

# 浙江文化品牌发展报告 (2014)

诗画浙江 品牌强省

浙江工商大学浙江省文化产业品牌研究基地

王志邦 何蔚萍 主编



浙江工商大学出版社  
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS



# 浙江文化品牌发展报告 (2014)

诗画浙江 品牌强省

浙江工商大学浙江省文化产业品牌研究基地

王志邦 何蔚萍 主编



浙江工商大学出版社  
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

浙江文化品牌发展报告. 2014 / 王志邦, 何蔚萍主编. —杭州: 浙江工商大学出版社, 2015. 1

ISBN 978-7-5178-1218-0

I. ①浙… II. ①王… ②何… III. ①文化产业—产业发展—研究报告—浙江省—2014 IV. ①G127.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 179348 号

## 浙江文化品牌发展报告(2014)

王志邦 何蔚萍 主编

---

责任编辑 余宇炜 任晓燕

责任校对 邹接义

封面设计 包建辉 王科威

责任印制 包建辉

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排版 杭州朝曦图文设计有限公司

印刷 杭州五象印务有限公司

开本 710mm×1000mm 1/16

印张 17.25

字数 309 千

版印次 2015 年 1 月第 1 版 2015 年 1 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-5178-1218-0

定价 49.80 元

---

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88904970

# 浙江文化品牌发展报告(2014)

## 编辑委员会

编撰单位：浙江工商大学浙江省文化产业品牌研究基地

主    编：王志邦  何蔚萍

编    委：（按姓氏拼音排序）

何蔚萍  季元杰  王志邦  于小涵  章军杰

撰  稿  人：（按姓氏拼音排序）

范周慧  葛静雅  龚  慧  季元杰  蒋一茗

金华情  林玲丽  刘佳迪  钱颖珍  沈佳辉

汪雅婷  吴旭森  徐  月  徐静静  杨云云

于晨晨  于小飞  于小涵  俞姣姣  张绚璇

朱晓婷  章军杰  周佳颖

# 前 言

2005年1月7日,时任中共浙江省委书记的习近平在《浙江日报》发表《努力打造“品牌大省”》一文,明确提出:“要坚定不移地走品牌发展之路,引导企业确立品牌意识,培育品牌、提升品牌、经营品牌、延伸品牌,做到无牌贴牌变有牌,有牌变名牌,培育更多的中国驰名商标和名牌产品,努力创造若干世界名牌,努力打造‘品牌大省’。”<sup>①</sup>2006年6月,中共浙江省委、省人民政府开全国之先河出台《关于推进“品牌大省”建设的若干意见》。21世纪,我们的经济社会已由商品经济时代过渡到品牌经济时代,品牌经营范围也由经济领域延伸到文化领域,文化品牌成为衡量一个国家或地区竞争力水平的重要指标。加快转变低层次、低附加值的粗放型文化产业发展范式,打造文化与经济一体化融合的品牌新优势,推动浙江经济向全球产业价值链高端升级,是推动浙江文化大省和品牌大省建设亟待解决的突出问题。

浙江是中华文明的重要发祥地和传承地,在中国乃至世界历史上都占有重要地位,距今5000多年的良渚文化被史学界誉为“华夏文明的曙光”<sup>②</sup>;浙江是我国改革开放的前沿阵地,首创精神是改革开放以来浙江长期发展的动力之源,也是浙江改革开放取得成功的重要经验。如何站在一个新的历史起点上,顺应“品牌经济”时代的发展潮流,激发浙江文化创造和品牌建设的活力,引领全国文化品牌建设的风气之先,推动浙江文化品牌建设的常态化、长效化,是加快推进浙江文化强省建设的应有之义,也是浙江文化品牌建设应该担承的责任和使命。

为贯彻落实国务院《文化产业振兴规划》中提出的“打造一批具有核心竞争力的知名文化品牌”工作部署,加快推进浙江文化强省建设和打造浙江文化品牌建设

---

① 习近平:《努力打造“品牌大省”》,转引自《之江新语》,浙江人民出版社2007年版,第99页。

② 吴汝祚:《良渚文化——中华文明的曙光》,见《文明的曙光——良渚文化》,浙江人民出版社1996年版,第51页。

新优势,浙江工商大学浙江省文化品牌研究基地(以下简称基地)以推动浙江文化品牌现代化建设为宗旨,以服务浙江文化品牌建设、引导浙江文化品牌良性发展为己任,致力于文化品牌理论研究、文化品牌战略规划、文化品牌价值提升、文化品牌宣传推广等工作。希望通过对浙江文化品牌建设实践的长期持续关注,全面考量浙江文化品牌建设领域的难点问题与发展走向,深度分析浙江文化品牌建设的一般逻辑与客观规律,逐步构建浙江文化品牌研究的理论体系,推动学术资源更好地服务地方、服务社会。

由于学术界对浙江省文化品牌研究尚处于初步阶段,对文化品牌的理论架构和发展规律尚不明晰。基地同仁基于教学实践和思考,对浙江文化品牌建设基本形成了以下几点认同:

第一,文化品牌是对特定文化内容或文化载体的抽象表达,是推动浙江文化建设走向纵深的关键要素。文化品牌作为一种无形资产,属于高文化价值的范畴,可以从深层次上解决文化与经济融合的矛盾冲突、文化转向和资源转化问题,其价值正在超越其他资产成为文化活动中最具活力的价值增长源。文化品牌建设要求既要遵循文化发展的内在规律,又要发挥市场经济的运行规律,最终服务于现代社会多样化、个性化的文化消费需求。以文化品牌带动文化建设,是国内外文化发展的普遍规律,也是推动浙江文化建设的现实路径。因此,《浙江文化品牌发展报告》既着力强化对浙江文化品牌建设的宏观考量与战略思考,也关注具体文化品牌建设的发展成效和思路探讨,力图做到浙江文化品牌理论与实践探讨相结合。

第二,文化品牌与地域文化的积极共振可以将浙江文化品牌建设推向更高的层次,文化资源是浙江文化品牌建设的最重要资源和最主要优势。文化品牌是一个地域的文化内涵和形象符号的有效载体,是建构地域文化品格和身份标识的重要途径。而文化资源则是一个地方文化底蕴的重要体现,构成了地域文化发展和文化品牌建设的坚实基础。加快推动地域文化与文化品牌建设的积极共振,提升地域文化对文化品牌的支撑力,是加强浙江文化品牌建设的关键所在。因此,《浙江文化品牌发展报告》区域报告以“文化资源与文化品牌”为主线,全面梳理各地市文化资源的存量与增量,深度剖析各地市文化资源品牌建设的重点和难点问题,探讨各地市文化品牌与地域文化积极共振的具体思路,为浙江省文化品牌建设提供基础性服务。

第三,文化品牌建设是一个综合性的系统工程,浙江必须建构一个层次分明、结构合理的文化品牌体系。按照我们的理解,文化品牌既可以是具有较大影响力的全国性文化品牌,也可以是在某一特定区域具有全民影响力的区域性文化品牌;

既可以是当下就已形成的文化品牌,也可以是未来具有发展潜力的文化品牌。只要是在一定空间区域内形成具有区别于其他同类对象的概念设计、形象标识或文化符号,均可以作为文化品牌的基本内容。具体到某一特定空间,文化品牌的外延既可以是文化产业,也可以是文化事业;既可以是文化产品,也可以是文化企业;既可以是文化园区,也可以是文化基地;既可以是文化区域,也可以是文化行业,由此形成浙江文化品牌的立体多层次结构。因此,《浙江文化品牌发展报告》既关注区域性的文化品牌建设,也关注行业性的文化品牌建设,其中又涉及园区、企业、产品等中、微观层面的文化品牌建设,初步呈现了多层次、立体化的浙江文化品牌发展格局。

当然,以上共识还是初步的,有待于在实践调研与理论探讨中进一步修正,以期形成学界公认的文化品牌基本论点。它们以这样或那样的方式渗透在该书的各个报告之中,贯穿于全书篇章安排之中,成为《浙江文化品牌发展报告》区别于其他著述的显著特点。

面对全国文化大发展和文化品牌建设的大环境,积极促进浙江文化品牌与地域文化的积极共振,推动浙江文化品牌建设的理论研究和实践探索,是继承和延续“品牌大省”和“文化大省”战略的必然要求。我们希望通过若干年的努力,在历史维度与现实关照的双重视域下进行浙江文化品牌建设的积极探讨,最终形成反映浙江工商大学浙江省文化品牌研究基地的学术水准,推动浙江文化品牌理论研究和实践探讨走向系统化、深入化。

# 目录

• M U L U •

浙江文化品牌发展报告(2014)

## ● 总报告

打造浙江文化品牌 推进文化强省建设 3

## ● 区域报告

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 2013 年杭州市文化品牌发展报告 | 21  |
| 2013 年宁波市文化品牌发展报告 | 40  |
| 2013 年温州市文化品牌发展报告 | 50  |
| 2013 年嘉兴市文化品牌发展报告 | 61  |
| 2013 年湖州市文化品牌发展报告 | 73  |
| 2013 年绍兴市文化品牌发展报告 | 87  |
| 2013 年金华市文化品牌发展报告 | 102 |
| 2013 年衢州市文化品牌发展报告 | 113 |
| 2013 年舟山市文化品牌发展报告 | 126 |
| 2013 年台州市文化品牌发展报告 | 137 |
| 2013 年丽水市文化品牌发展报告 | 147 |

## ● 业态报告

|                  |     |
|------------------|-----|
| 2013 年浙江省影视业品牌报告 | 161 |
|------------------|-----|



|                     |     |
|---------------------|-----|
| 2013 年浙江省演艺娱乐业品牌报告  | 177 |
| 2013 年浙江省文化旅游业品牌报告  | 188 |
| 2013 年浙江省动漫游戏业品牌报告  | 207 |
| 2013 年浙江省会展业品牌报告    | 218 |
| 2013 年浙江省文化遗产品牌报告   | 225 |
| 2013 年浙江省对外文化贸易品牌报告 | 233 |
| 2013 年浙江省文化产业园区品牌报告 | 241 |

## ● 附 录

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 一、浙江省国家级文化产业示范基地名录   | 251 |
| 二、浙江省文化类上市公司相关情况一览   | 255 |
| 三、2013 年度“文化新浙商”获奖名录 | 258 |



# 总 报 告

浙江文化品牌发展报告（2014）



# 打造浙江文化品牌 推进文化强省建设

2013年,是贯彻落实中共十八大精神的开局之年,也是实施“十二五”规划承上启下的关键之年。浙江省委、省政府按照中央对浙江提出“走在前列”的总体要求,担承为文化强国建设先行探索的重大责任,深入实施“八八战略”和“创业富民、创新强省”战略,积极打造浙江文化品牌,有序推进浙江文化强省建设。目前,浙江已初步构建了多层次、立体化的文化品牌发展格局。在浙江文化经济转型发展的重要关口,如何以更高层次、更宽视野、更大力度推动浙江文化品牌建设,加快浙江文化产业发展根本动力由政府驱动向市场驱动的转换,实现浙江文化产业发展重心由“量的扩张”向“质的提升”的转变,打造代表浙江风格、浙江特色、浙江形象的文化品牌体系,成为继承和延续浙江“文化大省”和“品牌大省”双战略的重要命题。

## 一、总体形势:基本判断和主要特点

第一,文化产业整体运行保持平稳快速增长,总量规模位居全国前列,初步成为浙江省国民经济支柱性产业。“十二五”以来,浙江省文化产业保持平稳快速增长,文化产业在国民经济中所占的比例逐年增加,文化及相关产业增加值年均增幅近20%,远高于同期国民经济的增长速度,已成为浙江省国民经济新的增长点和经济结构战略性调整的重要支点。2013年,浙江省文化产业实现增加值1800亿元,占全省GDP比重达5%,已初步成为浙江省国民经济支柱性产业,新闻出版、影视服务、数字内容、文化旅游和文化会展等产业门类逐步确立了在全国的优势地位。据上海交通大学国家文化产业创新与发展研究基地、中国文化发展指数研究中心发布的《2013:中国文化产业指数报告》,浙江省文化产

业发展指数位居大陆第三,仅次于北京市、广东省,生产力指数、影响力指数、驱动力指数等其他各项指标也位居全国前列,浙江文化产业已成为全国文化产业的生力军和领跑者。

表 1 2010—2013 年浙江文化及相关产业增加值情况

|        | 增加值(亿元) | 同比增长(%) | 占 GDP 比重(%) |
|--------|---------|---------|-------------|
| 2010 年 | 1056.09 | 30.7    | 3.81        |
| 2011 年 | 1290.01 | 22.1    | 3.99        |
| 2012 年 | 1581.72 | 22.6    | 4.56        |
| 2013 年 | 1880.40 | 15.9    | 5           |

资料来源:根据浙江省统计局相关资料整理。

第二,浙江文化产业发展格局呈现区域性失衡的特点,呈现产业过剩与品牌短缺并存的发展局面。就区域结构而言,尽管浙江省文化产业的总量规模不断提升,但各市文化产业发展水平不平衡,杭州、宁波两地文化产业增加值占据全省总量规模的一半以上。据统计,2013 年杭州市文化创意产业实现增加值 1359.51 亿元,同比增长 18%;文化创意产业增加值占全市 GDP 的比重达 16.3%,比上年提高 2.7 个百分点。从目前已公布的数据来看,2013 年仅杭州文化创意产业增加值占 GDP 的比重高于全省平均水平,宁波、温州、台州、湖州、丽水、嘉兴 6 个市占比都在全省平均水平以下。同时,各市文化产业也存在较严重的低水平重复建设、文化项目雷同等问题,造成了人力、物力、财力等资源的巨大浪费,浙江省文化产业呈现由总体“短缺”向产业过剩与品牌短缺并存转变的局面。例如,大部分市将文化旅游、动漫产业作为本市文化产业的发展重点,兴建了大量由政府主导的文化旅游项目和动漫产业园区。这些举措虽然极大地推动了全省文化产业量的扩张,但这些项目和园区或因缺乏核心特色,或因缺乏长期规划,仅少部分形成了核心竞争力和优势品牌。经过近十年的发展,浙江文化产业的发展方式已进入由数量规模型向质量效益型的转变,加速推进大规模洗牌和兼并重组浪潮。

表 2 2012、2013 年各市文化及相关产业增加值及 GDP 占比情况

| 市  | 文化及相关产业增加值(亿元) | 占 GDP 比重(%) |
|----|----------------|-------------|
| 杭州 | 1359.51        | 16.3        |
| 宁波 | 316.9          | 4.45        |
| 温州 | 160.0          | 4.00        |

续 表

| 市    | 文化及相关产业增加值(亿元) | 占 GDP 比重(%) |
|------|----------------|-------------|
| 台州   | 132.63         | 4.21        |
| 湖州   | 75.46          | 4.20        |
| 丽水   | 44.93          | 4.58        |
| 嘉兴*  | 54.57          | 3.85        |
| 金华** | 162.88         | 6.01        |
| 绍兴** | 134.43         | 3.68        |
| 衢州** | 35.15          | 3.62        |
| 舟山** | 32.38          | 3.80        |

资料来源:根据各市统计局及相关资料整理。\* 2013 年上半年数据。\*\* 2012 年数据。

第三,文化产业与传统产业的关联作用进一步强化,特色块状经济成为推动浙江经济转型升级的新增长点。文化制造业是当前以及未来一段时期内浙江省文化产业的最主要组成部分,创意设计则代表了文化产业和传统产业之间相互渗透和相互融合的最前沿,成为浙江省现代经济转型升级的一大趋势,特色块状经济也成为推动浙江经济转型升级的新增长点。丽水市按照“一县一品一园区”的原则,率先建成了莲都古堰画乡、龙泉青瓷宝剑园区、青田石雕文化产业集聚区、云和木制玩具产业基地等四大园区,初步形成了以龙泉青瓷、龙泉宝剑、青田石雕、景宁畲乡工艺品等为代表的特色工艺品制造产业集群,以云和木制玩具制造业、庆元铅笔制造业、莲都钢笔制造业等为代表的文化用品制造业集群,以古堰画乡、遂昌旅游等为代表的文化休闲服务业集群,以青田石雕、龙泉青瓷、龙泉宝剑为代表的“丽水三宝”在国内外均具有较高知名度和影响力。2013 年,龙泉、青田、云和三大文化产业园(区)分别实现产值 26.1 亿元、20 亿元和 26.3 亿元,集群效益初步显现。此外,西湖龙井、东阳木雕、浦江书画、诸暨珍珠、台州刺绣、嵊州戏剧等特色块状经济也初具规模,特色块状经济已成为浙江文化产业发展的一个重要特色。

第四,文化法人单位的品牌效益凸显,民营文化产业逐渐成为浙江省文化产业发展的一大特色。近年来,浙江文化市场主体不断发展壮大,组建了浙江广电集团、浙江出版联合集团、浙江日报报业集团等十多家大型文化企业集团,形成了横店集团、宋城集团、华谊兄弟等一批在全省、全国乃至全球均有较大影响的民营文化龙头企业,文化法人单位的品牌效益日趋凸显。浙江积极发挥民营经济大省和民营资本充裕的现实优势,采取放宽市场准入、落实国民待遇和优化发展环境等系

列举措,汇聚全省乃至全国的民营文化企业,促进浙江省文化产业的发展壮大。据不完全统计,全省拥有各类民营文化企业约7万家,投资总规模达2000亿元以上,吸纳就业人员75万人以上。第六届“全国30强文化企业”浙江省入选4家(宋城演艺发展股份有限公司、思美传媒股份有限公司、浙江出版联合集团有限公司、浙江华策影视股份有限公司),充分表明浙江省骨干文化企业整体实力强劲,发展前景向好。但是,浙江省骨干文化企业占全部经营性文化法人企业比重仅为5.3%,低于全国平均水平0.7个百分点,文化服务业、文化制造业、文化批零售业骨干企业所占比重也均低于全国平均水平,骨干文化企业的投资规模、所占份额等亟须提高。

第五,政府推动文化品牌建设初见成效,浙江文化产业进入跨越转型升级的关键期。在文化产业发展初期,各级政府作为文化产业发展的责任主体与主要推动力,通过制定相关政策、发展战略和扶持措施,实施税收、金融、土地等优惠政策,极大地推动了浙江文化产业在某些地区迅速形成并高速发展。但当文化产业已经步入了相对成熟期时,市场在文化品牌建设的资源配置中的重要性不断凸显,政府主导型文化产业的发展模式也初现疲软。据不完全统计,杭州共拥有2个国家级的动画产业基地(全国共20个),3个国家级的动画教学基地(全国共8个),从业人员近1万人,7家原创动漫企业进入“国家文化出口重点企业目录”,数量居全国城市之首。2013年,杭州全年生产原创动画片近17441分钟(2012年为近20000分钟),其中9554分钟(2012年为13371分钟)获得发行许可证,较去年同期有所下降。但如此众多的动漫企业和动漫作品,到底有多少具有市场盈利能力和核心竞争力,是一个值得深入探讨的问题。一个不容忽视的问题是,借助政府部门对动漫企业的优惠措施和产业园区的租金减免政策,不少非动漫企业借动漫之名入驻文创园区,不少动漫企业优惠期结束即搬往下一个园区,形成了一种“靠政策吃饭”的动漫怪象。如何促进产业园区的可持续运营,推动浙江省文化产业的自发性增长,实现浙江省文化产业的转型升级,是浙江省文化品牌建设的现实命题。

## 二、产业实践:发展格局与基本态势

第一,文化制造业呈现向产业链两端延伸拓展的趋势,网络经济成为推动浙江文化品牌建设的新动力。目前,文化制造业居于浙江文化产业市场规模的主体地位,并呈现向产业链两端延伸拓展的趋势。相关市、县(市、区)结合本地产业特点,

积极改造提升传统产业,加大文化制造业的附加值和含金量,逐渐形成各具特色的新文化品牌。例如,历经 20 多年发展的德清钢琴拥有 80 多家钢琴生产、配件企业,洛舍镇因其发达的木业成为德清钢琴业最集中的乡镇,拥有钢琴制造及配件企业 60 多家,钢琴产业总资产突破 2.5 亿元,从业人员 2000 人。洛舍镇年产钢琴超过 4 万架,占全国总产量的八分之一,是长江三角洲最大的钢琴制造中心,涌现出乐韵、华谱、杰士德等知名大型钢琴生产企业。德清县依托钢琴制造的发展优势,以打造“中国钢琴音乐谷”为目标定位,以钢琴制造、营销为依托,以创意设计、体验和传播钢琴文化为载体,打造集钢琴设计、制造、展售、培训、演出、文化交流于一体,具有国内一流水准和较高知名度的钢琴文化产业园。

值得特别关注的是,浙江大力推广、落实“电商换市”策略,大力推动网络经济发展,形成以淘宝、天猫和聚划算为代表的上规模、有影响力的专业电子商务平台,网络经济成为浙江文化品牌新的经济增长点。据浙江商务部门数据显示,2013 年,浙江全省电子商务交易总额约占中国大陆的六分之一,网络销售额约占中国大陆的五分之一,第三方网络零售平台和网店数约占中国大陆的七分之一;全国约有 80% 的网络零售、70% 的跨境电商交易和 60% 的企业间电商交易是依托浙江的电商平台完成的。据省商务厅初步测算,2013 年,全省共实现网络零售 3821 亿元,比上年增长 88.5%,网络零售额相当于社会消费品零售总额的 25.2%,比上年提高 10.2 个百分点。以游戏装备平台 5173 为例,中国网络游戏服务网(即 5173)成立于 2003 年,是一家专业为用户提供数字产品交易服务的电子商务平台。公司现有员工近 3000 名,合作伙伴遍及美国、欧洲、韩国、中国台湾等地。截至 2013 年底,网站注册用户超过 7000 万名,日均新增注册用户 2.5 万名。2013 年,游戏装备平台网上交易额达 77 亿元,营业收入达 3.7 亿元。

第二,网络游戏、动漫产业等文化新业态快速成长,技术、内容、平台三种要素的重要性日趋凸显。浙江省网络游戏业正处于高速发展的阶段,实现了规模和速度的双重跨越式发展。截至目前,全省经文化部门许可的网络文化企业有 351 家,注册资本 54.93 亿元,吸纳就业 16400 余人。据不完全统计,目前浙江全省网络游戏企业约 322 家,其中 2011 年到 2013 年新增企业 224 家。特别值得关注的是,国有企业、民营企业投资网络游戏意愿强烈,极大助推了网络游戏产业的发展壮大。2013 年,浙报集团以 32 亿元收购边锋游戏、三国杀和浩方电子竞技在线,正式进入网络游戏领域,开启了传统媒体的转型之路;天舟文化涉足手机网络游戏,出资 12.54 亿元收购北京神奇时代网络有限公司 100% 的股权;金华比奇网络公司旗下的 5173 交易平台和阿里集团旗下的淘宝网游 B2B 交易平台,占据国内网络游戏



点卡和道具交易的主流地位,年交易总额超百亿元。

浙江积极探索多种高品质动漫产品的创作模式,浙产动画的品牌效应初步显现。截至2013年底,浙江省共有动漫企业280余家,其中经文化部认定的动漫企业有23家。2013年,全省动画片产量达40部1818集21154分钟,动画电影3部。《乐比悠悠》等11部作品被国家新闻出版广电总局评为优秀动画片推荐全国播出,推荐数量居全国第一,占全国推荐总数的近25%。若干规模动漫企业在扩大产量的同时,积极打造动漫精品和动漫品牌。2013年,中南卡通实现动漫作品、衍生产品销售额500多万美元,原创产品销往70多个国家和地区,继续保持全国动漫出口的领头地位;浙江博采传媒有限公司出品的3D动画电影《昆塔:盒子总动员》,以最接近好莱坞的制作水准受到了业界高度评价;杭产动画3D动画电影《秦时明月之龙腾万里》上映一个星期票房即突破5000万元大关,这是准成年人题材国产动画电影票房首次破“5000万”,具有里程碑意义。此外,良好的政策环境、深厚的人文环境也吸引了大量动漫企业和人才来浙,台湾著名漫画家朱德庸、蔡志忠等在杭州成立了工作室。

第三,影视产业、会展产业等继续保持发展优势,品牌效应经过初始阶段进入快速扩散期。2013年,浙江影视产业保持繁荣势头,全年制作电影36部,全年观影人次4870.5万,电影票房收入18.0368亿元,增速31.2%,排在广东、江苏、北京之后,超过上海,列全国第四位;全年制作电视剧75部,合3071集,同比增长9.6%。浙江华策影视公司获得“2013世界媒体500强”“2013年福布斯中国最具潜力上市公司百强”“2013年杭州市十大产业重点企业”等称号,以及2013年“TV地标”“年度电视剧制作机构”等大奖。在《每日经济新闻》的“2013年中国上市公司口碑榜”中,华策影视荣获“最具竞争优势上市公司”的称号,这是从全国50家优秀企业中评选出的唯一一家影视企业。另外,国庆档上映的《神探狄仁杰之神都龙王》,由徐克导演,主打武侠、悬疑、怪兽和3D技术等商业元素,以1.5亿元的投资创下6亿元的票房佳绩;年度贺岁片《私人订制》,由冯小刚导演,属于情感类型片,票房达到5.82亿元;《全家福》《桐柏英雄》《大明按察使》等30余部浙产剧在央视及各大卫视播出,出现了一批收视率和口碑俱佳的浙产影视剧作品。由东阳市花儿影视文化有限公司制作的77集电视剧《甄嬛传》一再热播,成为2013年度中国十大文化现象之一。浙江卫视联合灿星制作打造的《中国好声音》是中国电视发展史上首次真正意义的制播分离,成为2013年度最具影响力的品牌栏目之一。

浙江会展经济较为发达,初步形成了以杭州—宁波为中轴,包括温州、义乌、绍