

国家软科学重大项目 (2013GXS2B013)
北京市长城学者支持项目 (CIT & TCD20140319)

王关义等◎著

中国出版业 转型与升级战略 研究报告

如何让中国出版业做得更好？

Ruhe Rang Zhongguo Chubanye Zuode Genghao

 中国财政经济出版社

国家软科学重大项目 (2013GXS2B013)

北京市长城学者支持项目 (CIT&TCD20140319)

中国出版业转型与 升级战略研究报告

王关义 等著

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国出版业转型与升级战略研究报告 / 王关义等著. —北京: 中国财政经济出版社, 2016. 4

ISBN 978 - 7 - 5095 - 6723 - 4

I. ①中… II. ①王… III. ①出版业 - 研究报告 - 中国 IV. ①G239. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 084463 号

责任编辑: 周桂元

责任校对: 刘 靖

封面设计: 逸品文化

版式设计: 董生平

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100142

营销中心电话: 88190406 北京财经书店电话: 64033436 84041336

北京京华虎彩印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

787 × 1092 毫米 16 开 17 印张 266 000 字

2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月北京第 1 次印刷

定价: 40.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 6723 - 4/G · 0163

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

质量投诉电话: 010 - 88190744

打击盗版举报电话: 010 - 88190492, QQ: 634579818

目 录

绪 论	(1)
一、党和国家战略重心的重大调整：以文化建设为中心	(3)
二、新闻出版业：国家文化产业的重心	(17)
三、转型升级：迈向世界出版强国的必由之路	(26)

上篇 总报告

一、中国出版业发展：现状分析与评估	(39)
二、中国出版业发展中存在的问题分析	(67)
三、中国出版业转型与升级战略研究的背景、理论和现实意义	(74)
四、中国出版业转型与升级分析及其评估	(88)
五、中国出版业转型与升级内容	(98)
六、中国出版业转型与升级战略模式	(111)
七、中国出版业转型与升级战略对策	(123)

下篇 专题报告

专题报告一：中国出版业计划管理色彩依然浓厚、财税扶持政策不 配套	(143)
专题报告二：中国出版业市场化转型尚未完成，亟待持续推进	

更深层次的改革	(153)
专题报告三：中国出版业技术素质较低，数字化转型进程缓慢	(162)
专题报告四：中国出版业管理素质低，不能适应企业长远发展的需要， 科学化管理水平亟待提高	(170)
专题报告五：中国出版企业上市后出现不少新问题 相关政策法规体系 亟待建立和完善	(180)
附录：我国出版产业转型与素质调查问卷	(189)
参考文献	(257)
后记	(263)



绪 论

文化产业是朝阳产业，出版业是文化产业的核心部分，体制机制改革是牵引中国出版业发展的“火车头”。改革开放 38 年以来，与社会主义市场经济体制改革的总体目标相一致，中国出版业管理体制也进行了一系列重大改革，体制机制改革取得重大突破，社会主义市场经济体制建立并逐步得以完善。改革不仅确立了新闻出版业管理主体、市场主体、服务主体各自的边界，也促进了政府职能、体制机制和发展方式的转变，进而形成了支持改革发展的政策机制、加快技术创新的推进机制和参与国际竞争的激励机制，一批出版单位的发展潜能得到有效释放和激发。

通过多年持续不断的改革和转型，中国出版业逐步摆脱了传统计划经济条件下的发展模式。无论是经营性出版单位转企改制还是出版事业单位内部的机制改革，中国出版业正在经历由成长期向成熟期的跨越，发展的动力也逐渐从投资驱动转向技术驱动和消费需求市场拉动，发展方式逐步从数量规模型走向质量效益型，出版物市场已从总体上的“短缺状态”转向“短缺”与“过剩”状况并存，出版物品种日益丰富，出书品种和出版码洋持续增长，以出版业为核心的文化产业对 GDP 增长的贡献率以及对国民经济增长的促进作用日益明显。近年来，伴随着中国经济发展新常态阶段的到来，新闻出版业也进入了转型升级的关键阶段。

从总体上来看，中国出版业在体制机制变革的历程中正在实现战略转型

和升级。经营性图书、音像、电子出版社转制工作基本完成，组建了一批出版传媒集团和报业、期刊、发行集团。转制后的出版企业成为市场主体，竞争能力显著增强，投融资渠道不断拓宽，跨媒体、跨行业、跨地区、跨国界和跨所有制的并购重组取得突破性进展，社会资本进入新闻出版的领域和规模不断扩大，以公有制为主体、多种所有制共同发展的格局正在形成。中国出版业得到了迅猛发展，出版业规模迅速增长和扩大。2013年，全国新闻出版业产值超过1.8万亿元，较2012年增加1611.1亿元，增长9.7%；利润总额1440.2亿元，较2012年增加122.8亿元，增长9.3%；新闻出版业产值占据了文化产业产值的70%以上。2014年，新闻出版业持续保持强劲的增长势头，全国出版、印刷和发行服务业的营业收入为19967.1亿元，较2013年增长9.4%；利润总额1563.7亿元，增长8.6%；增加值5512.3亿元，增长9.0%。出版物已进入世界190多个国家和地区，报刊发行覆盖80多个国家和地区，全年出版图书44.84万种，期刊9966种、报纸1912种，已经形成比较完整的出版产业体系。

党和国家战略重心的重大调整： 以文化建设为中心

（一）文化是启动人类社会文明进程的钥匙

文化是一个民族的精神和灵魂，是国家发展、民族振兴的强大力量，文化具有巨大的辐射力和影响力，可以不战而屈人之兵。一个强大的国家，一定具有强大的文化，一个国家的核心竞争力和软实力，归根到底取决于这个国家的文化和国民素质。

在人类历史发展的长河中，文化始终是启动人类社会文明进程的钥匙，是增强民族凝聚力、向心力和内生动力的重要元素。文化使人类告别野蛮与愚昧，塑造了民族、国家、社会的精神，催生了无穷无尽的创新力、创造力和生产力，带来高度发达的物质文明和精神文明。关于文化与国家和民族发展之间的关系，有这样精彩的论述：“国民之魂，文以化之；国家之神，文以铸之。”从游牧文明到农耕文明，从农业文明到工业文明，从工业文明到现代信息社会和现代文明，文化始终是人类文明不断攀升的本源和云梯。

文化是催生新产业、新创意、新业态的牵引机。文化产业是富有吸引力、竞争力和生命力的新业态，赋予劳动者更高文化素养，赋予生产资料更多文化元素，赋予生产工具更强文化塑造功能，赋予产品更多文化内涵，所

有这些都是人类社会文明进程提升的需要。中华民族的伟大复兴，离不开中华文化的伟大复兴，民族的复兴一定要以民族文化的复兴为支撑，没有民族文化的复兴，民族的复兴是难以想象的。五千年的中华文化，应该生生不息、代代相传、传承创新、发扬光大。就中国当前的现实情况来看，全面建设小康社会，需要高度的精神文明。正如习近平总书记在联合国教科文组织总部的演讲中深刻阐述的那样：“每一种文明都延续着一个国家和民族的精神血脉，既需要薪火相传，代代守护，更需要与时俱进，勇于创新”。中国社会的文明和进步既要体现为物质进步，也要体现为文化的进步。全面建成小康社会，不仅需要强大的物质基础，而且需要高度的精神文明。因此，在经济社会发展顶层设计中，要始终重视发展文化产业。

（二）文化是推动经济增长的引擎

当今社会，文化软实力已成为国家间竞争战略中的重要因素。随着科学技术的进步，人类发展进入了信息社会时代，全球范围内的生产方式发生了巨大变化，新崛起的文化产业成为进一步刺激社会消费、满足社会文化需求的有效手段和经济发展的新增长点。习近平总书记指出：“一个国家、一个民族的强盛，总是以文化兴盛为支撑的，中华民族伟大复兴需要以中华文化发展繁荣为条件。”当今时代，伴随着技术进步和变革，信息技术突飞猛进，文化已渗入经济社会的方方面面。《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十三个五年规划的建议》指出：“推动物质文明和精神文明协调发展。坚持两手抓、两手都要硬，坚持社会主义先进文化前进方向，坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一，坚定文化自信，增强文化自觉，加快文化改革发展，加强社会主义精神文明建设，建设社会主义文化强国。

文化承载着经济与政治的双重功能。文化孕育出的产品作为兼有物质和精神双重价值的商品，作为国家间物质文化和精神文化交流融通的媒介，打破了民族、肤色、宗教、语言、国家等各种禁锢，拓展出广阔的市场，展现出巨大的商机和经济能量，文化产业发展成为大势。

（三）文化产业是拉动国民经济发展的“火车头”

文化产业是拉动国民经济发展的“火车头”，是促进经济社会转型升级的重要力量。文化与经济的联姻，使得经济在文化的基因中裂变，文化在经济的承载下绽放，其构建形成的产业，以文化为魂，能够更好地融入社会、链接市场、亲和大众，并因经济效益与社会效益的兼容性而充满生命力。当前，中国的经济发展进入了新常态，客观上需要培育出经济发展的新增长点和新动力。而文化创意产业作为新兴朝阳产业，具有消耗少、污染低、附加值高、渗透性强等特点，可以促进第一、二、三产业的整合与提升，有利于推动经济转型升级和主动适应与把握经济新常态。随着经济发展和人民生活水平的提高，人们对文化消费的愿望和能力不断增强，对文化产品和服务的需求日益扩大。

文化产业本质上属于“内容产业”，文化产业发展离不开国民经济体系支撑。从文化生产及其再生产过程看，文化产业包括三个类别：一是文化内容生产。这是文化产业的“发动机”，类似于人体的“心脏”，决定着文化产业发展的方向和质量。目前，文化内容生产体系较为完备，从文学创作到艺术生产，从音乐制作到书报刊出版。二是文化传播渠道。它与文化内容生产相衔接，是实现文化最终消费的重要“推手”。目前，文化传播渠道已有多条，包括出版物发行、广电节目传输、电影放映和剧场连锁等。三是文化生产服务。它贯穿于文化生产及再生产各环节，辅助文化生产。印刷复制、软件开发属于典型的文化生产服务，要素市场意义上的文化产权交易所以及经纪代理、评估鉴定、投资咨询、金融担保等中介服务也在此列，其作用都在于优化生产要素配置。

党的十八届五中全会提出，要推动文化产业成为国民经济的支柱性产业，使中华文化影响持续扩大。这一奋斗目标的提出，充分体现我们党站在新的历史制高点上，审时度势、高瞻远瞩。不仅确定了发展方向，而且为文化产业的进一步发展提出了具体要求和路线图。

就中国的实际情况来看，根据国家统计局的定义，文化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。2004年，国家统计局发布了《文化及相关产业分类》，并于2012年进行了修订。该文件把文化产

业分为两大部分、十个大类（见表 1-1）。

表 1-1 国家统计局文化及相关产业分类（2012）

两大部分	十个大类
文化产品的生产	新闻出版发行服务
	广播电视电影服务
	文化艺术服务
	文化信息传输服务
	文化创意和设计服务
	文化休闲娱乐服务
	工艺美术品的生产
文化相关产品的生产	文化产品生产的辅助生产
	文化用品的生产
	文化专用设备的生产

文化产业属于知识密集型新兴产业，它的特征可概括为：

（1）文化产业具有高知识性特征。文化产品一般是以文化、创意理念为核心，是人的知识、智慧和灵感在特定行业的物化表现。文化产业与信息技术、传播技术和自动化技术等广泛应用密切相关，呈现出高知识性、智能化的特征。

（2）文化产业具有强融合性特征。文化产业作为一种新兴的产业业态，它是经济、文化、技术等相互融合的产物，具有高度的融合性、较强的渗透性和辐射力。

（3）文化产业具有高附加值特征。一方面，文化产业处于技术创新和研发等产业价值链的高端环节，是一种高附加值的产业。另一方面，科技是文化产业发展的催化剂，“文化+科技”会大大拓展文化产业的发展空间。

（四）建设社会主义文化强国已上升为国家重大战略

18 世纪至 19 世纪的法国大革命和英国工业革命，使西方在经济上和政治上发生了重大变化。自那时起，中国很快就落后了，随着时间的推移，中国同西欧和美国的差距越拉越大，以致后来一直受到列强的侵略和奴役，一

百多年间长期处于半殖民地、半封建社会。新中国成立之后，在中国共产党的坚强领导下，中国经济社会发生了翻天覆地的变化，尤其是 1978 年十一届三中全会之后，中国经过改革开放，经济保持了长达 30 多年的高速增长。2013 年底，世界经济总量约为 65 万亿美元，其中美国约 16 万亿美元，占 24.60%；中国 GDP 总量达到 568845 亿元（约合 9 万多亿美元），占 13.84%，人均 GDP 由 1952 年的 119 元增加到 2013 年的 41908 元（约合 6767 美元），中国已成为全球仅次于美国的第二大经济体，外汇储备已接近 4 万亿美元，这一数字已是全球第二大外汇储备国日本的两倍，人民币作为全球支付货币的地位不断提升，国民经济始终处于高位增长区间，中国模式、中国道路得到越来越多国家的关注和认同，中国对世界的影响力日益加大。

国家统计局统计数据表明，近几年来，中国居民人均文化消费支出逐年增长，文化消费支出占消费总支出的比重整体呈逐年提高趋势，但绝对水平依然较低，远远低于发达国家 10%—12% 的一般水平，增长潜力巨大。不同层次消费需求的释放，必将使市场竞争逐渐转向质量型、差异化为主的竞争，也必然要求文化生产企业进一步提高资源配置效率，由内生性要求引导文化产业升级。在中国经济进入新常态的大背景下，经济转型和产业升级已经被提升到国家战略层面，这意味着中国的生产性服务业将得到快速发展，而生产性服务业最前沿的就是文化产业。文化产业的发展将带动文化科技、文化金融、文化旅游等多个融合产业的快速兴起，也将进一步推动中国经济结构的转型升级。在 2015 年全国经济下行、增速发展放缓的情况下，文化产业的增速仍维持在 10% 左右，其中北京、上海等地的增速保持在 16% 左右。以北京市为例，自 2005 年启动文化创意产业以来，文化创意产业已发展成为首都服务业当中的第二大支柱产业。北京市发改委提供的数据显示，从 2005 年至 2013 年，北京市文化创意产业增加值增长了 257%，占 GDP 的比重由 9.7% 上升到 12.3%。

经济的蓬勃发展必将促进信息和文化产品的需求，中国巨大的市场潜力成为世界各国竞相追逐的目标。国际经验表明，当人均 GDP 达到 3000 美元以上时，文化消费将会出现跳跃式的“井喷”，并且保持长期的增长势头。2015 年，中国人均 GDP 已经超过 7600 美元，进入中等收入国家行列，这就意味着城乡居民精神文化需求急剧增长，消费结构将不断升级，文化消费的比重将大幅增加，这为文化产业创造了良好发展机遇。

当前的现实情况是：中国在经济规模上已稳居世界第二，已成为名副其

实的经济大国，国际影响力显著增强。与经济方面形成的影响力相比，中国文化领域在全球的影响力逊色不小，或者说文化方面的影响力远远滞后于经济方面的影响力，很难与经济大国的地位相匹配。因此，加大文化领域的国际影响力，大力发展包括出版业在内的文化产业，推动文化“走出去”（出版业实施的“走出去”战略），在全球范围内兴办孔子学院等都是扩大中华文明影响力、繁荣中华文化的重大举措。

关于发展文化产业的思想，中国于“十五”时期正式提出。2000年《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》中第一次提出发展文化产业的意见，由此拉开了中国文化产业发展的序幕。2003年，中央启动了文化体制的改革，2009年7月国家颁布《文化产业振兴规划》，标志着发展文化产业上升为国家战略。2011年10月18日中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议通过的《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》提出，要努力建设社会主义文化强国，促使“文化产业成为国民经济支柱性产业，整体实力和国际竞争力显著增强，公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局全面形成”，并提出了建设文化强国的号召，这一纲领性文件的出台，表明党和国家把发展文化产业，提高国家文化软实力上升到了国家战略的高度，也标志着党和国家战略重心逐步转向以文化建设为中心的新阶段。

中央提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业，使文化产业发展上升为国家战略，为新闻出版业发展提供了难得的历史机遇。党的十八大、十八届三中全会对文化改革发展作出了新的重大战略部署，特别是将“文化产业成为国民经济支柱性产业”列入2020年全面建成小康社会的指标体系，明确了文化产业的发展目标。2014年以来，国家密集出台了一系列支持政策，为文化产业发展注入了新的强大动力，国家在宏观战略和微观政策上的强力支持，文化产业迎来了发展的“大时代”。在这种背景下，作为文化产业重要组成部分的出版业迎来了新的发展时期。《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》提出，要加快促进文化创意与制造业、信息科技、城镇化、旅游、农业、健康服务等产业的融合；2014年3月，文化部、财政部和中国人民银行共同出台了《关于深入推进文化金融合作的意见》，明确文化与金融合作已成为中国文化产业持续快速健康发展的重要动力，文化产业总量迅速增长，资本市场运作活跃，2015年以来，国家新闻出版广电总局更是将30多个出版融合发展项目列入新闻出版改革发展

项目库，通过文化产业发展专项资金优先给予支持。2014年、2015年，中央文化产业发展专项资金支持新闻出版转型升级项目总额超过13亿元。2014年10月，国家新闻出版广电总局印发《深化新闻出版体制改革实施方案》，要求出版业转换思想，转换思维方式，用新观念推动出版金融合作，推动出版产业发展。要在促进出版产业投融资体系在新常态下实现持续发展，扩大出版企业的直接融资规模和比重。加速推动文化产业成为支柱性产业，加速文化产业发展是提升文化综合竞争力的重要内容，是更好地满足人民群众精神文化需求的重要途径，是推动经济结构调整的重要举措。出版业作为文化产业的主体部分目前已经进入关键的转型和变革时期。

文化产业是文化建设的重要方面，是国民经济的有机组成部分。文化产业既直接推动文化产品创作、生产、传播、消费，也日益与旅游、体育、信息、物流、建筑、设计等产业相融合，在经济社会发展中的地位和作用越来越突出。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》在文化建设方面一个很重要的目标要求就是：“文化产业成为国民经济支柱性产业”，这是继党的十八届六中全会《决定》后，中央全会文件再次提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业，充分反映了以习近平同志为总书记的党中央对文化建设的高度重视和对社会主义文化发展规律的深刻把握，反映了全面建成小康社会、保持经济持续健康发展对发展文化产业的迫切需求。

相比于其他产业，文化产业具有创意性、低投入、低消耗的鲜明特点，以产业的形式推动文化加快发展，是文化发展的必然要求，也是世界各国的普遍做法。在社会主义市场经济条件下搞文化建设，必须遵循市场经济规律和文化发展规律，重视发挥市场在文化资源配置中的积极作用，调动各方面参与文化建设的积极性，丰富文化产品创作生产的形式和载体，拓宽文化产品传播消费的渠道和空间，更好地满足人民群众多方面、多层次、多样化的精神文化需求。可以说，没有文化产业的发展，中国社会主义文化就不可能真正繁荣。

党的十八大和十八届三中全会对深化文化体制改革作出部署。2014年2月中央全面深化改革领导小组第二次会议审议通过了《深化文化体制改革实施方案》，新一轮文化体制改革开始进入全面实施阶段，中央先后出台了一系列深化文化体制改革的政策举措，从《关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》到《关

于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》，从《关于大力支持小微文化企业发展的实施意见》到《关于推动国有文化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》，以建立有文化特色的现代企业制度为重点，以落实和完善文化经济政策、强化国有文化资产监管为保障，建立健全确保国有文化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的体制机制，打造一批具有核心竞争力的骨干文化企业，推动社会主义文化大发展大繁荣。伴随着这些政策的密集出台，文化体制改革步伐进一步加快，包括出版业在内的文化产业改革的推进和发展成为当今国家产业发展和经济增长的新亮点和新动力。

统计数据显示，1980年，按汇率法计算，中国人均GDP为220美元，属于极低收入组，在世界188个国家中居第175位。2001年，中国人均GDP达到1000美元，进入下中等收入组，在世界207个国家或地区中居第141位；2010年，中国人均GDP达到4240美元，进入上中等收入组，在215个国家或地区中居第120位；2014年，中国人均GDP达到7593美元，在世界213个国家和地区排名第96位，并且中国已有8个地区人均GDP进入10000美元（居世界第88位）。按照这一发展趋势，中国将在2020—2023年期间，跨越“中等收入陷阱”，进入高收入国家行列。这就意味着，届时中国的消费将从解决温饱转变到更多关注精神层面、文化层面需求的新阶段。

国家统计局发布的数据显示，自2004年以来，中国文化产业的年均增长率都在15%以上，比同期国内生产总值的增速高6个百分点。2010年中国文化产业增加值为11052亿元，占同期GDP的2.75%。2013年文化企业数量已达130多万家，比2012年增长近20%。一方面是骨干文化企业不断做大做强，另一方面中小微文化企业如雨后春笋一般涌现，中国文化产业蕴藏着蓬勃生机和巨大潜力。根据最新的统计，文化产业对2015年经济总量增长的贡献率有望超过5.5%。人民群众快速增长的精神文化需求，十三亿人的文化消费潜力，为新闻出版业发展提供了巨大的市场空间。整个“十二五”期间，中国文化产业增加值年平均现价增长速度高于20%，2015年比2010年至少翻一番，实现倍增。目前，中国文化产业的增加值超过1.6万亿元，占国内生产总值的比重接近3%。预计到2020年，中国GDP约为111万亿元，中国文化产业的增加值可能达到或超过5.5万亿元，占GDP的比重达到5%，有可能真正成为支柱性产业。因此，未来文化产业发展的空间巨大（见图1-1）。

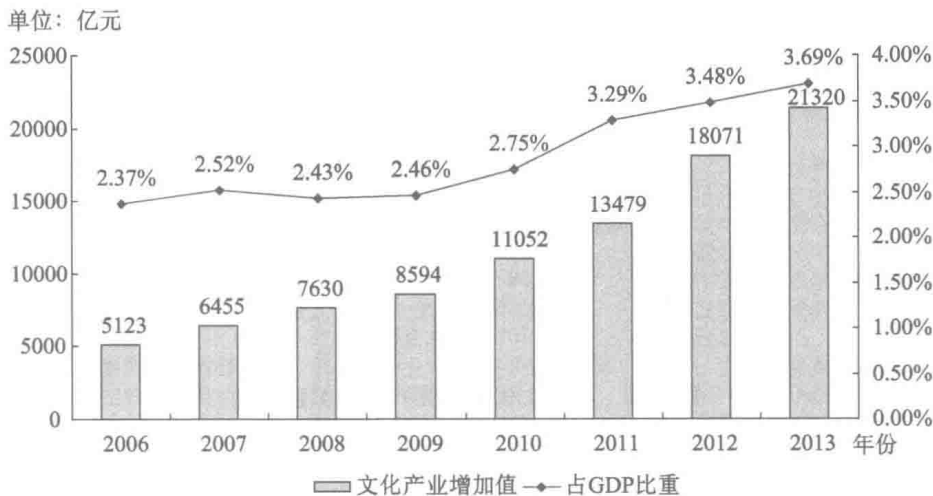


图 1-1 2006—2013 年中国文化产业增加值占 GDP 比重变化情况

大力发展文化产业不仅是经济社会发展的必然趋势，也是当前中国经济转型升级的战略选择，重视文化产业应成为国家意识和全民意识，必须站在国家发展战略和中华民族伟大复兴的高度审视发展文化产业的意义。在西方国家，文化产业不仅是其重要的产业门类之一和国力支撑，文化产品更成为他们输出价值观的工具。日本制定的《文化产业国家战略》则更加直白地说：“文化产业不仅直接关系到我国的经济利益，更关系到我国的外交利益”；2014 年，美国总统奥巴马把创意产业、创意经济提升到国家创新竞争力的战略高度，宣布每年 6 月 18 日为“国家创客日”。从国际范围来看，文化产业已发展成为新兴的朝阳产业。当今主要发达国家文化产业产值占 GDP 的份额分别是：美国 31%、日本 20%、欧洲国家 10%—15%、韩国 15%。在中国，文化产业已发展成为经济较发达地区的支柱产业和核心经济支撑。以北京和上海为例，北京 2014 年为 13.1%，上海 2013 年为 11.5%。统计数据表明，中国目前的网络视频、网络音乐、网络文学、网络游戏等用户的规模达 4.81 亿人，与 5 年前相比增加 1 亿人；网络文化产业的规模达 1500 亿元，同比增长 200%，网络原创文学作品超过当代文学纸质媒体发表作品 50 年的总和。借助互联网在生产要素资源配置中的优化和集成作用，促进文化产业的创新力、生产力不断增强，带来文化产业提质升级的新业态。当前，政府已将文化产业作为中国国民经济支柱产业纳入国家发展规划，作为文化产业中极具发展潜力的新兴业态，“十三五”时期推动产业转型升级已成为重点任务（见图 1-2、图 1-3）。

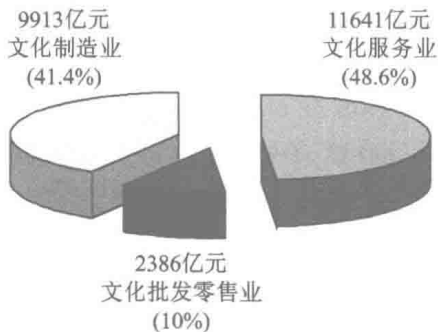


图 1-2 中国文化和相关产业增加值构成



图 1-3 2015 年中国文化产业发展的重点

纵观新中国成立 60 多年的发展历程，党和国家战略重心是在根据不同社会发展阶段的主要矛盾不断调整的。总体上来看，先后经历了三次大的调整和转变，即以政治建设为中心的社会主义国家政权建设和巩固时期（1949—1977 年），这一时期的战略重点是巩固新生的人民政权；以经济建设为中心的社会主义国家经济发展和复苏时期（1978—2011 年），这一时期的战略重点是改革开放、解放和发展生产力，彻底解决民生问题；以文化建设为中心、文化与经济协调发展的社会主义国家经济社会和文化全面繁荣和兴旺时期（从 2011 年开始），这一时期的战略重点是与国家经济方面形成的世界大国相匹配推动文化大国文化强国建设。因此，目前，国家正处于“以文化建设为中心”重大战略转型调整期，文化与政治、文化与经济等如何实现协调发展是我们面临的重大问题。具体调整如图 1-4 所示。