

中国文化企业报告2012

陈少峰 张立波 主编

中国文化企业报告2012

陈少峰 张立波 主编

图书在版编目 (C I P) 数据

中国文化企业报告. 2012 / 陈少峰, 张立波主编.
— 北京: 华文出版社, 2012. 7

ISBN 978-7-5075-3802-1

I. ①中… II. ①陈… ②张… III. ①文化产业—企
业发展—研究报告—中国—2012 IV. ①G124

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第140914号

中国文化企业报告2012

主 编: 陈少峰 张立波

责任编辑: 张立坤 金 璐

出版发行: **华文出版社**

社 址: 北京市西城区广外大街305号8区2号楼

邮政编码: 100055

网 址: <http://www.hwcbs.com.cn>

投稿邮箱: sinoculturepress@yahoo.com

电 话: 总编室 010-58336239

市场营销部 010-58336267 58336270

责任编辑 010-63427615

经 销: 新华书店

印 刷: 北京佳顺印务有限公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 22

字 数: 330千字

版 次: 2012年7月第1版

印 次: 2012年7月第1次印刷

标准书号: ISBN 978-7-5075-3802-1

定 价: 48.00元

主办

北京大学文化产业研究院

中国文化产业前沿网

浙商文化促进会

主编

陈少峰 张立波

副主编

夏宝君 王 鸿 陈晓燕

编委（以姓氏笔画为序）

王 鸿 王国华 王齐国 王 穗 安 冬 许晓峰

朱 嘉 李兴旺 向 勇 纪 青 陈清华 陈少峰

陈安娜 陈晓燕 张胜冰 张立波 花 建 肖永亮

郑 蕾 范 周 胡晓明 夏宝君 徐世丕 章 军

蒋山红 魏鹏举

《中国文化企业报告(2012)》为国家社科基金重大项目“我国文化产业发展战略研究”(批准号:10zd&021)之子课题“中国文化企业发展战略”的阶段性研究成果。

前言

《中国文化企业报告 2012》(以下简称《报告》)所涉及的“文化企业”,主要是指以文化、艺术、传媒等业务及其相关服务为核心,主营业务为文化内容生产、新闻与文化传播、文化产品生产制造为主的企业(有限责任公司和股份有限公司),也包括有限责任公司形态的文化项目策划机构以及艺术工作室。本《报告》主要致力于对我国文化企业的基本概况、发展环境以及国家相关产业政策等进行分析,特别是通过重点分析文化产业发展趋势和竞争实力,透视中国国内文化企业的运营状况、内在规律以及发展前景,以此为文化产业相关企业或机构、文化产业投资机构了解目前中国文化产业动态、把握企业发展定位、进行战略决策提供有益的参考。

作为核心思想,《报告》着重关注我国文化企业的现实经营状态和商业模式的改进。首先,《报告》从产业运行的格局出发,关注文化产业的产业变动及其对文化企业经营所带来的实质性影响。特别是对于技术变动领域较大的文化企业,文化产业的数字化和平台化变动趋势给其带来了巨大的影响。为此,《报告》以产业发展趋势预测为基础,对包括政策、措施、商机、对策等在内的企业需关注的问题做出相应分析,以帮助文化企业更好地把握文化产业发展的基本态势和焦点,从而克服企业经营管理中存在的盲点或偏颇。其次,《报告》关注文化企业的发展与实践问题,着重关注企业经营的发展模式和商业模式创新,其中特别注重企业整体价值和企业投资(含公司上市与企业并购)、企业品牌

和产品品牌的发展、企业参与国际竞争和促进文化“走出去”的成效，以及如何通过履行企业的社会责任来实现企业的可持续发展等。

同时，《报告》也关注不同性质的文化企业及其在产业链中的地位和发展格局。按照产业链的形态，我们可以将文化产业细分为五个产业板块：文化内容产业、传媒与平台产业、文化服务与文化金融服务产业、艺术授权与延伸产品产业、一般的文化产品制造业。文化内容、传媒企业和文化服务企业是发展文化产业的主体，因而在本《报告》中，我们将着重分析前三大板块的文化企业发展格局。从总体上说，我国传媒和平台企业的实力比较雄厚，以国有企业为主。文化内容产业的生产或者内容提供商以民营企业为主，大多数企业的实力较弱，对我国发展具有竞争力的内容品牌具有不利影响。因此，《报告》更注重从不同侧面或角度来透视文化内容及服务企业的成长轨迹。

需要说明的是，本《报告》是在主编提出规划构想、并与执行主编共同厘定整体框架的基础上，各个部分由署名撰稿人独立完成并各负文责。在初稿统一修改之后，为了保持报告的整体系统和严谨，执行主编张立波博士又对《报告》各部分做了相应的修改润饰和内容调整的统稿工作。在这里必须说明的是，参与《报告》写作的人员所主笔的各个部分的内容，不同程度参考了有关领域已经发表的统计结果和有关专题报告的研究成果。除了特别加以注释或者说明之外，参考数据主要依据国家统计局、国家发改委、国家文化部、国家商务部、国家广播电影电视总局、国家新闻出版总署、中国期刊协会、中国行业研究网、中华报告网、国内外相关报刊杂志等的基础信息，所引述的内容主要采用已经在报刊上公开发表的相关文章或报告。在此，对于各有关机构和个人前期研究的辛勤付出及其对本《报告》所作出的基础性贡献一并表示诚挚的谢忱。

最后，需要稍作提醒的是，本《报告》属于分析型报告而不是一般意义上的调研统计型报告，其主要的特点和目标是通过进行对策性研究。在内容上侧重于对现有文化企业特点、问题进行相关分析，并根据文化产业发展趋势的特点，指出文化企业的商机所在和商业模式创新的方向，并针对文化企业存在的共性问题提出相应的改进对策和完善建议。《报告》已经采用或者即将采用当年度的文化企业的发展案例，随着我国文

化企业日新月异的发展和本报告体例日趋规整,《报告》将每年发布并出版一次。欢迎各界人士提供优秀文化企业在本年度发生的各种突破性和新进展的案例,被录用的企业案例将在《报告》中以署名方式发表。此外,为了扩大《报告》的相关实用信息量,期望从下一年度开始,《报告》将增加系列化的文化企业发展的推荐榜单,并将与有关行业协会或机构进行深度合作,发布中国文化企业的竞争力动态信息。

目 录

前 言	1
第一章 总述	1
第二章 产业结构与产业趋势	23
第三章 产业政策及相关扶持政策	61
第四章 文化内容企业发展	95
第五章 传媒企业（含新媒体企业）发展	111
第六章 文化服务企业发展	139
第七章 文化企业商业模式创新	165
第八章 文化企业人力资源开发	187
第九章 文化企业投融资与并购	207
第十章 文化企业上市	239
第十一章 文化产业集聚园与文化企业	273
第十二章 文化企业的国际竞争	291
第十三章 文化企业的社会责任	321
参考文献	339

第一章 总 述

2012年，文化企业将获得更宽松的环境，并在已有的基础上加快速度；文化企业上市成规模化；企业资源整合和并购加速；文化产业金融业初步形成，文化金融服务企业得到一定程度的发展；数字文化产业在文化产业整体所占比重有较大幅度的提升；文化企业之间的竞争加剧，同质化更为突出，两极化即向大企业和小企业方向的分化将更加分明。

作为本书的一个总纲，本章主要包括对《报告》全部内容的概要交代和主笔者个人对中国文化企业发展特点的分析两个部分。对中国文化企业发展特点的分析主要是对2011年1月1日至2012年3月31日这个时间段内中国文化企业的现状、发展趋势与变动特点的分析。同时，在对一年多来中国文化企业存在问题的总体分析的基础上，本章还适时地提出部分具体的对策性建议。

一、产业趋势

2011年至2012年间，中国文化产业的内部结构正在持续发生着深刻变化，可谓商机与挑战并在。尤其是数字领域的产业发展既带来很多商机，吸引企业加入该领域，也对传统文化产业的门类带来很大的冲击。预计在2012年全年内，文化企业将获得更宽松的环境，并在已有的基础上加快速度；文化企业上市成规模化；企业资源整合和并购加速；文化产业金融业初步形成，文化金融服务企业得到一定程度的发展；数字文化产业在文化产业整体所占比重有较大幅度

的提升；文化企业之间的竞争加剧，同质化更为突出，两极化即向大企业和小企业方向的分化将更加分明。

（一）基本格局

从总体上说，2011年至2012年年初，文化企业的特点在四个方面的表现最为突出：其一是转企改制速度加快；其二是数字文化产业和艺术品交易领域发展迅速；其三是平台企业进一步壮大；其四是跟风和同质化竞争问题依然比较严重。其中非常突出的是，数字文化产业正在成为主流的产业形态之一，相应地，传统文化产业的各个领域都遭遇到了不同程度的挑战。

在IT技术与文化服务领域，娱乐内容消费及其宽带服务逐渐超过了传统的话音服务。2011年的全球娱乐内容流量（数据流量）已经远远高于语音通信流量。而爱立信早在2009年年底就宣布，全球移动通信的数据流量已经超过语音流量。2011年全年，全球智能手机销售4.72亿部，占手机销售总额比重的31%，同比增长58%。2011年手机游戏用户1.62亿，预计2012年中国手机游戏用户将达到2.15亿。网络发展促进了网络零售业的发展。2011年，中国网络零售业交易额为7700亿元人民币。此外，已有的宽带和信息技术落后的现状进一步突出。全球通信协会2012年2月公布的数据显示，手机宽带连接速度最慢的两个国家分别是印度和中国（中国从75名下降到80名）。这也说明未来的数据流量（娱乐内容浏览和观影）的增长空间很大。再者，资源整合方面出现较大的突破。2012年3月，工信部宣布对广电系统发放许可证。这预示着广电与电信网络的三网融合将取得突破性进展，即双方（广电与电信）可以进行三网的融合经营。

传统新闻出版业的增速放缓，并将持续放缓。民营书店倒闭的格局进一步加剧。与传统文化相关的文化产业如戏曲和光盘销售等也遭遇很大的挑战。此外，电视收视率出现下滑趋势。据埃森哲公司对巴西、德国、法国、美国、中国、印度、日本、南非、瑞典、俄罗斯的消费者调查显示，在典型工作日观看广播电视或有线电视的消费者已经从2009年的71%下降到2011年的48%。他们转向在笔记本电脑、手机和平板电脑上读书或者观看电视。将近三分之一的消费者已经不再购买或者租赁DVD。^①总之，传统产业包括传统文化的演艺、音像制品、民营书店、电视收视等业务都受到一定程度的冲击。

^① 参阅《参考消息》，2012年1月11日，转载《福布斯》双周刊网站文章。

（二）增长较快的领域

数字文化产业（含手机游戏、移动应用、网络广告、电子阅读、网络视频、3D 影视等领域）、影视、会展、艺术品交易、设计、农业文化创意产业等是已经或者即将呈现的增长最快速的领域。

数字文化产业的用户数量和企业收入快速增长。中国互联网络信息中心的报告显示，截至 2011 年 12 月底，中国网民规模达到 5.13 亿，全年新增网民 5 580 万，其中 2.5 亿人上微博。2011 年 11 月底移动电话用户 9.64 亿，3G 用户 1.18 亿，手机网民 3.4 亿，移动互联网用户 3.96 亿。艾瑞咨询的报告显示，2011 年网络广告收入 511.9 亿元，同比增长 57.3%，已经超越报纸广告。在线视频行业市场规模达到 62.7 亿元，同比增长 99.9%，用户规模达到 3.25 亿人，预计 2012 年达到 126.3 亿元规模。《2011 年度中国游戏产业调查报告》显示，2011 年全年该产业收入规模达到 446 亿元，同比增长 34%。手机网络市场 17 亿元，增长 86%，它将带来 1 200 亿的网络宽带消费和其他各类消费。游戏企业的竞争日益加剧，大型企业的收入增长幅度更大，如腾讯公司 2011 年全年游戏收入达到 158 亿元，超过网易、盛大、完美世界、畅游等公司的游戏收入之和，增幅达到 66%。

广电总局公布的数据显示，2011 年电影票房 131.15 亿元，同比增长 28.93%。其中，国产片票房占 53.61%；3D 电影的票房达到 50 亿元，而国内公司仅有 5 亿元。

据中国拍卖行业协会统计，2011 年艺术品拍卖交易总额为 576.2 亿元，比 2010 年增长 45.2%。截至 2011 年年底，艺术品拍卖企业数量达 308 家，比 2010 年增加 56 家。其中，最大的拍卖公司为保利，经手交易金额为 121 亿元人民币。不过，2011 年秋拍金额相比春拍有所下降，预计 2012 年拍卖市场会适当减缓增长幅度。另据我们初步研究，保守估计 2011 年艺术品总交易额为 3 000 亿元左右；按收藏者交易额一万元估算，收藏领域的整体交易额在上万亿以上。

其他如会展、设计、广告等领域也取得较快增长。初步估算 2011 年会展业收入达到 2 600 亿元；设计领域以小企业为主，估计年收入在 3 000 亿元以上。此外，航空公司的传媒服务如果采取措施，也是增长较快的领域。作为传媒的主要收入部分，2011 年中国广告业继续保持较快发展，刊例金额为 6 693 亿元，实际金额约为 3 000 亿元，同比增长 14.5%。预计 2012 年全年增长 13% 左右。

二、政策措施

自 2011 年年初以来，文化产业政策总体看好。特别是 2011 年 10 月召开的中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议对发展文化产业做了新的部署。十七届六中全会发布的《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》（2011 年 10 月 18 日通过），以及 2012 年出台的《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》等顶层设计的文件，对发展文化产业做了比较系统全面的规划。伴随着各地更加重视文化产业并提出相应的激励措施。就具体政策而言，中央进一步鼓励文化企业上市，加大市场化改革力度，推动金融领域扶持文化产业发展，以及各地政府采取的跟进政策和措施，将有助于文化企业的发展壮大。其中不利的一面在于，民营文化企业还受到一定的不公平待遇制约和投资门槛限制，没有作为国家重点扶持的龙头企业来同等对待。

（一）利好的政策因素

中央高度重视并指导出台推动发展的政策，有关部委出台加快文化企业上市的政策指导意见，金融机构更加积极地关注文化企业的融资问题和文化产权交易平台建设。这对于企业扩大融资渠道、并购发展带来十分积极的影响。

民营文化企业受到重视。中共十七届六中全会的决定对推进文化产业发展带来持续性影响。《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》提出“毫不动摇地鼓励和引导各种非公有制文化企业健康发展”的指导意见，对民营文化企业起到一定的保护作用。

文化产业纳入区域发展规划。2011 年开始的“十二五”规划发展时期，推动文化产业成为国民经济的支柱性产业。各级政府除了制定文化产业发展规划之外，还将出台一系列的扶持政策、措施和奖励基金，也包括成立文化产业投资公司。一些区域采取较大的扶持政策或措施，发展速度加快。北京市和广东省的文化产业发展最为引人注目，特别是北京市采取的各项举措，包括每年 100 亿元的文化发展基金的投入，将为文化企业发展带来深远的影响。

（二）对行业和民营文化企业不利的政策

政策多变状况没有根本上改善。2011 年对于电视的限娱令和 2012 年规定引

进境外电视剧上限为 50 集的规定，将会导致电视节目的吸引力和收视率下降。加上网络视频产业的发展，收视下降趋势更加显著。据央视索福瑞调查数据显示，2011 年电视收视率和收视时长均同比下降。

国企和民企地位仍然存在不平等。已有的国家各个部委所制定和实施的各类扶持政策及其政策性资源依然主要向国有文化企业倾斜。这对于最具活力的民营文化企业而言，不是一项利好的政策或者做法。

缺乏扶持和奖励优秀的有效措施。由于某些政策虽然希望扶持有关文化产业，但是却没有达到预期目标。例如，国外的评论认为，受政府振兴动漫产业政策的影响，动漫行业吸取国外精华的意愿反而越来越低。也就是说，必须鼓励和激励优秀，才能体现政策在引导文化企业做强做大中的作用，否则很容易将政策性资源分散浪费，没有达到推动文化产业大发展的效果。

三、企业变动

2011 年，文化事业机构的转企改制工作持续推进，并取得相应的进展；在 2012 年上半年，转企改制工作进展速度加快。预计在 2012 年年底前即中共十八大之前完成多数文艺院团、出版、非时政类报刊及部分广电等多数文化领域的转企改制。在民营文化企业领域，不少行业的文化（传媒）企业取得较好的业绩并陆续上市，如姚记扑克、世纪佳缘婚恋网和影视公司上市等。一些领域的业务获得拓展的空间，如艺术品质押贷款业务在上海开始正式实施。

（一）转企改制

转企改制的进展速度明显加快。到 2011 年年底，在 2 102 家国有文化艺术院团当中，已经和正在改制、划转和撤销的有 1 176 家，另有 300 家已经确定了改革路径。各地已经组建 50 余家演艺集团。转企改制之后的企业，结果好坏参半，有些成功有些不成功。对于原来事业特征分明的转制企业，关键在于需要解决市场（比如有些传统戏曲等领域或者一些非时政类报刊没有市场）和经营人才的问题。当然，在过渡时期，适当的政策支持是必要的。

促进改制企业发展将成为工作重点。在 2012 年的转企改制相关工作进一步开展的同时，已经转企的文化单位（或文化企业）如何顺利发展并且实现稳定的可持续化经营，将成为以后文化体制改革和文化产业发展的重点工作领域之一。

（二）平台化趋势

以技术为支撑的平台化企业进一步凸显。2011年，各类平台（含传统传媒和新媒体）企业的发展进一步加快，特别是互联网平台和娱乐终端平台的新媒体发展速度加快。如国内的网络大腕之一的腾讯公司加入到应用软件平台服务商行列，扩大平台应用内容经营的规模，并占领新的内容应用服务的平台地位。其他如图书出版业的并购速度也在加快推进，构建大型出版平台。

值得关注的是，电信运营商已经发展成为媒体企业。从主营业务和收入结构看，中移动、电信、联通三大电信运营商逐步成为媒体企业，其为文化产业服务的宽带服务和内容下载平台服务等进一步得到发展。三大电信运营商进一步通过媒体化平台和宽带服务获得高收益，与平台化相关的服务业务取得进一步的拓展空间。如掌趣科技公司在创业板上市，该公司主要从事移动终端游戏、互联网页面游戏及其周边产品的开发、发行推广和运营维护等。

（三）企业形态变动

文化产业金融服务领域的企业开始出现，艺术品质押贷款业务在上海试验运营。中国拥有7000万左右的收藏爱好者，合计拥有价值几十万亿的各类收藏品。开放艺术品金融业务中的艺术品质押贷款是一个很好的开始，有助于形成规模庞大的文化产业金融领域。

各地文化产权交易所（公司）纷纷成立或者设立。在推进文化产权交易平台企业建设中也遇到了一些基础性问题，如缺乏建立在诚信基础上的交易制度、监管不力等。因为存在的问题很突出而引起高层的重视，并对其进行整顿。

社交网络文化平台企业持续扩展。如婚介平台公司世纪佳缘的上市，带来文化网络企业的新格局。2011年世纪佳缘的净利润为3729万元，同比增长122.8%。考虑到江苏卫视《非诚勿扰》节目的收入超过20亿元，可以看到中国婚恋产业的企业具有较好的成长性。

企业进一步出现聚拢效应。在扶持政策的引导和激励下，许多其他行业的企业开始大举进军文化产业，包括房地产等领域的企业和投资公司进军文化产业，如恒大集团、万达集团等实力派公司进军体育娱乐和文化产业投资。

企业之间的合作进一步加强。如国际合作投资企业已经取得一定的进展，已有合资公司“广州天闻角川动漫有限公司”出版《天漫》杂志取得不错的业绩。曾在迪斯尼动画公司工作多年的凯文·盖格在北京成立“魔力饺子”工作室，

也拟推出《豆腐男孩》。此外，过去十年间，IMAX 把自己从一家博物馆里放科教纪录片的公司变成在全球拥有近 600 家影院的电影业巨头，它在中国的发展速度也很快。

行业协会纷纷成立。在各地政府的指导和引导下，各地区纷纷成立文化产业或者文化创意产业的行业协会，或者成立文化促进会等，并举办各类交流和争取企业权益的活动，如浙商文化促进会举办“文化新浙商”的评比和颁奖活动，对文化企业发展起到积极的激励作用，并在业界产生重要的反响。

（四）存在的问题

2011 年至 2012 年年初，文化企业发展中存在的主要问题包括以下几个方面：

其一，从总体上看，文化内容企业依然偏小，实力偏弱，缺乏龙头企业的情况比较突出。一些服务性企业如设计、画廊、经纪公司等的规模偏小，能力不足，或者某些领域如明星与艺术家经纪业缺乏大型企业带动。

其二，部分企业过分依赖主力人员及其作品。如华谊兄弟前三季度中，冯小刚执导的《非诚勿扰》票房分账和版权销售收入、衍生品收入合计 9 855.39 万元，占比接近七成。葛优在 2011 年 12 月离开华谊兄弟，5 个交易日公司股票累计下跌 11.4%；冯小刚 2012 年 2 月 8 日发微博谈对电影意愿下降，引起股票下跌。

其三，艺术品投资领域的企业发展速度与艺术品交易市场的格局不对应。缺乏具有规范经营并且可以上市的艺术品投资企业。多数画廊缺乏艺术家高水平经纪服务的能力。

其四，逐渐出现“王者通吃”的特点，小企业在寻找新的商机或者转型等方面，都面临着不少难题。例如，无论是传统出版社还是网络企业如当当网和京东商城等的图书销售，都遇到收入减少或者难以实现电子阅读盈利的难题。尤其后者，虽然一些网络公司先后启动电子书下载服务，但是它们比起盛大文学而言，已经落后了很长的距离。

四、投融资与企业上市

鼓励文化企业上市融资是 2011 年以来国家采取的最重要的政策。由于各类文化企业都可以顺利上市，使得对文化传媒的投资更加活跃，文化股权投资基金纷纷设立。据我们的研究预测，2012 年全年将有 50~60 家的文化企业上市。

（一）投融资

股权投资持续活跃。据有关媒体统计，2004年至2011年11月，共有111只文化产业基金，规模合计1298.95亿元。2011年7月，财政部、中银国际控股等公司成立中国文化产业投资基金，目标募集金额为200亿元。2011年8月末，银行对广义文化企业贷款余额为250亿元。众多企业转向或者进入投资文化产业，2011年合计成立的股权基金、风险投资和投资公司等的资金累积超过千亿元。

融资力度加大。文化产业的融资规模持续增长，单项投资金额也有突破，如民生银行为《金陵十三钗》提供了1.5亿元贷款。此外，截至2011年10月，各大银行支持文化产业的贷款余额约为2300亿元。融资总量持续攀升。据了解，进入2012年，已经有多个国有文化企业获得很大的银行授信额度。

海内外合作投资，文化企业合作范围扩大。2012年2月16日，上海华人文化产业投资基金宣布与动画电影梦工厂公司合作在上海成立合资公司。假如双方合作成功，将突破以往不同角度的单项合作，对公司积累、人才、经验等将产生积极的影响。其他风险投资领域的境外投资继续原有的走势。估计IDG投资中国公司在文化产业领域的投资仍将保持海外基金在中国的领先地位。

企业并购加速。赛迪顾问提供的报告显示，2011年国内文化企业并购案例32例。游戏、广告和新媒体领域的并购数量较大。据《中国文化报》报道，法国阳狮集团收购了最美时、ICL、际恒、网帆互动、古美互动等广告传播公司，在数字化传播方面扩张。2011年，腾讯以2.31亿美元收购美国游戏开发商Riot Games，完美世界以3500万欧元收购美国网络游戏工作室Cryptic Studios Inc，这是两个较大的对外并购动作。百度斥资19.76亿元收购“去哪儿网”，为国内并购单项案例金额之最。2012年3月11日，优酷和土豆网进行换股合并。合并之后，优酷原股东占股71.5%，土豆原股东占股28.5%，合并后的新公司名称为“优酷土豆股份有限公司”。

（二）公司上市

文化企业上市成为大趋势。2011年有数十家文化企业进入IPO的准备和排队阶段。2012年初华录百纳、人民网、吉视传媒等公司陆续上市。其中，电子阅读企业上市具有重要象征意义。2012年2月，盛大文学重新启动到美国上市。2011年盛大文学营业收入7.01亿元，同比增长78.4%；毛利润2.12亿元，同比