化产品的生产	19784	
文化相关产品的生产	16403	
东部地区	27122	7.1
中部地区	6019	12.0
西部地区	2554	9.9
东北地区	473	-7.0

注：1.表中速度均为未扣除价格因素的名义增速。

2.表中部分数据因四舍五入的原因，存在总计与分项合计不等的情况。

其次，从地区发展情况看，尽管我国各个地区的文化产业发展情况均是向好向

上，就2017年上半年数据来看，东部地区收入情况为32857亿元，同比增长11.6%；中部地区7039亿元，同比增长11.1%；西部地区3494亿元，同比增长16.3%；东北地区484亿元，同比增长-2.5%。可以看出，我国西部地区增幅要高于东部地区与中部地区，说明我国文化产业区域差异正在缩小。但不容忽视的是，西部地区与中部地区收入情况与西部地区与东北地区的差距仍然较大，区域发展不平衡问题仍然制约着我国文化产业的良好健康发展。

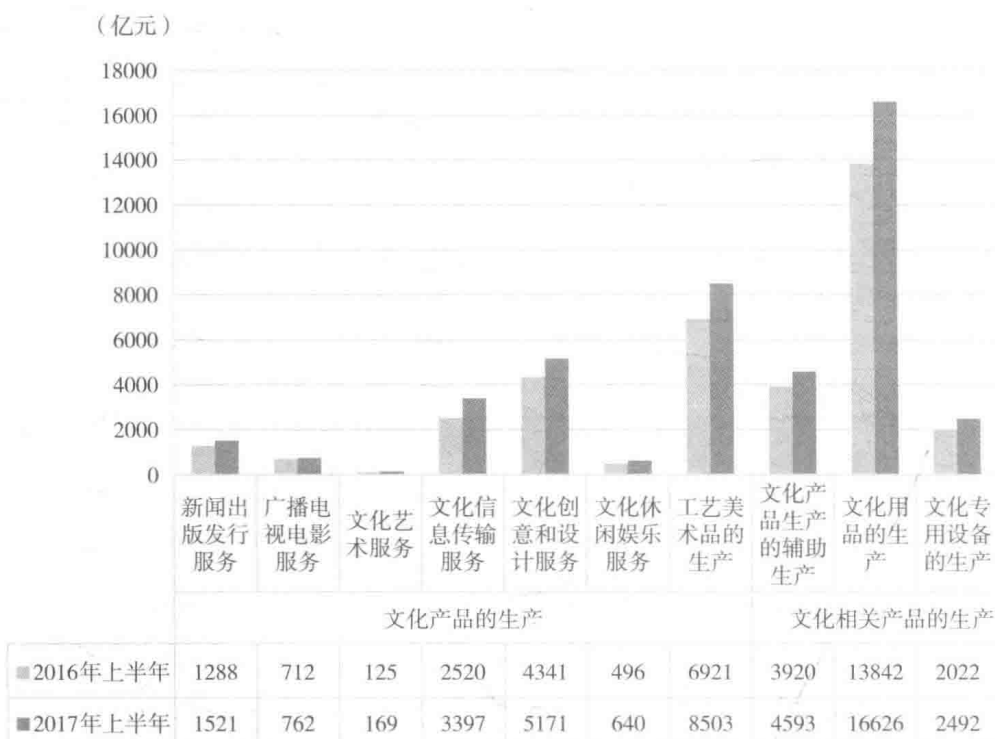


图1-1 2016—2017上半年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入情况对比

最后，从各个细分领域发展情况看，如图1-1所示，文化及相关产业10个行业的营业收入均实现增长。其中，实现两位数以上增长的6个行业分别是：以“互联网+”为主要形式的文化信息传输服务业营业收入3397亿元、增长32.7%，文化休闲娱乐服务业640亿元、增长16.8%，文化艺术服务业169亿元、增长14.7%，文化用品的生产16626亿元、增长13.2%，工艺美术品的生产、文化产品生产的辅助生产分别为8503亿元、4593亿元，均增长10.5%。而2016年全年仅有3个行业保持两位数增长，从去年的3个行业到今年上半年的6个行业，2017年文化用品的生产、

工艺美术品的生产和文化产品生产的辅助生产全线复苏，表明文化服务和文化产品“双轮驱动”，文化产业整体回归快速发展轨道。^①

二、2017年中国文化产业的发展情况

（一）新闻出版服务业发展概况

在供给侧结构性改革和文化体制机制改革不断深化的背景下，2017年我国新闻出版行业的战略思路和产业结构也随之调整。目前，我国日报发行量、图书出版量位居世界首位，数字出版、印刷业整体规模均居世界第二，我国已经成为名副其实的新闻出版大国。^②2017年7月12日，中宣部部长刘奇葆出席全国出版工作会议，提出推动我国从出版大国向出版强国迈进的战略思路，新闻出版服务业在技术变革、机制调整、业态创新等新背景下蓄势待发。

第一，实体书店全面开花，业态升级推动大发展大繁荣。自2016年中央11部委联合下发的《关于支持实体书店发展的指导意见》出台以后，实体书店已经从前两年的“倒闭潮”中逐渐回暖，呈现出连锁化、地产化、多元化发展的新趋势。在政策红利下，旧书店重装开业，新书店也如雨后春笋般涌现。据不完全统计，2017年新开实体书店超过100家，仅上半年就多达60家。

第二，媒介融合驶向深水区，现象级融媒体产品层出不穷。各级新闻媒体为了增强对重大时政报道、主题主线宣传报道的吸引力和新闻传播力，在内容、形式和手段上不断寻求创新突破，报网端微涌现出一批传播广、点击量高、口碑好的优秀作品，现象级融媒体产品层出不穷。2017年人民日报社新媒体中心推出H5产品“我的军装照”，从7月29日晚发布到8月1日中午12时，活动页面总浏览量已达4.67亿，创下了人民日报新媒体H5浏览量最高纪录。新技术加持、政策导向驱动等因素使我国主流媒体在意识形态上的领导全更为凸显。

第三，上市融资突飞猛进，中国出版进入资本运作大年。从行业周期性发展和资本运营综合视角看，2017年可谓中国出版业资本运作的“大年”。这一年，中国

^①光明日报. 如何看当前文化产业发展态势——2017年上半年文化产业数据评析[EB/OL]. (2017-08-12) [2018-01-03]. http://www.360doc.com/content/17/0812/13/1302411_678625738.shtml.

^②数据来源:国家新闻出版广电总局。

科传、新经典、中国出版、掌阅科技、世纪天鸿5家出版企业相继过会，出版业年度上市企业数量创新高，还有数家出版企业在上市排队中。

第四，新闻从业人员的社会化传播趋势导向。根据新闻出版总局公布的数据显示，我国持证记者人数2017年增速有所减缓，其中报纸记者人数减少了246名。^①尽管专业新闻从业者数量有所减缓，但值得注意的是，2017年社会化传播者大量涌现，媒体技能“去专业化”，新闻发布渠道“去中心化”，使得以自媒体人、政务新媒体、短视频投稿用户等草根大众化的新闻传播者影响力增强。截至2017年10月初，中国政府网、最高检、公安部等65000家各级党政机构进驻头条号，平均每周发文7万篇，推荐人次超过24亿。^②

第五，知识付费迎来风口，知识服务拓宽数字出版领域。2017年，知识付费用户规模从上一年度的5000万增至1.88亿。^③对出版业而言，知识付费的兴起虽然颠覆了以往的知识传播方式和商业模式，但与此同时也带来了新的行业发展机遇。

（二）广播电影电视服务业发展概况

从广播行业发展状况看，与2016年相比，2017年上半年全天时段广播收听率为4.15%，环比降低势头仍未停止，相比2016年全年，跌幅已经达到了13.4%^④。第一，差异化竞争格局基本实现。当今广播市场三足鼎立，形成差异化的竞争格局。第二，移动端收听比重越来越大。2017年移动电台用户规模达到2.6亿，根据预测，到2020年，移动电台用户规模将达到3.8亿，尽管增长幅度有所下降，但总体是处于正增长的状态。移动电台App下载量上，喜马拉雅以4000万的下载量位列第一。^⑤第三，资本运营提升广播行业的竞争力。资本运营让广播行业开拓了与其他行业合作的渠道，通过投资其他公司盘活资金流，传统电台有机会进入新媒体，新媒体也可以给予传统电台资金支持，深化二者的合作。第四，大数据的广泛应用。

^①数据来源：国家新闻出版广电总局。

^②今日头条总编辑。今日头条是国内内容建设投入最大的信息平台[Z]. 钛媒体, 2017-10-23.

^③艾媒咨询. 艾媒报告: 2017年中国知识付费市场研究报告[EB/OL]. (2017-12-05)[2017-12-19]. <http://www.iimedia.cn/59925.html>.

^④收视中国. 2017年上半年广播收听市场简要回顾[EB/OL]. (2017-11-29)[2017-12-28]. https://m.sohu.com/a/207283812_708049/?pvid=000115_3w_.

^⑤速途网络研究院. 2017年Q1移动电台行业报告[EB/OL]. (2017-04-19)[2017-12-28]. <https://item.btime.com/407h4roujsjq97b85q768n72ult3>.

大数据在广播的应用越来越突出,2017年多家广播电台与百度地图合作,目前已经有40多家广播电台应用了百度地图的大数据,百度地图的实时数据助力交通广播,为出行的听众提供合理路线,避免拥堵。^①第五,广播受众群体细分趋势明显。大数据的应用和用户对服务性要求的提高,使越来越多的电台细分受众,实行精准营销。

从电影行业发展状况看,第一,票房收入总体仍呈上升趋势。2017年全国电影总票房突破559亿,较2016年同期上升13.45%。第二,国产电影上座率更高。国产电影上座率呈稳定上升趋势,连续5年上座率高于进口片。截止到2017年11月20日,国产电影上座率达到15.5%,进口片仅11.9%。第三,影市发展趋向良性优化。2017年电影市场更趋于理性发展,越来越多的制作精良的影片出现在荧幕上,得到更多关注。第四,全国影院、银幕不断增加。2017年全国电影院数量将达到10140家,比2016年增加1323家,银幕数量有望突破50000块。第五,中国稳居全球第二票仓。纵观2017年上半年全球票房,美国依然以55.21亿美元电影票房稳居全球第一票仓,中国则以29.68亿美元超过日本6.89亿美元成为全球第二票仓。

从电视行业发展状况看,第一,电视媒体广告有所回稳,数字媒体广告进入成熟稳定期。2017年前三季度,中国广告市场总体向好,增幅为1.5%,较2016年0.1%的同期增幅有明显增大。^②由于户外生活圈媒体更加贴近受众的生活圈,因此不少行业都在生活圈媒体投放广告,使数字媒体广告在今年上半年保持良好的增长趋势,电梯电视媒体的广告花费同比上涨了18.9%,电梯海报媒体的广告花费同比上涨10%。^③第二,有线数字电视传播通路继续下滑,IPTV、OTT TV明显上升。2017年我国的电视传播通路分化格局进一步加剧,有线数字电视用户比例连续两年下滑,跌破60%,亟须转型发展。第三,台网联动深化,合作模式日渐成熟;网剧反输二、三线卫视黄金档,并且蔓延到一线卫视,2017年上半年,有多部作品以“先网后台”的模式进入二、三线卫视黄金档,并且在二、三线卫视也取得了较好的收视成绩;电视周播剧场重播网剧成常态;网台融合促进合作共赢。第四,电视剧、电视新闻独占鳌头,网剧网综小幅波动。2017年,央卫视频道共播出电视剧

① 砍柴网.百度地图大数据撒豆成兵 众广播电台点赞“AI路况情报员”[EB/OL].(2017-12-04)[2017-12-28].<http://news.ikanchai.com/2017/1204/180100.shtml>.

② 数据来源:CTR媒介智讯 <http://www.qmtmedia.com/yejieshuju/29-604.html>.

③ 数据来源:CTR媒介智讯 <http://www.ctrchina.cn/insightView.asp?id=2179>.

700余部，电视剧以超高喜爱率成为观众的最爱。观众对网剧的喜爱度依然很高，与2016年的57.3%相比同期增长了3%，对于综艺娱乐类节目的喜爱虽与2016年的48.6%相比同期下降了2.2%，但依然以46.4%的喜爱度位列第二。

（三）文化艺术服务业发展概况

2017年文化艺术服务业发展依然保持着快速增长的趋势。2017年从文化艺术服务业整体发展状况来看，我国文化艺术服务业在前三季度收入达到283亿元，比去年同期增长16.3%，高于文化及相关产业企业营业收入增长率11.4%。由此可以看出，2017年我国文化艺术服务业已经迈入高速增长期。

从文艺创作与表演服务整体发展状况来看，2017年文艺创作与表演服务行业持续升温，演出场次、票房收入、观众人数都比去年同期增长。第一，各个垂直细分市场百花齐放。截止到2017年上半年，专业剧场演出总场次突破4万场，比去年同期上升16.81%，票房总收入34.01亿元，比去年同期上升13.52%。第二，戏剧走进地方生产的商业模式逐渐成熟，戏剧演出主要集中在北京、上海、广州等特大城市的局面正在逐渐被打破。第三，互联网、科技融合推动文艺创作与表演服务不断创新。第四，文艺创作与表演服务与旅游业融合不断深入。

从图书馆、档案馆服务发展状况看，2017年，我国图书馆、档案馆服务继续稳步向前发展，总分馆制继续推进，图书馆业机构数量在2016年年末达到3153个，国家综合档案馆数量达到3336个，博物馆数量达到4826家，在国家文物局公布的2016年度全国博物馆名录当中，有87%的图书馆已经实现了免费开放。图书馆、博物馆等文化场馆的服务功能不断优化升级，服务模式更加多元开放，文创产品开发愈加活跃，同时，多方力量的参与将文化场馆服务质量推上了一个新的台阶。

从文化遗产保护服务发展状况看，2017年我国文化遗产保护服务取得突破性进展。文化文物机构达到310641个，比2015年增长11492个，在可移动文物保护方面，5年来累计完成可移动文物修复和博物馆藏品预防性保护项目1000余项，修复文物4万余件。

从群众文化服务的整体发展来看，2017年群众文化服务建设在稳步推进的同时，更加注重群众的文化需求，通过技术手段，整合文化信息资源，实现“政府端菜”与“群众点菜”相结合，服务效能进一步优化。群众文化阵地建设稳中有进，