

互联网文化产业研究书系

主编 陈少峰 于小涵

ZHONGGUO WENHUA
CHANYE SISHI NIAN

中国文化产业 四十年

陈少峰 黄文 主编
侯杰耀 王建平



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

互联网文化产业研究书系

互联网企业文化研究

互联网文创电商

互联网娱乐营销

● 中国文化产业四十年

互联网工业企业组织变革

上架建议 文化产业

ISBN 978-7-5178-3534-9



9 787517 835349 >

定价：78.00元

互联网文化产业研究书系

主编 陈少峰 于小涵

中国文化产业四十年

陈少峰 黄文 侯杰耀 王建平 主编



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

· 杭州 ·

图书在版编目(CIP)数据

中国文化产业四十年 / 陈少峰等主编. —杭州:
浙江工商大学出版社, 2020. 3
ISBN 978-7-5178-3534-9

I. ①中… II. ①陈… III. ①文化产业—产业发展—
研究—中国 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 233213 号

中国文化产业四十年

ZHONGGUO WENHUA CHANYE SISHINIAN

陈少峰 黄文 侯杰耀 王建平 主编

责任编辑 王耀 白小平
责任校对 韩新严
封面设计 林朦朦
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 杭州宏雅印刷有限公司
开本 710mm×1000mm 1/16
印张 18.75
字数 300千
版印次 2020年3月第1版 2020年3月第1次印刷
书号 ISBN 978-7-5178-3534-9
定 价 78.00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

编委会

主 编：陈少峰 黄 文 侯杰耀 王建平

编 委：(按姓氏笔画排序)

于小涵 王建平 李 源 李文军

何 毅 张立波 陈少峰 陈安娜

郑 蕾 郑铭昊 侯杰耀 顾心怡

黄 文 黄向军

总 序

随着近年来,互联网技术的不断发展,互联网逐渐成为人们购物、互动娱乐、知识分享等“卖场与传播”的平台,互联网文化与人们的生活方式相互促进、深度融合,文化产业进入了互联网文化产业的新时代,“互联网平台+数字内容+电商”的文化科技融合新业态呈现出迅猛发展的态势。作为一个在传统文化产业基础上建立起来的新的产业形态,互联网文化产业在延续文化产业的基本内涵的同时,更加突出了轻资产的特点,这也为文化产业拓展了新的发展空间。

众所周知,互联网文化产业的发展,一方面得益于互联网平台文化与科技融合的特性,另一方面也是传统文化产业实现供给侧改革、跨界融合及产业转型升级的结果。从现有的互联网平台与互联网整体经济驱动发展的潜力角度看,今天的互联网文化产业仍处于初级阶段。今后伴随着人工智能、大数据、物联网、陪伴机器人等技术的不断融合发展,以及 IP 产业链的打造,互联网文化产业有着广阔的发展空间和美好的发展前景。

可以预见,在未来互联网文化产业的发展进程中,互联网文化、生活方式、技术创新与文化产业的融合将进一步加强,互联网文化与文化产业也将呈现出新的特点和发展趋势,需要文化企业与时俱进,不断探寻新机遇、把握新模式。尽管当前的互联网文化产业还是以广告为主,但各种媒体营销、互

动娱乐、文创电商、付费点播、知识分享、版权开发、新媒体垂直业务等也将持续快速发展。互联网平台公司往往注重内容制作,形成“平台+部分自制内容+垂直运作”的新模式。可以说,今后内容提供(故事 IP 与形象 IP)、网红经济、互联网平台(技术创新)等将成为缺一不可的综合体系。随着获取优质内容的竞争趋于激烈化,以及政府逐渐取缔过度娱乐化的节目(如直播等),互联网文化企业也需要转型升级,创作或者扶持精品内容。就是说,做文化产业不仅要有适度的娱乐,还需要有文化内涵,或者要做正能量的娱乐。同时,互联网文化企业也要重视跨界创新,形成技术与设计、创意、艺术、故事等的跨界融合。

互联网平台的价值变现和技术创新,具有不同的等次和功能。我认为,以“卖场+内容”支撑的新媒体与文创电商将成为今后发展的重点,其中,新媒体各种小平台的建立,以及其垂直业务的发展是最具活力的。自媒体(新媒体)的商业模式从传统的“传播型”转化为“经营型”,即以自媒体吸引粉丝的能力为基础,以品牌(含网红品牌)效应为后盾,开发自主产品,发布自家产品的广告,形成产品、营销、渠道一体化的新型平台(卖场),并且通过频道组合(多个自媒体),逐步成长为新媒体文创集团,形成内容(故事)驱动与衍生品开发相结合的新业态,从而实现内容产业、小平台频道组合和衍生品产业的内在融合。这也将成为互联网文化产业持续发展的新动能。

互联网文化产业在商业模式上更加突出了“未来”的特点,即互联网文化科技企业(及其投资)的关注点不在于考察当下是否盈利,而在于关注企业的整体价值最大化,尤其是未来导向的成长性。因此,业态的选择很重要,公司的战略、内在能力积累、发展前景也变得越来越重要。此外,基于互联网平台出现全市场、全方位竞争的特点,企业之间的合作关系将替代竞争关系,企业需要更关注行业资源的获取、资源的互补性及业务的合作开发。当然,文化科技融合与跨界业态的发展,还将整合以互联网平台为核心的产

业要素,在经营方式上实现线上线下的融合。例如,随着人工智能技术的日渐成熟和人们生活方式的变化及内在需求的增加,娱乐机器人、陪伴机器人的时代也即将来临,这将赋予以互联网平台为核心的文化科技融合产业更大的发展空间。

当然,在关注互联网文化产业发展的同时,各种网络伦理问题,包括与大数据应用和机器人思维、机器人道德教育等相关的伦理问题也需要我们予以更多的关注,需要进行前瞻性的研究,做出深入的思考。

基于以上的关切和研究的问题意识,浙江工商大学中国互联网文化产业研究院、北京大学文化产业研究院、北京烽火文创中心与浙江工商大学出版社联合推出了“互联网文化产业研究丛书”,拟组织业界专家学者对网络文化和互联网文化产业的相关政策、产业趋势、营销模式、商业模式、企业文化、伦理问题等进行比较系统的探讨和研究,希望该丛书成为文化产业和互联网文化企业研究人员、相关从业人员和同学们有益的参考读物。

陈少峰

2019年1月

目 录



第一章 中国文化产业四十年发展脉络	001
一、从政策改革看中国文化产业的发展	001
二、从市场运行看中国文化产业的成就	007
三、中国文化产业的多领域融合发展概况	018
四、中国文化产业的未来展望	029
第二章 文创企业发展历程	034
一、中国文创企业的兴起(1978—1997)	034
二、传统文创企业的盛衰(1998—2008)	044
三、跨界融合与互联网转型(2009—2018)	051
第三章 文化金融与上市公司	061
一、世界主要经济体文化产业发展概览	061
二、文化金融赋能文化产业发展	068
三、文化产业上市公司	077

第四章 文化国企改革与发展 99

- 一、新形势新要求：“三个面向”和“三好企业” 99
- 二、国有文化企业面对的产业变革压力 100
- 三、国有文化企业面对的产业环境：互联网文化产业 103
- 四、国有文化企业的改革策略与发展方面 108

第五章 媒体产业与媒体融合 113

- 一、我国媒体产业的基本介绍 113
- 二、我国媒体产业的政策沿革 119
- 三、我国媒体产业的整体发展历程 121
- 四、我国传统媒体的转型发展之路 124
- 五、媒体融合发展的趋势及路径 133

第六章 新媒体平台大发展 139

- 一、互联网思维影响下的新媒体平台特征 140
- 二、互联网新媒体给文化产业带来的挑战 143
- 三、发展互联网文化产业的策略 145
- 四、文化内容创作与新媒体平台的融合机制：IP 的内在增值与
 孵化 148
- 五、新媒体平台的内容开发商业模式：IP 流转孵化的商业模式 151
- 六、新媒体平台的电子商务商业模式：文化电商的商业模式 153

第七章 电影市场与电影产业 158

- 一、中国电影产业的发展成果与原因分析 158
- 二、中国电影产业的发展隐忧与 161
- 三、中国电影产业的发展方向之一：打造家庭娱乐型电影 163
- 四、中国电影产业的发展方向之二：打造“互联网+电影”产业链 165
- 五、中国电影产业发展方向之三：微电影的商业模式创新 167
- 六、中国电影产业的发展方向之四：提升国际文化软实力 171

 第八章 知识产权与内容产业	174
一、内容产业的界定及范畴	174
二、中国内容产业的发展现状	175
三、内容产业发展的关键点——知识产权的保护	178
四、案例分析	185
五、启示	191
 第九章 文化旅游与文化地产	193
一、文化旅游	194
二、文化地产	208
三、思考	214
 第十章 创意设计与生活美学化	216
一、创意设计产业发展综述	216
二、创意设计业的重要变革	226
三、创意设计与生活美学融合的发展模式	232
 第十一章 文化产业新格局	243
一、当前文化产业发展的“三个转变”	243
二、文化产业经营模式的“三个结合”	245
三、文化产业商业模式的“十个创新”	247
四、文化产业发展的“八个未来导向”	252
 第十二章 中国文化产业理论研究四十年	260
一、改革开放初期的文化产业研究(1978—1999)	261
二、21世纪以来的文化产业研究(2000—2018)	266
三、文化产业研究特点总结与问题反思	284
四、文化产业研究展望	287



第一章 中国文化产业四十年发展脉络

回顾改革开放以来中国文化产业的四十年发展历程,文化产业经历了一个从无到有的探索培育过程,直到今天呈现出蓬勃的发展前景,并正在成为国民经济的支柱性产业。在改革开放40年与中共十九大召开的历史节点,总结反思中国文化产业的四十年发展经验将有助于我们思考文化产业未来的发展方向。根据国家统计局2018年发布的《文化及相关产业分类(2018)》,文化产业是指为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合。^①基于《文化及相关产业分类(2018)》所确定的文化产业范围,我们将从多个角度梳理中国文化产业的发展历史,并深入分析当前中国文化产业的业态特征,展望未来中国文化产业的发展趋势。

一、从政策改革看中国文化产业的发展

中国的经济发展得益于改革开放以来的政策红利,政策改革始终是推动中国产业进步的重要力量。同样,中国文化产业的产生、发展也带有较明显的国家战略引导色彩,正是在国家政策的改革优化过程中,中国文化产业经历了从1978年至今的起步、探索、改革、升级四个阶段。

^① 具体参见《文化及相关产业分类(2018)》,国家统计局网站,2018年5月9日,http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/201805/t20180509_1598314.html。

(一) 文化产业的起步阶段(1978—1991年)

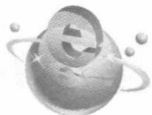
改革开放之初,人们对文化产业完全是陌生的。文化主要发挥宣传教育功能,人们很难把文化与经济联系在一起。随着市场经济的出现,在广州、上海等最先实行改革开放的地方,人们开始借助文化要素进行经济营销活动。广州东方宾馆于1980年设立全国第一家音乐茶座,提出把音乐与消费结合起来,使音乐成为消费品。音乐茶座的推出,成为我国文化娱乐市场重新兴起的标志性事件。1984年,上海开设了第一家营业性舞厅。这些都是在新经济体制下产生的新事物,之后营业性舞厅、民间剧团、歌星演唱会,以及台球、录像放映、卡拉OK、电子游戏等一系列新的文化娱乐场所和方式不断打破禁区进入市场。^①随着改革开放的不断深化,人们逐渐意识到文化不仅具有教化的功能,也具有娱乐身心的价值,并且文化活动能够与市场相结合带来经济收益。

国家层面对文化市场的认识与建设经历了一个渐进发展过程。1985年,国务院转发国家统计局《关于建设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,文化活动开始进入经济生产的统计视野。1988年2月,文化部、国家工商行政管理局联合发布《关于加强文化市场管理工作的通知》,该通知第一次明确使用了“文化市场”的概念,规定了文化市场的管理规范、任务、原则和方针,这标志着国家层面开始有意识地开发文化活动的经济价值。1991年,国务院批转了《文化部关于文化事业若干经济政策意见的报告》,正式提出“文化经济”的概念,这标志着中国文化产业作为一种独立的经济产业类型在国家层面上获得了认可并且得到了国家政策的支持。自此,中国文化产业应运而生,开始进入艰辛而卓有成就的探索阶段。

(二) 文化产业的探索阶段(1992—2001年)

1992年是中国市场经济建设具有标志性的一年,1992年召开的党的十

^① 范建华:《中国文化产业通论》,云南人民出版社2013年版,第95页。



四大正式确立了建设社会主义市场经济体制的改革目标,市场经济建设由此进入了快车道,国家对文化产业的支持力度也不断加强。1996年党的十四届六中全会通过的《中共中央关于加强社会主义精神文明建设若干问题的决议》提出了文化体制改革的任务和一系列方针,文化体制改革是文化产业市场建设的重要环节,是国家有意识地为文化产业扫清制度性障碍,同时有意识地引导文化事业单位向市场经济主体转型,推动文化市场的体制建设。为了更好地引导支持文化产业,1998年8月,文化部文化产业司成立并制定工作规则,这是政府部门第一次设立文化产业专门管理机构,表明文化产业已得到了国家的正式认可。

2000年10月,党的十五届五中全会在《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》中明确提出“文化产业发展”的命题,这是“文化产业”首次被写入中央文件,在我国文化产业发展史上具有标志性的意义。在党的十四届六中全会对文化体制改革提出指导性方针之后,中国真正意义上的、大规模的文化体制改革是从2000年开始的。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》是一个重要的文化体制改革的分界点,以文化体制改革为首要任务的文化产业探索由此进入实践阶段;2001年的政府工作报告再次明确了“深化文化体制改革”的时代要求;2001年底中国加入世界贸易组织,从国际市场推动了中国文化产业的市场转型。总结2000年前后围绕文化产业建设进行的文化体制改革主要有以下几个方面:一是进行文化事业单位内部改革,引入竞争机制,改革人事制度,增强活力;二是建立健全文化市场,促进文化市场的繁荣、稳定,初步建立了文艺演出市场、电影电视市场、图书音像市场、旅游娱乐市场等文化市场体系;三是加强文化政策的制定与完善,加大文化管理部门的改革力度,施行对文化事业的宏观调控。^①

(三)文化产业的改革阶段(2002—2011年)

2002年,党的十六大报告指出:“发展文化产业是市场经济条件下繁荣社

^① 包晓光、徐海龙:《中国当代文化产业导论》,北京大学出版社2010年版,第361页。

会主义文化、满足人民群众精神文化需求的重要途径。”在党的十六大确立的党的新一代领导集体的领导支持下，中国文化产业进入了一个高速发展时期。在已经完成文化市场的初步建设的基础上，从2003年开始，国家的文化体制改革进入了深层次、细分化的产业改革阶段。2003年，中宣部、文化部、国家广电总局、新闻出版总署联合下发了文化体制改革试点工作的意见，文化体制改革试点工作正式启动。为了有针对性地支持各类文化产业建设，国家首先从统计分类的角度明确了文化产业的范围。2003年9月，文化部制定并下发的《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》中，把文化产业明确地界定为“从事文化生产和提供文化服务的经营性行业”，并同时指出：“文化产业是与文化事业相对应的概念，两者都是社会主义文化建设的重要组成部分。”在此基础上，2004年国家统计局印发了《文化及相关产业分类》的通知，这是中国第一份针对文化产业的统计分类标准，对研究文化产业具有重要意义，便于国家更准确地了解文化产业运行情况，制定合理的政策。

在完成产业统计分类的基础上，国家开始从文化产业的资金、人才、贸易、企业等多个细节入手推动中国文化产业的改革，力图建立一个成熟健全的文化市场。从2004年开始，中国（深圳）国际文化产业博览交易会于每年5月在深圳举行，这有力地支持了文化产品的国际贸易，为中国文化企业“走出去”创造了绝佳的平台。2009年7月，国家正式发布了《文化产业振兴规划》，这是中国文化产业改革发展的长期指导战略。在《文化产业振兴规划》的指导下，2010年4月发布的《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》重点解决了文化产业融资困难的瓶颈问题，实现了金融业和文化产业的对接。2010年6月，文化部下发了《关于加强文化产业园区基地管理促进文化产业健康发展的通知》，同年8月，文化部制定并颁布实施了我国文化系统第一个人才发展规划——《全国文化系统人才发展规划（2010—2020年）》。进入2005年，有关文化产业各细分领域的支持文件更加丰富，国家陆续发布了《关于非公有资本进入文化产业的若干决定》《关于进一步加强和改进文化产品出口工作的意见》《关于加强文化产品进口管理的办法》《关于文化领域引进外资的若干意见》《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》《关于文化体制改革中支持文化产业发展若



干税收政策问题的通知》《关于鼓励发展民营文艺表演团体的意见》等政策。^①作为这一阶段改革的总结性文件,2011年10月,党的十七届六中全会通过了《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》,同时将“保障人民基本文化权益”和“推动文化产业成为国民经济支柱性产业”作为我国文化体制改革的重要目标,提出构建现代文化产业体系,加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业。中国文化产业的跨越式发展目标是到2020年成为国民经济支柱性产业。国家在2012年发布了《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》等文件,也充分说明了中国文化产业已经基本完成基础市场的改革建设,开始进入产业增值升级的新阶段。

在文化体制深入改革与文化市场机制日益完善的过程中,2006年,中共中央、国务院发出的《关于深化文化体制改革的若干意见》要求:“加强行业组织建设和改造,依照有关法律规定和章程,履行市场协调、监督、服务、维权等职责。”以此为节点,我国文化产业协会建设进入快速成长阶段,各类文化产业相关协会也不断兴起,这些协会既有以企业为主体的行业组织,也有以文化产业研究为主旨的学术性团体。文化产业的代表性综合协会及其概况如表1-1所示^②。

表 1-1 行业协会信息表

行业协会名称	行业协会概况
中国文化产业协会	中国文化产业协会成立于2013年6月29日,是经国务院批准、民政部登记的全国性社会团体,是文化产业领域的国家级协会
中国文化产业促进会	中国文化产业促进会成立于1993年10月,是由从事文化艺术、文化科技、文化创意、文化遗产、文化教育、文化旅游、影视传媒、演艺、会展、出版、法律等行业的优秀人员和单位自愿结成的全国性、行业性社会团体,是非营利性社会组织
中华文化发展促进会	中华文化发展促进会成立于2001年6月,是由文艺界、学术界人士组成的全国性文化学术团体

^① 胡惠林:《文化产业发展与中国新文化变革(1998—2008)》,上海人民出版社2009年版,第450页。

^② 行业协会的信息来自各行业协会的门户网站。

续 表

行业协会名称	行业协会概况
中国文化网络传播研究会	中国文化网络传播研究会是由国家互联网办公室指导成立并主管的全国性社会组织,于2015年4月29日成立
中国民营文化产业商会	中国民营文化产业商会于2013年5月17日在全国工商联指导下由百度公司董事长李彦宏牵头成立

除了表 1-1 中的综合性协会,还有像中国演出行业协会、中国广播电影电视社会组织联合会、中国电影家协会、中国互联网协会、中国出版协会、中国美术家协会等与文化产业某领域相关的协会组织,它们都成为中国文化产业发展的重要组织力量。

(四) 文化产业的升级阶段(2012 年至今)

2012 年党的十八大确立了以习近平同志为核心的党中央新一代领导集体;2013 年 11 月,党的十八届三中全会的会议公报再次强调了“文化强国”的概念。在新时期新阶段,中国文化产业也迎来了新的发展机遇,开始重视产业自身的转型升级。为了推动传统文化产业向文化创意、互联网文化、数字产业等新兴文化产业转型,2014 年 2 月,国务院发布了《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》;2014 年 3 月,国务院发布了《关于加快发展对外文化贸易的意见》;2016 年 9 月,文化部发布了《文化部关于推动文化娱乐行业转型升级的意见》。在一系列政策支持下,中国文化产业不断融合新技术、新理念、新模式,涌现了一批优秀的包括互联网文化、数字传媒、创意设计等在内的新兴产业类型。进入“十三五”时期,中国文化产业走上了高品质、高技术、高水平的升级之路,2017 年 2 月发布的《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》明确要求推动文化产业结构优化升级,特别是要加快发展动漫、游戏、创意设计、网络文化等新型文化业态,推动“互联网+”对传统文化产业领域的整合。针对文化产业发展的地区间不平衡现象,国家在“十三五”时期特别加大了对不发达地区文化产业的支持力度,如 2017 年 5 月发布的《“十三五”时期文化扶贫工作实施方案》要求支持贫困地区特色文化产业发展,促进边疆贫困地区动漫等数字文化产品创作推广,支持贫困地