

CHINA'S
CULTURAL
ENTERPRISE
DEVELOPMENT REPORT
2013-2014

文化发展智库报告系列

中国文化企业 发展报告 (2013~2014)

China's Cultural Enterprise Development Report (2013-2014)

张晓明 史东辉 / 主编



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

中国文化产业企业

发展报告 (2003-2004)

中国文化产业企业

COUNCIL
ON
CULTURAL
ENTERPRISE
DEVELOPMENT REPORT
2013-2014

文化发展智库报告系列

中国文化企业 发展报告 (2013-2014)

China's Cultural Enterprise Development Report (2013-2014)

张晓明 史东辉 / 主编



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国文化企业发展报告. 2013 ~ 2014 / 张晓明, 史东辉主编.
—北京: 社会科学文献出版社, 2014. 12
(文化发展智库报告系列)
ISBN 978 - 7 - 5097 - 6309 - 4

I. ①中… II. ①张… ②史… III. ①文化产业 - 企业发展 - 研究报告 - 中国 - 2013 ~ 2014 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 171508 号

文化发展智库报告系列

中国文化企业发展报告 (2013 ~ 2014)

主 编 / 张晓明 史东辉

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 邓泳红 桂 芳

责任编辑 / 陈晴钰

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社 (010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367090

读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 三河市东方印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 21 字 数: 299 千字

版 次 / 2014 年 12 月第 1 版 2014 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 6309 - 4

定 价 / 69.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究

本书由中国社会科学院文化研究中心“文化产业重大课题研究计划”和上海市高校内涵建设项目（085）“都市社会发展与智慧城市建设”内涵建设项目联合资助。

“文化发展智库报告系列” 编委会

主 任 李培林 李友梅

副主任 张晓明 史东辉

编 委 晋保平 殷国俊 谢寿光

王利明 李 河 章建刚

吴尚民 吴信训 董丽敏

《中国文化企业发展报告 (2013 ~ 2014)》

课 题 组

组 长 张晓明 史东辉

副组长 殷国俊 王利明

成 员 谢叙祯 张德成 陈 闯

黄 晨 余平安 姜弘毅

皮伟能 陶 金 王 龙

建设中国特色新型文化发展智库

——写在“文化发展智库报告系列”出版之际

文化是民族凝聚力和创造力的源泉，是人民的精神家园和情感归属。中国当代文化发展经历了社会巨变和经济转型，内涵与形式都有了崭新的特质。在文化经济融合发展趋势日益迅猛的 21 世纪，文化以其强大的思想引导和社会整合功能，在新一轮全球化过程中释放出巨大能量。

中国新一代领导人审时度势，大力倡导建设中国特色新型智库，以应对日益复杂多变的发展形势。党的十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》提出，加强中国特色新型智库建设，建立健全决策咨询制度。2014 年 10 月 27 日，习近平总书记在中央全面深化改革领导小组第六次会议上强调：“要从推动科学决策、民主决策，推进国家治理体系和治理能力现代化、增强国家软实力的战略高度，把中国特色新型智库建设作为一项重大而紧迫的任务切实抓好。”在此形势下，作为国家级智库的中国社会科学院，特别需要在开展智库型研究上做出新的贡献，提出对国家发展具有战略价值的咨询成果。

中国社会科学院文化研究中心与上海大学城市经济研究所近年来密切合作,针对国家文化发展战略的重大问题开展了一系列研究,形成了以《中国文化企业发展报告》为首的优秀研究成果,列入了由社会科学文献出版社推出的以“文化发展智库报告系列”为名的丛书,作为即将在上海成立的中国社会科学院于上海市共建的“上海研究院”的第一批重大智库研究成果,隆重推出,我在此表示衷心的祝贺!

经过30多年的改革开放与发展,中国进入一个新的发展阶段,面临一系列新问题、新挑战,改革发展任务日益艰巨繁重。无论是中央政府还是地方各级政府,都需要更多的智力支持和有效的政策建议,决策咨询也更加需要“专业化智库”。中国特色新型智库建设已经成为推进国家治理体系和治理能力现代化的组成部分和重要力量。

中国社会科学院是“党和国家的思想库和智囊团”,多年来推出了大批的应用对策性研究成果,对国家发展做出重大贡献,但也显示出难以适应新的形势发展需要的种种情况,特别是跨地域、跨单位、跨学科之间的协同研究欠缺。建立中国社会科学院上海研究院就是我院协同创新的一项重要探索,是推动中国特色新型智库建设的重大尝试。

“文化发展智库报告系列”丛书的出版,将推动我国的文化发展智库建设,为开辟文化研究的新局面做出贡献。

中国社会科学院 李培林

本书序

党的十七大报告明确提出：“鼓励哲学社会科学界为党和人民事业发挥思想库作用。”十七届六中全会审议通过的《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，明确提出要“坚持以重大现实问题为主攻方向，加强对全局性、战略性、前瞻性问题研究，加快哲学社会科学成果转化，更好服务经济社会发展。”党的十八届三中全会《关于全面深化改革若干重大问题的决定》提出了加强中国特色新型智库建设。全球经济社会发展的不确定性和复杂性，需要各级政府做出科学的决策与有效的政策安排，而充分发挥思想库职能，当好政府的高级顾问，是任何一个智库始终努力的方向和目标。中国正处在一个深刻的转型之中，当前的改革，牵一发而动全身，既错综复杂又脆弱敏感。我们现在所需要的改革，追求更高质量、更高水平，更加注重系统性、整体性、协同性。要实现这些目标，各种各样智库的地位越来越举足轻重、作用越来越不可或缺。很多新情况、新问题、新矛盾需要我们用新视角、新方法、新举措来应对和解决。经济社会发展对理论研究、战略规划和政策咨询的需要正呈巨量增加的态势，许多政府部门、企业、事业团体等对哲学社会科学研究产生空前的需要。高水平智库的建设和影响，已成为一个行业、地区、国家

软实力的重要体现。

中国社会科学院文化研究中心是我国文化产业和政策研究领域领军智库，自2012年以来，在中央文资办的大力支持下，文化研究中心发起了“文化产业重大课题研究计划”，并委托上海大学城市经济研究所，开展了有关国有文化企业改革发展的若干重大课题研究，研究成果得到了中央领导和中央文资办领导的高度肯定。2013年，中国社会科学院与上海市政府决定共同发起成立“上海研究院”，上海研究院将依托并设立在上海大学。在此背景下，上海大学决定由城市经济研究所牵头，联合校内多个学科的研究力量，大力拓展与中国社会科学院文化研究中心的合作，共同发起一项名为“中国文化发展战略研究”的大型研究计划，将其作为即将成立的“上海研究院”中的常设机构的研究课题。到目前为止，已经完成了《中国文化企业发展报告（2013~2014）》，正在进行中的还有《中国文化企业发展报告（2015）》，以及基于第三次经济普查数据的多项相关研究。中国社会科学院社科文献出版社积极参与该项研究计划的实施，专门创设了“文化发展智库报告系列”丛书，用以出版有关研究成果。

“文化发展智库报告系列”丛书内容定位于“智库型报告”是有考虑的。当今世界正处在大发展大变革大调整时期，各种思想文化交流交融交锋更加频繁，文化软实力在综合国力竞争中的地位和作用更加凸显，国家重大战略决策越来越依赖于哲学社会科学研究成果的支持。为了应对这一挑战，世界各国政府越来越重视哲学社会科学的应用研究，采取一系列措施促进研究成果的转化，各种各样的思想库和智囊团应运而生，对于国家政策的制定和企业重大决策的参与程度越来越深。为了适应全球形势的这一变化，“文化发展智库报告系列”定位于推动文化研究成果的转化，为国家文化软实力提升与社会主义文化强国建设提供坚强的思想保证、系统的决策论证、有力的产业规划、一流的产品设计以及强大的舆论支持。

“文化发展智库报告系列”与中国社会科学院已有的品牌产品——文化蓝皮书是姊妹篇，形成合力，共同打造“非官方权威报告”系统架构。两者都致力于政策分析与产业分析，后者偏重于政策分析，前者偏重于产业分析，为国家公共文化建设、文化产业改革发展及其他社会文化繁荣提供重要的理论指导与可行的实践参照。“文化发展智库报告系列”是中国社会科学院与上海大学分工合作、协同创新的重要成果。我们相信，随着这一合作的持续深入，该系列一定会有高质量的研究成果不断问世。

要体现“文化发展智库报告系列”的“智库报告”的特色，必须既要在基础理论上创新，也要在研究方法上聚焦，以精准的研究成果解决行业关键的发展问题。值此机会，我想对“文化发展智库报告系列”提出一些具体要求。

首先，要瞄准市场需求。智库研究应该以企业，至少是行业重大主题为服务对象，也就是说，企业与行业所关心的前沿、焦点、重点问题，就是我们要加以重点研究探讨，以贡献出高质量的决策咨询成果的领域和方向。

其次，要创新研究方法。智库研究应该学习国内外著名智库的成功经验，借鉴国际知名的咨询公司与证券分析公司的研究方法，综合运用多种现代社会科学知识，不断创新开拓，适时推出对中国文化发展科学有效的决策咨询报告。

最后，要关注量化分析。当今智库研究越来越以数字技术与网络技术为基础，大数据、云计算对人们生产方式、思维方式影响深远，量化研究大有席卷所有学科研究之势。我们应该以网络思维和大数据技术手段，挖掘和分析当前文化建设中存在的问题，科学预测国内外文化发展趋势，有效提出文化发展的战略方案。如此，方可发挥新时期高端文化发展智库的作用。

我们可以相信，“文化发展智库报告系列”的推出，不仅是对“加

快哲学社会科学成果转化”精神的忠实践行，而且是对“社会主义文化强国”目标的有力推进，更是对经济社会“全面深化改革”举措的具体落实。

上海大学 李友梅

目 录

总报告	中国文化企业的现状、问题与展望	1
一	中国文化企业的组成	1
二	中国文化企业发展的现状与特征	7
三	中国文化企业发展的主要问题与挑战	19
四	若干展望及建议	27
专题报告一	中国文化企业的产业分布	32
一	各产业的企业数量与资产	32
二	各产业的企业产出与赢利	43
三	各产业的就业、工资与生产率	60
四	各产业的盈利性	70
五	各大类文化企业产出的区域分布	81
专题报告二	不同地区文化企业的比较研究	91
一	各地区文化企业的数量与资产规模	91
二	各地区文化企业的产出与赢利	99
三	各地区文化企业的就业与生产率	109
四	各地区文化企业的盈利性	120
五	各地区文化企业的产业结构	127

专题报告三 不同控股类型文化企业的比较研究	146
一 不同控股类型文化企业的数量与资产规模	147
二 不同控股类型文化企业的产出与赢利	164
三 不同控股类型文化企业的就业与生产率	184
四 不同控股类型文化企业的盈利性	206
专题报告四 2013 年沪深两市文化类上市公司研究	224
一 证监会界定的文化产业类上市公司	224
二 2012 年以来文化类上市公司概况	229
三 2012 年以来的政策环境与公司战略	249
四 文化类上市公司的资产结构和资本结构	258
五 文化类上市公司的偿债能力与资产营运效率	268
六 文化类上市公司盈利能力分析	282
七 对六家文化类上市公司财务报表的简要分析	291
企业文化大事记 (2012.1~2013.6)	309

总报告 中国文化企业的现状、 问题与展望

虽然从 20 世纪 80 年代起我国便已开始了发展文化经济的理论和实践探索，并且建立社会主义文化市场体系、大力发展文化产业也早在 20 世纪 90 年代末便已成为各界共识，但无论在学术研究领域还是政策制定方面，我国对文化企业的内涵和外延却长期未能达成一致的认识。直到 2004 年国家统计局发布《文化及相关产业分类》（国统字〔2004〕24 号）之后，中国文化企业及其分布才首次在官方层面上得到了明确界定。而最新公布的《文化及相关产业分类（2012）》则是对 2004 年分类的进一步修正。

本报告所研究的文化企业，是指按照国家统计局《文化及相关产业分类（2012）》，属于“文化及相关产业”的企业，其所从事的是“为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动”^①。

一 中国文化企业的组成

根据《文化及相关产业分类（2012）》，我国文化企业被分为“文化产品的生产”和“文化相关产品的生产”两个部分、新闻出版发行

① 国家统计局，http://www.stats.gov.cn/tjbz/t20120731_402823100.htm。

服务等 10 个大类、新闻服务等 50 个中类、新闻业等 120 个小类以及部分小类下设置的延伸层。按照国家统计局的解释,“部分”这一层面直接区分了文化产品与相关产品的生产,其中“文化产品的生产”企业又是全部文化企业的核心部分,因为其为直接满足人们的精神需要而进行文化产品(包括货物和服务)的创作、制造、传播、展示;“大类”这一层面根据的是管理需要和文化生产活动的自身特点;“中类”的划分依照的是文化生产活动的相似性;而“小类”则是文化及相关产业的具体活动类别,也是《国民经济行业分类》(GB/T4754-2011)中相应的行业小类,即通常所说的四位数行业;至于延伸层,实际上是指某个小类中被纳入文化企业统计的部分企业。

具体而言,中国文化企业的组成类别如下。^①

(一) 文化产品的生产部分

1. 新闻出版发行服务大类

(1) 新闻服务中类。包括 1 个小类:新闻业(8510)。

(2) 出版服务中类。包括 6 个小类:图书出版(8521),报纸出版(8522),期刊出版(8523),音像制品出版(8524),电子出版物出版(8525),其他出版业(8529)。

(3) 发行服务中类。包括 5 个小类:图书批发(5143),报刊批发(5144),音像制品及电子出版物批发(5145),图书、报刊零售(5243),音像制品及电子出版物零售(5244)。

2. 广播电视电影服务大类

(1) 广播电视服务中类。包括 2 个小类:广播(8610),电视(8620)。

(2) 电影和影视录音服务中类。包括 4 个小类:电影和影视节目

① 以下各小类名称后的括弧内 4 位数字表示该小类的行业代码。

制作 (8630), 电影和影视节目发行 (8640), 电影放映 (8650), 录音制作 (8660)。

3. 文化艺术服务大类

(1) 文艺创作与表演服务中类。包括 2 个小类: 文艺创作与表演 (8710), 艺术表演场馆 (8720)。

(2) 图书馆与档案馆服务中类。包括 2 个小类: 图书馆 (8731), 档案馆 (8732)。

(3) 文化遗产保护服务中类。包括 3 个小类: 文物及非物质文化遗产保护 (8740), 博物馆 (8750), 烈士陵园、纪念馆 (8760)。

(4) 群众文化服务中类。包括 1 个小类: 群众文化活动 (8770)。

(5) 文化研究和社团服务中类。包括 2 个小类及延伸层: 社会人文科学研究 (7350), 专业性团体的服务 (9421) 中的学术理论社会团体的服务、文化团体的服务。

(6) 文化艺术培训服务中类。包括 2 个小类及延伸层: 文化艺术培训 (8293), 其他未列明教育 (8299) 中的美术、舞蹈、音乐辅导服务。

(7) 其他文化艺术服务中类。包括 1 个小类: 其他文化艺术业 (8790)。

4. 文化信息传输服务大类

(1) 互联网信息服务中类。包括 1 个小类: 互联网信息服务 (6420)。

(2) 增值电信业务 (文化部分) 中类。包括 1 个小类的延伸层: 其他电信服务 (6319) 中的增值电信业务 (文化部分)。

(3) 广播电视传输服务中类。包括 3 个小类及延伸层: 有线广播电视传输服务 (6321), 无线广播电视传输服务 (6322), 卫星传输服务 (6330) 中的传输、覆盖与接收服务以及设计、安装、调试、测试、监测等服务。