

# 2018-2023年中国文化创意产业市场现状规划调查 与未来发展前景预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国文化创意产业市场现状规划调查与未来发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/305014305014.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

文化创意是以文化为元素、融合多元文化、整理相关学科、利用不同载体而构建的再造与创新的文化现象。文化创意产业是指依靠创意人的智慧、技能和天赋，借助于高科技对文化资源进行创造与提升，通过知识产权的开发和运用，产生出高附加值产品，具有创造财富和就业潜力的产业。

### 全球产业链分工与中国的位置

资料来源：公开资料整理

#### 政府层面对“文化创意产业”的认识与政策导向

改革开放之前，文化部门基本上是事业单位，“文化”主要是公益性事业。随着文化产业的兴起，政府逐渐认识到，文化除了意识形态属性之外，还有商品属性和产业功能。因此，中国共产党十六大报告明确指出：“发展文化产业是市场经济条件下繁荣社会主义文化、满足人民群众文化需求的重要途径。”十六届六中全会又明确区分了“文化事业”和“文化产业”的概念，并提出，要推动文化事业成为国民经济的支柱型产业。2004年4月，国家统计局公布了中国《文化及相关产业分类》，将“文化产业”分为两类：“文化服务业”和“文化相关产业”。文化服务业包括核心层(新闻服务、出版发行和版权服务、广播电视电影服务、文化艺术服务)和外围层(网络文化服务、文化休闲娱乐服务、其他文化服务)；文化相关产业则包括文化用品、设备及相关文化产品的生产和销售。这一分类，一方面明确了文化产业的内涵和外延；另一方面可以看出，当时政府层面对文化产业的认知还囿于传统的文化产业，尽管在发展政策上已经明确文化产业的市场导向，但“文化创意”的概念还未引起足够重视。后来，随着“创意产业”概念在国内外广泛传播，国内开始逐渐接受这一概念。2006年《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》首次使用了“创意产业”的概念。北京市统计局发布的《北京市文化创意产业分类标准》，首次使用了“文化创意产业”的概念，并对这一概念的内涵作了明确的阐释，即“以创作、创造、创新为根本手段，以文化内容和创意成果为核心价值，以知识产权实现或消费为交易特征，为社会公众提供文化体验的具有内在联系的行业集群”(北京市社会科学院课题组,2007;陈汉欣,2008)。这个定义突出了“文化创意”在文化产业中的核心地位，强调了文化创意不同于其他文化产品的交易方式，明确了文化产业的“行业集群”特征。这表明政府层面已经对“文化创意产业”概念的内涵和产业特征有了更为明确和深入的认识。2009年国务院发布的《文化产业振兴规划》，将文化创意产业的发展提升到了国家战略层面，提出“文化创意产业要着重发展文化科技、音乐制作、艺术创作、动漫游戏等企业，增强影响力和带动力，拉动相关服务业和制造业的发展”。这一振兴规划从政策导向上提出了文化创意产业的发展重点，明确了文化创意产业在整个文化产业链中的地位和作用，即文化创意产业作为产业链的上游，要拉动其他相关产业的发展，强调文化创意产业的高关联性特征。2012年发布的《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》强调，要“推进文化产业结

构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，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”。“纲要”明确区分了“传统文化产业”和“新兴文化产业”。明确了“文化产业”和“文化创意产业”之间的关系，即文化产业包括“传统文化产业”和“新兴文化产业”，而新兴文化产业指的就是文化创意产业。在产业政策导向上，强调在发展传统文化产业的同时，加快发展文化创意产业。纵观中国文化创意产业概念的演进过程，大致经历了从文化事业到文化产业，再到文化创意产业的3个发展阶段(陈莎莉等,2011)，不同发展阶段体现出不同的发展内涵和产业类型，国内对文化创意产业内涵的认识越来越深入，产业政策导向越来越清晰。国内学者对“文化创意产业”内涵的界定与探讨随着国内文化创意产业实践的不断发展，国内学者对文化产业、创意产业以及文化创意产业这些概念的内涵和外延进行了许多思考和探索。虽然观点各异，但归结起来，大致有3类：

第一类观点认为，文化产业、创意产业和文化创意产业在概念的内涵和外延上大致相同。持这种观点的学者认为，文化创意产业基本等同于创意产业；而文化创意产业与文化产业内涵界定的角度不同，但外延相似。第二类观点认为，文化创意产业不再简单地局限于传统文化产业，它是适应新的产业形态而出现的创新概念；创意产业不同于制造业等汗水产业和劳动密集型产业。创意产业的发展要靠创意阶层，靠创意群体的高文化、高技术、高管理，特别是创意阶层中最富创造性的高端创意人才。

第三类观点认为，文化产业和文化创意产业是两个不同的产业。北京在产业分类上采取了“A+B”式的文化创意产业分类。所谓“A”指国家统计局的分类；所谓“B”包括两类产业，即设计策划和软件、网络、计算机服务等新媒体技术。上海将文化创意产业分为两类：由广电影视及新闻出版部门归口管理的“文化产业”以及由经济信息部门归口管理的“创意产业”。显然，这两个产业有诸多不同。因此，有学者指出，“文化产业”是通过市场机制和运作，将文化制品及文化服务，转换为商品与服务，实现货币化的产业，文化内容要素起核心或主导作用；“创意产业”则指创意要素起核心或主导作用的产业。综上所述，文化产业、创意产业和文化创意产业这些概念既有相同之处也有不同之处。相同之处表明三者的外延存在不同程度的交叉，不同之处反映了文化创意产业内涵的多样性。总结国内学者对文化创意产业的认识，本文对文化创意产业作出如下定义：文化创意产业是以文化产业为基础，以农业、工业和第三产业为创意对象，以创意策划为核心，采用设计、策划和软件、网络、计算机服务等新媒体技术，通过产品的制造和营销，以及衍生产品的开发而形成的产业链，将文化制品及文化服务转换为商品与服务的价值链，并最终实现价值链的扩散与增值的新兴产业。文化创意产业贯穿于国民经济和社会发展的各个方面，是中国产业结构发展到高级阶段的新型产业类型。

文化创业产业链

资料来源：公开资料整理

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国文化创意产业市场现状规划调查与未来发展前景预测报告》主要研究##行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

## 第一章 文化创意产业相关概述

### 1.1 文化创意产业概念解释

#### 1.1.1 文化创意产业的起源与推进

#### 1.1.2 文化创意产业的定义及特征

#### 1.1.3 文化创意产业的分类

#### 1.1.4 文化创意产业形成的条件

### 1.2 文化创意产业功能介绍

#### 1.2.1 经济功能

#### 1.2.2 社会功能

#### 1.2.3 文化功能

### 1.3 文化创意产业与文化经济的关系

#### 1.3.1 文化创意产业与传统文化产业的关系

#### 1.3.2 文化创意产业与经济的关系

## 第二章 文化创意产业市场特点概述

### 2.1 行业市场概况

#### 2.1.1 行业市场特点

#### 2.1.2 行业市场化程度

#### 2.1.3 行业利润水平及变动趋势

### 2.2 进入本行业的主要障碍

#### 2.2.1 资金准入障碍

#### 2.2.2 市场准入障碍

#### 2.2.3 技术与人才障碍

#### 2.2.4 其他障碍

### 2.3 行业的周期性、区域性

#### 2.3.1 行业周期分析

#### 2.3.2 行业的区域性

## 第三章 2014-2016年中国文化创意产业发展环境分析

### 3.1 文化创意产业政治法律环境

#### 3.1.1 行业主管部门分析

#### 3.1.2 行业监管体制分析

#### 3.1.3 行业主要法律法规

#### 3.1.4 相关产业政策分析

#### 3.1.5 行业相关发展规划

#### 3.1.6 政策环境对行业的影响

### 3.2 文化创意产业经济环境分析

#### 3.2.1 宏观经济形势分析

#### 3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

### 3.3 文化创意产业社会环境分析

#### 3.3.1 文化创意产业社会环境

#### 3.3.2 社会环境对行业的影响

## 第四章 2014-2016年全球文化创意产业发展概述

### 4.1 世界文化创意产业发展状况

#### 4.1.1 产业发展进程

#### 4.1.2 产业发展战略

#### 4.1.3 园区建设情况

### 4.2 英国文化创意产业

#### 4.2.1 产业发展优势

#### 4.2.2 产业发展进程

#### 4.2.3 产业发展现状

#### 4.2.4 产业经验借鉴

### 4.3 美国文化创意产业

#### 4.3.1 产业发展现状

#### 4.3.2 产业发展特征

#### 4.3.3 产业经验借鉴

### 4.4 新加坡文化创意产业

#### 4.4.1 产业发展现状

#### 4.4.2 产业发展特征

#### 4.4.3 产业发展战略

### 4.5 其他国家和地区文化创意产业

## 第五章 中国文化创意产业发展概述

### 5.1 中国发展文化创意产业的意义

#### 5.1.1 发展文化创意产业的必要性

#### 5.1.2 文化创意产业是中国经济发展的重要课题

#### 5.1.3 我国发展创意产业的战略意义

### 5.2 中国文化创意产业的兴起及发展

#### 5.2.1 产业发展动力

#### 5.2.2 产业兴起分析

#### 5.2.3 产业规模现状

#### 5.2.4 产业运行特征

### 5.3 城市文化创意产业发展分析

#### 5.3.1 主要城市文化创意产业发展概述

#### 5.3.2 各大城市文化创意产业发展特点

#### 5.3.3 城市文化创意产业发展任重道远

### 5.5 中国地区文化创意产业合作分析

#### 5.5.1 海峡两岸文化创意产业合作发展迅速

#### 5.5.2 海峡两岸文化创意产业合作应建立新模式

#### 5.5.3 粤港澳文化创意产业合作发展综述

#### 5.5.4 香港创意产业发展应积极参与内地合作

## 第六章 2014-2016年中国文化创意产业面临的挑战与发展战略

### 6.1 中国文化创意产业发展面临的挑战

#### 6.1.1 制约我国文化创意产业发展的因素

#### 6.1.2 文化创意产业存在的现实问题

#### 6.1.3 国内文化创意产业发展的隐忧

#### 6.1.4 我国文化创意产业发展任重道远

### 6.2 中国文化产业发发展对策

#### 6.2.1 我国文化创意产业的发展策略

- 6.2.2 中国文化创意产业发展的政策策略
- 6.2.3 国内文化创意产业发展的四项对策
- 6.2.4 文化创意产业发展中政府角色定位策略
- 6.3 中国文化创意产业发展建议
  - 6.3.1 我国文化创意产业发展的七点建议
  - 6.3.2 发展文化创意产业应把握好五个特点
  - 6.3.3 文化创意产业发展应处理好三大关系
  - 6.3.4 发展文化创意产业应创新体制机制

## 第七章 2014-2016年北京文化创意产业发展分析

- 7.1 北京文化创意产业运行现状
  - 7.1.1 行业发展进程
  - 7.1.2 行业成就分析
  - 7.1.3 行业规模分析
  - 7.1.4 行业运行特征
- 7.2 北京文化创意产业集聚区发展探讨
  - 7.2.1 集聚区的产生
  - 7.2.2 集聚区的定位
  - 7.2.3 集聚区的特征
  - 7.2.4 集聚区的发展成效
  - 7.2.5 集聚区的管理模式
  - 7.2.6 集聚区的发展建议
- 7.3 北京文化创意产业发展面临的挑战
  - 7.3.1 制约北京文化创意产业发展的因素
  - 7.3.2 北京文化创意产业集中度偏低
  - 7.3.3 北京文化创意产业亟待完善产业链
  - 7.3.4 北京文化创意产业亟待构建四大体系
- 7.4 北京文化创意产业的发展对策
  - 7.4.1 北京文化创意产业发展战略
  - 7.4.2 北京加速发展文化创意产业的建议
  - 7.4.3 北京金融界探索支持文化创意产业发展新路
  - 7.4.4 北京文化创意产业版权价值开发措施

## 第八章 2014-2016年上海文化创意产业发展分析

- 8.1 上海文化创意产业运行现状

- 8.1.1 行业发展进程
- 8.1.2 行业成就分析
- 8.1.3 行业规模分析
- 8.1.4 行业运行特征
- 8.2 上海文化创意产业集聚发展分析
  - 8.2.1 上海创意产业集聚区概述
  - 8.2.2 上海创意产业集聚区发展观
  - 8.2.3 上海创意产业集聚区发展目标
- 8.3 上海文化创意产业发展面临的挑战及对策
  - 8.3.1 上海文化创意产业发展面临的机遇与挑战
  - 8.3.2 上海文化创意产业发展对策
  - 8.3.3 上海发展创意产业的主要战略
- 8.4 上海文化创意产业发展规划
  - 8.4.1 发展思路
  - 8.4.2 发展目标
  - 8.4.3 实施原则

## 第九章 2014-2016年深圳文化创意产业发展分析

- 9.1 深圳文化创意产业发展环境
  - 9.1.1 地域环境
  - 9.1.2 经济环境
  - 9.1.3 政策环境
- 9.2 深圳文化创意产业运行现状
  - 9.2.1 行业发展进程
  - 9.2.2 行业成就分析
  - 9.2.3 行业规模分析
  - 9.2.4 行业运行特征
- 9.3 深圳“设计之都”发展分析
  - 9.3.1 深圳文化创意产业发展设计先行
  - 9.3.2 深圳设计之都发展之路概述
  - 9.3.3 深圳向世界推介“设计之都”品牌
- 9.4 深圳文化创意产业发展面临的挑战及对策
  - 9.4.1 面临的问题
  - 9.4.2 发展建议

## 第十章 中国文化创意产业领先企业竞争力分析

### 10.1 中南出版传媒集团股份有限公司

#### 10.1.1 企业发展基本情况

#### 10.1.2 企业主要产品分析

#### 10.1.3 企业竞争优势分析

#### 10.1.4 企业经营状况分析

#### 10.1.5 企业最新发展动态

#### 10.1.6 企业发展战略分析

### 10.2 安徽新华传媒股份有限公司

#### 10.2.1 企业发展基本情况

#### 10.2.2 企业主要产品分析

#### 10.2.3 企业竞争优势分析

#### 10.2.4 企业经营状况分析

#### 10.2.5 企业最新发展动态

#### 10.2.6 企业发展战略分析

### 10.3 时代出版传媒股份有限公司

#### 10.3.1 企业发展基本情况

#### 10.3.2 企业主要产品分析

#### 10.3.3 企业竞争优势分析

#### 10.3.4 企业经营状况分析

#### 10.3.5 企业最新发展动态

#### 10.3.6 企业发展战略分析

### 10.4 华谊兄弟传媒股份有限公司

#### 10.4.1 企业发展基本情况

#### 10.4.2 企业主要产品分析

#### 10.4.3 企业竞争优势分析

#### 10.4.4 企业经营状况分析

#### 10.4.5 企业最新发展动态

#### 10.4.6 企业发展战略分析

### 10.5 中文天地出版传媒股份有限公司

#### 10.5.1 企业发展基本情况

#### 10.5.2 企业主要产品分析

#### 10.5.3 企业竞争优势分析

#### 10.5.4 企业经营状况分析

#### 10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

10.6 浙报传媒集团股份有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略分析

10.7 上海东方明珠(集团)股份有限公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业发展战略分析

10.8 乐视网信息技术(北京)股份有限公司

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业发展战略分析

10.9 上海圣博华康文化创意投资股份有限公司

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业发展战略分析

10.10 江苏东方创意文化产业有限公司

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

## 10.10.6 企业发展战略分析

### 第十一章 2014-2016年文化创意产业关联板块分析

#### 11.1 文化创意产业与园区建设

##### 11.1.1 创意产业园的特征及发展现状

##### 11.1.2 创意产业园建设规划的内涵与原则

##### 11.1.3 创意产业园的运作机制

##### 11.1.4 我国文化创意产业园发展建议

#### 11.2 文化创意产业与设计

##### 11.2.1 文化创意产业背景下的设计产业化研究

##### 11.2.2 文化创意产业建构下设计的跨越与重构

##### 11.2.3 我国创意产业与包装设计行业发展分析

##### 11.2.4 创意产业对汽车设计的重要性解析

#### 11.3 文化创意产业与版权保护

##### 11.3.1 版权保护是文化创意产业发展的制度核心

##### 11.3.2 文化创意产业发展须加强版权保护

##### 11.3.3 文化创意产业侵权将有法可依

##### 11.3.4 我国文化创意产业版权保护的不足及建议

#### 11.4 文化创意产业与人力资源管理

##### 11.4.1 人力资源在文化创意产业发展中的作用

##### 11.4.2 创意产业的人力资源现状与挑战

##### 11.4.3 创意产业构建人力资源管理体系的策略

#### 11.5 文化创意产业与档案信息化

##### 11.5.1 档案信息化是文化创意的基础

##### 11.5.2 档案信息资源治理创新是文化创新的需要

##### 11.5.3 文化创意产业加强档案信息资源建设的对策

### 第十二章 2017-2022年中国文化创意产业投资前景

#### 12.1 文化创意产业投资现状分析

##### 12.1.1 文化创意产业投资规模分析

##### 12.1.2 文化创意产业投资资金来源构成

##### 12.1.3 文化创意产业投资项目建设分析

##### 12.1.4 文化创意产业投资资金用途分析

##### 12.1.5 文化创意产业投资主体构成分析

#### 12.2 文化创意产业投资特性分析

- 12.2.1 文化创意产业进入壁垒分析
- 12.2.2 文化创意产业盈利模式分析
- 12.2.3 文化创意产业盈利因素分析
- 12.3 文化创意产业投资机会分析
  - 12.3.1 产业链投资机会
  - 12.3.2 细分市场投资机会
  - 12.3.3 重点区域投资机会
  - 12.3.4 产业发展的空白点分析
- 12.4 文化创意产业投资风险分析
  - 12.4.1 文化创意产业政策风险
  - 12.4.2 宏观经济风险
  - 12.4.3 市场竞争风险
  - 12.4.4 关联产业风险
  - 12.4.5 产品结构风险
  - 12.4.6 技术研发风险
  - 12.4.7 其他投资风险

### 第十三章 2017-2022年中国文化创意产业企业投资战略分析

- 13.1 文化创意产业企业发展战略规划背景意义
  - 13.1.1 企业转型升级的需要
  - 13.1.2 企业做大做强的需要
  - 13.1.3 企业可持续发展需要
- 13.2 文化创意产业企业战略规划制定依据
  - 13.2.1 国家政策支持
  - 13.2.2 行业发展规律
  - 13.2.3 企业资源与能力
  - 13.2.4 可预期的战略定位
- 13.3 文化创意产业企业战略规划策略分析
  - 13.3.1 战略综合规划
  - 13.3.2 技术开发战略
  - 13.3.3 区域战略规划
  - 13.3.4 产业战略规划
  - 13.3.5 营销品牌战略
  - 13.3.6 竞争战略规划

## 第十四章 研究结论及建议

### 14.1 研究结论

### 14.2 建议

#### 14.2.1 行业发展策略建议

#### 14.2.2 行业投资方向建议

#### 14.2.3 行业投资方式建议

图表详见正文（FSWJP）

特别说明：观研网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/305014305014.html>