

The Annual Development Report  
Of Chinese Cultural Industries

中国

文化  
产业

(2009)

年度发展报告

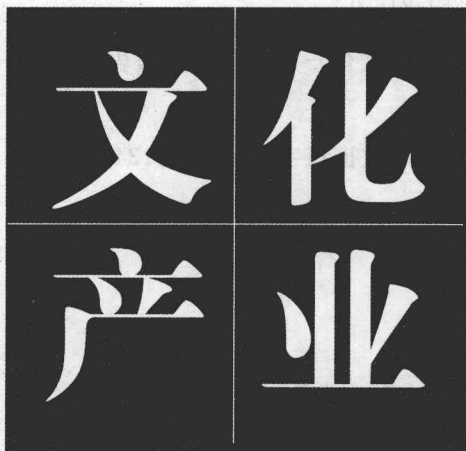
叶朗◎主编



金城出版社  
GOLD WALL PRESS

The Annual Development Report  
Of Chinese Cultural Industries

中国



(2009)

年度  
发展  
报告

叶朗◎主编

**图书在版编目(CIP)数据**

中国文化产业年度发展报告. 2009/叶朗主编. —北京:  
金城出版社, 2009. 8  
ISBN 978-7-80251-216-0

I. 中… II. 叶… III. 文化—产业—研究报告—中国—2009  
IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 134602 号

---

## 中国文化产业年度发展报告

---

作 者 叶 朗  
责任编辑 雷燕青  
开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16  
印 张 37.5  
字 数 600 千字  
版 次 2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷  
印 刷 北京嘉业印刷厂  
书 号 ISBN 978-7-80251-216-0  
定 价 60.00 元

---

出版发行 **金城出版社** 北京市朝阳区和平街 11 区 37 号楼  
邮 编 100013  
发 行 部 (010)84254364  
编 辑 部 (010)64210080  
总 编 室 (010)64228516  
网 址 <http://www.jeeb.com.cn>  
电子邮箱 [jinchengchuban@163.com](mailto:jinchengchuban@163.com)  
法律顾问 陈鹰律师事务所 (010)64970501

# 《中国文化产业年度报告(2009)》课题组

## 一、指导单位

中华人民共和国文化部  
北京大学

## 二、编撰单位

国家文化产业创新与发展研究基地  
北京大学文化产业研究院

## 三、顾问团队

欧阳坚(中华人民共和国文化部副部长)  
张国有(北京大学副校长,教授,博士生导师)  
叶 朗(北京大学文化产业研究院院长,教授,博士生导师)  
刘玉珠(中华人民共和国文化部文化产业司司长)  
程郁缀(北京大学社会科学部部长,教授,博士生导师)

## 四、专家委员会

陈少峰(北京大学)  
熊澄宇(清华大学)  
金元浦(中国人民大学)  
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)  
胡正荣(中国传媒大学)  
王 强(中央财经大学)  
王育济(山东大学)  
施维达(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)  
花 建(上海社会科学院)  
许焯权(香港大学)  
李天铎(台湾辅仁大学)  
李永求(Hankuk University of Foreign Studies, Korea)  
Junghoon KIM(Keio University, Japan)

Chris Bilton(University of Warwick, UK)

JoanJeffri(Columbia University, USA)

## 五、编委会

主编:

叶 朗

副主编:

陈少峰 向 勇

执行主编:

向 勇 刘 静

策 划:

陈黎明 范 颖

编 委:

沈望舒 邓丽丽 王齐国 喻文益 孙健君

阮 伟 柴宝亭 刘莉玲 周庆山 王筱芸

许晓峰 柏定国 李敬华 薛 旻 周城雄

唐金楠 肖怀德 钮述联 范 颖 王凌非

撰 稿:

向 勇 刘 静 王 晨 何 群 杨永强

柏定国 邱志勇 郑志文 何 杨 洪 波

蔡尚伟 花 建 王亚南 沈望舒 张 伟

杨永强 刘 飒 喻文益 叶 臻 肖怀德

卢 莎 吴 婧 秦 晴 叶 鑫 郝 志

陈慧娇 郑元真 张 倩 苏 哲 王 焱

周 琳 陈慧娇

## 编写说明

《中国文化产业年度发展报告(2009)》(以下简称本年度报告)是以北京大学文化产业研究院和国家文化产业创新与发展研究基地为主发起人,联合国内文化产业领域内的众多知名学者和企业家共同编撰而成的年度报告。2009 年度报告秉承以往年度报告的编撰原则,继续以文化产业领域内的微观企业主体为重点分析对象,全力考察那些充满创新精神与进取意识的文化企业和企业家们的经营行为。此外,为了全面反映 2009 年我国文化产业的发展现状和发展趋势,我们还将报告中重点探讨我国文化产业领域比较有代表性的创新行为和商业模式。同时,我们也将报告中对相关文化产业的政策体系进行系统的考察和分析。

由于本年度报告是产业的年度发展报告,因此我们不仅要在报告中体现出对我国的文化产业进行年度盘点的特色,还体现出对我国的文化产业进行跟踪研究的特点。为此,本年度报告不仅可以反映出我国文化产业的发展现状和发展趋势,还在一定程度上反映出我国文化产业和相关政策的发展轨迹。

我们希望本年度报告不仅能够作为学术界和政府管理部门的参考工具,而且可以成为文化企业进行文化产业投资决策的重要依据。

本年度报告是在许多相关研究成果的基础上完成的,报告大量引用了相关研究机构、研究人员和业内机构的数据和研究成果,在此对相关机构和人员表示感谢。限于编写人员的水平和编写时间仓促,本年度报告的不足之处还望读者多多指正,以利于在以后年度报告的编写工作中进一步改进和提高。此外,由于篇幅较大和引用的资料、数据繁多,引用标注如有差错和遗漏之处,还望有关人士批评指正。

### 1. 报告的数据来源

为了更加准确和全面地反映我国文化产业的发展现状和发展趋势,我们在本年度的报告编撰过程中引入了更为多样化的数据采集渠道。除了公众公司的各类定期报告外,还包括了非公众公司网站上所披露的数据以及 2008 年内各种图书、报纸和期刊中的相关数据。此外,本年度报告在编撰过程中还更多地采用了北京大学图书馆的各类专业数据库。由于截稿时还有一些领域尚无法获得截至 2008 年底的数据,从而多少会对我们的分析和考察带来一定的影响。

### 2. 报告的分析对象

我们本着突出核心文化产业、兼顾外围文化产业,突出核心产业环节、

兼顾外围产业环节的原则,继续围绕着文化产业的几大主要门类进行论述。这些门类主要包括了纸质传媒中的出版产业和报刊产业、影音传媒中的广播电影电视产业和音像产业、网络传媒产业、广告产业、艺术产业中的艺术品经营业和演出产业、文化旅游产业等。

各个区域的文化产业发展状况也是我们关注的对象,在本书的区域文化产业年度发展概况中,我们分别考察了北京、东北、华东、华中、西南、西北等区域 2008 年的文化产业的发展成就和最近发展动向。此外,对于 2008 年度文化产业热点议题我们也有较为全面的考察,如“新农村建设与文化产业的关系”、“金融危机对文化产业的影响”、“文化产业发展十年历程”等专题,并邀请知名学者完成专题年度报告。

### 3. 上市公司的年度数据来源

随着经营业绩的不断改善,很多文化产业类公众公司都在本年度报告截稿时公布了自己的年度数据,因此,本课题组在报告中引用的公众公司的年度数据将尽量采用其经过审计的年度报表中的数据。当涉及多家公众公司之间的比较时,如果尚有比较对象来公布其年度数据,我们将依然采用上一年度报告中所采用的年度数据计算公式,也就是,该公司的年度数据是根据该公司半年度报告和第三季度报告计算出来的加权数据。这种加权计算方法为:年度加权数据 = (1~6 月的数据 × 2 + 7~9 月的数据 × 4) / 2。当然,这种计算方法将不可避免地会带来一定的误差。

### 4. 产业政策的选取依据

由于本年度报告的考察具备一定的连续性,因此,我们在本年度报告的编撰过程中将不再对特定行业的产业政策进行回顾式的分析和考察,而是将分析重点放在 2008 年内出台的、同时又是全国性的且对整个产业的发展起着重大影响和作用的法律和规章。如果要对某一特定门类的产业政策进行历史比较的话,读者可以参阅之前年度的报告,从而能对该产业内的政策有一个全景式的认识。

### 5. 行业创新

无论是行业的发展,还是社会的进步,创新都是其中的核心环节。因此,在探讨我国文化产业的发展过程中,关注来自文化产业行业层面的各类创新活动将对我国文化产业的健康和快速发展发挥积极的促进作用。为了能对我国文化产业的健康和快速发展做出一点力所能及的贡献,我们继续重点关注文化产业领域内各行业的创新活动。

### 6. 文化产业企业经营案例的取舍

在今年《年度报告》的编撰过程中,我们单辟一部分对具备一定代表性的文化产业企业进行了分析和考察,以增强读者对于相关产业的感性认识,也有助于加强对全行业的了解。

### 7. 中国文化产业企业五十强

为了给我国的文化企业发展提供一个可供参照的相对标准,我们在本年度的报告内继续按照一定的评价体系对国内的文化企业进行了一个初步的排名。我们的排名无意于精确地为全国所有的文化产业企业论资排座,毕竟,我们目前对文化企业的评价体系还很不完善。由于我们的《年度报告》编撰是一个长期性的工作,我们将在后续的工作中不断完善我国文化企业的评价体系,以期真实准确地反映出我国各大文化产业企业的综合竞争实力。

本年度报告中的“文化产业企业”排名仍然是一个相对实力的排名,排序的范围包括了国内各大文化产业领域内的知名企业。对于我们无法从其他渠道获得的企业数据,我们通过电话采访的形式进行了收集。对于因涉及商业机密而不愿参与排名的企业,我们只能忍痛割爱,从而未能将其列入我们的排名范围。

#### 8. 中国文化产业年度人物

任何产业的发展和进步都离不开一个精英群体的努力推动,文化产业也不例外。在关注我国文化产业的发展现状和发展趋势的同时,我们将一如既往地关注那些正在不断推动着我们文化产业发展的精英群体们。

为了增强本项评选的权威性和代表性,本年度我们缩减年度任务的名额,并且将继续在以后年度中继续保持每年评选 10 名年度人物的规模,并将和创新企业评选结合。

#### 9. 中国文化产业年度大事记

中国文化产业年度大事记部分在“行业报告”、“区域报告”、“专题报告”的基础上,站在年度全局高度,对 2008 年文化产业领域内发生、发展且具有一定影响力的行业领域内事件进行梳理总结,力求能够以小窥大,以简明的客观事件对 2008 年度中国文化产业面貌进行呈现。

#### 10. 中国文化产业年度关键词

中国文化产业年度“关键词”,是 2008 年文化产业年度报告的又一创新栏目,受英国文化研究学者威廉斯的《关键词:文化与社会的词汇》的启发。与“大事记”相呼应,“关键词”部分侧重文化产业实践者尤其是广大受众在产业发展历史过程中的感受、评价与表达。这些被筛选出来的年度“关键词”来源于文化产业实践,反映着这一领域的发展状态,同时又在相当程度上塑造着我们对于文化产业的理理解与新一轮实践形态。“关键词”版块会在今后的年度报告中继续出现,我们希望在撰写实践的基础上,能不断提升阐发的深刻性,在产业发展实践的基础之上为读者呈现“文化与社会”意义上的文化产业年度“关键词”。

#### 11. 年度报告的编写团队

在本年度报告的编写过程中,既得到了来自国家文化部的领导的大力支持,也得到了众多顾问和专家们的帮助和指导(名单请参见本年度报告



的扉页部分)。

在年度报告的编写过程中,本课题组采取的分工原则为:首先特定行业由课题组内的子团队分工负责,然后在团队通力合作的情况下完成各部分的编撰,最后由北京大学文化产业研究院的研究人员完成相关部分的统稿工作。

## 序 一<sup>①</sup>

首先,我想和大家一起回顾改革开放30年来我国文化产业的发展历程,然后再就当前金融危机下文化产业发展的机遇与问题,与各位进行交流和探讨。

改革开放30年,是世界波澜壮阔的30年,也是我国各项事业取得举世瞩目伟大成就的30年。文化产业作为我国文化建设、改革开放成果之一,更是异军突起,得到迅猛发展。回顾30年来文化产业的发展历程,大致可以分为四个阶段。第一阶段,1978年到1992年,在改革开放的春风下,以1979年广州市东方宾馆第一家经营性音乐茶座的诞生为标志,歌舞娱乐业悄然兴起,文化产业开始萌芽。第二阶段,1992年到1998年,在改革开放的大潮中,文化部于1993年11月提出发展文化产业的命题。由此文化产业渐渐引起社会和理论界关注。第三阶段,1998年到2000年,文化部于1998年设立了文化产业司,这一举措标志着中国文化产业已由民间自发发展阶段进入了政府致力推动的新时期。第四阶段,2000年至今,随着文化建设战略地位的提高,文化产业得到了党和政府的高度重视。2000年,中共中央在关于制定国民经济和社会发展第十个规划的建议中,首次使用了文化产业一词,表明文化产业已被列入国家发展战略规划。2002年,党的十六大指出,文化产业是市场经济条件下,繁荣社会主义文化、满足人民群众精神文化需求的重要途径,并将文化分为公益性文化事业和经营性文化产业两个部分,这是我党文化理论的一个重大突破。2007年,党的十七大从中国特色社会主义建设的总体布局出发,把大力发展文化产业作为推动文化大发展大繁荣,兴起社会主义文化建设新高潮的战略选择之一,列入了全面建设小康社会的奋斗目标,进一步提升了文化产业的战略地位。

改革开放30年,特别是近10年来,全国文化系统解放思想,大胆实践,积极探索,既遵循了社会主义文化建设的内在规律,又努力适应社会主义市场经济体制的客观要求,坚持走中国特色的文化产业发展之路,努力营造有利于中国文化产业健康发展的社会环境。在文化系统及各方面共同努力下,我国的文化产业从探索、起步、培育的初级阶段,开始进入了加速发展的新时期。文化生产力得到了极大的解放发展。

2004年以来,全国文化产业增值的同比增长速度,年年都在两位数以上,高于同期经济增长速度,对国民经济增长贡献不断上升。部分省市文

<sup>①</sup> 选摘自文化部副部长赵少华在“2009第六届中国文化产业新年国际论坛”的讲话

文化产业增加值占 GDP 比重已超过 5%。文化产业不仅在繁荣社会主义文化、满足人民精神文化需求上发挥了重要的作用,而且在优化产业结构、创造就业机会、带动现代服务业、拉动对外文化贸易、促进国民经济增长等方面的作用,也日益凸现。目前,国际金融危机持续蔓延,世界经济增长明显减速,市场需求疲软,严重影响我国的经济增长。作为国民经济的重要组成部分,作为知识密集型、资本密集型的文化产业,不可避免会受到影响。但是如果我们换一个角度来分析,金融危机可能带给了文化产业发展机遇。借鉴历史经验,可能更有利于开拓我们的思路,更有利于被誉为 21 世纪的朝阳产业,文化产业将在经济危机中得以健康发展。

首先历史经验表明,以往的经济危机时期,都给文化产业发展创造了良好的机遇。如上个世纪 30 年代和 90 年代的两次危机,其他行业均受到了不同程度的冲击,而唯独文化产业捕获了发展的先机。其中从 1929 年到 1933 年,美国经济大萧条,美国政府在大力恢复经济的同时,采取了一系列扶持文化艺术的政策,包括联邦戏剧计划、联邦音乐计划、联邦艺术计划、联邦作家计划等等,为美国文化产业腾飞,提供了充足的资金与人才的保证。1997 年亚洲金融危机,韩国政府在 1998 年确定文化产业为其 21 世纪最重要的产业之一,并给予了大力支持,将其文化经费提升到国家总预算的 1%,韩国文化产业由此得到繁荣发展。

其次,金融危机将迫使人民尽快转变经济发展方式,调整优化产业结构,而文化产业是一个科技含量高、环境污染少、资源消费少、发展潜力大的新型产业,正好符合当前国家调整产业结构、拉动社会消费、改变出口门类的要求,完全可以成为一个新的经济增长点和支柱产业。金融危机会影响到我国传统出口产业,但近 10 年来,中国文化产品和服务出口,一直呈上升趋势。而且,随着中国国际地位和对外影响力的不断提升,世界各国对中国文化的关注越来越密切了,中国文化产品和服务出口,可以成为新的对外贸易的增长点。

第三,经济危机期间,原材料价格大幅下滑和适度宽松的货币政策,将为中小文化企业低成本投入提供难得的机遇。目前我国文化产业实体经济,绝大多数是中小文化企业,多年来中小文化企业融资难的问题,始终制约着文化产业。为应对金融危机,国家一系列的扩大内需、促进经济平稳较快发展的重大措施相继出台,这十分有利于中小文化企业融资问题的解决。十七大提出的文化产业项目带动产业发展,示范园区和区域特色,文化产业群的健康步伐,都将会发挥积极的推动作用。专家分析指出,文化特有的抚慰心灵作用,在金融危机时期,也将得以充分发挥。因为在经济困难面前,人们可能越需要精神慰藉和文化滋养。在金融危机面前,社会文化消费需求,不仅不会萎缩,反而可能会急剧增加。美国上世纪经济大萧条时期,电影业迅速发展,正说明了这一点。目前随着我国人民群众生

活水平不断提高,文化消费已经成为居民消费的一个热点。最近我为了调研,到北展剧场看了东方歌舞团在那里的演出,我很有感触,这个演出要连续演11天,每天演两场,这是经营性的,票全部都是网上零售。但是连续这么长时间演下来,我问了东方歌舞团团长有关演出的情况,说场场爆满,而且让我很感动的是,场上演员很认真,真正用心来演出,认真对待每一位观众,实实在在地演了两个多小时,演员们演得好,歌唱家唱得好,观众就鼓掌。我一看当时观众的场面非常热烈,气氛也非常好,达到一种互动。这样的文化消费需求越来越多了。

现在演出市场实行网上售票,很多演出都提前一个月去订票,说明这个需求量越来越大了,这在过去是不可能的。在大城市,演出市场化基本做到了。但因为地域差距,在一些贫困地区,那就是要票价很低,公益性演出更多一些,尤其面临新年了,三下乡活动,可能要演100多场,对下面进行慰问演出。最近的电影院上座率非常高。国家将扩大内需作为战略方针,拿出很多拉动内需的政策,比如说国家拿出很多钱,让乡村老百姓得到文化的普惠,做了很多政策上的扶持。这使得社会大众相信文化能对提升人民的信心、丰富人们的精神世界、促进社会的稳定起到独特的作用。鉴于以上分析,我们面对金融危机,确实需要充分估计困难,保持忧患意识,同时更要增强信心,采取积极的应对措施,认真研究如何能够趋利避害,抓住机遇,迎接挑战,确保各项事业的健康发展。为此,针对文化产业,文化部将重点从以下几个方面做进一步的推动:

一,继续加大对文化产业的扶持力度。根据党的十七大提出的文化产业占国民经济的比重明显提高,国际竞争力显著增强,适应人民需要的文化产品更加丰富的战略要求,把文化产业纳入文化部工作的重要议事日程,加强部门间的协调与合作,积极支持文化产业发展,努力提升文化企业的信心。

二,抓住国家扩大内需的战略机遇,加强文化产业基础设施建设、公共平台建设和重大项目建设。进一步加快国家文化产业基地和区域性特色文化产业群建设的步伐,做大做强国家文化产业示范基地和示范园区,建立国家文化产业示范园区,引导文化产业向规模化、集约化方向健康发展。

三,采取有效措施,促进文化消费,努力满足金融危机时期,人民群众多层次、多方面、多样性的精神文化需求,促使文化消费成为扩大内需的重要组成部分。

四,充分发挥我驻外文化机构的桥梁作用,支持我国更多的文化企业、文化产品与服务进入国际市场,积极组织或参与国际文化贸易多边活动。今年将继续办好中日韩文化产业论坛和第四届中国东盟文化产业论坛。

五,加强文化产业人才培养工作,努力培养一支熟悉国际通行策略、具备较高艺术文化水平的精英管理队伍。

六,继续推动高新技术在文化领域的推广和应用,提升文化企业的自主创新的水平,增强文化企业抵御风险的能力。

另外,要发挥文化的软实力作用,在走出去方面,我们要为文化企业搭桥铺路。最后我想借用胡锦涛总书记对于应对这次金融危机时说过的一句话,来结束我今天的发言。“在此关键时刻,坚定信心,比什么都重要。只有坚定信心,携手努力,我们才能共同渡过难关。”

赵少华

中华人民共和国文化部副部长

## 序 二<sup>①</sup>

2009年,世界各国面临着共同挑战在于如何应对一场突如其来的全球经济危机,文化产业被寄予厚望。1991年日本经济泡沫结束后,动漫产业异军突起,成为其支柱产业之一。1998年亚洲金融危机过后,韩国的网络游戏产业催生了新的经济增长点。在美国、日本,文化创意产业占到GDP的20%左右,而我国只有4%,我们有理由相信,作为头脑产业、智力经济的文化产业,将在危机挑战下大有可为。十七大报告提出把文化建设与经济建设、政治建设、社会建设一起列为国家建设四位一体的布局。文化产业不仅要满足国内人民精神的需求,更关系到大国复兴的文化软实力和国际影响力。2008年,北京奥运会将中国社会建设的巨大成就完美地展现给世界。在新的阶段内,如何在世界经济低迷的形势下,把握文化产业机遇,建设创新型国家,这些都是政府决策者、专家学者和企业人士亟需解决的课题。本届论坛以“改革开放30年,世界经济形势与中国产业机遇”为主题,共同谋划文化创意产业的发展,探讨技术资本和文化产业充分结合的可能性,必将极大地促进我国文化产业学术与现实的交流、战略与发展的创新。

北京大学以创建世界一流大学为目标,在人文艺术、产业经济、公共管理和企业管理等领域,具有传统优势以及高水平的科研力量,应该在文化产业的理论研究、人才培养和学科建设等方面,发挥应有的作用。我校文化产业研究院在社会各界大力支持下,整合校内外资源,努力建设文化产业交流与合作的学术平台。在新的一年里,北京大学将一如既往地推动文化产业理论研究与创新和复合型人才培养,推动文化产业管理的学科建设,构建文化产业管理的人才培养体系,为推动我国文化产业的发展以及和谐社会的构建,做出更大的贡献。

周其凤  
北京大学校长

<sup>①</sup> 摘自北京大学校长周其凤在“2009第六届中国文化产业新年国际论坛”的致辞

# 导 读

	<p><b>总 论</b></p> <p><b>行业报告</b></p> <p><b>1. 新闻出版业年度发展报告</b></p> <p>到 2008 年底,整个新闻出版业的产值将达到 8000 亿元,占 GDP 的 3.02%。全国 24 家出版集团中,有 17 家完成转企改制,平均总资产增长 66.2%,利润总额增长 25.3%/一批新型市场主体脱颖而出,安徽出版社整体借壳上市,出版集团的投融资问题仍然是一个值得思考、极具争议的话题/数字出版业高速发展,整体收入规模达到 530 亿元,加速推进产业链优化/新华书店改制,高校出版社的改制,贝塔斯曼书友会撤出中国市场/“抗震救灾”、“北京奥运”以及“改革 30 年”,三个较大规模的主题出版潮/新闻出版总署继续推进的全民阅读活动和农家书屋工程/设立新闻出版行业国家级最高奖项/中国文化魅力在国际市场“中国热”的背景下,不断促发“走出去”产业实践……</p>
<p>图 2-2: 广播产业价值链构成</p>	<p><b>2. 广播业年度发展报告</b></p> <p>2008 年全国广播电视总收入预计 1452 亿元,比 2007 年增长 10.3%,但受突发事件及金融危机的影响,增量有限,增幅明显低于 2000 至 2007 八年的平均水平,广播广告投放表现欠佳/应对 2008 突发事件,广播在信息传播、心理干预等方面捍卫其媒介形式的不可替代性/抽样调查,奥运期间广播以 22% 的被选率居受众选择榜的亚军,仅次于电视;国际电台借力奥运,搭建多语种、多媒体、国际广播大型报道刊播平台/中央、省、市、县四级的频率竞争格局中,省级频率的竞争优势依然非常明显/北京、上海、广东等地数字音频广播(DAB)运营,网络广播较传统电台产业收益呈几何倍数增加,播客受年轻听众追捧/移动多媒体广播 CMMB(China Mobile Multimedia Broadcasting)是 2008 广播技术创新的代表,广电总局计划构建 CMMB 全国运营格局/北京电台,制播分离改革大胆尝试/奥运宣传报道、构建农村广播影视公共服务体系(“村村通”工程)及推进数字化是业内主管部门政府工作的重中之重,全国相关基础设施建设推进显著……</p>

	<p><b>3. 音像业年度发展报告</b></p> <p>中国音像业的困境并未借助 2008 奥运经济而获得改善,唱片公司发展依旧低迷;由于报批限制,音乐演出市场一度萧条/原创音乐发展缓慢,版权保护举步维艰,传统音像制品的市场空间急剧萎缩,华语唱片销售一片惨淡,最高销售量不过 20 万张/电信网、广播电视网、互联网“三网融合”迈出实质步伐,数字音乐发展迅速,音像载体网络化成为趋势,音像业面临新技术环境下新业态的全面考验/8 月,太合麦田获得韩国最大的移动通讯企业 SK 电讯的战略投资;资本市场看好数字音乐、新媒体音像发展/民营企业继续是音像制品的主要供给者,原创音乐的制作能力和版权经营能力是竞争的核心/盗版危害依旧严重,全国共收缴盗版出版物 7605.5 万件,查办侵权盗版出版物案件 12490 起/中国音乐界发起并组织了大量的慈善义演和募捐活动,在抗震救灾的集体行动中焕发出动人的光辉,也为处于寒冬期的中国音像业带来了难得的火热与激情……</p>																						
<table border="1"> <thead> <tr> <th>年份</th> <th>覆盖观众人次(亿人次)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1999</td> <td>59.8</td> </tr> <tr> <td>2000</td> <td>68.5</td> </tr> <tr> <td>2001</td> <td>74.5</td> </tr> <tr> <td>2002</td> <td>79.8</td> </tr> <tr> <td>2003</td> <td>84.8</td> </tr> <tr> <td>2004</td> <td>100.4</td> </tr> <tr> <td>2005</td> <td>111.3</td> </tr> <tr> <td>2006</td> <td>130.2</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>151.5</td> </tr> <tr> <td>2008</td> <td>182.8</td> </tr> </tbody> </table>	年份	覆盖观众人次(亿人次)	1999	59.8	2000	68.5	2001	74.5	2002	79.8	2003	84.8	2004	100.4	2005	111.3	2006	130.2	2007	151.5	2008	182.8	<p><b>4. 电视业年度发展报告</b></p> <p>电视产业收入稳步发展,电视剧产量持续提升/卫星传输覆盖网络与农村无线电视传输覆盖网络继续完善,有线电视数字化向纵深方向拓展;数字电视、网络 IPTV、手机电视等新技术条件下的媒体传播模式探索推进/“一超多强”竞争格局依旧,中央电视台 17 个开路频道中,有 13 个频道的全国覆盖人口超过 8 亿,5 月 1 日中央电视台开路播出全国第一个高清综合电视频道;省(市)级卫视覆盖人群连续十年增长,省级地面频道在本省的平均覆盖率达到 55.5%,内容方面避免节目设置同质化,专业化、类型化与地域文化特色成为“多强”竞争的关键/开展 2008~2010 年度电视台数字化网络化示范基地的申报和评选工作,对国产动画片、少儿栏目的加强支持/李长春到中央电视台视察,强调:“要加快‘走出去’步伐,加强外语国际频道建设,推动电视节目海外落地,使中央电视台的图像和声音更广泛地传播到世界各地。”……</p>
年份	覆盖观众人次(亿人次)																						
1999	59.8																						
2000	68.5																						
2001	74.5																						
2002	79.8																						
2003	84.8																						
2004	100.4																						
2005	111.3																						
2006	130.2																						
2007	151.5																						
2008	182.8																						
<p><b>图表 4-2:省(市)级卫视累计覆盖观众人次</b></p> <p>资料来源:北京美兰德,“2008 年全国电视频道覆盖及收视状况调查结果”</p>																							

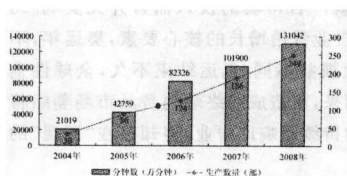


## 5. 电影业年度发展报告

2008 的不寻常在中国电影市场引发如奥运断档、贺岁挤压等波动,但无碍于中国电影整体的欣欣向荣之势/全年总票房 43.41 亿元,综合收益 84.33 亿元,正在摆脱单纯依赖票房的赢利模式/国产片市场占有率继续攀高,票房 25.63 亿元,占总票房 61%,国内市场份额连续 6 年超过进口影片;但由极少几部大片支撑市场的局面是隐患/国产大片理性回归,中小成本电影找到自信,从“可看性”到“必看性”的转变成为议题/国家中影数字制作基地落实投入使用/影业“计划上市风”,私募基金(PE)成中国电影业融资“新宠”,银行版权质押贷款迈出更大步伐,努力突破电影产业知识产权评估和信贷担保瓶颈,而版权问题依旧是规模与产业化进程的“滑铁卢”/金融危机带来中国电影投融资新局面/市场整合营销能力增强,改善了市场推广成本过低局面/制作、发行、放映产业链环节向民营企业开放,外资进入制作、放映环节/合拍继续受制片青睐,中国传统文化成为制片新热点/档期发行初见成效,海外推广受阻/中影集团霸居发行龙头老大,民营企业保利博纳一支独秀/发行放映网络不断完善,中档数字院线逐渐普及,初步形成了覆盖全国主流市场、二级市场和农村市场的梯次网络/五大院线变局并引领中国电影院线经营,全面介入制片、发行领域/老百姓的观影习惯逐步养成,观影人群巩固、增长……

## 6. 动漫业年度发展报告

全球金融风暴对中国动漫业中“三来一补”企业影响最大,虽尚未波及制作企业实体,但强劲冲击业界的经营思维与创作观念/国内最大的动画制作企业宏梦公司在 2008 年开始尝试进入代工行业,“以外包养原创”,是目前许多动漫企业的生存状况,许多动漫企业面临着严峻生存压力/发展原创品牌、支持国产动漫、打造动漫产业链的呼声越来越高/衍生品开发陷入困境,动漫人才急度紧缺,动漫分级在 2008 年没有新的突破/动漫基地建设过热过快,但优秀品牌数量较少/几次大的运作没有取得实质性成功之后,动漫产业投资更加谨慎/2008 年国际咨询公司摩根士坦利的报告,中国动画片产量在过去 5 年每年以 70% 以上的速度增长,政府目标是在 5 到 10 年内将卡通产业对 GDP 的贡献提高 10 倍,市场容量高达 1000 亿人民币,虽然面临许多亟待解决的问题,中国动漫业仍然具有广阔的市场前景与良好的发展机遇。



图表 6-2: 2004~2008 年国产动画电视生产数量