

行业研究专题系列

我国文化消费发展趋势与投资分析

邹继征 高级研究员

主要观点

- ▶ 9月20日，中共中央、国务院印发《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》指出“消费是最终需求，既是生产的最终目的和动力，也是人民对美好生活需要的直接体现。”党的十九大报告要求“推动文化事业和文化产业发展”。国家“十三五”规划明确表示，2020年文化产业将成为国民经济支柱性产业。可见文化产业的重要性已上升到国家战略层面。巨大的消费潜力、互联网的迅猛发展、国内外市场需求等都将文化产业推向了新高度。
- ▶ 我国文化消费水平：一方面我国当前文化消费环境、文化消费能力、文化消费水平总体上呈现上升趋势，市场潜力巨大；另一方面，我国居民文化消费在居民可支配收入中占比低，居民文化消费意识总体较低，有效供给不足。
- ▶ 文化消费水平与文化产业的高速发展依赖于文化生产投资和国内文化产品消费的强力驱动，随着中国经济进入新常态，长期依赖投资的模式将不可持续，扩大国内文化消费成为拉动文化生产、促进文化产业持续走强的内驱动力。

目 录

一、我国文化消费发展现状与特点	3
(一) 发展现状	3
(二) 文化消费呈现新的特点	6
二、文化消费发展趋势	9
(一) 科技创新驱动，产业结构调整	9
(二) 立足“重大战略”，优化发展布局	10
(三) 完善体系建设，释放市场活力	11
(四) 扩大有效供给，引导文化消费	12
(五) 振兴传统文化，增强文化自信	13
三、行业变化与机会	14
(一) 打造一批新型主流媒体和媒体集团	14
(二) 长期经营困难的文化单位实行并转关停	14
(三) 支持符合条件的文化企业直接融资	15
四、投资建议	15
(一) 投资关注领域与方向	16

一、我国文化消费发展现状与特点

党的十九大报告在强调“推动文化事业和文化产业发展”时要求：“满足人民过上美好生活的新期待，必须提供丰富的精神食粮。要深化文化体制改革，完善文化管理体制，加快构建把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一的体制机制。”“健全现代文化产业体系和市场体系，创新生产经营机制，完善文化经济政策，培育新型文化业态。”“加强中外人文交流，以我为主、兼收并蓄。推进国际传播能力建设，讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力。”

刚刚印发的《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》指出：“加快完善促进消费体制机制，增强消费对经济发展的基础性作用，有利于优化生产和消费等国民经济重大比例关系，构建符合我国长远战略利益的经济发展方式，促进经济平稳健康发展；有利于实现需求引领和供给侧结构性改革相互促进，带动经济转型升级，推动高质量发展，建设现代化经济体系；有利于保障和改善民生，实现经济社会发展互促共进，更好满足人民日益增长的美好生活需要。”

（一）发展现状

消费已经成为我国经济增长的主要驱动，近80%GDP增长来自于消费支出的增长。在消费升级的趋势之下，叠加新兴消费行业的推

动作用，消费对经济的拉动将继续加强。

改革开放以来，居民文化消费需求不断发展，多元化多层次文化消费格局逐渐形成。

据国家统计局数据显示，改革开放40年来，文化改革发展取得重大进展和显著成效，文化产业增加值占GDP比重逐年提高，2005-2017年年均增长比同期GDP高6.3个百分点。2017年文化产业固定资产投资额达较2005年增长12.7倍。

2017年，我国文化产业固定资产投资额达38280亿元，比2005年增加35484亿元，增长12.7倍；文化产业固定资产投资占全社会固定资产投资的比重为6.1%，比2005年提高2.8个百分点。

经初步测算，2017年我国文化产业实现增加值35462亿元，比2004年增长9.3倍；2005-2017年年均增长19.7%，比同期GDP现价年均增速高6.3个百分点，文化产业呈现出快速增长的态势。

从对国民经济增长的贡献看，文化产业增加值占GDP的比重由2004年的2.15%提高到2017年的4.29%，增加了2.14个百分点，占比逐年提高，对GDP增量的贡献年平均达到4.7%。同时，文化产业因资源消耗低、环境污染少、科技含量高，具有低碳经济、绿色经济的特点，为国民经济转型升级和提质增效提供了有力支撑。

改革开放以来，公共财政对文化建设的支持日益加强，公共文化设施不断完善，覆盖城乡的公共文化服务网络初步建立，公共文

化服务理念逐步深化,公共文化服务能力和均等化水平逐渐提高;文化产业投资向发展水平较低的中西部地区倾斜,区域布局更趋合理,投资主体日益多元,文化产业社会效益与经济效益“双效统一”成效显著。

改革开放以来,居民文化消费需求不断发展,多元化多层次文化消费格局逐渐形成。伴随新型城镇化持续推进和居民生活水平稳步提升,城乡居民文化消费支出不断提高,同时差距逐步缩小,为文化消费提供巨大的发展空间。

2017年农村居民人均文化娱乐消费支出261元,比2013年增长49.1%,年均增长10.5%。由于农村居民文化娱乐消费支出的增速高于城镇居民,城乡居民文化娱乐消费支出之比由2013年的5.4:1,降低到2017年的5.1:1。

2017年,农村居民家庭平均每百户彩色电视机拥有量为120.0台,比1990年增加115.3台,增长24.5倍,年均增长12.7%。2017年,城乡居民家庭平均每百户彩色电视机拥有量相差3.8台,与1990年相差54.3台相比,差距大幅缩小。

据数据显示,2017年,国内旅游人数达到50亿人次,是1994年的10倍,年均增长10.3%。2017年全国旅游总花费约4.6万亿元,是1994年的45倍,年均增长18%。

在文化娱乐消费方面,据国家新闻出版广电总局电影局发布的

数据显示,2017年全国电影总票房559亿元,比1991年增长超过22倍;2012年以来我国电影市场规模稳居世界第二,2012年总票房为北美市场的25%,而2017年已达到北美市场的77.6%。特别是国产电影市场发展良好。

文化消费已成为我国经济的一个新增长点,成为消费升级的重要表现。

在消费结构升级方面,文化消费有巨大的增长潜力,而随着拉动城乡居民文化消费试点工作在全国范围内的逐步推进,这一潜力正逐步得到释放。公布的数据显示,今年上半年,服务消费支出继续快速增长。其中,居民用于教育文化娱乐的发展型消费支出增长达到10.0%,占人均消费支出的比重为9.8%,仅次于食品烟酒、居住、交通通信等生活必需品消费,排在人均消费支出占比的第四位。

(二) 文化消费呈现新的特点

1. 文化产业规模不断扩大

改革开放以来,我国国民经济持续快速发展,社会心理从传统封闭向现代开放演变,文化消费需求质量不断提高、数量不断增加。培育和发展文化产业被摆在突出位置,一系列文化产业政策出台,有效推进文化领域供给侧结构性改革,文化产业整体竞争力明显提高。

我国文化市场准入逐步放宽,市场主体、经营方式日趋多元,

文化产业规模不断扩大。特别是党的十八大以来，文化与科技融合发展，传统文化企业转型升级，基于“互联网+”的新型文化业态成为文化产业发展的新动能和新增长点，文化产业呈现出全新的发展格局，稳步向国民经济支柱性产业迈进。

经初步测算，2017年我国文化产业实现增加值35462亿元，比2004年增长9.3倍；2005-2017年年均增长19.7%（未扣除价格因素影响，下同），比同期GDP现价年均增速高6.3个百分点，文化产业呈现出快速增长的态势。

从对国民经济增长的贡献看，文化产业增加值占GDP的比重由2004年的2.15%提高到2017年的4.29%，增加了2.14个百分点，占比逐年提高，对GDP增量的贡献年平均达到4.7%，文化产业对推动国民经济保持持续健康发展发挥越来越重要的作用。文化产业门类众多，产业链条长，就业容量大，就业形式灵活多样，对促进就业具有重要意义。截至2016年年底，我国文化产业法人单位共吸纳就业人员2178万人，比2013年增长23.8%。同时，文化产业因资源消耗低、环境污染少、科技含量高，具有低碳经济、绿色经济的特点，为国民经济转型升级和提质增效提供了有力支撑。

2. 新的文化业态应运而生

改革开放以来，居民文化消费需求不断发展，多元化、多层次文化消费格局逐渐形成。党的十八大以来，文化与互联网、旅游、

体育等行业融合发展,跨界融合已成为文化产业发展最突出的特点。

文化产品和服务的生产、传播、消费的数字化、网络化进程加快,新的文化业态应运而生。数字内容、动漫游戏、视频直播等基于互联网和移动互联网的新型文化业态成为文化产业发展的新动能和新增长点,“互联网+文化”成为文化产业发展的主要趋势。

在文化产业的10个行业类别中,以“互联网+”为主要形式的文化信息传输服务业发展迅猛,文化创意和设计服务业蓬勃发展。文化骨干企业不断壮大,成为文化产业实现较快发展的主体力量。2016年,骨干企业数仅占全部文化产业法人单位的4.2%,但实现增加值20406亿元,占文化产业增加值的比重达66.3%,有力支撑了我国文化产业的发展。

3. 文化走出去新格局逐渐形成

随着我国改革开放不断深入,中华文化逐渐突破语言障碍、文化和意识形态差异,在国际话语体系中占据越来越重要的位置,文化交流、文化贸易和文化投资并举的文化走出去新格局逐渐形成,中华文化影响力日益增强,国家文化软实力得到提升。

文化走出去战略成为建设文化强国、增强国家文化软实力的必经之路。国务院《关于加快发展对外文化贸易的意见》出台后,我国文化贸易迈上新台阶,文化产品进出口连续多年保持顺差,与“一带一路”沿线国家的文化贸易取得积极进展。

2017年，我国文化产品进出口总额为971亿美元，比2006年增加869亿美元，增长8.5倍，2007—2017年年均增长22.7%；文化产品贸易顺差为793亿美元，比2006年增加702亿美元，增长7.7倍，年均增长21.8%。

2017年，我国对“一带一路”沿线国家文化产品进出口总额达176.2亿美元，比上年增长18.5%，占文化产品进出口总额的18.1%，比上年增长1.2个百分点。

二、文化消费发展趋势

（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。党的十九大重申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，2017年5月7日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》（下简称《纲要》）。《纲要》强调，“推进‘文化+’和‘互联网+’战略，促进互联网等高新技术在文化创作、生产、传播、消费等各环节的应用”。除此之

外,《刚要》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,《刚要》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。”文化产业区域布局必须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日中共中央、国务院决定设立“雄安新区”；今年4月13日习近平总书记宣布：党中央决定支持海南全岛建设自由贸易试验区。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，《刚要》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，《纲要》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。《纲要》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，《纲要》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，《纲要》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。《纲要》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，《纲要》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，《纲要》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。

三、行业变化与机会

（一）打造一批新型主流媒体和媒体集团

《纲要》指出，适应分众化、差异化传播趋势，加快构建主流舆论矩阵。

扶持重点主流媒体创新思路，推动融合发展尽快从相“加”迈向相“融”，形成新型传播模式。支持党报党刊、通讯社、电台电视台建设统一指挥调度的融媒体中心、全媒体采编平台等“中央厨房”，重构新闻采编生产流程，生产全媒体产品。明确不同类型、不同层级媒体定位，统筹推进媒体结构调整和融合发展，打造一批新型主流媒体和媒体集团。

（二）长期经营困难的文化单位实行并转关停

《纲要》指出，发展骨干文化企业，推动产业关联度高、业务相近的国有文化企业联合重组，推动跨所有制并购重组。以党报党刊所属非时政类报刊、实力雄厚的行业报刊为龙头整合报刊资源，对长期经营困难的新闻出版单位实行并转关停。

落实中央财政科技计划管理改革的有关要求，通过优化整合后的科技计划（专项、基金等），支持符合条件的文化科技项目。

（三）支持符合条件的文化企业直接融资

《纲要》指出，完善公共财政文化投入机制，多渠道筹措资金支持文化发展改革。中央和地方设立文艺创作专项资金或基金。省属重点文化企业，经省级政府批准，2020年年底前可免缴国有资本收益。建立财政文化预算安排与资金绩效评价结果挂钩制度。

落实经营性文化事业单位转制为企业以及支持文化创意和设计服务、电影、动漫、出版发行等文化企业发展的相关政策。

鼓励金融机构开发适合文化企业特点的文化金融产品。支持符合条件的文化企业直接融资，支持上市文化企业利用资本市场并购重组。

四、投资建议

文化消费是指用文化产品或服务来满足人们精神需求的一种消费。文化消费是对符号性商品和信息的消费，如音乐唱片、电影、电视、文艺演出、体育赛事、自然山水、名胜古迹、文字、声音、图象（包括真实景观）等。它们是情感、理性认知的符号性载体，人们通过这种消费，满足情感体验以及提升认知能力、知识水准的精神需求。然而今天，精神文化与物质文化已经有更深程度的融合。

在信息社会，文化消费被赋予了新的内涵，文化消费呈现出主流化、高科技化、大众化、全球化的特征。从文化消费的供给端——文化产业而言，国家统计局界定“文化及相关产业”包括生产与销售以相对独立的物态形式呈现的文化产品的行业（如生产与销售图书、报刊、影视、音像制品等行业）；以劳务形式出现的文化服务行业（如戏剧舞蹈的演出、体育、娱乐、策划、经纪业等）和向其他商品和行业提供文化附加值的行业（如装潢、装饰、形象设计、文化旅游等）。

文化产业的业务范围广，同时文化产业的内容价值可以供人们多次消费，反复享用，产品的形式可以多样化。例如，投资将文化资源有效转化为戏曲、影视剧、连环画等，之后可以把这些戏曲、影视剧、连环画录制成可携带视频文件、制作成相关纪念品或礼品，不断延伸投资和回报产业链条。

（一）投资关注领域与方向

中共中央、国务院《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》就文化消费明确提出，文化消费要“稳妥把握和处理好文化消费商品属性与意识形态属性的关系，促进包容审慎监管与开放准入有效结合，努力提供更多优秀文化产品和优质文化服务。深化电影发行放映机制改革。加快发展数字出版等新兴数字内容产业，丰富数字内容供给。”未来要文化相关产业投资主要

关注的方向应该包括：新政策、新（旧改新）平台、新产品、新商业模式。

具体建议关注领域：

1. 传统文化企/事业机构的资源混改、并购、整合，例如广电、报刊等

这些企业都有资源，而在当今为止能完成互联网和移动互联网整合好的很少。这些企业完成了平台整合后，将成为行业的龙头企业，而这些企业目前被资本市场所忽视。同时，文化产业投资在我国相对还有比较高的政策准入限制，例如前不久国家网信办发布的新媒体管理办法。相对于国有资本进入有先天优势。

2. 上市的文化企业中的主流文化企业介入机会

即在国家的产业中有分工，在政策资源中有分享的企业，这些企业的大部分项目都可以投资。研究发现，资本市场对文化产业的基本属性认识不清楚。社会效益和经济效益要协同发展，社会效益摆在首位。社会效益摆在首位，国家就会对分工型企业给特殊政策，而这些政策只有主流企业才享有，那么投资的成功率很大（新华网、人民网）。

3. 第三是新技术和文化相结合的新产品

《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》提出，以数字技术和先进理念推动文化创意与创新设计等产业加快发展，促进文化科

技深度融合、相关产业相互渗透。到2020年，形成文化引领、技术先进、链条完整的数字创意产业发展格局，相关行业产值规模达到8万亿元。此外，《发展规划》还从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说明了“十三五”时期我国数字文化创意产业的发展方向。

文化与旅游部出台了首个专门针对数字文化产业的文件《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》，认为“数字文化产业迅速发展成文化消费主产品”，“大力发展壮大数字文化产业是在文化产业领域践行新发展理念，推进供给侧结构性改革，培育形成新供给、新动力的重要举措”。其中，“互联网+文化”、“数字技术+文化”的新业态、新模式、新趋势等内容，紧扣培育新动能、促进经济转型升级的时代背景，具有产业风向标的作用。

——智能、虚拟等新技术产品。目前智能技术主要用于工业制造，随着虚拟技术和智能化技术的不断进步与融合和社会需求增加，据测算，我国潜在VR用户达2.86亿，智能文化作为精神服务产品将形成巨大的产业。

——国内移动电竞行业受益于政策利好、资本推动、技术升级和用户认同四方力量的共同推动，将逐渐成为全民休闲娱乐和文化消费的重要入口。5月14日，亚洲奥林匹克理事会公布了2018年雅加

达亚运会的电子体育项目,《实况足球2018》《英雄联盟》《星际争霸2》《炉石传说》《皇室战争》《Arena of Valor》(王者荣耀海外版)六款游戏将以表演项目的形式登上亚运赛场。根据数据,2017年我国电子竞技市场规模将达到908亿元人民币(环比增长73.3%),其中移动电竞市场规模占比53.7%。预计2019年我国电子竞技市场规模达到1300亿。2017年我国电子竞技用户将达到3.5亿,预计2019年将达到4.3亿人。目前,电子竞技在国内依然属于投入期,流量变现是目前的主要变现方式。在流量变现的主线下,结合大部分用户偏好直播平台观看比赛,因而当前需重点关注用户流量入口,即游戏直播平台。此外,由于技术的不断发展以及成本的下降例如通过前项提示的VR等新技术与电竞项目的结合,有望带来新的巨大文化消费市场和投资机会。

免责声明

本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，可能会随时调整。报告中的信息或所表达的意见不构成任何投资、法律、会计或税务方面的最终操作建议，本公司不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保。在任何情况下，本报告中的信息或所表达的建议并不构成对任何投资人的投资建议，中国建银投资有限责任公司不对投资者的投资操作而产生的盈亏承担责任。本报告的版权归中国建银投资有限责任公司所有，任何机构和个人未经书面许可不得以任何形式翻版，复制，刊登，发表，篡改或者引用。