

务安徽经济系列研究报告(2014)

安 徽 文化产业发展 研究报告

ANHUI

WENHUA CHANYE FAZHAN

YANJIU BAOGAO

丁 进○编著



合肥工业大学出版社
HEFEI UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

务安徽经济系列研究报告(2014)

安徽 文化产业发展 研究报告

ANHUI
WENHUA CHANYE FAZHAN
YANJIU BAOGAO

丁进○编著

图书在版编目(CIP)数据

安徽文化产业发展研究报告/丁进编著. —合肥:合肥工业大学出版社, 2014.3

ISBN 978-7-5650-1780-3

I. ①安… II. ①丁… III. ①地方文化—文化产业—产业发展—研究报告—安徽省—2013 IV. ①G127.54

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 048084 号

安徽文化产业发展研究报告

丁 进 编著

策划编辑 李克明 张和平 钟玉海

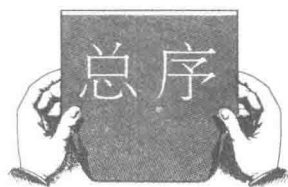
责任编辑 张择瑞

出 版	合肥工业大学出版社	版 次	2014 年 3 月第 1 版
地 址	合肥市屯溪路 193 号	印 次	2014 年 3 月第 1 次印刷
邮 编	230009	开 本	710 毫米×1010 毫米 1/16
电 话	综合编辑部:0551-62903204	印 张	8
	市场营销部:0551-62903198	字 数	131 千字
网 址	www.hfutpress.com.cn	印 刷	合肥现代印务有限公司
E-mail	hfutpress@163.com	发 行	全国新华书店

ISBN 978-7-5650-1780-3

定价: 18.00 元

如果有影响阅读的印装质量问题,请与出版社市场营销部联系调换。



党的十八届三中全会《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》提出的“加强中国特色新型智库建设，建立健全决策咨询制度”，已成为社会各界特别是知识界、社科理论界关注的热点。社会服务是高等学校的四大职能之一，如何更好利用高校人才集聚的优势，发挥社会服务职能，做好经济社会发展中的智力库和智囊团，是摆在每一个高校面前需要思考、需要行动的重要问题。

安徽财经大学是一所以经济学、管理学、法学为主，跨文学、理学、工学、史学、艺术学八大学科门类，面向全国招生、就业的多科性高等财经院校，是我国首批具有学士学位授予权、第二批具有硕士学位授予权的高校，是安徽省重点建设的大学。作为一所地方性大学，同时作为一所教学研究型大学，加强智库建设，服务地方经济社会发展无疑是我们必须承载的重要任务。

近年来，我们一直围绕做好社会服务这一重要课题，从搭建平台、优化机制和创新模式等方面进行积极的尝试。应该说，积极的尝试取得了一系列的成果：学校组织撰写的《安徽经济发展研究报告》、《安徽县域经济竞争力研究报告》和《安徽贸易发展研究报告》等研究报告得到省政府相关部门的高度认可；近五年来，学校承担的委托培训项目和获得的横向课题经费呈逐年递增态势，一批横向课题成果受到省领导的重视，并予以批示；2011年学校获得1项国际合作横向项目，2012年获得省政府委托的8项重大研究项目中的2项，2013年获得1项国家社科基金重大项目。当然，我们也清醒地认识到，现在取得的这些成绩与一个有着55年办学历史、安徽省重点建

设的财经类高校依然不相匹配，学校应当在社会服务领域，做得更多更好，走得更远更高。

学校在不断深化社会服务的过程中，逐步厘清了创新“政产学研”合作模式以推进社会服务工作的基本思路，那就是：强化交流、对接需求、提升能力、优化效果。我们认为：空间的相对集中和通畅的对话渠道是强化交流的基础；主体间的相互信任和合作共赢是对接需求的前提；以人力资源建设为中心是提升能力的关键；社会服务效果的优化是推动“政产学研”合作螺旋上升的持续动力。

我国的高校在发挥社会服务职能时，存在着先天不足。从高校教师来源角度，就很容易说清这个问题。我国的高校教师95%以上是“学院派”，这与欧美国家高校教师来源的“三个三分之一”形成了鲜明的对比。他们的高校教师1/3是“学院派”，1/3源自业界，1/3源自政界。教师来源的差异性影响了教师群体对社会实践与社会需求的认识深度，进而影响了他们服务社会的初始能力。

除了受师资来源结构的制约，目前科研成果评价体系的不科学也成为高校拓展社会服务功能的重要障碍。对策研究的价值没有在建行的科研成果评价体系中得到应有的认可，因而，教师从个人发展考虑，往往更愿意去争取纵向科研项目，发表“理论性”文章。好就好在，政府已经认识到这一问题的存在，在《高等学校哲学社会科学繁荣计划（2011—2020年）》中，优化科研评价体系、建立“政产学研”协同创新机制被摆在了重要位置。相信这一问题在不久的将来，会得到很好的解决。

无论高校在拓展社会服务职能方面存在多少阻碍，安徽财经大学推进社会服务的信念坚定不移，始终坚持以服务安徽地方经济社会发展为己任。多年来，我们一直关注并动态跟踪与研究安徽的经济实践，于2005年开始编写《安徽经济发展研究报告》、2007年开始编写《安徽县域经济竞争力报告》和《安徽贸易发展研究报告》，三部报告的连续编写与发布已经取得了积极的社会反响与实际效果。2012年，学校决定增加编写8部研究报告，达到11部；2013年报告撰写再增1部，达到12部。12部报告可分为两大类，第一类研究报告共10部，已形成一个完整系列，主旨是服务于安徽地方经济社会发展；第二类共2部，主旨是服务于我国合作经济发展。

此次出版的 10 部服务安徽地方经济社会发展的研究报告包括《安徽经济发展研究报告》、《安徽县域经济竞争力报告》、《安徽贸易发展研究报告》、《安徽就业和社会保障发展研究报告》、《安徽财政发展研究报告》、《安徽投资发展研究报告》、《安徽文化产业发展研究报告》、《安徽中小企业发展研究报告》、《安徽中小企业融资研究报告》和《皖北经济发展研究报告》，该系列研究报告由安徽财经大学安徽经济社会发展研究院具体策划与组织。

安徽经济社会发展研究院是安徽财经大学在安徽省人文社会科学重点研究基地经济发展研究中心的基础之上，为主动服务安徽经济社会发展而设立的专门研究机构。它与安徽财经大学哲学社会科学界联合会以及安徽财经大学中国合作社研究院共同构成学校着力打造的各有服务重点的智库平台。研究院围绕安徽经济社会发展中的重大理论与实践问题以及相关学科发展前沿问题，采取专兼职结合的方式吸纳各方专家和学者组成研究团队，通过拓展成果转化的渠道，为安徽政府部门和企业提供政策建议和决策咨询服务。研究院下设安徽经济预警、运行与发展战略研究中心，发展规划与政策评价研究中心，淮河流域资源与环境研究中心，拥有一人口、资源与环境经济学硕士点。研究院在安徽经济运行监测分析、合芜蚌自主创新实验区建设、皖北发展战略、政府规制影响评估、淮河流域资源环境转型等方面已形成系列研究成果并产生重要影响。

纵观这 10 部报告，可以看出，报告的组织者与撰写者都付出了辛勤的劳动。当然，报告也还存在这样或那样的缺点，但我们坚信，只要坚持走下去，系列研究报告一定会越做越好！学校的社会服务工作也将结出更多的硕果！

诚请社会各界对我校系列研究报告的撰写工作提供支持，并提出你们宝贵的意见与建议！

丁忠明

2014 年 3 月 10 日



2013年，安徽省国民生产总值达到了1.9万亿元，增长速度达到11%，已经逼近2万亿元。安徽省多项经济发展指标排在中部六省之首，虽然全国整体的发展速度有所放缓，但安徽省依然处在高速增长期，2014年依然有望保持两位数增长。这一段时间是安徽省经济发展的腾飞期，安徽省经济和社会发展成就将令人震撼，产业发展的质量将决定着安徽省未来经济发展的质量，其中文化产业的发展质量十分重要。作为安徽省的一员，我们是这个历史进程的见证者；但是作为安徽省唯一一所财经类高等学校的科研工作者，我们更应当成为这一进程的参与者，在这个伟大进程中有所作为，这就是我们撰写这份报告的初衷。

我们曾经以2012年数据为主，撰写并出版了一份《安徽文化产业研究报告》。在那份报告中，我们主要从宏观角度、在比较中分析了安徽省文化产业发展的现状，在全国尤其是在中部六省的地位，并尽可能地给出一些建议。一年过去了，我们对安徽省文化产业发展情况有了更多的了解，与行业有了更多的接触。这一年中，安徽省文化产业各行业都有明显的变化，总体水平又有提高。针对2013年安徽省文化产业取得的成就和发生的变化，我们调整了本年度报告的撰写思路：从主要经济指标入手，分析安徽省文化产业2013年取得的成就和存在的问题。这还是“宏观”的分析，由于文化产业包含了新闻出版发行业、广播电视电影业、演艺业、广告业、设计业、文化旅游业等十多个行业，我们从中挑选了文化旅游业和广告业作为典型行业，进行“中观”分析，从而让关心安徽省文化产业发展的认识能够从面和线两个视角对安徽省文化产业获得清晰的观照。本报告的最后一章是我们的建议，我们期待着安徽省文化产业再来一个二次腾飞，在下一个五年的发展能够站在我国文化产业发展潮流的前头，在几个文化产业关键领域抢到发言权。

我们这份报告是安徽财经大学科研服务地方经济系列研究报告之一，今后将按照年度继续撰写下去。在我们这份报告之前，安徽省社会科学院等单位就出版过很好的报告；在我们撰写本年度报告的时候，我们发现还有兄弟高校也在进行安徽省文化产业状况的调研。我们感到欣喜，从这个比较热闹的局面看，安徽省文化产业发展已经引起多方面人的注意，这是好事。我们同时也感到压力，我们希望自己的报告能够给有关企业和部门提供有价值的参考。

胡惠林教授根据文化产业发展状况将全国各省市分为五类地区，分别是支柱型地区、扩张型地区、成长型地区、调整型地区、孵化型地区。（见胡惠林《从“十一五”看“十二五”：推动中国文化产业升级转型》，光明日报 2012 年 3 月 1 日）安徽省文化产业在 2013 年已经初步进入支柱产业行列，即将完成从“扩张型”地区到“支柱型”地区的转变。此后，安徽省文化产业将进入一个新阶段。安徽省文化产业下一步的发展前景令人神往，我们将满怀信心地关注这一史诗般的进程。

我们所在的安徽财经大学文学与艺术传媒学院有 10 个专业，其中新闻学、广告学、视觉传达设计、产品设计、环境艺术设计、动画、绘画和文化产业管理与文化产业息息相关。我们对安徽省文化产业进行调查研究，不仅可以为安徽省文化产业发展给出一些建议，还可以为我们学院的专业教学提供丰富的教学案例。我们还想通过这份报告的撰写，锻炼和培养一批文化产业研究人才。本报告的第三章《安徽省广告业发展分析》就是由青年教师吴琼撰写。在 2014 年的报告中，我们还将吸纳更多青年教师的研究成果。

本报告还存在不足。例如除了文化旅游业和广告业之外，没有对安徽省大部分文化产业分行业作单独的行业分析；没有选出年度热点、年度人物等。这些不足我们将在 2014 年的报告中所有弥补。

本报告的撰写得到我校丁忠明校长、周加来副校长的大力支持，得到了省委宣传部文化产业处、省文改办和省统计局文化产业处领导的有力帮助，还得到了各地市文化产业管理部门的倾力协助，希望本报告的出版没有让关心和帮助我们的领导和专家失望。

丁 进

2014 年 1 月 22 日

MU LU

目 录

第一章 安徽省文化产业主要指标分析	(1)
第一节 安徽省文化产业发展环境分析	(3)
第二节 文化产业三大门类发展速度分析	(5)
第三节 安徽省文化产业强弱行业比较分析	(17)
第四节 安徽省文化产业区域发展分析	(21)
第二章 安徽省文化旅游业发展报告	(26)
第一节 2013 年安徽省文化旅游业发展状况分析	(27)
第二节 皖南六市文化旅游发展状况分析	(38)
第三节 皖中六市文化旅游情况分析	(59)
第四节 皖北四市文化旅游情况分析	(86)
第三章 安徽省广告业研究报告	(94)
第一节 研究概述	(94)
第二节 安徽省广告主广告行为调查与分析	(96)
第三节 安徽省广告公司现状调查与分析	(100)

第四节	安徽省广告媒介生存现状调查与分析	(104)
第五节	安徽省广告产业关系状况分析	(108)
第六节	结论与思考	(109)
第四章	期待安徽省文化产业二次腾飞	(111)
第一节	启动安徽省文化产业二次腾飞战略的必要性	(111)
第二节	安徽省文化产业二次腾飞的路径	(113)
参考文献		(117)

第一章 安徽省文化产业主要指标分析

2013 年是安徽省文化产业在快车道上迅猛发展的一年，这一年，安徽省文化产业又上了一个台阶，文化产业增加值占国民经济总产值进入“5 字号”，即 5%，如表 1-1 所示^①。如果能够连续保持下去，文化产业有望在“十二五”结局之年成为安徽省支柱产业之一。

表 1-1 近五年安徽省文化产业增加值

(单位：亿元)

指 标	2009	2010	2011	2012	2013
增加值	332	457	590	714	971
占 GDP 比重 (%)	3.3	3.7	3.86	4.15	5.01
增长速度 (%)	6.4	37	29	21	22

从表 1-1 看，从 2010 年起发动的安徽省文化产业发展有两个鲜明的趋势，一个是增长速度整体呈下降趋势；另一个是与之相反，所占 GDP 比率呈逐年上升趋势。

(1) 从 2010 年起到 2013 年，安徽省文化产业发展速度呈下降趋势，这可以从内部和外部两个方面来分析。

从内部看，安徽省文化产业增加值的增长速度整体呈下降趋势，反映了安徽省文化产业高速增长期的特点。安徽省文化产业从 2010 年开始进入高速增长周期，高速增长周期一般由爆发、平稳发展和平缓下降三个阶段组成。2010 年类似于火山喷发最高期，此后 3 年高度有所下降，但仍然处在高速增长周期，量值持续保持在高位，即使在 2012 和 2013 两个相对低值年，文化产业增加值的增长率也远高于同时期国民生产总值。这种状况表明安徽省文化产业发展从 2012 年开始，处在高速

^① 表 1-1 数据前 4 年引自安徽省统计局《安徽文化及相关产业统计概览》，2013 年数据是我们根据安徽省统计局公布的月报推算。

发展期中的平稳发展阶段，而不是衰退期。

外部环境的制约开始显现。同时，增长速度的下降也说明安徽省文化产业发展受到了环境的制约，长三角和珠三角地区产业升级给皖江承接带和江淮承接区带来的产业转移推动效应有所下降。文化产业也是长三角、珠三角和首都经济圈着力发展的产业，这些地区发展文化产业的优势更加明显，在发展文化产业的竞争中，安徽省大多数地区难以体现产业优势。同时，“长三角”地区的苏、浙、沪等地为了防止产业空心化，纷纷采取措施保护当地实体经济。上海工业园区加快升级转型，进行土地二次开发，推进所谓“腾笼换鸟”战略；江苏采取苏南、苏北省内合作战略，推进“南北合作”，共建园区，鼓励苏南重大产业转移项目落户苏北；浙江省大力推进“浙商回归”计划，鼓励浙商回故里兴办产业；广东实施“双转移”战略，将珠三角劳动密集型产业向省内欠发达地区转移。珠三角和长三角地区这些产业措施和产业发展战略加大了内地招商引资的难度。另外，中部地区也在积极招商引资，发展文化产业，吸引了大批资本投资本地的文化产业。湖南省在发展文化产业方面已经取得令人羡慕的成就；江西省、湖北省和河南省也在千方百计地发展文化产业，对于安徽省文化产业的投资形成多层次竞争态势。

综上所述，我们认为安徽省文化产业增加值的增长速度放缓并不代表安徽省文化产业发展情况恶化，而是一个产业增长周期的正常现象。保持在 20% 以上的增长速度仍然属于高速增长，这个时期越长越有利于行业发展。

(2) 安徽省文化产业增加值所占国民生产总值的比重逐年增加，是因为文化产业增加值的增长速度远高于国民生产总值的增长速度。文化产业增加值总量获得绝对性增长，安徽省产业结构调整初显成效，安徽省文化产业在国民经济和社会生活中的重要性已经逐渐体现出来。

安徽省文化产业从投资方看，一个特点非常明显，那就是巨型地产商介入文化产业投资，使地产、商业与文化高度融合，投资规模巨大，地产、商业和文化产业的界限模糊。这个特点在 2013 年已经显现出来。从前的文化产业投资方往往有一定的文化背景，或者在数字内容制作技术上有相当的储备，例如华强集团在芜湖的投资，志高数码在淮南的投资。但自从万达集团进入以后，情况有所改变。这个集团在全国各地兴建“万达广场”之类集饮食、商业、商务、文化娱乐为一体的综合体，模糊了文化产业与其他产业的界限，大体上可以归为“文化旅游”类，

但也不完全适合。在建的合肥市万达旅游文化城项目就是这样的“市民消费综合体”，这种“市民消费综合体”将改变城市居民的生活和消费方式，在电商大幅度蚕食实体商店业务情况下，万达集团开发的这种满足市民吃喝玩乐与购物的综合体避开了电商的挑战，同时对于文化旅游业也是一个考验。

以上从宏观上审视了安徽省文化产业的总体趋势。下面我们分别从2013年安徽省文化产业发展环境、安徽省文化产业三大门类发展速度、安徽省文化产业增加值构成角度分析安徽省文化产业的结构特点。

第一节 安徽省文化产业发展环境分析

2013年安徽省文化产业发展环境进一步改善，主要表现在基础性投入成效显著，文化产业政策引导适当，文化产业观念深入人心，投资环境进一步优化。

安徽省近些年加大了文化产业基础设施建设的投入，安徽省发展文化产业的环境有了根本性的改善。主要表现在基础设施体系已经构建完成，基础设施质量有了进一步提高，如表1-2所示。博物馆数量从2009年的68个增长到2013年的150多个，5年间翻了一倍多。举办各类展览30多场，参观人数在2013年首次超过100万人次，标志着安徽人文化生活质量进一步提高。公共图书馆从2008年的89个增加到2013年的103个，增加了15.73%；总藏书量从2008年的1081万册增加到2013年的2764.4万册，增加了155.6%，借阅量在2013年达到新高，逼近千万人次。县级以上文化馆、站从2008年的1493个增加到2013年的1563个，增加了4.69%，乡镇文化站也达到了1286个。举办的各类展览在2013年达到5000次，组织文艺活动和举办各类培训班次数也达到了48000场次。全省移动电话用户从2008年的1715万户发展到2013年的4305万户，增长了151%，与文化产业密切相关的互联网基础设施发展迅速，互联网宽带接入用户从186万户上升到2013年的550万户。居民文化消费能力进一步增强，城市居民人均文化消费从2008年的526元增加到2013年的1078元，5年间增长了104.9%。城市公园也从2008年的210个增加到2013年的305个，5年间增加了45%。

全省 16 个地市都加大了公共文化基础设施的投入，每个市都有大动作，这里仅举三个市的例子。

12 月 30 日，安徽省美术馆、安徽省科技馆、安徽百戏城三大重点公共文化项目在合肥市滨湖新区开工建设，预计 2016 年建成。三大场馆又将进一步改善安徽省尤其是省会合肥市的公共文化环境。

淮南市投资 3 亿元建设淮南市艺术中心，同时还建设市图书馆、文化馆、美术馆、少儿艺术研发展示基地，建筑面积达到 4.5 万平方米。

蚌埠市“三馆一场”即将投入使用，总投资 7.5 亿元，占地约 300 亩，建筑面积 6.83 万平方米，由博物馆、规划馆、档案馆和市民广场组成，其中博物馆 3.39 万平方米，规划、档案馆 3.44 万平方米。

表 1-2 文化主要基础设施增加情况

指 标	2008	2009	2010	2011	2012	2013	5 年增 长率 (%)
公共博物馆 (个)	—	68	120	131	141	150	120.5
公共图书馆 (个)	89	89	88	100	102	103	15.73
县市文化馆 (个)	1493	1480	1509	1530	1554	1563	4.69
宽带互联网用户 (万户)	186	270	342	457	507	550	195.7
城市公园 (个)	210	219	247	265	287	305	45.2

政策支持方面，安徽省委、省政府制定的政策主要是围绕文化强省这个大方针做了大量的后续工作，发布了《关于大力发展民营经济的意见》、《关于促进经济持续健康较快发展的意见》、《关于进一步深化文化体制改革的意见》、《安徽省传统工艺美术保护和发展办法》、《安徽省人民政府办公厅关于促进电影产业繁荣发展的意见》、《安徽省人民政府办公厅关于加快数字出版产业发展的意见》、《安徽省人民政府办公厅关于促进广告业发展的意见》等重要文件。这些政策的出台具有适时性和预见性与安徽省文化产业发展节奏合拍。各地级市根据各地发展的具体情况，也纷纷出台了各项鼓励和扶持文化产业发展的措施和政策，有力保障了安徽省文化产业发展。

2013 年，全省各级政府真正达成了共识，发展文化产业不是烧钱的面子工程，而是关系到各地经济发展质量的重大工程，文化产业是不可或缺的行业，也是不能不强大的产业。在 2013 年，各地借发展文化产业之名开发房地产业之实的事情少了，这个转变说明发展文化产业已经

深入人心。

2013年,安徽省“861”行动计划安排文化产业项目229个,年度计划投资267.23亿元,实际投资远远超过了这个数字,仅仅合肥市就完成文化产业固定资产投资310.1亿元,增幅居各大产业之首。16个地市用于文化产业的投资合计将达到1000亿元。这个现象说明投资商十分看好安徽省文化产业的发展,金融资本已经加大投资文化产业力度,投资环境获得根本性改善。

第二节 文化产业三大门类发展速度分析

文化产业分类目前还没有统一的标准。2012年国家统计局公布了《文化及相关产业分类》的2012版,本报告采用该分类法,并且根据我们的理解对相近的行业做了少量的合并。这里,我们按照国家统计局的一般做法,将文化产业分为文化产品及设备的制造业、批发零售业和文化服务业三大门类,选择经安徽省统计局最后校正的数据,制定出安徽省文化产业三大门类的增加值表,如表1-3所示。这个表的增加值是指规模以上企事业单位创造的增加值,不包括未能上规模的中微小企业创造的增加值。

表1-3 三大门类规模以上企事业单位创造增加值及比率(单位:亿元)

指 标	2011	2012	2013
文化产业制造业增加值	198	251	314.11
占当年三大门类增加值比率	69.2%	69.7%	70.1%
文化产品批发零售业增加值	24	35	49.2
占当年三大门类增加值比率	8.4%	9.7%	10.93%
文化服务业增加值	64	74	85.84
占当年三大门类增加值比率	22.4%	20.6%	18.97%

从表1-3看,安徽省文化产品及其设备制造业占绝对优势,从2011年到2013年,占三大门类比率有所增长。文化服务业排在第二位,三年平均起来占据三大门类增加值的五分之一左右,但所占比重呈现下降趋势,说明文化产业服务业发展速度跟不上时代,这一点应当引起重视,它关系到文化产业吸纳就业的能力。批发零售业所占比重比较低,

但三年内有所增长，到 2013 年由个位数前进到两位数。由此可见，目前生产性的文化产业在安徽省文化产业中占据举足轻重的地位。这是因为安徽省目前的文化产业还处在规模性扩张期，大力发展文化产品制造业是提高文化产业增加值的主要途径。

一、安徽省文化产业制造行业构成分析

安徽省文化产业的制造业具体在哪些行业具有优势呢？为此，我们重点分析了安徽省文化产业制造业 2013 年规模以上行业创造增加值的情况，如表 1-4 所示。这个表格从安徽省文化产业制造业构成角度反映创造增加值情况。

表 1-4 2013 年安徽文化产业制造业规模以上企事业单位增加值构成

名 次	指 标	增加值（亿元）	占制造业比率（%）
1	印刷包装业	84.57	26.92
2	电视机及相关设备器材制造	64.89	20.65
3	工艺美术品制造	57.71	18.37
4	文化用纸制造	32.15	10.24
5	其他电子设备制造	14.43	4.59
6	玩具制造	12.97	4.13
7	照明灯具制造	12.61	4.01
8	信息化学品制造	10.40	3.31
9	烟花爆竹类产品制造	7.36	2.34
10	文化用油墨颜料类产品制造	6.62	2.10
11	文具制造	4.77	1.52
12	复印印刷设备制造	2.53	—
13	音响与影视录像设备制造	1.95	—
14	游艺娱乐用品	0.75	—
15	园林陈设艺术及其他陶瓷制品制造	0.24	—
16	乐器制造	0.16	—
合 计		314.11	

从上表看，安徽文化产业制造业中，印刷包装业最为显赫，占了四

分之一；其次是电视机以及广播电视设备制造业，占了五分之一；工艺美术品制造占第三位，文化用纸制造第四位。前四位占据了文化产业制造业的 70% 以上。

为了进一步揭示安徽省文化产品制造业的特点，我们从中选出包装印刷业、电视机及相关设备器材制造业、工艺美术品制造业、文化用纸制造业四个类别作进一步分析。

（一）印刷包装业情况

包装印刷业也有自己的构成，我们将国民经济中有独立代码的包装装潢及其他印刷业、书报刊印刷业、本册印刷业、装订及印刷相关服务业四个行业归纳在内，如表 1-5 所示。

表 1-5 包装印刷业增加值构成分析

行 业	增加值（亿元）	占本行业比重（%）	占制造业比重（%）
包装装潢及其他印刷	70.32	83.15	22.39
书、报、刊印刷	10.30	12.18	3.28
本册印刷	2.08	2.46	—
装订及印刷相关服务	1.87	2.21	—
合 计	84.57		

这个表包含四个行业，第一个行业是包装装潢及其他审美性印刷业，这类印刷业以其审美性追求，被视为文化产业。书报刊印刷和本册印刷属于知识传播性印刷业，当然属于文化产业。包装装潢类印刷占据绝对地位，贡献的产值高达 80%，产品审美性包装是包装印刷业的主要赢利行业，远远超过了纯粹文化知识传播性的书报刊物印刷，说明安徽省包装印刷业产品审美性包装印刷需求量是第一位的，知识传递性产品印刷包装不能与之相提并论。

印刷包装业位居第一，说明传统文化制造业在安徽省依然处在举足轻重的位置，同时说明安徽省文化产业新业态发展的空间仍然很大。活字印刷是古代中国的四大发明之一，活字印刷的先驱者毕昇是徽州人。现在印刷术已经进入电子时代，印刷术的革新日新月异，希望安徽人能