

中国创意产业发展报告 (2011)

张京成 主编

中国创意产业研究中心

中国经济出版社

总报告——中国创意产业步入快速发展期

2010年是“十一五”规划的收官之年。纵览整个“十一五”时期，中国的创意产业发展贯穿始终，自2005年起步以来，一步一个台阶，已经进入快速发展阶段。两次全国经济普查数据客观反映了中国创意产业发展的成就。数据显示，我国的60个主要城市的创意产业发展情况呈现出四个梯队的金字塔状分布。北京和上海作为我国创意产业的先行者，综合排名位居前两位，并且在各项统计指标上均遥遥领先于其他城市，与其他城市拉开了较大差距，组成中国创意产业的第一集团军。广州、深圳、杭州等11个城市创意产业已经具有较为明显的优势，正处于稳步发展阶段，成为中国创意产业发展的第二集团军。大连、福州、沈阳等17个城市的创意产业处于成长阶段，已具备一定的基础，具有较大的增长潜力，成为中国创意产业的第三集团军。石家庄、乌鲁木齐、绍兴、珠海等其余30个城市创意产业基础相对薄弱，处于萌芽和起步阶段，采取必要的政策扶持和资源投入，创意产业会有较好的发展前景，构成我国创意产业的第四集团军。

近两年，中国创意产业又经历了一段持续快速的发展。2010年，中国创意产业的整体规模和实力快速提升，细分行业亮点与热点频现，地域发展特色分明，有力促动了社会主义文化大繁荣、大发展，不断满足人民群众多样化、多层次、多方面的精神文化需求，持续带动国家和各地区经济结构调整与经济发展方式转变。

一、宏观环境保障中国创意产业快速发展

2010年，尽管中国创意产业面临的外部环境复杂多变，但有四个主要方面对创意产业的蓬勃发展起到了重要保障作用。

（一）经济回升向好，为创意产业快速发展奠定坚实基础

2010年，中国经济回升向好势头进一步巩固，呈现平稳较快发展态势，价格总水平温和可控，就业率稳步提升……众多数据表明，2010年的整体国民经济形势为中国创意产业的快速发展奠定了坚实基础。

第一，2010年，创意产业既分享了经济增长的协同效应，也为整体经济增长做出了贡献，自身规模得以较快发展。2010年中国国内生产总值（GDP）为397983亿元，按可比价格计算，比上年增长10.3%，增速比上年加快1.1个百分点。¹这一方面创下了应对国际金融危机以来的经济增长新高，另一方面成功避免了经济过热苗头和“二次探底”的出现，透射出创意产业发展的三重利好信息：一是中国经济在速度上正步入“稳定”增长之路，为创意产业的快速发展提供了宏观基础；二是中国经济在增长方式上正向“自主”的正常轨道过渡，为创意产业的快速发展提供了广泛“内生”机会；三是中国经济在增长动力上正从政府推动转向市场驱动，初步实现了市场基础上的相对较高增长，为创意产业的快速发展提供了整体规范。

第二，2010年，价格总水平的变动对创意产品和服务造成的冲击有限。2010年中国居

¹ 国务院新闻办公室新闻发布会，2011年1月20日

民消费价格（CPI）全年累计上升 3.3%²。虽然价格运行的分时走势呈现“前稳后高”特点，重要商品价格出现不同程度上涨，通胀预期压力持续加大，但整体态势相对平稳、温和可控，基本实现了年初确定的预期调控目标。2010 年价格总水平的影响因素来自多个方面，主要包括灾害性天气多发偏重、市场投机炒作增多、要素和劳动力成本上升效应逐渐显现、国际市场输入性传导压力加大等，因而对创意产品和服务的价格波动影响有限，只是逐渐显现的要素和劳动力成本上升效应对创意产业的人力成本构成了一定上涨压力。

第三，2010 年，相对乐观的劳动力就业形式为创意产业的发展提供了丰富的人力资源。2010 年全国城乡就业人员达到 7.9 亿人，比“十五”期末增加 4770 万人。“十一五”时期累计实现城镇新增就业 5700 万人以上，比“十五”时期增加 1000 多万人。城镇登记失业率控制在 4.3%以内³，从宏观上为创意产业所需人力资源做大了“蓄水池”。在关键政策上，国务院下发的《关于加强职业培训促进就业的意见》，成为建国以来第一个由国务院专门就职业培训工作下发的文件，结合扩大和稳定就业需要，明确了进一步推进职业培训工作的目标任务和政策措施，在中国职业培训发展史上具有里程碑意义，对提高创意产业的人力资本质量具有直接影响。财政部、国家税务总局联合下发《关于支持和促进就业有关税收政策的通知》大大扩展了鼓励劳动者自主创业的减免税政策对象范围，对创意产业从业者具有较强适用性。

第四，2010 年，居民消费水平的提高强力拉动了中国创意产业的发展。中国消费品市场的发展速度不断加快、规模不断扩大，市场流通体系建设进展顺利，营造了便利、安全和放心的消费环境。城镇居民人均消费性支出 13471 元，比 2005 年的 7943 元增长 69.6%，扣除价格因素实际增长 48.1%，年均实际增长 8.2%⁴。随着居民生活水平的不断提高，其消费结构发生了明显的优化升级，各类消费支出均呈增长态势：文化、娱乐教育、医疗保健、旅游、以及享受型的汽车、家电、家居建材、电子产品等消费热点频现，所占总消费支出的比重逐渐提高，成为拉动创意产品和服务销售收入快速增长的重要因素。2010 年，一系列促进消费政策也增强了居民消费能力、刺激了热点消费，在一定程度上促进了创意消费需求的释放，引导了创意消费方向。

此外，2010 年中国全年进出口总额 29728 亿美元，比上年增长 34.7%。其中，出口 15779 亿美元，增长 31.3%；进口 13948 亿美元，增长 38.7%。进出口相抵，外贸顺差规模 1831 亿美元，连续第二年缩减，比 2009 年下降 6.4%⁵。这意味着创意产业的发展具备了更加广泛和频繁的国际贸易机会。2010 年，经济结构调整取得积极进展，固定资产投资增速比 2009 年回落 6.2%⁶，回落幅度近年来少见；同时，高新技术产业增长 16.6%，增速比上年加快了 8.9%，内需对经济增长的贡献率超过了 92%⁷。这些数字说明创意产业在国内的产业供给和消费需求方面双双具备了较高增长潜力。

² 国务院新闻办公室新闻发布会. 2011 年 1 月 20 日

³ 人力资源社会保障部:全国城乡就业人员将达 7.9 亿. 新华社北京 12 月 26 日电

⁴ 国家统计局住户调查办公室. 全国城镇居民收支持续增长 生活质量改善. 中国政府网. 2011 年 03 月 07 日

⁵ 国务院新闻办公室新闻发布会. 2011 年 1 月 20 日

⁶ 国务院新闻办公室新闻发布会. 2011 年 1 月 20 日

⁷ 刘铮 任芳 王希. 2010 年中国经济“成绩单”昨日公布. 新华社北京 1 月 20 日电

（二）改革深入推进，为创意产业快速发展提供体制保障

2010年，从中央到地方都陆续出台了大量利于创意产业发展的政策和规划，具有标志意义的是十七届五中全会通过的中共中央关于制定“十二五”规划的建议，进一步提出要推动文化大发展大繁荣、提升国家文化软实力，繁荣发展文化事业和文化产业，推动文化产业成为国民经济支柱性产业，为中国创意产业发展迎来新的发展高潮。

2010年，我国文化相关领域的体制改革进一步深化，发展步伐加快，对创意产业，坚持以市场为主导，尊重规律，服务群众，充分发挥市场在文化资源配置中基础性作用，有力地解放和发展了文化生产力，突出表现在两大方面：

一是宏观管理体制变革成效显著。政事、政企、政资、企事分开，政府职能进一步转换。文化、广电、新闻出版等创意产业相关主管部门的行政主体职责得到强化，政策调节、市场监管、社会管理和公共服务的能力显著增强。新闻出版和广电系统完成局社分开、局台分开。10个省市全面完成文化市场综合执法改革任务，84%的副省级城市和地级市组建了综合执法机构，有效改变了“多头执法”的局面⁸。国有文化资产管理体制不断完善，通过设立国有文化企业资产管理机构，形成管人、管事、管资产的有机统一，确保国有文化资产保值增值。

二是创意企业的市场主体地位得到强化。截至2010年，“十一五”时期的出版、发行、影视制作等行业的经营性单位转企改制任务基本得以完成。据初步统计，全国共核销事业编制17万2千多名，中央直属单位就核销了近二万名，全国共注销事业单位4千多个。全国出版单位（不含高校出版社）有90%已完成转制，发行单位完成97%，电影制片厂完成93%，电视剧制作机构完成93%⁹。亚洲最大的国家中影数字制作基地等一批影视、动漫产业基地已经建成，涌现出一批总资产和总收入超过或接近百亿元的大型文化企业和企业集团，成为我国创意产业领域的中坚力量。

（三）政府支撑强劲，为创意产业快速发展拓展融资渠道

2010年，在政府的强劲支撑下，创意产业投融资体系更加完善，亮点频出，主要体现在以下三个方面：

第一，政府以财政资金充当金融杠杆，撬动创意产业发展所需资金。2010年，中央和各地安排文化产业发展专项资金达52亿元，7个省市成立了文化产业投资基金或投资公司，资金量达到百亿元，26家文化企业在A股市场和H股市场上市，实现融资额104亿元¹⁰。文化产业（文化、体育和娱乐业）本外币中长期贷款累计新增276亿元，年末余额同比增长61.6%，比2009年末提高39.1个百分点，余额增速创历史新高¹¹。在地方层面，处于我国60个主要城市创意产业总体排名和梯级中位的无锡具有统计代表性。无锡市政府专门设立了规模为10亿元的创业投资引导发展专项资金，由市级财政预算安排，分5年逐步到位。在其影响下，7家银行和4家首批支持文化创意企业的创投公司、担保公司对无锡市文化创意企业3年内综合授信达到105亿元¹²。

⁸ 中央外宣办新闻发布会. 2011-02-28

⁹ 中央外宣办新闻发布会. 2011-02-28

¹⁰ 中央外宣办新闻发布会. 2011-02-28

¹¹ 中国人民银行对外发布《2010年金融机构贷款投向统计报告》，2011年1月26日

¹² 无锡文化创意产业发展概况与展望. 无锡市政府官网 www.wuxi.gov.cn

第二，国家相关部门联合出台金融专项政策扶持创意产业发展。2010年，财政部、中国人民银行、文化部等九部门联合制定并正式发布的《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》，成为近年来首个金融全面支持文化产业的指导性文件，在金融支持措施上进行了一系列创新。《指导意见》针对文化消费市场，明确提出要积极开发文化消费信贷产品，扩大直接融资规模、培育文化产业保险市场，营造贷款贴息、保费补贴、投资基金、风险补偿基金、文化产权评估交易等配套机制。其中，积极开发文化消费信贷产品作为《指导意见》的一大亮点，为文化消费提供便利的支付结算服务被单独提出，而纵观此前相关政策和意见，金融支持更多体现在企业也就是文化产品的生产端，作为需求市场的消费端很少被提及。此外，文化部与保监会还于2010年内发布了《关于保险业支持文化产业有关工作的通知》，成为保险业支持文化产业的首个专门文件，对保险业支持和服务文化产业发展工作进行了全面部署。目前已公布演艺活动财产保险等第一批11个文化产业保险试点险种以及中国人民财产保险股份有限公司、中国太平洋财产保险股份有限公司和中国出口信用保险公司3家首批试点保险公司。保险行业与创意产业对接，直接保障了创意产品的创新和交易，推动了创意产业的快速发展。

第三，政府牵线，通过战略合作密切政府、金融机构和创意企业的联系。2010年的典型事件包括，中国工商银行相继与文化部和新闻出版总署等创意产业集中的系统签署合作协议，推动创意产业发展，积极向文化产业优质企业发展提供全面的金融创新产品和服务，重点支持符合《文化部文化产业投资指导目录》鼓励类行业的优质企业，以及国家级文化产业示范园区、国家文化产业示范基地、文化产业集聚区和重点文化项目建设；通过提供并购贷款等产品服务推动文化企业重组并购和文化体制改革，配合文化部扶持打造全国性重点文化企业，支持其做强做大，并积极利用全方位的国际化金融服务支持我国文化企业“走出去”；在未来5年内为中国新闻出版产业的发展提供不少于600亿元的意向性融资支持，配合新闻出版总署探索支持新闻出版企业的金融服务模式，努力解决制约新闻出版产业发展的金融问题。北京银行为国际版权交易中心金融信贷服务对象，即包括影视、出版、动漫等领域内的文化创意企业，提供意向性专项授信额度100亿元人民币，并优先对国际版权交易中心推荐的优秀版权企业和重点项目提供绿色通道；为中国动漫集团提供意向性授信30亿元，并为中国动漫集团制定涉及公司、个人、网银、外汇、结算、现金管理、财务顾问等一揽子金融服务方案，服务国产动漫振兴工程，助推我国动漫游戏产业跨越式发展。中国农业银行北京市分行每年将为首都文化创意产业提供200亿元的融资额度，重点支持优质文化创意企业、文化创意产业聚集区和重点文化创意项目集群建设，同时在利率上给予适当优惠，并设立文化创意产业专业支行提供服务。

（四）国际大势所趋，为创意产业快速发开展阔前瞻视野

2010年，创意产业面临的国际环境复杂多变：尽管世界经济仍在衰退中徘徊，但是全球创意产品和服务的贸易保持连续增长，创意产业已经成为近十年来世界经济中最具活力的产业之一

第一，联合国权威发布《2010创意经济报告》，确立了创意产业的国际主流地位。2010年底，联合国贸发会议、联合国开发计划署、联合国教科文组织、世界知识产权组织、国际

贸易中心等五大机构联合发布了《2010 创意经济报告》，表达了联合国对创意经济的全面观点和立场。这是联合国继 2008 年首次对全球创意产业发展形势进行全面评估之后，第二次深入关注这一主题。其目的在于通过描述概念、制度和政策框架实现科学合理的决策，促进创意经济的繁荣发展。《2010 创意经济报告》的很多新颖之处在于它反映了新的现实情况。整个报告的分析、图表和表格都采用了最新的统计信息，其中更为精准的贸易分析指出了 2002-2008 年世界市场中创意产品和服务的增长情况，以及到 2010 年创意产业的发展状况。报告的发布受到世界各国广泛瞩目，必将在国际、国家、地区以及地方政府的各个层面上影响政策制定。对于中国而言，报告的内容全球创意产业的发展动态，极大地扩展了中国创意产业界的国际视野，其中包含的有关中国的数据和研究结论也增强了中国创意产业界走向世界的信心和决心，同时吸取有益的经验，应对发展的挑战。

第二，2010 年，创意产业为发展中国家的崛起提供了新的可行途径。世界经济正在逐渐走出大萧条以来最严重的衰退。在此过程中，亚洲、拉美等地区新兴经济体的城市比欧美等发达经济体的城市在经济增长方面表现更加出色。欧洲债务危机蔓延，加速了全球经济发展的重心从欧美等发达国家向发展中国家转移的进程。南南贸易与投资对缓和全球经济低迷的情况起到及其重要的作用。传统制造业严重受损的同时，以知识为基础的创意产业更好地适应了外部冲击。证明经济复苏需要建立一个更有效的全球管理系统，不能仅靠工业化国家需求的增长，更要靠发展中国家不断增强的创造力，逐步在南方国家寻找到新的市场机会，以适应南方国家逐步增长的需求。2010 年，创意产品与服务的南南贸易以及在数字技术方面的南南投资呈现逐渐增长态势，如果进一步加强南南合作，贸易增长的潜力将会更大。因此，应呼吁越来越多的发展中国家创意产品纳入本国的产品列表中，并寻求在全球贸易优惠制（GSTP）的框架内完成谈判。

第三，2010 年，创意产业继续拉动世界经济走出泥潭。2008-2009 年的金融危机，严重破坏了经济增长，影响了人民的就业和生活质量，充分说明世界已经发生了变化，各国主要经济政策普遍存在局限性，需要进行深层次的经济和金融改革，制定新的发展战略，更好地平衡市场与政府的关系。各国有必要对政策进行重新定位，使之更加公平、持久，并能促进社会经济全面发展，创造就业机会，提高生活水平，寻求新的发展道路。在此背景下，创意经济已被证明是一种切实可行的发展选择，成为近十年来世界经济中最具活力的产业之一。《2010 创意经济报告》显示，自 2002 年以来，创意产品与服务的世界出口额保持每年 14% 的增长态势，世界对音乐、动漫、电影、手工艺品、多媒体以及广告等创意产品和服务的需求持续增长，2010 年该类产品世界出口额达到了 5920 亿美元，比 2002 年增长了一倍多。创意产业正在通过发展多元化的经济体系将世界经济拉出泥潭。

二、中国创意产业发展呈现新特点

2010 年，中国创意产业持续快速成长，整体规模不断扩大，产业增加值约 1 万亿元。创意产品出口将近 850 亿美元，占全球市场 20.8%。¹³ 尽管这个数据是基于传统有形产品贸易测度手段得出的，和通常的版权贸易有较大不同，但是依然具有重大的参考价值，充分显

¹³ 倪元锦.联合国报告称“中国创意产品出口增长引人注目”. 新华网. 2010 年 11 月 17 日

示了中国创意产业的活力及其巨大的市场发展潜力,标志着中国正在成为世界最大的文化产品出口国,在世界创意产业中扮演着举足轻重的角色。

(一) 世博会和亚运会成创意产业展示舞台

2010年,上海世博会成为全球创意产业展示的一大舞台。世博会的参展方包括国家、国际组织、企业和城市。许多参展方的展馆设计、展示设计和活动策划都极富创意,一些国家和城市甚至就是以创意产业发展为展示主题。

上海世博会正处在人类又一次伟大科技革命的前夜,延续了人文、科技方面的创意展示和研讨。作为一次全球创意人的盛大聚会,上海世博会引领了世界创意产业发展的潮流。为各国创意人才提供了无限机遇,成为一场全球创意人和创意产业的“奥运会”。各参会国通过创意无限的展品和展馆,充分显示不同的价值观和生活方式,投入了本民族最优秀的智慧,启用了最出色的设计师。

上海世博会上展示的众多千奇百怪的创意产品。充满创意的园区设计、标志物设计、展馆设计和展示设计完美地演绎了世博会的主题,为我国的创意产业发展提供了交流和分享的全球平台。例如,被业内人士称为“小世博”的城市最佳实践区是上海世博会的一大历史创举。使城市首次成为世博会的参展方,也是世博园区中独具一格的亮点展区。不仅是来自世界各地的城市最佳实践案例的展区,其本身也是街区再生的城市最佳实践。例如,马德里的“竹屋”和“空气树”这两座特殊的建筑物经过“适应性设计修改”,成为“模拟街区”的有机组成部分,展现马德里在住宅、可持续发展和再生能源使用方面的经验,绿色低碳之“家”。

世博会上各种创新思想、新理念、新文化、新产品的交流碰撞激发了创意人才思维模式的转变与创新,从而推动创意产业迈上新台阶,为创意产业提供了难得的发展机遇,特别是设计和策划行业,包括城市设计、建筑设计、环境设计、展示设计、产品设计(如世博会的各种纪念品)以及各种活动(如庆典、论坛和演艺等)策划,其需求量之大令其它事件无法相提并论。世博会不仅对创意产业提出了巨大需求,也为创意产业发展提供了展示、交流和分享的国际舞台。一方面,使人们直接感受到“创意魅力,让生活更美好”,激励人们从事创意产业和尊重创意人才;另一方面,也使地方政府认识到创意产业的无限发展前景。由此,推动我国的创意产业进入新的发展时期。

对全国经济中心的上海乃至正在调整产业结构的中国来说,世博会对促进创意产业发展的贡献不容小觑。世博会的成功举办使世界人民不再把上海仅仅看作一个经济城市,它更是一个无可置疑的文化城市。创意产业也已不是世博会的附件,而是上海跻身联合国教科文组织创意城市网络的有力资本。世博会的成功举办,使上海得以加快创意产业发展的进程,提升本地创意阶层的规模和素质,巩固自身金融、经济、贸易和航运方面的综合优势,发挥设计和创意对城市第一、二、三产业能级的提升作用,推动中国和亚洲乃至世界范围内创意产业的发展。

如同世博会对上海创意产业的带动效应,亚运会也带动了广州创意产业的加速发展。很多产能落后的工厂、码头原址借亚运之机转型成为城市的创意、休闲中心。例如已有近百年历史的太古仓码头,由于航道水深限制和城市发展的变迁,码头功能不断弱化。借助亚运之

机，这里已成为集休闲娱乐和创意文化为一体的广州“城市客厅”，在“修旧复旧”之后，引进了红酒汇、展示库、服装设计工作室、电影院、游艇俱乐部、中式酒楼和精品酒店等业态，集文化创意、展贸、观光旅游、休闲娱乐等功能为一体，成为亚运期间众多游客的休闲游乐去处。同样，建于1956年的广州纺织机械厂旧厂房在广州纺织集团斥资两亿多元人民币对进行改造后，变身成为TIT国际服装创意园，已有多家国内外服装设计生产公司进驻这片混合艺术和商业等元素的多功能园区，在亚运会的契机上，园区有望成为南中国现代服装时尚业的高端服务名片。通过亚运会的带动，广州利用工业原址变废为宝、发展现代创意产业园的已有5处。正是2010年亚运会令这些区域获得了城市规划和产业调整良好机遇，逐步成为广州新的“城市名片”。

（二）创意产业内部三大传统行业凸显强势

2010年，在创意产业整体规模快速发展的同时，内部结构中凸显出几大重点行业，格外引人注目，成为过目经济发展的突出成就和国民经济的重要组成部分。

第一，中国电视制播市场持续繁荣，世界第一，大而不强。

2010年全年共生产电视剧436部14685集，为五年来最高，稳居世界第一。但在电视剧实现前端高产的同时，整体行业却处于“大而不强”的尴尬境地。虽然每年有高达1万余集的产量，但真正能在电视台播出的电视剧仅8000集左右。¹⁴即每年有一半的电视剧拍完后就束之高阁无人问津，中国电视剧市场为此每年至少浪费近30亿元。¹⁵2010年，我国投入到电视剧上的资金达63亿多元，但创造的产值不足17亿元¹⁶。同时，电视剧的交易平台仅限于视频网站、电视台等发行环节，要达到像好莱坞那样把衍生环节计算到版权价值里，还有相当大的距离。一方面是大批水平低下的电视剧库存积压，另一方面是高水平的电视剧已成凤毛麟角，好剧难求。影视公司对人才的争夺也进入白热化，从给高薪酬到给股份，带动整个行业成本上行。2010年，电视剧行业的“三高”趋势更为明显，即演员的片酬高、编剧的稿酬高、片子的售价高。为应对“三高”趋势，许多电视台凭借对市场的把握，利用播出的平台资源，逐步加大对自制剧和定制剧的扶持程度，使电视剧的投资制作更加科学、更为直面市场，成为电视行业2010年的年度亮点。湖南卫视、北京卫视、东方卫视、江苏卫视、浙江卫视、安徽卫视等主流电视台都将自制剧列为了工作重点。每个卫视都有不同的特点。但就总体而言，2010年，中国仍旧只是电视剧大国，尚难成为电视剧强国。

第二，中国从电影生产大国向电影生产强国加速转变。

2010年被一些电影业内专家称为自院线制改革以来，中国电影产业具有里程碑意义的一年。首先，从生产供给方面看，2010年中国内地全年故事影片产量达526部，较2009年456部增幅达15%，成为世界第三大电影生产国。同时生产动画影片16部，纪录影片16部，科教影片54部，特种影片9部，电影频道出品数字电影100部。参与创作和投资的制片机构超过6000余家。电影生产力深度激活的格局正在形成，社会资金对中国电影制片业的整体前景充满信心，继华谊兄弟创业板上市，中影、上影、保利博纳、光线传媒等影视公司

¹⁴ 董昆 郑洁.电视剧第一生产大国背后的尴尬.北京商报.2011-03-11

¹⁵ 裴京商.国产电视剧“大而不强”陷尴尬.新华日报.2011年3月24日

¹⁶ 朱四倍.为何近半剧集“打了水漂”.新闻晚报.2011-03-25

都表达出上市的希望。其次，从销售收入上看，2010年全国城市影院总票房达到101.72亿元，在2009年电影票房增幅42.96%的强势基础上，同比增幅达到63.9%。全国各电视频道播放电影的收入为20.32亿元，较2009年的16.89亿元增长20%；全年电影综合效益157.21亿元，较2009年的106.65亿元同比增幅达47.4%。国产影片票房总额为57.34亿元，占全年票房总额的56.3%，累计有17部国产影片超亿元票房，有力地验证了国产影片具有较强的市场竞争力和抗衡能力，改变了进口大片主导我国电影市场的格局。全年有59部国产影片票房超过千万元，大部分为中小成本影片，标志着中国电影产业格局正在由大片垄断向多层次、多类别、多样化发展转变，逐步走向丰富、合理、成熟的产品结构体系，开始形成大片拉动票房，中小成本影片稳定放映场次和观众流量并且有力补充票房的市场格局。复次，在院线、影院建设方面，电影市场的火热带动了影院投资的热潮，2010年，各地影院建设在连续几年高速增长的基础上继续大踏步前进，新建影院速度飞升，成为国内外瞩目的产业发展亮点。2010年的全年新增影院313家，新增银幕1533块，平均每天新增4.2块银幕，全国城市影院银幕总数突破6200块，中国内地银幕总数超过德国，位居世界第三。最后，在中国电影走向世界方面，2010年我国在境外举办了100次中国电影展，展映国产影片578部次，累计63部次影片在25个电影节上获得89个奖项。有47部国产影片销往61个国家和地区，海外票房和销售收入达35.17亿元人民币。较2009年增长26.9%。

第三，新闻出版产业继续保持强劲发展势头，体制改革取得重大成果。

到2010年，中国图书出版品种和总印数、日报总发行量已居世界第一位，电子出版物出版总量居世界第二位；印刷业产值居世界第三位。首先，我国已成为名副其实的出版大国。2010年新闻出版业总产出达到1.3万亿元，增加值占国内文化产业核心层增加值的60%以上。2010年中国整体图书零售码洋接近370亿元；年度销售图书品种首次超过百万级别，达到105万种；年度同比增长1.83%。2010年网络图书销售也突破50亿元大关，对图书市场的分流效应进一步加强。其次，新闻出版企业的市场主体地位日益增强。2010年被称为新闻出版体制改革的“决胜年”。包括地方出版社、高校出版社、中央各部门各单位出版社在内的全国所有经营性出版社已全部完成转企改制。此外，1251家非时政类报刊出版单位转制或登记为企业法人，10多万家印刷复制单位、3000多家国有新华书店完成转制，100多家新闻出版企业集团成功组建，49家党报党刊集团实现采编和经营业务分离。中国出版业进入崭新时代。复次，新闻出版“走出去”方式和渠道极大拓展。2010年，我国出口图书、报纸、期刊885万多册(份)，同比增长10.4%；国际加工贸易由100亿元增长到500多亿元，逆差明显缩小；在外办社、办报、办刊、办店的国内企业达到了290多家，新闻媒体记者遍布全球各地，新闻出版传播的时效性和影响力极大提升。我国图书和期刊等出版物发行已进入193个国家和地区的公共图书馆，报刊发行覆盖80多个国家和地区。最好，数字出版继续高速发展，传统出版加快向数字出版转型的步伐。2010年，数字出版总产值约1000亿元，以50%的增长速度快速发展。基本形成了电子图书、网络图书、数字报纸、数字期刊、网络文学、网络地图、网络游戏、网络动漫、手机出版、数字音乐等新型出版业态。国内580多家图书出版社出版的图书中，已有70万种进行了数字化整合集成，并以每年约10万种的速度增加。电子书总产量约150万部。在9000多种期刊中，有7000多种纸质期刊内容全文数字化。全国绝大多数报社通过网站实现了报网同步出版，并有700多份报纸发行网络版。

（三）创意产业内部四大新兴行业热点频现

第一，视频网站成为互联网行业新热点。

2010年，视频网站具备了较为清晰的盈利模式。酷6网和乐视网打破了视频网站“零”上市的门槛。引起了人们对这一新兴业态的关注。在赢利方面，视频行业主要以广告收入为主。从2006年起，视频行业的广告收入一直保持着良好的增长势头，短短4年间，市场规模从当初的1亿元增长至13.6亿元，复合增长率高达92%。2010年全年，中国网络视频市场广告收入规模达到21.7亿，同比增长157.1%。预计在未来几年中，视频行业还将继续保持年增长60%以上的速度，至2013年，广告收入将突破100亿元大关，达到108.6亿元。在投入方面，视频网站的成本主要由内容决定，具体表现为电视剧的网络版售价。2010年，购片潮席卷而来。回顾2008年，视频网站购买电视剧的费用普遍不超过每集3万元。但是到了2010年，每集4万元的电视剧已相当普遍。悠视网购买的普通版权已经涨价3到5倍，独播剧则更是涨了10倍。如此高昂的费用让多数视频企业在这场购片大战中不堪重负，也令视频行业失去了对风险投资和私募股权投资的吸引力。

2010年，除了电视剧涨价的困扰，视频网站对无版权内容的态度也愈发谨慎，内容依旧是视频网站在今后发展过程中的短板，缺乏内容资源已成为视频网站发展过程中的一个瓶颈。上市企业出于规避风险，以降低不确定性，开始逐步清理可能涉及侵权的视频内容，对网站流量和广告收入带来短期影响。但对于塑造视频网站社会责任形象，提升广告主认可有正面帮助。此外，国家对侵犯知识产权打击力度的加大也会帮助行业环境改善，从长远看将会对视频行业产生积极的反馈。

视频网站在2010年的发展情况表明，整个视频产业尚未成熟。一方面版权内容价格上涨将摊薄企业利润，另一方面，视频网站的份额会受到网络电视台等企业的蚕食，视频行业极有可能在未来的2-3年内发生洗牌。唯一值得庆幸的是广告主对于垂直视频网站的认可度较高，保障了一定的市场份额。今后，随着各家视频企业在内容方面进行转型，例如拍摄网剧、转变视频内容，明确视频用户群等行为，将让更多的广告主不断提高对视频网站的认可度。

第二，网游产业发展呈现新动向。

2010年中国网络游戏市场保持增长，结构调整成为年度主题。互联网和移动网游市场规模合计为349亿元，广电网游戏也开始逐步形成一个值得关注的市场。2010年互联网游戏用户总数突破1.2亿人，同比2009年增长超过37%，尽管2010年中国网络游戏市场增长率降到26.2%，增长速度连续两年下滑，但是用户的增长速度超过了规模的增长。这从一个侧面反映出市场发展的根本动力仍然健康，只是市场的发展热点和重点在发生转移，市场从全生命周期角度看还远未达到成熟期，仍处在快速发展的成长期。¹⁷

在发展特征方面，2010年，中国网游市场可以归结为三个结构性的变化。一是互联网游戏市场中，网页游戏市场份额比上年上升4.27个百分点；二是移动网游市场增长快于互联网游戏，同比增长0.7个百分点；三是企业竞争结构出现一线企业总体下降，二线企业总体上升的变化。

¹⁷文化部.《2010中国网络游戏市场年度报告》

在国际金融与贸易方面，2010 年国产网络游戏出口持续高涨，海外市场收入将近 2.3 亿美元，较 2009 年增长达到 116%，出口产品数量超过 100 款。越来越多的国产游戏企业开始进军海外市场，部分游戏企业通过海外投资开始参与国际资本竞争。中国网游企业凭借在国内市场积累起来的开发和运营经验和资金实力，积极利用全球资源，布局全球市场。

面对市场出现的新形势和新趋势，联合运营成为 2010 年网游产业的关键词。但从效果上看，中国网游的联合运营模式尚处初级阶段。一方面，无论从客观时机上观察，还是从主观动机上分析，中国网游运营商之间的“联合运营”尚显粗糙，基本可以看做是“代理”的变种。另一方面，联合运营有助于研发型企业将精力专注于技术研发，节约游戏推广和宣传成本降低运营风险。联合运营的扩大化，对于用户群庞大、运营水平领先的公司是一个利好消息。反之，运营水平落后、客户服务差的公司竞争中就会越发处于下风。从市场竞争的角度来讲，更多的企业参与到联合运营中，由纯粹的竞争对手变成半对手、半合作的关系，对减少此前行业广泛存在的恶性竞争会有积极的作用。

第三，动漫产业喜忧参半。

2010 年，中国动漫产业在往年发展成绩的基础上，继续快速发展，呈现出良好的发展势头，在产品数量和质量上均得到大幅度提升。

从产能上看，2010 年中国影视动画产量达 22 万分钟，比 2005 年的 4.2 万分钟增长了 4 倍以上，又上新台阶，扭转了进口片占主导的局面。全国制作完成的国产电视动画片共 385 部，比 2009 年增长 28%。国产动画电影备案的有 46 部，公映 16 部，发行量最大的漫画杂志《知音漫客》，月发行量超过 280 万册，年产值 3.6 亿元；国产动漫产品出口迅速增长，2010 年已经突破 4 亿元；7 家动漫企业荣获第四批国家文化产业示范基地称号，占第四批总量的 10%；作为动漫产业龙头企业的中国动漫集团公司快速发展；文化部与天津市共同建设的国家动漫产业综合示范园和与北京市共建的中国动漫游戏城也在稳步推进中。¹⁸全国共有 23 个国家动画产业基地，2010 年自主制作完成国产动画片 269 部，约占全国总产量的 78.3%。其中，杭州高新技术产业开发区动画产业园连续三年产量居首位，2010 年生产国产电视动画片 38 部。中影集团、长影集团、大连高新区动画产业园、上海炫动卡通卫视、上海美术电影制片厂等五家国家动画产业基地产量均为 0。¹⁹

产业环境方面，温家宝总理访日期间提出了两国举办电影电视节目周以及共同举办动漫节等建议，体现了动漫产业作为文化创意产业重要的一部分，越来越受到党和政府以及国家领导人的关注，成为中国动漫产业发展的一个重要航标。国家动漫产业信息服务平台和国家动漫产业网开通，成为扶持动漫产业发展部际联席会议办公室及动漫产业专家委员会开展动漫产业政务服务、信息发布、项目管理的平台，电子政务平台和资源服务平台，在三网融合、三屏合一的发展趋势下，将为国内动漫企业提供全方位的服务。2010 年末，为推动动漫产业，鼓励动漫企业提升核心竞争力，发挥骨干企业的示范效应，带动动漫产业健康发展，文化部、财政部、国家税务总局联合发布《关于公布 2010 年通过认定的动漫企业和重点动漫企业名单的通知》，共有 169 家动漫企业获得了认定，并有 18 家企业被认定为重点动漫企业，树立了国内动漫行业的标杆。

¹⁸ 文化部文化产业司.2010 年动漫产业步入高速发展期. 2011-01-04

¹⁹ 五个动画产业基地 电视动画产量为零. 北京青年报. 2011 年 03 月 14 日

在产品方面，动画片《喜羊羊与灰太狼之虎虎生威》以 1.24 亿元的票房成绩，击败了《玩具总动员 3》、《驯龙高手》、《怪物史莱克 4》等美国动画大片，成为 2010 年度中国市场动画电影票房冠军，也是国产动画电影前所未有的票房业绩，给国内动漫产业注入了信心和希望。而面对国产动画在国内播放尚不清晰的盈利模式，动画片《喜羊羊与灰太狼之羊羊快乐的一年》于年末主动迈出“走出去”的步伐，通过迪士尼拥有的播放频道，在澳大利亚、新加坡、印度、韩国、台湾等亚太 52 个国家和地区播映。此外，原创动画电影《梦回金沙城》赴美商演，标志着中国原创动漫首次登上美国主流市场。此前，《梦回金沙城》已提交 2011 年奥斯卡最佳动画长片奖评选，建立了国内动画企业全新的企业公关和宣传模式。

第四，艺术品交易屡创新高。

2010 年中国艺术品拍卖市场创下年成交额 573 亿元的新纪录，较之 2009 年 225 亿的成交额有超过 150% 的增幅，远高于其他经济门类的增幅和涨势。²⁰保利、嘉德、匡时、华辰四大拍卖公司频频爆出超高价位。在 2010 年的春拍中，四大拍卖公司书画总成交额为 47 亿元，成交额再创新高。保利成交 33 亿元、嘉德成交 21 亿元、匡时成交 10.8 亿元、华辰成交 2.3 亿元，相较 2009 年都有不同程度的增长。其中，保利刷新了中国艺术品单季拍卖成交额的世界纪录。书画类作品继续位居中国第一拍卖品，占 2010 年春季成交总额的 71%，比 2009 年的 65.5% 提高了 5.5%。

嘉德拍出张大千晚年巨幅绢画《爱痕湖》，以 1.008 亿元人民币（含 12% 佣金）成交，这是中国近现代书画首次突破亿元大关。同时，这一价格也创出张大千个人作品成交新纪录。保利拍出黄庭坚的《砥柱铭》，落槌价为 3.9 亿元，加之佣金则是达到了 4.368 亿元，打破 2006 年在伦敦创造的“元青花鬼谷子下山罐”2.4 亿元的纪录，创造了中国书画拍卖最高纪录，同时成为中国文物艺术品的世界最高纪录。此外，元代王蒙的《秋山萧寺图》以 1.3664 亿元成交，清代钱维城手卷代表作《雁荡图》以 1.2992 亿元成交。

在国内艺术品交易屡创新高的背后暗藏隐忧。2010 年被誉为“艺术金融的创世纪元年”，由于艺术品投资作为资产配置的设置越来越深入人心，逐渐为财富阶层所接受，全年流入艺术品市场的资金明显受到流动性过剩及房地产和股票市场资金挤出效应的影响，“外行”携带大量热钱进入市场，导致高价格频出，并非理性，同时对很多“内行”收藏家产生了挤出效应。此外，在 2010 年古代书画屡创高价的带动下，大量的各个历史时期、各种艺术质量、真贋混杂的古代书画作品纷纷入市，其影响所及也直接延伸到近现代书画交易状况。这种蜂拥而至的营销状况使拍卖行根本无从做出严格细致的鉴定，购买方在信息爆炸的状态下也无从做出理性审慎的选择和判断。学术标准和传承出处的系统整理跟不上形势，盲目投机行为导致金融及投资领域中的“博傻”现象传染到艺术品交易领域中，今后可能影响整个古代书画，乃至中国书画板块的信誉及可持续发展。

（四）创意产业相关政策密集出台渐成体系

2010 年，国家各相关部门深入贯彻落实《文化产业振兴规划》，深入了解产业发展实际，开展调查研究，针对产业面临的新问题、新挑战及时出台政策予以解决，全年共出台各类有利于创意产业发展的政策二十余项，形成多部门齐抓共管的政策指导体系，对创意产业的发

²⁰ 去年艺术品拍卖成交总额 573 亿元创纪录. 北京晚报, 2011-01-20

展产生了有力的协同效应，保障了产业的快速发展。

在创意产业市场环境的进一步规范中，国务院修订的《专利法实施细则》和文化部出台的《全国文化市场知识产权保护专项执法行动方案》，以及工业和信息化部出台的《通信网络安全防护管理办法》都起到了加强对创意产业知识产权保护的作用，其规定能够有效阻止不法厂商通过非正当手段获得其它市场主体的技术和创意，从制度上克服创意产品和服务内容的同质化，增强创意企业和创意人才的双方互信，抑制了创意产业市场的浮躁，标志着创意产业市场正在朝着规范性发展的方向迈进，确保创意产业取得长足发展。

对于创意产业一些重点行业领域的最新发展，国务院办公厅出台了《关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》；文化部出台了《网络游戏管理暂行办法》、《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》、《国家级文化产业示范园区管理办法（试行）的通知》；新闻出版总署《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》；国家广播电影电视总局《电视剧内容管理规定》、《互联网视听节目服务业务分类目录（试行）》、《关于进一步加强广播电视广告审查和监管工作的通知》《关于印发《广播影视知识产权战略实施意见》的通知》，并与国家档案局联合出台《电影艺术档案管理规定》，基本上覆盖了创意产业的三大传统行业和部分新兴行业，保证了创意产业的发展方向，解决了阻碍创意产业发展的诸多问题。

三、中国创意产业发展的趋势展望

2011年，中国宏观经济的目标是保增长、控通胀、调结构，这些目标的实现将对创意产业的发展产生一系列影响。

（一）创意产业的发展将配合国家宏观经济的中低速增长

从2011年起，中国未来五年经济和社会发展规划把经济增长的预期目标确定为年均增长7%，与上一个五年计划相比，降低了0.5个百分点。中国主动调低经济增长速度，意在把转变经济发展方式作为主线，使中国经济发展转到主要依靠科技进步和提高劳动者素质上，不断提高经济增长的质量和效益。“十二五”期间，中国需要在经济发展速度、就业与通货膨胀三者之间保持平衡，一方面，通过调整经济结构，解决中国经济长期以来存在的平衡、不协调和不可持续的问题，使经济发展与人口、环境、资源相适应；另一方面，通过发展中小企业和服务业来增加就业。这意味着“十二五”开局之年并非一个大干快上、大涨之年。在这样的经济增长目标下，中国创意产业的发展必然要迎合上述宏观政策意图，在平稳发展中等待机会，通过广泛的中小创意企业，带动科技进步和劳动者素质的提高，创造新的消费热点，弥补政府主导投资规模的可持续性挑战，使内需增长动力突破由政策拉动向自主增长转换的重要关口，为保持中国经济平稳较快发展创造有利条件。

（二）创意产业的发展可能面对通货膨胀深层矛盾的挑战

2011年，世界经济的复苏仍然具有不稳定性和不确定性，流动性过剩、资产价格飙升、居民必需消费品价格上行、输入性通胀等潜在矛盾都会导致中国比较严重的结构性通货膨胀。国务院第五次全体会议在部署2011年一季度工作时，把“确保价格总水平基本稳定”

放在首位。中央政府对通胀的预期是 4%，宏观政策的基本取向是积极稳健、审慎灵活。这意味着银根将进一步紧缩、政府对流动性过剩的控制措施会使来自民间的盲目游资适度减少。与此相关的由于投资渠道狭窄而盲目流入创意产业的投机性资金也会相应减少，中国创意产业的金融环境将趋于疲软。同时，通货膨胀的压力也造成了今后我国经济运行中存在一个矛盾现象：实体经济的主要矛盾是需求不足；虚拟经济包括资产市场的主要问题是潜伏着需求过快扩张的风险。实体经济需求不足将推动货币向虚拟经济和资产市场流动，刺激相关需求扩张。因此，与 2009 年和 2010 年比较，资金密集型的中国创意产业发展面临着更为严峻的考验。此外，粮食、棉花、房地产等物质生产生活资料价格的未来走势仍然存在很大的不确定性，可能影响创意经济的短期消费，并通过产业链传导引起通胀预期，这将影响未来一段时间创意产品和服务的消费形势。

（三）创意产业的发展将抓住经济转型创造的更多机遇

转变经济发展方式是“十二五”时期的主题。作为开局之年的 2011 年，必须克服国际国内复杂的经济形势，保持经济的持续平稳较快增长，为发展方式转型奠定良好的基础，呈现出转型的要义。如何在调结构、转方式上取得实质性突破，关系中国经济的长远发展。目前的“整体或全方位发展模式转型”属于第三波转型，是继上世纪四五十年代“社会制度转型”，和始于 1978 年迄今仍在攻坚的“经济体制转型”之后，又一次重大而深刻的转型。它为创意产业的发展创造了三个方面的难得机遇：一是通过拓展人们的精神消费领域，扩大内需，刺激消费。二是在产业结构上带动整个第三产业的发展，促进服务业的升级，通过向传统产业渗透，创造更多的经济发展机会。三是在内涵上推动经济发展由资源数量型增长转向质量型增长，通过文化创意、科技创新和管理水平提高来促进经济增长。2011 年的创意产业必将为加快转变经济发展方式、保持经济平稳较快发展增添推动力。

（四）创意产业的发展可能面临外部风险压力的严峻考验

2011 年，中国经济增长除了内部的复杂形势外，外部也面临着巨大压力和风险。截至目前，引发国际金融危机的深层次矛盾还没有根本解决，主要经济体金融体系仍有大量坏账尚未核销，全球范围内信贷市场风险溢价仍远高于危机前水平，许多金融机构有大量损失尚未减记，金融领域风险尚未根本消除。受失业率高企、资产缩水和金融去杠杆化等多种因素影响，主要经济体消费难以快速增长，全球过剩产能仍未消化。一方面，外部因素的不确定性将通过各种渠道直接或间接作用于创意产业运行，如果外部环境恶化，中国创意产业势必受到牵累。另一方面，创意、知识和信息日益成为全球化世界中推动经济增长和促进社会发展的强大动力，通过把经济和文化联系在一起，创意产业拥有了强大的创造收入、扩大就业和增加出口收益的潜力，在宏观和微观水平上涵盖了经济、文化、技术和社会发展的各个方面，同时也促进社会包容、文化多元性和人类社会的发展，为发展多元化的经济体系提供了可能性，作为目前世界经济最具活力的产业之一，创意经济作对推动经济复苏具有特殊作用，必将成为中国经济应对外部风险压力的有效手段。

（五）创意产业的发展有望获得扩内需战略的强大支撑

“十二五”规划纲要明确提出建立扩大消费需求的长效机制，着力发挥消费对生产的促

进作用，结合经济结构调整要求和战略性新兴产业发展的需要，通过培育和鼓励相关领域消费需求来拓展产业发展的市场空间。就 2011 年消费需求走势看，如果世界经济稳步复苏、国内经济保持平稳较快增长的态势不变，居民就业和收入形势的持续向好将为消费需求保持平稳较快增长奠定坚实基础。今后一个时期，扩大内需的战略取向将为创意产业的发展提供强大支撑：一是国家通过扩大内需、鼓励消费、增强居民消费能力、改善居民消费预期、促进消费结构升级、优化消费环境等一系列政策措施，为释放创意产业的消费潜力创造了有利条件。二是居民多样性的消费需求能够拉动创意产品与服务供应的持续增长，促进创意产品和服务价格的稳定与质量的提高，形成良好的市场氛围，为国内创意市场的加速发展注入强劲动力，转而进一步释放城乡居民消费潜力。三是城乡居民收入增速进一步加快，购买力大大增强，以娱乐休闲、养老服务、家政服务等为内容的多样化创意服务消费将成为居民消费的新增长点。总之，中国具有世界上潜力最大的国内市场，充分挖掘创意市场潜力，有效释放国内创意需求，既是促进经济长期稳定发展的关键所在，也是解决经济运行中突出矛盾的重要途径。

中国创意产业研究中心
欢迎引用，敬请标注
www.creativeindustry.org.cn