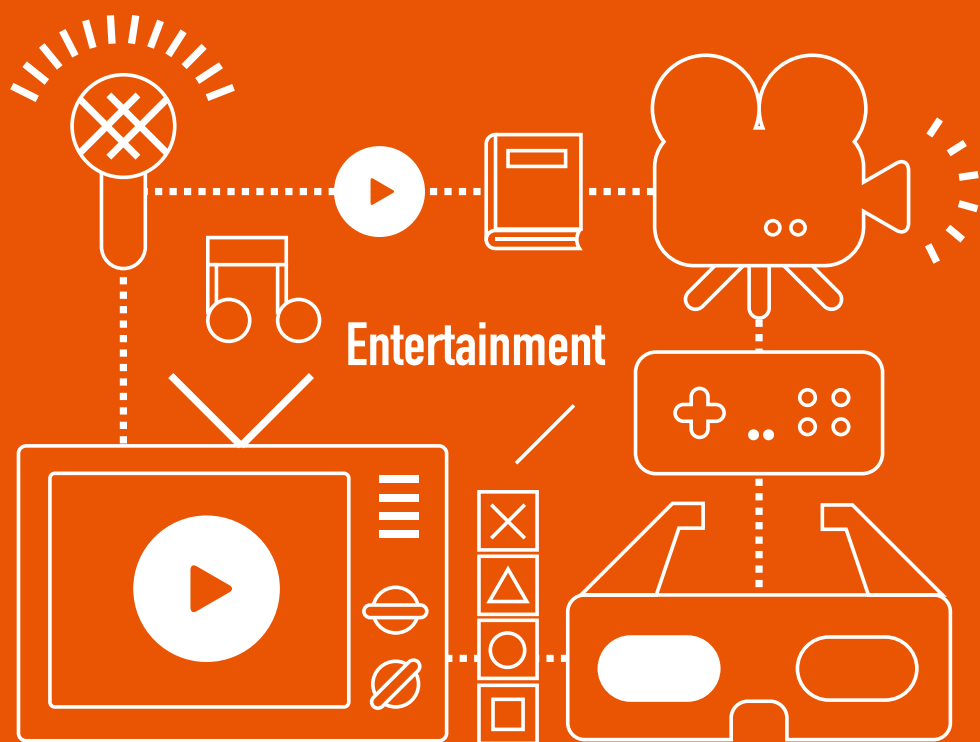




2019

中国文娱产业报告

2019 CHINA ENTERTAINMENT INDUSTRY REPORT



创业邦研究中心

创业邦
CYZONE



洪泰基金 Aplus

前言一

发挥私募基金投资引领功能 推动文娱产业创新发展

近年来，在国家深化供给侧结构性改革、实施创新驱动发展战略需求拉动下，私募股权、创业投资基金得到快速发展。截至2019年一季度末，在中国证券投资基金业协会登记的私募股权、创业投资基金管理人为1.47万家，管理正在运作的基金3.54万只，管理基金规模9.12万亿元。与此同时，私募股权、创业投资基金凭借其市场化机制和投后管理方面的专业、资源优势，又在发现新技术、新模式、新业态、新产业，培育新动能，推动经济转型升级方面发挥了不可替代的作用。截至2018年末，私募基金在互联网、机械制造、医药生物等产业升级和新经济代表领域，在投项目4.89万个，在投本金2.51万亿元。而且，2018年当年，私募基金投向境内未上市未挂牌企业股权本金新增1.22万亿元，相当于同期新增社会融资规模的6.3%，为丰富直接融资体系做出重要贡献。

随着私募股权、创业投资基金行业自身的不断优化升级，其内部分工越来越细、专业化趋势越来越明显。很多机构越来越注重从自身人才和资源优势出发，专注于投资产业细分领域，不断提升投资的专业化能力和水平。我们在与行业机构交流过程中发现，越来越多的有实力的机构不断加大对投资研究的投入力度，力求在投资运作的核心能力上取得竞争优势，在投资市场上取得一定的话语权。这对整个行业的发展来说，是一个可喜的变化，标志着行业机构正在从追求管理规模向追求投资质量转变。同时，也有很多行业机构也希望看到高质量的、投资人视角的细分领域产业发展研究报告。我们了解到，去年，洪泰基金与创业邦合作，研究发布了《2018中国文娱投资白皮书》，受到行业关注和认可。

文化娱乐行业与人民群众的日常生活息息相关。党的十九大报告指出，中国特色社会主义进入新时代，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。因此，文化娱乐行业正处于快速的消费升级过程中，投融资需求巨大，很值得研究。2018年底，中宣部会同多部委联合发布了《进一步支持文化企业发展的规定》，强调促进文化企业、文化产业转型升级，发展新型文化业态，鼓励和引导社会资本以多种形式投资文化产业，为文化资源与金融资本实现对接奠定了基础。在多重利好政策的支持下，我们相信文化娱乐行业创新发展的春天已经到来。为此，我们积极支持行业机构发挥自身的专业优势，继续深入开展行业细分领域的研究工作，在提升自身专业投研能力的同时，也为其他行业机构提供参考。

经过近半年的辛勤努力，在协会早期投资专委会的指导下，创业邦、洪泰基金合作编撰的《2019中国文娱产业报告》

又跟大家见面了。本报告聚焦文化娱乐行业，以投资人视角，对当前文化娱乐产业发展环境、投融资生态、发展趋势和发展瓶颈等进行了深入分析和探讨，并对影视、动漫、音乐、游戏、文学阅读等关键细分市场的发展现状和投资机会进行了梳理和展望。报告体现了理论与实践相结合，经验与智慧相呼应，宏观与微观相支撑的特点，我们相信，其不仅能够为专注文化娱乐产业投资的市场机构提供决策参考，而且对于各地区产业体系优化、区域经济转型具有一定指导意义。

作为协会早期投资专委会委员单位，洪泰基金与创业邦合作编撰《中国文娱产业报告》，是很好尝试和探索，已于行业都有很高的使用价值。也希望更多的有实力的行业机构能够发挥自身投研能力优势，积极参与协会私募基金行业服务工作之中，为共同提升整个行业的专业化能力和水平，更好服务于培育新动能、促进产业转型升级和实体经济高质量发展做出更大贡献。

是为序。

中国证券投资基金业协会
早期投资专业委员会



前言二

春回好风凭借力 文娱创新正当时 中国文娱产业洞察

创业邦 创始人兼CEO 南立新

2018年，中国文娱产业经历凤凰涅槃，实现了浴火重生。从更广的社会及历史发展视角来看，这是文娱创业者最好的时代！

中国正处在经济结构深度调整的阶段，文娱产业作为服务业的重要组成部分，是高质量发展的主要牵引力之一。随着居民收入水平提高及对美好生活的向往，人们倾向于寻求更为丰富的精神满足。文娱产业进入“重质”发展的新阶段。

文化软实力的增强是国家和民族兴盛的关键，在走向大国崛起的过程中，文娱产业具有重要地位。4G及智能终端促成了移动互联网繁荣下的手游、短视频等爆发式增长，在即将到来的5G时代，人工智能、大数据、云计算、物联网等技术将激发更多颠覆式的文娱创新应用，如超高清视频的极速传输、云游戏、全息实时互动，以及与VR/AR技术共同实现真正的沉浸式体验。

以90后、00后为代表的新世代人群，具有独特的文化理念和消费方式，同时也在创造新的文娱细分赛道。更加注重品质与个性，文娱消费具有社交、情感、认知等鲜明特点。应用场景呈现碎片化、移动化，为短视频等新兴业态爆发提供客观条件。得益于用户对内容品质的认可，以及版权保护、支付技术、智能分发等助推，用户付费意愿极大提升，知识付费渐成主流。从内容的生产模式来看，UGC、PGC及PUGC同时存在于市场，更多用户及专业团队参与内容的制作，增强内容平台的吸引力。

文娱产业在持续的政策引导中经历了洗牌，走向更为健康的发展道路。非理性繁荣消退，新风口正在形成。短视频、电子竞技、游戏出海等想象空间广阔，新兴技术的创新应用令文娱产业充满期待。浴火重生后的中国文娱产业将成为创业者施展拳脚的更高起点。

把握时代脉动，我们致力于为创业者提供前沿思考及洞察分析，解读文娱产业新机会和新模式。此次携手洪泰基金，对文娱产业发展态势、价值模式、关键细分领域的投资机会进行了深入研究，推出《2019中国文娱产业报告》，以飨读者。

感谢创业邦研究中心的小伙伴，感谢洪泰基金文娱组团队提供文娱领域的深度研究成果和前瞻思考支持，没有你们的辛勤付出，就没有此项研究成果的顺利推出。在此向你们表示致敬和衷心的感谢！

前言三

文化娱乐：回归理性，未来可期

一批专注中国文化娱乐行业的职业投资人在继续思考

洪泰大文娱产业基金 合伙人 金城

2018年终于过去了！这可能是大多数文化娱乐行业从业者的心声。过去的一年大家都步履维艰——影视公司暂停上市、游戏版号暂停发布、明星艺人纳税风波，股权融资维艰、2018年全年也没有一家文化传媒公司登陆A股IPO，多数相关上市公司的股价跌至重灾区。如是种种，以至于年末之时各大媒体进入统一论调：文娱行业进入“寒冬”。

道法自然，世间万物的发展都有着自身的规律，四季轮回是最正常不过的事情。事实上，在2018年的冬天，我们也看到了许多暖意。

2018年全年电影票房突破600亿，同比增长9%；据国家统计局对全国规模以上文化及相关产业5.9万家企业调查，仅2018年上半年，上述企业实现营业收入4.2万亿元，比上年同期增长9.9%^①；包括哔哩哔哩、腾讯音乐等17家文化娱乐企业分别在美国和香港上市，总市值合计高达3,638亿人民币^②；文化部与国家旅游局整体合并，国家提出大力发展文旅产业，国内旅游人数突破55亿人次，收入达到5万亿元，同比分别增长10.8%和12.3%^③。

也许从业者会说，这些数据都太宏观或太遥远，至少目前大家都被冻得直哆嗦。但无论怎样，2018年都是值得铭记的关键年，尤其对于文化娱乐行业。

以下内容由各位洪泰大文娱产业基金投资团队和创业邦研究中心的同仁尽心努力而成，是实战过程中的真实体会，几家之言，敬请读者批评指正。

关于文化娱乐行业的现状

“严监管”、“无法预测”、“黑天鹅”、“难退出”是最近文娱投资行业最常听到的几个“抱怨”，也是许多投资人和创业者对这个行业望而却步的原因。这些现象是客观存在的，凡是现实存在的都是有其道理的，但只有少部分人能理性思考这些现象存在的原因，只有更少少数人会用行动去创新和改变。

文化娱乐行业从本质上属于精神文化领域，凡在这里发生的，对于社会繁荣安定的作用毋庸置疑。因此，监管是必需的也将是常态的。放眼全球，包括媒体在内的文化行业，为国家利益服务也是各国一致的战略。但监管不等

于否定，重要的是怎么去接受监管，与相关政府及监管机构主动积极沟通。2018年，我曾拜访过不少成熟的文娱企业，他们中的大多数，成立了党支部，拥有完整的内容审查机制和团队，而且都设有与政府各部门沟通的核心高管，全面积极主动接受监管。

“无法预测”主要指的是内容行业。不同于相对具有产品标注的其它行业，内容行业本身特有的创意性，注定无法对其价值进行准确预估。但，这并不能成为其生产过程忽略严谨性的理由。年初，我赴洛杉矶与世界顶级动画公司皮克斯进行交流，他们的高管耐心地分享了经典动画片《寻梦环游记》的整个创意和制作过程。其中有一细节让我触动颇深——当主人公踏上连接现实世界和亡灵世界的花瓣大桥时，金色的万寿菊花瓣纷纷飘落。那一幕相信让许多观众难以忘怀。为了这个场景下画面的流畅性，动画师会使用高速摄像机去自然界记录花瓣飘落的速度和轨迹，然后叠加到每一片细微的花瓣上。而这，只是这部动画片成千上万细节中某一处背后的逻辑。这种“*No Accident*（没有意外）”的职业态度正是创意的基石。事实上，绝大多数成功的创意都来自于对现实生活的尊重和敬畏。



资料来源：皮克斯动画电影《寻梦环游记》截图

文娱行业每年都会出现“黑天鹅”，去年最“黑”的那只，莫过于明星艺人纳税风波。虽然对于艺人短期收入有较大影响，但长远来看对于影视行业实属利好。这点从产业链的逻辑来分析就不难理解了。几乎对于任何健康的产业而言，产业链里上游、中游、下游的参与方都应该有各自合理的利润空间。如果利润过度集中在某一环节，甚至被某一环节垄断，那么这个产业的变革，只是时间问题。对于影视行业而言，大部分创作出好故事的编剧一直收入微薄，而拥有用户的线上平台也长期持续亏损。当市场“无形的手”不能有效调节时，政府便可出手变革了。

至于“难退出”，则指的是文娱企业的国内上市路径。我就此问题曾请教过证监会某发审委员。他的回复仅有两个关键词：“政策风险”、“业绩变脸”。前者不必赘述，这是所有国内文化行业从业者的必修科目，问题只是

是否采取了相应的行动和制度去防范风险。业绩的不稳定性则是与目前行业发展的成熟度紧密相关的。以影视行业来举例，工业化流程的缺失，导致产能受限、收入过度依靠单一票房或版权。而商业关键环节（如预售体系、完片担保）的不健全等等，则注定了相关企业一旦IPO成为上市企业，其业务波动几乎难以避免。在我看来，这种现象从更长的时间维度上来看应该是暂时的，而不是终局。

关于文化娱乐行业的未来

在我的观察里，“精品化”、“全球化”、“产业化”，这三个趋势代表着国内文化娱乐行业的未来。站在职业投资人的角度，这三个趋势都可以用经济学原理解释。

“精品化”对应的其实是文娱行业的“马太效应”。文化娱乐行业的总量，可以从人们用于精神消费的时间来衡量，而这个总量是恒定的。当受众选择某种精神消费时，成本便是可能用于其它精神消费的时间成本，而成本从经济学角度指的是“放弃的最大代价”，因此受众一定会在消费能力承受范围内选择最好的，这就是精品化趋势的根本原因。这点从同一档期影院排片的逻辑上便可证明，好的电影不仅上座率领先，而且排片一定也是集中的。

“全球化”则是从市场规模的角度来理解。好莱坞制作公司长年豪掷千金制作一部电影，资本的壁垒让国内许多同行望尘莫及。这背后的原因，实际上是因为他们面对的是全球市场，毕竟全球的人口是中国的6倍之多，而好莱坞100多年来积累的最核心价值实际上是他们的全球发行能力，也就是为什么全球许多好的作品都会找好莱坞来合作，不仅仅是因为他们能拍摄制作，而是因为他们能发行。一个很简单的经济学原理：市场规模变化导致可预期收入的增加，必然会推动成本结构的改变，除了将吸引更多资本注入，也将让从业者更加大胆地投入。而与此同时，我们必须得承认，许多真正好的作品其实是没有国界的。

“产业化”是整个文娱行业未来最重要的趋势。这里的产业化不是指内容生产的工业化，而是指与其它产业的联动。在日本有家动画公司从1963年成立到今天从未有一部作品出现亏损，这家公司就是曾出品过《七龙珠》、《变形金刚》、《圣斗士星矢》、《海贼王》等作品的东映动画。我曾虔诚的去请教其创始人森下孝三社长，森下先生告诉我一个数字，日本本土票房和版权收入对于这些作品的收入仅占到令人咋舌的1.9%，而剩下98.1%都来自于全球发行和各种各样的衍生授权。我们不妨想象一下，国内600亿票房如果可以翻50倍的市场规模，情景会是怎样的。产业化不能决定作品好坏，但是却能扩大好作品的收入体量，这才是解决“无法预测”特性的正解。

关于文化娱乐行业的投资

文娱行业的投资看似容易，其实不乏专业。容易是因为所有人都是消费者，会不自觉放大个人的喜好，将其带入判断；专业是因为真正的投资人，需要摒弃自己的喜好，然后理性分析。

小而美，是绝大多数文娱企业的特性。在我看来，这部分企业其实并不适合财务性的股权投资。在这个行业里，对于规模的追求，不仅很难达到目标，而且常常会抹杀小而美的特性。这就像是合适的选址加上精美的装修会让一家小而美的书店盈利，但是连锁书店的核心壁垒则是供应链和门店的管理，后者需要的是经验和时间沉淀。所以文化娱乐行业对于投资人而言到底投的是什么，至少我判断并不是小而美的复制或者概率极低的爆款。

在我看来，时间的壁垒将是许多文娱企业最大的价值。好的内容创作除了人才、资本之外还有更为重要且公平的因素，便是时间。2009年的电影《阿凡达》问鼎全球票房历史桂冠，而《阿凡达2》要等到2020年才会出生。其导演詹姆斯·卡梅隆的解释是：“十年拍一部，一部挣十年的钱，且要让作品活在全世界大部分人的心中”。如果创作者都得十年磨一剑才能完成一部优秀作品，那么作为投资人，则应该更有耐心——“慢即是快”。

从投资的视角来看，行业的整合可能是一个历史性机遇。美国的文娱行业曾在90年代经历过长达20年的密集兼并和整合。就像1990年“时代”与“华纳”的合并，2009年“迪斯尼”收购“漫威”，造就了行业巨头的格局。以影视行业举例，美国的影视公司数量一共也就几百家，而我国目前影视公司数量已达到1.2万家，未来变革的趋势呼之欲出。

2017年4月，文化部印发《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》，文化产业按照行业划分，包括演艺业、娱乐业、动漫业、游戏业、创意设计业、网络文化业、文化旅游业、艺术品业、工艺美术业、文化会展业以及文化装备制造业。目前我国文化产业增加值占GDP的比重只有4.3%，而美国为25%、日本为20%，韩国高于15%，欧洲平均在10%至15%^④。

历史不会重复，但总会惊人的相似。随着中国经济持续发展，文化产业必然会迎来春天，这也是我们坚守在这个行业最重要的根基。宏观经济是我们必须要适应什么，微观经济是我们要去做什么，答案也很简单，撸起袖子加油干！寒冬里整天抱怨的往往是那些急功近利的，寒冬里勤劳耕作的，才会在春天来临之际迎来收获。

—— 2019年4月16日于江西省吉安市井冈山

此报告撰写过程中得到了洪泰基金创始人俞敏洪、盛希泰，以及洪泰family文娱CEO们的大力支持，一并感谢。我要由衷感谢洪泰基金文娱组团队：孙月鹏、王皓、薛旖涵、廖胜、王梓苏、温红钰、张语南以及创业邦研究中心团队，没有各位辛苦的研究，就没有这本报告的顺利出版。

① 引自中国文化报2018年8月7日文章《2018上半年全国文化娱乐休闲服务营收663亿元》

② 按2018年12月31日收盘市值统计，17家公司分别是：格林酒店、哔哩哔哩、毛记葵涌、源想集团、爱奇艺、虎牙直播、加达控股、映客、指尖悦动、第七大道、趣头条、触宝、新濠影汇、同程艺龙、创梦天地、腾讯音乐、复星旅游文化

③ 引自新华网2019年1月30日文章《报告显示：旅游正成为中国人的“幸福必需品”》

④ 引自光明日报2018年8月8日文章《放大“文化+”对中国经济的助推作用》



目录

CONTENTS

1.

文化娱乐产业前沿综述 P10

- 01 文化娱乐产业界定
- 02 文化娱乐产业外部环境洞察
- 03 文化娱乐产业投融资生态分析
- 04 文化娱乐产业发展趋势分析
- 05 文化娱乐产业发展瓶颈分析

2.

影视视频行业发展分析 P23

- 01 影视视频行业发展概述
- 02 影视视频行业政策监管分析
- 03 网络剧发展分析
- 04 短视频发展分析
- 05 新兴技术赋能分析
- 06 影视视频行业出海分析
- 07 行业投资机会分析

3.

游戏行业发展分析 P39

- 01 游戏行业发展概述
- 02 电竞发展分析
- 03 游戏出海分析
- 04 新的娱乐方式
- 05 行业投资机会分析

4.

动漫行业发展分析 P53

- 01 动漫行业发展概述
- 02 国漫发展分析
- 03 动漫出海发展分析
- 04 行业投资机会分析

5.

音乐行业发展分析 P65

- 01 音乐行业发展概述
- 02 音乐版权发展分析
- 03 音乐营销发展分析
- 04 行业投资机会分析

6.

文学阅读行业发展分析 P75

- 01 文学阅读行业发展概述
- 02 文学 IP 发展分析
- 03 网络文学发展分析
- 04 儿童读物市场分析
- 05 行业投资机会分析

7.

文化娱乐产业跨界创新 P93

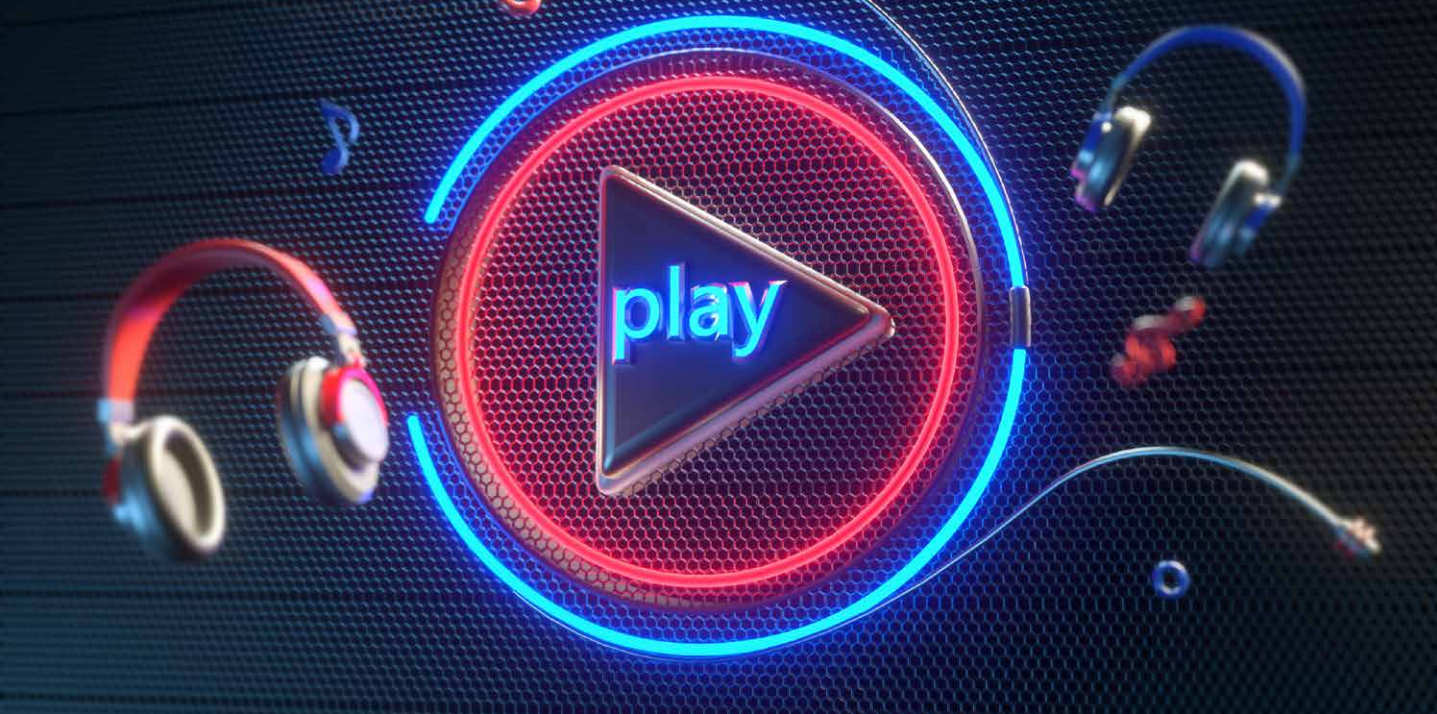
- 01 文娱与零售的跨产业融合
- 02 文娱与旅游的跨产业融合
- 03 文娱与地产的跨产业融合
- 04 文娱与体育的跨产业融合



CHAPTER 1

文化娱乐产业前沿综述

1. 文化娱乐产业界定
2. 文化娱乐产业外部环境洞察
3. 文化娱乐产业投融资生态分析
4. 文化娱乐产业发展趋势分析
5. 文化娱乐产业发展瓶颈分析

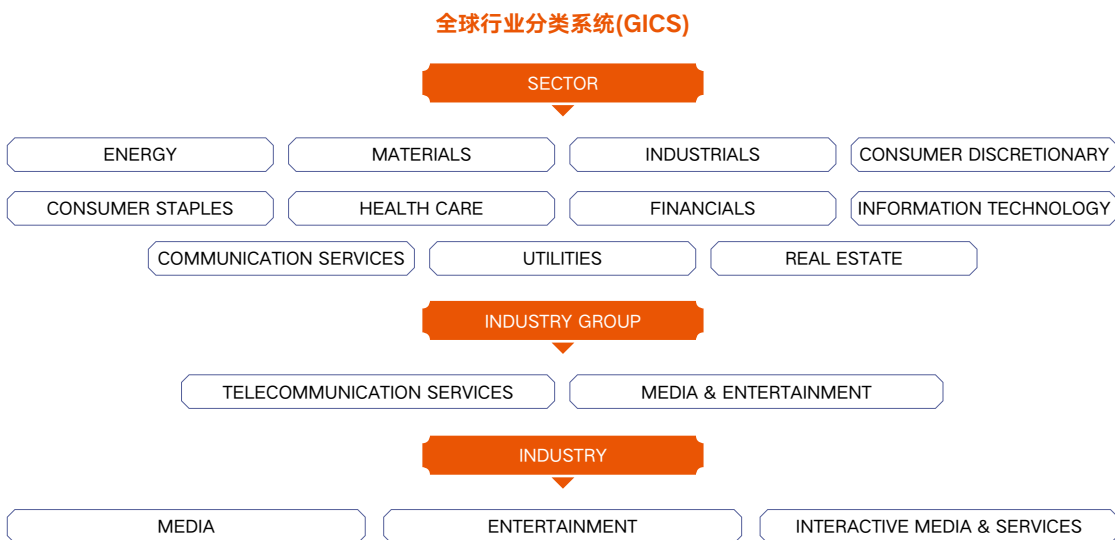


一 文化娱乐产业界定

文化娱乐产业是指为直接满足人们精神层面需求而进行的文化娱乐类产品和业务的创作、制造、传播、展示、服务等所形成的产业。

文化娱乐产业覆盖广泛，其边界和形态也随着新经济发展不断变化，是国际国内统计机构对范围界定调整最为频繁的产业之一。因此，对文化娱乐产业的范畴界定和业态聚焦需要持续更新。

根据《全球行业分类系统（GICS）》（由标准普尔与摩根斯坦利公司联手推出的全球广泛应用的行业分类系统）2018年最新分类，文化娱乐产业包含了媒体、娱乐及互联网传媒服务等细分领域。



资料来源：STRUCTURE EFFECTIVE IN 2018: GICS（Global Industry Classification Standard）

全球行业分类系统（GICS）的文化娱乐产业相关分类

行业组	行业	子行业	说明
Media & Entertainment 文化娱乐产业	Media 媒体	Advertising 广告	Companies providing advertising, marketing or public relations services. 广告、营销推广与公共关系服务。
		Broadcasting 广播电视	Owners and operators of television or radio broadcasting systems, including programming. Includes radio and television broadcasting, radio networks, and radio stations. 广播电视内容制作、经营与网络运营。
		Cable & Satellite 有线和卫星电视	Providers of cable or satellite television services. Includes cable networks and program distribution. 有线和卫星电视，包括网络与播放。
		Publishing 出版	Publishers of newspapers, magazines and books in print or electronic formats. 报纸、杂志、书籍印刷出版或电子版权。
	Entertainment 娱乐	Movies & Entertainment 影视娱乐	Companies that engage in producing and selling entertainment products and services, including companies engaged in the production, distribution and screening of movies and television shows, producers and distributors of music, entertainment theaters and sports teams. Also includes companies offering and/or producing entertainment content streamed online. 生产销售娱乐产品和服务，包括影视剧和音乐制作播放、展演比赛等。
		Interactive Home Entertainment 家庭互动娱乐	Producers of interactive gaming products, including mobile gaming applications. Also includes educational software used primarily in the home. Excludes online gambling companies classified in the Casinos & Gaming Sub-Industry. 移动游戏应用、教育互动软件等。
	Interactive Media & Services 互联网传媒与服务	Interactive Media & Services 互联网传媒与服务	Companies engaging in content and information creation or distribution through proprietary platforms, where revenues are derived primarily through pay-per-click advertisements. Includes search engines, social media and networking platforms, online classifieds, and online review companies. 互联网平台内容和信息制作与传播、付费知识、搜索引擎、社交媒体和社交平台、其他在线服务等。

资料来源：MSCI

根据中国国家统计局发布的《文化及相关产业分类（2018）》，文化娱乐产业包含了信息服务、内容创作、文化传播、娱乐服务等价值环节，其中又包含了广播电视与电影、出版发行、数字内容服务、动漫游戏、视频音乐、艺术表演、休闲游览等细分领域。

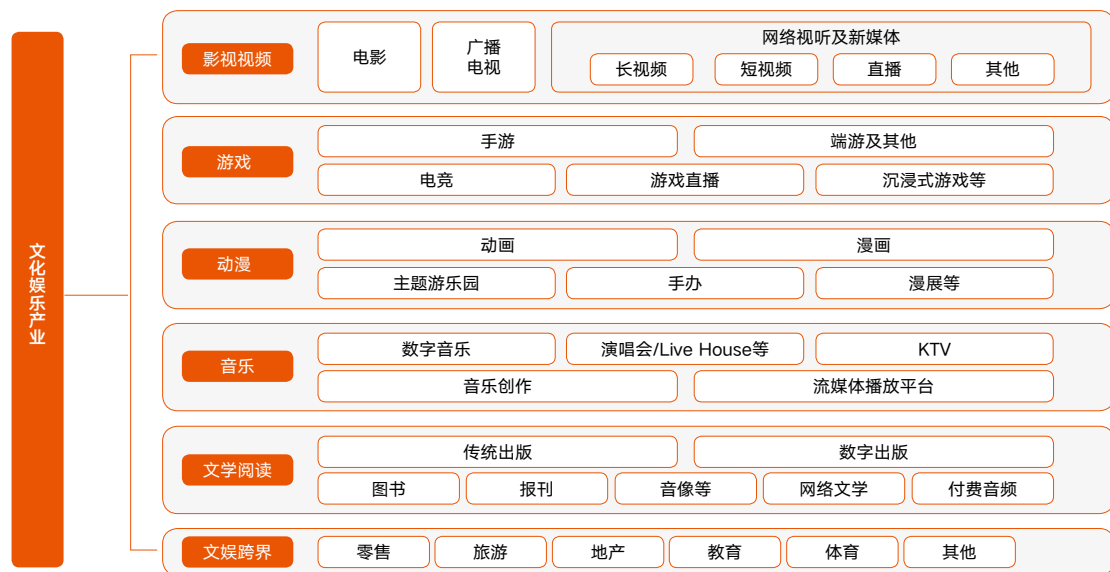
中国国家统计局的文化娱乐产业相关分类

一级	二级	说明
新闻信息服务	新闻服务	包括新闻采访、编辑、发布和其他新闻服务。
	报纸信息服务	报纸出版服务。
	广播电视信息服务	广播、有线和无线电视节目的现场制作、播放及其他相关活动；IP 电视、手机电视、互联网电视等专网及定向传播视听节目服务的集成播控。
	互联网服务	网上搜索、网上新闻、网上软件下载、网上音乐、网上视频、网上图片、网上动漫、网上文学、网上电子邮件、网上新媒体、网上信息发布、网站导航和其他互联网信息服务。
内容创作生产	出版服务	图书、期刊、音像制品、电子出版物出版；数字出版。
	广播影视节目制作	影视节目制作，包括电影、电视和录像；录音制作，包括录音节目和音乐作品。
	创作表演服务	文学、美术创造和表演艺术；文艺类演出、比赛、展览等公益性文化活动；网络（手机）文化服务。
	数字内容服务	动漫、游戏数字内容服务；互联网游戏服务；多媒体、游戏动漫和数字出版软件开发；增值电信文化服务等。
	内容保存服务	图书馆、博物馆、文物及非物质文化遗产保护等。
	出版发行	图书、报刊、音像等出版物发行。
文化传播渠道	广播电视节目传输	有线、无线、卫星广播电视传输。
	广播影视发行放映	发行、进出口交易、电影放映。
	艺术表演	艺术表演场馆。
	互联网文化娱乐平台	互联网演出购票平台、娱乐应用服务平台、音视频服务平台、读书平台、艺术品鉴定拍卖平台和文化艺术平台。
娱乐休闲服务	娱乐服务	网吧、游乐园、动植物园等。
	游览服务	公园、名胜风景区等；休闲观光游览服务。

资料来源：中国国家统计局

本报告结合上述权威通用分类，从投融资与产业创新角度对文化娱乐产业进行范围界定如下：

文化娱乐产业范围界定



文化娱乐产业外部环境洞察

文化娱乐产业政策环境

2018年，国务院新一轮机构改革整合组建了文化和旅游部、国家广播电视总局、中央广播电视总台（归口中宣部领导），部门调整和职能转变给文化领域带来了更有力的引导支持及更全面的规范管理。

★ 鼓励投融资力度加大

政策大力推动文化资源与金融资本对接，反映了监管层对于文化娱乐产业长期、积极的政策导向。2018年底，中宣部会同多部委联合发布了《进一步支持文化企业发展的规定》，鼓励和引导社会资本以多种形式投资文化产业，允许以控股形式参与国有影视制作机构、文艺院团改制经营；鼓励国有文化产业投资基金对重点领域的文化企业进行股权投资；鼓励有条件的文化企业利用资本市场发展壮大，推动资产证券化，鼓励文化企业充分利用金融资源，投资开发战略性、先导性文化项目；通过公司制改建实现投资主体多元化的文化企业，符合条件的可申请上市；允许投资人以知识产权等无形资产评估作价出资组建文化企业。

★ 监管规范全面加强

监管的加强使文娱产业整体健康度显著提升。首先，强化对直播、短视频等新业态的规范管理，统一线上线下监管标准一致性，并对天价片酬等问题严格治理。国家新闻出版广电总局2018年发布了《关于加强网络直播答题节目

管理的通知》、《关于进一步规范网络视听节目传播秩序的通知》、《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》，明确广播与电视、上星频道与地面频道、网上与网下统筹管理、统一标准；国家网信办依据《网络安全法》、《互联网信息服务管理办法》、《互联网直播服务管理规定》等法律法规严查短视频直播平台；中宣部联合多部委严查天价片酬、阴阳合同、偷逃税等问题。此外，游戏行业自《游戏申报审批重要事项通知》发布起到年底版号关闸9个月；文化和旅游部组织开展动漫游戏等市场集中执法检查，查处下线多部涉嫌违规内容。

★ 版权保护日渐完善

国家对于知识产权相关工作的重视和部署加强，2018年中办国办印发《关于加强知识产权审判领域改革创新若干问题的意见》、国务院发布《知识产权对外转让有关工作办法（试行）》，为规范知识产权管理秩序，维护国家安全和重大公共利益迈出了坚实一步。广电总局《关于进一步规范网络视听节目传播秩序的通知》中也提出强化线上视听媒体内容的知识产权保护。

日益完善的政策体系，促进了文化娱乐产业的快速发展，同时也促使产业回归理性，奠定了长期繁荣、健康发展的新格局。

● 文化娱乐产业经济环境

★ 文娱消费彰显美好生活，用户付费意愿提升

根据国家统计局发布数据显示，2018年我国消费市场总量继续扩大，最终消费支出对经济增长的贡献率为76.2%，比上年提高18.6个百分点，消费连续第五年成为经济增长的第一驱动力。居民人均消费支出中，服务性消费占比已达44.2%，比上年提高1.6个百分点。全国居民恩格尔系数为28.4%，比上年下降了0.9个百分点。在满足物质生活的前提下，消费者通过文化消费丰富美好生活，全国居民人均教育文化娱乐消费支出2226元，同比增长6.7%，占人均消费支出比重为11.2%，已成为居民各项支出中仅次于居住、食品烟酒、交通通信后的第四大支出。

文化娱乐消费支出增长的背景下，细分领域用户规模和渗透率双双提升。国家互联网络信息中心《第43次中国互联网发展报告》数据显示，2018年网络视频用户规模达6.12亿，渗透率73.9%；网络游戏用户规模达4.84亿，渗透率58.4%；在线音乐用户规模达5.76亿，渗透率69.5%；网路文学用户规模达4.32亿，渗透率52.1%。得益于大众消费水平提升、版权保护、支付技术、智能分发个性化推荐等，用户付费意愿极大提升，付费用户已超过2亿规模。

★ 文娱投资促进高质量供给，资源向头部聚集

文化娱乐产业固定资产投资规模持续增长。国家统计局发布的《2018年国民经济和社会发展统计公报》数据显示，2018年文化、体育和娱乐业固定资产投资同比增长21.2%，是增幅最大的产业。

投融资方面，创业邦创投库数据显示，2018年文化娱乐产业投融资项目数量为561个，比2017年下滑8.12%；但投融资总金额比2017年增长79%。从投融资轮次分布看，一级市场在向成长期及以后阶段优质企业倾斜。

★ 文娱进出口体现文化自信，美欧日成主要输出地

2018年我国对外文化贸易增长快速。商务部服贸司数据显示，2018年我国文化产品和服务进出口总额1370.1亿美元，较上年增长8.3%。其中，文化产品进出口总额1023.8亿美元，较上年增长5.4%；文化服务进出口总额

扫码获取更多内容

