

中外音像出版产业 及 相 关 政 策 研 究

Study on Chinese and Foreign Audio-visual Publishing Industry and Related Policies
Study on Chinese and Foreign Audio-visual Publishing Industry and Related Policies
Study on Chinese and Foreign Audio-visual Publishing Industry and Related Policies
Study on Chinese and Foreign Audio-visual Publishing Industry and Related Policies

课题领导小组

朱启会 辛广伟 许正明

课题执行小组

组 长 张 立

副组长 王 炬



中国书籍出版社

中外音像出版产业 及相关政策研究

Study on Chinese and Foreign Audio-visual Publishing Industry and Related Policies
Study on Chinese and Foreign Audio-visual Publishing Industry and Related Policies
Study on Chinese and Foreign Audio-visual Publishing Industry and Related Policies
Study on Chinese and Foreign Audio-visual Publishing Industry and Related Policies

课题领导小组

朱启会 辛广伟 许正明

课题执行小组

组长 张立

副组长 王炬



中国书籍出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中外音像出版产业及相关政策研究 / 朱启会, 辛广伟,
许正明著. —北京: 中国书籍出版社, 2009. 7

ISBN 978 - 7 - 5068 - 1915 - 2

I. 中… II. ①朱…②辛…③许… III. ①视听资料—
出版工作—研究报告—中国、外国②电子出版物—出版工
作—研究报告—中国、外国 IV. G237. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 122882 号

责任编辑 / 武 斌 金 硕

责任印制 / 熊 力 武雅彬

封面设计 / 北京华子图文设计公司

出版发行 / 中国书籍出版社

地 址: 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话: (010) 52257142 (总编室) (010) 52257152 (发行部)

电子邮箱: chinabp@vip.sina.com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京京海印刷厂

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 20.5

字 数 / 336 千字

版 次 / 2009 年 7 月第 1 版 2009 年 7 月第 2 次印刷

定 价 / 48.00 元

版权所有 翻印必究

《中外音像出版产业及 相关政策研究》课题组

课题领导小组

朱启会 辛广伟 许正明

课题执行小组

组 长：张 立

副组长：王 炬

成 员：张志林 郭 彪 郑小勇
王 飏 香江波 石 昆
李广宇 冯伯凯 彭文波



前 言

1978~2008年,无论在中国历史上还是中国出版史上,都是一个极为重要的时段。作为中国出版业的重要组成部分,音像出版业在这30年里发生了巨大变化。1978年以前,我国仅有中国唱片社一家音像出版单位,到2007年音像出版社已经扩展到363家;1978年,我国出版唱片398个品种,发行量为3030万张,产值不足3000万元;到2006年,我国出版音像制品3.37万种,发行量为4.61亿张(盘),产值为35.17亿元。这些数字表明,我国音像出版业发生了翻天覆地的变化。改革开放,三十而立。在如今的出版领域,新技术、新媒体、新业态的传播形式层出不穷,跨行业、跨地域、跨媒体的兼并重组初露端倪,产业化、集团化、股份制与资本市场改造齐头并进。身处改革浪潮的音像出版业,正面临着前所未有的重大挑战和发展机遇。

载体的变化记录了我国音像业30年的发展历程。从唱片到磁带到光盘再到网络和移动媒体,载体的演变过程,反映了受众需求的日益多元化。如今,带有“图、文、声、像”等内容的体验式阅读需求日趋增长,新载体更新速度明显加快,兼具声像特征的录像制品的出版发行数量增长明显快于单一的录音制品。音像载体的发展历程,与30年来我国经济实力快速增长的过程是一致的。

对于文化的大发展大繁荣来说,音像的大众娱乐、文化教育等功能功不可没。当前,我国音像制品的自编节目占了近七成,教育类、影视类和百科类节目品种不断增加。连续几年,音像制品出版规模均位居我国出版行业第2位(仅次于图书)。在这种规模不断壮大的背后,是音像业原创能力的不断增强,是其自主知识产权产品质量的不断提高。30年来,我国音像业始终在弘扬主旋律、体现导向性方面高扬大旗,在“全国优秀音像制品奖”及2007年首届“中国出版政府奖”评奖活动中,高质量音像制品不断涌现,在引导和推动精神文化产品创作方面发挥了积极的作用。



在 30 年全方位的改革中,我国政府始终积极推动产业发展,使行业管理水平逐步提高,初步形成了以国有为主、多元共存的所有制格局。具有生机和活力的民营公司成为音像出版产业重要组成部分。现在,全国 122 家图书出版社、25 家音像出版社、27 家影视制作单位、32 家电影发行放映公司、29 家省级和市级文艺院团已完成转企改制,国有文化单位市场主体缺失、竞争力不强状况初步改变。经过改革,音像企业的集团化、多元化发展趋势得到了逐步加强,音像业流通主渠道开始回归,新华书店主导地位不断增强。

30 年来,在坚持对外开放的同时,我国音像业实现了由“引进来”向“走出去”的转变,参与国际竞争,利用国际资源、国际市场加快自己的发展。2005 年,我国举办了第一届中国国际音像电子博览会,这是中国音像出版业正式向世界敞开大门的重要标志。音像出版在对外贸易上也迈出了可喜的一步,音像制品出口数量和金额同步增长。2006 年,我国音像制品、电子出版物累计出口 108867 种次、105.33 万盒(张)、284.99 万美元。与 2005 年相比,出口种次增长 238.84%,数量增长 40.1%,金额增长 35%。让人欣喜的是,音像制品出口传播的中华文化特点日益鲜明,对外合作模式日益多样化,国际竞争实力也日益增强。

在 30 年的发展中,音像业也面临着许多问题和挑战。首先,整体布局不够均衡,全国 363 家音像出版单位集中于京、沪、粤,主管部门六成以上集中在文化教育领域。其次,规模普遍不大,注册资本 300 万元以下超出五成,全行业销售收入和利润水平不容乐观,出版品种也呈现下滑趋势,音像出版单位人员规模 30 人的占了 2/3。再次,体制改革滞后,从属于出版业的音像业,还带有明显的事业单位、计划经济性质。

此外,还有许多具体问题亟须解决。这些问题是:内容原创不足、买卖版本号普遍和经营规模偏小;管理上,“政出多门”现象严重,传统音像制品的版号管理在数字音乐上面临挑战;盗版现象猖獗,数字音乐非法传播现象严重;数字化时代音像制品的著作权面临空前的挑战和冲击;数字化成为音像业发展趋势,但赢利模式尚未形成;音像出版社专业人才呈流失趋势;“盘配书”试点有待朝跨媒体方向进一步深化;音像制品出口面临多重障碍;音像出版业融资渠道十分有限;ISP 的责任需要进一步明晰等。

面对问题与挑战,我们要把握 30 年改革带来的机遇,解放思想,深化改革,以新的措施、新的手段来探索行业发展的规律。这些措施包括:改变



“政出多门”现状，赋予新闻出版总署对音像出版全产业链的管理权；创新音像出版管理模式，变介质形态管理为内容管理；整合音像出版产业带，培育大型音像出版集团；大幅度降低税率，加大对产业发展的扶持力度；设立专项基金，鼓励原创，引导音像出版单位多出优秀作品；优化产业结构，将体制改革和技术创新同步规划、同步考虑；简化“盘配书”申报制度，积极支持音像出版单位开展跨媒体出版；以著作权法律保护为主线，通过打击盗版建立良好的市场环境；拓宽融资渠道，支持音像企业以资本为纽带兼并重组；加强行业协会建设，充分发挥行业协会的作用；积极参与数字出版重点工程建设，带动音像产业快速发展；加紧实施“国产音像制品‘走出去’工程”；延长音像制品的保护期；加强复合型人才培养，提高音像从业人员技能；关注公共文化服务，加大对公益性出版的扶持力度；加强法律法规建设，紧跟新技术、新市场的变化等。

新技术给我国音像出版业带来了新的生机。尤其是2005年以来，数字出版产业链日趋完善，数字出版理念正在形成，数字出版形态更加丰富。30年的改革开放使我国形势大变，30年的沉淀积累也让音像改革任重道远。如今，我国社会主义以崭新发展模式稳稳地站住了脚，我国的实力和影响力也超过历史上任何一个时期。在大好的形势面前，在强劲的需求背后，我国音像业正在转型中逐步崛起，这将是任何人都可以看到的事实。

本报告是新闻出版总署原音像司的课题，由朱启会副司长任领导小组组长，中国出版科学研究所副所长辛广伟任副组长，许正明副处长为领导小组成员；中国出版科学研究所数字出版研究室主任张立任课题执行组组长，中国音像协会常务副会长兼秘书长王炬任课题执行组副组长。课题执行组成员有：北京印刷学院教授张志林，IFPI北京代表处首席代表郭彪，新闻出版总署原音像司郑小勇，中国出版科学研究所动漫中心编审王飏，中国出版科学研究所数字出版研究室香江波、石昆、李广宇、冯伯凯，北京印刷学院研究生彭文波。

全书稿件梳理工作由李广宇负责，王瑶协助完成。

目 录

前 言	1
一、概 述	1
(一) 音像出版业的界定与宏观描述	1
(二) 音像出版介质的演进	5
(三) 我国音像出版业的发展阶段	7
二、我国音像出版产业的发展现状	12
(一) 文化的大发展大繁荣, 音像出版的大众娱乐作用显著	12
(二) 音像制品市场和载体变化十分明显	19
(三) 原创能力还不能满足群众日益增长的文化需求	30
(四) 地域集中在京、沪、粤, 主管部门集中在出版、广电、文化及 教育领域	36
(五) 国内音像出版企业经营状况堪忧	40
(六) 复制加工环节投资规模和生产能力明显大于出版制作环节	48
(七) 音像出版业流通主渠道回归和网络销售增长迅速	49
(八) 行业管理水平逐步提高, 音像出版业发展势头良好	54
(九) 音像“走出去”促进企业原创能力的提升和中华文化的传播	64
三、国际唱片业发展现状	68
(一) 国际唱片业的现状	68
(二) 国外唱片业的政策	76



(三) 国际音乐市场最新发展态势	80
四、中外音像业(唱片业)的比较	82
(一) 主体及出版内容比较	82
(二) 产业链发展情况比较	82
(三) 管理模式比较	83
(四) 知识产权(著作权)保护状况比较	84
(五) 企业经营和组织结构比较	85
(六) 运作机制比较	86
五、我国音像出版业发展中存在的主要问题	87
(一) “政出多门”现象严重,市场主体地位有待确立	87
(二) 传统音像制品的版号管理在数字音乐上面临挑战	87
(三) “盘配书”试点有待朝跨媒体方向进一步深化	88
(四) 盗版现象猖獗,数字音乐非法传播现象严重	90
(五) 数字化时代音像制品的著作权面临空前的挑战和冲击	90
(六) ISP 的责任需要进一步明晰	92
(七) 内容原创不足、买卖版号普遍和经营规模偏小	92
(八) 数字化成为音像业发展趋势,但赢利模式尚未形成	94
(九) 音像出版业融资渠道十分有限	95
(十) 音像制品出口面临多重障碍	96
(十一) 音像出版社专业人才呈流失趋势	96
六、我国音像出版业发展趋势	98
(一) 出版体制改革将为音像出版业持续发展带来机遇	98
(二) 行业准入与退出机制将会得到进一步完善	99
(三) 多媒体数字出版成为音像出版业发展主方向	100
(四) 市场会进一步向高、中、低三个方向细分	101
(五) 有无 DRM 保护将成为影响数字音乐下载的重要因素	102

(六) 数字音像制品传播的特殊性可能会导致音像业整体销售的下滑	103
(七) P2P 将成为未来音像制品传播的主要技术方式	104
七、对我国音像出版业发展建议	105
(一) 改变“政出多门”现状, 赋予新闻出版总署对音像出版 全产业链的管理权	105
(二) 优化产业结构, 将体制改革和技术创新同步规划、同步考虑	106
(三) 创新音像出版管理模式, 变介质形态管理为内容管理	107
(四) 整合音像出版产业带, 培育大型音像出版集团	107
(五) 大幅度降低税率, 加大对产业发展的扶持力度	108
(六) 简化“盘配书”申报制度, 积极支持音像出版单位开展 跨媒体出版	109
(七) 以著作权法律保护为主线, 通过打击盗版建立良好的市场环境	110
(八) 关注公共文化服务, 加大对公益性出版的扶持力度	112
(九) 加强法律法规建设, 紧跟新技术、新市场的变化	113
(十) 延长音乐制品的保护期	113
(十一) 设立专项基金, 鼓励原创, 引导音像出版单位多出优秀作品	114
(十二) 拓宽融资渠道, 支持音像企业以资本为纽带兼并重组	115
(十三) 积极参与数字出版重点工程建设, 带动音像产业快速发展	116
(十四) 加紧实施“国产音像制品走出去工程”	116
(十五) 加强行业协会建设, 充分发挥行业协会的作用	118
(十六) 加强复合型人才培养, 提高音像从业人员技能	119
附录一 相关科研成果集锦	120
抓住奥运商机, 发展北京电子音像产业	120



改革创新,促进北京音像电子出版业良性发展	141
实施跨媒体战略,做强做大北京音像电子出版业	
——关于北京地区音像电子出版业的全景式报告	157
附录二 IFPI 报告:国际唱片业现状与发展	177
一、唱片业的现状	177
二、唱片企业的现状	185
三、行业政策	187
四、唱片业的发展趋势	194
五、对国内音乐产业发展的建议	204
附录三 我国音像产业相关管理规定及指导意见	216
我国音像制品制作管理规定	216
关于促进我国音像业健康有序发展的若干意见	221
附录四 中国音像出版业主要奖项及相关情况	227
一、中国出版政府奖	227
二、中国金唱片奖	234
三、中华优秀出版物奖	260
附录五 音像电子出版企业调研个案	277
一、中国国际电视总公司	277
二、中国唱片总公司	280
三、三辰卡通集团	281
四、广州俏佳人文化传播有限公司	283
五、北京中新联数码科技股份有限公司	284
附录六 最新音像出版社名录	285
附录七 中国音像出版大事记	300

附录八 参考文献	310
附录九 图表索引（正文部分）	312
（一）图索引	312
（二）表索引	314

一、概 述

(一) 音像出版业的界定与宏观描述

1. 音像出版产业的界定及产品范围

对于音像出版产业（以下简称“音像业”）的界定，国内外存在一些差异。在我国，音像业由唱片业（Record Industry）发展而来。根据新闻出版总署对音像制品的界定，音像制品是指录有内容的录音带、激光唱盘、高密度激光唱盘、录像带、数码激光视盘和高密度激光视盘等。其中，“音”是指录音制品，统称唱片；“像”是指录像制品，主要记录电影、电视剧、音乐录像、卡拉 OK、百科知识等内容。由于播放形式、播放内容以及载体的不同，音像制品具有不同的应用范围，具体分类如表 1-1 所示。

表 1-1 国内音像制品的分类及载体

分类	载体
录音制品	盒式音带（AT）、激光唱盘（CD）和高密度激光唱盘（DVD-A）等
录像制品	录像带（VT）、激光视盘（VCD）和高密度激光视盘（DVD-V）等

在我国，大部分音像出版、复制和销售单位同时经营“音”和“像”制品。除音乐、戏曲制品的制作出版、复制生产和批发销售较为明确构成音像产业的一部分外，还涉及电影、电视剧后产品等。国内音像产业链的构成如图 1-1 所示。

在国外，音像业主要指唱片业，即音乐产业。其主体包括了从歌曲乐曲创作到唱片录制、发行、销售和现场演出的众多个人、企业和组织，如音像制品

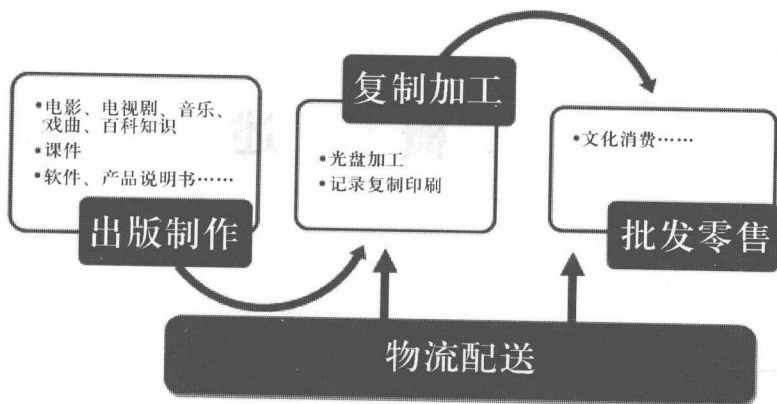


图 1-1 国内音像产业链构成

的制作者、出版者，作品的作者、表演者、经纪人，音像制品的复制加工者、发行者和零售商，与艺人相关的演艺经纪等。其产品主要为录音制品（唱片）和录像制品，其中包括音乐会现场录像、歌曲的音乐录像（MV）和卡拉 OK 以及电影原声音乐制品；不包括电影、电视剧的录像制品，即后电影、后影视制品。^① 电影、电视剧的录像制品在西方通常称为家庭娱乐制品。此外，物流配送作为一个相对独立的系统，也是唱片业的重要组成部分。国际唱片业产业链的构成如图 1-2 所示。

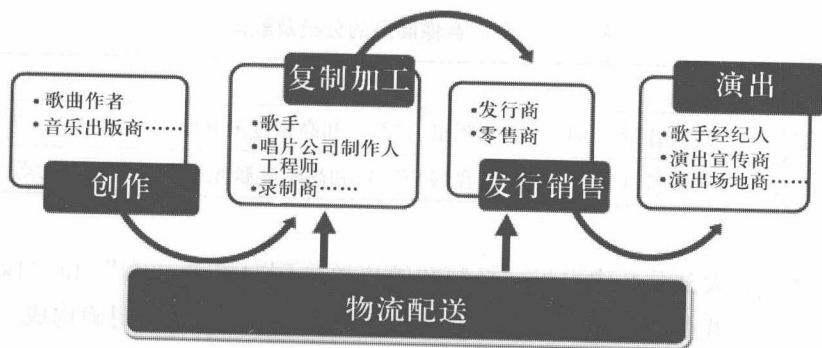


图 1-2 国际唱片业的产业链构成

^① 音像制品中的卡拉 OK 部分主要盛行于日本和东南亚地区，欧美很少。

“音像业”和“唱片业”概念的使用范围：由于国内外界定范围的不同，本报告所使用并具体介绍的国内音像业状况，基本上以新闻出版管理部门管辖权限内的，特别是音像出版单位的发展状况为主；介绍国外相关行业时，主要使用“唱片业”概念进行描述。

2. 我国音像出版业产业链特征

从整体结构上看，我国音像出版业大致为三部分：上游的制作出版（节目源的开发、制作和出版），中游的复制生产（节目的工业化生产），下游的发行销售（包括批发、零售和租赁），这构成音像业的产业链条和产业核心。同时还包括了部分唱片公司的演艺经纪活动，复制生产阶段的设备、介质制造商，但不包括演出业。另外，无论国内、国外，电影、广播、电视业都是音像业的高度相关产业，但不计入音像产业范围内。产品意义上的中国音像产业链如图 1-3 所示。

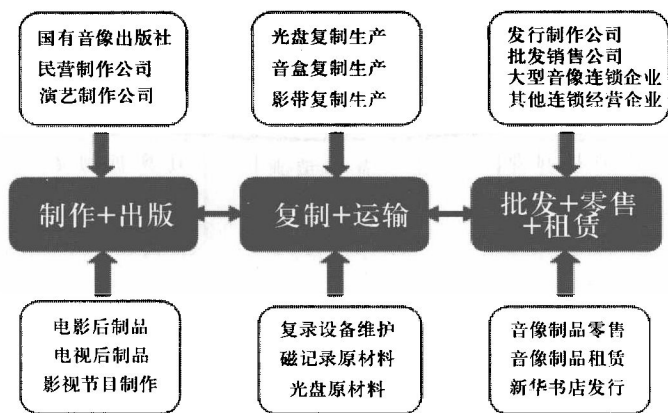


图 1-3 产品意义上的中国音像产业链

我国音像业产业链的形成，是经过将近 20 年的时间、在市场经济规律的作用下逐渐形成的。产业链的形成并不是在政府宏观政策的指导下有序地发展起来的，因此带有一定的自发性。虽然这个产业链符合生产规律，也基本上与国际上的唱片工业吻合，但是显得比较脆弱，尤其是产业链的上游，由于出版制作仍然掌握在国有音像出版社手中而没有活力，中、下游，主要是下游，为寻找和掌握更多的节目源而不得不向上游渗透，逐渐形成了发行公司介入出版



制作的行业特点，这也是为什么“卖版号”屡禁不止的根本原因。

我国的音像行业具有相当明显的“中国特色”，这个特色是世界各国（地区）唱片业所没有的，即这是一个实行许可制的特许行业。出版许可证和复制许可证由新闻出版行政管理部门发放，批发和销售许可证由文化行政管理部门发放。音像业与其他相关行业的关联度很高，总体形成了中国视听产业的大格局。它不仅在经济运作和整体发展上有着不可分割的联系，也有着互相促进、互相牵制、共存共荣的特点。更重要的是，它几乎涉及文化产业的几个主要方面，是新世纪、新经济时代经济发展的重要支柱产业之一。产业关联意义上的中国音像业结构如图 1-4 所示。

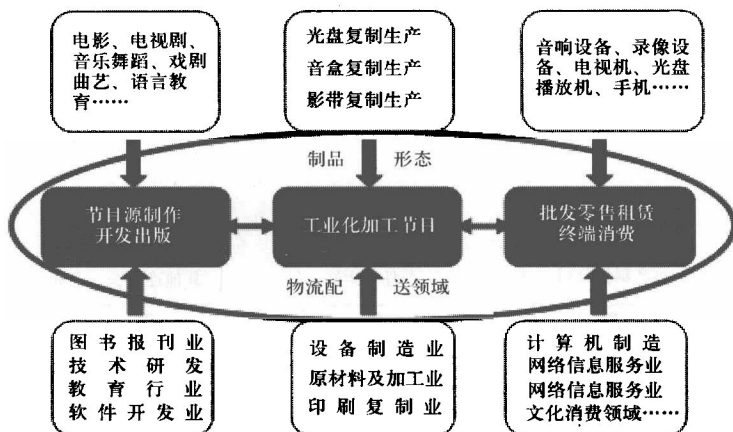


图 1-4 产业关联意义上的中国音像业结构

目前，我国音像业在产业链的两端即上游和下游发展滞后。上游由于长期受文化领域集中的事业管理体制、产业政策和行业价值链关系影响，一般规模不大且条块分割，导致其整体的赢利能力很弱，开发能力不足；中游属于技术密集、资金密集和规模效益显著型环节，复制企业整体规模庞大，但企业间个体规模差别不大，均质现象明显。由于缺乏核心技术和相对规模小，容易导致生产成本过高，利润空间狭小；下游企业需要全国性市场整合乃至加入全球市场的整合，即渠道、专业化、规模和品牌的有机结合。

3. 报告数据来源的说明

本报告对我国音像业发展的现状分析，主要采用量化方式。



按照文化及相关产业分类^①，音像业属于文化服务中的第二大类别，包括音像制品的出版和制作，记录媒介的复制，音像制品及电子出版物批发、零售等。由于历史的原因，我国的音像出版缺乏整体经济统计数据，主要沿用对事业单位的统计方式。

关于音像业发展的数据有以下来源：一是新闻出版行政部门发布的年度统计资料；二是2005年、2007年音像出版单位审核登记（年检）的统计数据，三是截止到2007年4月底的新闻出版总署选题统计数据。由于国家统计局代表国家发布的统计数据具有最高权威性，在量化分析我国音像业现状时，总体经济规模的估计以国家统计局文化及相关产业分类代码为依据，使用国家经济年鉴数据；对出版类别、结构等分析，主要依据历年国家新闻出版统计资料，以及2005年、2007年音像出版年检资料。因此，本报告对音像产业经济规模的估计是经过合理推理而得出的。

（二）音像出版介质的演进

在中国，出版介质的演变经历了数千年漫长的历史过程，先后出现过甲骨、简策、缣帛、纸张、磁带、光盘等介质。近年来，互联网、手机乃至电子纸的出现，又为出版介质这个大家庭增添了新的成员。音像出版介质的演变如表1-2所示。

表1-2 音像出版介质的演变历史

阶 段	时 间	代表介质
留声机时代 (起源于19世纪70年代)	19世纪70年代	锡箔唱筒
	19世纪80年代	圆形平面唱片
	20世纪20年代	虫胶平面粗纹快转双面唱片
	20世纪50年代	中密纹慢转塑胶唱片
	20世纪60年代	塑料薄膜唱片

^① 资料来源：《国家统计局关于印发〈文化及相关产业分类〉的通知》，http://www.stats.gov.cn/tjbz/hyflbz/xgwj/t20040518_402154090.htm