



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国文化产业市场市场分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008年中国文化产业市场市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/49423.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、摘要、目录、图表

我国2007年人均GDP接近甚至超过2000美元，如果消费没有实质性的启动和结构性的升级，将使发展更加不平衡。启动文化消费成为一项战略性任务。近年来，我们对文化产业供给不足给予了较多关注，着力于释放体制内国有文化机构的存量潜力，强调通过改革文化体制，区分事业和企业，达到解放文化生产力，满足人民群众有效文化需求的目的。但是我们也发现，对私人文化产品的消费需求的满足程度主要依赖于个人文化消费能力，对于经济发展落后地区和消费能力不足人群，满足文化消费需求还要依靠建立和完善公共文化服务体系。而且，我国现阶段发展的不平衡不可能很快解决，贫富分化也会长期存在，个人有效需求不足的状况在相当长一段时间内不会明显缓解。在2006年发布的《国家“十一五”时期文化发展纲要》中，建设公共文化服务体系被列在发展文化产业之前，地位更加突出，就是适应了以上所说的发展需要。

在结束了WTO的“后过渡期”，显现出文化产业发展受到多股力量的推动，将进入又一个发展的上升通道。这些力量包括：文化体制改革的全面展开、数字化和网络技术的进步所导致的内容产业发展新模式的出现、建设创新型国家和发展文化创意产业的大规模合流，以及我国文化产品进出口贸易的迅猛增长，等等。我们应该有文化产业发展的新视野，从体制、机制、政策创新出发，更好地利用这些发展机遇，推动文化产业发展登上新的台阶。

我国文化产业结构从分层看，传统的以提供新闻、出版发行、广播影视、文化艺术等服务产品的核心层仍是文化产业的主体，近年来发展较快的以提供网络文化、文化休闲等服务产品的外围层已具有一定规模。核心层、外围层和相关层的从业人员之比为31：17：52，增加值之比为38：20：42。2006年，文化体制改革在全国全面推开。体制层面、政策层面的思路的提出，对文化产业发展起了重要的推动作用。同时，非公资本“试水”文化产业也渐入佳境。

文化产业是综合国力的重要标志，借助北京2008年奥运会、2010年上海世博会等极佳展示机会，重建文化中国的国际形象，将具有5000年文明传统、又经过现代转换的中华文化传播到世界上去，这是历史赋予我们的使命、挑战和机遇。

本研究报告依据国家统计局、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、中国新闻出版总署、中国旅游局、中国广告业协会、中国期刊协会、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国文化产业的基本概况、发展环境、主要城市发展情况、重点文化企业以及国家相关产业政策等进行了分析，并重点分析了文化产业发展趋势、竞争实力和投资前景等。报告再次对中国的文化创意产业、影视业、音像业、出版业、旅游业、动漫业等细分行业进行了详细分析，最后剖析了中国国内文化产业的竞争格局、中国文化产业基地建设情况和重点文化产业企业的运营状况，是文化类相关企业、投资机构、广告公司、出版业等单位准确了解目前中国文化产业动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考。

## 【 目录 】

### 第一部分 文化产业发展现状

#### 第一章 文化产业概况

##### 第一节 文化产业基本情况

###### 一、文化产业的定义

###### 二、文化产业的分类

##### 第二节 文化创意产业基本情况

###### 一、文化创意产业定义

###### 二、文化创意产业形成的条件

##### 第三节 文化产业与创意产业比较分析

### 第二章 国际文化产业发展分析

#### 第一节 美国文化产业发展分析

##### 一、美国文化产业的发展现状

##### 二、美国文化产业发展的政策措施

##### 三、美国发展文化产业的启示

#### 第二节 日本文化产业发展分析

##### 一、日本文化产业概况

##### 二、日本发展文化产业政策措施

##### 三、日本文化产业启示

##### 四、日本动漫产业发展分析

### 第三节 欧美漫画出版业概况

#### 一、欧美漫画出版情况

#### 二、漫画、报纸与杂志

#### 三、欧美漫画企业介绍

### 第四节 韩国文化产业发展分析

#### 一、韩国的文化产业发展现状

#### 二、韩国发展文化产业经验分析

#### 三、韩国文化产业启示

#### 四、韩国影视旅游产业成功要素

## 第三章 中国文化产业发展分析

### 第一节 2006年我国文化产业总体情况

#### 一、年度亮点

#### 二、年度热点

#### 三、年度重点

#### 四、年度看点

### 第二节 发展文化事业的新综合与新视野

#### 一、文化产业基本判断和主要特点

#### 二、文化产业存在的问题与分析

#### 三、2007年文化产业发展状况

### 第三节 2008-2010年文化市场发展纲要

#### 一、发展主要目标和基本思路

#### 二、分类发展目标

#### 三、加强市场建设和管理措施

### 第四节 文化传播发展分析

#### 一、运用各种形式传播文化

#### 二、通过奥运传播文化

#### 三、大众文化传播与后现代审美

### 第五节 文化产业发展策略

#### 一、缩小区域发展不平衡

#### 二、与文化事业共发展

### 第六节 影响我国文化产业可持续发展的主要问题

- 一、资金问题
- 二、法律环境问题
- 三、开发急功近利
- 四、缺乏规划
- 五、资源粗放经营
- 六、产品缺乏内涵
- 七、发展存在虚热

## 第二部分 文化创意产业发展分析

### 第四章 文化创意产业发展分析

#### 第一节 文化创意产业发展现状

- 一、发展迅速
- 二、产业环境仍需完善
- 三、需破技术瓶颈

#### 第二节 文化创意产业发展前景分析

- 一、市场急待开发
- 二、产业潜力巨大
- 三、创意人才是发展关键

#### 第三节 北京文化创意产业分析

- 一、北京文化创意产业加速跑
- 二、产业基地逐渐扩大
- 三、奥运提供机遇
- 四、政策扶持发展

#### 第四节 南京文化创意产业发展分析

- 一、发展背景
- 二、发展基础
- 三、发展目标
- 四、主要发展任务
- 五、产业布局和载体建设
- 六、保障措施

## 第三部分 文化产业细分市场分析

## 第五章 影视业

### 第一节 我国广播影视业发展分析

#### 一、发展现状

#### 二、改革策略

#### 三、商业化走势

### 第二节 广播影视科技发展规划

#### 一、面临的形势

#### 二、发展目标

#### 三、主要任务

#### 四、保障措施

### 第三节 我国电影业人才需求结构分析

#### 一、持续快速发展

#### 二、人才缺乏

#### 三、人才发展规模及需求结构分析

## 第六章 动漫业

### 第一节 动漫产业发展现状分析

#### 一、存在问题

#### 二、市场需求

#### 三、面临难题

### 第二节 动漫产业发展路径分析

#### 一、文化记忆是源泉

#### 二、技术与艺术合并

#### 三、掌握渠道诱惑

#### 四、发展要素分析

### 第三节 动漫产业发展趋势

#### 一、与新媒体共同发展

#### 二、动漫数字化

## 第七章 音像业

### 第一节 2006年中国音像市场状况

#### 一、传统音像继续下挫

- 二、盗版音像制品地摊成主力
- 三、国产音像制品出口有待提升

## 第二节 2007年音像业发展状况

- 一、企业状况
- 二、市场状况
- 三、产品状况

## 第三节 音像业发展趋势

- 一、音像业正版率将明显上升
- 二、数字化带来音乐分销方式的转变

# 第八章 出版业

## 第一节 2007年全国新闻出版业总体情况

- 一、图书
- 二、期刊
- 三、报纸
- 四、音像制品及电子出版物

## 第二节 出版物市场状况

- 一、出版物发行
- 二、出版物购进
- 三、出版物销售
- 四、出版物库存
- 五、出版物进出口
- 六、版权管理及版权贸易

## 第三节 传统出版业的数字化

- 一、用数字化带动我国出版业现代化
- 二、数字技术让出版业快速发展

## 第四节 网络时代中国报业发展分析

- 一、报业面临新挑战
- 二、报业改革措施
- 三、我国报业前景
- 四、数字报业来临
- 五、新媒体与报业



## 第五节 报纸营销模式和市场状况分析

### 一、整合营销发行模式的理论依据

### 二、开展报纸整合营销的策略

### 三、2007年报纸行业市场状况

## 第六节 我国期刊业发展分析

### 一、发展现状

### 二、存在的主要问题

### 三、发展对策与建议

## 第九章 旅游业

### 第一节 旅游业的基本情况

#### 一、旅游业分类标准

#### 二、2006年旅游业整体状况

#### 三、新中间阶层的旅游最爱

#### 四、2007年旅游业发展状况

### 第二节 我国旅游业存在问题分析

#### 一、要注重可持续发展

#### 二、环境问题分析

### 第三节 发展策略分析

#### 一、旅游品牌的发展战略

#### 二、品牌与旅游的未来发展

#### 三、西部地区旅游业发展优势

### 第四节 中国农民旅游市场开发分析

#### 一、市场开发的可行性分析

#### 二、活动中存在的问题分析

### 第五节 2007年旅游市场运行情况

#### 一、2007年1-12月北京市旅游市场运行情况

#### 二、2007年1-12月桂林旅游市场情况统计分析

#### 三、2007年1-12月海南旅游收入状况

## 第十章 其它文化产业分析

### 第一节 网络游戏业

一、我国网游市场发展现状

二、网游发展趋势

三、网游市场主导分析

第二节 文化遗产

一、文化遗产分类及价值判定

二、文化遗产通货膨胀分析

第三节 广告业

一、我国广告业市场格局

二、户外广告的视觉影响

三、我国广告业发展策略

四、广告产业与广告人

第四节 印刷业

一、印刷业产业群

二、印刷业面临的竞争压力

三、组合印刷前景

第五节 新媒体

一、新媒体基本情况

二、新媒体发展的现状

三、新媒体发展趋势

第十一章 分地区文化现状

第一节 浙江省文化产业分析

一、起源于文化背景

二、发展于三次战略调整

三、得益于文化建设

第二节 北京文化产业分析

一、产业发展优势

二、产业面临的不足和障碍

三、促进发展的思路与对策

四、文化产业发展前景

第三节 上海文化产业分析

一、有望跻身支柱产业之列

二、总体上领跑全国

三、发展问题解析

四、发展策略分析

第四节 广东文化产业分析

一、发展的机遇

二、面临的挑战

三、总体要求

四、主要任务

五、发展重点

第五节 湖北文化产业分析

一、发展文化产业意义

二、发展现状分析

三、促进产业崛起对策

第四部分 文化产业竞争分析

第十二章 文化产业竞争分析

第一节 竞争格局分析

一、创意文化颠覆传统文化

二、文化战略与创意产业

第二节 文化产品国际化发展要点分析

一、文化元素是核心竞争力

二、呼唤原创文化

第三节 经济时代下的文化竞争

一、文化产业与文化经济

二、文化与经济交融中崛起的文化经济

四、经济全球化中的文化竞争与文化生态平衡

第十三章 文化产业重点企业分析

第一节 南方报业传媒集团

一、公司简介

二、公司战略转型

三、公司动态

## 第二节 横店集团

### 一、公司简介

### 二、公司动态

### 三、公司品牌战略

## 第三节 北京首都旅游股份有限公司

### 一、公司简介

### 二、公司动态

### 三、公司财务数据

## 第四节 盛大互动娱乐有限公司

### 一、公司简介

### 二、公司动态

### 三、公司产品及运营

### 四、公司经营状况

## 第五节 上海文化广播影视集团

### 一、公司简介

### 二、公司动态

### 三、公司拍摄基地

## 第六节 新华出版社

### 一、出版社简介

### 二、出版社动态

## 第七节 桂林旅游股份有限公司

### 一、公司简介

### 二、公司景点

### 三、公司财务数据

## 第八节 三辰卡通集团

### 一、公司简介

### 二、公司动画制作基地

### 三、公司动态

## 第九节 赛迪传媒

### 一、公司简介

### 二、公司优势

### 三、公司财务数据

## 第十节 中视传媒股份有限公司

### 一、公司简介

### 二、公司动态

### 三、公司财务数据

## 第五部分 文化产业发展趋势

## 第十四章 文化产业发展趋势分析

### 第一节 未来五年中国文化产业形势

#### 一、消费市场转向国内

#### 二、文化体制的改革

#### 三、需要关注技术进步

#### 四、关于区域的发展

#### 五、关于农村文化的发展

### 第二节 我国文化产业的发展优势

#### 一、资源优势

#### 二、市场优势

#### 三、文化产业发展机遇

#### 四、文化产业投资分析

### 第三节 文化企业发展趋势

#### 一、公司使命

#### 二、确立市场主体

#### 三、打造数字化时代的业务平台

#### 四、寻找在出版产业链中的位置

### 第四节 设立文化产业发展专项资金问题分析

#### 一、目的和意义

#### 二、风险和对策

#### 三、资助原则和资助对象

#### 四、资助类别、方向和领域

#### 五、资助方式和组织管理

## 附表

### 表1.1 文化产业定义

表1.2 各国文化产业的名称与分类

表9.1 现行旅游业或涉及到旅游业的分类标准

表9.2 2006年中国旅游基本情况

表9.3 2006年16个主要客源国入境旅游人数和增长情况

表9.4 2006年国际旅游（外汇）收入情况

表9.5 2006年中国新中间阶层旅游排行榜

表9.6 2007年我国旅游业基本情况

表9.7 2007年1-12月入境旅游接待收汇情况

表9.8 2007年北京市入京旅游人数统计

表11.1 分省文化产业增加值及从业人员构成（2004年）

表13.1 2007年北京首都旅游股份公司主要财务数据

表13.2 2007年北京首都旅游股份公司扣除非经常损益涉及的项目和金额

表13.3 2005-2007年北京首都旅游股份公司主要会计数据和财务指标

表13.4 2007年第四季度盛大互动娱乐公司合并财务报告摘要（未审计）

表13.5 2006-2007年盛大互动娱乐公司财务比较

表13.6 2007年桂林旅游股份经营状况

表13.7 2007年桂林旅游股份简要财务指标

表13.8 2007年桂林旅游股份利润构成与盈利能力

表13.9 2007年桂林旅游股份经营与发展能力

表13.10 2007年桂林旅游股份资产与负债

表13.11 2007年桂林旅游股份现金流量

表13.12 赛迪传媒公司基本情况

表13.13 2007年1-6月赛迪传媒经营状况

表13.14 2007年1-6月赛迪传媒简要财务指标

表13.15 2007年1-6月赛迪传媒利润构成与盈利能力

表13.16 2007年1-6月赛迪传媒经营与发展能力

表13.17 2007年1-6月赛迪传媒资产与负债

表13.18 2007年1-6月赛迪传媒现金流量

表13.19 2007年中视传媒经营状况

表13.20 2007年中视传媒简要财务指标

表13.21 2007年中视传媒利润构成与盈利能力

表13.22 2007年中视传媒经营与发展能力

表13.23 2007年中视传媒资产与负债

表13.24 2007年中视传媒现金流量

附图

图1.1文化创意产业与文化产业

图9.1 新中间阶层认为国内自然风景最美的十大地方

图9.2 新中间阶层最向往的国内旅游地区

图9.3 新中间阶层认为最有历史文化底蕴的城市

图9.4 新中间阶层最向往的国家

图13.1 三辰数字卡通城规划远景

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49423.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数

据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。



## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。