



文化品牌蓝皮书

BLUE BOOK OF CULTURAL BRANDS

No.1

中国文化企业品牌 发展报告 (2018)

主编/彭 翊

副主编/白连永 宋洋洋 李方丽

ANNUAL REPORT ON BRAND DEVELOPMENT OF
CULTURAL ENTERPRISES IN CHINA (2018)

 社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2018
版



中国文化企业品牌发展报告 (2018)

ANNUAL REPORT ON BRAND DEVELOPMENT OF
CULTURAL ENTERPRISES IN CHINA (2018)

主 编 / 彭 翊
副主编 / 白连永 宋洋洋 李方丽

图书在版编目(CIP)数据

中国文化企业品牌发展报告. 2018 / 彭翊主编. --
北京: 社会科学文献出版社, 2018. 12
(文化品牌蓝皮书)
ISBN 978 - 7 - 5201 - 3658 - 7

I. ①中… II. ①彭… III. ①文化产业 - 企业管理 -
品牌战略 - 研究报告 - 中国 - 2018 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 232970 号

文化品牌蓝皮书

中国文化企业品牌发展报告 (2018)

主 编 / 彭 翊

副 主 编 / 白连永 宋洋洋 李方丽

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 周雪林

责任编辑 / 周雪林

出 版 / 社会科学文献出版社·区域发展出版中心 (010) 59367143

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367083

印 装 / 三河市龙林印务有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 17 字 数: 256 千字


版 次 / 2018 年 12 月第 1 版 2018 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 3658 - 7

定 价 / 89.00 元

皮书序列号 / PSN B - 2018 - 775 - 2/2

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

中国文化企业品牌发展报告（2018）

编委会

主任 彭翊 中国人民大学创意产业技术研究院院长

委员（按姓氏笔画排序）

王世颖 爱奇艺副总裁

王亚星 中国人民大学商学院教授

牛兴侦 北京电影学院现代创意媒体学院副教授

毛基业 中国人民大学商学院院长、教授

白连永 中国人民大学创意产业技术研究院副院长

齐悦 中国人民大学艺术学院副教授

祁述裕 国家行政学院社会和文化部副主任、教授

李方丽 中国人民大学创意产业技术研究院院长助理

李永强 中国人民大学出版社社长

宋洋洋 中国人民大学创意产业技术研究院副院长

陈林 国家广播电视总局发展研究中心新媒体研究所负责人

陈 冠 中国人民大学商学院教授
金 鹏 中国文化产业协会秘书长
胡百精 中国人民大学新闻学院执行院长、教授
贾旭东 中国社会科学院研究员
黄 隽 中国人民大学经济学院院长助理，教授
章叶青 著名设计专家
彭宏洁 腾讯研究院未来科技中心秘书长
谢 萍 东道设计副总裁

中国文化企业品牌发展报告（2018）

撰稿人名单

（按姓氏笔画排序）

牛兴侦 朱晓琼 刘一琳 孙 晔 李方丽
杨石华 辛婷婷 陈颖熙 范宏达 罗猷敏
周晓辉 钟丹丹 彭 翊 韩东庆

主要编撰者简介

彭 翊 中国人民大学创意产业技术研究院院长，曾任中国人民大学商学院教授、中国人民大学文化产业研究院执行院长、北京人大文化科技园建设发展有限公司董事长，第三届国家公共文化服务体系建设专家委员会专家，文化部文化产业专家委员会专家，科技部现代服务业重大专项评审专家，中央文化产业发展专项资金评审专家。

长期致力于文化产业运营实践与理论研究，专长于文化产业标准制定、文化产业规划、文化金融、文化消费、文化产业园区建设管理等领域，主持中宣部、科技部、文化和旅游部、新闻出版署、国家版权局等国家部委课题50余项，主持新疆维吾尔自治区、内蒙古自治区、江西省、福州市、合肥市等多个省市文化产业发展规划，研究成果得到广泛好评，部分研究成果直接应用于国家部委政策制定。

文化品牌评测技术文化和旅游部重点实验室

2016年11月由国家文化和旅游部批准成立。实验室依托中国人民大学建设，以资产评估、企业管理、市场营销管理等多个学科为支撑，定位于面向文化品牌评测开展基础研究、应用基础研究和共性技术研究的独立科研机构，重点以文化品牌为研究对象，构建品牌评测有关的理论和实践知识体系，为我国文化品牌评测领域提供基础型研究的理论支撑和应用型研究的技术服务。

实验室以国家文化品牌发展的战略目标为导向，以文化品牌评测技术为研究重点，在本领域形成了自己的特色和优势，也是中国人民大学在文化品牌评估方向开展学术交流、培养硕博士人才、进行技术创新的重要平台。

中国人民大学创意产业技术研究院

中国人民大学创意产业技术研究院是依托中国人民大学优势学术资源、定位于为文化发展提供智力支持的高端专业智库。研究院当前承担中宣部、科技部“国家文化科技融合示范基地管理办公室”职能，文化部“国家文化产业公共服务平台”职能，“文化品牌评测技术文化和旅游部重点实验室”职能，四川省与人民大学“省校合作”智力支持职能，并长期为文化领域中央部委、地方政府提供政策咨询、人才培养等服务。

摘 要

《中国文化企业品牌发展报告（2018）》是第一本中国文化企业品牌发展报告，由文化品牌评测技术文化和旅游部重点实验室和中国人民大学创意产业技术研究院共同编写。

近年来，我国文化产业发展态势良好，政策支持持续加强，品牌建设工作已成为文化产业转型升级提质的重要抓手。一方面，文化企业作为文化产业发展的主体，品牌建设有利于丰富企业文化，提升企业形象，将文化软实力转化为市场竞争力，进而推动文化产业的转型升级；另一方面，文化企业作为文化产品及服务的生产经营主体，品牌建设有利于创作生产更多优秀文化产品，满足人民群众日益个性化、多样化的文化消费需求和美好生活需要，树立坚定的文化自信。在这个背景下，本书深入探讨了我国文化品牌尤其是文化企业品牌建设的发展现状、未来趋势、存在问题和解决路径，主要内容分为四个部分，具体如下。

第一部分是总报告。从政策法律环境、产业发展环境、文化消费环境等方面分析了文化品牌发展环境，介绍了文化行业品牌发展的整体概况和发展亮点，并在此基础上指明了文化品牌发展的未来趋势。

第二部分是年度分行业品牌发展报告。主要对电影业、电视业、出版业、演出业、动漫业、游戏业、旅游业七个主要文化行业在2017年的品牌建设进行总结分析，探讨文化行业品牌建设取得的成绩和存在的问题，并对文化行业品牌建设的发展趋势进行展望。

第三部分是年度文化企业品牌案例报告。通过团队调研和专家推荐等方式，遴选了三个具有引领意义的文化企业品牌，包括腾讯音乐、爱奇艺、掌阅科技三家企业，在深入企业调研的基础上，从品牌环境、品牌简介、品牌



定位、品牌营销策略等方面入手，对入选品牌进行多个维度的深入分析，剖析品牌建设成功经验与不足，以期为文化企业品牌建设提供宝贵经验。

第四部分是专题研究报告。围绕文化品牌建设的方方面面，聚焦品牌评价、品牌建设、品牌保护等重点焦点热点问题，兼具实践指导和理论参考价值。

本书致力于理论和实践结合，报告和研究中国文化品牌发展最新状况，展望文化品牌建设的发展趋势，为实现文化产业转型升级、增强文化软实力、推动文化“走出去”、坚定文化自信提供智力支持。

目 录



I 总报告

- B.1** 打响文化品牌，增强文化自信
..... 彭 翊 李方丽 辛婷婷 / 001
- 一 2017~2018 年文化企业品牌发展环境 / 002
- 二 2017~2018 年文化企业品牌发展情况 / 007
- 三 文化企业品牌未来发展趋势展望 / 022

II 行业篇

- B.2** 电影业品牌发展报告2018 孙 晔 / 025
- B.3** 电视业品牌发展报告2018 周晓辉 / 038
- B.4** 出版业品牌发展报告2018 杨石华 / 052
- B.5** 演出业品牌发展报告2018 钟丹丹 韩东庆 / 066
- B.6** 动漫业品牌发展报告2018 牛兴侦 / 084
- B.7** 游戏业品牌发展报告2018 伽马数据 辛婷婷 / 103
- B.8** 旅游业品牌发展报告2018 韩东庆 / 122



III 案例篇

- B.9** 腾讯音乐：打造中国数字音乐娱乐生态 陈 鸿 / 139
- B.10** 爱奇艺：拓展互联网视频品牌多元化 孙 晔 / 160
- B.11** 掌阅科技：用工匠精神铸造中国数字阅读品牌 范宏达 / 179

IV 专题篇

- B.12** 互联网经济背景下的非遗品牌建设保护
——以“臻三环”章丘铁锅品牌为例 罗猷敏 陈颖熙 / 211
- B.13** 文化品牌被抢注现象的现状、原因及对策
..... 李方丽 朱晓琼 / 227
- B.14** 特色小镇的文化品牌建设研究 刘一琳 / 236
- Abstract / 245
- Contents / 247

皮书数据库阅读 **使用指南**



总 报 告



General Report

B. 1

打响文化品牌，增强文化自信

彭 翊 李方丽 辛婷婷*

摘 要： 2017 年中国文化品牌建设持续发力，为文化自信强力加码。文化品牌发展的政策法律环境、产业发展环境、文化消费环境不断优化。中国文化企业品牌价值总和逐年增加，文化行业品牌发展亮点频出：国产影视逐渐由量到质转变，品牌效应开始显现；演艺业提质增效，多样化演艺产品齐发力共创品牌；动漫业高速发展，国产动漫品牌崛起；游戏业转型升级，品牌建设提上日程；网络文化业日趋规范，优质内容推动品牌建设；旅游业品牌意识强化，品牌建设再上新台阶。

* 彭翊，中国人民大学创意产业技术研究院院长，主要研究方向为文化产业运营与文化产业规划；李方丽，中国人民大学创意产业技术研究院院长助理，主要研究方向为文化产业领域知识产权；辛婷婷，中国人民大学创意产业技术研究院助理研究员，主要研究领域为文化产业品牌。



随着文化品牌发展环境的变化以及文化品牌自身转型升级的需要，未来的文化品牌发展将呈现以下趋势：①文化品牌从企业品牌走向国家品牌；②文化品牌由重娱乐向重文化转变；③优质 IP 成为文化品牌打造的引擎；④品牌的社交属性和精神属性将发挥越来越重要的作用；⑤小众文化品牌将拥有更广阔的市场。

关键词： 文化品牌 文化产业 文化自信

党的十九大报告强调要坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛，建设社会主义文化强国。文化自信源于国家实力和民族文化底蕴，凝结着民族文化精髓，是国际文化竞争力和影响力的本源。文化品牌凝聚了文化的精神价值和经济价值，是文化自信的重要展示窗口，是国家软实力的重要载体。文化品牌成为检验国家文化产业发展水平、创新能力、综合实力的重要标尺，在国际文化竞争中扮演着越来越重要的角色。打造具有广泛知名度和较强国际影响力的中国特色文化品牌，是增强文化自信必须补齐的短板，也是建设社会主义文化强国的必要举措。

一 2017 ~2018年文化企业品牌发展环境

（一）法律政策双向发力为文化品牌发展指路引航

文化产业法律法规逐步健全，为文化品牌发展保驾护航。文化产业领域首部法律《电影产业促进法》自2017年3月1日起开始施行，通过简政放权激发市场活力，同时加大了事中事后监管力度以及电影产业扶持力度，这将有力地推动电影品牌规范发展。《公共文化服务保障法》也于同日正式施行，公共文化场馆、设施建设和服务将更加完善，这有利于公共文化服务品

牌培育和发展。《文化产业促进法》被列入人大常委会五年立法规划，起草工作稳步推进并形成了征求意见稿，这将为文化品牌的发展营造更加有利的法律环境。

文化领域“十三五”规划陆续出台，为文化品牌建设指明了方向。中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》提出“做优做强做大批文化企业和文化品牌，文化整体实力和竞争力明显增强”。国务院印发的《“十三五”国家知识产权保护和运用规划》提出“鼓励形成一批拥有精品品牌的广播影视播映和制作经营机构，打造精品影视节目版权和版权产业链”。原文化部发布的《“十三五”时期文化产业发展规划》提出“积极培育拥有较高知名度和美誉度的文化企业品牌和文化产品品牌；实施文化企业品牌建设行动计划，显著提升文化品牌公共服务水平；加快文化品牌智库建设，推动建设一批文化品牌实验室，支持和规范有关机构研究发布相关文化产业品牌排行榜”。原国家新闻出版广电总局印发的《新闻出版广播影视“十三五”发展规划》提出“开展中国影视剧品牌提升行动，加大介绍中国发展变化、反映当代中国精神风貌、传播优秀中华文化的精品出版物的翻译出版和国际推广力度”。

其他政策强调传统文化品牌和新兴文化品牌双向发力，提升中华文化的国际竞争力和影响力。中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》提出“实施中华老字号保护发展工程，支持一批文化特色浓、品牌信誉高、有市场竞争力的中华老字号做精做强”。原文化部、工业和信息化部、财政部三部委联合印发的《中国传统工艺振兴计划》提出“培育中国工匠和知名品牌，使传统工艺在现代生活中得到新的广泛应用，更好满足人民群众消费升级的需要”。原文化部出台的《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》提出“坚持品牌化发展战略，促进动漫‘全产业链’和‘全年龄段’发展，发展动漫品牌授权和形象营销；加强游戏内容价值导向管理，建立评价奖惩体系，扶持传递正能量、宣传优秀传统文化、弘扬社会主义核心价值观的游戏品牌，改善游戏产品同质化、低俗化现象，培育国产原创游戏品牌产品、团队和企业”。原国



家旅游局印发的《全域旅游示范区创建工作导则》提出“实施整体营销，促进传统的旅游产品营销向全域整体营销转变，全面凸显区域旅游品牌形象”。原文化部印发的《“一带一路”文化发展行动计划（2016~2020年）》提出“打造文化交流合作知名品牌，继续扩大‘欢乐春节’品牌在沿线国家的影响，充分发挥‘丝绸之路文化之旅’‘丝绸之路文化使者’等重大文化交流品牌活动的载体作用；推广民族文化品牌，鼓励文化企业在‘一带一路’沿线国家和地区投资”。

以上法律法规及相关政策的制定与实施，对培育和建设中华文化品牌，提升中国文化品牌竞争力和影响力提供有力的指导与保障，有利于培育国际知名文化品牌，展示中华文化的独特魅力，扩大中华文化的国际影响力，用文化品牌为文化自信加码。

（二）文化产业高速发展为文化品牌发展提供强大驱动力

规模以上文化及相关产业保持高速增长，文化服务业成为发展主流。规模以上文化企业是文化品牌建设的中坚力量，规模以上文化企业高速发展为文化品牌的建设奠定了良好的产业基础。据国家统计局数据统计，2017年全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入91950亿元，比上年增长10.8%，增速提高3.3个百分点，保持快速增长。文化及相关产业10个行业的营业收入均实现增长。其中，实现两位数增长的行业有4个，分别是：以“互联网+”为主要形式的文化信息传输服务业营业收入7990亿元，增长34.6%；文化艺术服务业营业收入434亿元，增长17.1%；文化休闲娱乐服务业营业收入1545亿元，增长14.7%；文化用品的生产营业收入33665亿元，增长11.4%。^①

文化产业规模持续扩大，公共文化服务效能进一步提高。《中华人民共和国文化和旅游部2017年文化发展统计公报》数据显示，截至2017年末，

^① 《2017年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增长10.8%》，国家统计局网站，2018年1月31日，http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201801/t20180131_1579206.html。

全国文化系统所属及管理文化单位共有 32.64 万个，比上年末增加 1.58 万个；从业人员 248.30 万人，增加 13.50 万人。艺术表演团体 15752 个，比上年末增加 3451 个；全年演出 293.77 万场，比上年增长 27.4%。公共图书馆 3166 个，比上年末增加 13 个；图书总藏量 9.70 亿册，增长 7.5%；电子图书 10.26 亿册，增长 15.6%。群众文化机构 44521 个，比上年末增加 24 个。全年全国群众文化机构共组织开展各类文化活动 197.86 万场次，比上年增长 7.6%；服务人次 63951 万，增长 10.5%。文物机构 9931 个，比上年末增加 977 个；全年接待观众 114773 万人次，比上年增长 13.3%。^①

文化产业继续成为资本市场投资热点，但投资逐步回归理性。2017 年 IPO 文化企业数量稳中有升，2017 年我国实现 IPO 的文化企业达 24 家，其中在 A 股上市的有 21 家，港股上市的有 3 家。^② 网络文学吸引资本竞相追逐，掌阅科技在 A 股上市，阅文集团在香港上市；影视企业、数字文化企业、创意设计企业等发展势头强劲，逐渐走向 IPO；BAT 等互联网公司继续增加在文化产业领域的资本布局。随着文化企业自身业务拓展的需要以及国家政策的有力支持，中国文化企业在海外并购和投资成果不断。虽然文化产业投融资渠道和方式日益多元化，文化与资本的对接更为频繁和便捷，但在监管日趋严格的背景下，2017 年文化产业投融资渐趋理性，投融资规模有所下降。

以上数据表明，我国文化产业持续保持高速增长，发展规模逐渐扩大，新兴文化产业潜能巨大，这为文化品牌的培育和发展奠定了良好基础。文化产业日益由追求数量增长向提质增效转变，而文化品牌将成为文化产业高质量发展的重要抓手。

（三）文化消费潜能逐步释放为文化品牌发展提供广阔市场

消费升级激发文化消费潜能和活力。习近平总书记在党的十九大报告中

^① 《中华人民共和国文化和旅游部 2017 年文化发展统计公报》，中华人民共和国文化和旅游部网站，2018 年 5 月 31 日，http://zwgk.mct.gov.cn/auto255/201805/t20180531_833078.html。

^② 《2017 年文化产业资本市场全景图》，中国经济网，2017 年 12 月 27 日，http://www.ce.cn/culture/gd/201712/27/t20171227_27452509.shtml。