

国家文化产业课题 研究报告

(2011—2012年度)

文化部文化产业司 编



国家文化产业课题 研究报告

(2011—2012年度)

文化部文化产业司 编



图书在版编目(CIP)数据

国家文化产业课题研究报告. 2011~2012年度 / 文化部
文化产业司编. —昆明: 云南大学出版社, 2013
ISBN 978-7-5482-1732-9

I. ①国… II. ①文… III. ①文化产业—研究报告—
中国—文集 IV. ①G124-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第267929号

国家文化产业课题 研究报告

(2011—2012年度)

文化部文化产业司 编



策划编辑: 柴 伟

责任编辑: 李 红

封面设计: 周 旸

出版发行: 云南大学出版社

印 装: 昆明卓林包装印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 33

字 数: 540千

版 次: 2013年12月第1版

印 次: 2013年12月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5482-1732-9

定 价: 80.00元

社 址: 昆明市翠湖北路2号云南大学英华园内

邮 编: 650091

电 话: (0871) 65033244 65031071

网 址: <http://www.ynup.com>

E-mail: market@ynup.com

目录

拉动城乡居民文化消费专题调研报告	
.....	文化部文化产业司 (1)
加快发展我国特色文化产业研究报告	
.....	中国传媒大学文化发展研究院课题组 (34)
我国数字内容产业发展研究	
.....	上海动漫公共技术服务平台 (72)
艺术品确权评估及抵质押融资问题研究	
.....	中央财经大学课题组 (106)
藏羌彝文化产业走廊发展研究报告	
.....	四川省文化厅宣传信息中心 (文化产业发展促进中心) (127)
我国文艺演出院线建设现状、问题与对策研究	
.....	国家行政学社会与文化教研部 (171)
特色文化城市建设与评价体系研究	
.....	中国人民大学文化产业研究院 (213)

科技型文化企业服务平台创新模式与对策研究 (研究报告)

..... 南京大学国家文化产业研究中心 (258)

文化产业孵化器发展现状与扶持政策研究报告

..... 中国人民大学文化产业研究院 (303)

文化产业品牌建设与保护研究

..... 华中师范大学国家文化产业研究中心 (351)

文化产业公共服务平台功能需求研究报告

..... 中国人民大学文化产业研究院 (392)

品牌授权运营模式: 实现中国动漫品牌化

..... 广州艺洲人文化传播有限公司 (466)

两岸文化产业相互开放与合作研究

..... 上海交通大学国家文化产业创新与发展研究基地 (502)

拉动城乡居民文化消费专题调研报告

文化部文化产业司

2	前 言
3	一、城乡居民文化消费现状
13	二、城乡居民文化消费规模总体偏低的成因分析
24	三、扩大城乡居民文化消费总体规模的建议
29	附件：居民文化消费支出分类
32	参考文献
33	课题组成员名单

前 言

居民消费需求，是打造中国经济升级版的重要动力之一。将文化消费作为新的消费热点，是新一届政府积极扩大国内有效需求、完善消费政策、提高居民消费能力的重要内容。为了拉动城乡居民的文化消费，开发和培育文化消费这一新的消费热点，为落实中宣部开展宣传思想文化系统大调研的工作部署，根据文化部统一安排，由文化产业司牵头组织“拉动城乡居民文化消费的政策和措施研究”专题调研。文化部文化产业司在文化部相关司局的密切配合下，与中国社会科学院文化研究中心、中国人民大学文化产业研究院联合组成了课题组，对“拉动城乡居民文化消费的政策和措施研究”这一课题进行了为期两个月的调查研究。

本次调研主要研究了三个问题：一是城乡居民的文化消费现状，二是城乡居民文化消费规模总体偏低的原因，三是扩大城乡居民文化消费总体规模的政策建议。课题组采用了文献调查、问卷调查、书面调研和实地调研四种研究方法。文献调查，重点对文化消费的理论 and 实证研究进行了文献梳理，整理了文化消费研究文献综述。书面调研，主要是对31个省、市、自治区和5个计划单列市的文化行政主管部门进行了调研，形成了城乡居民文化消费地方文化主管部门书面调研报告。问卷调查，主要针对城乡居民个人的文化消费状况进行调查，共发放问卷5 000份，回收5 000份，形成了城乡居民文化消费问卷调查分析结果。同时，课题组先后赴浙江、湖南、云南三省，杭州、宁波、长沙和昆明四市进行了实地调研，召开了四次座谈会，听取了地方文化主管部门领导、文化企业家代表关于当地文化消费情况、文化企业促进文化消费的做法和经验的汇报，并实地考察了部分文化企业和文化消费场所。

通过上述调研，课题组认为，在我国现有经济发展水平的条件下，我国城乡居民的文化消费规模总体偏低，而偏低的主要拖累群体是农村居民和城镇低收入组居民，此外，需求、供给、消费条件和政府公共文化服务等四个层面的八个因素是造成这种状况的主要成因，针对这些成因，课题组提出了实施居民文化消费卡计划等文化消费主体刺激政策、文化产品开发费税前抵扣制度等文化供给主体激励政策、文化消费信息提供公共平台构建等文化消费条件改善政策等政策建议。

一、城乡居民文化消费现状

(一) 居民文化消费及其特点

1. 居民文化消费的概念

不同的学科,典型的是经济学和社会学,对文化消费的概念有着不同的理解^①。根据本研究的目的,我们将从居民家计支出的角度,来定义和研究居民文化消费。也就是说,我们主要是了解城乡居民在文化产品和服务方面的支出情况。在这一意义上,我们认为,居民文化消费可以从广义和狭义两个层面来理解。

(1) 广义的居民文化消费。

所谓广义的居民文化消费,是指居民通过一定的方式与文化产品(或服务)相结合,以满足其自身精神文化需要的行为与过程。这里所说的居民与文化产品(或服务)相结合的一定方式,指的就是通常意义上的文化消费模式或文化消费方式^②。这里作为行为与过程的居民文化消费,既可能是需要支出的,也可能是无须支出的。也就是说,这里所说的广义文化消费包括付费消费和非付费消费两种情况。居民的非付费文化消费,主要渠道是政府提供的公共文化服务,企事业单位、社会团体等也会为特定人群的文化消费付费。区分付费和非付费文化消费,对于考察政府公共文化服务对居民文化消费支出的影响——对于扩大城乡居民文化消费的正向促进作用和逆向挤出效应,具有重要意义。

(2) 狭义的居民文化消费。

狭义的居民文化消费,仅指付费情况的文化消费,也就是指居民日常生活中,以满足自身和家庭成员的精神文化需要为目的的经常性、多次性的消费支出。简言之,是居民为满足精神文化需要而用于文化产品和服务上的支出。居民付费的文化消费,是本研究的主要研究对象。

2. 居民文化消费的结构

根据国家统计局制定的《居民消费支出分类(2013)》^③,参照国家统

① 关于对文化消费概念及其学科理解的不同,请参见中国社会科学院文化研究中心朱立通的《文化消费研究综述》一文。

② 与消费模式一样,文化消费模式或文化消费方式也可以从自然模式和社会模式两个维度去考察。一般认为,当代社会人们的文化消费方式正在发生变化,而移动互联网的快速发展和智能终端的普及将进一步加速这一变化。参见中国社会科学院文化研究中心贾旭东、朱立通、何圣捷的《中国居民文化消费方式及其变化趋势》一文概要。

③ 国家统计局公告,2013年第1号。详见: http://www.gov.cn/zwgk/2013-03/18/content_2356851.htm。

计局《文化及相关产业分类（2012）》，本研究将居民文化消费结构区分为基本结构和总体结构两部分，以从居民消费支出和文化产业发展两个维度把握和厘清居民文化消费的边界，即划分居民文化消费支出的类别。

（1）居民文化消费的基本结构。

居民文化消费的基本结构，是居民文化消费的基本类别，包括文化和娱乐耐用消费品、其他文化和娱乐用品、文化和娱乐服务、一揽子旅游度假服务四类（见图1）。居民文化消费的基本类别，在《居民消费支出分类（2013）》中的位置，属于教育、文化和娱乐大类，是该大类中的文化和娱乐中类，及其全部四个小类。

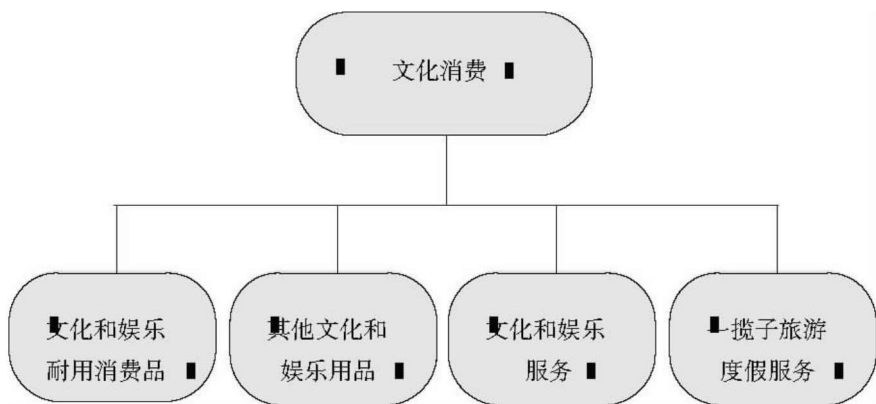


图1 文化消费的基本结构

注：根据国家统计局《居民消费支出分类（2013）》做成。

（2）居民文化消费的总体结构。

居民文化消费的总体结构，是在居民文化消费基本结构的基础上，参照《文化及相关产业分类（2012）》，将与文化消费相关的其他所有支出类别摘出来，与居民文化消费的基本结构共同构成的（见图2）^①。与文化消费相关的其他支出，主要是教育支出中的其他教育和培训小类中的文化艺术培训、第四大类中的室内装饰品小类、第五大类中的通信工具小类、第八大类中的未列明的其他服务支出小类中的复印和印刷支出，以及不计入居民消费支出的为保值增值而购买的艺术品、古董等收藏品。尽管其中有些支出难以从其母体中区分出来，但是对于把握居民文化消

① 关于居民文化消费支出的详细分类及其说明，请参见中国社会科学院文化研究中心摘编的《居民文化消费支出分类表》。

费支出的全貌还是有价值的。

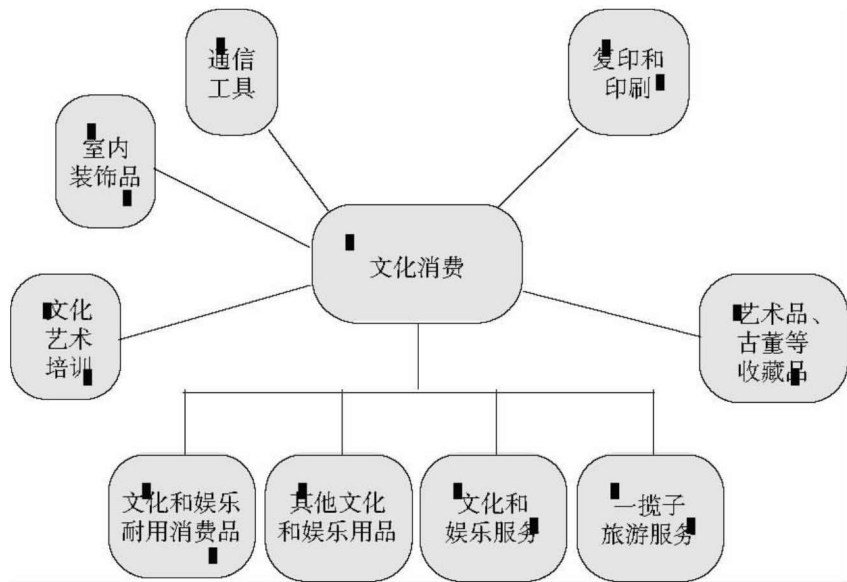


图2 文化消费的总体结构

注：根据国家统计局《居民消费支出分类（2013）》做成。

3. 居民文化消费的特点

认识和把握居民文化消费的特点和规律，对于了解和分析城乡居民文化消费的现状、问题及发展趋势，是极为重要的。这里仅从支出的角度，概略地考察和揭示居民文化消费的主要特点与规律。

（1）支出的非基本性。

虽然从人的精神文化需求角度看，无论收入多寡，有无支付能力，每个人都有精神文化需要渴望得到满足。但是，因为预算约束，文化消费支出只有当居民的可支配收入达到一定水平时才可能发生。需要指出的是，文化消费支出的这种非基本性，是就维持人最基本的生存需要而言的。当最基本的生存需要问题解决后，对于完整意义上的人而言，文化消费支出的非基本性将不复存在。

（2）支出的结构性。

当居民收入达到一定水平，作为非基本支出的文化消费支出开始发生后，文化消费支出会进一步分化为基本文化消费支出和非基本文化消费支出。基本文化消费支出，在实物形态上主要表现为文化和娱乐耐用

消费品等基本性文化产品和服务的支出；在价值形态上，主要表现为基本文化消费支出额，可以运用扩展的线性支出系统模型（ELES）加以测算。据文化部财务司规划统计处测算，2011 年，我国城镇居民人均基本文化消费需求为 201 元，占实际人均文化消费支出的 18.2%^①。

（3）支出的弹性。

文化消费支出的弹性表现在两个方面，一是需求的收入弹性，二是需求的价格弹性。从恩格尔定律可知，当恩格尔系数降低到一定比例时，文化需求对收入增加的反应敏感，收入弹性大于 1。也就是说，收入每增加 1% 会引起文化消费需求量的增加幅度可能大于 1%。这意味着，文化消费支出会随着收入的增加而大幅增加。另一方面，文化消费支出对文化产品和服务的价格变动敏感，文化需求是富有弹性的需求。这意味着，一般而言，当文化产品和服务的价格每下降 1%，对它的需求量的上升可能远高于 1%。

（4）支出的时间约束。

文化消费支出除了受预算约束之处，还因为文化消费需要时间的投入而受时间约束。人们每天的自由支配时间是有限的，用于文化消费的时间不可能无限增加。用于文化消费时间的有限性，决定了居民文化消费支出将存在着一个上限。认识到这一点具有两点政策上的意义：一是随着居民可支配收入的增加，居民文化消费支出占其全部消费支出的比重会逐步提高，当提高到一定点时，将趋于稳定。从发达国家家计调查的数据来看（见表 3），似乎验证了这一点；二是拉动居民文化消费不仅应着力提升居民文化消费支出的占比，更重要的是要增加居民可支配收入的增加，因为归根结底，消费结构和产业结构的升级，是在经济发展水平的提高以及随之而来的人均 GDP 的增加过程中实现的。

（5）支出效果的公共性和生产性。

与物质消费不同，文化消费消费的不是物质，而是文化内容。文化消费内容上的这种特殊性，使文化消费支出具有两个不容忽视的重要特点：一是文化消费支出的公共性，二是文化消费支出的生产性。文化消费支出的直接目的是满足居民自身的精神文化需求，但文化消费也在客观上具有提高居民文化素质，带动整个社会文明程度提升，进而带来社会整体的进步、发展和繁荣的效应。这就是文化消费支出效果上的公共

① 文化部财务司规划统计处：《我国居民文化消费状况分析》，载《文化统计信息》2012 年第 4 期。

性,这一点为给居民文化消费以财政补贴提供了理论依据。同时,居民的文化消费过程也是文化的生产过程,即文化的“消费性生产”过程。文化的消费性生产过程的生产性表现在三个方面:一是生产了文化的消费者;二是刺激和促进了文化发展;三是生产了业余文化生产者,原本的文化消费者本身也成了文化生产者^①。

(二) 城乡居民文化消费规模

全面、准确地了解城乡居民文化消费规模及其变化,是本研究的重要基础。本部分将根据国家统计局的家计调查数据,从城乡居民文化消费水平、文化消费支出占比、文化消费总量三个指标,考察城乡居民文化消费规模及其变化情况。

1. 城乡居民文化消费水平情况

(1) 居民文化消费支出范围。

这里所谓的城乡居民文化消费水平,指的是城乡居民人均文化和娱乐用品的支出额。由于上述第一部分给出的新的居民文化消费支出分类刚公布不久,还没有相应的权威数据。因此,本部分仍以国家统计局的《中国统计年鉴》和城调队的住户调查数据为基础,文化消费支出的范围包括文化娱乐用品支出和文化娱乐服务支出两大部分。这两部分与新出台的文化消费支出三部分基本相同,各部分的详细内容如下^②:

文娱耐用消费品,包括各种音像、摄影和信息处理设备,如彩色电视机、照相机、摄像机、组合音响、家用计算机,也包括中高档乐器、健身器材等,还包括文娱耐用消费品的零配件和维修。

其他文娱用品,包括除教材及参考书以外的各种书报杂志及音像制品、文具纸张、体育户外用品、玩具、用于花鸟虫鱼等业余爱好的相关用品、宠物及宠物用品等其他文娱用品,也包括以上文娱用品的维修支出。

文化娱乐服务,指和文化娱乐活动有关的各种服务费用。包括团体旅游、景点门票、体育健身活动、电影、话剧、演出票、有线电视费以及其他文化娱乐服务支出。

(2) 城镇居民文化消费水平。

2002年以来,城镇居民文化消费水平稳步提高,从2002年的407.1

① 随着技术的发展和普及,出现了淡化专业文化工作者和业余文化工作者界限的趋势。尽管专业文化工作者仍不可替代,但大量业余文化工作者的出现具有革命性的意义。

② 国家统计局:《住户收支与生活状况调查方案(试行)(2013)》。

元增加到 2011 年的 1 101.8 元。年度文化消费水平和年度增长率的具体数据见图 3。

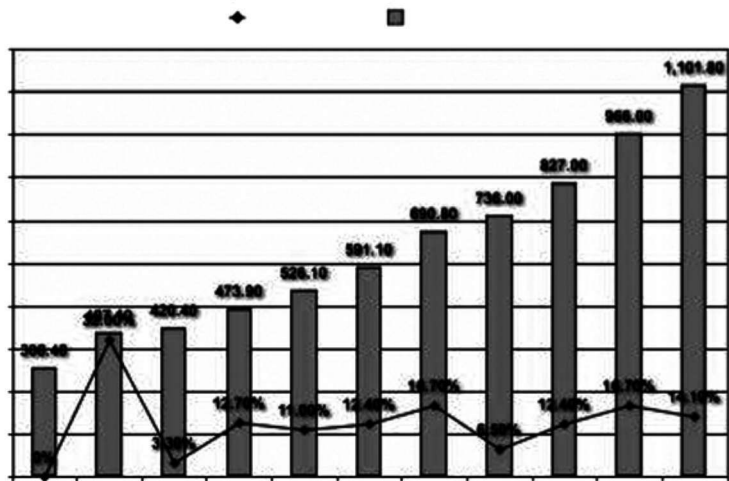


图 3 城镇居民文化消费水平及其变化

数据来源：国家统计局《中国统计年鉴》2002—2012 年各卷及住户调查资料。

（3）农村居民文化消费支出。

2002 年以来，农村居民的文化消费也出现了增长态势。从 2002 年的 47 元增加到 2011 年的 165 元。年度文化消费水平和年度增长率的具体数据见图 4。

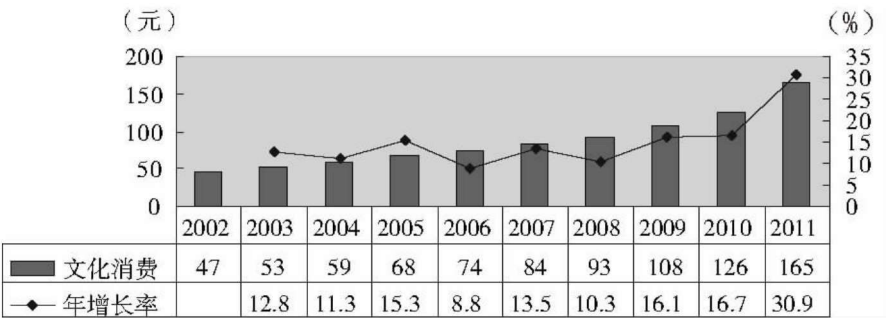


图 4 农村居民文化消费水平及其变化

数据来源：国家统计局《中国统计年鉴》2003—2012 年各卷及住户调查资料。

2. 城乡居民人均文化消费支出占比情况

随着城乡居民文化消费水平的提高，城乡居民人均文化消费支出占

人均消费支出的比重也出现了小幅提高的态势。城镇居民人均文化消费支出占比，从2002年的6.7%，提高到2011年的7.3%，提高了0.6个百分点。农村居民人均文化消费支出占比，从2002年的2.5%，提高到2011年的3.2%，提高了0.7个百分点。年度城乡居民人均文化消费支出占比数据及其变化见图5。数据显示，城乡居民人均文化消费支出占人均消费支出的比重提高极其缓慢，9年时间还远没有提高1个百分点。

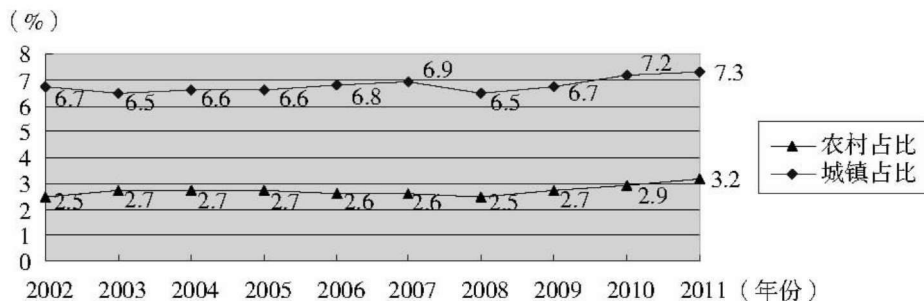


图5 城乡居民人均文化消费支出占比变化

数据来源：文化部财务司规划处《我国居民文化消费状况分析》。

3. 城乡居民文化消费总量及其变化

随着城乡居民人均文化消费支出的增长，我国城乡居民文化消费规模也呈现出不断扩大的趋势。根据城乡居民人均文化消费支出和城乡居民人口数量，使两者分别相乘，然后相加所得到的各年度城乡居民文化消费总量数据显示，从2002年到2011年，我国城乡居民的文化消费总量从2 411.6亿元增加到8 694.1亿元，净增了6 282.5亿元。由于城乡居民人均文化消费占比仅增加0.6和0.7个百分点，所以可以认为，增加的文化消费规模主要是收入的增加贡献的（见图6）。

但是这里需要注意的是，由于最高收入组与最低收入组居民人均文化消费支出存在着巨大差距，得到的居民人均文化消费支出值，明显高于中位数的人均文化消费支出值。因此，用人均文化消费支出得到的城乡居民文化消费总量可能远高于实际的文化消费总量。从2011年城镇居民文化消费支出的数据来看，居民人均文化消费支出为1 101.8元，而按收入五等分得到的中收入组的人均文化消费支出仅为904元，两者相差197.8元。按照中收入组人均文化消费支出推算的城镇居民文化消费总量为6 244.7亿元，比按照全部城镇居民的人均文化消费支出推算的城镇居民文化消费总量减少了1 366.1亿元。

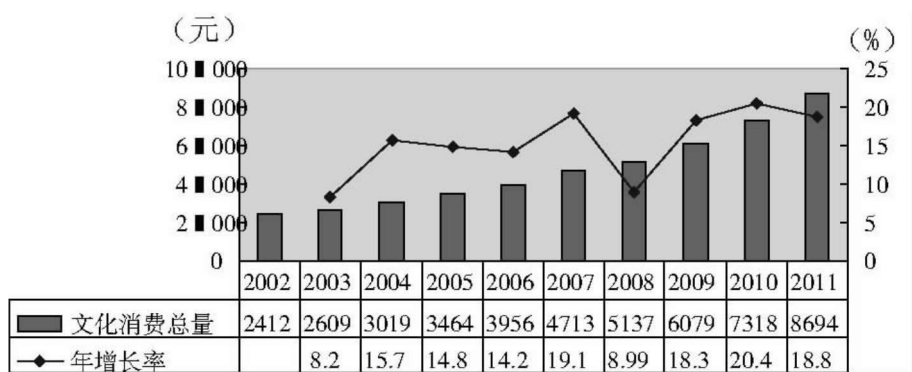


图6 2000—2011 年全国城乡居民文化消费总量变化

数据来源：根据国家统计局《中国统计年鉴》2001—2012 年各年数据推算。

表1 城乡居民文化消费总量表

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
城镇居民数量	50 212	52 376	54 283	56 212	57 706	59 379	60 667	64 512	66 978	69 079
人均文化消费	407. 04	420. 38	473. 85	526. 13	591. 04	690. 76	736. 1	826. 87	966. 3	1 101. 75
文化消费总量	2 043. 8	2 201. 8	2 572. 2	2 957. 5	3 410. 7	4 101. 7	4 465. 7	5 334. 3	6 472. 1	7 610. 8
农村居民数量	78 241	76 851	75 705	74 544	73 742	72 750	72 135	68 938	67 113	65 656
人均文化消费	47	53	59	68	74	84	93	108	126	165
文化消费总量	367. 7	407. 3	446. 7	506. 9	545. 7	611. 1	670. 9	744. 5	845. 6	1 083. 3
城乡合计总量	2 411. 6	2 609. 1	3 018. 9	3 464. 4	3 956. 3	4 712. 8	5 136. 6	6 078. 8	7 317. 7	8 694. 1

注：居民数量单位为万人；人均文化消费单位为元；文化消费总量单位为亿元。

数据来源：国家统计局《中国统计年鉴》各卷和住户调查资料。

(三) 城乡居民文化消费规模适中与否的判断

1. 判断的目的

判断我国城乡居民文化消费规模适中与否的目的，是客观地衡量当前我国文化消费规模的大小，探讨预测与我国经济发展水平相适应的文化消费规模的方法，为制定文化消费政策提供实证数据支撑。

2. 判断的标准

判断当前我国城乡居民文化消费规模适中与否，并没有一个统一的客观标准。这里拟运用比较法，从国内、国际的经验数据中确定可接受的比较标准。

(1) 国内标准。

2011 年，我国人均 GDP 已超过 5 000 美元，按照城乡居民人均文化消费支出数据推算的城乡文化消费支出总量为 8 694.1 亿元；按照中收入组人均文化消费支出数据推算的城乡文化消费支出总量为 7 327.4 亿元。国内一些地方人均 GDP 早在几年前就已经达到了 5 000 美元，2011 年已经超过 10 000 美元。如，上海市在 2004 年人均 GDP 为 5 417 美元，北京市在 2005 年人均 GDP 为 5 615 美元，广东省在 2007 年人均 GDP 为 33 272 元。上海、北京、广东人均 GDP 超过 5 000 美元时，人均文化消费支出的数据，可以成为判断我国 2011 年文化消费规模大小的国内标准。

上海、北京、广东人均 5 000 美元时，平均文化教育娱乐消费支出为：城镇居民人均 2 125.49 元，农村居民人均 631.98 元，按照全国 2011 年人均教育支出占文化教育娱乐支出的比重（城镇 4.9%，农村 4.4%），扣除教育支出后的三地城乡居民文化消费支出为：城镇居民人均 1 270.8 元，农村居民人均 266.1 元。占居民消费性支出的比重为：城镇 11.0%，农村 6.9%。按照这一标准衡量，2011 年我国城乡居民文化消费总量应为 10 525 亿元，按照人均值推算缩水 1 830.9 亿元，按照中位数推算缩水 4 281 亿元。从人均支出的绝对量上看，城镇居民人均少支出 168.05 元，农村居民人均少支出 101.1 元。从人均文化消费支出占比上看，城乡居民均少了 3.7 个百分点。

表 2 比较法判断我国文化消费规模大小的国内标准

（单位：元、%）

	2011 年			人均 5 000 美元		
	人均 GDP	人均文教娱乐支出及占比		年 份	人均文教娱乐支出及占比	
		城 镇	农 村		城 镇	农 村
全国	35 181	1 101.75; 12.21	396.36; 7.60	2011	1 101.75; 12.21	396.36; 7.60
北京	81 658	2 135.54; 15.0	1 003.67; 9.06	2005	2 186.6; 16.5	835; 15.14
上海	82 560	2 460.77; 14.9	1 139; 10.1	2004	2 195; 17.4	806; 12.7
广东	50 807	1 718.88; 13.1	404.15; 6.01	2007	1 994.86; 13.91	254.94; 6.07
				三地平均	1 270.8; 11.0	266.1; 6.9

注：2011 年全国城镇数据不含教育支出。三地平均为扣除教育后的文化消费支出与占比。

数据来源 《中国统计年鉴》和北京、上海、广东统计年鉴。

（2）国际标准。

从国际标准来看，西方发达国家人均文化教育娱乐支出多稳定在

10% 左右。关于为什么人均 GDP 为 3 万以上的发达国家文化教育娱乐支出反而仅占 10% 左右，这一点学术界尚无解释和研究。本课题组认为，城乡居民的文化消费会有一个饱和点，也就是说，当文化消费支出总量达到某一值时，边际效用正好等于其价格。另一个重要原因在于，文化消费除了受预算约束外，还受时间约束。因为人的时间同样是有限的，一个人无论多么有支付能力，都不可能无限制地将时间用于文化消费。

表 3 2009 年文化教育娱乐支出占比国际比较

国 家	人均 GDP (美元)	家庭最终消费支出 (%)	文化教育娱乐 (%)
日本	27 890	100. 0	12. 6
美国	37 294	100. 0	11. 6
加拿大	34 071	100. 0	11. 4
英国	34 634	100. 0	13. 0
德国	33 689	100. 0	10. 2
法国	34 248	100. 0	9. 5
意大利	27 128	100. 0	7. 8
荷兰		100. 0	10. 9
比利时		100. 0	10. 2
丹麦		100. 0	11. 5
瑞典	39 157	100. 0	11. 8
俄罗斯	8 495	100. 0	6. 7
韩国	14 661	100. 0	15. 4
新加坡	33 718	100. 0	13. 4
马来西亚	7 984	100. 0	6. 4
泰国	2 998	100. 0	6. 0
印度	928	100. 0	3. 4
澳大利亚	35 463	100. 0	14. 5
墨西哥		100. 0	7. 9

数据来源：〔日〕独立行政法人労働政策研究・研修機構《国际劳动比较（2012）》。

尽管我国人均 GDP 远小于发达国家，但是，国际人均文化教育娱乐支出的比例仍然是可接受的比较标准，其作为比较标准的价值在于，这