

江苏现代服务业发展绿皮书
JIANSUXIANDAI FUFUWUYEFAZHANLVPI SHU

江苏文化产业 发展研究报告

2017

主 编 张为付



南京大学出版社

江苏文化产业 发展研究报告

2017

主 编 张为付



南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

江苏文化产业发展研究报告. 2017 / 张为付主编. —
南京: 南京大学出版社, 2018. 4
ISBN 978-7-305-19923-3

I. ①江… II. ①张… III. ①文化产业—产业发展—
研究报告—江苏—2017 IV. ①G127.53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 028040 号

出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093
出 版 人 金鑫荣

书 名 江苏文化产业发展研究报告(2017)
主 编 张为付
责任编辑 秦 露 王日俊

照 排 南京理工大学资产经营有限公司
印 刷 江苏凤凰数码印务有限公司
开 本 787×1092 1/16 印张 15 字数 332 千
版 次 2018 年 4 月第 1 版 2018 年 4 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-305-19923-3
定 价 138.00 元

网 址: <http://www.njupco.com>
官方微博: <http://weibo.com/njupco>
官方微信号: njupress
销售咨询热线: (025)83594756

* 版权所有, 侵权必究

* 凡购买南大版图书, 如有印装质量问题, 请与所购
图书销售部门联系调换

指导委员会

主	任	陈章龙	宋学锋				
委	员	赵芝明	时 现	章寿荣	潘 镇		
		谢科进	邢孝兵	张为付	宣 烨		
		杨向阳	原小能	徐 圆			

编辑委员会

主	编	张为付					
副	主	编	张 敏				
编写人员	王洪平	王 倩	王梓健	顾 薇			

本书为江苏高校优势学科建设工程资助项目(PAPD)、江苏高校人文社会科学校外研究基地“江苏现代服务业研究院”、江苏高校现代服务业协同创新中心和江苏省重点培育智库“现代服务业智库”的阶段性研究成果。

书 名:江苏文化产业发展研究报告(2017)

主 编:张为付

出版社:南京大学出版社

目 录

综 合 篇

第一章 当前文化产业发展的特点	3
一、产业规模不断扩大,经济贡献度显著提升	3
二、文化需求快速增长,文化发展空间不断扩大	5
三、现代公共文化服务体系逐步形成,均等化水平进一步提高	6
四、“文化+互联网”融合进一步加深,文化企业营收大幅增长	7
第二章 2016 年江苏文化产业发展情况	8
一、产业规模持续扩大,文化产业国民经济地位稳步提升	8
二、发展战略目标明确,政策扶持力度进一步加大	9
三、体制机制创新力度加大,新兴业态呈快速增长之势	10
四、重点文化企业稳步成长,公共文化服务日趋完善	11
五、文化市场繁荣发展,“书香江苏”建设成效显著	12
第三章 江苏文化产业发展存在的问题	14
一、文化产业贡献率偏低,产业影响力和驱动力不足	14
二、文化企业规模偏小,文化生产内容创新不足	15
三、文化产业高端紧缺人才不足,文化产业人才省域发展水平差异过大	16
第四章 加快发展江苏文化产业的重点任务和对策措施	17
一、推进产业融合跨界发展,实现文化产业做大做强	17
二、加强文化市场监督管理,促进文化产业健康快速发展	18
三、繁荣艺术创作生产,加快推进现代公共文化服务体系建设	19
四、提高文化遗产保护利用水平,扩大对外和对港澳台文化交流影响	20

区 域 篇

第一章 苏州市文化产业发展研究	23
一、苏州市文化产业发展的现状	23

二、苏州市文化产业发展存在的问题	24
三、苏州市文化产业发展对策分析	25
第二章 无锡市文化产业发展研究	27
一、无锡市文化产业发展的现状	27
二、无锡市文化产业发展存在的问题	28
三、无锡市文化产业发展对策分析	29
第三章 常州市文化产业发展研究	31
一、常州市文化产业发展的现状	31
二、常州市文化产业发展存在的问题	33
三、常州市文化产业发展对策分析	33
第四章 南京市文化产业发展研究	35
一、南京市文化产业发展的现状	35
二、南京市文化产业发展存在的问题	37
三、南京市文化产业发展对策分析	38
第五章 镇江市文化产业发展研究	40
一、镇江市文化产业发展的现状	40
二、镇江市文化产业发展存在的问题	41
三、镇江市文化产业发展对策分析	42
第六章 扬州市文化产业发展研究	44
一、扬州市文化产业发展的现状	44
二、扬州市文化产业发展存在的问题	45
三、扬州市文化产业发展对策分析	46
第七章 泰州市文化产业发展研究	48
一、泰州市文化产业发展的现状	48
二、泰州市文化产业发展存在的问题	49
三、泰州市文化产业发展对策分析	50
第八章 南通市文化产业发展研究	52
一、南通市文化产业发展的现状	52
二、南通市文化产业发展存在的问题	54
三、南通市文化产业发展对策分析	54
第九章 徐州市文化产业发展研究	57
一、徐州市文化产业发展的现状	57
二、徐州市文化产业发展存在的问题	58

三、徐州市文化产业发展对策分析	59
第十章 盐城市文化产业发展研究	61
一、盐城市文化产业发展的现状	61
二、盐城市文化产业发展存在的问题	62
三、盐城市文化产业发展对策分析	63
第十一章 淮安市文化产业发展研究	65
一、淮安市文化产业发展的现状	65
二、淮安市文化产业发展存在的问题	66
三、淮安市文化产业发展对策分析	67
第十二章 连云港市文化产业发展研究	69
一、连云港市文化产业发展的现状	69
二、连云港市文化产业发展存在的问题	70
三、连云港市文化产业发展对策分析	71
第十三章 宿迁市文化产业发展研究	73
一、宿迁市文化产业发展的现状	73
二、宿迁市文化产业发展存在的问题	74
三、宿迁市文化产业发展对策分析	75

行 业 篇

第一章 新闻、出版发行和版权行业发展研究	81
一、新闻、出版发行和版权行业发展的现状	81
二、新闻、出版发行和版权行业发展存在的问题	84
三、新闻、出版发行和版权行业发展对策分析	85
第二章 广播影视及演艺行业发展研究	87
一、广播影视及演艺行业发展的现状	87
二、广播影视及演艺行业发展存在的问题	90
三、广播影视及演艺行业发展对策分析	90
第三章 外围层文化服务行业发展研究	92
一、外围层文化服务行业发展的现状	92
二、外围层文化服务行业发展存在的问题	95
三、外围层文化服务行业发展对策分析	96
第四章 动漫游戏行业发展研究	98
一、动漫游戏行业发展的现状	98

二、动漫游戏行业发展存在的问题	100
三、动漫游戏行业发展对策分析	100
第五章 文化相关产品生产行业发展研究	103
一、文化相关产品生产行业发展的现状	103
二、文化相关产品生产行业发展存在的问题	106
三、文化相关产品生产行业发展对策分析	107

专题调研篇

江苏文化产业人才发展状况与竞争趋势研究	111
一、相关理论背景分析及指标体系设计	111
二、区域性文化产业人才发展状况与竞争趋势实证研究	113
三、江苏省域文化产业人才发展状况与竞争趋势实证研究	116
四、江苏文化产业人才发展存在的问题	119
五、江苏文化产业人才发展对策研究	120

企 业 篇

砥砺前行,持续推进有价值的内容建设——江苏凤凰出版传媒股份有限公司	125
顺应消费需求,创新引领时尚——徐州市贾拉克工艺品有限公司	128
坚守社会责任和文化担当,打造国有出版品牌强企——江苏译林出版社有限公司	129
励精图治,再续辉煌——江苏人民出版社有限公司	131
坚持走精品化发展之路,发展成为 IP 泛娱乐产业优质运营商——慈文传媒集团股份有限公司	132
多层次积极推进国际化,打造江苏文化“走出去”平台——江苏广电国际传播有限公司	135
坚持社会主义核心价值观引领,打造国有骨干文化企业——江苏省演艺集团有限公司	136
用心服务客户,快乐中国儿童——苏州魔卡童创意设计有限公司	138
绿色成就生活之美,低碳造就品质享受——江苏桃园家饰有限公司	139
传播文化,回馈社会——江阴金杯安琪乐器有限公司	141
创新、和谐、靠实、进取——泰兴市凤灵吉他制造有限公司	143
一百年专注,做世界品牌——江苏奇美乐器有限公司	145
“对标”生产,“吟飞”腾飞——吟飞科技(江苏)有限公司	147

乐器精品远销海外,打造国际知名品牌——江苏大风乐器有限公司	149
为梦想而生——苏州蜗牛数字科技股份有限公司	151
用户至上,用心服务——常熟游斋软件有限责任公司	154
做世界的山猫吉咪——江苏山猫兄弟动漫游戏有限公司	156
专注于动漫衍生品,打造动漫原创品牌——江苏久通动漫产业有限公司	158
秉承精品意识,不断超越自我——南京波波魔火信息技术有限公司	159
文化与科技融合,国内与国际并举——苏州欧瑞动漫有限公司	161
追求卓越品质,创新服务至上——江苏原力电脑动画制作有限公司	163
“品牌+动漫+游戏+商品”全方位发展——常州卡米文化传播有限公司	165
立足东亚,全力拓展原创领域——无锡九久动画制作有限公司	167
为品质而生,为荣誉而战——南京艾迪亚动漫艺术有限公司	169

政 策 篇

一、省政府办公厅关于推进基层综合性文化服务中心建设的实施意见	173
二、省政府关于进一步加强文物工作的实施意见	179
三、省政府办公厅关于做好文化文物单位文化创意产品开发工作的通知	186
四、江苏省“十三五”文物事业发展规划	189
五、省政府关于公布第四批省级非物质文化遗产代表性项目名录的通知	205

数 据 篇

2016年江苏省分市分行业地区生产总值	215
2016年江苏省分地区分行业城镇单位从业人员数	217
2016年江苏省分地区分行业规模以上文化及相关产业企业基本情况	219
2016年江苏省各地区文化部门文化产业增加值综合情况	220
2016年各地区文化产业示范园区、基地其他文化企业机构综合情况	221
2016年江苏省文化部门机构、从业人员综合年报	222
参考文献	224

综 合 篇

第一章 当前文化产业发展的特点

党的十八大以来,在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下,各地区各部门紧紧围绕全面建成小康社会目标和“五位一体”总体布局,全面推进文化体制改革,逐步建立健全文化发展政策和体制机制,进一步优化文化发展环境,文化建设取得长足进展。

2016年是“十三五”规划的开局之年,也是供给侧结构性改革的深化之年。在宏观经济下行的背景下,中国文化产业逆势增长,不仅发展速度保持快速增长,而且“文化+”融入相关产业发展之中,提升了经济发展质量,促进了经济转型升级,为中国经济的发展提供了新动力,并成为新常态下经济稳定增长和结构优化升级的重要推动力。党的十八大以来,特别是2016年,我国的文化产业发展表现出如下四个方面的特点^{①②}:

一、产业规模不断扩大,经济贡献度显著提升

1. 文化产业增长较快,整体竞争力明显提高

十八大以来,中央和国务院有关部门进一步加大了文化产业政策的扶持力度,制定出台了一系列针对性强、含金量高的政策措施,明确了政策导向,优化了产业环境,有效推进了文化领域供给侧结构性改革。我国文化产业实现较快增长,文化产业规模不断壮大,整体竞争力明显提高;产业结构不断优化,文化服务业成为推动文化产业发展的主体力量,文化产业对国民经济增长的贡献逐年增大。经初步测算,2016年我国文化产业实现增加值30254亿元,比2012年增长67.4%,年均增速13.7%(未扣除价格因素影响,下同),比同期GDP现价增速高5.4个百分点,文化产业呈现出快速增长的态势。从对国民经济增长的贡献看,文化产业增加值占GDP的比重由2012年的3.48%提高到2016年的4.07%,增加了0.59个百

① 国家统计局. 2016年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增长7.5%[EB]. (2017-02-06)[2017-10-06]. http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201702/t20170206_1459430.html.

② 国家统计局. 文化强国建设稳步推进,文化改革发展成绩显著——党的十八大以来经济社会发展成就系列之二十[EB]. (2017-07-27)[2017-10-06]. http://www.stats.gov.cn/tjsj/sjjd/201707/t20170727_1517428.html.

分点,占比呈逐年提高的态势,对 GDP 增量的贡献年平均达到 6.0%,表明文化产业对推动国民经济保持中高速发展正发挥越来越重要的作用。同时,文化产业因资源消耗低、环境污染少、科技含量高,具有低碳经济、绿色经济的特点,为国民经济转型升级和提质增效提供了有力支撑。

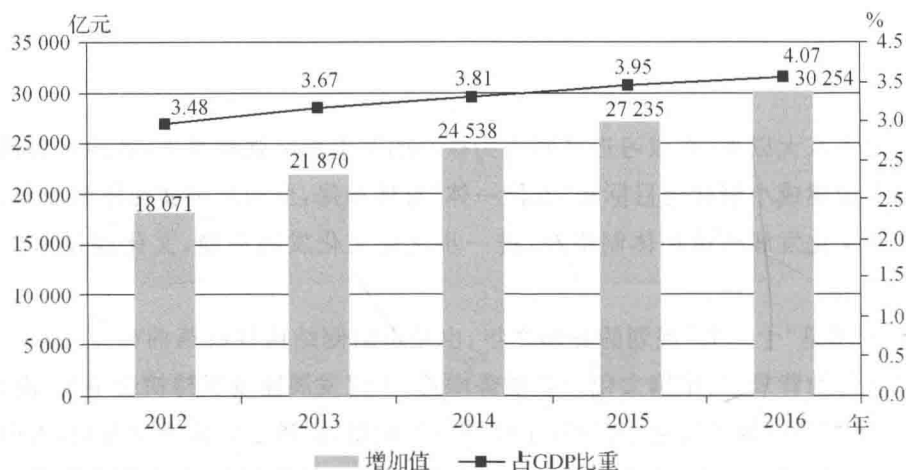


图 1-1-1 近 5 年我国文化产业增加值及其占 GDP 比重

2. “互联网+文化”优势明显,文化新业态发展强劲

十八大以来,文化与国民经济相关产业加速融合发展,跨界融合已成为文化产业发展最突出的特点。文化产品和服务的生产、传播、消费的数字化、网络化进程加快,基于互联网和移动互联网的新型文化业态成为文化产业发展的新动能和新增长点,“互联网+文化”优势明显,文化创意和设计服务业蓬勃发展。分行业看,在文化产业的 10 个行业类别中,以“互联网+”为主要形式的文化信息传输服务业发展迅猛。2016 年,全国规模以上文化信息传输服务业的营业收入为 6 053 亿元,比 2015 年增长 33.4%,文化新业态发展势头强劲。

3. 文化骨干企业不断壮大,整体实力稳步提升

十八大以来,各地区和有关部门加强文化产业园区和基地规划建设,大力促进区域文化产业协调发展,推进资源整合、优化布局和结构调整,我国文化骨干企业数量逐年增加,企业规模持续扩大,规模化、集约化、专业化水平进一步提升,增强了文化产业发展动力,对文化产业发展的贡献不断提高。2016 年,全国共有文化骨干企业 5.5 万家,比 2012 年增长 50.1%,年均增长 10.7%;企业从业人员为 872 万人,比 2012 年增长 24.6%,年均增长 5.7%;实现营业收入 94 051 亿元,比 2012 年增长 67.2%,年均增长 13.7%。这些骨干企业已经成为文化产业实现较快发展的主体力量,以 2015 年为例,文化骨干企业数仅占全部文化产业法人单位的 4.3%,但实现增加值 17 796 亿元,占文化产业增加值的比重达 65.3%,比 2013 年提高 0.5 个百分

点,有力地支撑了我国文化产业发展。

二、文化需求快速增长,文化发展空间不断扩大

1. 文化产业投资主体多元化,投资规模持续扩大

十八大以来,在国家文化产业政策引导下,我国文化产业投资主体呈多元化格局,固定资产投资规模持续扩大,社会资本进入文化产业领域的步伐不断加快。2016年,我国文化产业固定资产投资额达33713亿元,比2012年增长115.5%,年均增速21.2%,高于同期全社会固定资产投资年均增速8.8个百分点。文化产业固定资产投资占全社会固定资产投资的比重为5.7%,比2012年提高1.4个百分点。

2. 居民文化消费需求上升,有力拉动文化发展

文化消费是文化发展的基础,也是文化发展的目的,更是扩大内需的重要组成部分。十八大以来,我国城镇化的持续推进和城市人口的不断增加带动了文化消费需求增长,同时,随着居民生活质量逐步提高,人民群众多样化、多层次的精神需求快速增长,为文化消费提供巨大的发展空间和市场。2016年,全国居民用于文化娱乐的人均消费支出为800元,比2013年增长38.7%;年均增长11.5%,增速比同期全部人均消费支出高2.5个百分点;文化娱乐支出占全部消费支出4.7%,高于2013年4.4%的水平。2016年全国电影票房收入493亿元,是2012年的2.4倍,年均增速达到24.0%,推动了电影市场快速增长。居民文化消费水平不断提高,对文化产品和服务的更高需求有力地拉动了文化产业发展。

3. 文化产品贸易保持顺差,“一带一路”合作成效显著

十八大以来,我国加快发展对外文化贸易,尤其是国务院《关于加快发展对外文化贸易的意见》出台后,我国文化贸易迈上新台阶:文化产品进出口连续多年保持顺差,与“一带一路”沿线国家的文化贸易取得积极进展,文化交流、文化贸易和文化投资并举的“走出去”新格局逐渐形成,文化“走出去”步伐加快,国家文化软实力得到提升。2016年,我国文化产品进出口总额885亿美元,占全国货物进出口总额2.4%,比2012年提高0.1个百分点,文化产品贸易顺差为688亿美元。我国对“一带一路”沿线国家文化产品进出口总额达149亿美元,比2012年增长15.4%;占文化产品进出口总额的16.8%,比2012年提高2.3个百分点。其中,出口126亿美元,增长21.6%。

三、现代公共文化服务体系逐步形成,均等化水平进一步提高

1. 公共文化设施逐步完善,服务能力不断增强

十八大以来,各级政府切实履行了在文化领域的公共服务职能,不断加强现代公共文化服务体系建设,着力补齐文化民生短板,努力保障人民群众基本的文化权益,初步建立起了覆盖城乡的公共文化服务体系。“三馆一站”公共文化服务设施全部免费开放,基本实现了“县有公共图书馆、文化馆,乡有综合文化站”的建设目标;深入实施广播电视村村通、文化信息资源共享、农家书屋等重大文化惠民工程,公共文化服务能力和普惠水平不断提高。

2016年,全国共有群众文化机构44497个,比2012年增加621个,增长1.4%;公共图书馆3153个,比2012年增加77个,增长2.5%;博物馆4109个,比2012年增加1040个,增长33.9%;文物保护管理机构3318个,比2012年增加613个,增长22.7%。

截至2016年底,全国广播综合人口覆盖率为98.4%,比2012年提高0.9个百分点;全国电视综合人口覆盖率98.9%,比2012年提高0.7个百分点。2016年,全国有线电视实际用户达2.3亿户,比2012年增加1321万户,增长6.1%。

2016年,全国图书总印数90.4亿册(张)、电子出版物出版数量28839万张,分别比2012年增长14.0%和9.5%。2016年我国成年国民各媒介综合阅读率为79.9%,较2012年提升3.6个百分点;2016年我国成年国民人均图书阅读量为7.86本,较2012年增加1.12本。

2. 公共文化投入加大,各地区均实现较快增长

以政府为主导,以公共财政为支撑,把公共文化产品和服务项目、公益性文化活动纳入公共财政经常性支出预算,是公共文化服务体系建设的重要原则。十八大以来,各地区高度重视公共文化服务建设,地方一般公共预算文化体育与传媒支出持续增加,中部地区增幅居于首位。2016年,我国地方一般公共预算文化体育与传媒支出2917亿元,比2012年增长40.6%;其中:东部地区1273亿元,增长46.0%;中部地区576亿元,增长58.7%;西部地区857亿元,增长28.8%;东北地区210亿元,增长20.8%。

3. 居民文化消费水平持续提高,城乡差距逐步缩小

随着新型城镇化的推进尤其是城乡一体化进程的加快,我国城乡居民收入和消费支出不断提高,城乡居民在文化消费上的差距逐步缩小。分城乡看,2016年城镇居民人均文化娱乐消费支出1269元,比2013年增长34.2%,年均增速10.3%,比同期城镇居民人均消费支出年均增速高2.6个百分点;占城镇居民人均消费支出5.5%,比2013年5.1%的水平提高0.4个百分点。农村居民人均文化娱乐消费支

出 252 元,比 2013 年增长 44.0%,年均增速 12.9%,比同期农村居民人均消费支出年均增速高 2.3 个百分点;占农村居民人均消费支出 2.5%,比 2013 年 2.3%的水平提高 0.2 个百分点。由于农村居民文化娱乐消费支出的增速高于城镇居民,城乡居民文化娱乐消费支出之比由 2013 年的 5.4:1 降低到 2016 年的 5.0:1。

四、“文化+互联网”融合进一步加深,文化企业营收大幅增长

2016 年,“文化”进一步向其他产业渗透、融合。从创意农业到特色小镇,从文化节庆到城市品牌,从故事挖掘到创意策划,从产品的种类到品质,都体现出文化的内涵和精神的温度。在很多地区,文化旅游成为发展新引擎,特色文化产业成长为新的支柱性产业。走出“吹拉弹唱”的“小文化”,融入国民经济的“大文化”,看不见、摸不着的“软实力”,正成为拉动一方经济的“硬实力”。我国在“互联网+”背景下,出现了一批文化创意新形态、新业态,如网红与网红经济、视频与直播、虚拟现实 VR 与增强现实 AR、IP 与泛娱乐、弹幕与 B 站等方式,文化众筹、互联网文化金融与艺术金融、文化贸易与跨境电商、网剧与网络大电影、微信公众号、手机栏目以及企业运营、商业模式等众多创新形态。这一系列文化新形态、新业态是以现代数字技术和移动互联网为核心支撑的文化形式。与传统的文化业态不同,文化新业态具有技术密集、知识密集、附加值高等特性,体现出数字技术对传统文化行业与形式的升级和创造。

据国家统计局对全国规模以上文化及相关产业 5 万家企业调查,2016 年,上述企业实现营业收入 80 314 亿元,比 2015 年增长 7.5%(名义增长未扣除价格因素),增速比 2015 年加快 0.6 个百分点。文化及相关产业 10 个行业的营业收入均保持增长,文化服务业快速增长。其中,实现两位数以上增长的 3 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 5 752 亿元、增长 30.3%,文化艺术服务业 312 亿元、增长 22.8%,文化休闲娱乐服务业 1 242 亿元、增长 19.3%。分区域看,东部地区规模以上文化及相关产业企业实现营业收入 59 766 亿元,占全国 74.4%,中部、西部和东北地区分别为 13 641 亿元、5 963 亿元和 943 亿元,占全国比重分别为 17.0%、7.4%和 1.2%。从增长速度看,西部地区增长 12.5%、中部地区增长 9.4%,均高于东部地区 7.0%的增速,而东北地区继续下降,降幅为 13.0%。

“十三五”时期是全面建成小康社会决胜阶段,也是促进文化繁荣发展关键时期。我们必须坚定文化自信,贯穿创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念,坚持以社会主义核心价值观为引领,立足我国文化发展改革实际,努力推动文化建设适应新形势、形成新机制、实现新进展,确保 2020 年文化小康各项任务的实现,持续推进社会主义文化强国建设,进一步开创文化繁荣发展的新局面。