



西南政法大学新闻传播学系列丛书



*A Study of Competitive Strategies of
Chinese Publications Copyright Export*

中国出版物版权输出 竞争策略研究

裴永刚 著



法律出版社
LAW PRESS · CHINA



西南政法大学新闻传播学系列丛书

*A Study of Competitive Strategies of
Chinese Publications Copyright Export*

中国出版物版权输出 竞争策略研究

裴永刚 著



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

图书在版编目(CIP)数据

中国出版物版权输出竞争策略研究 / 裴永刚著.

—北京:法律出版社, 2013. 11

ISBN 978 - 7 - 5118 - 5721 - 7

I. ①中… II. ①裴… III. ①出版物—版权—输出
—研究—中国 IV. ①D923.414

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 285293 号



© 法律出版社·中国

责任编辑/刘琳

装帧设计/乔智炜

出版/法律出版社

编辑统筹/法律教育出版分社

总发行/中国法律图书有限公司

经销/新华书店

印刷/北京京华虎彩印刷有限公司

责任印制/沙磊

开本/710 毫米×1000 毫米 1/16

印张/17.25 字数/236 千

版本/2014 年 4 月第 1 版

印次/2014 年 4 月第 1 次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792/9779

网址/www.lawpress.com.cn

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

全国各地中法图分、子公司电话:

第一法律书店/010-63939781/9782 西安分公司/029-85388843 重庆公司/023-65382816/2908

上海公司/021-62071010/1636 北京分公司/010-62534456 深圳公司/0755-83072995

书号:ISBN 978 - 7 - 5118 - 5721 - 7

定价:39.00 元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

丛书编委会

主 任 李希光 欧阳宏生

编 委 李希光 欧阳宏生 赵中颢 李 珮

罗小萍 李 韧 蒙晓阳 郭晓科

贺 艳 王 炬 陈笑春 裴永刚

丛 书 主 编 李 珮

丛书副主编 罗小萍 李 韧

总 序

2014年是西南政法大学全球新闻与传播学院成立二十周年,为总结我院办学经验,醇化学术氛围,提升学术影响力,经过认真筹备和严格筛选,我院从今年起,陆续向社会呈献“西南政法大学新闻传播学系列丛书”。

这套丛书,集中体现了西南政法大学新闻传播学科的传承和创新。西南政法大学全球新闻与传播学院筹建于1994年,原名为西南政法大学新闻传播学院,1995年开始面向全国招生,在全国法科大学中,最早设立新闻传播学科本科专业。近二十年来,走出了一条与综合性大学新闻传播学科错位发展的特色之路,形成“媒介·法律·社会”三者融合并重的办学特色。

2010年1月,西南政法大学新闻传播学院更名为“全球新闻与传播学院”,同时提出鲜明的办学指导思想与发展定位:以全球新闻视角打造国内一流新闻传播学科。这是为适应中国国力提升之后全球新闻传播对专业人才的需求,充分整合国际国内资源,在法制新闻人才培养模式基础上拓展建立国际化办学模式,培养具有全球视野的新闻与传播人才的一次大胆创新。

近年来,学院按照既定发展目标,已取得斐然成绩:2006年,新闻学科成为重庆市新闻传播学类唯一的“十一五”重点学科;2007年,新闻学专业被评为重庆市新闻传播类唯一特色专业;2009年,成功获批重庆市法制新闻复合型人才培养模式创新实验区;2010年,获新闻传播学一级学科硕士学位授权点和新闻与传播学专业硕士学位授权点;2010年12月,成为重庆市高等学校实验教学示范中心;2010年,新闻学专业被确立为教育部财政第六批高等学校特色专业建设点;2011年,新闻传播学科成为重庆市“十二五”重点学科。通过部市共建,本学科实验教学硬件投入已达810万元,建成了法制纪录片实验室和电视片制作实验室,拥有重庆高校新闻学类最强的实验教学平台;2012年,教育部第三轮学科评估中,本学科排名并列全国第二十三位、西部第三位、重庆第一位。目前,学院已建设成为重庆市新闻传播学学科特色最明显、学科体系最全面、教学科研能力最雄厚、聚集新闻传播类高层次人才最

多、在西部新闻学界有影响力的高级新闻传播学人才培养基地。

目前,在研究方向上,学院结合自身办学思路与教师研究特长,形成了新闻与法治研究、国际新闻研究、影视与新媒体研究、政治传播研究这四个稳定的研究方向,并各自聚集了相当数量的研究人员,产生了一批有影响力的研究成果。

本套丛书共11部作品,是我院教师,尤其是青年教师在新闻与法治研究、国际新闻研究、影视与新媒体研究、政治传播研究这四个研究方向的代表性成果,也是我院新生代学术实力的一次整体亮相。

在本套丛书中:

蒙晓阳教授所著的《新闻侵害人格权研究》,详细阐述了新闻侵害人格权的特殊性及其与重大公共利益的联系,作者期待通过对新闻侵害人格权特殊性的法理阐述,促使维护重大公共利益的基础性法治观念能在新闻侵权立法与司法领域得到更好的落实。

蔡斐副教授所著的《1903年:上海苏报案与清末司法转型》,从上海苏报案这一个案出发,论证了苏报案及清末司法转型发生的必然性,作者认为当1903年、上海、《苏报》等因素聚集在一起时,苏报案的发生成为一种必然,而清末司法转型作为当时社会转型的一个方面,也是一种必然。文章最后从苏报案视角看百年司法改革,对清末司法转型诸多学说在苏报案中的体现进行梳理,并从个案谈论了司法的现代性及百年司法改革。

陈笑春副教授所著的《法律的电视虚构生产——中国当代法律题材电视剧研究》,以一定的电视剧文本作为研究对象,探讨现实的、客观存在的法律,包括法律的制度性规定、法律的基本价值、中国法律文化等是如何被作为大众媒介和艺术作品的电视剧表现。

裴永刚副教授所著的《中国出版物版权输出竞争策略研究》,从产业竞争的角度分析版权输出,特别是从出版企业对外直接投资来输出版权的角度进行探讨,纠正了以往只强调版权产品对外输出而忽视出版企业对外直接投资进行版权输出的问题,试图构建起有中国特色的版权输出战略竞争体系。

李林容教授所著的《中国电视娱乐文化批评》,试图解答以下问题:在我国当下的媒介文化具体语境下,电视娱乐是如何建构和影响人们的生活方式、思维方式、行为方式?在“娱乐为王”的时代,如何打造优质的娱乐产品?电视娱乐化的道德伦理底线在哪里?其合理的内核、价值和边界在哪里?我们应该如何对娱乐进行审美救赎?应该塑造和架构一种什么样的娱乐精神、审美精神和“快乐文化”?

郭晓科副教授所著的《制造信任危机》，提出了将媒体看作中介要素的社会信任系统模型，在这个模型中，与媒体要素相连的其它要素分别是影响社会信任的外因和内因。信任是一种社会复杂性的简化机制，是面对充满着不确定性的未来的一种赌博，是否愿意给予信任，最终是由人来决定和展开行动的。因此，人的因素是影响信任的内因；宏观的社会条件，是影响信任的外因。媒体作为一种中介因素，它对社会信任的影响正是通过与这些外因和内因的作用实现的。

贺艳副教授所著的《关于“家”的想象与叙述：20世纪90年代以来家庭伦理电视剧的叙事文化研究》，通过对20世纪90年代以来的家庭伦理电视剧做文本研究的方式，探讨了以下问题：作为拥有广泛受众的大众传播媒介，电视这一大众传媒通过家庭伦理剧的方式表达着什么样的“家”的意象？“家”这一意象在电视剧文本中是如何被建构的？在“家”形象的建构背后，如何隐藏着各种社会力量的角逐？

郑微波副教授所著的《三峡工程纪实影像传播史》，提出从三峡工程开工建设以来，在中国乃至世界上大规模的出现了以三峡工程为题材的纪实影像作品。他们的生产传播逐渐形成了一个独特的传播现象。如果没有影像参与三峡工程的形象书写，历史的叙述是不完整的。过去我们的历史写作呈现文字与文献的垄断效应，影像的缺席成为传统历史叙述体系中致命的遗憾。

周松博士所著的《地理影响与文化表征——重庆电视纪录片研究》，选择重庆电视纪录片作为研究对象，运用媒介地理学的视野和思路，梳理了重庆电视纪录片的历史渊源、萌芽、生成和发展，着力分析地理如何影响重庆电视纪录片创作者、受众以及传播途径，具体阐释了重庆电视纪录片对重庆地理的影像表征的各个方面。

赵丹丹讲师所著的《重庆都市报发展史》，对重庆都市报近三十年的历史进行回顾与梳理，总结其中的经验教训，提出自己的意见和建议并对其进行趋势预测。作者认为，重庆都市报的发展几乎与我国都市报的发展同步，它们共同见证了我国都市报业的兴起、繁荣与挑战。经过近三十年的崛起和发展，重庆都市报尚存有巨大的发展空间，且随着重庆直辖市地位的进一步巩固，这种空间将日益彰显。但重庆都市报也和其他省市的都市报一样，在互联网时代面临着空前的行业危机，从历史的角度来看，这种危机是由于技术的更新换代所导致的社会结构的合理变革。

陈丽丹讲师所著的《关注热点：特定议题新闻报道研究》，主要对灾难新

闻报道、环境保护中的新闻报道、医患纠纷报道、犯罪新闻报道、国际犯罪报道、网络反腐新闻报道、揭露性报道、女性议题报道、未成年人议题报道、农民工题材报道、大学生议题报道等十多个方面的议题进行研究,并在最后一个专题中对当前网络媒体的社会责任进行反思。

我们真诚期待学术界对西南政法大学新闻传播学系列丛书提出宝贵的意见和建议。

是为序。

李 珮

二〇一四年一月毓秀园

目 录

第一章 绪论 / 1

第一节 研究背景与选题的意义 / 1

一、研究背景 / 1

二、选题的意义 / 7

第二节 研究述评 / 8

一、文献综述 / 8

二、述评 / 15

第三节 研究思路、方法、内容与研究难点 / 17

一、研究思路 / 17

二、研究方法 / 17

三、研究内容 / 18

四、独特之处与研究难点 / 19

第二章 中国出版物版权输出竞争策略研究的基本理论 / 21

第一节 版权观点 / 21

一、英美国家对于版权的理解 / 21

二、古代中国的版权保护观点 / 23

第二节 产业竞争力理论 / 24

一、产业竞争力理论演变 / 24

二、产业竞争力形成机制 / 28

第三节 产业发展理论 / 31

一、产业生命周期 / 31

二、产业结构 / 32

三、产业发展战略 / 33

第四节 软实力理论 / 34

一、软实力理论的演变及作用 / 35

二、不同层面的软实力 / 35

第五节 直接投资理论 / 36

- 一、外国对外直接投资理论 / 36
- 二、发展中国家对外直接投资理论 / 39
- 三、中国对外直接投资理论 / 40

第六节 本章小结 / 41

第三章 中国出版物版权输出的当代文化和社会背景 / 42

第一节 中国传统文化 / 42

- 一、中国传统文化的内容 / 43
- 二、中国传统文化的构建 / 45

第二节 海外文化和社会背景的探讨 / 48

- 一、海外目前的西方主流文化和社会环境 / 48
- 二、海外目前来华留学、工作和定居的外国人 / 50
- 三、海外目前的华人文化和华文环境 / 51

第三节 海外华语国家的中国文化要素 / 56

- 一、拥有完整的华文教育体系 / 56
- 二、华语与当地语言相互影响、相互融合 / 57
- 三、华文出版产业发展强劲 / 57

第四节 孔子学院和华文传媒对中国文化的海外传播 / 58

- 一、孔子学院对中国文化的海外传播 / 58
- 二、华文传媒对中国文化的海外传播 / 61

第五节 中国出版物的海外市场 / 65

第六节 本章小结 / 66

第四章 外国版权输出的启示 / 68

第一节 美国版权输出的分析 / 68

- 一、美国版权贸易回顾 / 69
- 二、美国版权产业现状 / 73

三、美国版权输出的特点 / 79	
第二节 英国版权输出的分析 / 84	
一、英国版权输出回顾 / 85	
二、英国版权产业现状 / 87	
三、英国版权输出的特点 / 92	
第三节 日本版权输出的分析 / 96	
一、日本版权输出回顾 / 96	
二、日本版权产业现状 / 98	
三、日本版权输出的特点 / 103	
第四节 韩国版权输出的分析 / 107	
一、韩国版权输出回顾 / 108	
二、韩国版权产业现状 / 109	
三、韩国版权输出的特点 / 114	
第五节 各国版权输出的评析及对中国的启示 / 117	
一、各国或地区版权输出的评析 / 117	
二、对中国的启示 / 120	
第六节 本章小结 / 125	
第五章 中国出版物版权输出的发展状况 / 126	
第一节 中国出版物版权输出的回顾 / 127	
一、第一阶段:1978—1991 年 / 127	
二、第二阶段:1992—2001 年 / 131	
三、第三阶段:2002 年至今 / 138	
第二节 中国出版物版权引进输出不对等 / 150	
一、总量分析 / 150	
二、引进输出比分析 / 155	
三、国别分析 / 156	

四、类别分析 / 160	
五、企业分析 / 164	
六、典型案例——《狼图腾》畅销及其版权输出分析 / 166	
第三节 中国出版企业对外直接投资的分析 / 172	
一、中国出版物版权输出的地区分布和投资方式 / 172	
二、中国出版企业对外直接投资进行版权输出的特点 / 174	
三、中国出版企业对外直接投资进行版权输出的典型案例 / 175	
第四节 本章小结 / 181	
第六章 中国出版物版权输出的国内环境优劣势分析 / 182	
第一节 钻石理论体系的构建 / 182	
第二节 中国出版物版权输出的国家竞争优势 / 183	
一、生产要素 / 183	
二、需求条件 / 186	
三、相关产业状况 / 188	
四、企业竞争战略 / 189	
五、政府行为 / 192	
六、机遇 / 193	
第三节 中国出版物版权输出的国家竞争劣势 / 197	
一、生产要素 / 197	
二、需求条件 / 200	
三、相关产业状况 / 203	
四、企业竞争战略 / 204	
五、政府行为 / 208	
六、挑战 / 212	
第四节 本章小结 / 212	

第七章 中国出版物版权输出竞争策略体系的建构 / 214

第一节 竞争主体 / 215

- 一、出版企业对外直接投资的战略思考 / 215
- 二、出版企业对外直接投资的战术实施 / 218
- 三、出版企业人才体系建设 / 222

第二节 竞争市场 / 226

- 一、版权贸易平台 / 226
- 二、出版企业的国际化市场运作 / 230

第三节 保障体系 / 233

- 一、经济保障 / 233
- 二、法制保障 / 236
- 三、政府管理保障 / 238

第四节 支持体系 / 242

- 一、版权代理 / 242
- 二、出版行业协会 / 243

第五节 本章小结 / 245

结语 / 246

参考文献 / 248

附录 / 259

后记 / 262

第一章 绪 论

第一节 研究背景与选题的意义

一、研究背景

版权是一种法律保护形式,可以授予创作和制作内容的人掌控该内容的特定使用的专有权利。作为知识产权产生的基础,版权在内容上具有双重权利:人身权(精神权利)和财产权(经济权利)。作为经济权利,它能给作者和出版商带来经济效益,当它作为一种资本要素投入生产时,能产生巨大的经济效益;作为精神权利,它具有精神价值,即社会价值。这种潜移默化的精神力量,比起物质力量的作用要深远、深厚得多。因此,其社会价值不可估量的作用,对于增强中国文化的国际影响力有着非同一般的重要意义。出版产业主要指以智力成果为资源,以版权和版权保护为依托,建立在知识和信息的生产、存储、使用和消费之上的产业形态。中国出版物版权输出包括版权产品输出和出版企业对外直接投资进行版权输出两个方面的重要内容。推动中国出版物版权输出实质上就是要对内推动出版产业大发展和对外推动中国版权贸易大发展,实现由中国制造向中国创造的转变。因此本书将在出版产业的大背景下来探讨出版物的版权输出问题。

我国是一个有着悠久文化的文明古国,悠久文化得以保存的一个重要体现就是出版物。何为出版物?不同的学者对此有不同的见解。这里我们认为:出版物是指以传播为目的存贮知识信息并具有一定物质形态的出版产品。^{〔1〕}主要包括报纸、期刊、图书、音像制品、电子出版物、网络出版物、数字出版物等。世界知识产权组织(WIPO)所确定的版权产业中的核心版权产业包括新闻出版与文学;电影与录像;广播电视等,从形式上既包括图书、报

〔1〕 罗紫初、汪林中、宋少华:《出版发行学基础》,山西经济出版社2000年版,第8页。

纸、期刊等传统的产业,也包括新的电子媒体(如音像业、电子出版业)以及数字技术产业(如网络游戏业),这也正是出版物所涵盖的内容。因此本研究对中国出版物版权输出的研究其实就是对版权产业中一部分核心版权产业输出的研究,即对我国出版产业如何有效进行对外输出的研究。

从历史来看,出版产业的每一次大发展与经济危机均有千丝万缕的联系,它往往是整个宏观经济中最先进的、发展动力最强的。往往在经济危机下,出版产业率先进行技术创新和商业模式创新,成为新的经济范式的实验者和示范者。^[2] 20世纪30年代的美国“大萧条”时代造就了美国的“梦工厂”和文化输出;20世纪80年代的经济衰退使日本转向“文化立国”的国家发展战略,造就了日本席卷全球的动漫和游戏产业;20世纪90年代末的亚洲金融风暴使韩国寻求文化突破,在东亚乃至全球掀起巨大“韩流”,一举奠定了韩国出版产业强国的地位。那么,2007年开始席卷全球的金融危机将会造就什么样的出版产业?这场金融危机对中国的出版产业发展将会给予什么样的启示?从国际来看,出版产业是21世纪国家竞争力的核心构成,全球范围内的各国政府均制定了符合本国发展的版权战略,力图在全球市场取得佳绩。文化商品在全球市场的流动,不仅是经济资源的分配,更是民族文化的传播与影响。2000年10月,中共中央十五届五中全会通过的《中共中央关于“十五”规划的建议》,令人瞩目地提出,要完善版权政策,加强文化市场建设和管理,推动信息产业与出版产业的结合;2001年3月,这一建议为九届人大四次会议所采纳,并正式被纳入全国“十五”规划纲要;2005年1月,前新闻出版总署署长石宗源在“大力推进新闻出版业全面繁荣和健康发展”一文中指出,力争到2010年,使中国的新闻出版事业更加繁荣有序,出版产业的整体实力和综合竞争能力有明显增强;2006年9月《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》发表,指出要发展重点版权产业、优化产业布局和结构、转变产业增长方式、培育文化市场主体、健全各类文化市场、发展现代文化产品流通组织和流通方式;2008年6月国务院正式发布《国家知识产权战略纲要》,从国家战略层面明确提出,有效利用知识产权制度,是缩小与发达国家经济社会发展的差距,实现跨越式发展的政策抉择。其中指明版权专项的任务是:“以扶持版权产业发展为目标,降低版权交易成本和风险,加大盗版行为处罚力度。有效应对互联网等新技术发展对版权保护的挑战,既要依法严

[2] 张晓明:“版权产业受经济危机影响不大2008年总量增加7600亿”,载 http://www.china.com.cn/news/2009-04/13/content_17593748.htm。

格保护版权,又要促进信息传播。”2009年3月召开的“两会”上代表们热议出版产业的发展,均认为金融危机下,出版产业大有可为;2009年9月26日,国务院常务会议讨论并通过《文化产业振兴规划》,成为继中国十大产业振兴规划出台后的又一重要规划。国家即将出台的十二五规划中更是把实施“走出去”战略和加快对外投资作为促进中国企业国际化的重要举措。它们标志着,大力发展出版产业,推动中国出版物版权输出是发展经济的必需,是参与国际竞争的必需,是文化立国战略的必需。

世界各国对包括出版在内的版权产业的关注由来已久。早在1959年,美国就开始关注版权产业的发展。1977年,美国确立了版权产业在其国民经济中的独立产业地位。^[3]1990年,美国国际知识产权联盟(International Intellectual Property Alliance, IIPA)开始系统地研究美国版权产业的发展状况。随着知识产权在经济发展中的作用日益显著,许多国家也纷纷开始研究和评价版权产业在本国经济发展中的作用。由于世界各国文化、地域、资源、环境等的不同,对版权产业的称谓也有所区别。比如美国、澳大利亚等国称之为“版权产业”,注重产业的运作;英国、新西兰等称之为“创意产业”,强调文化艺术对经济的渗透和贡献;德国、西班牙等国则称之为“文化产业”,重视本国悠久的历史文化遗产;日本的文化产业统称为“内容产业”,因为其动漫、游戏等均有内容相关;信息业发达的芬兰则使用“文化内容产业”……我国内地主要使用“文化产业”、“文化创意产业”等称法,近年使用“版权产业”术语的文献逐渐增多。^[4]这里需要指出的是,所有这些称谓,形式虽有所不同,范围也有所区别,但内在实质是相同的,即版权是其得以生存和发展最为关键的因素,所以本研究对这些称谓不做辨析,认为是可以通用的。

按照世界知识产权组织(WIPO)2003年发表的《版权相关产业经济贡献调查指南》(Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright - Based Industries),该指南综合了许多国家关于版权调查和研究的经验,采用国际标准产业分类(International Standard Industrial Classification, ISIC)代码的方法来对版权产业进行分类。WIPO把版权产业分为四类:一是核心版权产业(Core Copyright Industries)。其是指那些主要目的是受版权保护的作品或其他版权保护内容的创造、生产与制造、表演、宣传、传播与展示,或者发行与销售的产业。包括:新闻出版与文学;音乐、剧场制作、歌剧;电影与录像;

[3] 胡知武:《版权经济实务》,中国经济出版社2002年版,第43~44页。

[4] 李婉冰、王锦贵:“国内外版权产业研究进展”,载《新世纪图书馆》2008年第4期,第3~7页。

广播电视;摄影;软件与数据库;视觉与绘画艺术;广告服务;版权集体管理协会。二是交叉版权产业(Interdependent Copyright Industries)。其是指那些生产、制造和销售其功能主要是为了促进有版权作品的创造、生产或使用的设备的产业。它又进一步分为“核心的”交叉版权产业和“部分的”交叉版权产业。“核心的”主要包括电视机、收音机、各类播放机、电子游戏机等设备的制造、批发和零售(销售和出租)。“部分的”主要包括照相与摄影器材、影印机、空白录制材料以及纸张等的制造、批发和零售(销售和出租)。三是部分版权产业(Partial Copyright Industries)。其是指那些有部分活动关系到作品或其他版权保护内容的产业。主要包括服装、纺织品与鞋类;珠宝与钱币;其他工艺品;家具;家用物品、瓷器及玻璃;玩具和游戏用品;建筑、工程、测量;室内设计;博物馆。四是边缘版权产业(Non-dedicated Support Industries)。其是指那些主要目的是便于受版权保护的作品或其他物品的宣传、传播、分销或销售而又没有被归入核心版权产业的产业。主要包括:发行版权产品的一般批发与零售;大众运输服务;电讯与因特网服务等。

美国 IIPA 自 1990 年以来几乎每一到两年就发表一份该国版权产业报告。在 1990 年的首个报告中,IIPA 把版权产业分为四类:核心版权产业、部分版权产业、发行业、版权相关产业。其后的报告一直沿用这种分类。从 2004 年报告开始与 WIPO 国际标准相一致,采用 WIPO 界定的四种分类,把这四类合称“总体版权产业”(Total Copyright Industries)。WIPO 关于版权产业的四种分类涵盖了英国所称的 13 项“创意产业”,新西兰、新加坡、我国香港等国家和地区以英国“创意产业”分类为蓝本,所以也涵盖在 WIPO 所界定的四种分类里;日本和韩国所指称的“内容产业”是指与内容有关的经济活动(如创意、生产、制作、流通等),这些活动的内容源自于任何类型的知识、信息及与之相关的文化资源,包括“动画、卡通、漫画、电影、音乐、电子图书、移动/互联网内容、游戏、娱乐内容、广播电视等”,^[5]这些也都涵盖在 WIPO 分类体系里。

就我国而言,2004 年 3 月 29 日国家统计局正式颁发了《文化及相关产业分类》标准,作为政府机构第一次确立了我国版权及相关产业的概念,界定了我国版权及相关产业的统计行业范围。中国的版权产业分类是在《国民经济行业分类》(GB/T4754—2002)的基础上制定的,它根据文化活动的特点将

[5] 郭惠英:“中外文化产业行业界定比较研究”,载 http://www.ccmedu.com/bbs54_35489.html。