



文化创意产业风险管理实务丛书

文化创意产业 法律操作实务

李德成 主编

系统梳理文化创意产业不同版块的法律实务，
旨在帮助规范文化创意产业法律服务，助力文化创意产业发展

The Legal Practice of
Cultural and Creative Industries



法律出版社
LAW PRESS · CHINA



文化创意产业风险管理实务丛书

文化创意产业 法律操作实务

李德成 主编

The Legal Practice of
Cultural and Creative Industries



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

图书在版编目(CIP)数据

文化创意产业法律操作实务 / 李德成主编. —北京:
法律出版社, 2010. 4
ISBN 978 - 7 - 5118 - 0677 - 2

I. ①文… II. ①李… III. ①文化—产业—行政管理—
法规—中国 IV. ①D922.16

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 057178 号

文化创意产业法律操作实务
主编 李德成

编辑统筹 法律应用出版分社
责任编辑 何海刚
装帧设计 乔智炜

© 法律出版社·中国

出版 法律出版社
总发行 中国法律图书有限公司
经销 新华书店
印刷 北京北苑印刷有限责任公司
责任印制 陶 松

开本 787×960 毫米 1/16
印张 41.25
字数 842千
版本 2010 年 8 月第 1 版
印次 2010 年 8 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

网址/www.lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792/9779

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

重庆公司/023-65382816/2908

北京分公司/010-62534456

西安分公司/029-85388843

上海公司/021-62071010/1636

深圳公司/0755-83072995

书号:ISBN 978 - 7 - 5118 - 0677 - 2

定价:88.00 元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

前 言

文化创意产业是指依靠创意人的智慧、技能和天赋,借助高科技对文化资源进行创造与提升,通过知识产权的开发和运用,产生出高附加值产品,具有创造财富和就业潜力的产业。很显然,文化创意产业的发展与知识产权保护的关系非常密切。十几年来知识产权法律服务的经验告诉我,法律服务业与文化创意产业一样,需要创新,需要提升,否则无法提供高附加值的法律服务产品,无法满足文化创意产业的法律服务需求。

法律服务的创新,需要知识、需要经验、需要能力。针对文化创意产业的法律服务,不仅需要知识与经验,而且需要能力。因为,文化创意产业所涉及的新问题、新方法、新方案、新措施、新思路,甚至新格局、新战略、新形势等,带来了新的难题和新的机会,能否解决这些难题,能否抓住这些机会,需要在知识与经验基础上形成的能力。为企业、创意主体、政府管理机关、立法机构提供解决问题的方法,提供处理事务的方案,这就是当前形式下律师行业所迫切需要的经验与能力。然而,提供包括针对立法、执法和司法等对象在内的法律服务所需要的经验与能力从何而来?

我认为,法律服务的经验与能力,取决于对法律资源的利用与控制!

文化创意活动,不是对传统文化的简单复制,而是依靠人的灵感和想像力,借助科技对传统文化资源的再提升。从这个意义上讲,法律服务的创新与文化创意活动,有相似之处。文化创意产业属于知识密集型新兴产业。法律服务行业,也是知识密集型的,虽然不是新兴的产业,但是,如果要实现法律服务的创新,需要具有文化创意产业的特征。比如,创新法律服务要具有高知识性的特征,要了解信息技术、传播技术和自动化技术,要配合服务对象的高知识性和智能化需求。又比如,文化创意产业的高附加值特征,这也是创新法律服务所要学习的。我们知道,文化创意产业处于技术创新和研发等产业价值链的高端环节,具有高附加值特征。法律服务创新要具备高附加值特征,就必须紧扣技术创新与研发,并结合科技和文化特性,提供针对性的法律解决方案。再比如,文化创意产业的强融合性特征,也给法律服务的创新产生重要的启示。文化创意产业是经济、文化、技术等相互融合的产物。法律服务业务领域的创新,往往是已知或者成熟业务中心辐射圈交叉所形成的新的圆心,并在此基础上形成业务核心逐步地发展起来的,所以,与文化创意产业一样具有高度的融合性、较强的渗透性和辐射力。

基于对法律服务创新的追求与文化创意产业的热爱,文化创意产业法律服务成为我们律师业务领域的重要组成部分。

文化创意产业法律服务需要有其特有的“圈子”,否则无法说到一起去,劲也就无法使到一起来。要建立“圈子”,必须要有人对这个领域的法律规范做个梳理,不然提升无法谈起!

这件事情说起来容易,但是真的要做,并非易事。首先要解决的问题是,文化创意产业包括什么?按照联合国教科文组织的观点,文化创意产业包含文化产品、文化服务与知识产权三项内容。也有观点认为,我国文化创意产业可以分为五大类,即文化艺术、创意设计、传媒产业、软件计算机服务和创意产业教育等。不论是按照哪种观点进行分类,与其相对应的政策与法律规范都具有明显的条块性和局限性。于是,对不同版块相关领域的法律规范进行梳理就显得更有价值。

为了使读者手里拿到的这本书貌似有点价值,于是才有了前面这段似是而非的话。但是,我们是认真的,并且一直在不断地努力着!本书是在两年前法律出版社出版的《文化传媒业政策法规精解》一书的基础上修订、补充完成的。本来希望能够使其内容全面、丰富,但是能力、水平与精力有限,只包括五编内容,分别是:(1)影视与音像;(2)演出与娱乐;(3)网络文化;(4)书报刊市场;(5)文物与艺术品。

两年来,我从一而终地参与了《网络游戏管理暂行办法》的制定和工作文件的起草工作,对其有全面而深入的了解,有很多的心里话想说。该办法将于2010年8月1日起实施,这是一件值得庆贺的事情。可是,因为时间的关系,本书没有将其纳入进来,非常遗憾!期待着再次修订时予以弥补!

本书得以出版是大家共同努力的结果,在此表示良好的祝愿和衷心的感谢!按照编、章顺序分工如下:

- 第一编“影视、音像产业法律实务”由蔡鹏编写;
 - 第二编“演出与娱乐市场法律实务”由刘林森编写;
 - 第三编“网络文化与其他文化市场法律实务”由陈际红编写;
 - 第四编“书报刊市场法律实务”由李德成编写;
 - 第五编“文物与艺术品市场法律实务”由马林艳编写。
- 希望能够得到广大读者的批评与指正!

李德成 敬书

2010年7月3日于北京

第一编 影视、音像产业法律实务 / 1

第一章 电视剧法律实务 / 3

- 第一节 简介 / 3
- 第二节 电视剧的制作机构 / 5
- 第三节 电视剧的制作管理 / 10
- 第四节 电视剧的备案公示 / 19
- 第五节 电视剧的发行和播放 / 22
- 第六节 电视剧的进口与出口 / 26
- 第七节 动画片电视剧的管理 / 28

第二章 电影产业法律实务 / 33

- 第一节 电影活动主体 / 33
- 第二节 制片 / 45
- 第三节 审查 / 59
- 第四节 电影片的进出口 / 65
- 第五节 发行和放映 / 68
- 第六节 电影事业发展专项资金 / 70
- 第七节 电影档案管理 / 76

第三章 音像市场法律实务 / 83

- 第一节 音像制品管理条例 / 83
- 第二节 音像制品制作法律实务 / 87
- 第三节 音像制品出版法律实务 / 90
- 第四节 音像制品内容审查法律实务 / 97
- 第五节 音像制品复制法律实务 / 100
- 第六节 音像制品市场管理法律实务 / 104
- 第七节 中外合作音像制品分销企业的法律实务 / 113
- 第八节 音像制品进口法律实务 / 118
- 第九节 音像制品的资料管理 / 123
- 第十节 音像制品的其他法律实务 / 127

第二编 演出与娱乐市场法律实务 / 137

第四章 演出市场法律实务 / 139

- 第一节 演出市场法律实务概述 / 139
- 第二节 营业性演出经营主体及其设立 / 140
- 第三节 营业性演出规范 / 144
- 第四节 政府支持及相关的监督管理 / 150
- 第五节 演出证管理 / 152
- 第六节 法律责任 / 153

第五章 娱乐文化市场法律实务 / 162

- 第一节 娱乐文化市场概述 / 162
- 第二节 娱乐文化活动场所的定义及种类 / 163
- 第三节 娱乐文化活动场所的设立及审批 / 164
- 第四节 娱乐文化经营活动及主要民事法律关系处理 / 169

第三编 网络文化与其他文化市场法律实务 / 177

第六章 互联网文化概述 / 179

第七章 互联网文化单位 / 181

第八章 互联网文化产品 / 188

第九章 互联网游戏 / 191

第十章 互联网信息、音视频传播、新闻与 BBS 服务 / 202

第十一章 互联网上网服务营业场所 / 209

第十二章 《信息网络传播权保护条例》 / 213

第十三章 互联网文化单位设立网站申请和审批流程 / 217

第四编 书报刊市场法律实务 / 229

第十四章 出版法律实务 / 231

- 第一节 出版管理条例 / 231
- 第二节 图书出版管理规定 / 240
- 第三节 电子出版物管理规定 / 251
- 第四节 内部资料性出版物的管理 / 267
- 第五节 新闻出版保密的相关规定 / 269
- 第六节 重大选题备案制度的相关规定 / 271

第十五章 书报刊管理的一般性规定 / 274

- 第一节 出版单位的主办和主管单位 / 274
- 第二节 关于书刊版号的相关规定 / 277
- 第三节 地图编制出版 / 279
- 第四节 法规汇编编辑出版 / 283
- 第五节 新闻出版行业标准化 / 286

第十六章 出版物的市场管理 / 291

- 第一节 出版物市场管理规定 / 291
- 第二节 外商投资出版物分销企业 / 304
- 第三节 有关非法、违禁出版物的管理规定 / 311
- 第四节 其他有关出版物市场管理的规定 / 315

第十七章 图书管理实务 / 319

- 第一节 图书质量管理的相关规定 / 319
- 第二节 特殊图书管理的相关规定 / 329

第十八章 报刊管理的一般性规定 / 345

- 第一节 报纸管理一般性规定 / 345
- 第二节 报纸管理的特别规定 / 386
- 第三节 期刊管理一般规定 / 396
- 第四节 科技期刊管理的规定 / 410
- 第五节 报刊管理的其他规定 / 419

第十九章 印刷业的管理 / 429

- 第一节 印刷业管理条例 / 429
- 第二节 印刷经营者的管理 / 437
- 第三节 其他印刷管理法律实务 / 443

第二十章 出版管理行政处罚实施办法与刑事责任 / 451

- 第一节 《出版管理行政处罚实施办法》的规定 / 451
- 第二节 违反新闻出版法律法规的刑事责任 / 461

第五编 文物与艺术品市场法律实务 / 471

第二十一章 文物保护的基本法律法规 / 473

- 第一节 文物保护法 / 473
- 第二节 文物保护法实施条例 / 488

第二十二章 文物管理的法律实务 / 498

- 第一节 博物馆藏品管理规定 / 498

第二节 文物藏品定级标准 / 503

第三节 文物复制管理的法律实务 / 511

第二十三章 文物进出境法律实务 / 514

第一节 文物进出境审核管理办法 / 514

第二节 文物出境展览管理规定 / 517

第三节 文物出境审核标准 / 521

第四节 关于实施《文物出境审核标准》的补充通知 / 527

第二十四章 文物修缮与文物工程的法律实务 / 528

第一节 文物保护单位管理的法律实务 / 528

第二节 纪念建筑、古建筑、石窟寺等修缮工程管理的法律实务 / 531

第三节 文物保护单位勘察设计资质管理的法律实务 / 536

第四节 文物保护单位施工资质管理法律实务 / 540

第五节 文物保护单位审批管理暂行规定 / 545

第二十五章 古籍保护的实务 / 548

第一节 关于进一步加强少数民族古籍保护工作的实施意见 / 548

第二节 国务院办公厅关于进一步加强古籍保护工作的意见 / 553

第三节 《国家珍贵古籍名录》申报评审暂行办法 / 556

第四节 “全国古籍重点保护单位”申报评定暂行办法 / 557

第五节 拓印古代石刻的法律实务 / 558

第二十六章 考古工作的法律实务 / 560

第一节 古人类化石和古脊椎动物化石保护管理办法 / 560

第二节 关于加强基本建设工程中考古工作的指导意见 / 561

第三节 古生物化石管理办法 / 566

第二十七章 文化古迹保护的实务 / 569

第一节 长城保护条例 / 569

第二节 风景名胜区条例 / 574

第三节 历史文化名城名镇名村保护条例 / 581

第四节 文物拍摄管理暂行办法 / 588

第五节 关于加强涉及自然保护区、风景名胜区、文物保护单位等环境敏感区影视拍摄和大型实景演艺活动管理的通知 / 591

第二十八章 美术艺术品保护的实务 / 594

第一节 美术品经营的实务 / 594

第二节 传统工艺美术保护条例 / 597

第三节 文化艺术品出国和来华展览法律实务 / 600

第四节 城市雕塑管理的实务 / 601

第五节 关于城市雕塑建设工作的指导意见 / 603

第六节 关于规范珠宝首饰艺术品评估管理有关问题的通知 / 605

第七节 “中国民间文化艺术之乡”命名办法 / 606

第二十九章 文物艺术品拍卖的法律实务 / 608

第一节 拍卖管理办法 / 608

第二节 文物拍卖管理的法律实务 / 616

第三节 国家税务总局关于加强和规范个人取得拍卖收入征收个人所得税有关问题的通知 / 619

第三十章 保护文化遗产的法律实务 / 622

第一节 世界文化遗产保护管理办法 / 622

第二节 关于加强老字号文化遗产保护工作的通知 / 625

第三节 地方志工作条例 / 626

第三十一章 文化保护单位 / 630

第一节 博物馆管理办法 / 630

第二节 美术馆工作暂行条例 / 635

第三节 群众艺术馆、文化馆管理的法律实务 / 637

第四节 艺术档案管理的法律实务 / 640

附录 法律法规、规范性文件、领导讲话、新闻发布会及相关新闻报道检索 / 644

第一编

影视、音像产业法律实务

- ◆第一章 电视剧法律实务
- ◆第二章 电影产业法律实务
- ◆第三章 音像市场法律实务

第一章 电视剧法律实务

第一节 简介

一、电视剧的基本定义和介绍

电视剧是我们都非常熟悉且喜闻乐见的一种艺术表现形式,通常来说,它是主要使用摄像机等电子设备把编写的故事情节拍摄成固定或者不固定时间长度的节目形式。就法律的定义而言,电视剧系指采用电子摄录手段制作的有故事情节电视(录像)节目。

由于我国对电视剧实行行政管理制度,因此制作播放电视剧涉及大量的审批流程,基本的流程是:制作单位成立后,首先要取得相关的拍摄许可证明(包括各种许可证);然后对其电视剧的题材规划、境内外演职员等进行上报批准;获得相关的批准后,制作单位即可进行电视剧制作和拍摄;拍摄完成后,需要获得电视剧的发行批准;获批后与各家电视台签约发行并播放。

可见,从电视剧的制作机构成立到一部电视剧的完成,中间涉及众多的法律环节。以下,我们将从现在我国电视剧市场以及法律环境开始,对电视剧中涵盖的法律问题做相关介绍。

二、电视剧市场及法律环境的基本介绍

(一)当前我国电视剧产业发展的形势

改革开放以来,我国的电视剧产业随着国家的经济发展、科技进步和人民生活水平的提高,取得了显著的成绩,形成了相当的规模,具有了良好的产业发展基础。据不完全统计,我国现有电视剧制作机构 300 多家,年生产电视剧 1000 多部 10000 多集,广播电视人口综合覆盖率已达到 90% 以上。从电视剧的生产制作量、整体技术水平和规模以及实际覆盖人口来看,我国已经成为电视剧制作大国,电视剧已成为整个广播影视产业的龙头和支柱。同时与电视剧产业发展相伴随,电视剧广告收入到 2002 年全年超过数十亿元。随着电视剧市场的逐步放开,电视剧的制作发行主体也由原来的单一国有主体趋向多元化主体发展。据有关部门统计,在 2002 年,全国电视剧投资总额 20 多亿元,其中 80% 来源于民营机构,也就是说,民营机构实际上是中国电视剧制作的主力军。

2004年10月28日,广电总局和商务部正式颁布了《中外合资、合作广播电视节目制作经营企业管理暂行规定》,确定了中外合资电视剧制作公司的合法地位,也标志着我国电视剧产业进入一个发展更加快速、竞争更加激烈的时代。

(二)当前我国电视剧产业发展的问题

我国电视剧产业发展既有良好的基础和条件,但也存在困难和问题。主要表现在以下情况:

一是从总体上看,我国电视剧产业还只是处于起步、探索的初级阶段,产业发展很不充分,经济总量规模比较小,与发达国家相比实力还比较弱,竞争力不强,电视剧产品的进口大大超过出口。

二是长期以来我国电视剧拍摄和制作实行计划事业型为主的体制,不区分经营性和公益性事业,按行政区划设置,条块分割严重,已很不适应改革开放和社会主义市场经济的发展要求,不符合电视剧产业自身的特点和规律,严重影响和制约了电视剧产业发展。因此电视剧制作的体制机制问题,已经成为其发展的主要障碍。

三是电视剧产业发展很不平衡。东部、中部、西部,发达地区与不发达地区,城市与农村,差异很大。东部发达地区和城市产业发展比较好,效益也比较明显,西部不发达地区和农村则比较差。

四是立法不尽完善,不能以法律充分规范电视剧经营中的全部行为,多数仍以行政手段代替。

(三)当前我国电视剧立法情况介绍

由于我国法律体制和电视剧管理的历史原因,国家到现在而仍然没有一部全国人民代表大会通过的法律来规范电视剧产业。一直以来,是由国家广播电影电视总局行使管理和行政立法两项功能,颁布了包括《广播电视管理条例》、《电视剧管理规定》、《广播电视节目制作经营管理规定》等数十部行政规章,基本上涵盖了从电视剧立项规划、题材审批、制作以及发行等电视剧制作的各个环节和步骤。

但从现有立法上看,电视剧的产业政策 and 法律法规还不完善。现有的政策和法律法规大多只是适应计划经济体制的要求,更多考虑的是如何办事业,较少考虑产业的发展特别是社会主义市场经济条件下产业的发展问题。

而且我国对电视剧的管理制度比较严格,以行政许可的方式对电视剧的拍摄主体以及拍摄内容形成诸多限制。但是随着进入WTO以及国外传媒巨头的渗透,国家逐步对民营电视机构和外资放开了政策限制:在2003年和2004年,共有24家实力雄厚的民营电视剧拍摄机构获得了“电视剧制作许可证(甲种)”;在2004年10月28日,国家广播电影电视总局发布了《中外合资、合作广播电视节目制作经营企业管理暂行规定》,外资可以通过组建合资公司的形式,拍摄动画片、电视剧等。而且,随着《行政许可法》的颁布和实施,制定和规范电视剧法律法规也在逐步进行。可以看出,现有法律环境对电视剧的拍摄程序和内容管理仍然较严,但是对于电视剧的拍摄主体已经趋向完全放开。

为了规范日益激烈的竞争和完善影视方面的立法,我国正在积极推动《广播影视传输保障法》、《广播电视法》和《电影法》等重要法律的起草和颁布实施。

第二节 电视剧的制作机构

一、基本介绍

(一)定义

影视制作经营机构(以下简称制作机构),是指从事电视剧、电视综艺及电视专题节目和动画故事节目的制作、复制、发行等活动的单位。国家对设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动实行许可制度,设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动应当取得“广播电视节目‘制作经营许可证’”(以下简称“制作经营许可证”)。但是,依法设立的广播电台、电视台制作经营广播电视节目无须另行申领“制作经营许可证”。

国家鼓励境内社会组织、企事业单位(不含在境内设立的外商独资企业)设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动。以下将专门介绍制作机构的设立程序(鉴于中外合资、合作成立的影视制作机构设立审批程序比较特殊,将在本节第五项中专门介绍)。

(二)设立条件

设立制作机构,依照法律规定,在符合《公司法》规定的设立公司一般条件外,还须符合以下申领“制作经营许可证”的条件:

- (1)应当符合国家有关广播电视节目制作产业发展规划、布局 and 结构;
- (2)具有独立法人资格,有符合国家法律、法规规定的机构名称、组织机构和章程;
- (3)有适应业务范围需要的广播电视及相关专业人员、资金和工作场所,其中企业注册资金不少于 300 万元人民币;
- (4)在申请之日前 3 年,其法定代表人无违法违规记录或机构无被吊销过“广播电视节目制作经营许可证”的记录;
- (5)法律、行政法规规定的其他条件。

二、“制作经营许可证”的申请程序

依法取得“制作经营许可证”是制作机构与其他公司的最重要差别,也是制作机构获准拍摄电视剧的首要条件,因此获得“制作经营许可证”对于制作机构来说尤为重要。

制作机构获取“制作经营许可证”,应当准备以下材料:

- (1)申请报告。
- (2)广播电视节目制作经营机构章程。
- (3)广播电视节目“制作经营许可证”申领表。

(4) 主要人员材料:

① 法定代表人身份证明(复印件)及简历;

② 主要管理人员(不少于三名)的广播电视及相关专业简历、业绩或曾参加相关专业培训证明等材料。

(5) 注册资金或验资证明。

(6) 办公场地证明。

(7) 企事业单位执照或工商行政部门的企业名称核准件。

中央单位和一般企业的“制作经营许可证”取得程序并不相同。一般来说,在京的中央单位及其直属机构申请“制作经营许可证”,须报国家广播电影电视总局审批;而其他机构申请“制作经营许可证”,向所在地广播电视行政部门提出申请,经逐级审核后,报省级广播电视行政部门审批。

三、“制作经营许可证”的颁发和效力

“制作经营许可证”的审批机关应在收到齐备的申请材料之日起的 20 个工作日内做出批准或不批准的决定。对符合上述设立条件以及准备的材料齐全的,审批机关应为申请机构核发“制作经营许可证”;对不批准的,应向申请机构书面说明不予批准的理由。

省级广播电视行政部门应在做出批准或不批准决定之日起的一周内,将审批情况报国家广播电影电视总局备案。“制作经营许可证”由国家广播电影电视总局统一印制,有效期为 2 年。

经批准取得“制作经营许可证”的企业,凭许可证到工商行政管理部门办理注册登记或业务增项手续。工商部门批准后,制作机构可以在法律规定的范围内从事影视制作等业务活动。

四、其他有关方面

(一) 关于分支机构

已经取得“制作经营许可证”的制作机构需在其他省、自治区、直辖市设立具有独立法人资格的广播电视节目制作经营分支机构的,须按上述介绍的申领程序,向分支机构所在地的省级广播电视行政部门另行申领“制作经营许可证”,并向原审批机关备案;设立非独立法人资格分支机构的,无须另行申领“制作经营许可证”。

(二) 制作机构的相关业务范围

广播电视时政新闻及同类专题、专栏等节目只能由广播电视播出机构制作,其他已取得“制作经营许可证”的机构不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目。

“制作经营许可证”的取得是进行广播电视节目制作、发行以及转让各个许可的基础。依据法律规定,从事广播电视节目的版权交易、转让、交换及代理等经营交易活动,必须由取得“制作经营许可证”的机构进行,未取得“制作经营许可证”的机构或个

人不得从事任何广播电视节目的制作业务。凡是取得“制作经营许可证”的单位,经音像市场主管部门核准,可从事音像制品的制作经营业务。

(三)年检制度

制作机构必须按规定参加有关年检。有违规违纪制作、发行广播电视节目的,省级以上广播电视行政部门视情况,给予警告、暂停其相应资格直至吊销许可证的处分。被吊销“制作经营许可证”的机构,3年内不得申请设立广播电视节目制作机构及开展节目制作业务,其法定代表人3年内不得继续从事与广播电视节目制作相关的业务。根据“谁批准谁负责”的原则,省级广播电视行政部门应在每年第一季度内,对已经批准但无上级主管单位或业务主管单位的制作机构,进行重新审核,凡符合要求的,应纳入本省(自治区、直辖市)广播电视行业管理范围;不符合要求的,则应撤销其“广播电视节目制作经营许可证”。

五、中外合营影视制作机构的设立

(一)合营企业的设立主体

在2004年,国家放开了中外合资、合作广播电视节目制作经营企业资格。中外合资、合作广播电视节目制作经营企业是指境外专业广播电视企业(以下简称外方)与中国广播电视节目制作机构和境内其他投资者(以下简称中方)在中国境内合资、合作设立专门从事或兼营广播电视节目制作发行业务的企业(以下简称合营企业)。对于外商独资广播电视节目制作经营企业,国家仍在禁止设立。

可以看出,法律对合营企业的主体有严格的限定。外方必须是专业广播电视企业,包括电台、电视台或专业的影视节目制作机构,并且应自申请之日起的前3年内没有对我国不友好的记录。

中方也应有一方为广播电视节目制作经营机构或电视剧制作机构。境内电台、电视台等播出机构不能与境外机构合作设立合营企业。中方申请机构中持“广播电视节目制作经营许可证”或“电视剧制作许可证(甲种)”的,应自申请之日起的前3年内没有被省级以上广播电视行政管理部门处以警告、通报批评和暂停制作资格等不良记录。该申请机构所持广播电视节目“制作经营许可证”或“电视剧制作许可证(甲种)”未满3年的,应在满3年后,方可提出有关合资申请。中方申请机构不具备“广播电视节目制作经营许可证”或“电视剧制作许可证(甲种)”资格的,应在申请之日起的前3年内,在当地工商、税务等部门中无违法违规记录。其法人机构在工商部门注册未满3年的,应在满3年后,方可提出有关合资申请。

(二)合营企业的设立条件和程序

合营企业设立必须符合以下条件:

(1)符合国家制定的广播电视节目制作业的发展布局规划。

(2)中外合营各方均具有独立法人资格。其中,中方应有一家为持有“广播电视节目制作经营许可证”或“电视剧制作许可证(甲种)”的机构;外方应为专业广播电视