

The Annual Development Report  
Of Chinese Cultural Industries

中国

文化  
产业

(2008)

年度发展报告

◎ 主编 叶朗

湖南文艺出版社

The Annual Development Report  
of Chinese Cultural Industries

中国

文化  
产业

2015

年度发展报告

CHINA CULTURE INDUSTRY

中国

文 化  
产 业

(2008)

# 年度发展报告

◎ 北京大学文化产业研究所 主编  
国家文化产业创新与发展研究基地

湖南文艺出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

中国文化产业年度发展报告. 2008/叶朗主编. ——长沙:  
湖南文艺出版社, 2008.5

ISBN 978-7-5404-3844-9

I. 中… II. 叶… III. 文化—产业—研究报告—中国—  
2008 IV. G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 075220 号

## 中国文化产业年度发展报告 (2008)

出版人 刘清华

主 编 叶 朗

责任编辑: 刘茁松

湖南文艺出版社出版、发行

(长沙市雨花区东二环一段 508 号 邮编: 410014)

网址: [www.hnwy.net](http://www.hnwy.net)

湖南省新华书店经销 长沙裕锦印务实业有限公司印刷

\*

2008 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 787 × 1092mm 1/16 印张: 25.75

字数: 500,000

ISBN 978-7-5404-3844-9

定价: 35.00 元

本社邮购电话: 0731-5983015

若有质量问题, 请直接与本社出版科联系调换

## 《中国文化产业年度发展报告(2008)》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

丁 伟 (国家文化部部长助理)  
吴志攀 (北京大学党委常务副书记, 教授, 博士生导师)  
张国有 (北京大学副校长, 教授, 博士生导师)  
叶 朗 (北京大学艺术学院院长, 北京大学文化产业研究院院长, 教授, 博士生导师)  
王永章 (国家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)  
朱建纲 (湖南出版投资控股集团董事长)

### 四、编写团队

主编:

叶 朗

执行主编:

陈少峰 向 勇 周城雄

编委成员:

包晓光 张胜冰 周庆山 胡正荣 魏鹏举 孙步忠 陆 地  
杨永强 喻文益 邓丽丽 王德岩 李嘉珊 沈望舒 张 伟  
王 晨 徐浩然 洪 波 肖怀德 唐金楠 薛 旻 龚霁芃

编写组人员:

李 佳 雍文昂 陈倩倩 李继东 黄 炜 李 艳 李 芳  
赵博雅 靳 媛 张 晨 孙吴刚 邹 龙 姜 颖 赵需要  
翟金金 董燕影 高 颖 刘菲菲 王一南 曾咏梅 舒 明  
赵立秋

## 编写说明

《中国文化产业年度发展报告（2008）》（以下简称本年度报告）是由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。2008 年度的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产业企业和企业家们的经营行为。此外，为了全面反映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在 2008 年内比较有代表性的创新行为和商业模式。同时，我们也将对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，还应该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，还可以在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。此外，间接方式中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 2007 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 2007 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。

此外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 2007 年的文化产业的发展成就和最近发展动向。

## 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，如果尚有比较对象还没有公布其年度数据时，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 2007 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，读者可以参阅以前年度的报告，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出积极的促进作用。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着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

为了给我国的文化产业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产业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，我们目前对文化产业企业的评价体系还很不完善。由于我们的《年度报告》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产业企业的评价体系，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，我们将通过电话采访的形式进行收集。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

由于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，在以后年度将和创新企业评选结合。

## 9. 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和国家文化部文化产业司的领导的大力支持，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：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。



# 目 录

总论 .....	1
行业报告一：出版业年度发展报告 .....	16
第一节 出版业行业概况 .....	16
第二节 出版业行业政策分析 .....	26
第三节 出版业的产品与服务 .....	28
第四节 出版业行业竞争格局 .....	35
第五节 出版业行业投资特性分析 .....	38
第六节 出版业行业发展预测 .....	43
第七节 出版业年度行业大事记 .....	46
行业报告二：报刊业年度发展报告 .....	53
第一节 报刊业行业政策分析 .....	53
第二节 报刊业行业竞争格局 .....	55
第三节 报刊业的产品与服务 .....	57
第四节 报刊业行业投资特性分析 .....	60
第五节 报刊业行业发展预测 .....	63
第六节 报刊业年度行业大事记 .....	66
行业报告三：网络传媒业年度发展报告 .....	71
第一节 网络传媒业行业政策分析 .....	71
第二节 网络传媒业行业竞争格局 .....	73
第三节 网络传媒业行业创新情况 .....	81
第四节 网络传媒业行业投资特性分析 .....	83
第五节 网络传媒业行业发展预测 .....	94
第六节 网络传媒业年度行业大事记 .....	100
行业报告四：广播业年度发展报告 .....	105
第一节 广播业行业概况 .....	105
第二节 广播业行业政策分析 .....	106
第三节 广播业的产品与服务 .....	107
第四节 广播业行业竞争格局 .....	111
第五节 广播业整体经营状况分析 .....	112

第六节	广播业行业创新情况	114
第七节	广播业年度行业大事记	115
<b>行业报告五：电影业年度发展报告</b>		118
第一节	电影业行业概况	118
第二节	电影业行业政策分析	119
第三节	电影业的产品与服务	122
第四节	电影业行业投资特性分析	123
第五节	电影业行业竞争格局	126
第六节	电影业整体经营状况分析	127
第七节	电影业行业创新情况	132
第八节	电影业行业发展预测	133
第九节	电影业著名名牌企业及其案例	134
第十节	电影业年度行业大事记	137
<b>行业报告六：电视业年度发展报告</b>		139
第一节	电视业行业概况	139
第二节	电视业行业竞争格局	141
第三节	电视业的产品与服务	145
第四节	电视业广告创收情况	150
第五节	电视业行业管理概况	152
第六节	电视业行业发展预测	154
<b>行业报告七：广告业年度发展报告</b>		156
第一节	广告业行业政策分析	156
第二节	广告业行业竞争格局	159
第三节	广告业行业创新情况	164
第四节	广告业行业投资特性分析	166
第五节	广告业行业发展预测	169
第六节	广告业年度行业大事记	173
<b>行业报告八：旅游业年度发展报告</b>		179
第一节	旅游业行业概况	179
第二节	旅游业行业政策分析	180
第三节	旅游业的产品与服务	181
第四节	旅游业行业投资特性分析	188
第五节	旅游业行业竞争格局	189
第六节	旅游业整体经营状况分析	191
第七节	旅游业行业创新情况	194
第八节	旅游业行业发展预测	196

第九节	旅游业年度行业大事记 .....	197
<b>行业报告九：演出业年度发展报告</b>	.....	200
第一节	演出业行业概况 .....	200
第二节	演出业行业政策分析 .....	205
第三节	演出业的产品与服务 .....	207
第四节	演出业行业投资特性分析 .....	210
第五节	演出业行业竞争格局 .....	213
第六节	演出业整体经营状况分析 .....	218
第七节	演出业行业创新情况 .....	221
第八节	演出业行业发展预测 .....	223
第九节	演出业年度行业大事记 .....	226
<b>行业报告十：动漫业年度发展报告</b>	.....	229
第一节	动漫业行业政策分析 .....	229
第二节	动漫业行业竞争格局 .....	231
第三节	动漫业行业创新情况 .....	241
第四节	动漫业行业投资特性分析 .....	244
第五节	动漫业行业发展预测 .....	247
第六节	动漫业年度行业大事记 .....	250
<b>行业报告十一：艺术品经营业年度发展报告</b>	.....	254
第一节	艺术品经营业行业概况 .....	254
第二节	艺术品经营业行业政策分析 .....	255
第三节	艺术品经营业的产品与服务 .....	257
第四节	艺术品经营业行业投资特性分析 .....	262
第五节	艺术品经营业行业竞争格局 .....	263
第六节	艺术品经营业整体经营状况分析 .....	267
第七节	艺术品经营业行业创新情况 .....	270
第八节	艺术品经营业行业发展预测 .....	272
第九节	艺术品经营业年度行业大事记 .....	275
<b>行业报告十二：音像业年度发展报告</b>	.....	280
第一节	音像业行业政策分析 .....	280
第二节	音像业行业竞争格局 .....	281
第三节	音像业行业创新情况 .....	283
第四节	音像业行业投资特性分析 .....	285
第五节	音像业行业发展预测 .....	286
第六节	音像业年度行业大事记 .....	288

<b>区域报告一：北京市文化产业年度发展报告</b>	291
第一节 珍视文化资源的思想与实践得到突破性升华	291
第二节 文化中心城市的素质与形象长足进步	293
第三节 首都文化内聚与辐射效应持续走强	297
第四节 政府务实服务改善文化创意产业政策环境	300
第五节 首都文化创意产业主体奋发前行	301
第六节 2008年首都文化创意产业发展的三项要务	305
<b>区域报告二：东北地区年度发展报告</b>	308
第一节 区域宏观经济与文化产业发展状况	308
第二节 区域文化产业政策分析	310
第三节 区域文化产品、服务和竞争格局	312
第四节 区域文化产业发展预测	319
<b>区域报告三：华东地区年度发展报告</b>	322
第一节 区域宏观经济与文化产业发展状况	322
第二节 区域文化产业政策分析	327
第三节 区域文化产品、服务和竞争格局	328
第四节 区域文化产业发展预测	329
第五节 区域文化产业年度大事记	330
<b>区域报告四：华中地区年度发展报告</b>	336
第一节 区域宏观经济与文化产业发展状况	336
第二节 区域文化产业政策分析	339
第三节 区域文化产品、服务和竞争格局	343
第四节 区域文化产业发展预测	348
第五节 区域文化产业年度大事记	349
<b>区域报告五：西南地区年度发展报告</b>	351
第一节 区域宏观经济与文化产业发展状况	351
第二节 区域文化产业政策分析	353
第三节 区域文化产品与服务	355
第四节 区域竞争格局与国际竞争力分析	359
第五节 区域文化产业经营状况分析	361
第六节 区域文化产业发展预测	365
第七节 区域文化产业年度大事记	370
<b>区域报告六：西北地区年度发展报告</b>	372
第一节 区域宏观经济与旅游产业发展状况	372
第二节 区域文化产业政策分析	374
第三节 区域文化产业产品、服务和竞争格局	376

第四节 区域文化产业发展预测 .....	377
第五节 区域文化产业年度大事记 .....	378
中国文化产业企业五十强 (2007 年度) .....	382
2007 年文化产业年度人物 .....	386
参考文献 .....	393
图表目录 .....	395

# 总论

2007年,我国的文化产业呈现快速发展的态势,增长势头强劲。这一年,文化产业受到了空前的重视,特别是党的十七大召开以后,十七大报告中关于文化产业的一些论述前所未有的,其中“文化软实力”、“文化产业群”等概念的提出,以及“深化文化体制改革,完善扶持公益性文化事业、发展文化产业、鼓励文化创新的政策,营造有利于出精品、出人才、出效益的环境”的论述,在党的代表大会报告中都是第一次。十七大为我国文化产业营造出一个更加宽松、和谐的政策环境,这样的政策环境有利于调动各界发展文化产业的积极性,为文化产业的发展和壮大提供了新的发展机遇,开辟了新的发展空间。

2007年5月18日,中宣部发布的《我国文化体制改革状况报告(2007)》指出,自2006年3月中央召开全国文化体制改革工作会议后,我国文化体制改革已由试点阶段转入全面推开的阶段。整体来看,文化体制改革进展顺利、把握平稳、态势良好。全国除西藏自治区外,其余省、自治区和直辖市都先后制定了文化体制改革的实施方案。其中,广东、浙江两省已全面推开,全国开展文化体制改革的地级市已达117个,约占全国333个地级市的35.1%。北京、天津、上海、重庆4个直辖市市辖区中已开展文化体制改革的有55个,约占市辖区总数的80.9%。总体上看来,全国文化体制改革呈现由东往西梯度推进的态势。

在各个区域文化产业逐步推进的同时,文化产业的各个行业在2007年也取得了长足的发展。出版业整体发展较为平稳,基本上达到了《新闻出版业“十一五”发展规划》的要求,同时各个出版企业的改制步伐明显加快,多元化的产业链条正在形成,“走出去”的战略初显成效;演出业的发展总体上显示出稳中有升的趋势,国内演出市场保持着高度开放的态势,各种艺术节开展得如火如荼;动漫产业的政策环境日趋完善,由拉动期进入跃升期,优秀国产动画片不仅开始走出国门,而且积累了国际化运作的宝贵经验。

当前我国文化产业虽然有了巨大的发展,但是和世界文化产业强国相比,差距仍然明显。这一方面体现在产业链、供应链、价值链不够强大和完善;另一方面体现在产业主体实力过弱。具体来说,文化产业总量占地

区生产总值比例仍然较低，区域之间文化产业发展不平衡，某些区域内部产业结构的同质化现象制约了文化产业发展，文化服务业仍需进一步发展，体制改革取得突破性进展的同时尚待进一步深入。此外，虽然文化体制改革推行力度较大，国有文化资产的管理体制初步确立，但是区域间、行业间条块分割现象依然存在，导致优质文化资源的潜力不能得到充分发挥，社会资本不能充分伸展，资源配置的市场机制也还未能完全实现。与先进国家相比，我国的文化产业发展现状与国民日益增长的巨大消费需求还存有很大差距，文化软实力亟待增强。

### 一、2007年文化产业发展现状

2007年度，我国的国民经济仍保持着持续、快速、健康、稳健的发展势头。根据中国国家统计局在2008年1月发布的数据，2007年我国经济增长速度达到11.4%，国内生产总值超过24万亿元。随着国内生产总值不断提高，我国的文化产业市场也不断扩大，在经济的快速发展和体制改革的保障下，文化产业保持着迅猛的发展势头。我国文化产业在2007年内的的发展存在着如下特点。

#### 1. 文化产业区域特色凸显

随着我国文化产业的不断发展和成熟，各个区域的文化产业发展都逐渐形成了自己的特色，并在不断完善和发展中展现出各自的产业优势。

2007年9月9日，《北京市“十一五”时期文化创意产业发展规划》出台，对北京市的文化产业发展做了系统规划，在重视城市文化资源的观念和实践上都取得突破性的升华。北京因厚重的历史文化积淀以及作为政治中心和文化中心的独特地位有着与生俱来的吸引力和文化优势，以2008年奥运会的举办为契机，北京市的文化创意产业得到极大重视，不仅在市区创意产业成为亮点，各郊区也纷纷做出了文化产业规划并付诸实施；随着国家大剧院等展演建筑的投入使用，京城文化设施硬件步入现代化升级阶段，使得北京文化产业的发展进一步加速，市场需求也日益强劲，出现了购销两旺的态势。文化产业市场的不断扩大也提升了北京市的文化形象和都市素质，这又反过来进一步加速了文化产业的发展速度。在本市文化产业高速发展的基础上，北京市还着力于搭建各类会展、演出的平台，充分发挥了对国内其他省份的辐射效应和国际交流的枢纽作用。

华东区域的发展也别具一格，以上海为中心的长三角文化产业积聚区已经成为中国文化产业的高地。该地区的文化产业具有高科技属性、文化附加值较高的特点，产业发展迅速，文化创意人才队伍日趋壮大；网络游戏、广播电视制作、广告传媒、新闻出版等创意起关键作用的行业发展更为迅速；与此同时，文化服务业增幅超过文化相关产业并高出全市第三产业增幅；文化创意产业园区成为文化产业发展的重要载体和平台。截至

2007年1月,上海已有授牌的创意产业园区75个,入驻的各类创意型企业有3000多家,苏州国际科技园、常州动漫基地、安徽合肥等地先后成立了国家有关部门授牌“动画产业基地”。

在文化产业界被誉为“文化湘军”的湖南文化产业,在2007年仍保持了强劲的增长。湖南省致力于探索内陆省份发展文化产业的路径,2007年文化产业产值增长速度继续保持在20%以上,其产业主体框架以广电和出版为龙头,形成了包括出版、广播影视、报刊、文艺演艺、动漫等在内的产业体系,湖南广播影视集团、湖南出版集团、长沙晚报报业集团等产业集团的成立将文化产业资源进行整合,使文化产业成为湖南经济社会发展的新亮点,湖南卫视收视率继续稳居全国省级卫视第一。

东北三省在2007年对文化产业加大了政策调整力度,相继出台了各项政策法规,使得东北的文化产业走上了快速发展之路。沈阳和大连两个国家级动漫基地以东北地区原有的动漫产业优势为依托,已经成为配套设施齐全、产业结构合理、经济效益显著、文化特色浓厚的国内领先的动漫产业基地。2007年12月21日,我国首家将编辑出版业务整体打包上市的辽宁出版传媒成功上市,引领了我国出版业的新潮流。

各地区的文化产业发展都充分依托本地优势,呈现出多元并进、各处开花的大好局面。

## 2. 文化产业博览会成为行业风向标

2007年,伴随着文化创意产业各行业的发展融入会展经济,会展行业的范围逐渐扩大,发展迅速。越来越多的文化创意产业加盟于各项会展中,并逐渐成为会展的中心主题;会展的专业性加强,越来越多的行业专营自己独特的会展,谋求广泛的交流和发展;文化产业专场的会展增多,并逐渐独立于其他行业会展;各地文博会纷纷召开,各种文化创意产业专项论坛也由理论研究逐步转向实际产业发展的研讨。

2007年5月17日至20日,第三届中国(深圳)国际文化产业博览会隆重举行。这次交易会以“国际化、专业化、市场化、规范化、精品化”为目标,围绕拉动中国文化产业发展和推动中国文化产品和服务出口这一核心,深化了“文博会”的特色与定位,在主会场之外,还开设近20个分会场,其创新之处还有首次设立了“体育产业馆”,第一次召开“人才文博会”等等。在展馆设置、论坛举办、专业观众数量等方面,这次深圳文博会呈现出了专业化趋势,专业观众达3.8万人,比上届提高90%;其中吸引海外专业观众的数量达到9500多人,是上届的2.8倍。各专业展馆和分会场共举办专业展90余项、专业评奖和赛事近20项、专项活动50余项。在“文化发展战略论坛”、“2007中国国际文化产业论坛”等核心论坛之外,深圳文博会还举办了印刷业国际论坛、创意产业高峰论坛、创新设计国际



论坛等专业论坛、会议 60 余场次，同时在服务上进一步创新，将文博会办成中国文化出口商品交易会，努力促进文化内容产品出口，以促进中国文化产业发展。

2007 年 11 月 8 日至 11 日，第二届中国（北京）国际文化创意产业博览会举行。第二届北京文博会把握了党的十七大提出的“大力发展文化产业”的战略要求和 2008 年奥运会为全国文化产业发展带来的重大战略机遇，在“文化创意与人文奥运”主题下，举办综合活动、展览会、论坛峰会、推介交易、文艺演出、创意体验等六大系列近百场活动，多角度多层次地展现了中国文化和中国设计的丰富创造力，体现出中国未来几年文化创意产业的发展脉络和趋势，以及中国文化创意产品市场化、产业化和国际化的巨大发展空间。北京文博会的内容涉及文化创意领域的广播影视、新闻出版和版权贸易、文艺演出、动漫游戏、设计创意、文化旅游、古玩艺术品交易、国际会议和体育九大产业，共有 26 万人参与了文博会活动。在此次文博会上，北京的辐射和枢纽功能进一步发挥，吸引力、影响力都进一步体现，来自联合国、世界知识产权组织、欧盟、国际设计联盟等 14 个国际组织的高层负责人和 35 个国家和地区的 51 个政府、专业组织和企业代表团专程参加文博会，数十位国际组织高层人士和全球文化创意领域的顶级大师、专家、企业家在文博会论坛发表演讲，同时举办“中英创意产业论坛”、“中韩动漫产业发展高峰论坛”，文化创意产业的双边和多边国际交流全面展开。全国 23 个省区市政府代表团和 13 个省市展团参会参展，展示和推介各省市文化产业的同时，各省区市全面参与了文博会论坛、创意和各种交流活动，通过文博会平台广泛结交国内外客商，发布和采集产业信息，与首都的文化产业研究机构和院校沟通交流。

除此之外，区域性的文博会在 2007 年也遍地开花。2007 年 9 月，第二届东北文博会在沈阳举办。经文化部、广电总局、新闻出版总署三部局批准，第二届东北文化产业博览交易会晋升为国家级展会，展会以“文化、创新、发展”为主题，充分展现东北地区丰富的文化资源和文化特色，以打造覆盖东北、服务全国、联通海外的展示交易平台为宗旨，推出品牌展示、产品交易、项目推介三大板块，文化产业项目成交额突破 100 亿元，参展观众达到百万人次。

2007 年 8 月，第三届西部文博会在呼和浩特举行，来自各省市区的 14 家出版单位，共展出 1000 余种图书，为历届规模最大的一次。演出项目交易洽谈会上，来自全国 25 个省市自治区以及韩国的 160 多名代表参加了会议，签约金额近千万元。文化产业项目推介会，汇集了西部各省区市的 257 个文化推介项目，投资总额达 500 亿元。中国西部文化产业高峰论坛是本次博览会的又一个亮点，来自中国各地一百二十余位专家学者提交了一百多篇论