

信息参考

聚焦文化产业发展

专题信息

4

2017



广西壮族自治区图书馆主办

2017年4月25日



尊敬的读者：

本产品为内部资料，属于非卖品；所有文章均摘自公开媒体，仅供参考。

目录

CONTENTS

热点聚焦

十余年间我国文化产业发展概况.....	2
世界主要经济体文化产业发展状况.....	9
深度解读《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》	12
2017年中国文化产业发展趋势.....	20
从供给侧发力推动文化产业创新发展.....	24
亟需关注的广西文化产业发展问题.....	31

他山之石

文创产业占全区 GDP 比重近 17% 徐汇为上海文化产业发展探新路.....	35
国外文化产业发展经验借鉴.....	38

延伸阅读

2016年文化产业十大“关键词”.....	42
VR 来袭，文化行业大有可为.....	44

主办单位：广西壮族自治区图书馆
编辑出版：广西壮族自治区图书馆
信息服务部

主 编：韦 江
副主编：黄 艳
编 委：何玉英 马小红
本期责任编辑：何玉英 蒋露娟

地 址：南宁市民族大道 61 号
邮 编：530022
电 话：0771-5860411
传 真：0771-5860397
电子邮箱：gxtsgxxfbw@163.com

编者按：2000年10月召开的十五届五中全会首次提出“文化产业概念”；2002年11月召开的十六大进一步明确把文化区分为文化事业和文化产业；2009年9月26日，国务院发布《文化产业振兴规划》；十七届六中全会通过的《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》，提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业；十八大报告明确提出要推动文化产业快速发展，到2020年全面建成小康社会，文化产业成为国民经济支柱性产业，并将文化产业纳入全面建成小康社会的指标体系；紧接着，十八届三中全会提出要提高文化产业规模化、集约化、专业化水平；十八届四中全会提出要制定《文化产业促进法》；十八届五中全会再次提出“到2020年，文化产业成为国民经济支柱性产业”；2016年3月16日通过的《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》提出，“公共文化服务体系基本建成，文化产业成为国民经济支柱性产业”；2017年4月19日，《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》正式发布，明确了“十三五”时期文化产业发展的总体要求、主要任务、重点行业和保障措施，提出到2020年，文化产业整体实力和竞争力明显增强，培育形成一批新的增长点、增长极和增长带，全面提升文化产业发展的质量和效益，文化产业成为国民经济支柱性产业。从概念的提出，到文化产业成为国民经济支柱型产业，十余年间，文化产业从无到有、从小到大、从自发到自觉、从局部到全局，成为了我国经济增长的新亮点和转型升级的新引擎。

为促进广西文化产业健康、可持续发展，自治区《促进文化产业发展若干政策措施》、《广西文化发展“十三五”规划》相继出台，广西的文化产业发展拥有了更为广阔的政策空间。然而，目前广西的文化产业发展水平仍低于全国平均水平，文化产业发展落后是广西经济发展的短板，如何乘势而上，推动广西文化产业的发展，实现《广西文化发展“十三五”规划》提出的“文化产业增加值占比提高到4%以上”的目标，值得我们认真思考与探讨。

热点聚焦

十余年间我国文化产业发展概况^{①②③}

在过去十多年时间里，我国文化产业蓬勃发展、成效显著，在稳增长、促改革、调结构、惠民生等方面做出了积极贡献，为“十三五”时期实现文化产业成为国民经济支柱性产业奠定了坚实基础。2004年至2016年十余年间，文化产业发展呈现成倍增长的态势。2004年，全国文化产业法人单位31.8万户，从业人员873万人，资产总额1.8万亿元，营业收入为1.6万亿元，增加值3440亿元，占GDP的比重为2.15%。10余年间，2015年法人单位增加到114.03，增加了2.6倍，2013年从业人员增加了1倍，资产总额增加了4.6倍，主营收入增加了4.1倍，2015年增加值增加到2723.5，增加了6.9倍。近年来，随着文化产业及相关领域的供给侧结构性改革力度不断加大，文化市场主体创新创业活力不断被激发，骨干文化企业得以做优做强做大，新型文化业态得以培育，我国文化产业将继续保持快速增长势头。



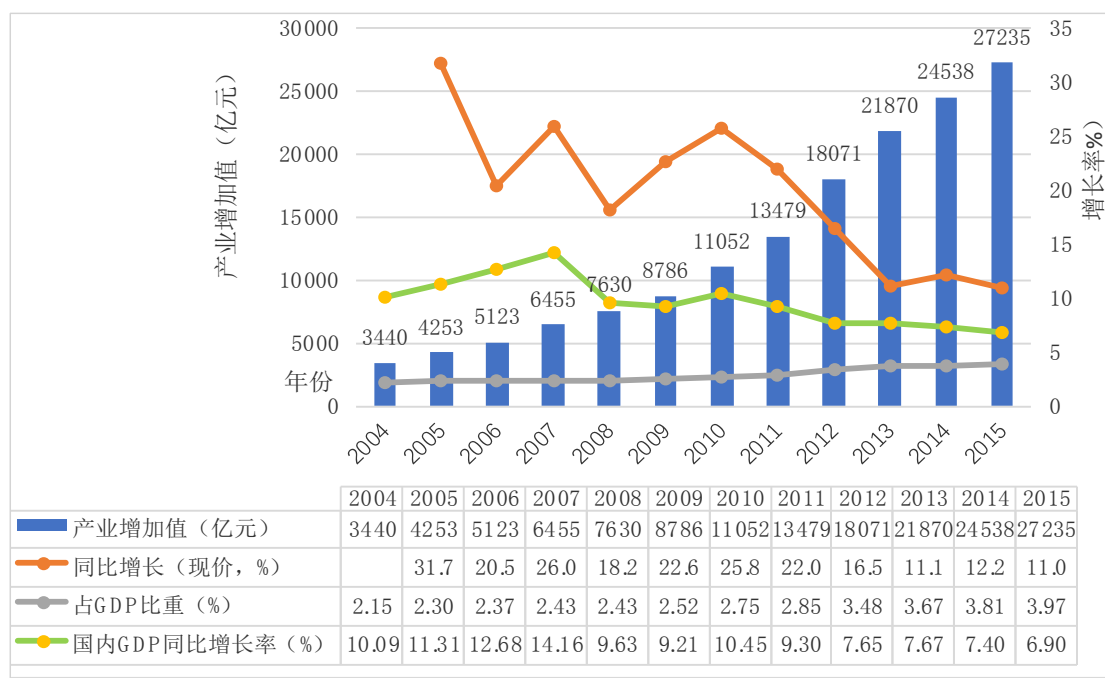
图 1：文化产业统计的主要指标

^① 国家统计局社科文司高级统计师殷国俊解读 2015 年及 2016 年上半年全国文化及相关产业有关数据 [EB/OL].2016-09-02. http://www.stats.gov.cn/tjsj/sjjd/201609/t20160902_1395871.html.

^② 十年见证文化产业腾飞——我国文化产业 10 年发展对比分析报告[N].光明日报, 2015-02-12 (14)

^③ 国家统计局社会科技和文化产业统计司, 中宣部文化体制改革和发展办公室. 中国文化及相关产业统计年鉴[J].北京: 中国统计出版社, 2016.

一、文化产业经济总量持续快速增长，占 GDP 比重稳步提升。



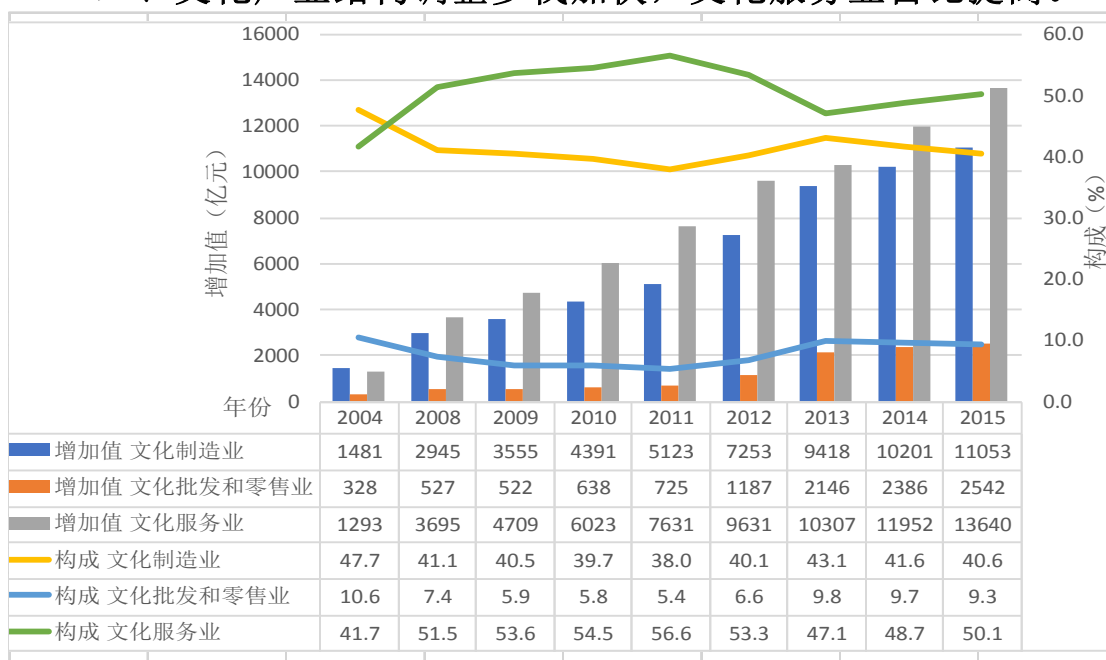
图表 2：2006-2015 年中国文化产业市场规模及增长率（单位：亿元，%）^①

从图表 2 的数据来看，我国文化产业增加值从 2004 到 2015 一直以二位数的速度增加，年平均增长率为 20.7%，高于 GDP 增速，是同时段 GDP 平均增长率 9.7% 的 2 倍。文化产业增加值占同期 GDP 的比重从 2.15% 上升到 3.97%，提高了 1.82 个百分点。统计数据同时显示，大多数地方文化产业的增长速度高于当地经济的整体增长速度，成为促进经济增长和就业创业的重要产业、推动产业结构优化的朝阳产业。十八届三中全会以来，我国文化产业发展进入新常态，文化产业 10 多年来发展的“热运行”态势持续趋缓，回归“常态化”。图表 2 显示，2013 年文化产业的增速再次明显下降，并趋于平缓。现在看来，文化产业作为国民经济的一个重要部门，长期地大幅超出国民经济其他部门的增长是一种“非常态”。从我国的实际发展状况看，这种增长与文化体制改革，以及与改革配套出台的鼓励政策有密切的关系，因此很大程度上是基于政府提供的“外生动力”。随着改革告一段落，政

^① 苗苏. 数据简报:1980-2014 年中国各年度 GDP 及增长率一览[EB/OL].2015-01-20.
http://intl.ce.cn/specials/zxxx/201501/20/t20150120_4389486.shtml.

策效应必将递减，产业发展动力必将从政府转向市场，发展速度必将下降，这种下降就是回归常态。^①

二、文化产业结构调整步伐加快，文化服务业占比提高。



图表 3 文化产业的相关行业增加值及构成^②

从产业类型看，2004 到 2015 年间，文化制造业增加值逐年增加，从 1481 亿元增加到 11053 亿元，增加了 6.5 倍，年平均增长 20%，2015 年占比 40.6%；文化批发零售业增加值从 328 亿元增加到 2542 亿元，增加了 6.75 倍，年平均增长 20.5%，2015 年占 9.3%；文化服务业从 1293 亿元增加到 13640 亿元，增加了 9.5 倍，年平均增长 23.9%，占 50.1%，文化服务业的较快发展，使其占比得到提高，目前已超过一半。

据统计局最新公布的数据，2016 年文化及相关产业 10 个行业的营业收入均保持增长，文化服务业快速增长。其中，实现两位数以上增长的 3 个行业分别是：以“互联网+”为主要形式的文化信息传输服务业的营业收入为 5752 亿元、增长 30.3%；文化艺术服务业的营业收入为 312 亿元、增长 22.8%；文化休闲娱乐服

^① 文化蓝皮书：中国文化产业报告（2015~2016）[EB/OL]. 2016-04-14.

http://www.fdi.gov.cn/1800000121_21_91880_0_7.html.

^② 数据来源于《2016 中国文化及相关产业统计年鉴》。

务业的营业收入为 1242 亿元、增长 19.3%。^①

三、市场主体不断发展壮大，规模以上文化企业营业收入快速增长。

文化产业市场主体不断发展壮大，截至 2015 年底，我国文化产业法人单位数达 104.03 万户，比 2004 年增加了 2.6 倍，年均增长 12.3%。以各级文化部门命名的文化产业园区、基地为代表的一批文化产业集群和骨干文化企业发展壮大，竞争力、影响力和自主创新能力不断增强。文化部门还联合相关部门积极推动文化领域大众创业、万众创新，大力支持小微文化企业发展，充分发挥文化产业鼓励创新、吸纳就业的功能。2015 年，全国新登记注册的文化、体育和娱乐业类企业达 10.4 万户，同比增长 58.5%，远高于同期全国新登记注册企业 21.6% 的增长幅度。^②

截至 2015 年底，我国共有规模以上文化企业 49356 家，资产总额 83902 亿元，实现营业收入 84163 亿元，占全部经营性文化企业营业收入的 74.5%；规模以上文化企业实现增加值为 17796 亿元，占全部文化产业的 65.3%。表明我国文化企业的规模化、集约化水平进一步提升。

四、文化产业投资规模持续扩大，发展基础不断增强。

2015 年，全国文化产业固定资产投资达到了 28898 亿元，比 2006 年的 3302 亿元增加了 7.8 倍，年平均增长 27.3%；比 2014 年增长 22.0%。2015 年全国文化产业固定资产投资增速比全社会固定资产投资（不含农户）高 12 个百分点，占全社会固定资产投资（不含农户）的比重为 5.1%，比 2014 年提高 0.5 个百分点。投资规模的持续扩大，强劲地推动了文化产业的快速发展。

分行业看，投资额增长最快的是以“互联网+”为主要形式的

^① 国家统计局. 2016 年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增长 7.5% [EB/OL]. 2017-02-06 http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201702/t20170206_1459430.html.

^② 苏丹丹. 文化产业迎来发展关键机遇期——2016 全国文化产业工作会议综述 [N]. 中国文化报, 2016-07-18 (006).

文化信息传输服务业，比 2014 年增长 77.0%；文化专用设备生产、新闻出版发行服务业、文化创意和设计服务业分别增长 41.8%、40.7%和 38.1%。其中投资规模最大的行业是文化休闲娱乐服务业，投资额达 10784 亿元，占文化产业的 37.3%。

五、居民文化消费水平稳步提高，形成了对文化产业发展的强劲拉动作用。

2015 年，全国居民用于文化娱乐的人均消费支出为 760.1 元，比 2014 年名义增长 13.2%，增速比全部人均消费支出高 4.8 个百分点；文化娱乐支出占全部消费支出的比重为 4.8%，比 2014 年提高 0.2 个百分点。分城乡看，2015 年城镇居民人均文化娱乐消费支出 1216 元，增长 11.8%，占城镇居民人均消费支出的比重为 5.7%，比 2014 年提高 0.3 个百分点；农村居民人均文化娱乐消费支出为 239 元，增长 15.4%，占农村居民人均消费支出的比重为 2.6%，比 2014 年提高 0.1 个百分点。城乡居民文化消费水平稳步提高，对更多更好文化产品和服务的需求有力地拉动了文化产业的发展。

六、文化产业吸纳了大量人员就业，呈现出逐年增强的势头。

截至 2015 年底，我国文化产业法人单位共吸纳就业人员 2041 万人，比 2004 年增加了 1.3 倍；比 2014 年增加 6.0%，占全社会就业人员的比重为 2.6%，比 2014 年提高 0.1 个百分点。

分行业看，与 2014 年相比，文化休闲娱乐服务业就业人员为 187.2 万人，增长 14.7%；文化信息传输服务业为 88.2 万人，增长 12.8%；广播电视电影服务业为 71.5 万人，增长 12.6%。占比较大的文化用品生产就业人员为 444.8 万人，占 21.8%；文化创意和设计服务业就业人员为 366.7 万人，占 18.0%。

七、文化产业区域发展呈阶梯状^①

^① 十年见证文化产业腾飞——我国文化产业 10 年发展对比分析报告[N].光明日报，2015-02-12（14）。

从 2004 年至 2013 年，这 10 年间，文化产业区域发展呈现东部领先、中部追赶、西部快跑的梯度发展态势。

东部领先是全面的。2004 年、2008 年和 2013 年，东部 10 省市的资产规模平均为 1006.55 亿元、1605.41 亿元和 4502.25 亿元，是中部六省平均水平的 3.63 倍、4.01 倍和 1.89 倍，是西部 12 省区市平均水平的 7-8 倍。据国家统计局最新发布的消息，2016 年东部地区规模以上文化及相关产业企业实现营业收入 59766 亿元，占全国 74.4%。中部、西部和东北地区分别为 13641 亿元、5963 亿元和 943 亿元，占全国比重分别为 17.0%、7.4%和 1.2%。从增长速度看，西部地区增长 12.5%、中部地区增长 9.4%，均高于东部地区 7.0% 的增速，而东北地区继续下降，降幅为 13.0%。

在文化产业六大类别分地区分年度排序中，广东省“拔得头筹”，江苏省综合排名仅次于广东省。北京市虽然在文化内容生产、文化传播渠道和生产性文化服务三个年份的排名均在前三名，但文化装备制造和文化消费终端制造两个类别的排名明显靠后，所以综合排名在山东省和浙江省之后。上海市与北京市的情况基本一致。

中部大步追赶。2004 年至 2013 年 10 年间，中部六省与东部 10 省市的差距在缩小。尤其是在 2013 年，二者资产规模的差距已从 2004 年的 3.63 倍缩小至 1.89 倍，主营收入相差的倍数也从 4.94 倍缩至 1.93 倍。2013 年，中部地区湖南省、河南省和湖北省文化生产服务增加值仅低于广东和山东的规模。

西部个别省市发展迅速。与中部六省相似，西部 12 省区市与东部 10 省市的发展差距逐步缩小，这一点在资产规模和主营收入两项指标上均有体现。此外，四川省、重庆市等西部地区文化内容生产、文化传播渠道和文化生产服务的发展水平与中部地区大

致相当。

八、文化行业吸金规模超八成^①

随着经济发展不平衡规律的持续深化，我国文化产业各行业发展也呈现出差异化的发展态势。部分行业在发展中获得了比较优势，整体行业盈利能力强，在短期内积聚了大量资本。据中国文化产业投融资数据平台显示，2016年互联网信息服务、旅游业、影视制作发行、软件业、文体娱乐器材制造、网络游戏、出版与发行、体育产业、广告创意与代理、互联网内容制作成为最受资本青睐的十大行业。其中体育产业波动最大，与2015年相比足足增长了147.36倍，挤掉了2015年文化产业资金流入前十强的“广播电视及数字电视业”，进入2016年文化产业资金流入前十强行业，位居第8名。另外，整体来看，2016年文化产业前十大吸金行业合计流入资金3345.39亿元，占比84.93%，有着举足轻重的作用。

从文化产业资金流入细分领域来看，2016年，旅游服务、在线生活服务、景区游览管理的流入资金规模位居“2016年文化产业各细分领域资金流入Top10”前三名，其中，旅游服务融资346.51亿元，在线生活服务293.55亿元，景区游览管理281.67亿元，但值得注意的是，位居第一名的旅游服务与第三名的景区游览管理均处于负增长走势，分别为-19.69%、-29.70%，而在线生活服务业与其呈反向走势，同期增长197.78%，位居第二，且其资金流入渠道主要为PE（271.17亿元）、创投（21.47亿元）、新三板（0.83亿元）、众筹（0.09亿元）。未来，随着中产阶级消费的兴起，叠加互联网、移动互联网加速渗透，在线生活服务的吸金表现，将更值得期待。

九、资金集中涌向“北广上浙”四大传统一线地区^②

从文化产业资金流入地区来看，北京、广东、上海、浙江、江苏等10个省市荣膺榜单，列入2016年中国文化产业资金流入十强。尽

^① 段卓杉. 文化产业资金流入量逼近4000亿元[N]. 中国文化报, 2017-04-15(002).

管同为十强，但不同地区的文化产业资金流入量差距仍然不小，其中北京地区以 1600 多亿元的资金流入量名列第一，且与位居第二的广东拉开了较大的距离。

我国文化产业与资本的交集集中出现在“北广上浙”四大传统一线地区，首先是因为北京、上海、广东、浙江四个地区具有良好的经济基础，据国家统计局最新统计显示，在我国各地区 2016 年 GDP 榜单中，北京、广东、上海、浙江的 GDP 均在前列。其次，该四大区域普遍具有优越的文化金融发展环境以及不断推进完善的文化产业投融资服务体系，其金融业和文化产业均在全国范围内处于领先地位。由于资本的逐利性特点，致使各类资本尤其是社会资本更加趋于流向该区域的文化产业。

综合来看，当前我国的文化产业正处在极为有利的发展阶段。就总体规模和发展趋势而言，文化产业在“十三五”时期有望实现跨越发展、再上台阶。

世界主要经济体文化产业发展状况^①

目前，世界各国（或经济体）根据自己的发展阶段特点和实际需要，赋予了文化产业不同内涵。有的叫创意产业，如英国、新加坡、印度、奥地利、泰国等；有的叫文化休闲产业，如西班牙等；韩国则称之为内容产业；美国叫版权产业。不同称谓下，各国文化产业的内涵和外延也不完全相同。

文化产业总体市场规模

当前国际上尚无统一、权威的文化产业概念、定义和分类，因此也就没有世界公认的全球文化产业规模统计数据。一些国际组织和部分国家统计机构或文化机构，也只是根据已掌握资料估

^① 国家统计局. 2014.10: 世界主要经济体文化产业发展状况及特点[EB/OL]. 2014-12-08. http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjcb/dysj/201412/t20141209_649990.html.

算世界文化产业的规模。

据韩国文化内容振兴院估算，2013年世界文化产业市场营业额达到2.337万亿美元。分区域看，北美市场份额最高，达到35.2%；欧洲、中东和非洲共占30.9%；亚太占27.4%，中南美洲占6.5%。

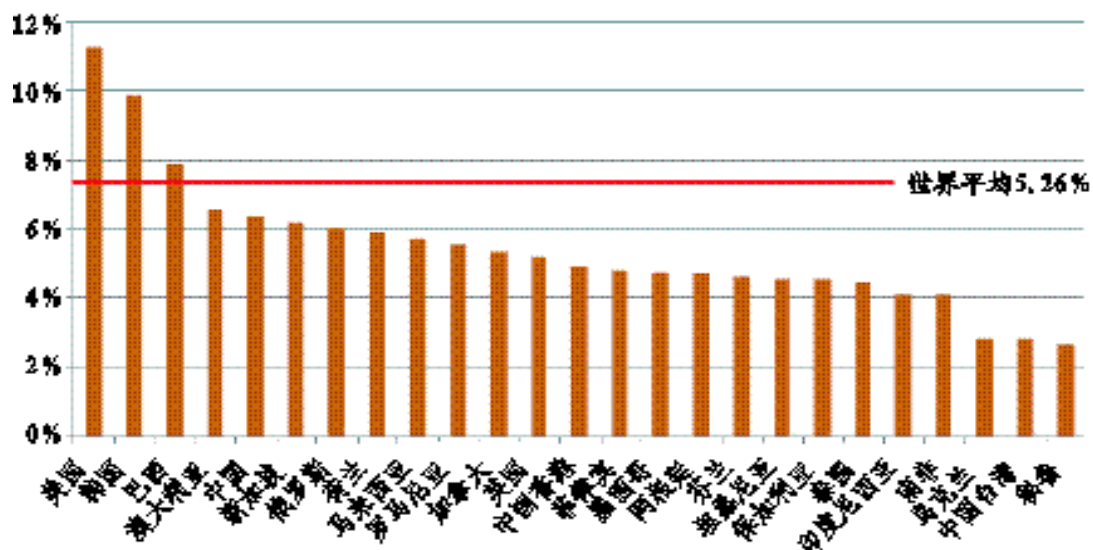
另据普华永道（PWC）测算，2011年美国、日本、中国、德国、英国、法国、意大利、加拿大、巴西和韩国娱乐和传媒业市场规模居世界前10位。其中，美国遥遥领先，营业额达到3630亿美元，是排名第2位日本（1730亿美元）的2.1倍；中国、德国、英国、法国、意大利和加拿大的营业额分别为890亿、720亿、690亿、610亿、590亿和370亿美元，位居世界第3至第8位；巴西和韩国均为350亿美元，分列第9位和第10位。预计到2016年，美国、日本、中国、德国和英国娱乐和传媒业营业额将继续排名世界前5位，分别达到4900亿、2030亿、1680亿、840亿和830亿美元，是2011年的1.3倍、1.2倍、1.9倍、1.2倍和1.2倍。

文化产业是促进经济增长和扩大就业的重要领域

世界知识产权组织的最新数据显示，2013年，全球文化产业增加值占GDP的比重平均为5.26%（见图2），约3/4的经济体在4.0%~6.5%之间。其中，美国最高，达11.3%，韩国、巴西、澳大利亚、中国、新加坡和俄罗斯均超过6%，加拿大、英国、中国香港、南非和中国台湾则分别达到5.4%、5.2%、4.9%、4.1%和2.9%。

联合国贸发会议2014年初预测，2015年全球文化产业占世界国内生产总值的比重将升至7%左右，每年平均提高0.7~0.8个百分点。

图 2 世界主要经济体文化产业增加值占 GDP 的比重



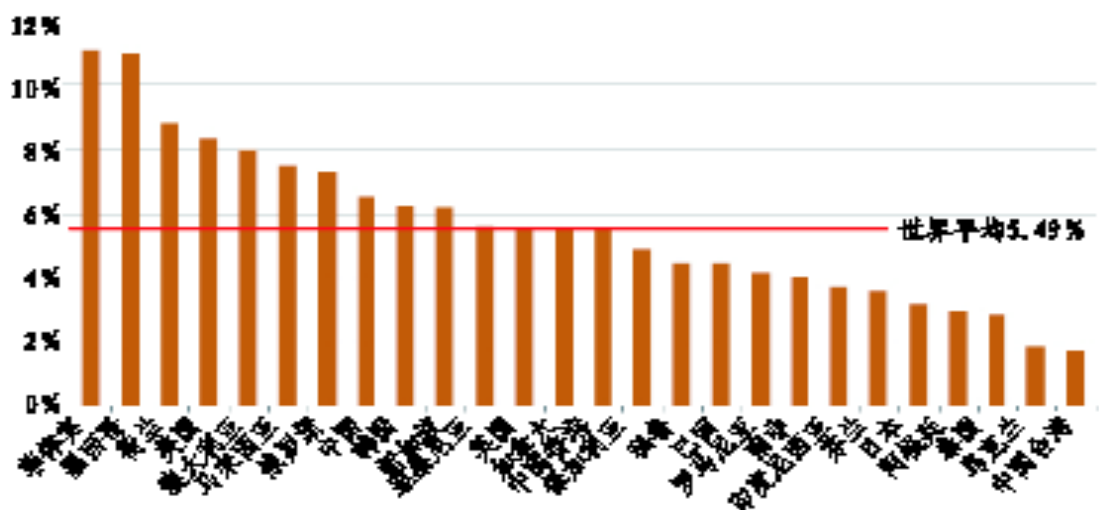
注：1. 因各经济体的文化产业分类不同，从而造成数据不可比。为便于比较，这里使用世界知识产权组织的分类标准及该组织公布的最新数据，下同。

2. 阿根廷和印度尼西亚为 2013 年数据；美国、韩国、英国、中国香港、坦桑尼亚及泰国为 2012 年数据；澳大利亚、保加利亚及南非为 2011 年数据；芬兰、马来西亚、罗马尼亚、乌克兰、新加坡、俄罗斯、菲律宾、墨西哥、加拿大、中国台湾、巴西为 2010 年数据；中国、荷兰和秘鲁为 2009 年数据。

3. 中国数据来自世界知识产权组织网站，下同。

资料来源：世界知识产权组织网站，下同。

图 3 世界主要经济体文化产业从业人员占就业总人数的比重



注：菲律宾和保加利亚为 2013 年数据；中国、英国、加拿大、阿根廷、中国台湾为 2012 年数据；美国、墨西哥及荷兰为 2011 年数据；韩国、新加坡、秘鲁、芬兰、巴西、马来西亚、俄罗斯、南非、坦桑尼亚、印度尼西亚、罗马尼亚、澳大利亚、中国香港、泰国、乌克兰、日本为 2010 年数据。

2013年，全球文化产业的从业人员占全社会从业人员总数的比重为5.49%（见图3），约3/4的经济体在4.0%~7.0%之间。其中，菲律宾、墨西哥、美国、澳大利亚、马来西亚和俄罗斯等均超过7%，2011年韩国和新加坡均达6.2%，英国和加拿大为5.6%，中国香港为5.5%。

文化产品和文化服务贸易方兴未艾

联合国贸发会议最新数据显示，2012年，世界文化产品进出口总额达9055亿美元，是2003年的1.9倍，年均增长7.4%。其中，文化产品出口和进口额分别达到4738亿和4317亿美元，分别是2003年的2.1倍和1.8倍，年均分别增长8.7%和6.6%。

2008年，世界文化服务进出口总额达到3538亿美元，是2002年的2.6倍，年均增长17.5%。文化服务出口额和进口额分别为1851亿和1687亿美元，是2002年的3.0倍和2.3倍，年均增速分别为19.9%和15.2%。2002年至2008年的6年间，俄罗斯等转轨国家增速最快，年均增长25.0%，比发达国家和发展中国家17.1%的增速高出7.9个百分点。

深度解读《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》^①

文化部2017年4月19日召开的2017年全国文化产业工作会议正式发布了《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》（以下简称《规划》）。《规划》明确了“十三五”时期文化产业发展的总体要求、主要任务、重点行业和保障措施，并以8个专栏列出22项重大工程和项目，是指导“十三五”时期文化系统文化产业工作的总体规划。中国传媒大学经管学部部长兼文化发展研究院院长、文化部文化产业专家委员会主任范周教授从编制背景、

^①范周. 深度解读《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》[EB/OL].2016-04-20.
http://www.qsttheory.cn/culture/2017-04/20/c_1120844234.htm.

亮点特点等多方面对《规划》进行了深度解读。

一、明确文化产业发展新要求

（一）双效统一是前提

文化产业的特殊属性决定了“坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一”是其发展的重要原则，这是文化产业不同于其他产业发展的价值导向，是提高人民群众生活品质和获得感的必然要求。《规划》在文化市场主体培育专栏中也特别强调国家级文化产业示范园区和文化企业的社会效益，并将其作为综合考核评价指标体系的重要一环。此外，《规划》保障体系中，突出强调了“把行之有效的文化经济政策法定化，健全促进社会效益和经济效益有机统一的制度规范”。把双效统一用制度规范进一步完善，可见其应贯穿文化产业发展方方面面的重要性。

（二）供给侧结构性改革是主线

2015年11月以来，随着供给侧结构性改革在各领域如火如荼地开展，文化领域也着力于提高供给质量、推进结构调整，供给侧结构性改革成为了“十三五”时期文化产业发展的主线。从《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》提出“以结构调整为主线，提升产业规模和整体素质”到此次《规划》提出“以推进供给侧结构性改革为主线，不断解放和发展文化生产力，满足多样化文化消费需求”，互联网掀起的消费革命呼唤文化产业要适应消费需求、消费心理、消费模式的新时期转变，供给侧结构性改革势在必行。

（三）融合发展是趋势

如今，文化产业的边界日趋模糊，“文化+”“互联网+”不断丰富文化产业的内涵和外延，我们很难用一个固定的边框去界定其范围。《规划》明确提出，要“推动文化产业与制造、建筑、设计、信息、旅游、农业、体育、健康等相关产业融合发展”，

文化产业的跨界联姻、文化要素的跨界互动、文化与科技的深度融合为文化增添了产业动力，让产业注入了文化因子。在此过程中，文化产业与公共文化服务要融合发展，两条腿走路互相支撑；文化产业不同门类要融合发展，促进资源要素流通；文化产业与相关产业要融合发展，为国民经济转型升级注入活力。

二、把脉文化产业走向新势头

（一）科技创新驱动，产业结构调整

创新是引领发展的不竭动力。当前，面对我国经济实力和综合国力迅速增强但资源、环境和人口压力却越来越大的现状，必须将发展由全要素驱动转向创新驱动、科技驱动。党的十八大提出实施创新驱动发展战略，强调科技创新是提高社会生产力和综合国力的战略支撑。以科技创新驱动产业结构优化调整，已经成为当前转变经济增长方式的关键。

为此，《规划》强调，“推进‘文化+’和‘互联网+’战略，促进互联网等高新科技在文化创作、生产、传播、消费等各环节的应用”。除此之外，《规划》还新增了文化装备制造业作为重点行业大力发展。这就意味着在互联网应用日益密集，大数据、云计算、人工智能等技术广泛应用的今天，传统产业要升级，新兴业态也要产生。2016年12月，国务院印发《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》，提出“要把战略性新兴产业摆在经济社会发展更加突出的位置。”一方面，要秉承创新理念，调整国民经济结构，发挥文化产业对国民经济转型升级的支撑和带动作用；另一方面，也要推动文化科技深度融合，调整文化产业结构，使传统文化产业转型升级、特色文化产业提升内涵、新兴文化产业蓬勃发展。

（二）立足“重大战略”，优化发展布局

伴随“一带一路”建设、长江经济带建设和京津冀协同发展

三大战略的深入实施，文化产业也进入到优化布局的关键环节。在“十二五”时期提出东中西部协调发展的基础上，《规划》进一步深化区域协同：“以区域发展总体战略为基础，以三大战略为引领，引导各地根据资源禀赋和功能定位，走特色化、差异化发展之路。”文化产业区域布局不是“全国摊大饼”，而是根据各地资源禀赋的差异区别对待。在这一过程中，既要注重因地制宜，发挥各地的资源和产业优势；又要注重统筹城乡，使文化产业成为新型城镇化建设的黏合剂；还要注重扶贫攻坚，使文化产业成为“老少边穷”地区发展的“助推器”。

“一带一路”建设，要使不同民族文化“交而通”，让各国都能搭乘中国发展的“顺风车”，实现共同繁荣。在这一过程中，最重要的就是文化共鸣。经济上的互利是暂时的，文化认同却是功在万代，利在千秋的大事。京津冀协同发展首先是要缓解大城市的“虹吸效应”，对于中小城市来说，被吸纳大于被辐射，城市间发展差距日益增大。因此在优化文化产业布局上，要克服这个问题。2017年4月1日公布“雄安新区”，目的就是要转移部分产业，疏解非首都功能，缓解区域协同发展的“二八效应”。这将成为区域协同发展的新范本。因此，优化文化产业布局必须紧紧围绕国家战略，有的放矢、因地制宜，在宏观上完善顶层设计，在实际操作上把握区域协同的内在机理。

（三）完善体系建设，释放市场活力

针对“十三五”时期的文化发展，2016年国家“十三五”规划提出建设“一个工程”和“四大体系”。为此，《规划》也指出要完善现代文化产业体系，并将现代文化市场体系建设单独作为一节着重谋篇。“完善现代文化市场体系，进一步完善文化产品和要素市场建设，建立健全文化市场监管体系。”要使文化产业健康发展，就必须建立起与之相适应的市场运作体系，完善市

市场主体、市场体系与市场机制建设。

在市场主体建设方面，一方面要培育骨干文化企业，发挥骨干文化企业的引领和示范作用，打造文化产业“航母”；另一方面要大力支持中小微文化企业，增添文化市场活力，同时推进文化产业园区建设。在市场体系和市场机制建设方面，一方面，分别加强产品、服务和要素市场建设，使各部分都能够“合理搭配，物尽其用”；另一方面，打通生产和销售市场，使文化产品的生产要素、生产过程和产品销售形成科学合理的内在发展机制，避免文化产业体系“肠梗阻”现象的发生。此外，在释放市场活力方面，《规划》还特别指出要“进一步拓宽社会资本投资的领域和范围，激发社会投资活力，健全多层次、多元化、多渠道的文化产业投融资体系。”积极探索社会资本与文化市场结合的新方式。

（四）扩大有效供给，引导文化消费

推进文化领域供给侧结构性改革，要着力于扩大有效供给。《规划》强调“扩大文化产品和服务的有效供给，满足人民群众日益增长、不断升级和个性化的精神文化需求。”供给主体的结构问题是关键问题，要实施文化精品战略，以“文化+”“互联网+”丰富文化产品和服务形式，拓宽文化产业业态。2016年上半年，我国网络文化市场整体营业收入超过1000亿，尤其是网络直播表演市场，同比增长209.3%。因此在供给方面，要适应网络文化消费需求的变化，增加网络及相关产品的有效供给。除此之外，在要素方面，还需要创新人才供给、提升科技供给、优化资本供给、加强长期规划供给、增加面向全球的资源供给。

在引导文化消费方面，《规划》强调“适应和引领个性化、多样化的文化消费发展趋势，建立扩大和引导文化消费的长效机制。”一方面，改善文化消费条件，加强文化基础设施建设。强

化公共文化建设对文化产业发展的反哺和支撑作用，鼓励社会资本进入文化产业，参与文化消费项目的拓展和创新；另一方面，释放文化消费需求，建立文化消费长效机制。通过文化品牌活动等一系列项目的大力开展，营造健康向上、充满活力的文化消费氛围。为此，《规划》提出实施“促进文化消费计划”，在试点评估的基础上，对建立起文化消费的长效机制作出有益探索。

（五）振兴传统文化，增强文化自信

传统文化作为中国数千年来沉淀下的文化精华，不仅是中华民族文化自信的源泉，也是实现中华民族伟大复兴的精神支柱。自 2017 年以来，《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》和《中国传统工艺振兴计划》的相继出台，见证了“十三五”期间我国对传统文化的重视发展程度稳步提升。《规划》从多重角度致力于传统文化发展：“推动优秀传统文化资源数字化进程；系统梳理传统文化资源，推动文化资源活起来，以中华美学精神引领创意设计；支持制作适合互联网和移动互联网传播的精品佳作，促进优秀传统文化和当代文化精品网络传播。”

在互联网时代背景下，《规划》在文化领域的供给侧改革层面更强调用数字化的现代手段弘扬传统文化，鼓励传统文化与网络文化的跨界融合，通过网络传播手段扩大传统文化的影响力，从而增强群众的文化自信。同时，《规划》更以开放的视野注重传统文化的市场化运作，鼓励建立完整的产业链，扩大传统文化的有效供给，使传统文化渗入到寻常百姓家。

四、完善文化产业发展新保障

（一）加强法治：让文化有法可依

文化立法是文化产业稳定发展的重要保证。从《文化部“十二五”文化产业倍增计划》的“完善政策法规体系”发展到《规划》中的“推进法治建设”，文化产业发展的法治环境更加清晰

规范。2016年《电影产业促进法》等法律的相继出台为产业发展提供了有力保障，“十三五”期间也将陆续制定颁布《文化产业促进法》《文化市场综合行政执法管理条例》《互联网上网服务营业场所管理条例》等法律条例。

随着这些法律的出台，文化产业发展环境必将得以优化改善，文化产业的发展有了法律的保护伞，也必将在阳光下茁壮成长。然而法律的制定只是文化法治建设的开始，互联网时代的文化监管问题不容忽视。《规划》指出“建立健全重大决策合法性审查和公平竞争审查工作制度。加强互联网文化管理法规制度建设。深化文化市场综合行政执法改革，全面落实行政执法责任制。”文化立法应与时代接轨，不断解决新形势下文化发展难题，为文化产业发展保驾护航。

（二）优化标准：让统计有迹可循

文化产业统计是把握文化产业发展整体态势的重要依据，但目前我国文化产业统计的仍然存在着文化产业统计不健全、文化产业指标体系不完善、文化产业统计数据不系统等不适合文化产业发展等问题。《规划》指出要“加强统计应用”，优化文化产业数据的统计标准和分类标准，使文化产业统计更为精准可靠，为未来文化产业的发展提供有力的数据支撑。

自2012年文化产业分类发展到今天，以互联网技术为代表的现代科技不断催生新兴业态，原有的分类标准已然不能适应当下文化产业发展现状，文化产业分类标准的更新迫在眉睫。此外，文化产业行业标准缺失也阻碍了各行业健康有序发展。因此，《规划》指出“加快文化行业标准和国家标准的制定修订，积极参与国际标准制定。增强文化行业标准化意识，提升标准化应用水平，构建文化行业标准规范体系。”

（三）释放红利：让发展更有动力

相较于《“十二五”时期文化产业倍增计划》，《规划》的保障措施更具针对性和实用性。在政府、经济、土地、人才等方面都释放了红利来支持文化产业的发展，真正使政策红利用到文化产业发展的刀刃上。

第一，在“双创”的背景下，政府层面除了提供相应的税收优惠政策外，更将加大对文化产业创新创业项目的支持力度；第二，在经济层面争取文化产业的专项基金，通过经济手段增强文化产业的发展动力；第三，在土地方面指出对文化用地采取相应的优惠支持福利；第四，此次《规划》着重指出要“强化人才支撑，以高端内容创作、创意设计、经营管理、投资运营、数字文化、文化金融等人才为重点，为文化产业发展提供有力支持。”

《规划》对文化产业发展的优惠之大、福利之多，为“十三五”时期文化产业的发展提供了全面保障。

（四）创新治理：让运行更有效率

完善的文化管理治理体制能够大大增强文化产业的运行效率。与“十二五”时期的“规范文化市场和文化体制改革”不同的是，此次《规划》中更加注重“文化产业的管理治理”。《规划》指出，要“深化文化行政部门职能转变，加强事中事后监管；健全国有文化资产管理体制机制；加强博物馆等文化文物单位运行体制机制改革创新；推进文化产业领域行业组织建设。”

由此可见，第一，市场在资源配置中仍起决定性作用，政府将不断放宽文化企业发展的市场性；第二，在文化文物单位上支持市场化运作，强调保护为主、开发为辅；第三，行业组织的影响作用在未来将不断扩大，通过行业组织规范优化文化企业，用行业组织规范引导行业健康发展将更加普遍。

“十三五”时期的开局之年已经过去，2017年我国文化产业的发展思路更加清晰、发展前景更为广阔。从“十二五”到“十

三五”，文化发展经历了从大步向前到理性回归的过程，文化领域的供给侧结构性改革是“十三五”时期的重要任务，创新发展、融合发展、协调发展仍是新时期文化发展的主要趋势。在《规划》的引领下，历史与未来、传统与现代、区域间的界限将渐趋模糊，文化将在大融合的背景下描绘出更为精彩的蓝图。

2017 年中国文化产业发展趋势^①

2017 年中国文化产业将在三个经度和四个维度的方向上大力拓展，即：立足于“十三五”定位，立足于国民经济支柱性产业发展方向，立足于整个中国文化的建设发展战略“三个经度”；从“四个维度”加强融合：文化产业与国民经济的融合，文化产业与社会建设的融合，文化产业与文化事业的融合，文化产业内部产业结构、业态的调整与融合。

趋势一：文化产业与国民经济的融合

【现象】

2016 年 12 月的一个规划让文化产业界又有了开拓空间——数字创意产业与新一代信息技术、高端制造、生物、绿色低碳等产业一起，被纳入《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》中，计划到 2020 年，数字创意产业等相关行业的产值规模达到 10 万亿元级。

《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》对数字创意产业进行了“顶层设计”，2017 年必然在“创新数字文化创意技术和装备”“丰富数字文化创意内容和形式”“提升创新设计水平”“推进相关产业融合发展”等四个方面推进整体布局、明确发展路径。

“数字创意产业纳入战略性新兴产业发展规划，既是文化产业发展的重大利好，更是文化产业融入国民经济的一个里程碑。”文化部

^① 张玉玲.2017 年中国文化产业发展趋势[N/OL].光明网-《光明日报》(12).2017-01-07.
http://news.gmw.cn/2017-01/07/content_23422368.htm.

文化产业司负责人指出，这体现了国家规划的战略性和前瞻性，是国家规划层面引领和促进文化产业发展的一个重要突破，标志着文化产业在国民经济中的重要地位进一步凸显和提高。

文化除了向数字领域渗透，2017年“文化+”还将融合到国民经济更广泛的领域，横跨三个产业，进一步放大文化产业的格局和境界：文化创意与第一产业融合，创意农业将帮助农村换新颜；文化创意与第二产业融合，使工业旅游和工业设计方兴未艾；文化创意与其他相关产业融合，让产品和服务更有温度和情感，更符合消费者多样化的精神文化需求；文化创意甚至还能助力扶贫工作，让贫困地区的青山绿水变成致富的“金山银山”。

专家指出，实现“文化产业成为国民经济支柱性产业”的目标，要从文化产业的内涵与外延发力。从内涵看，“十三五”时期，要大力推进文化产业的供给侧结构性改革，抛弃低端、不合乎人民群众口味的文化产品供给，加快文化产业提质转型升级，通过文化自身的创新、创意优势，为文化产业提供新思路、新模式，重构文化产业生态环境。从外延上，要让文化创意产业服务实体经济走向常态化，通过“文化+”进一步促进文化产业与相关产业融合，强化文创产业对国民经济的外溢性和渗透性效应，不仅可以开拓文化产业的发展空间，而且为推动国民经济转型升级、推进供给侧结构性改革助力。

趋势二：文化产业与社会建设的融合

【案例】

作为云南省唯一的国家文化消费试点城市，丽江市日前确定了33个文化消费重点试点企业，涵盖文化主题酒店、特色餐饮、文化旅游服务等文化产业各业态。

在刚刚结束的2017年全国文化厅局长会议上，文化部部长雒树刚介绍，2016年扩大文化消费试点工作逐步推进，第一批第一次26个试点城市因地制宜，有效拓展了居民文化消费空间，2017年国家

文化消费试点工作将全面铺开，进一步引导城乡居民转变消费观念，推动文化消费总体规模持续增长，带动旅游、住宿、餐饮、电子商务等相关领域消费，发挥文化消费拉动经济增长的积极作用，又能夯实社会建设，不断满足群众精神文化需求。

旅游、文化、体育、健康、养老，五大“幸福产业”的发展方案在2017年赋予了“双重责任”：是拉动消费增长、促进消费升级、拉动内需的新力量；也是直指人心、提升中国公民的“幸福指数”和生活品质的着力点。

应该看到，当前文化产业的发展还远远跟不上群众文化消费需求的个性化、多样化变化。2017年要扩大文化消费，还得从文化产业供给侧发力，关注文化消费新趋势，聚焦主流人群的消费喜好，引领时尚消费潮流和现代生活方式，提升文化消费对城市经济的贡献度。专家指出，一方面要丰富文化产品的品种，不再局限于传统的读书、看报、看演出，而将文化的产品和服务拓展到生活的方方面面、点点滴滴，扩大文化的覆盖面，满足消费者的多样化精神文化需求；另一方面，要提高文化产品的品质，不断推出触及心灵、引发共鸣的“爆款产品”，提高文化产品的吸引力和感染力，让文化产业惠及群众日常生活，为百姓带来更多获得感和幸福感。

趋势三：文化产业与文化事业的融合

【探索】

在刚刚过去的一年，文博界可谓“眼界和思路都打开了”。《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》发布，相关试点单位积极开发文创产品。

2017年“有序推动文化文物单位文化创意产品开发”又写入文化部重点工作，文化部部长雒树刚表示，将加强传统文化资源的数字化和创造性转化，让收藏在禁宫里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都“活”起来。

中国从来不缺历史、不缺故事，缺的是创造和加工能力，缺的是那些会讲故事的创意人才，让高扬的“文化自信”能有创意表达和实力支撑。不仅文化产品需要有内容，能有引人入胜的故事和拨动人心的情感，放眼城乡建设更需要文化的滋养。

专家预测，2017年的城镇化建设中，尤其在特色村镇推进中，文化产业和文化事业的边界将更加模糊，“你中有我，我中有你”。与其说是文化事业的投入，实际上也在为文化产业积累资本；与其说是文化产业的经济效益，实际上也有社会效益，为当地文化事业作贡献。值得一提的是，PPP运营模式在2016年完成启蒙后，2017年将进入实施阶段，民间投资可以顺利进入公共文化领域，进一步提高公共文化设施的使用效率，为文化小康积聚更多的产业力量。

过去的一年，国有文化企业迎来一个上市的“小高潮”，中国电影、广西广电网络、新华网等8家在资本市场“鸣锣”。2017年这些有资金武装的国有文化企业必将大举“开疆拓土”，进行全面战略布局，既提高国有文化企业的市场占有率，做强文化产业的“国家队”，同时也将履行国有文化企业的社会责任，在弘扬中国精神、传播中华文化、提高全民族精神文明素养方面更有作为。

趋势四：文化产业内部融合促进提质增效

【实践】

VR、直播、网剧、弹幕等新业态在2016年以“迅雷不及掩耳之势”快速冲击文化消费市场，成为年轻人的消费新时尚。这些文化新业态，是创造力的源泉、是变革的力量，使文化产业从产品呈现到运营生态都发生了巨大变化。

顺应“互联网+”的新形势，传统文化企业正不断增强自己的“内功”，提高竞争力，实现升级发展。2017年，对互联网的运用会让文化产业如虎添翼，带来新的惊喜和感动：电视业，通过研究消费者观看行为的变化，运用联网联机，实现电视大屏和手机小屏的完美联动，

找到保持“开机率”的新理由。而演出和电影，将搭上互联网众筹的快车，营销新产品，积累粉丝，开发衍生产品，做长产业链。传统出版业在完成数字化设备改造后，将着力改造运营模式，嫁接互联网的运营理念，盘活资产，实现增值。

2017年文化企业要“练好内功”，推动文化产业领域的供给侧结构性改革，还要用好金融资本的力量，为产业发展补充血液。文化金融在实践中“磨合”和“妥协”，学会站在彼此的角度“换位思考”：文化企业不断学习，逐渐讲好“资本故事”，而金融机构则加强创新，为不同时期的文化企业量身定制金融产品。现在文化金融的问题，不再是“有没有”的问题，而是“会不会用”和“怎样用”的问题。2017年的文化金融将呈现“马太效应”，那些不会运用金融工具的文化企业，难以驾驭资金本，而在资本市场长袖善舞的文化企业将越来越好。

文化企业最核心的任务还是要做好自己的产品和服务，否则就是无源之水。2017年文化企业要有工匠精神，在文化领域精耕细作，做精、做深自己的产品和服务，提质增效，这是文化企业成长的立身之本，也是文化企业的人文情怀和社会责任所在，更是成就百年基业、弘扬中华文化的必由之路。

从供给侧发力推动文化产业创新发展^①

文化产业领域为什么要推进供给侧结构性改革

我国文化产业经过了10多年的快速增长，无论在质和量上都取得了长足进展，在我国经济社会发展中发挥着十分重要和独特的作用，但在发展过程中也存在不少困难和矛盾。

现象之一：文化产业增长趋缓。据公开资料显示，2008~2015年的8年间，我国文化产业保持了较为强劲的增长态势，年均增长率

^① 从供给侧发力推动文化产业创新发展.中国出版.2017.1:6-10.

高达 17.16%，远高于同期我国国内生产总值（GDP）8.54%的年均增长率。但我国文化产业近年增长回落，而且其回落的时间拐点与 GDP 增长回落的时间拐点一致，都是在 2010 年达到增长峰值，之后逐年下行回落，至 2015 年我国文化产业增加值增幅跌至 7.9%。而在部分地区，诸如在一些制造业优势突出的地区，文化产业增长趋缓态势更加突出，有些甚至低于同期 GDP 的增幅。

现象之二：文化消费潜力未能有效激发。从文化消费总量看，当前日本、美国、加拿大、英国文化消费总量占地区 GDP 的比重分别约为 7.1%、7.5%、5.8%和 7.6%，而我国仅为 1.8%；从人均文化消费量看，欧美发达国家人均文化消费支出占人均总消费支出比重长期保持在 10% 以上，韩国、新加坡、日本等甚至接近 15%，而国家统计局的抽样调查显示，2014 年度我国城乡居民人均文化消费支出占人均消费支出的比重仅为 4.6%。据有关资料反映，当前我国文化需求总量约 5 万亿元，但实际消费才 2 万多亿元。

现象之三：文化供给显结构性产能过剩。我国文化产品生产在数量上增势明显，但文化产品存在过于单一化、精品匮乏的突出性问题，具有原创性、思想性的高端文化产品供给不足，而复制性、低档次的文化产品过剩严重。譬如，据有关资料反映，目前我国有 500 多家出版社，每年出版图书 40 多万种，库存积压十分严重。在影视行业，2015 年我国电影生产量约 737 部，但真正上线播出的只有 383 部；2015 年我国电视剧生产大概是 1.7 万集，是美国的 3 倍多（美国约 5000 集），但真正能播出的在 1 万集左右。

可见，与经济领域相似，当前我国文化产业领域也存在产品结构不合理、产业结构不完善、供给与需求不匹配、文化创新动能不足、增长呈下行趋势等问题。这不仅制约文化产业自身的繁荣发展，也显著影响我国及地方和城市的转型发展。文化产业供给侧改革作为对文化供给和文化产业中长期增长动力的创新和重塑，是实现文化产业供

需结构向更高水平再平衡再跃升的内在要求，也是实现文化产业自身转型发展的必然选择。

推进文化产业领域供给侧结构性改革需要解决的五个问题

推进文化产业供给侧结构性改革应围绕提高我国文化产业的整体效益和发展水平，提升我国在文化产业领域的国际话语权，建设社会主义文化强国这一战略目标，抓住关键环节，坚持问题导向，推动改革创新，努力实现文化产业领域的提质增效和供需相宜，促进我国文化产业又好又快发展。

1. 持续的结构调整

持续推进文化产业的结构调整，加快构建与我国经济社会发展相适宜、与文化产业长期健康发展相适应的合理格局，是文化产业领域供给侧改革的一项迫切而长远的战略任务。

一是补内容“短板”。内容强则产业强，文化产业发展要始终坚守文化产业的“内容为王”，重视内容在产业发展中的核心地位。为此，需要强化政策引领和助推，大力支持影视、演艺、出版等核心文化领域创新产品开发，打造优质精品，并按照全产业链的思路，推动产业链各环节和资源要素的整合，做强做大做优文化产业的“内核”和“灵魂”，在内容产业实现弯道超车，确立后发优势。

二是促文化“创新”。文化“创新”是新时期文化消费特点对文化供给提出的新要求。1997年，英国作家J.K.罗琳推出哈利·波特系列第一部小说《哈利·波特与魔法石》，并于2001年搬上银幕，形成至今遍布全球的3亿“哈粉”和2000亿美元的《哈利·波特》产业链。可见文化供给创新能够满足人民群众多样化和更高层次的文化需求，创造和激发出全新而巨大的文化消费需求。文化创新，贵在坚持文化生产和创作规律，重在打造优质精品。科技在文化创新行动中具有特别重大意义，要深入推动“互联网+文化+科技”的融合发展，强化科技对文化创新的支撑和引领作用，发展文化科技产业，不断扩

大文化产业领域的自主创新，提升文化产业国际国内竞争力和影响力。

三是重市场“引路”。以市场为导向，建立多层次文化产品和要素市场，更好地发挥市场对文化资源和文化产品生产的有效配置作用。大力发展综合性、专项性、区域性文化产品交易市场和文化服务交易平台，发展以网络为载体的新兴文化产品市场和文化电商，培育大众性文化消费市场，拓展文化产品和文化服务的消费领域。加强文化生产要素市场建设，建立健全文化资产评估体系和文化产权交易体系，大力发展版权代理、文化经纪、评估鉴定、推介咨询、投资保险、担保拍卖、管理服务等各类文化市场中介服务机构。创新制定文化消费新政，有效引导、刺激和扩大文化消费。

2. 广泛的“文化+”行动

“文化+”是文化更加自觉、主动、深入地向经济社会各领域的渗透，其核心是赋予事物活的文化内核、文化属性、文化精神、文化活力、文化形态和文化价值，为事物植入文化的基因（DNA）。广泛的“文化+”行动，即以“全链接”“零距离”的理念，把文化“+”在各行各业，全面提升社会发展中文化的重量、经济结构中文化的体量、城市建设中文化的分量、社会发展中文化的力量，开启“文化+”的中国时代。

一是注重文化资源的凝练和转化。我国文化资源丰富，又博大精深，不同民族、不同地域的文化各具特色。这些深厚的传统文化和巨量的文化资源，是“文化+”的重要来源和重要内涵。为此，必须高度重视对文化资源潜力的发掘，着力做好文化资源的再凝练、再生产，讲好中国故事和地方故事，提高文化资源的利用水平和利用效益，推动文化资源向文化资本转换。

二是抓住“城市+文化”和“制造业+文化”两大着力点。一方面，城市是文化供给和文化消费的集中地，我国城市建设发展和城市转型

迫切需要文化助推。城市+文化，让文化的触角延伸到城市的每个角落，渗入到人民的日常生活，让“文化+”在城市经济和社会生活中越来越丰富、越来越深入、越来越广泛，进而提升我国城市发展中的文化能级，推动文化供给和文化消费的全面升级。另一方面，我国作为制造业大国，“文化+”行动要紧紧联接制造业的发展，通过制造业+文化，对制造业进行“文化改造”，为制造业转型升级打开另一扇“窗”，并催生一些文化创意环节从制造业中剥离出来，形成一批新兴文化企业，提升文化创新和文化供给能力。

3. 多元主体的培育

经济活动主体是供给侧最为重要的一环，文化产业领域供给侧改革必须强化主体培育，释放主体活力，形成丰富多元的主体力量。

一是坚持国有、民营多元发展。在继续加大力度推动国有文化企业深化改革，转换机制，增强活力，提升对文化产业的影响力和引领力同时，应着力研究如何进一步放宽市场准入，加大政策扶持力度，为社会资本开辟一片投资的新蓝海，激发和推动更多的社会资本进军文化产业领域，形成国有、民营互为补充、共同发展、富有活力的文化供给主体力量格局。从发展主体力量的培育看，只有在社会资本全面觉醒，大量的新主体参与进来，并大规模投资发展文化产业之时，文化产业才是真正繁荣发展之始。

二是扩大文化领域招商。从各地文化产业实际需要看，文化产业领域应充分借鉴我国产业经济发展成功的招商理念、模式和机制，主动出击，开展大规模的文化招商活动，以进一步壮大地方文化供给主体力量。现阶段我国文化产业发展已进入量质并重和齐升阶段，文化产业招商应注重质量和效果，重点要引进处于技术前沿和引领产业发展方向的战略性项目，引进具有较强资本实力、较强自主创新能力的文化企业，引进对区域内相关文化产业具有显著产业提升功能的

重大项目，既推动文化产业实现量质齐升，又抢占文化产业发展新高地。

三是扶持中小微文化企业发展。面广量大的中小微文化企业是文化供给繁荣的基础。但其受关注度较低，融资难、扶持少、人才缺、信息不对称等困难和问题相对较为突出。为此，政府部门尤其要加强对中小微文化企业的支持，畅通联系服务渠道，增强企业发展信心。通过建立孵化基地、推行房租补贴、实行税收减免等一系列政策创新和服务创新，打造文化“创工厂”，培育“专、精、特、新”中小文化企业群，促进文化领域的“大众创业、万众创新”。

4. 新技术的推广和文化新业态的发展

相对于需求侧更多强调解决经济短期波动问题，供给侧管理则更多强调解决经济发展的长期性和根源性问题。因此，文化产业供给侧改革要着眼长远，注重培育文化产业发展的新动力。

一是大力推广和运用互联网新技术。在“互联网+”时代，互联网新技术不仅直接改变着企业生产经营的一切，并在实现文化供需的有效连接中具有特别重要作用。如风靡全球的韩剧《来自星星的你》和国内热播的《琅琊榜》《花千骨》等影视剧，其成功的秘诀就是在策划制作与营销过程中运用了大数据技术和理念，实现产品内容、形式的精准化定制和生产。因此，地方和政府各部门要采取措施进一步鼓励、引导和扶持文化企业加快开发和利用新媒体运行平台，加快推广应用云计算、大数据分析等技术，实现文化企业自身的华丽转身。

二是积极布局文化新业态。需要引起高度重视的是，以移动互联网、大数据、云计算、物联网为代表的互联网新技术的广泛应用和新媒体的不断涌现，文化新业态已成为当前文化产业发展的一个重要增长源。目前全国各地把文化产业新业态作为推动文化产业转型升级的加速器和经济持续增长的新引擎，并由此展开了激烈竞争。据相关资料反映，2015年杭州市信息服务业实现增加值1103.96亿元，占到该

市文创产业增加值总量的 49.5%。2015 年深圳文博会则把文化产业新业态的参展比例提升到 70%以上的规模。可见，实现文化产业从“高原”到“高峰”的突破，必须未雨绸缪，高度重视文化新业态的培育，加大力度，积极扶持和及早布局文化新业态的发展。特别是要密切关注文化产业领域新技术的最新应用成果和新业态的发展趋势，对占据技术前沿并拥有自主知识产权的文化新业态进行战略孵化和产业重组。

5. 要素供给的创新与变革

需求侧改革有投资、消费、出口“三驾马车”，供给侧改革则聚焦生产要素的供给和有效利用。文化产业领域要素供给的变革，决定着文化产品供给的强度和结构。

一是集聚文化人才。文化产业人才缺乏一直是困扰国内许多城市文化产业发展的突出问题。为此，各地需要抓紧制定文化人才引进和培育规划，优化政策和制度保障，特别是要结合丰厚的文化资源和浓郁厚重的文化底蕴，在城市产业的诸多业态中大力推行文化“种植”，建设一批诸如个性化书店、文化咖啡馆、文化茶馆，繁荣“诗、书、评、唱”等高雅文艺，打造良好和有特色的城市文化生态，吸引文化人才集聚，推动文化创意阶层的崛起。

二是保障空间资源。充足的发展空间是文化产业发展的必要条件。作为当前产业主要空间组织形式的文化产业园区，其发展不仅顺应了文化产业集约化和集群化发展趋势，更为文化产业发展提供了不可或缺的空间资源。我国实现文化产业的跨越式增长和建设文化强国目标，必须想方设法加快文化产业园区建设，不仅要推动文化产业园区数量较大扩张，还要推动文化产业园区在内容建设的质量和档次上有显著提升。要加强文化产业园区的高端联接，重视引进有重大影响力的文化企业和能推动形成全产业链的关键项目，提高园区的集聚效益和影响力。

三是加强金融助推。金融资本是产业经济发展的强力助推器。目前我国各地在文化金融服务创新方面已作出了一系列探索,包括文化金融合作试验区、文化产业投资基金、文创专营银行、中小文化企业担保公司及一些针对文化企业特点的文化金融产品等。但由于金融资本所特有的“嗜优性”和文化企业轻资产特点等原因,融资难依然困扰着广大文化企业,特别是中小微文化企业的发展。为此,要着眼于银行贷款在解决文化企业融资需求中的主渠道作用,引导金融机构进一步加大力度,创新开发适合文化产业特点的金融产品,特别是要探索无形资产、文化项目、文化企业整体资产的科学评估办法,为金融机构全面进军文化产业打通“最后一公里”。同时,借力全国中小企业股份转让系统和推行中小文化企业集合信托产品等,拓展文化企业直接融资渠道。

四是推动制度创新。制度变革作为供给侧要素管理的重要内容,是释放经济发展动力的根源性调节变量。制度变革首先在于战略方向的选择。各地应根据当前文化产业发展的趋势,结合自身文化资源和产业发展优势,对文化产业发展重点做出最合适的战略选择,进而指导并推动文化产业供给端的发力重点,最终在文化产业的局部领域形成自己的优势。应继续加大对文化产业制度性约束“放”的力度,进一步释放文化企业发展活力,同时细化制定相关行业政策,形成文化产业政策合力。重视文化产业发展的空间规划,加快建立“区域互动、产业联动、竞争有序、统一协调”的发展机制,形成各具特色、错位发展的文化产业空间发展格局,实现区域文化产业的协同发展。

亟需关注的广西文化产业发展问题^①

广西文化产业发展存在的主要问题

^① 广西文化产业发展落后的问题亟需关注——2015年广西文化及相关产业发展情况分析.广西壮族自治区统计局.2016-11-02. http://www.gxtj.gov.cn/wap/sjfb/fs/201611/t20161102_128703.html.

1. 文化产业基础差、总量小、发展相对落后。广西文化产业发展仍处于起步阶段，总量小、步伐慢，与先进省（市）相比还有很大差距。2015年广西文化产业增加值占全国的比重为1.56%，排名全国第20位，在西部排在第5位，占全区GDP比重为2.52%，比全国平均水平（3.97%）低1.45个百分点，排全国第22位，西部第7位。按照当前的发展速度，很难实现广西《“十三五”规划纲要》中提出的“文化产业增加值占比提高到4%以上”的目标。文化产业发展落后已成为广西经济发展的短板。

2. 文化产业固定资产投资明显不足。从近年的固定资产投资情况看，广西文化产业投资明显不足。“十二五”期间，文化艺术类累计完成固定资产投资274亿元，仅占固定资产投资总额的0.44%，其中2015年完成固定资产投资76亿元，规模仅为卫生行业的二分之一、教育行业的五分之一。虽然高投入不一定能带来高增加值，但是过低的投入很难给文化产业创造良好的发展空间。

3. 文化服务业持续低迷。2014年文化服务业增加值比2013年减少29.46亿元，2015年持续下滑到181.98亿元，仅为2013年的八成左右。其中服务业企业增加值减少了10.10亿元，同比下降6.6%。2015年，全区重点服务业企业从业人员较上年减少2768人，同比下降8%。文化服务业发展持续低迷是全区文化产业发展落后的主要原因之一。

4. 文化产品生产大部分行业呈现负增长。文化产品生产涵盖的文化信息传输服务、文化创意和设计服务、文化休闲娱乐服务、工业美术品的生产四个大类均出现呈现负增长，下降幅度均在5%以上。其中广告业（占比5.18%）、工程勘察设计（占比5.18%）、网吧活动（占比3.15%）等占比较大的行业均不同程度下降。

广西文化产业发展的建议

当前，广西发展文化产业面临机遇与挑战并存。一方面，大力发展文化产业是现阶段推动经济发展、构建和谐社会的重要举措。习近平在建党 95 周年庆祝大会讲话中指出：“我们要坚持道路自信、理论自信、制度自信，最根本的还有一个文化自信”，“文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信”。国家《“十三五”规划纲要》中明确提出“公共文化服务体系基本建成，文化产业成为国民经济支柱性产业”，广西《“十三五”规划纲要》也提出“大力发展文化事业和文化产业，建成具有时代特征、壮乡风格、和谐兼容的民族文化强区”，表明了中央和自治区在“十三五”时期大力推进文化产业发展的决心和信心。另一方面，国内外经济形势严峻，自身面临转型升级，广西文化产业发展面临巨大的挑战。在此背景下广西唯有抓住机遇，排除万难，奋起直追，加大文化设施投资，鼓励文艺创作，推进产业升级，加强文化交流，将文化产业做大做强。

1. 加大公共文化设施建设，满足公众文化需求。基础文化设施是推动文化发展的重要载体。要尽快全面落实地市级、县级“三馆”（公共图书馆、文化馆、博物馆）和村级“一中心”（公共服务中心）的建设，构造覆盖全区城、乡、村“三级”的公共文化服务网络，推动配套文化数字平台的推广和普及，带动上游文化制造业和广播电视电影服务、文化信息传输服务等下游产业链的发展。

2. 鼓励文艺创作，展示广西深厚的地域和民族文化。广西是个少数民族聚集的地区，有丰富多彩的民族文化资源。要利用好山歌、地方戏、特色工艺等民族民间文化资源，加大文艺推广和创作，通过歌曲、舞蹈、曲艺等艺术形式将广西优秀题材作品推向市场，发挥好市场促进行业发展的作用，如阳朔《印象刘三姐》、侗族风情演出《坐妹》等获得了非常好的效果，既实现了经济效益，又能很好的将民族文化进行推广和传承。

3. 依托精准扶贫攻坚，促进旅游产业与文化产业融合发展。精准扶贫是当前党中央、国务院对扶贫开发工作的新要求，是全面建成小康社会的重要保障。2015年8月，广西壮族自治区人民政府办公厅下发了《关于促进旅游与相关产业融合发展的意见》（桂政办发〔2015〕79号），力争通过大力发展乡村旅游，推进精准扶贫工作。要充分利用和挖掘广西特有的本土文化资源，深度开发壮乡文化产品，建立文化旅游基地，促进文化和旅游消费，以文促旅、以旅兴文，实现全区旅游与文化产业融合发展。

4. 改造传统文化产业，推进文化产业转型升级。受跨区域性网络新媒体等文化新业态的冲击，广西传统文化产业如报纸出版、图书报刊零售、音像出版、雕塑工艺品制造等产业逐年萎缩。与此同时，动漫制作等新型产业尚处于萌芽状态，没有形成规模效应，出现了明显的断档期。要尽快制定相关政策，进一步创新文化产业发展理念，探索“文化+”产业发展新模式，将培育新兴文化产业和改造传统文化产业相结合，一方面引导传统文化产业主体积极应对市场竞争，转型升级；另一方面加强文化产业示范基地建设，培育扶持发展新型文化业态。

5. 加强对外文化交流，积极鼓励广西优秀文化走出国门。中国-东盟贸易区建设不仅仅包括政治和经济建设，还包括文化建设。作为中国-东盟经贸合作的桥头堡，广西有自身的地缘优势，广西与东盟多个国家在风俗和文化上相通相近、一脉相承，要充分利用好广西南宁作为中国-东盟博览会永久会址这一有利条件，通过会展业和旅游业，发挥广西文化的优势，搭建中国与东盟各国文化的友谊桥梁。

他山之石

文创产业占全区 GDP 比重近 17% 徐汇为上海文化产业发展探新路^①

在 2016 年 12 月 29 日正式发布的《上海市“十三五”时期文化改革发展规划》中，一个“小目标”颇为引人注目：到 2020 年，上海文化创意产业增加值占 GDP 比重要超过 13%。不过，眼下上海有个区已经达成了这一目标：2015 年，徐汇文化创意产业占全区 GDP 比重已达到 16.9%。

徐汇的文化产业正在向区域支柱型产业转型。作为上海老牌的文化大区，这一转型看似顺理成章，但如何在转型中加快文化产业发展，推出更多优质文化产品，“老资格”的徐汇也需要动足脑筋。“十三五”期间徐汇重点发展的三大功能区，恰好成为徐汇文化产业发展“三种模式”的试验田。

文化+科技：新兴产业生态圈初具规模

2014 年夏，周旋从浙江大学数学系毕业来上海找工作，喜欢打《魔兽世界》的他当时想，“找份能让我正大光明打游戏的工作就好了。”此时，位于徐汇漕河泾开发区的上海酷睿网络科技股份有限公司，正着手研发一套集硬件设备和软件内容为一体的虚拟现实游戏产品，周旋正是他们需要的人才。

就这样，周旋成为了开发区 20 余万名白领中的一员。现在，他已成为公司虚拟现实技术部门的总负责人，带领着平均年龄不到 30 岁的年轻团队开发出了国内第一代虚拟现实联网竞技游戏，并自主研发了与游戏相匹配的仿真座椅平台等硬件设备。而诞生之初即扎根于漕河泾开发区的酷睿，也从 2009 年仅有 20 人的小公司，成长为如今拥有 170 名员工的业内领先企业。

^① 舒抒. 文创产业占全区 GDP 比重近 17%，徐汇为上海文化产业发展探新路[N]. 解放日报，2017-01-09 (001).

在漕河泾开发区，像酷睿这样一步一个脚印发展壮大的数字内容企业有不少，徐汇区政府专门为文化创意领域的创新企业和小微企业提供了不设门槛的扶持资金，由技术、政府、财务、市场等四个领域的专家对企业资格进行评议。据悉，“十三五”期间，徐汇对文化产业相关企业的扶持资金总数预计将不少于 2 亿元。

同时，徐汇还着力引入腾讯科技、巨人网络、爱奇艺等行业重点企业，与创新企业擦出火花。2016 年，名为“创鑫汇”的区域服务平台在开发区揭幕，打通了办公楼宇和企业间的物理阻隔与资源壁垒，引导开发区内的创新企业聚焦“互联网+”、游戏开发、数字娱乐、动漫影视制作、知识产权创新、文化体育等数字内容领域。在漕河泾开发区，一座以“产业链+孵化+投资”为运营思路的“文化+科技”产业生态圈已经初具规模。

“以前是一门心思要让文化尽快产业化，现在则是要沉下心来让产业变得有文化。”徐汇区委宣传部副部长金建红这样告诉记者。

文化+滨江：工业空间转型文化空间

吴耀华出生于上世纪 80 年代末，在龙华老街长大的她一直听大人们说，“家门口的龙华港能看到黄浦江。”然而，过去龙华港所在的徐汇滨江是龙华机场和砂石码头的工业用地，直到上海世博会结束后，小吴才第一次站在滨江岸线边，真正眺望到家门口的黄浦江。

更令小吴欣喜的是，2012 年开始，徐汇滨江沿线原本灰蒙蒙、冷冰冰的老厂房，正一座挨着一座变身为前卫现代的美术馆。龙腾大道和丰谷路的交界处原是上海飞机制造厂的飞机库，设计师利用这里大跨度无柱空间的特点，将厂房改建为余德耀美术馆，和小吴一样喜欢当代艺术的市民在这里已相继饱览了“雨屋”亚洲首展、贾科梅蒂回顾展等国际级艺术大展。

“徐汇滨江目前仍以静态的艺术品展示为主，下一步将向动态的艺术演艺产业推进，为现场演出培养更多本土观众。”金建红介绍，

徐汇滨江以“西岸国际滨水文化功能带”为载体，以“上海梦中心”项目为旗舰，2018年底前将相继建成IMAX剧院、多功能演艺剧场、动画娱乐制作基地、专业音乐剧场等六大剧院和10余座功能各异的中小型演艺场馆。眼下西岸传媒港已全面启动建设，通过地上、地下“组团整体建设”的方式，建成后将为整个徐汇滨江地区创造建筑面积达55万平方米的全新地下空间。

从工业空间转型文化空间，“腾笼换鸟”后的徐汇滨江正从文化产业领域的一张白纸，转变为一幅未来清晰可见的瑰丽画卷。据悉，“十三五”期间，徐汇将继续巩固区域文化产业的“2+3”格局，即以艺术演艺业和影视传媒业为主的两大特色产业，以及以数字内容、广告会展和创意设计为核心的三大重点产业。作为两大特色产业的交汇点，徐汇滨江在更新物理空间的同时，也将通过发展艺术保税品仓库、集聚文化金融机构，结合“东方梦工厂”等国内外知名文化企业的落户，让这片昔日的老工业带成为上海文化核心区。

文化+风貌区：城市更新中提升功能

今年是法国人弗兰克在上海的第13个年头。如果你在马路上遇到正闲庭信步的他，一定想不到，眼前这位“大叔”就是武康路上那家“网红”冰激凌店的老板。在这条上海知名马路上，这位48岁的法国人已经开了六家“网红”店。

武康路所在的衡复历史风貌区，是上海最大的风貌保护区。在7.66平方公里的总面积中，4.3平方公里位于徐汇，其中包含950幢优秀历史建筑。在这里行走，经常会路过名人故居和各式各样的咖啡馆、餐厅、书店及其他艺文空间，也吸引着数以千计“弗兰克们”在这里创业、安家。

不过，看似有情调的老洋房和石库门，也面临着业态杂乱、超负荷使用等现实问题。于是，徐汇在2016年启动了风貌区史上最大规模的综合整治，从城市更新中为这块上海最具文化底蕴的“大衣料”

进行功能提升。“让专业的人做专业的事”成为徐汇对衡复地区开展有机更新的最基本原则。借助衡山坊更新引入方所书店开办“衡山·和集”；在武康大楼一层引入大隐书局，“书店+茶室”的模式与历史建筑“大隐隐于市”的风格不谋而合；引入社会组织参与上海老相机制造博物馆的迁址更新，开辟“博物馆+咖啡馆+摄影培训”的经营模式。

“过去都是政府一味地投入资金和精力，现在政府主动转变职能，引导社会资本和社会机构参与文创产业发展、服务公共文化，效果反而更好。”金建红表示，“十三五”期间，全区新增公共文化设施面积将力争达到13万平方米。

毗邻衡复历史风貌区的徐家汇商圈，此前与“有文化”几乎毫不沾边的百脑汇在2016年悄然变身，在原有专业数码商场的基础上，引入电脑医院、电子竞技馆、亲子智能玩具空间和“一品一店”的运营模式，使科技消费也具有人文体验的“温度”，同时与一墙之隔的美罗城“上剧场”相呼应，为徐家汇商旅文融合转型智慧商圈创造新亮点。

构建多层次、差异化、有基础也有高峰的文化产业氛围，有文化“老底子”的徐汇正为上海探路。

国外文化产业发展经验借鉴^①

美国文化产业发展特点

1、通过法律法规推动文化产业发展。早在1790年，美国国会就通过了第一部《版权法》鼓励创造更多的文化产品。此后，美国国会不断修改和完善《版权法》及其他相关法案，如《版权期间延长法案》、《数字千年版权法》、《家庭娱乐和版权法》、《国家艺术及人文事

^① 张亚丽. 我国文化产业发展及其路径选择研究[D]. 长春市, 吉林大学, 2014: 66-69.

业基金法》等以及相关《合同法》和《劳工法》等致力于推动文化产业的发展。

2、政府对文化产业的支持。美国政府没有专门的文化监管部门,但政府非常支持发展文化产业。首先,政府倡导自由竞争的经济政策,对企业以及个人从事文化经济活动不设置壁垒,为文化产业发展提供了宽松的外部环境。其次,政府帮助文化企业进入国外市场,积极推动文化产品贸易和投资的自由化,为文化产品输出提供保障。

3、多元化投资。美国政府鼓励文化部门和非文化部门以及外来资金对文化产业进行多元化投资。除了政府部门在文化产业方面提供资助外,美国的文化产业投资更多来源于企业、基金会和个人。美国文化产业的投资者多以跨国集团为主,通过利用外国投资来扩充经营资金,促进了文化贸易在世界各国之间流动,带动文化产业的持续繁荣。同时,美国文化产业依赖金融市场强有力的支持,如果没有大量资金的投入和资本的融合,整个文化产业的运作就无法进行。

4、实行商业化运作,按市场规律经营。自由经济形式使美国文化市场交易非常活跃,文化企业根据市场规则独立运作,逐渐形成完善的市场经营和管理体系。美国文化市场拥有庞大的全球销售网络,通过国际化的商业运作,将本国文化产品打入世界市场,并占有较大比重。

5、高科技的应用。美国的科技水平处于世界领先地位,在现代高新科技迅猛发展的推动下,文化产业呈现出自动化、数字化、网络化等发展趋势。现代高新技术为文化产品提供更多更新的创意,使生产更加简便,提供的服务更加全面,促进了不同行业间相互合作和新资源开发,为文化产业发展提供更为广阔的空间。同时,美国非常重视高新技术人才的引进和保护,为文化产业发展提供了必备的人才保证。

英国文化产业发展的特点

1、政府支持。英国创意产业发展状况良好并取得巨大的经济效益,与政府的大力扶持密不可分。1997年,英国政府专门成立了创意产业特别工作小组,并由首相任工作小组组长。英国政府通过政策支持、税收优惠和建立完善的管理机制等积极发展创意产业。

2、创意产业机构采用三三制的资本结构形式。英国创意产业的资本筹集方式既注重政府投入的重要作用,又着力调动企业的积极性和鼓励民众积极参与,三分之一的投入来自政府,三分之一来自企业自身的投资,三分之一来自彩票和其他社会捐助。

3、注重创意产业与其他产业的融合。比如从上世纪70年起,英国就取得了流行音乐喜剧市场的支配权,把音乐喜剧与旅游业相结合,成为吸引游客观光的重要表演项目和重要的出口资源。

日本文化产业发展的特点

1、注重产业关联。日本政府强调文化产业和其他产业存在广泛和密切的经济关联,在文化产业发展中,凡是与文化相关联的产业都应通过产业综合经营模式来运作。通过对文化产业和相关产业的开发,既为文化产业带来巨大收益,也提高文化产业的附加值,由此产生更大的综合经济效益。

2、坚持走国际化和本土化相结合的道路。日本文化产业在强调日本文化产品优势,加强文化输出的同时,开展形式多样的文化交流活动,引进外资和国外先进技术,为本国文化产业注入活力。日本政府和企业通过积极宣传日本文化制定面向全球的文化推广计划,在推动日本文化产品向国际市场拓展方面,取得了巨大的市场收益。

3、政府扶持。日本文化产业的快速发展离不开日本政府的强有力支持。1995年,日本政府开始提出“文化立国”的国家发展战略。2001年通过《振兴文化艺术基本法》,2007年颁布《日本文化产业战略》,2009年出台《日本品牌战略》。在此基础上,进一步制定相关政策、法规,对文化产业发展进行指导。日本政府经常依据国外经

济技术的特点及其发展变化来指导文化产业发展规划,并通过信贷、财政补贴、税收优惠等手段给予文化产业较多的政策倾斜与扶持,推动日本文化产业的成长与繁荣。

4、日本企业自身努力。企业是文化产业发展的主体。日本文化企业非常注重自身建设,具有较强学习和创新精神,在借鉴其他国家或民族优秀传统文化的同时结合自身民族的特点进行吸收转化。日本企业常常通过资助文化艺术协会和举办大型文化交流活动等,积极参与从事文化活动。各企业间普遍遵守市场规则,通过完善的市场竞争和市场运作推动文化企业及文化产业的发展。

韩国文化产业发展的特点

1、政府扶持。在韩国文化产业发展过程中,政府起到至关重要的作用。1993年韩国政府公布《韩国文化产业发展5年规划》,在政策和法规方面为文化产业发展给予指导。1998年发布《迎接21世纪的新文化政策》,确立“文化立国”的发展战略,对文化产业中具有较大竞争力的行业给予支持。1999年发布《文化产业振兴基本法》,正式提出把文化产业培育成知识经济核心产业。此后,韩国政府又先后制定《文化产业发展5年规划》、《21世纪文化产业前景规划》、《文化产业发展推进计划》等针对文化产业的政策法规,以及对现存的《影响振兴基本法》、《著作权法》、《电影振兴法》等作出修改,使其更适应文化产业发展需要。此外,韩国中央政府和地方政府按照相关法律要求,通过文化产业振兴基金等为文化企业发展提供资金,支持、引导和规范文化产业发展。

2、注重市场运作。韩国文化企业善于运用现代工业手段开发利用本国的传统文化,既保护和传承了优秀的文化又创造出新的产品 and 价值。同时韩国文化企业通过市场运作组织和举办文化活动和庆典来宣传韩国文化,以此将本国文化产品推向全球,开拓国际市场,促进文

化产品和服务的出口,推动韩国文化在全世界的传播,以提升本国文化产业在世界文化市场的竞争力。

3、注重文化人才培养。韩国非常重视文化产业人才的培养,针对文化产业的特点,制定长期、系统的文化产业人才培养规划,推动大专院校、文化企业合作共同加大对专业技术人才培养力度,为文化产业发展提供充足动力。

总之,从各国文化产业发展的特点来看,文化产业的繁荣与发展都离不开国家经济政策与财政政策的大力支持。同时,各国文化企业在市场经济条件下,不断扩大企业规模和竞争实力,逐渐形成完善的文化企业经营管理体制,推动本国文化产品和服务向国际市场拓展。由于各个国家文化背景、经济发展特点、市场化程度等具有较大差异,美国文化产业发展更多依赖金融市场的强有力支持和版权专利的授权与保护;英国文化产业更侧重于政府、企业和民众的共同参与;日本和韩国文化产业更注重把本国优秀的文化资源进行吸收转化并推向世界文化市场。

延伸阅读

2016年文化产业十大“关键词”^①

财政部文化司

2016年11月,财政部新设立“文化司”,研究提出支持文化改革与发展相关财政政策,承担宣传、文化、体育、旅游等方面的部门预算和相关财政资金、资产管理等工作。

幸福产业

^①张玉玲. 2016年文化产业十大“关键词”[N]. 光明日报, 2016-12-28(07).

2016年11月20日，国务院第150次常务会议审议通过《关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见》，着力推进，旅游、文化、体育、健康、养老五大“幸福产业”，服务消费提质扩容。

文化立法

2016年文化领域立法取得重大进展。全国人大常委会11月7日表决通过《中华人民共和国电影产业促进法》，12月25日表决通过《中华人民共和国公共文化服务保障法》，于2017年3月1日起开始实施。

数字创意产业

2016年《政府工作报告》中首次提出“大力发展数字创意产业”。“十三五”规划纲要明确提出支持数字创意等领域的发展壮大。数字创意产业成为“十三五”时期我国战略性新兴产业发展的重要支柱之一。

PPP模式（Public—Private—Partnership，公共私营合作制）

2016年，文化行业首次纳入国家PPP推广战略，有利于引导和鼓励社会力量、社会资本投入文化领域，拓宽文化领域建设资金来源。

网络直播

2016年被称为网络直播的发展元年，视频直播行业呈现井喷状态，快速发展中问题丛生，相关部门已出台一系列政策措施加以规范和指导，预示着直播行业即将迎来变局。

VR（VirtualReality 虚拟现实）产业元年

2016年是“VR产业元年”，但实际上VR行业2016年全球的表现不佳，并未形成成熟的商业模式和盈利模式，未来产业发展依然受到诸多挑战。

人工智能

2016年被称为人工智能的元年。人工智能，尤其是深度学习、

图像识别、语音识别等一系列关键技术的质变，对包括文化产业在内的各行各业产生深远影响。

新三板文化企业

2016年12月19日，新三板挂牌企业突破一万家，总市值超过3.8万亿元人民币。文化企业是新三板的“主力军”，超过10%，全国共有1192家文化企业挂牌新三板。

特色小镇

2016年7月1日，住建部、国家发改委、财政部联合下发《关于开展特色小镇培育工作的通知》，要求到2020年培育1000个左右具有休闲旅游、商贸物流、现代制造、教育科技、传统文化、美丽宜居等特色小镇。

VR 来袭，文化行业大有可为^①

我国VR（虚拟现实）潜在用户数量为2.86亿，购买过各种VR设备的用户已达96万人，83.2%的用户对VR电影有需求……这是3月18日，由暴风魔镜联合中国传媒大学国家广告研究院、知萌咨询机构发布的《中国VR用户行为研究报告》（以下简称《报告》）的内容。通过在全国15个省市抽取5626个样本进行调研后发现，VR元年已经开启，文化行业与VR技术融合大有可为。

我国VR产业发展现状

近年来，计算机技术已经能够为用户提供关于视觉、听觉、触觉等感官体验的模拟，使用户进入一个由编程者构建的虚拟世界，获得身临其境的感受，这便是VR（虚拟现实）技术。该技术虽然发展时间不长，但凭借其沉浸感、交互性、想象性等特征，成为备受关注的热点话题，被誉为“下一代互联网”。

^① VR 来袭，文化行业大有可为[N/OL].中国文化报,2016-03-24(7)[2017-04-24].
http://epaper.ccdy.cn/html/2016-03/24/content_175578.htm.

2016年被称为“虚拟现实元年”。2015年，VR产业在国内已见繁荣趋势。《报告》通过对全国15个省市15岁至39岁人群进行抽样调查后发现，我国VR潜在用户数量为2.86亿，占该年龄段人口比重的68.5%；通过各种方式接触或体验过VR的人数约为1700万；购买过各种虚拟现实设备的用户已达96万人，其中，70%以上几乎每天使用VR设备。

《报告》显示，当下虽然有一定规模的用户购买VR设备或消费VR内容，但是普及还需要很长时间；同时，虽然VR技术的关键指标均已成熟，支撑VR应用的软件系统兼容性已经解决，但是VR内容还不够丰富，硬件设备研发也有待完善。“目前，国内已有部分厂家在生产VR设备，但仍然处于初级阶段，许多设备会使用户感到眩晕，或画面存在延迟现象，图像跟不上用户头部转动的速度，有些甚至能够在图像中看到手机边框，影响了用户的沉浸体验。”长期从事VR研究的巧克互动联合创始人吴依松告诉记者。

VR电影、游戏、旅行最获青睐

《报告》显示，巨幕电影、全景视频、VR游戏、全景漫游、全景图片均受到VR用户的欢迎，其中，巨幕电影的比重最高，占83.2%。感官冲击力强的影视内容最受欢迎，科幻大片、欧美大片、战争片占受关注的前三位。

随着VR技术逐渐走进市场，与消费者结合日益紧密，越来越多的领域将迈入与VR技术的深度融合。《报告》显示，用户感兴趣的VR应用行业包括旅游、汽车、演艺娱乐、教育、房产等；感兴趣的VR应用场景包括全景漫游旅游景点、虚拟驾驶汽车、虚拟观看家装效果、演艺行业全景直播、全景直播新闻等。

当下，已有部分VR应用成果初现。例如，北京西山凤凰岭景区的千年古刹龙泉寺已推出虚拟现实应用《全景龙泉寺》。据了解，该应用包含龙泉寺全景视频、森林影院、见行堂剧场、全景动漫和有声

听读经，其中，全景视频可以在卡通地图上找到对应的定位点，并能够帮助游客找到该景点的真实位置。此外，演艺娱乐也受到 65% 以上用户的关注，接受调研的湖南某大学生认为，虚拟现实与演艺行业结合的市场很大，“例如周杰伦在昆明开演唱会，很多人不可能去现场看。但是我可以通过 VR 设备直接在湖南观看，这种演唱会全景的实时直播会吸引很多像我一样的人。”他说。

传统文化行业面临转型

吴依松告诉记者，随着 VR 技术的发展和普及，用户对优质 VR 内容需求愈发强烈，迫切需要相关领域转变传统的内容生产模式，找到适合 VR 技术的内容切入点，研发优质的 VR 内容与应用。

上海多棱镜网络科技创始人姚小巍认为，VR 技术可能为博物馆展示带来革新和突破。“VR 带来的沉浸感可以使观众对文物出土的遗址环境有真实的感受，甚至可以‘扮演’考古工作者，体验精美文物出土时的喜悦。”他告诉记者，VR 还可以使博物馆突破空间的概念，根据自己的需求，把任何博物馆的文物“拿来”，配合自己的展览主题，呈现在观众眼前，特别对于许多文物不多的地方博物馆，具有重要意义。此外，文物高清图片、三维数据都可以借助 VR 展现出来，并通过增加互动环节和娱乐元素，调动观众的兴趣，特别是吸引青少年走进博物馆。

“运用 VR 技术拍摄电影或纪录片时，电影时代的镜头语言在无边框的 VR 领域很难通用，观众带上 VR 眼镜后立刻会意识到，自己站的位置就是摄像机的位置。”财经视频团队负责人邱嘉秋告诉记者，除拍摄手法外，整个拍摄过程都面临着革新和更高层次的基础网络的支持，对片源的缝合也需要大型服务器或云端处理，至少需要 8M 的带宽才能支持传输。

在吴依松看来，将 VR 技术用于语言教学，也具有广阔的应用前景。他告诉记者，语言教学本身就是场景还原，是一个沟通、交互的

过程。然而，VR 语言教学并不仅仅是将传统课本内容转化为全景图像，而是需要教材、教师都与 VR 技术相匹配。“教材必须围绕一个固定场景真实还原，并且在场景内将单词、句子、对话有机结合。例如，可以在小学英语教程中设计了这样的场景——虚拟的老师用英文让孩子拿起某一个杯子，孩子需要听懂并通过手柄操作，如果操作失误，杯子就会破裂。”他说。