

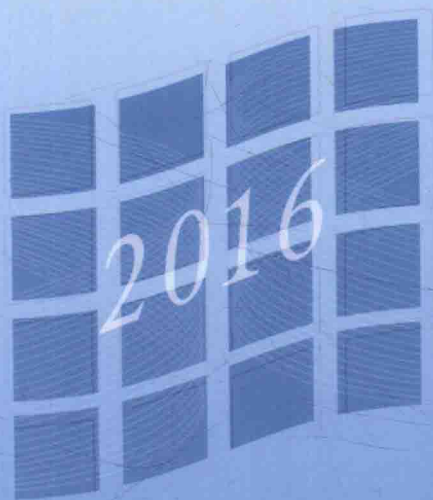
教育部哲学社会科学系列发展报告

MOE Serial Reports on Developments in Humanities and Social Sciences

# 中国文化产业年度 发展报告2016

The Annual Development Report of  
Chinese Cultural Industries 2016

叶朗 主编



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS



教育部哲学社会科学系列发展报告

MOE Serial Reports on Developments in Humanities and Social Sciences

# 中国文化产业年度 发展报告2016

The Annual Development Report of  
Chinese Cultural Industries 2016

叶朗 主编



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

中国文化产业年度发展报告. 2016/叶朗主编. —北京:北京大学出版社, 2016. 11  
(教育部哲学社会科学系列发展报告)

ISBN 978-7-301-27729-4

I. ①中… II. ①叶… III. ①文化产业—研究报告—中国—2016 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 266017 号

- 书 名** 中国文化产业年度发展报告 2016  
ZHONGGUO WENHUA CHANYE NIANDU FAZHAN BAOGAO 2016
- 著作责任者** 叶 朗 主编
- 责任编辑** 胡利国
- 标准书号** ISBN 978-7-301-27729-4
- 出版发行** 北京大学出版社
- 地 址** 北京市海淀区成府路 205 号 100871
- 网 址** <http://www.pup.cn>
- 电子信箱** [ss@pup.pku.edu.cn](mailto:ss@pup.pku.edu.cn)
- 新浪微博** @北京大学出版社
- 电 话** 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765016
- 印 刷 者** 北京宏伟双华印刷有限公司
- 经 销 者** 新华书店
- 730 毫米×980 毫米 16 开本 30.25 印张 527 千字  
2016 年 11 月第 1 版 2016 年 11 月第 1 次印刷
- 定 价** 75.00 元

---

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱: [fd@pup.pku.edu.cn](mailto:fd@pup.pku.edu.cn)

图书如有印装质量问题,请与出版部联系,电话:010-62756370

## 总 序

哲学社会科学的发展水平,体现着一个国家和民族的思维能力、精神状态和文明素质,反映了一个国家的综合国力和国际竞争力。在社会发展历史进程中,哲学社会科学往往是社会变革、制度创新的理论先导,特别是在社会发展的关键时期,哲学社会科学的地位和作用就更加突出。在我国从大国走向强国的过程中,繁荣发展哲学社会科学,不仅关系到我国经济、政治、文化、社会建设以及生态文明建设的全面协调发展,而且关系到社会主义核心价值体系的构建,关系到全民族的思想道德素质和科学文化素质的提高,关系到国家文化软实力的增强。

党的十六大以来,以胡锦涛同志为总书记的党中央高度重视哲学社会科学,从中国特色社会主义发展全局的战略高度,把繁荣发展哲学社会科学作为重大而紧迫的任务进行谋划部署。2004年,中共中央下发《关于进一步繁荣发展哲学社会科学的意见》,明确了新世纪繁荣发展哲学社会科学的指导方针、总体目标和主要任务。党的十七大报告明确指出:“繁荣发展哲学社会科学,推进学科体系、学术观点、科研方法创新,鼓励哲学社会科学界为党和人民事业发挥思想库作用,推动我国哲学社会科学优秀成果和优秀人才走向世界。”2011年,党的十七届六中全会审议通过的《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》,把繁荣发展哲学社会科学作为推动社会主义文化大发展大繁荣、建设社会主义文化强国的一项重要内容,深刻阐述了繁荣发展哲学社会科学一系列带有方向性、根本性、战略性的问题。这些重要思想和论断,集中体现了我们党对哲学社会科学工作的高度重视,为哲学社会科学的繁荣发展指明了方向,提供了根本保证和强大动力。

为学习贯彻党的十七届六中全会精神,教育部于2011年11月17日在北京召开全国高等学校哲学社会科学工作会议。中共中央办公厅、国务院办公厅转发《教育部关于深入推进高等学校哲学社会科学繁荣发展的意见》,明确提出到2020年基本建成高校哲学社会科学创新体系的奋斗目标。教育部、财政部联合印发《高等学校哲学社会科学繁荣计划(2011—2020年)》,教育部下发《关于进一步改进高等学校哲学社会科学研究评价的意见》《高等学校哲学社会科学“走出



去”计划》《高等学校人文社会科学重点研究基地建设计划》等系列文件,启动了新一轮“高校哲学社会科学繁荣计划”。未来十年,高校哲学社会科学将着力构建九大体系,即学科和教材体系、创新平台体系、科研项目体系、社会服务体系、条件支撑体系、人才队伍体系、现代科研管理体系和学风建设工作体系,同时,大力实施高校哲学社会科学“走出去”计划,提升国际学术影响力和话语权。

当今世界正处在大发展大变革大调整时期,我国已进入全面建设小康社会的关键时期和深化改革开放、加快转变经济发展方式的攻坚时期。站在新的历史起点上,高校哲学社会科学面临着难得的发展机遇和有利的发展条件。高等学校作为我国哲学社会科学事业的主力军,必须充分发挥人才密集、力量雄厚、学科齐全等优势,坚持马克思主义立场观点方法,以重大理论和实际问题为主攻方向,立足中国特色社会主义伟大实践进行新的理论创造,形成中国方案和中国建议,为国家发展提供战略性、前瞻性、全局性的政策咨询、理论依据和精神动力。

自2010年始,教育部启动哲学社会科学研究发展报告资助项目。发展报告项目以服务国家战略、满足社会需求为导向,以数据库建设为支撑,以推进协同创新为手段,通过组建跨学科研究团队,与各级政府部门、企事业单位、校内外科研机构等建立学术战略联盟,围绕改革开放和社会主义现代化建设的重点领域和重大问题开展长期跟踪研究,努力推出一批具有重要咨询作用的对策性、前瞻性研究成果。发展报告必须扎根社会实践、立足实际问题,对所研究对象的发展状况、发展趋势等进行持续研究,强化数据采集分析,重视定量研究,力求有总结、有分析、有预测。发展报告按照“统一标识、统一封面、统一版式、统一标准”纳入“教育部哲学社会科学发展报告文库”集中出版。计划经过五年左右,最终稳定支持百余种发展报告,有力支撑“高校哲学社会科学社会服务体系”建设。

展望未来,夺取全面建设小康社会新胜利、谱写人民美好生活新篇章的宏伟目标和崇高使命,呼唤着每一位高校哲学社会科学工作者的热情和智慧。我们要不断增强使命感和责任感,立足新实践,适应新要求,以建设具有中国特色、中国风格、中国气派的哲学社会科学为根本任务,大力推进学科体系、学术观点、科研方法创新,加快建设高校哲学社会科学创新体系,更好地发挥哲学社会科学认识世界、传承文明、创新理论、咨政育人、服务社会的重要功能,为全面建设小康社会、推进社会主义现代化、实现中华民族伟大复兴作出新的更大的贡献。

教育部社会科学司

2012年7月

# 《中国文化产业年度发展报告(2015)》编委会

## 一、指导单位

文化部文化产业司  
教育部社会科学司  
北京大学社会科学部

## 二、编撰单位

北京大学文化产业研究院  
国家文化产业创新与发展研究基地

## 三、顾问团队

于群(中华人民共和国文化部党组成员、部长助理)  
吴江波(中华人民共和国文化部文化产业司司长)  
叶 朗(北京大学文化产业研究院院长、文科资深教授)  
王 博(北京大学社会科学部部长、哲学系教授)

## 四、专家委员会

王一川(北京大学)  
陈少峰(北京大学)  
向 勇(北京大学)  
熊澄宇(清华大学)  
金元浦(中国人民大学)  
花 建(上海社会科学院)  
肖永亮(北京师范大学)  
胡惠林(上海交通大学)  
张胜冰(中国海洋大学)



范 周(中国传媒大学)  
 魏鹏举(中央财经大学)  
 王育济(山东大学)  
 李 炎(云南大学)  
 李向民(南京艺术学院)  
 顾 江(南京大学)  
 张晓明(中国社会科学院)  
 祁述裕(国家行政学院)  
 王向华(香港大学)  
 李天铎(台湾实践大学)  
 余日新(台湾暨南国际大学)  
 李永求(Hankuk University of Foreign Studies, Korea)

## 五、编委会

### 主编：

叶 朗

### 执行主编：

陈少峰 向 勇 张立波

### 编委(按姓氏笔画排序)：

王齐国 王国华 邓丽丽 叶 朗 刘结成 向 勇 张立波 沈望舒  
 陈 刚 陈少峰 林 一 周庆山 周城雄 修 斌 钮沐联 赵成国  
 赵雅兰 徐文明 唐金楠 彭 锋 薛 旻

### 撰稿(按姓氏笔画排序)：

王 帅 王 璇 王国华 石 俊 白 龙 刘园香 刘志芳 向光一  
 齐 骥 毕绪龙 成 琪 李 君 张立波 张振鹏 张 奎 陈少峰  
 吴 倩 吴承忠 宋 菲 何文义 何 毅 花 建 胡 艳 徐文明  
 唐敏敏 侯杰耀 庞 敏 赵雅兰 黄锦宗 高 颖 韩东庆 郭 彬

# 目 录

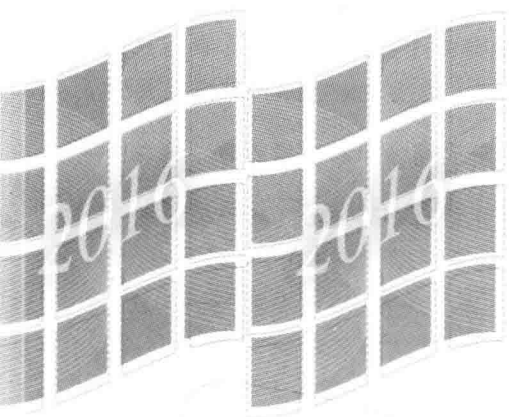
## Contents

总序	1
总报告	1
总报告	3
行业报告	17
行业报告一 出版传媒产业年度发展报告	19
行业报告二 电影产业年度发展报告	33
行业报告三 广播电视产业发展报告	48
行业报告四 演艺产业年度发展报告	63
行业报告五 动漫产业年度发展报告	80
行业报告六 游戏行业年度发展报告	98
行业报告七 新媒体产业年度发展报告	112
行业报告八 广告传媒产业年度发展报告	132
行业报告九 艺术品及工艺美术业年度发展报告	149
行业报告十 文化创意与设计服务业年度发展报告	173
行业报告十一 会展节庆产业年度发展报告	187
行业报告十二 文化旅游产业年度发展报告	202
行业报告十三 教育培训业年度发展报告	214
行业报告十四 体育产业年度发展报告	226





<b>专题报告</b>		245
专题报告一	文化新城镇的前沿探索	247
专题报告二	新型城镇进程中文化遗产保护、传承与创新路径研究	261
专题报告三	文化旅游企业发展与人才培养的路径与方法研究	270
专题报告四	小微文化企业发展研究	282
专题报告五	中国微电影发展现状与前景研究	294
专题报告六	中国文化产业资产证券化金融模式研究	314
专题报告七	中国演艺企业境外投资经营研究	324
专题报告八	国家治理背景下文化体制机制改革研究	334
<b>案例报告</b>		345
案例报告一	《西游记之大圣归来》:归来的情怀和中国动画电影的前路	347
案例报告二	微信摇电视:“互联网+”时代电视商业模式的转型	360
案例报告三	文化旅游 PPP 模式:“供给侧”改革新思路	374
案例报告四	回首十年:北京文博会的成功之道	383
案例报告五	逻辑思维:自媒体的崛起	396
案例报告六	腾讯游戏:泛娱乐战略的拓展	408
案例报告七	故宫文创:“创意+科技”成就新“网红”	422
案例报告八	枫叶模式:打造国际基础教育连锁品牌	435
案例报告九	微票儿:腾讯孕育的在线票务独角兽	444
<b>附录</b>		457
2015 年度文化产业大事记		459
编写说明		472



# 总报告



# 总 报 告

陈少峰 侯杰耀 张立波\*

在市场环境变化、国家政策支持、互联网技术迭代等多种因素的影响下, 中国文化产业在 2015 年经历了新的变革与发展机遇。通过盘点全年中国文化产业的最新进展, 我们会看到一个欣欣向荣的产业发展现状, 也能较为清楚地了解和把握我国文化产业的未来走向。

## 一、宏观发展环境的新变化

总体而言, 2015 年中国文化产业的宏观环境突出表现在融合扩展、政策支持、创业热潮、互联网应用等方面。

### (一) “文化+”的融合扩展

“文化+”是以文化为主体或核心元素的一种跨业态的融合, 它充分发挥了文化的作用, 将文化创新创意成果深度融合于经济社会各领域, 形成以文化为内生驱动力的产业发展新模式与新形态。“文化+”的实质, 是要实现内容、市场、资本和技术等关键要素在文化产业发展中的聚集、互动、融合和创新。

我国文化产业在跨界融合等方面取得了积极进展, 我国相关产业的快速融合发展为“文化+”的叠加效应提供了有力支撑。“中国制造 2025”等国家战略的提出以及电子信息、通信、软件、物流、金融、教育等相关产业的快速发展, 为文化资源的开发提供了载体, 为文化信息的传播提供了平台。腾讯、百度、阿里巴巴等从事互联网服务的企业, 日益重视通过内容生产提升附加价值和核心竞争力, 并从原先的技术平台制造商、运营商和服务商, 转变为包括内容制作、提供和集成在内的综合性文化科技型企业。阿里巴巴推出两期娱乐宝, 收购文化中国并将其改名

---

\* 陈少峰, 博士, 北京大学文化产业研究院副院长、教授, 主要研究文化产业与文化管理哲学; 侯杰耀, 北京大学博士在读, 文化产业研究院研究助理, 主要研究文化企业管理; 张立波, 博士, 中国海洋大学国家文化产业研究中心副教授, 北京大学文化产业研究院副研究员, 主要研究文化产业商业模式与企业核心竞争力等。



为阿里影业,进入影视制作、手游等领域;腾讯宣布将参与推出影视大片;百度也收购了网络视频运营商PPS的视频业务。<sup>①</sup>制造业、建筑业、信息业、旅游业、农业和体育产业等领域都开始重视“文化+”的跨界融合。用创意和设计形成全新的产品和服务,重塑文化价值,还将贯穿于今后经济结构调整的全过程。<sup>②</sup>

随着传统行业转型需求的日趋迫切,“文化+”的作用进一步凸显。2015年政府推动落实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政策措施,实施文化产业创业创意人才扶持计划;深化文化金融合作,联合财政部实施“文化金融扶持计划”,对138个重点项目给予11.8亿元资金支持,同比增长75%。截至2015年年末,累计带动8330亿元的金融资本、超1.8万亿元的社会资本投入文化产业;征集7134个文化产业项目,全国共有10个国家级文化产业示范园区、10个国家级文化产业试验园区和335个国家文化产业示范基地。<sup>③</sup>

## (二)“一带一路”战略的推进

“一带一路”政策为中国文化产业的发展带来了新机遇。《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》的制定、发布让“一带一路”的战略设想进入了实践阶段。“一带一路”作为一个综合性的国家战略,提供了市场、交通、人才等各个方面的政策红利,特别是“一带一路”沿线的广阔地域提供了丰富的、可供开发的文化资源,这为文化产业创造了良好的发展条件。围绕“一带一路”战略,沿线城市可以举办各种主题的文化艺术博览会,也可以建设相关主题的文化产业园,而旅游资源的开发、传统手工艺品的创新、互联网平台的应用无疑给文化公司带来了新的发展机遇,文化公司可以将各种创意理念和现代传媒工具与“一带一路”沿线的文化要素相结合,凭借“一带一路”的政策红利寻求新的市场空间。事实上,诸多文化企业和地方政府已经着手利用“一带一路”战略的政策优势来发展壮大文化产业,“一带一路”政策不仅推动了诸多文化公司的崛起与发展,从宏观的角度讲,也推动了中国文化和中国文化企业走向国门,通过与“一带一路”沿线的国家与地区的合作,中国文化企业将赢得更大的国际市场,中国文化品牌也将获得更多国家民族的认同。

## (三)“双创”热潮与文化众创空间

文化产业为“大众创业、万众创新”开拓了更为广阔的空间,几乎每个人都可

① 王京生:《“文化+”:新形势下文化产业发展的战略选择》,《中国文化报》2015年8月15日。

② 张玉玲等:《2015年中国文化产业报告》,《光明日报》2015年12月29日。

③ 参见文化部:《2015年文化发展统计公报》,2016年4月25日,[http://www.mcprc.gov.cn/whzx/whyw/201604/t20160425\\_461526.html](http://www.mcprc.gov.cn/whzx/whyw/201604/t20160425_461526.html)。

以参与其中。在 2015 年,国家出台了一系列支持创业的政策文件。2015 年 3 月 2 日,国务院办公厅印发《关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》,要求顺应网络时代大众创业、万众创新的新趋势,加快发展众创空间等新型创业服务平台,营造良好的创新创业生态环境,激发亿万群众创造活力。6 月,国务院印发《关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》,这是推动大众创业、万众创新的系统性、普惠性政策文件。就创业而言,文化遗产、文化创意等文化资源都是创业取之不尽用之不竭的源泉,任何人都可以从这些文化资源中获得创业灵感。文化产业极富活力,能有力推动创业就业。大众创业从长远来看不仅可以催生新业态,解决文化产业发展问题,而且对中国传统文化也有巨大的推动作用,通过让更多人加入到文化产业的创业中,可以进一步激发文化产业的创业活力和创新能量,文化产业将迎来全新的发展前景。

在 2015 年,除了文博会、文交所、对外文化贸易基地、文化和科技融合基地等传统文化产业园继续发展之外,在大众创业的热潮下,开始兴起很多与创业有关的文化产业园区。文化创意与创业密切相关,特别是在互联网的助力下,文化产业对大众创业、万众创新的推动作用更为明显。当下兴起许多线上“文化众创空间”,例如诞生于 2014 年的蓝海创意云等。在这些线上众创空间里,文化创意设计从业者可以在平台上发任务、接任务,在“创客空间”中在线使用主流设计软件开展工作,最后在平台上出售自己的创意作品。线上文化众创空间为文化创意设计从业者创造了一个创业空间,使大众创业、万众创新变得简单、快捷。

线上文化众创空间也影响了传统的文化产业园,原本产业园中的孵化器也纷纷升级为众创空间,大多数文化产业园都开始涉足创业领域。依托各类文化产业园区和基地,可以为各类人才加入文化创意行动提供最优的创业平台和良好条件。文化产业园将来可能会成为一个创业平台,在文化产业园里,可以进行“三创”,即创业、创投和创投辅导,它可以把创客、创业融合、创业投资全部融合在一起,这样形成的创业辅导模式能够让创业有更大的成功概率。而在产业园里的小微文化企业占据文化产业链的各个环节,产业园这个组合平台可以把政府资源与界的资源联动整合起来,实现各方的价值最大化,从而形成组合平台的竞争优势。

#### (四) 互联网应用的新变化

截至 2015 年 12 月,我国网民规模达 6.88 亿,全年共计新增网民 3951 万人。互联网普及率为 50.3%,较 2014 年年底提升了 2.4 个百分点。同时,互联网应用与社会经济的融合更为深入,网络购物、旅行预订等网络消费拉动经济增长,同



时,经济形势的变化也影响网民对网络理财、炒股的使用。<sup>①</sup>在互联网高度普及、互联网经济迅速发展的背景下,新媒体文化平台在文化产业领域也迅速崛起,数据显示,娱乐类网络应用的整体用户规模在过去半年中基本保持稳定,除网络文学用户规模略微有所下降外,其他娱乐类应用的用户规模均有增长<sup>②</sup>,具体网络应用变化情况可参见CNNIC发布的中国网民对各类网络应用的使用率统计(见表1-1-1)。

表 1-1-1 中国网民对各类网络应用的使用率

应用	2015 年		2014 年		全年 增长率
	用户规模 (万)	网民 使用率	用户规模 (万)	网民 使用率	
即时通信	62408	90.7%	58776	90.6%	6.2%
搜索引擎	56623	82.3%	52223	80.5%	8.4%
网络新闻	56440	82.0%	51894	80.0%	8.8%
网络视频	50391	73.2%	43298	66.7%	16.4%
网络音乐	50137	72.8%	47807	73.7%	4.9%
网上支付	41618	60.5%	30431	46.9%	36.8%
网络购物	41325	60.0%	36142	55.7%	14.3%
网络游戏	39148	56.9%	36585	56.4%	7.0%
网上银行	33639	48.9%	28214	43.5%	19.2%
网络文学	29674	43.1%	29385	45.3%	1.0%
旅行预订 <sup>1</sup>	25955	37.7%	22173	34.2%	17.1%
电子邮件	25847	37.6%	25178	38.8%	2.7%
团购	18022	26.2%	17267	26.6%	4.4%
论坛/bbs	11901	17.3%	12908	19.9%	-7.8%
互联网理财	9026	13.1%	7849	12.1%	15.0%
网上炒股或炒基金	5892	8.6%	3819	5.9%	54.3%
社交应用 <sup>2</sup>	53001	77.0%	—	—	—
在线教育	11014	16.0%	—	—	—
互联网医疗	15211	22.1%	—	—	—

(资料来源:CNNIC《第37次中国互联网络发展状况统计报告》)

① 数据来源:中国互联网络信息中心发布:《第37次中国互联网络发展状况统计报告》。

② 同上。

虽然优质的文化内容资源是文化产业的核心竞争力,但是,互联网的崛起也使新媒体文化平台的重要性愈发突出,特别是垂直平台模式的竞争优势得以显现。BAT等拥有优势互联网平台的企业进入文化产业,传统媒介处于明显的竞争劣势,只有占有互联网优势平台,文化产业的优质内容资源才能更好地进行市场推广。互联网平台是技术平台、零售平台、娱乐平台、资源整合平台、营销平台,其中营销平台和传播平台是一体的。虽然BAT等大型互联网公司在平台领域占有绝对优势,但这并不意味着其他文化企业就无法争得自己的互联网平台,正在兴起的垂直平台模式已经成为中小文化企业的一个绝佳选择。所谓的垂直平台区别于BAT这些以覆盖面广、种类多而取胜的平台模式,是占据某一个细分的垂直领域,为特定的有针对性的客户提供服务,重在挖掘特定客户群体的需求,借助于移动互联网深入到特定用户群体的生活的方方面面,分别在服务类信息的细分领域中进行深入延伸,取得了良好的成绩。垂直平台聚焦于细分市场,对行业和产品理解更为深刻,因而也更容易做出特色,满足某一类用户群体的个性化需求,所以说,垂直平台逐渐成为互联网文化产业的又一个亮点。

#### (五) 国有文化企业的改革

在新兴文化产业的冲击下,国有文化企业的改革越发紧迫。目前,国有文化传媒企业出现两极分化,部分国有文化企业通过投资或者进军新媒体实现转型成功,但也有部分传媒企业在探索多样化经营之后,其传媒与文化生产的业务将不再成为其主营业务。可以说,国有文化传媒企业将出现分化,在互联网时代呈现不同的传媒影响力。互联网的崛起给传统文化产业造成了巨大的生存压力,传统文化产业需要考虑如何在互联网时代转型发展,而大部分国有文化企业都属于传统文化产业,因此国有文化企业要在产品研发、传播途径、运营方式等多个方面做出相应调整,尤其要推动传统媒体与新兴媒体融合发展,强化互联网思维,实现跨媒体、全媒体发展。在体制方面,国有文化企业要加快公司制股份制改造,建立健全现代企业制度,利用市场资源和社会力量更好地发挥舆论引导作用。在资本融资方面,国有文化企业要加快推进以资本为纽带的联合,进行跨地区跨行业跨所有制并购重组,突出内容建设,强化技术支撑。此外,国有文化企业还要重视社会效益,文化企业担负着文化传承使命,实现社会效益和经济效益相统一,特别要区分国有文化企业的职能性质:以经济效益为主的业务就应该完全按照市场竞争的方式来运转,充分发挥企业的市场活力,而以社会效益为主的业务就需国家扶持。国有文化企业是发展文化产业、传播先进文化的重要力量,因此,国有文化企业在推动两个效益相统一中一直走在前列。





## 二、文化产业资源的新开发

文化资源是文化产业的重要源泉,以合适的方式开发利用文化资源始终是文化企业必须认真面对的问题。在 2015 年,中国文化产业在互联网文化产业、足球产业、文化旅游产业等领域凸显出开发和拓展文化资源的重要性。

### (一) 互联网文化产业的 IP 开发

在互联网文化产业领域,优质 IP 资源日益火热。文化企业逐渐意识到只有拥有高质量的文化产品才能在市场上立于不败之地,而 IP 资源是研发各种各样的文化产品的起点与核心。以网络文学为例,网络文学作为 IP 源头之一在资本市场中越来越受到关注,年度比较成功的《琅琊榜》《盗墓笔记》《花千骨》等影视作品均改编自文学作品。游戏与影视剧公司争抢网络小说 IP,版权价飙升,优质 IP 非常紧缺,在市场上供不应求。IP 资源的火热反映了文化产品的内容越来越受到人们的重视,以优酷土豆、爱奇艺、搜狐为代表的视频网站已经不再是简单视频播放平台,它们也制作自己的网络视频。无论提供传媒平台的企业还是直接生产内容产品的企业都开始或开发或购买优质的 IP 资源,并以 IP 资源为核心开发一系列的衍生产品,搭建长产业链,培育自己的核心竞争力。

此外,IP 资源的开发途径将日益多样化,“平台+部分自制内容”成为最好的商业模式。湖南卫视的芒果 TV 就是这种商业模式的代表,湖南卫视自己做一个网络平台,好的节目放在网络平台上播,比如《爸爸去哪儿》《我是歌手》等。在视频化的驱使下,互联网正在由文字时代转为视频时代,内容为王的特征越来越明显。一方面我们需要不断挖掘或创造新的 IP 资源,这可能来自于传统文化,也完全可以当代的全新创造;另一方面我们需要丰富 IP 资源的开发途径,充分利用现有的媒体平台,在文学、视频、游戏等多方面尽最大可能发挥 IP 资源的经济价值。

### (二) 足球产业的活跃

足球产业成为 2015 年中国文化产业的新宠,特别是校园足球、培训、媒体、与境外机构合作建设足球基地等明显活跃。国务院发布的《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》指出,对发展相对滞后的足球项目制定中长期发展规划和场地设施建设规划。在良好政策的支持下,中国的体育产业将迎来美好的发展前景。该《意见》以足球、篮球、排球三大球为切入点,加快发展普及面广、关注度高、市场空间大的集体项目,推动体育产业向纵深发展。为了促进体育产业的可持续发展,开始挖掘我国体育产业在比赛、活动、培训等衍生产业中的潜力,增