

# Research on Investment Value of China's Cultural Industry

**Abstract:** Cultural industry, including cartoon and Media, will be the most valuable industry with great growth potential in China. Its growth rate will quicker than GDP's and become the new growth point of national economy: one is that cultural system reform will proceed comprehensively and deepen gradually, will set free the enthusiasm of cultural industry development greatly and will provide system guarantee for the rapid development of cultural industry; the other is that with sustainable rapid development of China economy, the culture urban and rural residents need grows greatly, and the demand space of cultural industry development is much bigger.

**Keywords:** cultural industry, investment value, cartoon, media

## 1 引言

聯合國教科文組織將文化產業定義為：按照工業標準生產、再生產、儲存以及分配文化產品和服務的一系列活動。傳媒、卡通、娛樂、遊戲、旅遊、教育、網路及資訊服務、音樂、戲劇、藝術博物館等都是文化產業璀璨的一員。

中共十六大報告第一次把“文化產業”與“文化事業”作為兩個概念區分開來，並把文化產業定性為“繁榮社會主義文化、滿足人民群眾精神文化需求的重要途徑”。這是我們黨在文化產業理論上的一個重大創新與突破，它為我國文化產業的發展在政策上提供了重要機遇。

文化產業已成為 21 世紀知識經濟的核心產業。由於中國龐大的人口、文化消費需求、產業結構演變，文化產業充滿了超常盈利的機會和無可限量的空間。2000 年我國文化產業產值 6000 億元人民幣，保守估計，按照年增長率 12% 計算，2005 年，我國文化產業規模將達到 1 萬億元，約占 GDP 的 8%。

傳媒、卡通業作為文化產業一員，是建立在注意力經濟基礎之上、備受矚目的影響力經濟，品牌容易速成，具有複合產業價值。

摩根斯坦利 1998 年報告指出，對 11 種產業中建立世界級大企業所需年限的統計顯示，傳媒業只需 8 年時間，遠遠快於醫藥、銀行、電力、建築、日常消費等行業。在中國，傳媒業甚至只需年 2 年就能建立區域或行業優勢。

卡通產業具有當今知識經濟的全部特徵，並涵蓋藝術、科技、傳媒、出版、商業等多種行業。卡通形象的專有權和衍生產品，形成了完整的產業鏈，在文

化產業中具有龍頭地位。

發展我國傳媒及卡通產業，必須在逐步開放中，改革管理體制與業務模式，利用政府及准政府力量，將金融資本等要素介入跨行業、跨地區的產業整合過程。

## 2 文化產業的定義

聯合國教科文組織將文化產業(culture industry)定義為：按照工業標準生產、再生產、儲存以及分配文化產品和服務的一系列活動。

美國 20 世紀 90 年代，發佈“北美行業分類系統”，將資訊產業重新定義為將資訊轉變為商品的行業，包括軟體、資料庫、通信、資訊處理服務、出版、電影及唱片、廣播電視，而電腦和通信設備的生產被劃為製造業的一個分支。

中國，中共十六大報告第一次把“文化產業”與“文化事業”作為兩個概念區分開來，兩者又共同構成文化建設的重要組成部分。對於公益性文化事業，國家實行支持和保障政策，鼓勵其增強自身發展活力；對於經營性文化產業，國家把其定性為是“繁榮社會主義文化、滿足人民群眾精神文化需求的重要途徑”。這是我國文化產業理論上的一個重大創新與突破，是我們黨對於文化建設問題，在思想認識上的統一和飛躍，它為我國文化產業的發展在政策上提供了重要機遇。

國家文化產業創新與發展研究基地(由國家文化部、中國社會科學院和上海交通大學共同創建)發表的《中國文化產業藍皮書》指出，現代文化產業實際上是一個巨大的產業群，它們建立在大規模複製和快速、經濟傳播技術基礎上，履行廣泛傳播的功能，經商業

動機的刺激和經濟鏈條的伸介，迅速向傳統文化藝術的原創和保存兩個環節滲透：將原創變成資源開發，將保存變成展示，並將整個過程奠定在現代知識產權之上。

2001年4月，中國證監會公佈新版《上市公司行業分類指引》，傳播與文化產業被定為上市公司13個基本行業門類之一，其中，傳播與文化產業又分為出版、聲像、廣播電影電視、藝術、資訊傳播服務業四個分類，顯示出我國已經趨同美國，將文化產業與資訊產業的合併為一個大類。

一般理解，就產品性質而言，文化產業是向消費者提供精神產品和服務的行業，它包括利用個人的創意、技術、才能等創造出知識產權並運用到商業，創造出經濟附加值和就業機會的所有產業活動。

從行業門類上，把娛樂業、廣播電視、音像、網路及資訊服務、新聞出版、旅遊、教育等看成文化產業的主體或核心行業；把傳統的文學、戲劇、音樂、美術、攝影、舞蹈、電影電視創作甚至整個工業與建築藝術、藝術博物館、圖書館等看成文化產業正在爭奪的前沿；把廣告業、諮詢業等看成文化產業的邊疆。

值得注意的是，以數位化資訊技術的出現為標誌，國際文化產業已經通過與資訊產業的合流（美國北美行業分類系統，因此將出版、電影及唱片、廣播電視等與軟體、資料庫、通信、資訊處理服務重新定義為資訊產業），完成了從早期文化產業（文化工業）向現代文化產業轉型，文化產業因此被冠以“內容產業”的新名稱。文化工業根據載體不同，依照傳統工業標準劃分為各部門，並局限在傳統的傳媒業範圍內；而現代文化產業則是橫跨通訊、傳媒、電腦諸產業領域的新興的綜合產業，涵蓋了以往所有現代媒介所負載的內容。

### 3 文化產業的重要價值

#### 3.1 文化產業是 21 世紀知識經濟產業的核心產業

20世紀至21世紀，隨著技術沿著硬體→軟體→互聯網→文化（內容產業）的方向發展，產業鏈的核心價值也沿著製造→資訊→知識→內容·文化的鏈條轉移。近來西方國家網路業步入低谷，內容產業浮出水面，標誌著國際性產業升級運動開始了新一輪洗牌，傳統文化產業與資訊產業的產業鏈條融合重構即將完成。這一新型產業鏈條的上游，是文化遺產的數位化與海量文化內容的上載，下游是消費類資訊技術產品的普及和資訊文化娛樂產品的大規模市場推廣，以及大眾流行文化藝術符號在傳統產業總的普遍應用，經濟活動的“服務化”、“資訊化”、“文化化”發展趨勢愈加顯現，現代經濟越來越為“高技術和高文化附加值經濟”所主導，因此說，文化產業已經成為21世紀知

識經濟產業的核心產業。

#### 3.2 文化產業是國家經濟發展的核心產業

文化產業作為朝陽行業，在世界經濟發展中具有重要地位，愈來愈成為各發達國家的支柱產業，其從業人員在一些發達國家已經占全部從業人員的3%-6%，1980-1998年，其世界貿易額從953.4億美元增加到3879.3億美元。

據統計，世界遊戲市場將在2003年超越半導體市場規模，2005年遊戲市場規模4,900億美元，半導體市場規模2,800億美元（見圖1998-2005年：世界半導體市場和遊戲市場的增長率比較）。

日本文化產業統稱娛樂觀光業，2000年文化產業規模約為85萬億日元，占國民生產總值的17%。

韓國1999-2003年，4大娛樂產業的年平均增長率為22.8%，同期7大傳統產業的增長率為3.3%。

美國和西歐一些國家的文化消費占家庭消費的30%左右，美國文化產業產值占GDP總量的18%-25%，400家最富有的美國公司中，72家是文化企業，20世紀90年代，美國消費類視聽技術產品出口達到600億美元，取代航太工業的位置，成為第一大出口商品，美國已經搶佔國際性產業升級運動的制高點。

#### 3.3 文化產業的精神性、數位化、高價值、高增長、環保性特點

在文化產業的主體或核心行業中，與文化商品的開發、製作、生產、流通、消費等相關的服務業是遊戲、動畫、音樂、卡通、出版漫畫、電影、廣播電視等和相關行業，具備以下的特點：

**精神性**——人類的創意與知識相結合的領域

**數位化**——數碼技術發展與媒體相結合的擴大再生產

**高價值**——能夠創造高附加值的服務產業的核心領域

**高增長**——具備高增長潛力

**環保性**——與環境具有親和力的未來型產業

### 4 中國文化產業發展的機遇

需求：收入提高及消費結構變化，文化需求增長，市場空間巨大

經過20多年的持續發展，我國居民收入水準大幅增長，需求結構由溫飽型向小康型轉變，文化消費需求在居民消費結構中的比例呈現決定性上升趨勢，需求總量規模急劇擴大，構成我國文化產業興起的重要內在動因。

## REFERENCES

- [1] Zhuo Min, Quotation, use for reference and a chieving mastery of tradition of Chinese culture, Southeast University Press, 2004.
- [2] Handong Wu, A cultural Explanation of Composition and Transfer of IP Law, China Legal Science, 2007.
- [3] Fudong Liu, The evolution of the IP protection system of China in last three decades, Intellectual Property, 2008.