

Chinese Cultural Industry Policies
Regulations and Typical Cases (New Edited)

新编中国文化产业 政策法规与典型案例评析

于小涵 林日葵 编著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

新编中国文化产业政策法规与 典型案例评析

于小涵 林日葵 编著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS



图书在版编目(CIP)数据

新编中国文化产业政策法规与典型案例评析 / 于小涵, 林日葵编著. —杭州: 浙江工商大学出版社, 2017. 11

ISBN 978-7-5178-2312-4

I. ①新… II. ①于… ②林… III. ①文化产业—产业政策—研究—中国②文化产业—法律—研究—中国
IV. ①G124②D922.164

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 209873 号

新编中国文化产业政策法规与典型案例评析

于小涵 林日葵 编著

责任编辑 王 耀 白小平

封面设计 林蒙蒙

责任印制 包建辉

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排 版 杭州朝曦图文设计有限公司

印 刷 杭州恒力通印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 16.5

字 数 262 千

版 次 2017 年 11 月第 1 版 2017 年 11 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5178-2312-4

定 价 48.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88904970

前 言

文化产业政策与法规是文化产业极其重要的组成部分,它从政策与法制的层面规范文化产业的健康发展。从我国近几年来发展的情况看,文化产业已经逐步成为国家的一个支柱产业。在这种历史背景下,文化产业政策与法规在文化产业中的作用显得越来越重要,已成为国家法律体系中调整产业发展的“稳压器”。

从导向性来看,文化产业政策与法规是在规范的前提下推动着文化产业的有序发展。文化产业与其他产业不同,它不仅有物质的属性,还有精神的属性,直接起到文化引领、文化教育的作用。在这样的情况下,文化产业政策与法规的导向性反映了国家文化产业的商业思维、商业逻辑与商业模式,体现的是一种“软实力”。

从文化产业政策与法规的连续性来看,随着我国文化产业的创新发展,新业态、新内容、新产品不断出现,需要制定新的政策与法规,使文化产业政策与法规的内容体系得以不断丰富。

由此看来,文化产业政策与法规是发展文化产业的一个基本而重要的问题,无论是从文化产业的产业组织、产业结构、产业关联,还是从产业布局与产业发展来看,都跟文化产业的政策与法规密不可分。因此,政策与法规对我国文化产业的发展既有导向的意义,又有规范性的作用。

为了使大家深入学习我国文化产业政策法规的历史和现状,本书主要从两个层面进行分析:一是文化产业政策,二是文化产业法规。这样的划分是为了使大家更好地认识文化产业政策与法规的问题。当然,本书将政策与法规作为并列的研究范畴也存在着一些问题。比如说,在我国,文化产业法规的发展还是滞后的,更多的行业规范和规划依靠政策来调整,尤其是在有些情况下,政策与法规也很难进行明确的区分,有的本身就交织在一起,有的既是政策,又起到法规的作用。从这个意义上来说,本书这样

的划分可能不一定完全合理,但还是符合目前我国文化产业政策与法规发展现状的,也并不影响大家对文化产业政策与法规的认识和理解。所以,本书仍然将政策与法规综合纳入,这样可以帮助大家学习、认识和理解文化产业政策与法规的问题。

于小涵 林日葵

2017年7月6日

目 录

第一章 文化产业政策与法规概述	1
第一节 文化政策的历史发展	1
第二节 文化产业政策的历史发展	3
第三节 文化产业法规的历史发展	18
第二章 出版产业政策法规与典型案例	23
第一节 出版产业政策法规概述	23
第二节 出版产业政策法规主要内容	32
第三节 出版产业政策法规典型案例	41
第三章 广播电视产业政策法规与典型案例	51
第一节 广播电视产业政策法规概述	51
第二节 广播电视产业政策法规主要内容	55
第三节 广播电视产业政策法规典型案例	63
第四章 电影产业政策法规与典型案例	73
第一节 电影产业政策法规概述	73
第二节 电影产业政策法规主要内容	81
第三节 电影产业政策法规典型案例	88
第五章 演出市场政策法规与典型案例	97
第一节 演出市场政策法规概述	97
第二节 演出市场政策法规主要内容	100

第三节	演出市场政策法规典型案例	107
第六章	音像产业政策法规与典型案例	121
第一节	音像产业政策法规概述	121
第二节	音像产业政策法规主要内容	123
第三节	音像产业政策法规典型案例	127
第七章	广告产业政策法规与典型案例	138
第一节	广告产业政策法规概述	138
第二节	广告产业政策法规主要内容	141
第三节	广告产业政策法规典型案例	149
第八章	文物艺术品市场政策法规与典型案例	155
第一节	文物艺术品市场政策法规概述	155
第二节	文物政策法规主要内容	161
第三节	艺术品市场政策法规主要内容	178
第四节	文物艺术品市场政策法规典型案例	184
第九章	文化遗产政策法规与典型案例	205
第一节	文化遗产政策法规概述	205
第二节	文化遗产政策法规主要内容	210
第三节	文化遗产政策法规典型案例	215
第十章	会展产业政策法规与典型案例	220
第一节	会展产业政策法规概述	220
第二节	会展产业政策法规主要内容	222
第三节	会展产业政策法规典型案例	230
第十一章	互联网文化产业政策法规与典型案例	238
第一节	互联网文化产业政策法规概述	238
第二节	互联网文化产业政策法规主要内容	242
第三节	互联网文化产业政策法规典型案例	249



第一章 文化产业政策与法规概述

第一节 文化政策的历史发展

文化政策是国家在文化艺术、新闻出版、广播影视、文物博物等领域实行意识形态管理、行政管理和经济管理时所采取的一整套制度性规定、规范、原则和要求的总称,是有别于教育政策、科技政策的一种政策形态。文化政策的产生、形成和发展是一个历史过程。它既是文化现象,又是政治现象,是文化政治现象的综合;它既是精神现象,也是制度管理行为,是精神现象领域管理的规范和要求。

文化是人类的一种生存方式和行为方式,是人类文明成果的承载,同时也是文明本体运动的表现,更多地体现在实践意义而非描述意义上。相对于满足生存需要而从事的物质的获取行为而言,文化行为不仅是人的物质行为方式从盲目获取走向自觉生产的提升,同时也是对人的物质行为关系的规范整理。原始社会没有私有制,没有阶级对立和作为阶级统治工具的国家,却有协调人与人之间相互关系的行为准则,这就是氏族公社内部形成和实行的原始民主文化——一种被社会公众所共同享有的习俗和习惯,它以血缘关系和原始公有制为基础,反映全体氏族的集体意志和利益,成为全体氏族成员生存和发展的共同需要。因而,遵守氏族公共事务的管理权威,就成为每个氏族成员应当履行的事务。

虽然在氏族中,个体的行为可能千变万化,但总体行为却有一定的规律可循。绝大多数氏族社会行为总是存在“共同享有的习俗和习惯”,即在文化可以接受的限度之内。习俗和习惯作为一种原始民主文化,成为限制个人行为变异的一个主要和重要因素,从这个意义来说,文化具有规范和

约束的意义。不论是在行为还是心理的意义上,文化都是人类的生存方式和实践方式,也是对人类行为从无序走向有序的一种自然化规范过程。

人类从蒙昧走向野蛮,又从野蛮走向文明,就是从行为和生存方式的盲目走向自觉,从无政府走向有组织的过程。正是这种组织行为和组织过程,合成了巨大的物质生产力,实现了人对自然的把握,把人类社会推向前进。这是一种一旦形成便以不可遏止的惯性作用而产生的互为因果的加速过程。

上升到文化本体的层面上,文化行为则又需要在自己的领域中接受规范。因为文化作为精神文明也要生存和发展,并且获得与物质同样重要的价值。如果说,作为一种生存方式,文化是对人的物质行为规范的集体无意识行为,那么,对文化行为的规范——各种价值观念体系及制度保障,则是人类自觉的集体有意识行为。因为人类已经通过实践历史性地意识到和感觉到,对物质行为规范和约束的结果是社会的进步和生产力的解放与发展,是使人的物质行为合规律性和合目的性。因此,作为一种更高层次的生存方式,对文化行为的整理和规范并使之上升到规则的理性形态上,不但成为人的自我提升和解放的不断需要,而且也成为社会进步和人类文明发展必不可少的条件和动力。

所以,文化政策的发生和起源不是基于某种外在于文化的力量,而是文化自身为寻求生存和发展而产生的一种需要的结果,一种文化的自我规范和约束,一种历史的约定俗成,是整个人类文明走向规范和有序的文化关系的反映。

法国著名国际事务专家路易·多洛(Louis Dolor)在描述现代国际文化关系的历史演变过程时提出:从20世纪以来,文化领域已发生了三次革命。第一次革命是文化发展由自发状态转向要求国家参与。国家不仅要国民的文化生活做出一定的安排,给予必要的指导,还要建立相应的机制和制定相应的文化政策。第二次革命是随着再现手段和传播技术的发展,人民大众真正获得享受文化财富的权利,人与人之间的智力联系和精神联系得到空前的增强。第三次革命是国际文化合作,文化给予与接受汇合而成的文化互惠成为主导潮流。按照这一理论,文化政策的制定属于第一次文化变革。虽然人类的这一次文化变革有一个相当长的历史过程,其起始阶段距今也相当久远,而并不如多洛所说的那样,是“从20世纪以来”



才发生的,但是,把国家对文化的参与,对文化生活的安排、指导和制定相应的文化政策看作是文化走出“自发状态”的标志性革命,则是一个深刻的见解,从而在政策科学的意义上提出了文化政策发生和文化政策性质构成的政治学基础——国家行为。

国家通过对文化行为的方向和目标的有效规范,实现对文化的统治权,包括国家关于文化建设、文化发展的战略性规定,即国家文化策略。正是这两个方面的相互作用生成的合力,使规范得以具体落实,推动和引导一定历史时期文化发展和文化运动的走向和格局。

文化政策概念的形成,要比文化政策的实践滞后得多。西方国家最初没有“政策”这个概念。现在的 Policy(政策)是随着近代资本主义的发展,从 Politics(政治)中派生出来的,而“文化政策”概念的提出则更晚。在中国,“政策”和“文化政策”这两个概念,也是近代从日本传入中国的。“政策”和“策略”作为马克思主义的科学概念并成为政治科学和政策科学的通用术语,大约形成于 19 世纪 80 年代。把马克思主义关于“政策”和“策略”的概念、理论运用于中国的实际,并以西方现代政策科学理论中的合理因素研究中国的政策科学和文化政策学,则始于 20 世纪 80 年代中期。

第二节 文化产业政策的历史发展

文化产业政策是文化政策的一部分,是市场经济条件下政府对文化进行宏观调控的重要手段。要求着眼于调整文化产业结构和布局,改革文化管理体制和文化运行机制,以推动文化产业的全面发展,增强文化产业的市场竞争力。

一、文化产业政策的早期发展

中华人民共和国的前 30 年中,文化一直是意识形态的主要部分。在行政体制上,文化作为党和人民的事业受到党政双重管理。在组织体制上,它属于党的宣传部门,主要执行宣传党的方针政策的任务;在经费上,主要由政府财政拨款,是由国家全资投资的事业单位,文化从业人员几乎全部都是在编的国家干部;在文化消费上,文化产品虽然一般是以商品的

形式通过流通渠道到达受众方,但是文化经营单位并不以营利为目的。

当代中国文化产业的起步可以追溯到改革开放之初的1979年。当时,广州东方宾馆开设了国内第一家音乐茶座。随后营业性舞厅等经营性文化活动场所在全国各大城市陆续出现,我国产生了真正的文化市场。

随着我国社会主义市场经济体制的确立,文化也开始了由事业向产业、由自发向自觉的艰难转变。20世纪80年代,自发性的文化产业是随着流通领域突破国有经营管理体制开始兴起的。1981年,基层文化单位开展了“以文补文”的文化生产经营活动。1983年开始,全国文化事业单位试行以承包经营责任制为主要形式的体制改革。改革开放以后,由于市场经济的发展,文化行业的书刊发行、销售环节,以及文化娱乐业率先进行了产业化经营。

1985年,国务院转发国家统计局《关于建立第三产业统计的报告》,把文化艺术作为第三产业的一个组成部分列入国民生产统计的项目中,这事实上确认了文化艺术可能具有的“产业”性质。1987年初,文化部、财政部和国家工商局联合颁发了《文化事业单位开展有偿转换服务和经营活动的暂行办法》,这是文化事业向文化产业转换的起点。

1987年2月,文化部、公安部、国家工商局联合发出了《关于改进营业性舞会管理问题的通知》,其中第一项就明确了举办营业性舞会的合法性,文化经营活动正式成为我国社会主义文化事业的合法组成部分。

1988年,文化部、国家工商局联合发布了《关于加强文化市场管理工作的通知》,不仅在政府文件中首次出现了“文化市场”字眼,而且对众说纷纭的文化市场的范围、管理原则和任务等做出了界定。

1991年,国务院批转《文化部关于文化事业若干经济政策意见的报告》,正式提出了“文化经济”的概念。1992年,江泽民同志在党的十四大报告中明确提出要“完善文化经济政策”。1992年6月16日,《中共中央国务院关于加快发展第三产业的决定》(以下简称《决定》)把“文化卫生事业”当作了加快第三产业发展的重点。《决定》指出,我国国民经济已经进入第三产业迅速发展的时期,发展第三产业对于优化国民经济结构,深化体制改革,增加就业,满足人民群众日益增长的物质和文化生活需要具有重大的战略性意义。此后,以加快发展第三产业为主要标志,深化改革和促进产业结构提升一直是中国经济发展战略的基本特点,文化产业就是在



这个大的背景下进入发展轨道的。同年,国务院办公厅综合司编辑出版了《重大战略决策——加快发展第三产业》一书,提出“在改革开放中发展文化产业”,全面阐述了对于文化产业的政策性意见。

1999年,九届人大二次会议的《政府工作报告》和《关于1998年国民经济和社会发展规划执行情况与1999年国民经济和社会发展规划草案的报告》中,明确提出要“积极引导居民增加文化、娱乐、体育健身和旅游等消费,拓宽服务性消费领域”,“推动文化、体育、非义务教育和非基本医疗保健的产业化”。文化产业第一次被正式纳入国家发展计划的政策视野。

二、文化产业政策的中期发展

2000年10月,中国共产党第十五届中央委员会第五次全体会议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十个五年计划的建议》提出,要“深化文化体制改革,建立科学合理、灵活高效的管理体制和文化产品生产经营体制……完善文化产业政策,加强文化市场建设和管理,推动有关文化产业发展”,要“推动信息产业与文化产业的结合”,文化产业发展 and 建设问题被首次列入了我国国民经济和社会发展的文件中。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“十五”规划纲要。“文化产业”第一次正式进入党和国家政策性文件,发展文化产业成为我国下一个阶段国民经济和社会发展战略的重要组成部分。

2002年11月,党的十六大报告中明确提出要积极发展文化产业,要坚持“一手抓繁荣、一手抓管理的方针,健全文化市场管理体系,完善文化市场管理体制,为繁荣社会主义文化创造良好的社会环境”,“发展各类文化事业和文化产业都要贯彻发展先进文化的要求,始终把社会效益放在首位。国家支持和保障文化公益事业,并鼓励它们增强自身发展活力。坚持和完善支持文化公益事业发展的政策措施,扶持党和国家重要的新闻媒体和社会科学研究机构,扶持体现民族特色和国家水准的重大文化项目和艺术院团,扶持对重要文化遗产和优秀民间艺术的保护工作,扶持老少边穷地区和中西部地区的文化发展。加强文化基础设施建设,发展各类群众文化。积极推进卫生体育事业的改革和发展,开展全民健身运动,提高全民健康水平,努力办好2008年奥运会。发展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。完善文化产业

政策,支持文化产业发展,增强我国文化产业的整体实力和竞争力”。

在党的十六大明确提出大力发展文化产业之后,国家集中出台了一系列加快文化体制改革和鼓励各种经济成分共同发展文化产业的规定。如2003年6月,全国文化体制改革试点工作会议在北京召开,按照党的十六大关于深化文化体制改革的要求,会议专门研究部署了文化体制改革试点工作,为制定文化体制改革总体方案、推动文化体制改革做准备。2003年10月,党的十六届三中全会通过的《中共中央关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》,开始将文化产业列入国民经济的重要产业,纳入国民经济发展总体规划,文化产业的战略地位得到了进一步确立。

2005年初国务院下发《国务院关于鼓励支持和引导个体私营等非公有制经济发展的若干意见》之后,《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》也公布实施,使得非公有资本进入文化产业既具备了理论依据,也具备了现实和法律依据。与此同时,文化部、国家广电总局、新闻出版总署制定了具体实施办法,明确了国家鼓励、允许、限制和禁止投资的产业目录。

2005年10月11日,中国共产党第十六届中央委员会第五次全体会议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年计划的建议》,将积极发展文化事业和文化产业,深化文化体制改革,完善文化产业政策作为“十一五”期间丰富人民群众精神文化生活,推进社会主义和谐社会建设的重大措施。

2006年8月5日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》(以下简称《“十一五”纲要》)。《“十一五”纲要》明确了优先发展公共文化服务和公益性文化事业,积极稳妥地推进文化体制改革的基本战略思想。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》提出要大力提倡和扶持文化创新,突出内容创新的核心地位,以科技与文化的融合提升国家文化自主创新能力和文化竞争力。

2009年3月,财政部、海关总署、国家税务总局联合发布了《关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的若干税收政策问题的通知》和《关于支持文化企业发展若干税收政策问题的通知》(以下简称《税收通知》),这些改革配套政策的出台,为深入开展文化体制改革提供了新的政策保障。



税收优惠政策主要包括:第一,重点支持经营性文化事业单位转制。《税收通知》要求,经营性文化事业单位转制为企业,自转制注册之日起免征企业所得税。由财政部门拨付事业经费的文化单位转制为企业,自转制注册之日起对其自用房产免征房产税。《税收通知》同时规定,党报、党刊将其发行、印刷业务及相应的经营性资产剥离组建的文化企业,自注册之日起所取得的党报、党刊发行收入和印刷收入免征增值税。对经营性文化事业单位转制中资产评估增值涉及的企业所得税,以及资产划转或转让涉及的增值税、营业税、城建税等实行适当优惠政策。第二,积极推动已转制文化企业的发展。从事电影制片、发行、放映的电影集团公司、电影制片厂及其他电影企业取得的销售电影拷贝收入、转让电影版权收入、电影发行收入以及在农村取得的电影放映收入免征增值税和营业税。对于为生产重点文化产品而进口国内不能生产的自用设备及配套件、配件免征进口关税。第三,鼓励文化企业“走出去”。出口图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物、电影和电视完成片按规定享受增值税出口退税政策。文化企业在境外演出从境外取得的收入免征营业税。第四,支持技术创新。在文化产业支撑技术等领域内,依据相关规定认定的高新技术企业,减按15%的税率征收企业所得税。文化企业开发新技术、新产品、新工艺产生的研究开发费用,允许按税法在计算应纳税所得额时加计扣除。《税收通知》还对18类可以享受税收优惠政策的文化企业进行了界定。

2009年7月22日,国务院常务会议讨论并原则通过了《文化产业振兴规划》,9月26日正式发布实施的《文化产业振兴规划》(以下简称《振兴规划》)主要分为5个部分。

(1)加快文化产业振兴的重要性和紧迫性。《振兴规划》提出,文化产业是市场经济条件下繁荣发展社会主义文化的重要载体,是满足人民群众多样化、多层次、多方面精神文化需求的重要途径,也是推动经济结构调整、转变经济发展方式的重要着力点。党的十六大以来,党中央、国务院高度重视发展文化产业,采取了一系列政策措施,深入推进文化体制改革,加快推动文化产业发展。国有经营性文化单位转企改制取得重要进展,涌现出一批具有较强实力和竞争力的文化企业和企业集团,文化产业规模逐步壮大,以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局初步形成。文化“走出去”步伐加快,文化进出口贸易逆差逐步缩小,我国文化产业的

国际竞争力不断增强。总的来看,我国文化产业呈现出健康向上、蓬勃发展的良好态势,正在成为推动社会主义文化大发展大繁荣的重要引擎和经济发展新的增长点。

(2)指导思想、基本原则和规划目标。《振兴规划》提出3个方面内容。

①指导思想。全面贯彻党的十七大精神,坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,深入贯彻落实科学发展观,紧紧围绕《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》确定的文化产业发展的各项目标任务和当前文化体制改革的重点,大力培育市场主体,加快转变文化产业发展方式,进一步解放和发展文化生产力,切实维护我国文化安全,推动文化产业又好又快发展,将文化产业培育成国民经济新的增长点。

②基本原则。坚持把社会效益放在首位,努力实现社会效益和经济效益的统一;坚持以体制改革和科技进步为动力,增强文化产业发展活力,提升文化创新能力;坚持走中国特色文化产业发展道路,学习借鉴世界优秀文化,积极推动中华民族文化繁荣发展;坚持以结构调整为主线,加快推进重大工程项目,扩大产业规模,增强文化产业整体实力和竞争力;坚持内外并举,积极开拓国内国际文化市场,增强中华文化在国际上的影响力。

③规划目标。完成经营性文化单位转企改制,文化市场主体进一步完善,活力进一步增强,文化产业规模不断扩大,推动经济社会发展的功能和作用得到较好发挥。

(3)重点任务。《振兴规划》提出,当前和今后一个时期,要着力做好8个方面工作。

①发展重点文化产业。以文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等产业为重点,加大扶持力度,完善产业政策体系,实现跨越式发展。文化创意产业要着重发展文化科技、音乐制作、艺术创作、动漫游戏等企业,增强影响力和带动力,拉动相关服务业和制造业的发展。影视制作业要提升影片、电视剧和电视节目的生产能力,扩大影视制作、发行、播映和后产品开发,满足多种媒体、多种终端对影视数字内容的需求。出版业要推动产业结构调整和升级,加快从主要依赖传统纸介质出版物向多种介质形态出版物的数字出版产业转型。出版物发行业要积极开展跨地区、跨行业、跨所有制经营,形成若干大型发行集团,提高整体实力和竞争力。印刷复制业要发展高新技术印刷、特色印



刷,建成若干各具特色、技术先进的印刷复制基地。演艺业要加快形成一批大型演艺集团,加强演出网络建设。动漫产业要着力打造深受观众喜爱的国际化动漫形象和品牌,成为文化产业的重要增长点。

②实施重大项目带动战略。以文化企业为主体,加大政策扶持力度,充分调动社会各方面的力量,加快建设一批具有重大示范效应和产业拉动作用的重大文化产业项目。继续推进国产动漫振兴工程,国家数字电影制作基地建设工程,多媒体数据库和经济信息平台,“中华字库”工程,国家“知识资源数据库”出版工程等重大文化建设项目,选择一批具备实施条件的重点项目给予支持。

③培育骨干文化企业。着力培育一批有实力、有竞争力的骨干文化企业,增强我国文化产业的整体实力和国际竞争力。坚持政府引导、市场运作、科学规划、合理布局,在重点文化产业中选择一批成长性好、竞争力强的文化企业或企业集团,加大政策扶持力度,推动跨地区、跨行业联合或重组,尽快壮大企业规模,提高集约化经营水平,促进文化领域资源整合和结构调整。鼓励和引导有条件的文化企业面向资本市场融资,培育一批文化领域战略投资者,实现低成本扩张,进一步做大做强。

④加快文化产业园区和基地建设。加强对文化产业园区和基地布局的统筹规划,坚持标准、突出特色、提高水平,促进各种资源合理配置和产业分工。对符合规划的产业园区和基地,在基础设施建设、土地使用、税收政策等方面给予支持。建设若干辐射全国的区域文化产品物流中心,建设一批文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、演艺娱乐和动漫等产业示范基地,支持和加快发展具有地域和民族特色的文化产业群。

⑤扩大文化消费。不断适应当前城乡居民消费结构的新变化和审美的新需求,创新文化产品和服务,提高文化消费意识,培育新的消费热点。加强原创性作品的创作,打造一批具有核心竞争力的知名文化品牌。努力降低成本,提供价格合理、丰富多样的精神文化产品和服务。加快建设具有自主知识产权、科技含量高、富有中国文化特色的主题公园。开发与文化结合的教育培训、健身、旅游、休闲等服务性消费,带动相关产业发展。

⑥建设现代文化市场体系。建立健全门类齐全的文化产品市场和文化要素市场,促进文化产品和生产要素的合理流动。重点建设传输快捷、覆盖广泛的文化传播渠道。发展文艺演出院线,推动主要城市演出场所连

锁经营。支持全国文化票务网络建设。推进有线电视网络整合,鼓励通过并购、重组等方式,进行广电网络的区域整合和跨地区经营。推进电影院线、数字电影院线的跨地区整合,以及数字影院的建设和改造。支持国有出版发行企业以资本为纽带实行跨地区兼并重组。鼓励非公有资本进入文化创意、影视制作、演艺娱乐、动漫等领域。支持优先选用拥有自主知识产权、产品质量水平高的文化设备及产品。

⑦发展新兴文化业态。采用数字、网络等高新技术,大力推动文化产业升级。支持发展移动多媒体广播电视、网络广播影视、数字多媒体广播、手机广播电视,开发移动文化信息服务、数字娱乐产品等增值业务,为各种便携显示终端提供内容服务。加快广播电视传播和电影放映数字化进程。积极推进下一代广播电视网建设,发挥第三代移动通信网络、宽带光纤接入网络等网络基础设施的作用,制定和完善网络标准,促进互联互通和资源共享,推进三网融合。积极发展有声读物、电子书、手机报和网络出版物等新兴出版发行业态。发展高新技术印刷。运用高新技术改造传统娱乐设施和舞台技术,鼓励文化设备提供商研发新型电影院、数字电影娱乐设备、便携式音响系统、流动演出系统及多功能集成化音响产品。加强数字技术、数字内容、网络技术等核心技术的研发,加快关键技术设备改造更新。

⑧扩大对外文化贸易。落实国家鼓励和支持文化产品和服务出口的优惠政策,在市场开拓、技术创新、海关通关等方面给予支持。制定《2009—2010年度国家文化出口重点企业和项目目录》,形成鼓励、支持文化产品和服务出口的长效机制。重点扶持具有民族特色的文化艺术、展览、电影、电视剧、动画片、网络游戏、出版物、民族音乐舞蹈和杂技等产品和服务的出口,抓好国际营销网络建设。支持动漫、网络游戏、电子出版物等文化产品进入国际市场。鼓励文化企业通过独资、合资、控股、参股等多种形式,在国外兴办文化实体,建立文化产品营销网点,实现落地经营。办好国家重点支持的文化会展,通过中国(深圳)国际文化产业博览会、中国国际广播影视博览会、北京国际图书博览会等推动文化产品和服务出口。支持文化企业参加境外图书展、影视展、艺术节等国际大型展会和文化活动。