

中国文化企业发展报告

——来自上市公司的数据分析

潘爱玲 李彬 等著



中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

本书作者感谢国家社科基金重大项目“完善现代文化市场体系与培育骨干文化企业研究”（项目号：14ZDA051）、泰山学者工程专项和山东大学青年团队项目的支持和资助

中国文化企业发展报告

——来自上市公司的数据分析

潘爱玲 李 彬 等著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

中国文化企业发展报告：来自上市公司的数据分析/
潘爱玲等著. —北京：经济科学出版社，2018.5
ISBN 978-7-5141-9344-2

I. ①中… II. ①潘… III. ①文化产业-企业发展-
研究报告-中国-2007-2015 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 104516 号

责任编辑：于海汛 刘战兵

责任校对：靳玉环

责任印制：李 鹏

中国文化企业发展报告

——来自上市公司的数据分析

潘爱玲 李 彬 等著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142

总编部电话：010-88191217 发行部电话：010-88191522

网址：www.esp.com.cn

电子邮件：esp@esp.com.cn

天猫网店：经济科学出版社旗舰店

网址：http://jjkxbs.tmall.com

北京季蜂印刷有限公司印装

710×1000 16 开 17.75 印张 290000 字

2018 年 7 月第 1 版 2018 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5141-9344-2 定价：49.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换。电话：010-88191510)

(版权所有 侵权必究 举报电话：010-88191586)

电子邮箱：dbts@esp.com.cn)

潘爱玲

山东大学管理学院教授，投融资研究中心主任，资本运营与管理创新研究院院长，博士生导师，新世纪百千万人才工程国家级人选，享受国务院特殊津贴专家，



教育部新世纪优秀人才，山东省智库高端人才首席专家。主要研究方向为公司并购、文化产业投融资、文化企业成长。主持国家社科重大招标课题“完善现代文化市场体系与培育骨干文化企业研究”和国家社科基金重点课题“文化企业兼并重组的实现路径与效应评价研究”。在《会计研究》《南开管理评论》等期刊发表论文 80 余篇，出版专著 2 部，专著入选 2013 年度“国家哲学社会科学成果文库”，并获山东省社会科学优秀成果重大成果奖。

李彬

山东大学管理学院副教授，硕士生导师，主要研究方向为公司并购与财务治理、文化企业投融资行为。目前已主持完成国家自然科学基金青年项目、教育部人文社科



青年项目以及中国博士后基金面上项目等项目 10 余项。在《南开管理评论》《会计研究》《中国工业经济》等核心期刊发表论文 20 余篇；与潘爱玲教授合作专著入选“国家哲学社会科学成果文库”，并获山东省社会科学优秀成果重大成果奖，论文获山东省社会科学优秀成果二等奖；2015 年入选山东省高端会计人才（学术类）培育计划，2017 年入选山东大学青年学者未来计划培育项目。

中国文化企业发展报告

——来自上市公司的数据分析

封面设计：陈宇琰

序 言

大力发展文化产业，将文化产业打造成为国民经济支柱性产业，对于推动我国经济发展、调整产业结构、实现新旧动能转换、增强文化软实力具有重要意义。在政策引导和市场竞争的推动下，文化产业的发展迎来了新的战略机遇期，日益受到政府、市场和学界的关注。

当前关于文化产业的书籍大多集中在宏观和中观层面，从企业微观层面进行深度研究的著作并不多见。基于此，本书以全部上市文化企业为研究对象，通过手工整理、数据挖掘等多种方式，基于各企业八年的年报和其他公开数据，多角度、全方位地梳理和分析了文化企业的发展现状，为全面了解文化产业的发展提供了数据支撑。本书分为文化企业经营哲学、文化企业成长源泉、文化企业发展模式、文化企业经营环境四大主题，涵盖文化、战略、核心竞争力、商业模式、融资、并购、出口、风险和税收政策等九个专题。本书具有以下特色：

第一，在《文化及相关产业分类》标准的基础上，根据筛选出的上市文化企业，依托年报、公司网站和其他公开资料披露的信息，通过对数据的采集、整理、归纳，从以下多个维度进行研究：从企业文化和战略视角研究文化产业的发展导向与方向；从核心竞争力和商业模式视角研究文化产业的优势与特色；从融合和并购视角研究文化产业资金来源和产业走向；从企业风险视角研究文化产业面临的发展障碍；从税收优惠视角研究政府政策与

文化产业发展的匹配；从出口视角探究我国文化产业在国际社会的地位。

第二，本书依托国家社科基金重大课题，充分发挥团队研究优势。本书总策划人潘爱玲教授正在主持国家社科基金重大课题“完善现代文化市场体系与培育骨干文化企业研究”，在本书编写过程中，研究团队手工搜集了上市文化企业的财务数据和非财务数据，建立了我国上市文化企业基础数据库，为本书的撰写奠定了扎实的理论和素材基础。另外，本书中的很多数据无法从现有数据库直接获得，而是通过大量的手工整理获得，但每个专题都是基于大样本数据进行机理分析，皆具有创新性。

本书由山东大学管理学院博士生导师、文化产业研究院副院长潘爱玲教授和硕士生导师李彬副教授共同策划并拟定大纲。其中，总论由潘爱玲撰写；专题一由李煜、李英男和潘爱玲撰写；专题二由丁晓含、刘昕和李彬撰写；专题三由刘见敏、刘章潇和李彬撰写；专题四由刘淼、贾哲撰写；专题五由仝育鸣、王自牧和刘昕撰写；专题六由郑璐燕、申宇和秦淑倩撰写；专题七由郑璐燕、吴岩和潘爱玲撰写；专题八由周彤、李京伟撰写；专题九由史聪聪、刘晓和李彬撰写。

感谢经济科学出版社为本书出版所付出的心血和努力。

书中若有不妥之处，恳请广大专家和读者指正！

作者

2018年1月29日

目 录

总论	1
----------	---

第一篇 文化企业经营哲学

专题一 企业文化：理念与灵魂	11
----------------------	----

专题二 企业战略：成长与嬗变	31
----------------------	----

第二篇 文化企业成长源泉

专题三 核心竞争力：异质资源与创新能力	55
---------------------------	----

专题四 商业模式：多元经营与价值创造	83
--------------------------	----

第三篇 文化企业发展模式

专题五 多维融资：平台搭建与资本渗透	113
--------------------------	-----

专题六 并购重组：资源整合与多元协同	140
--------------------------	-----

专题七 文化出口：跨越“文化鸿沟”与国际竞争力提升	174
---------------------------------	-----

第四篇 文化企业经营环境

专题八 经营风险：识别与管控	209
----------------------	-----

专题九 税收政策：“质”与“量”齐进	246
--------------------------	-----

参考文献	273
------------	-----

总 论

一、研究背景和意义

文化产业这一概念作为一个特定的文化范畴，是一种立足于当今社会，借助现代化工具进行大批量生产的文化活动，是市场经济条件下繁荣发展社会主义文化的重要载体。随着“文化软实力”概念的日益兴起，文化产业作为 21 世纪的朝阳产业，已然成为各个国家文化和价值观最好的展现和竞争舞台。“软实力”一词最早由美国著名政治学家约瑟夫·奈提出，其认为“软实力”主要是指“文化吸引力、意识形态、政治价值观以及在国际社会制定规则和发言的能力”，其核心内容强调软实力发挥作用依靠的是自身的吸引力，而非外界的强制干预。文化产业作为国家软实力输出的典型产业之一，早已成为国家外交的一种“低成本、高收益”的软性资源，约瑟夫·奈在 1991 年出版的《美国定能领导世界吗》一书中将其称为“一种无须投入过多，相当有价值的软力量资源”。文化产业所蕴含的“文化软实力”也日益成为现代社会发展的精神动力、智力支持和思想保障。由此可见，一个国家文化产业的发展程度成为其文化软实力和综合竞争力的核心指标之一。

我国文化产业的发展大体经历了从“自发”到“自觉”、从单一发展到跨界融合的过程。20 世纪 70 年代中叶以前，我国文化体制改革处于萌动阶段，文化市场的概念尚未建立。直到 1978 年党的十一届三中全会后，我国确立了对内改革对外开放的政策，文化产业发展才逐渐从“自发”到“自觉”，至 2000 年，文化产业建设和体制逐步完善，许多文化行业得以复兴或者新兴。但由于经济发展、公众思想观念等因素的制约，这一阶段我国文

文化产业尚处于政府主导的初级发展阶段，大多国有文化经营单位仍属于事业单位性质，产业属性不明显。2000年10月，中央正式文件首次提出“文化产业”的概念，意味着我国已经承认与认可文化产业在经济发展中的地位，填补了产业经济领域的概念空白，也对后续文化体制改革和文化产业加速发展具有决定性的作用。2003年十六届三中全会明确提出经营性文化单位要创新体制、转换机制，除少量保留事业性单位之外，绝大多数国有文化事业单位都要进行转企改制。2007年党的十七大召开至2009年，国有经营性文化单位转企改制继续拓展改革范围。在这一阶段，文化产业基本完成了文化体制改革，解放和发展了文化生产力，文化市场开始焕发生机。但由于互联网技术尚未发育成熟、技术创新能力较弱以及市场竞争程度较低等原因导致文化企业的商业模式较为单一，文化产业多为单一的线性发展模式。

从2010年开始，特别是党的十八大召开以后，国家出台了多项支持文化产业发展的政策措施，政策红利推动了资本、技术、人才等资源向文化产业流动，文化产业不再被简单线性规划为量的扩张和外延式增长，而是开始质的提升和内涵式成长。信息技术的发展乃至互联网的普及为文化创意的产生及文化产品的制造、传播和消费提供了广阔的技术空间，且激发了消费者个性化、多元化的产品需求，提升了文化消费力。同时，互联网形成了一个无边界的信息平台，打破了企业间、行业间及发展区域间的信息壁垒，文化企业倾向于进行跨产业、跨行业及跨地域等跨界融合，从而实现全网布局、多领域扩张。此外，在新旧动能转换的政策指引下，基于共享经济的平台，促进生产要素与生产流程的共享、加快跨界融合的生态圈建设，对于文化产业发展壮大新动能、改造传统动能作用重大。在政策的引导及市场竞争的推动下，文化产业的发展迎来了新的战略机遇期，成为转变经济发展方式、调整产业结构、参与国际文化竞争的战略支点，日益受到政府、市场和学界的关注。

在这样的时代背景与优势条件下，基于上市文化企业的视角深入剖析我国文化企业的发展现状，对于进一步培育骨干文化企业，增强其国际竞争力，带动文化产业发展、提升文化话语权和软实力就显得尤为重要。具体而言有以下几方面的意义：第一，文化产业在我国属于新兴行业，对文化产业的认知大多来自几个传统的大型行业，而随着动漫、游戏、视频等新兴的文化产业逐步冲击传统的出版等文化行业，这些传统的文化行业正逐步失

去代表性。本书系统总结了 2007 年以来的上市文化企业,既包括传统文化产业面临的转型危机,也包括新兴文化产业如何开始布局市场,内容具有新颖性和前瞻性,对当前文化产业的发展具有较强的概述力,可据此评价文化企业的发展水平,具有较强的行业研究价值。第二,本书从 9 个方面全面地描述分析了上市文化产业的发展情况,以年报中披露的财务数据和非财务数据为基础,具有较强的说服力,数据来源客观准确,大量使用图表,直观性较强,不仅可以作为对政府政策的认知反馈和参考指导,也具有较高的学术价值和研究价值,对文化产业市场建设和学术研究都具有十分重要的作用。第三,本书既有总体样本的数据走向,又有细分行业的数据对比,通过总体解析行业状况,通过行业状况反映产业走向,双方之间形成互相补充,可使文化企业了解自身在行业乃至产业中所处的地位,进而调整自身发展方向,推动产业结构调整,促进企业形成较好的社会效益和经济效益。此外,本书对产业外企业进军文化产业也具有参考意义。

二、研究范围和概念界定

文化产业的快速发展以及在国民经济中地位的提升,使得各个国家和国际组织都对其给予了高度重视,并结合本国文化发展特点,对其赋予了不同的概念界定。

例如,联合国教科文组织认为,文化产业是指“按照工业标准生产,在生产、储存以及分配文化产品和服务方面的一系列活动”;英国没有采用国际上普遍使用的“文化产业”一词,而是创造性地使用了“创意产业”这一概念,并在 2001 年发布的《创意产业发展报告》中将广告、建筑、艺术和文物交易、电影、音乐等 13 个行业确认为创意产业;而美国一度将文化产业称为“版权产业”,认为其主要包括电影产业、广播产业、流行音乐产业、动画产业与出版产业等。

在我国,文化产业的概念最早出现在中共十五届五中全会报告中,将文化产业描述为中国国民经济和社会发展战略的重要组成部分。2003 年中国文化部制定并下发的《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》第一次对文化产业进行了明确的界定,并分别于 2004 年和 2012 年进行了两次修

改。目前国内关于文化产业的定义如下：文化及相关产业是指为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合。其范围具体包括文化产品的生产活动、文化产品生产的辅助生产活动、文化用品的生产活动和文化专用设备的生产活动四个方面。

三、研究内容

尽管当前市场上关于文化产业的书籍种类繁多，但从微观企业层面系统梳理我国上市文化企业发展现状的书籍并不多见。基于此，本书聚焦于我国上市文化企业，系统梳理其发展现状，具有以下两个特点：

第一，本书基于上市文化企业的年报数据从多个方面全面介绍其发展情况：从企业文化和战略视角研究其发展导向与方向；从核心竞争力和商业模式视角研究其优势与特色；从融合和并购视角研究其资金来源和产业走向；从企业风险视角研究其发展阻碍；从税收优惠视角研究政府政策与产业发展的匹配；从出口视角研究文化产业在国际社会的地位。通过全方位地认识对文化企业的导向、行为和效果，有助于加深我们对于文化产业的探索，进一步获取与文化产业发展相关的数据与材料，丰富文化产业相关知识，积攒对新兴行业的经验。

第二，依托国家社科基金重大课题和国家社科基金重点课题，充分发挥团队研究优势。本书总策划人潘爱玲教授正在主持国家社科基金重大课题“完善现代文化市场体系与培育骨干文化企业研究”和国家社科重点课题“文化企业兼并重组的实现路径及效应评价研究”。在本书编写过程中，研究团队手工搜集了上市文化企业的财务数据和非财务数据，建立了我国上市文化企业基础数据库，为本书的编写奠定了扎实的理论基础和素材基础。

全书分为四篇：

第一篇为“文化企业经营哲学”，涵盖了上市文化企业的企业文化和企业战略两个专题。

企业文化专题研究目前上市文化企业的企业文化，从文化构成元素、描述分类、价值观视角的分类、企业文化特点等几个方面系统梳理企业文化现状。随后对文化企业的企业文化影响因素进行分析。最后以利欧股份为例详

细分析了该企业的文化,提出了一个相对理想的企业文化构想。

企业战略专题将目前上市文化企业战略分为密集型战略、一体化战略和多元化战略三个大类和七个小类,对文化企业采取的战略类型的数量、趋势进行总体分析,并进一步对内容型文化企业和载体型文化企业所采取战略的差异进行对比研究,同时考虑了环境对文化企业战略的影响,最后针对文化企业的不同细分行业的战略概况进行了详细的剖析。

第二篇为“文化企业成长源泉”,涵盖了上市文化企业的核心竞争力和商业模式两个专题。

核心竞争力专题基于企业竞争优势内生论下的资源基础观、能力基础观和动态能力观,将文化企业所有核心竞争力纳入资源和能力两个维度,对上市文化企业核心竞争力展开行业维度的横向描述和纵向分析,并对文化企业核心竞争力的变动趋势做出展望。

商业模式专题主要研究了文化企业商业模式的发展现状。对商业模式从价值链视角和多元化视角两个角度进行分析,其中,在价值链视角下,将文化产业分为策划创作—文化产品生产—文化产品流通—文化产品消费服务四个环节;而在多元化视角下,根据罗美尔特(Rumelt, 1974)的方法,通过三个指标将企业分为四种多元化类型。本部分基于不同的视角详细分析了文化企业商业模式发展情况。

第三篇为“文化企业发展模式”,涵盖了上市文化企业的融资、并购、出口三个专题。

融资专题分别从细分行业、时间线、所有制三个视角解析了我国文化企业的融资现状。通过对不同行业、不同时间段、不同所有制下融资方式、融资金额、资金来源等的数据剖析,发掘文化企业面临的融资困境,分析其原因,并有针对性地提出了解决方案。

并购专题首先从动因入手,在宏观和微观两个层次分析了我国上市文化企业并购的诸多动因;其次,利用国泰安数据库的并购重组数据库,总结了并购频率、并购规模等九大方面的特征;最后,本部分结合当下发展趋势,深入分析了我国上市文化企业跨国并购的现状。

出口专题先从出口企业类型、出口模式、出口产品类型、覆盖区域及拓展路线四个方面分析了我国文化产业出口情况,再介绍出口动力,然后选取了四个细分行业(影视行业、出版行业、游戏行业和旅游行业)进行具体

描述和问题阐述，最后总结问题并提出对策。

第四篇为“文化企业经营环境”，涵盖了上市文化企业的经营风险和税收政策两个专题。

经营风险专题基于《中央企业全面风险管理指引》，对上市文化企业的风险进行了系统分类，并统计了上市文化企业年报中所披露的风险情况，较为直观地考察了目前文化产业普遍面临的风险。通过总结文化产业风险的传导机制，以期对引起文化产业最终风险的过程有更加深入的理解。

税收政策专题从政策执行年度、适用行业、适用税种及优惠措施等几个方面，对 2000~2016 年我国文化企业所享受的税收优惠政策进行了梳理，分析并总结了政策特征及导向，同时对文化企业税收优惠政策现状进行了分析，对制定未来鼓励文化企业的优惠政策提出了展望。

四、逻辑框架与数据来源

本书基于 2007~2015 年 166 家上市文化企业年报数据编写而成，分为文化企业经营哲学、文化企业成长源泉、文化企业发展模式、文化企业经营环境四大主题，涵盖文化、战略、核心竞争力、商业模式、融资、并购、出口、风险和税收政策九个专题。行文逻辑架构如图 0-1 所示。

由于我国 2006 年进行了会计准则的修改，数据的可靠性得到了相对有效的提升，因此，本书以 2007 年作为数据收集与整理的起点，样本期间涵盖 2007 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日。经统计，截至 2015 年 12 月 31 日，我国共有 166 家上市文化企业。因此，本书以 166 家文化企业作为主样本，收集其于 2007~2015 年期间公开披露的年报。需进一步说明的是，由于数据的可获取与各部分数据标准之间存在差异，在分析过程中将根据具体内容进行进一步的整理，数据要求和处理过程详情参见各专题。

本书的数据获得、处理和统计遵循了科学的研究步骤，具体而言：首先，根据本书分析的上市文化企业的多个方面，经过团队的多次讨论研究，最终确定将经营模式、行业情况说明、核心竞争力分析、年度发展概述、主要经营情况（具体）、报告期投资额（万元）、变动幅度（%）、行业竞争格局和发展趋势、公司发展战略、经营计划、可能面对的风险、社会责任、

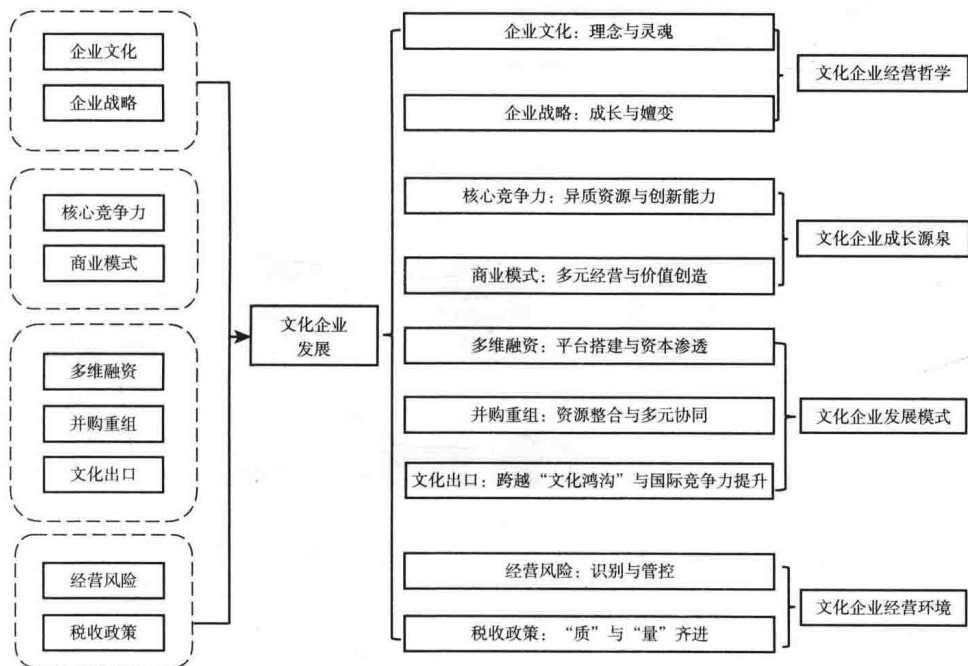


图 0-1 本书逻辑架构

税收优惠——增值税、税收优惠——所得税、政府补助本期发生额（万元）、出口情况、跨国并购情况、当年融资情况、融资抵押物、企业文化等细分项目作为阅读、查找年报的关键词。其次，采用内容分析法，逐一阅读每个上市文化企业在样本年度披露的公司年报，根据关键词提取有效信息，初步形成上市文化企业发展数据库。再次，对年报中提取的文字信息和数据信息进行二次加工，采用赋值法或判断法将其转换为可供统计的数值型信息，最终形成可供分析的上市文化企业发展数据库。最后，运用统计软件进行大样本数据统计，以期寻找规律并深入剖析我国上市文化企业的发展现状。

另外值得强调的是，本书关于文化企业的战略、文化、核心竞争力、商业模式、融资、出口、风险、税收政策等的资料均无法从 CSMAR、Wind 等数据库中直接获得。为此，我们充分利用团队优势，进行扎实的基础数据库建设工作，主要采用手工收集的方式，逐一查阅上市文化企业的历年年报，查找其关键的非财务信息，数据搜集的难度和工作量非常巨大。

