

# 中国文化产业年度发展报告

## 2007

An annual development  
of Chinese cultural industries

湖南文艺出版社

叶朗 主编

ISBN 978-7-5404-3980-4



9 787540 439804 >

定价：30.00 元

叶朗 主编

# 中国文化产业年度发展报告 2007

An annual development  
of Chinese cultural industries

中国文化产业年度发展报告  
(2007)

叶朗 主编

责任编辑：刘尚敏

湖南文艺出版社

(长沙中环路二区二栋208号 邮编：410014)

网址：[www.hnwy.com](http://www.hnwy.com)

湖南文艺出版社印刷 长沙印刷厂承印

2007年2月第1版第1次印刷

开本：787×1092 1/16 印张：342

字数：208 000

ISBN 7-290-23680-4

定价：50.00元

本社邮购部：0731-2883012

湖南文艺出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

中国文化产业年度发展报告. 2007/ 叶朗编著. —长沙: 湖南文艺出版社, 2007.5

ISBN 978-7-5404-3980-4

I. 中… II. 叶… III. 文化—产业—研究报告—中国—2007 IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 147475 号

## 中国文化产业年度发展报告 (2007)

叶朗 编著

责任编辑: 刘茁松

湖南文艺出版社出版、发行

(长沙市雨花区东二环一段 508 号 邮编: 410014)

网址: [www.hnwy.net](http://www.hnwy.net)

湖南省新华书店经销 长沙裕锦印务有限公司印刷

\*

2007 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 34.5

字数: 598,000

ISBN 978-7-5404-3980-4

定价: 30.00 元

本社邮购电话: 0731-5983015

若有质量问题, 请直接与本社出版科联系调换

# 中国文化产业年度发展报告 暨中国文化产业研究基金理事会

## 第四届理事单位（排名不分先后）

TCL 文化发展有限公司  
北广传媒集团有限公司  
鲁中晨报  
辽河文化产业园  
北京朝阳公园开发经营公司  
北京光线传媒有限公司  
北京华谊兄弟投资有限公司  
北京京文唱片有限公司  
北京世纪高峰文化产业研究院  
博鳌亚洲论坛研究院  
成都音像大厦有限公司  
第一财经传媒有限公司  
国创企业集团有限公司  
国风集团有限公司  
湖北广电传媒有限公司  
华纳唱片中国（香港）公司  
吉林省歌舞团  
江苏省苏州市艺术学校  
江苏省文化产业集团有限公司  
派格太合环球文化传媒投资有限公司  
上海创星文化艺术经纪有限公司  
上海神兵天将影业有限公司  
北京创盟音乐文化发展有限公司  
北京创新起点文化投资有限公司  
神州风采投资管理有限公司  
北京世纪和谐文化艺术有限公司  
太合传媒投资有限公司  
北京毕胜得文化艺术发展有限公司



## 《中国文化产业年度发展报告(2007)》课题组

### 一、指导单位

国家文化部文化产业司  
北京大学社会科学部

### 二、编撰单位

国家文化产业创新与发展研究基地  
北京大学文化产业研究院

### 三、顾问团队

丁伟(国家文化部部长助理)  
吴志攀(北京大学常务副书记、教授、博士生导师)  
张国有(北京大学副校长、教授、博士生导师)  
王永章(国家文化部文化产业司司长)  
程郁缀(北京大学社会科学部部长、教授、博士生导师)  
朱建纲(湖南省新闻出版局副局长、湖南出版投资控股集团董事长)

### 四、专家团队

谢锐(国家文化部文化产业司副司长)  
花建(上海社科院文化研究中心主任、研究员)  
齐勇锋(国家发展与改革委员会文化传媒产业中心主任、研究员)  
尹鸿(清华大学新闻与传播学院副院长、教授、博士生导师)  
李向民(南京航空航天大学文化产业研究中心主任、教授、博士生导师)

许晓峰(北京创盟音乐投资管理公司总经理)  
罗争玉(湖南新教材有限责任公司总经理、博士、湖南师范大学教授)  
冯子标(山西省文化产业研究中心主任、山西财经大学教授、博士生导师)

### 五、编写团队

主编:

叶朗

执行主编:

陈少峰 向 勇 周城雄





## 编写说明

《中国文化产业年度发展报告(2007)》(以下简称本年度报告)是由北京大学文化产业研究院和国家文化产业创新与发展研究基地为主发起人,联合国内文化产业领域内的众多知名学者和企业家共同编撰而成的年度报告。2007年度的报告秉承2003、2004、2005、2006年度的编撰原则,继续以文化产业领域内的微观企业主体为重点分析对象,全力考察那些充满创新精神与进取意识的文化产业企业和企业家们的经营行为。此外,为了全面反映我国文化产业的发展现状和发展趋势,我们还将报告中重点探讨我国文化产业领域在2007年内比较有代表性的创新行为和商业模式。同时,我们也将对报告中对相关文化产业的政策体系进行系统的考察和分析。

由于本年度报告是产业的年度发展报告,因此我们不仅要在报告中体现出对我国的文化产业进行年度盘点的特色,还应该体现出对我国的文化产业进行跟踪研究的特点。为此,本年度报告不仅可以反映出我国文化产业的发展现状和发展趋势,还可以在在一定程度上反映出我国文化产业和相关政策的发展轨迹。

根据历年的编写经验和读者反馈,我们对于报告的构成进行调整,增加了部分区域发展报告,区域发展报告均邀请该区域内具有一定研究经验和影响的专家学者撰写,为了能够切合实际,我们对于区域报告没有设定统一的框架结构,区域的选择范围也没有统一为某一行政区划,而是各有侧重。

本年度报告是在许多相关研究成果的基础上完成的,报告大量引用了相关研究机构、研究人员和业内机构的数据和研究成果,在此对相关机构和人员表示感谢。限于编写人员的水平和编写时间仓促,本年度报告的不足之处还望读者多多指正,以利于在以后年度报告的编写工作中进一步改进和提高。此外,由于篇幅较大和引用的资料、数据繁多,引用标注如有差错和遗漏之处,还望有关人士批评指正。

### 1. 报告的数据来源

为了更加准确和全面地反映我国文化产业的发展现状和发展趋势,我们在本年度的报告编撰过程中引入了更为多样化的数据采集渠道。此外,间接方式中除了公众公司的各类定期报告外,还包括了非公众公司网站上

所披露的数据以及 2006 年内各种图书、报纸和期刊中的相关数据。此外，本年度报告在编撰过程中还更多地采用了北京大学图书馆的各类专业数据库。由于截稿时还有一些领域尚无法获得截至 2006 年底的数据，从而多少会对我们的分析和考察带来一定的影响。

## 2. 报告的分析对象

我们本着突出核心文化产业、兼顾外围文化产业，突出核心产业环节、兼顾外围产业环节的原则，继续围绕着文化产业的几大主要门类进行论述。这些门类主要包括了纸质传媒中的出版产业和报刊产业、影音传媒中的广播电影电视产业和音像产业、网络传媒产业、广告产业、艺术产业中的艺术品经营业和演出产业、文化旅游产业等。由于动漫产业和游戏产业近年来的迅猛发展，本年度报告首次将动漫产业和游戏产业单独列出进行研究，同时将广播电影电视产业分为三个部分分别论述。

## 3. 上市公司的年度数据来源

随着经营业绩的不断改善，很多文化产业类公众公司都在本年度报告截稿时公布了自己的年度数据，因此，本课题组在报告中引用的公众公司的年度数据将尽量采用其经过审计的年度报表中的数据。当涉及多家公众公司之间的比较时，如果尚有比较对象还没有公布其年度数据时，我们将依然采用上一年度报告中所采用的年度数据计算公式，也就是，该公司的年度数据是根据该公司半年度报告和第三季度报告计算出来的加权数据。这种加权计算方法为：年度加权数据 =  $(1-6 \text{ 月的数据} \times 2 + 7-9 \text{ 月的数据} \times 4) / 2$ 。当然，这种计算方法将不可避免地会带来一定的误差。

## 4. 产业政策的选取依据

由于本年度报告的考察具备一定的连续性，因此，我们在本年度报告的编撰过程中将不再对特定行业的产业政策进行回顾式的分析和考察，而是将分析重点放在 2005 年内出台的、同时又是全国性的且对整个产业的发展起着重大影响和作用的法律和规章。如果要对某一特定门类的产业政策进行历史比较的话，读者可以参阅以前年度的报告，从而能对该产业内的政策有一个全景式的认识。

## 5. 企业创新

无论是企业的发展，还是社会的进步，创新都是其中的核心环节。因此，在探讨我国文化产业的发展过程中，关注来自文化产业企业层面的各类创新活动将对我国文化产业的健康和快速发展发挥出积极的促进作用。为了能对我国文化产业的健康和快速发展做出一点力所能及的贡献，我们继续重点关注文化产业领域内各类企业的创新活动。

## 6. 文化产业企业经营案例的取舍

在今年年度报告的编撰过程中，我们单辟一部分对具备着一定代表性

的文化产业企业进行了分析和考察。以增强读者对于相关产业的感性认识，也有助于加强对全行业的了解。

#### 7. 中国文化产业企业五十强

为了给我国的文化产业企业发展提供一个可供参照的相对标准，我们在本年度的报告内继续按照一定的评价体系对国内的文化产业企业进行一个初步的排名。我们的排名无意于精确地为全国所有的文化产业企业论资排座，毕竟，我们目前对文化产业企业的评价体系还很不完善。由于我们的年度报告是一个长期性的工作，我们将在后续的工作中不断完善我国文化产业企业的评价体系，以期真实准确地反映出我国各大文化产业企业的综合竞争实力。

本年度报告中的“文化产业企业”排名仍然是一个相对实力的排名，排序的范围包括了国内各大文化产业领域内的知名企业。对于我们无法从其他渠道获得的企业数据，我们将通过电话采访的形式进行收集。对于因涉及商业机密而不愿参与排名的企业，我们只能忍痛割爱，从而未能将其列入我们的排名范围。

#### 8. 中国文化产业年度人物

由于任何产业的发展和进步都离不开一个精英群体的努力推动，文化产业也不例外。在关注我国文化产业的发展现状和发展趋势的同时，我们将一如既往地关注那些正在不断推动着我们文化产业发展的精英群体们。为了增强本项评选的权威性和代表性，本年度我们继续保持每年评选 10 名年度人物的规模。

#### 9. 年度报告的编写团队

在本年度报告的编写过程中，既得到了来自国家文化部的领导和国家文化部文化产业司的领导的大力支持，也得到了众多顾问和专家们的帮助和指导（具体的顾问和专家团队的名单请参见本年度报告的扉页部分）。

在年度报告的编写过程中，本课题组采取的分工原则为：区域报告邀请相关地区专家学者完成，特定行业由课题组内的子团队分工负责，然后在团队通力合作的情况下完成各部分的编撰，最后由有关专家进行相关部分的统一审稿。

<b>目 录</b>	
总论 .....	1
区域报告一：北京市年度发展报告 .....	16
区域报告二：上海市年度发展报告 .....	34
区域报告三：江苏省年度发展报告 .....	53
区域报告四：山西省年度发展报告 .....	69
区域报告五：广东省年度发展报告 .....	86
区域报告六：华中地区年度发展报告 .....	101
区域报告七：西南地区年度发展报告 .....	132
区域报告八：台湾地区年度发展报告 .....	155
区域报告九：港澳地区年度发展报告 .....	181
行业报告一：出版产业年度发展报告 .....	220
行业报告二：报刊产业年度发展报告 .....	246
行业报告三：网络传媒产业年度发展报告 .....	268
行业报告四：广播产业年度发展报告 .....	295
行业报告五：电影产业年度发展报告 .....	315
行业报告六：电视产业年度发展报告 .....	341
行业报告七：广告产业年度发展报告 .....	364
行业报告八：游戏产业年度发展报告 .....	392
行业报告九：旅游产业年度发展报告 .....	411
行业报告十：演出产业年度发展报告 .....	432
行业报告十一：动漫产业年度发展报告 .....	451
行业报告十二：艺术品产业年度发展报告 .....	478
行业报告十三：音像产业年度发展报告 .....	501
中国文化产业企业五十强（2006 年度） .....	527
中国文化产业十大年度人物（2006 年度） .....	531
参考文献 .....	536

# 总论

2006 年是中国文化体制改革的破冰之年，也是中国推行《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》的第一年，文化产业受到空前重视。2005 年底，中共中央、国务院颁布了《关于深化文化体制改革的若干意见》，在《意见》的指导下，文化体制改革在 2006 年按照“区别对待、分类指导、循序渐进、逐步推开”的原则，积极稳妥地逐步展开。2006 年 3 月召开的全国文化体制改革工作会议上，中央对推进文化体制改革做出了具体部署。三年前启动的文化体制改革试点在这一年从部分省市扩展至全国更多地区，试点单位也逐步增加。

2006 年，中共中央办公厅、国务院办公厅发布了《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》，同时国务院也将“加快发展文化事业和文化产业”作为 2006 年的工作要点，为文化产业的发展提供了有力支持，各地政府部门也在产业结构调整过程中，认识到了发展文化产业的重要性，提高了对发展文化产业的重视，许多地方政府纷纷将文化产业列为支柱产业。

2006 年也是中国文化产业对外交流之年，由政府推动、民间自发组织等多种形式的文化产业交流在 2006 年如火如荼开展，为文化产业走出去创造了广阔的国际平台。第三届中国（深圳）国际文化产业博览交易会、2006 山东（国际）文化产业博览会、首届中国中部文化产业博览会、第二届中国西部（四川·成都）文化产业博览会、中国北京国际文化创意产业博览会等国家级文化博览会相继召开，为文化产业项目推介、投融资以及产业结构优化提供了平台。以“文化产业：中国—东盟经济发展新动力”为主题的“2006 中国—东盟文化产业论坛”就中国与东盟国家之间的文化交流与合作进行了探讨。

从我国文化产业的结构看，传统的以提供新闻、出版发行、广播影视、文化艺术等服务产品的核心层仍是文化产业的主体，近年来发展较快的提供网络文化、文化休闲等服务产品的外围层已具有一定规模。核心层、外围层和相关层的从业人员之比为 31 : 17 : 52，增加值之比为 38 : 20 : 42。文化体制改革在 2005 年结束试点之后，2006 年在全国全面推开，文化体制改革试点的改革经验也逐渐随之推开。在 WTO 保护期的到期和国内文化产业发展的要求下，我国文化产业体制层面、政策层面的思路进行了改革，对

文化产业的发展起了重要的推动作用。2006年取消一般题材剧目前期投拍的审批,改为备案、公示管理。一段时间内可能有制作单位不适应,但从长远来看,有利于建立较强的市场观念和意识,增强市场竞争力。随着2005年《关于深化文化体制改革的若干意见》的出台,要求大力推进文化领域所有制结构调整,坚持以公有制为主体,鼓励和支持非公有资本以多种形式进入政策许可的文化产业领域,非公有制资本开始进入文化产业。在国内文化产业改革、文化产业发展政策、国内迅速增长的文化产业需求和文化产业国际交流平台建设四种力量的驱动下,我国文化产业在2006年取得突破性进展。

尽管我国文化产业在2006年取得了长足的发展,但是一些长期存在的问题,仍未能得到有效改善。文化产业的产业结构仍不太合理,人才结构尚不完善,文化产业发展过程中的创新不足,因此竞争中使得产业趋同现象严重,并出现区域内、区域间的恶性竞争。文化贸易的巨大逆差与其他贸易领域的巨大顺差形成了鲜明对比。我国在文化产业体制改革中,组建了一些大型文化产业集团,但是规模依然不足,竞争力和活力不够,企业各单位融合和范围经济依然不足。文化产业发展过程中,文化产业专门人才缺乏,阻碍了产业升级和结构优化。文化产业区域发展的不均衡问题也很突出。我国的文化产业还十分薄弱。文化产业是综合国力的重要标志,借助北京2008年奥运会、2010年上海世博会等极佳展示机会,重建文化中国的国际形象,将具有五千年文明传统的中华文化传播到世界上去,这是历史赋予我们的使命、挑战和机遇。

## 一、2006年我国文化产业的发展现状

2006年度,我国的国民经济仍保持着持续、快速、健康、稳健的发展势头。根据中国人民银行预测,2006年我国经济增长速度超过10%,高于预期8%的增长目标两个百分点,国内生产总值达到20万亿元。随着人均国内生产总值的不断提高,我国文化产业市场也不断扩大,其中影视、动漫等产业的发展速度超过了国民经济发展速度,文化产业发展将再迈一个新台阶。在经济的快速发展和体制改革的保障下,我国的文化产业在2006年也保持了迅猛的发展势头。我国文化产业在2006年内的的发展存在着如下特点:

### 1.1 文化产业区域竞争格局凸现,投融资环境成竞争焦点

在文化产业的协作与竞争过程中,产业发展逐渐形成以区域为主体的文化产业竞争格局,全国形成了华南、华东、中部、京津、西南、东北等几个重要的文化产业发展地区。各地在不断完善文化产业发展规划的基础上,利用各自优势,创造优越的产业发展投融资环境,吸引并引导文化产业发展。

在区域文化产业发展中云南省通过区域文化品牌建设和区域文化开发, 2006 年接待海外旅游者近 200 万人次, 实现了 30% 左右的增长速度, 接待国内游客 7000 万人次以上, 增长率达 15% 左右, 旅游外汇收入和国内旅游收入也均实现了 20% 左右的增长速度。此外, 云南省还通过对文化内涵的不断开发, 通过文艺演出、影视等形式, 实现了文化产业品牌的扩张, 实现了文化产业发展的范围经济。

在中部地区, 中部诸省于 2006 年召开了首届中国中部文化产业博览会, 通过推介文化产业项目、吸引文化产业投资, 为文化产业发展创造宽松的政策环境, 成为实施文化强省战略的重要一步。河南以洛阳、开封、安阳三大古都为基础, 积极开发中原历史文化品牌; 江西以秀丽山水、红色摇篮、陶瓷艺术和道教文化为四大特色。

四川省将成为西部文化强省作为文化产业发展的目标, 以三星堆—金沙为代表的古蜀文化、大熊猫生态文化和都江堰—青城山世界物质文化遗产文化等品牌, 并通过西部文化产业博览会整合西部文化产业资源, 打造西部文化产业中心。同时, 还发挥成都市电子信息产业的技术优势, 发展以动漫等产业为主的新兴文化产业, 促进四川省文化产业发展。

2006 年底, 由文化部、广播电影电视总局、新闻出版总署和北京市政府共同主办以“创意·科技·文化”为主题的首届“中国北京国际文化创意产业博览会”在北京召开。文博会期间, 举办了展览展示、文艺演出、创意活动、推介交易和论坛峰会等五十多场活动, 共有来自海内外的各界群众 20 多万人参与了文博会活动, 共签署产业基地建设等合作意向、协议超过 180 个, 总金额超过 37 亿美元。

在区域文化产业链逐渐建立、区域文化产业品牌逐渐形成之后, 区域间文化产业的竞争将更加明显。同时, 由于文化资源保有量、地区经济发展水平、地区间基础设施和投资环境等差异, 以及地区间文化产业发展状况的差异, 使得文化产业的区域竞争将出现非均衡性, 短时间内, 文化产业先发地区的先发优势还将比较明显。

### 1.2 文化产业向外向型发展

《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》指出“十一五”期间要培育外向型骨干文化企业, 完善对外文化贸易制度, 依托已有的国内知名对外文化企业和文化产业品牌, 积极培育外向型文化企业, 发挥其在文化“走出去”中的主导作用。做大做强对外文化贸易品牌, 培育对外文化中介机构, 实现文化产业企业的外向型发展。

随着 WTO 对文化产业中相关产业保护期的相继结束, 中国文化产业逐步向外向型转变。一方面, 积极吸引国际资本、品牌和连锁企业, 另一方面, 中国企业也通过推介、交流等形式积极争取产品和服务“走出去”

战略。

第二届中国（深圳）文博会是中国文化产业“引进来、走出去”战略的明显体现。文博会确立了“拉动中国文化产业的发展，推动中国文化产品和服务出口”的目标，遵循市场经济和文化产业发展规律，按照“国际化、专业化、市场化、规范化、精品化”的办展思路，强化了交易与出口功能，按照市场化的原则选择专业合作伙伴拓展目标市场，使文博会成为文化产业外向型发展平台，开辟“走出去”、“引进来”渠道，取得了很好的市场效果。

广西省通过催生相关文化产业，拓展产业空间，借助政府平台，凭借丰富独特的文化资源和合作机遇，培育自己的文化产业群体，为旅游产业、影视产业、演出娱乐业、出版业、文学艺术产业等产业的发展提供了机遇。2006年广西文化产业增加值将超过全区地区生产总值的3.3%，高于全国平均水平，对广西的经济发展产生了很大的影响。

在文化产业领域，现代先进技术和文化产业理念的引进，不仅极大地丰富了我们对于文化的理解，而且在产业形态上迅速地建立起初具规模的文化产业体系，并且在消化、吸收、引进先进技术的过程中迅速地实现文化产品特别是文化电子产品的规模化生产，进入世界市场，与国外产品同台竞争。

同时，一批有能力进行跨国文化生产和经营的文化大企业，正在文化体制改革和文化产业竞争中逐步形成，开始利用世界贸易组织的规则在全球范围内合理地配置资源，并且打造了一些在全球市场上应该具有竞争力的文化产品。

### 1.3 原生态文化和中国传统文化开发成为产业热点

在文化产业开发趋同而带来的竞争压力下，地方企业将当地的原生态文化和中国传统文化开发当做区域差异化竞争的主要手段之一，政府和企业都旨在通过开发当地独有的文化元素，形成本地文化产业和企业的核心竞争能力。通过产业化开发和商业包装，形成独具地域特色和传统文化特点的文化产业产品和服务。

在各地文化产业发展过程中，企业和政府以保护和展示原生态文化的名义，对原生态的民俗、艺术、文化形式进行商业化开发和运作，促进当地文化产业发展和农村经济建设。第三届全国少数民族文艺汇演成为各地展现原生态文化的广阔舞台，各地为了为文化产业争夺市场、塑造品牌，展示了丰富的独具原生态文化特色的文艺节目，汇演取得了巨大反响，而在此背后，是各地对原生态文化的挖掘和开发，并进行市场化运作的产业行为。

对少林寺原生态武术进行开发而成的原生态舞台功夫剧《寺院内外》



全球巡演，在两个多小时的演出中将少林武僧十八般武艺一一展现。从轰动海内外的少数民族原生态歌舞《云南印象》，到央视“青歌赛”首次增设原生态唱法比赛，从话剧《白鹿原》和原生态作品音乐会，到第十五届金鸡百花电影节开幕式晚会以原生态歌舞为主打，原生态的音乐歌舞正引领文化产业发展的方向。

孔孟思想、老庄哲学是中国传统文化的强大文化根基。2006年，山东省充分发挥孔孟之乡的文化底蕴深厚优势，彰显齐鲁文化风采，着力做大做强孔子文化品牌，挖掘传统文化资源的现代经济价值，整合优化区域文化产业布局，进一步打造文化产业发展的新优势。道教文化是中国本土生长的宗教文化，与中国历史文化息息相关，成都市、武当山特区、邯郸市都将道教文化作为文化产业的主打品牌之一。成都市的中国道教文化节更是将成都市道教文化的研究、开发、推介和展示融为一体，为产业的发展提供了平台。在这些地区与道教相关的影视、音乐、体育健身、道教饮食文化产业正蓬勃兴起。同时，融汇了文学、音乐、舞蹈、武术、杂技、美术等多种因素的戏曲文化产业在2006年也大放异彩，与戏曲相关的文艺演出成为各地进行文化产业品牌建设的重要元素。传统文化同新的技术、产业形式、传播模式进行了初步的融合。

#### 1.4 信息技术促进文化产业结构调整，动漫产业蓬勃发展

信息技术的发展与文化产业的结合产生了数字创意产业，数字技术和信息技术的发展，为艺术家全方位地进行创作提供了新的平台，各种科技、艺术媒介逐渐成熟，新媒体的主要形式进入到数字时代。《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》要求充分利用先进技术和现代生产方式，改造传统的文化生产和传播模式，推进产业升级，延伸产业链。全面推进广播影视制作、传输、发射、播映、存储、交换以及影视和演艺后产品开发等领域的数字化。

艺术家们则利用数字科技与艺术相结合，创作出许多富有时代特色、效果独特的数字艺术作品。与数字创意相关的网络游戏、动漫、电脑特技、软件设计、影视作品、数字媒体等系列产业链的产值已经远远超过传统文化产业的产值，成为现代文化产业的重要组成部分。数字文化产业综合信息技术和传统文化形式，制作了各种形式的有独立审美价值的艺术作品：录像及互动装置、虚拟现实、网络艺术、多媒体、电脑动画、影视广告、网络游戏、数字设计、数字插画、CG静帧、数字特效、DV（数字视频）、数字摄影以及数字音乐等。数字文化产业在全国形成了几个较为集中的产业中心，对当地文化产业发展起到了巨大的带动作用，促进了当地文化产业战略性结构调整和结构优化。

2006年4月，《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》提出了推动我