

“十二五”新文化消费时代(一)

推荐持平

投资要点:

- 2009年文化产业规模8000亿,预测2015年将达17000亿。
- 2015年数字出版总值将达到新闻出版总产值的25%。
- 至2015年,中国有望成为全球第二大电影市场。

报告摘要:

- **2004-2008年我国文化产业增加值年化平均增长率22%。**根据2004年、2008年两次全国经济普查结果,2004年我国文化产业增加值为3440亿,至2008年增长至7630亿,年化平均增长率22%,其中法人单位贡献的增加值的年化增速为23.3%,高于同期GDP的年平均增速(名义)近5个百分点。文化产业增加值占同期GDP的比重由2.15%提高到2.43%。
- **“十一五”期间,新媒体、数字内容崛起。**“十一五”期间,中国手机用户从3.35亿户增长至8.23亿,移动传媒产业规模由2005年305亿增长至2009年1544亿。互联网经济规模从2005年的140亿增长至2009年743亿。数字出版产业规模从2006年213亿元起步,发展至2009年799.4亿元,但其中主要份额仍来自网络游戏、网络广告与手机出版,09年传统书报杂志内容实现的数字出版为23.1亿元。
- **2009年我国文化产业规模8000亿,预测2015年将达17000亿。**社科院从私人需求、公共需求、出口三个角度综合测算得出我国2009年文化产业规模8000亿,我们用同样的方法在此基础上预测2015年文化产业规模将达17000亿。
- **2015年数字出版总产值将达到新闻出版总产值的25%。**《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》,提出发展指标,到“十二五”末,我国数字出版总产值应达到新闻出版产业总产值25%左右,我们预测将对应4750亿的产值,空间巨大。
- **2015年国内电影票房有望冲击400亿。**根据中国电影协会数据,2014年全国票房将突破300亿,2015年将冲击400亿,影院银幕数量达到12000张,年度上映影片300部,到2015年,中国将成为全球第二大电影市场,全国观众人次有望突破11亿。
- **“十二五”期间数字内容、电影市场存在巨大发展空间。看好数字内容产业包含的数字出版、网络/手机游戏子行业与电影以及动漫子行业。**

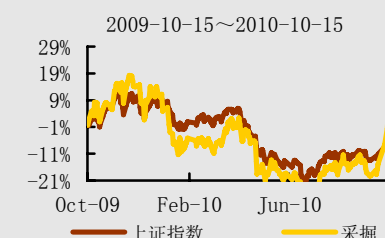
分析师

王铮

电话: 010-88085968

Email: wangzheng@hysec.com

市场表现



行业数据

股票家数(家)	33
总市值(亿元)	2437
流通市值(亿元)	1576
重点公司(家)	15
重点公司占行业市值比重	47%

相关研究

寻找“全媒体出版”领军者
2010.8.4

传媒行业2010年下半年投资策略-
“全媒体”浪潮
2010.6.17

目录

一、“十一五”文化发展规划纲要与文化产业发展	4
(一)《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》回顾	4
(二)“十一五”时期文化产业发展情况	4
1、两次全国经济普查期间文化产业增加值年化增速 22%	4
2、2009 年文化产业规模约为 8000 亿人民币	5
3、文化服务领域，新媒体、数字内容崛起，大众文化消费初现繁荣之势	6
(1)“十一五”期间，移动媒体产业规模快速增长，移动互联网兴起	6
(2)“十一五”期间，互联网经济快速扩张，数字内容产业规模初现	7
(3)大众文化消费初现繁荣之势，影视业规模与成熟度持续提升，“大动漫”概念盛行	8
(4)传统媒体稳定增长，文化体制改革、三网融合政策驱动，挑战与机遇并存	10
二、“十二五”文化产业发展展望	12
(一)从私人需求、公共需求、出口三个角度综合测算“十二五”时期文化产业规模	12
(1)至 2015 年，我国城乡居民文化消费支出总额将达 11000 亿左右	12
(2)至 2015 年，中央与地方文体广播事业费财政支出将接近 4000 亿	13
(3)至 2015 年，文化出口规模将增长至 2500 亿左右	13
(4)至 2015 年，我国文化产业规模将达到 17000 亿左右	13
(二)“十二五”期间，数字内容大发展、文化消费繁荣	14
(1)《文化产业振兴规划》从产业升级高度反复强调大力发展数字内容	14
(2)至 2015 年，我国数字出版总值将达到新闻出版总产值 25%左右	14
(3)至 2015 年，我国网络游戏市场规模将达 774 亿，移动互联网将迎来迅猛发展，数字内容在移动互联网市场潜力巨大	15
(4)至 2015 年，中国有望成为全球第二大电影市场，国内票房 300-400 亿	16

插图

图 1: 2004-2009 年中国移动传媒产业规模统计 (单位: 亿元)	6
图 2: 手机上网网民规模.....	6
图 3: 手机网民网络应用.....	6
图 4: 2003-2009 年中国网络经济市场规模 (单位: 亿元)	7
图 5: 2009 年中国网络经济市场结构.....	7
图 6: 2006-2009 年中国数字出版市场规模 (单位: 亿元)	7
图 7: 2006-2009 年中国数字出版市场结构	8
图 8: 2003-2009 年中国电影产业综合效益 (单位: 亿元)	8
图 9: 2002-2009 年电视媒体收视率变化曲线.....	9
图 10: 2004-2009 电视广告经营额 (单位: 亿元)	9
图 11: 电视台品牌与收视率关系图.....	9
图 12: 2004-2009 年有线电视收入	10
图 13: 2004-2009 年图书销售收入	10
图 14: 数字内容产业业态.....	14
图 15: 2003-2015 年中国网络游戏市场规模 (单位: 亿元)	16
图 16: 2007-2012 年中国移动互联网市场规模 (单位: 亿元)	16

表格

表 1: “十一五”纲要对发展文化产业的部署.....	4
表 2: 2004-2008 年文化产业发展情况	4
表 3: 2004-2008 年文化产业发展分层统计	5
表 4: 文化及相关产业分类.....	5
表 5: 2009 年动画电影国内票房 (单位: 万元)	10
表 6: 21 世纪以来“文化体制改革”推进表.....	10
表 7: 2010 年三网融合大事记.....	11
表 8: 2004-2009 年居民收入与文化消费数据 (单位: 元)	12
表 9: “十二五”期间我国城乡居民家庭文化娱乐用品及服务支出测算 (单位: 亿元)	12
表 10: 2004-2009 年政府公共文化消费数据 (单位: 亿元)	13
表 11: “十二五”期间中央与地方文体广播事业费财政支出测算 (单位: 亿元)	13
表 12: “十二五”期间中央与地方文体广播事业费财政支出测算 (单位: 亿元)	13
表 13: 《文化产业振兴规划》“重点任务”章节对数字内容的强调	14
表 14: 2009 年新闻出版业主要经济指标 (单位: 亿元)	15
表 15: 2009 年数字出版总量规模.....	15

一、“十一五”文化发展规划纲要与文化产业发展

（一）《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》回顾

2006 年，中央办公厅、国务院办公厅印发的《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》是我国第一个专门部署文化建设的中长期规划。与“十五”期间文化产业规划以“改革”作为中心环节不同，“十一五”期间以“发展”作为基调。

“十一五”纲要在发展文化产业方面提出“一手抓公益性文化事业，一手抓经营性文化产业”的指导原则；并把文化产业体系建设作为“十一五”时期文化发展的重点之一加以部署。

表 1：“十一五”纲要对发展文化产业的部署

“十一五”纲要对发展文化产业的部署

- 1.明确了影视制作业、出版业、发行业、印刷复制业、广告业、演艺业、娱乐业、文化会展业、数字内容和动漫产业等重点发展文化产业门类，提出要推动国家数字电影制作基地建设、国产动漫振兴工程、“中华字库”等一批具有战略性、引导性和带动性的重大文化产业项目，力争在重点领域取得跨越式发展。
- 2.优化文化产业布局 and 结构，加强重点文化产业带、产业园区和基地建设，促进区域文化产业协调发展。
- 3.转变文化产业增长方式，推动规模化、集约化经营。
- 4.推进经营性文化事业单位转制，加快国有文化企业公司制改造，着力培育文化产业战略投资者，重塑市场主体。
- 5.大力培育文化产品和文化要素市场，促进文化产品和生产要素的合理流动。
- 6.着力发展现代文化产品流通组织和流通方式。

资料来源：中央政府门户网站，宏源证券

（二）“十一五”时期文化产业发展情况

1、两次全国经济普查期间文化产业增加值年化增速 22%

由于我国文化产业统计工作滞后，目前尚未出台年度性的文化产业统计数据；至今最为权威的资料为国家统计局根据 2004 年、2008 年两次全国经济普查结果对文化产业发展情况发布的相关数据。

表 2：2004-2008 年文化产业发展情况

	2004 年	2008 年	年化增长率
文化产业增加值（亿）	3440	7630	22.04%
占 GDP 比重(%)	2.15%	2.43%	
法人单位（万）	31.78	46.08	9.73%
资产规模（亿）	18317	27487	10.68%
从业人员（万）	996	1182	4.37%
法人单位主营业务收入（亿）	16225	26802	13.37%

资料来源：国家统计局，宏源证券

2004-2008 年间文化产业增加值年化平均增速（名义）为 22%，其中法人单位贡献的增加值的年化增速为 23.3%，高于同期 GDP 的年平均增速（名义）近 5 个百分点。文化

产业增加值占同期 GDP 的比重由 2.15% 提高到 2.43%。

表 3：2004-2008 年文化产业发展分层统计

产业分层	包含行业	统计项	2008 年
核心层	新闻服务	增加值（亿）	2512（较 2004 年年化增速 20.03%）
	出版发行和版权服务	营业收入（亿）	5775
	广播电影电视服务	拥有资产（亿）	8331
	文化艺术服务	从业人员（万）	332
外围层	网络文化服务	增加值（亿）	2181（较 2004 年年化增速 36.54%）
	文化休闲娱乐服务	营业收入（亿）	6140
	其他文化服务	拥有资产（亿）	9319
		从业人员（万）	248
相关层	文化用品、设备及相关文化产品的生产和销售	增加值（亿）	2664（较 2004 年年化增速 17.81%）
		营业收入（亿）	15330
		拥有资产（亿）	9837
		从业人员（万）	455

资料来源：国家统计局，宏源证券

在“核心层”中，规模最大的子行业是出版发行和版权服务业；而“外围层”的网络文化服务主要以互联网信息业为主，文化休闲娱乐服务包含旅游、娱乐相关产业，其他文化服务以广告、会展、文化商务代理为主。受益于互联网经济的快速成长以及旅游、娱乐相关产业的发展，外围层增加值年化增长率达 36.54%，远高于核心层和相关层，在人员和资产配置，以及营业收入方面也有较大发展。

2、2009 年文化产业规模约为 8000 亿人民币

根据中国社科院通过私人需求、公共需求、出口三个角度分析测算，2009 年我国文化产业规模大约为 8000 亿元人民币。

表 4：文化及相关产业分类

第一大类	第二大类	第三大类
	新闻服务	新闻服务
		书、报、刊出版发行
	出版发行和版权服务	音像及电子出版物出版发行
		版权服务
		广播、电视服务
	广播、电视、电影服务	广播、电视传输
		电影服务
文化服务		文艺创作、表演及演出场所
		文化保护和文化设施服务
	文化艺术服务	群众文化服务
		文化研究与文化社团服务
		其他文化艺术服务
	网络文化服务	互联网信息服务
	文化休闲娱乐服务	旅游文化服务

其他文化服务	娱乐文化服务
	文化艺术商务代理服务
	文化产品出租与拍卖服务
	广告和会展文化服务
文化用品、设备及相关文化产品的生产	文化用品生产
	文化设备生产
	相关文化产品生产
	文化用品销售
文化用品、设备及相关文化产品的销售	文化设备销售
	相关文化产品销售

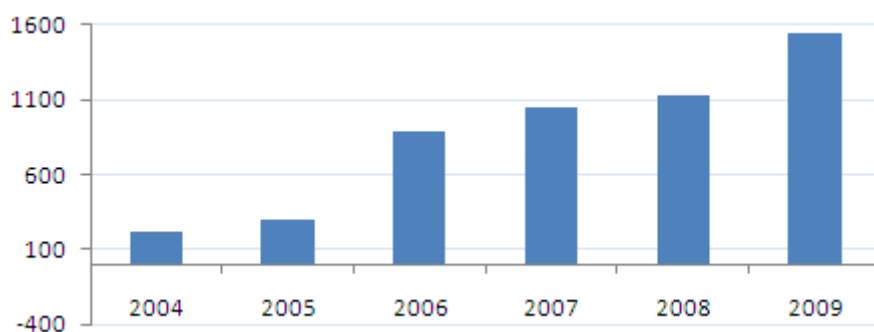
资料来源：国家统计局，宏源证券

3、文化服务领域，新媒体、数字内容崛起，大众文化消费初现繁荣之势

(1) “十一五”期间，移动媒体产业规模快速增长，移动互联网兴起

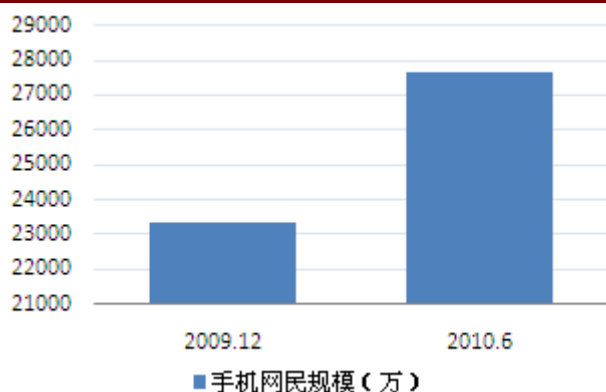
“十一五”期间，中国手机用户从 3.35 亿户快速增长至 8.23 亿（截止 2010 年 8 月），带动了移动媒体的高速发展，移动传媒产业规模由 2005 年 305 亿增长至 2009 年 1544 亿。移动互联网兴起，尤其是 2009 年初 3G 牌照的发放，为移动互联网的发展打下硬件基础；截止 2010 年 6 月，手机网民规模达 2.77 亿，移动互联网展现出巨大的发展潜力。

图 1：2004-2009 年中国移动传媒产业规模统计（单位：亿元）



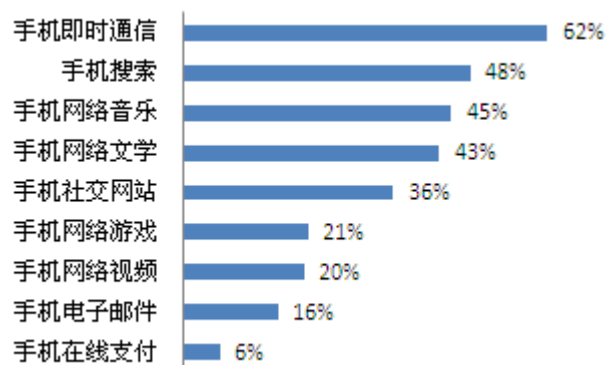
资料来源：2010 传媒蓝皮书，宏源证券

图 2：手机上网网民规模



资料来源：CNNIC，宏源证券

图 3：手机网民网络应用

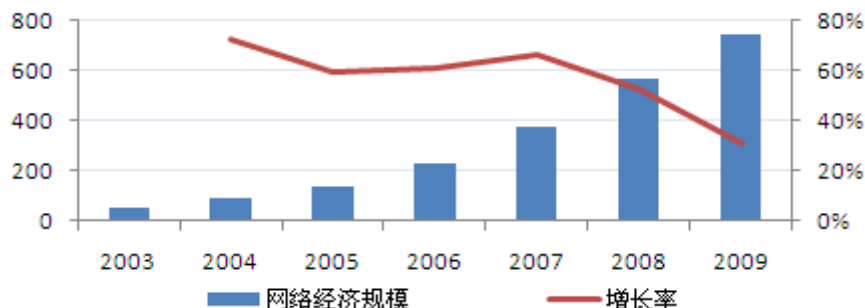


资料来源：CNNIC，宏源证券

(2) “十一五”期间，互联网经济快速扩张，数字内容产业规模初现

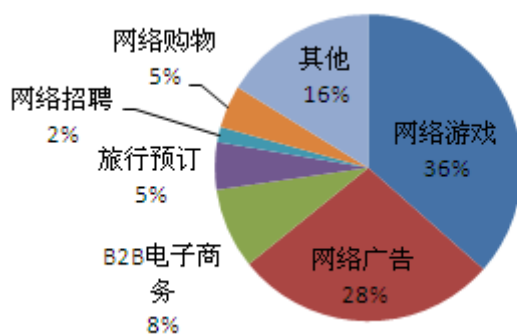
“十一五”期间，互联网经济规模快速扩张，从 2005 年的 140 亿快速增长到 2009 年 743 亿；随着基数的扩大，增长速度近两年呈放缓之势，但仍然保持高速发展的态势。截止 2009 年，互联网经济中网络游戏、网络广告和电子商务规模份额达 72.7%。

图 4：2003-2009 年中国网络经济市场规模（单位：亿元）



资料来源：2010 年传媒蓝皮书，宏源证券

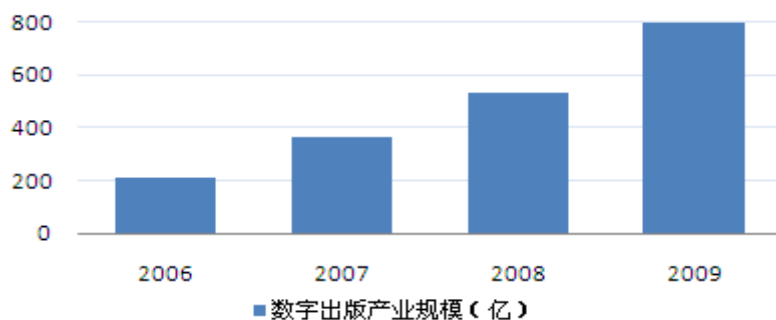
图 5：2009 年中国网络经济市场结构



资料来源：2010 年传媒蓝皮书，宏源证券

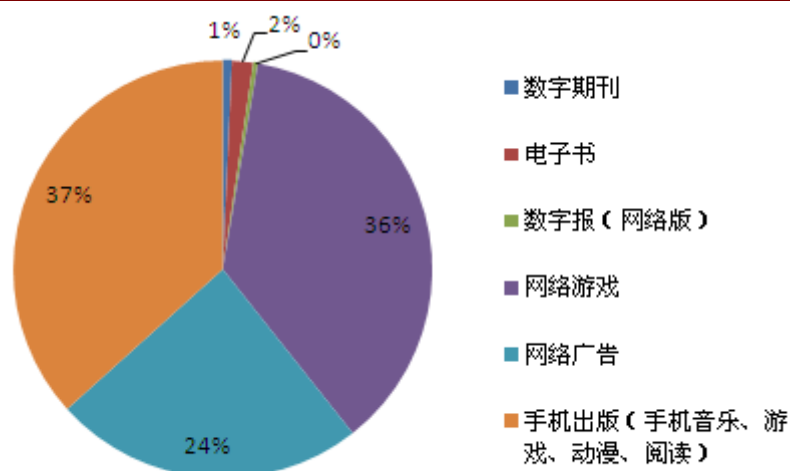
数字出版产业在“十一五”期间也突飞猛进，2010 年中国出版科学研究所发布的《2010 年数字出版年会年度报告》统计得我国数字出版产业规模从 2006 年 213 亿元起步，发展至 2009 年 799.4 亿元，但其中主要份额仍来自网络游戏、网络广告与手机出版，09 年传统书报杂志内容实现的数字出版规模为 23.1 亿元。

图 6：2006-2009 年中国数字出版市场规模（单位：亿元）



资料来源：2010 年数字出版年会年度报告，宏源证券

图 7：2006-2009 年中国数字出版市场结构



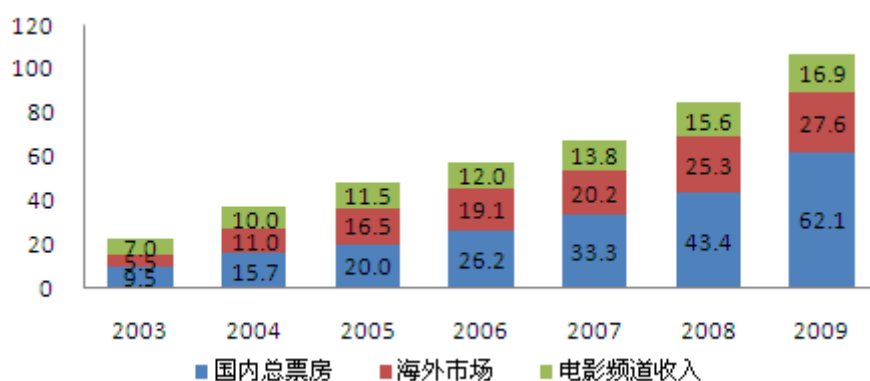
资料来源：2010 年数字出版年会年度报告，宏源证券

(3) 大众文化消费初现繁荣之势，影视业规模与成熟度持续提升，“大动漫”概念盛行

“十一五”期间，影视动漫文化消费市场规模快速扩大与成长，业内领军机构开始具备日渐与国际接轨的商业化、大众化的营销与用户培育能力。

中国电影票房 2005 年为 20 亿，2009 年增长至 62.1 亿；截止 8 月份，2010 年国内票房已达 64 亿。电影产业综合效益从 2005 年 48 亿增长至 2009 年 106 亿。

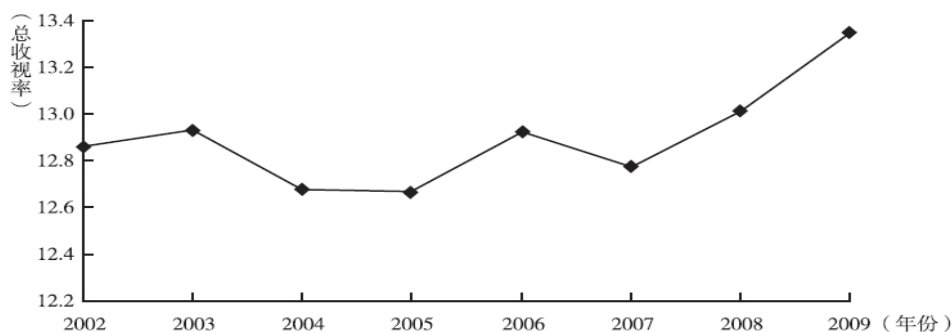
图 8：2003-2009 年中国电影产业综合效益 (单位：亿元)



资料来源：2010 年传媒蓝皮书，宏源证券

“十一五”期间，在 08 年奥运会、汶川地震以及世界性的金融危机的背景下，原本稳定的电视消费出现收视率大幅跃升的现象。电视广告经营额从 2005 年 355.3 亿增长至 2009 年 536.2 亿。同时以湖南卫视为代表的成熟电视品牌在“草根娱乐与庶民狂欢”的定位下，通过系列品牌栏目、品牌资源的开发，获得各行业领先企业长期广告合同，并进行了一系列产业链延伸，形成多元化的收入模式；这体现出传统的电视消费在吸取了新文化消费时代的大众文化娱乐精神内涵之后，具备借创意经济之力继续扩大规模的增长潜力。

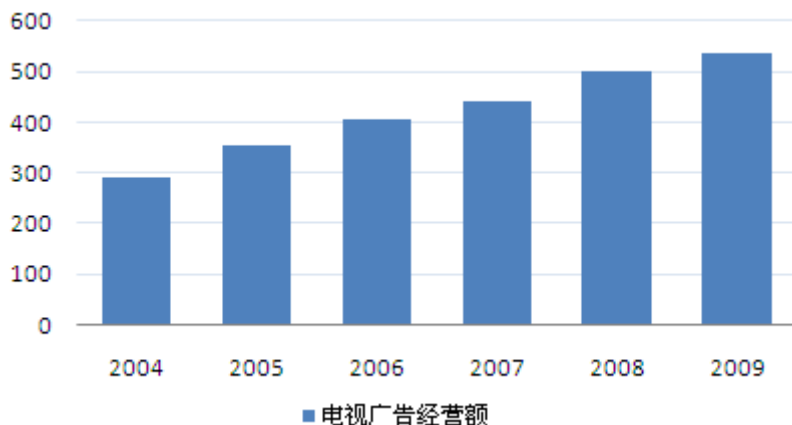
图 9：2002-2009 年电视媒体收视率变化曲线



2002 ~ 2009 年电视媒体收视率变化曲线

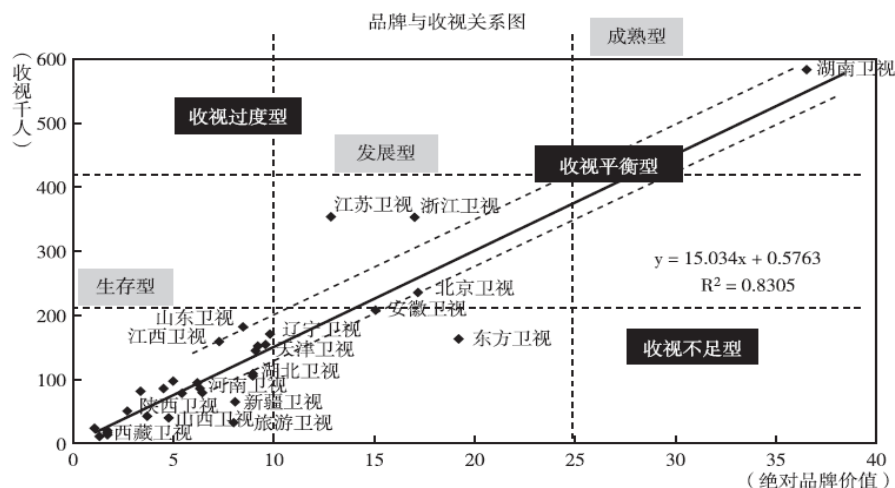
资料来源：CTR，宏源证券

图 10：2004-2009 电视广告经营额（单位：亿元）



资料来源：2010 年传媒蓝皮书，宏源证券

图 11：电视台品牌与收视率关系图



资料来源：CTR，宏源证券

动漫产业由于门类众多、产业链长、且具备开发多种授权衍生产业的潜力，“大动漫”概念成为业界广泛关注的焦点。“十一五”期间动漫期刊、图书、影视作品市场培育并逐步增长。

表 5：2009 年动画电影国内票房（单位：万元）

片名	产地	票房收入	国内票房名次
《冰川时代 3》	美国	15690	9
《喜洋洋与灰太狼之牛气冲天》	中国内地	10000	18
《飞屋环游记》	美国	9070	22
《麦兜响当当》	中国香港	7520	23
《阿童木》	中国香港	4545	33
《马达加斯加 2》	美国	4000	36
《豚鼠特工队》	美国	2655	41
《月球大冒险》	比利时	1140	69
《马兰花》	中国内地	800	79
《齐天大圣前传》	中国内地	450	89
《神兵小将》	中国内地	400	92
《哆啦 A 梦：大雄与绿巨人传》	日本	370	93

资料来源：2010 年文化蓝皮书，宏源证券

（4）传统媒体稳定增长，文化体制改革、三网融合政策驱动，挑战与机遇并存

“十一五”期间，有线电视、图书报刊出版发行业稳定增长，但市场份额不断受到新媒体冲击。文化体制改革的进一步推进，三网融合政策的出台，对于传统媒体行业既带来新的机遇，也意味着更具挑战性的转型要求。

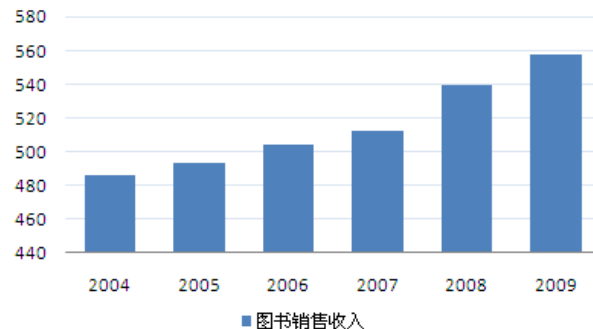
有线电视收入从 2005 年 236.9 亿增长至 2009 年 357.4 亿；图书销售收入从 2005 年 493.22 亿增长至 557.24 亿；报纸发行与广告收入从 2005 年 426.8 亿增长至 2009 年 617.3 亿。

图 12：2004-2009 年有线电视收入



资料来源：2010 年传媒蓝皮书，宏源证券

图 13：2004-2009 年图书销售收入



资料来源：2010 年传媒蓝皮书，宏源证券

表 6：21 世纪以来“文化体制改革”推进表

21 世纪以来“文化体制改革”推进表

1.2003 年底，国务院印发《文化体制改革试点中支持文化产业发展的规定（试行）》和《文化体制改革试点中经营性文化事业单位转制为企业的规定（试行）》两个规定。

2.2006 年 1 月，中共中央、国务院发出《关于深化文化体制改革的若干意见》。

3.2006 年 3 月十届全国人大四次会议通过《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》，其中第十二篇第四十

四章《加强社会主义文化建设》将“深化文化体制改革”列为第三节。

4.2009年7月，中宣部、文化部下发《关于深化国有文化演出院团体制改革的若干意见》。

5.2009年8月14日，全国文化体制改革经验交流会在江苏南京召开。

6.2009年9月，《文化产业振兴规划》由国务院常务会议审议通过，并向社会公开发布，标志着文化产业上升为国家的战略性新兴产业。

7.2010年8月13、14日，全国文化体制改革工作会议在青岛举行。中共中央政治局常委李长春对会议作出重要批示，强调当前文化体制改革正处于全面推开、攻坚克难的关键阶段，各地区各部门要深入学习贯彻胡锦涛总书记在中央政治局第二十二次学习时的重要讲话精神，以更加扎实、更加有力的措施，深入推进文化体制改革。

资料来源：中央政府门户网站，宏源证券

表 7：2010 年三网融合大事记

2010 年三网融合大事记

1. 1月13日，温家宝总理主持国务院常务会议决定加快推进电信网、广播电视网、互联网三网融合，并审议通过了推进三网融合的总体方案。
2. 2月4日，广电总局发放首批3G手机视听牌照，包括央视、上海文广、人民日报、新华社、中国国际广播电台、央广视讯、视讯中国、华夏视联等八家企业入选。
3. 3月24日国家广电总局向央视国际下属的CNTV发放国内互联网电视牌照。
4. 4月初，广电总局联合工信部向国务院三网融合领导小组提交《三网融合试点工作方案（第一稿）》
5. 5月10日国家广电总局正式公告，上海文广新闻传媒集团下属的上海电视台已夺得国内首张IPTV网络电视牌照，同时，上视还获准经营手机电视业务。
6. 6月9日国务院办公厅最终印发的“三网融合”试点方案，明确了组建国家级有线电视网络公司方针，以统筹规则，加快网络建设改造和资源共享。
7. 6月22日工信部和广电总局分别召开内部会议，就各省市上报国务院三网融合领导小组的试点方案申请进行讨论和审核。
8. 7月1日国务院对外公布首批三网融合试点城市名单。
9. 7月8日，广电总局科技司向各有关单位发出《广电总局科技司关于成立中国下一代广播电视网（NGB）工作组的通知》。
10. 7月中旬，广电总局下发了《关于加强三网融合试点地区IPTV集成播控平台建设有关问题的通知》。
11. 8月16日，首批12个三网融合试点城市及地区将三网融合试点实施方案上报。
12. 8月18日，广电总局召开中国广播电视网络公司筹备组第一次会议，研究、讨论筹备组及办公室下一步工作任务和工作计划。会议文件显示，国家级有线电视网络公司的名称已经初步确定为“中国广播电视网络公司”。
13. 9月2日，广电总局发出《关于进一步促进和规范高清电视发展的通知》，明确了高清电视发展的原则、措施和要求，批准中央电视台新闻综合频道和北京等8个卫视频道高、标清同播。
14. 9月9日，中宣部和广电总局共同主办IPTV、手机电视管理培训班。
15. 9月26日，中国三网融合产业联盟宣布正式成立。央视国际网络有限公司总经理汪文斌出任三网融合产业联盟会长。

资料来源：宏源证券

二、“十二五”文化产业发展展望

（一）从私人需求、公共需求、出口三个角度综合测算“十二五”

时期文化产业规模

（1）至 2015 年，我国城乡居民文化消费支出总额将达 11000 亿左右

观察 2004 年到 2009 年居民收入与文化消费数据，居民年度消费性支出增速与年度可支配收入增速较为一致；城镇居民每年用于文化消费的支出增速略低于消费性支出增速，而农村居民每年用于文化消费的支出增速较慢。

因此，尽管我国近年消费品零售额增幅较大，文化消费仍相对疲软，远未真正启动。这一方面与居民收入水平与消费结构直接相关，另一方面也受制于多种传统文化消费如有线电视仍带有公益性经营特性；文化产业设施仍未健全完善，如国内电影院分布不均，人均银幕数偏低；以及互联网、移动媒体等新媒体崛起，但数字内容产业尚未在盈利模式与规模上实现突破有关。这些因素有望在文化体制改革与《文化产业振兴规划》向纵深推进，文化产业在经营上进一步走向市场化后得以改观。

我们参照社科院测算的 2009 年我国城乡居民家庭文化娱乐用品及服务支出总额约 6076 亿为起点，按照年均 10% 的增速测算，至 2015 年，我国城乡居民家庭文化娱乐用品及服务支出总额将达到 10764 亿。若更为乐观一点，按照“十二五”期间，年均 12% 的增速测算，至 2015 年，我国城乡居民家庭文化娱乐用品及服务支出总额将达到 11778 亿。

表 8：2004-2009 年居民收入与文化消费数据（单位：元）

指标名称	2004	2005	2006	2007	2008	2009
城镇居民家庭人均可支配收入	9421.6	10493	11759.5	13785.8	15780.8	17174.7
同比增长		11.37%	12.07%	17.23%	14.47%	8.83%
城镇居民家庭：人均年消费性支出	7182.1	7942.88	8696.55	9997.47	11242.85	12264.6
同比增长		10.59%	9.49%	14.96%	12.46%	9.09%
城镇居民家庭：人均年教育文化娱乐服务支出	1032.8	1097.46	1203.03	1329.16	1358.26	1472.8
同比增长		6.26%	9.62%	10.48%	2.19%	8.43%
农村居民家庭：人均年纯收入	2936.4	3254.93	3587.04	4140.36	4760.62	5153.2
同比增长		10.85%	10.20%	15.43%	14.98%	8.25%
农村居民人均年度消费支出：消费性支出	2184.65	2555.4	2829.02	3223.85	3660.68	3993.45
同比增长		16.97%	10.71%	13.96%	13.55%	9.09%
农村居民人均年度文教娱乐用品及服务消费支出	247.63	295.48	305.13	305.66	314.53	
同比增长		19.32%	3.27%	0.17%	2.90%	

资料来源：国家统计局，宏源证券

表 9：“十二五”期间我国城乡居民家庭文化娱乐用品及服务支出测算（单位：亿元）

2010 年假设	年化增速	2011	2012	2013	2014	2015
6076* (1+10%)	10%	7351.96	8087.156	8895.872	9785.459	10764
=6683.6 (亿)	12%	7485.632	8383.908	9389.977	10516.77	11778.79

资料来源：宏源证券

（2）至 2015 年，中央与地方文体广播事业费财政支出将接近 4000 亿

2004-2008 年，我国中央和地方财政支出中文体广播事业费占国家财政支出的比例在 2% 左右。我们以社科院测算的 2009 年我国中央和地方财政用于文体广播的支出 1224 亿为起点，按照“十二五”期间，年均 20% 的增速测算，至 2015 年，中央与地方文体广播事业费财政支出将达到 3655 亿。如果更为乐观一点，按照“十二五”期间，年均 22% 的增速测算，至 2015 年，中央与地方文体广播事业费财政支出将接近 4000 亿。

表 10：2004-2009 年政府公共文化消费数据（单位：亿元）

指标名称	2004	2005	2006	2007	2008	2009
国家财政支出	28486.89	33930.28	40422.73	49781.35	62592.66	75873.64
同比增速	15.60%	19.10%	19.10%	23.20%	25.70%	21.20%
中央财政支出：文体广播事业费	66.29	72.53	83.72	127.21	140.61	
地方财政支出：文体广播事业费	520.85	630.87	758.26	771.43	955.13	
中央与地方文体广播事业费财政支出	587.14	703.40	841.98	898.64	1,095.74	
同比增速	19.99%	19.80%	19.70%	6.73%	21.93%	
占国家财政支出比例	2.06%	2.07%	2.08%	1.81%	1.75%	

资料来源：国家统计局，宏源证券

表 11：“十二五”期间中央与地方文体广播事业费财政支出测算（单位：亿元）

2010 年假设	年化增速	2011	2012	2013	2014	2015
1224* (1+20%)	20%	1762.56	2115.07	2538.08	3045.7	3654.84
=1468.8 (亿)	22%	1791.93	2186.16	2667.11	3253.88	3969.73

资料来源：宏源证券

（3）至 2015 年，文化出口规模将增长至 2500 亿左右

出口文化产品和服务规模，我们以社科院测算的 2009 年 700 亿为起点，按照“十二五”期间，年均 20% 的增速测算，至 2015 年，出口规模将达到 2090 亿。如果更为乐观一点，按照“十二五”期间，年均 25% 的增速测算，至 2015 年，出口规模将达 2563 亿。

表 12：“十二五”期间中央与地方文体广播事业费财政支出测算（单位：亿元）

2010 年假设	年化增速	2011	2012	2013	2014	2015
700* (1+20%)	20%	1008	1209.6	1451.52	1741.82	2090.18
=840 (亿)	22%	1024.8	1250.25	1525.31	1860.88	2270.27
	25%	1050	1312.5	1640.62	2050.78	2563.47

资料来源：宏源证券

（4）至 2015 年，我国文化产业规模将达到 17000 亿左右

综合私人需求、公共需求、出口三个角度的测算结果，至 2015 年我国文化产业的规模将在 16700 (11000+3700+2000) 亿至 17500 (11000+4000+2500) 亿。

实际上 17000 亿的测算仍有保守之处，“十二五”期间居民收入分配改革将破题，经济结构调整进一步推进，文化产业在体制改革进入新阶段后也将更加市场化更加成熟，同时文化出口也有望实现突破；几大因素都将助力文化产业规模的扩张。即使在“十二五”期间 GDP 目标增速下调的背景下，文化产业仍有望实现年化 20% 的增长率。

（二）“十二五”期间，数字内容大发展、文化消费繁荣

（1）《文化产业振兴规划》从产业升级高度反复强调大力发展数字内容

《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》就已经把数字内容列为重点发展文化产业门类。《文化产业振兴规划》中再次从文化产业升级的高度反复强调大力发展数字内容。在文化产业本身面临升级和结构调整的背景下，可以推测，“十二五”规划仍将突出对数字内容产业的重视。

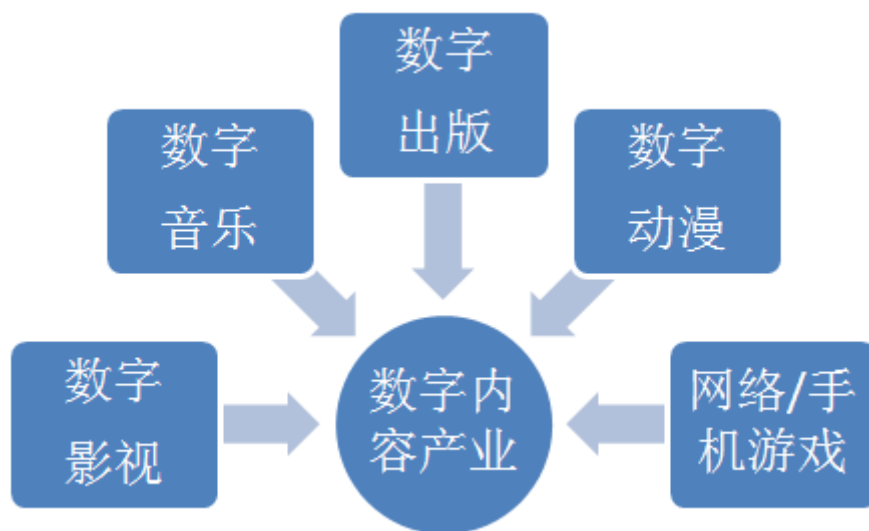
表 13:《文化产业振兴规划》“重点任务”章节对数字内容的强调

文化产业振兴规划

- 1.发展重点文化产业。以文化创意、影视制作、出版发行、印刷复印、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等产业为重点……扩大影视制作、发行、播映和后产品开发，满足多种媒体、多种终端对影视数字内容的需求。出版业要推动产业结构调整 and 升级，加快从依赖传统纸介质出版物向多种介质形态出版物的数字出版产业转型。……
- 2.实施重大项目带动战略。……继续推进国产动漫振兴工程、国家数字电影制作基地建设工程、多媒体数据库和经济信息平台、“中华字库”工程、国家“知识资源数据库”出版工程等重大文化建设项目。……
- 7.发展新兴文化业态。采用数字、网络等高新技术，大力推动文化产业升级。支持发展移动多媒体广播电视、网络广播影视、数字多媒体广播、手机广播电视，开发移动文化信息服务、数字娱乐产品等增值业务，为各种便携显示终端提供内容服务。加快广播电视传播和电影放映数字化进程。积极推进下一代广播电视网建设，发挥第三代移动通信网络、宽带光纤接入网络等网络基础设施的作用，制定和完善网络标准，促进互联互通和资源共享，推进三网融合。积极发展纸质有声读物、电子书、手机报和网络出版物等新兴出版发行业态。发展高新技术印刷。运用高新技术改造传统娱乐设施和舞台技术，鼓励文化设备提供商研发新型电影院、数字电影娱乐设备、便携式音响系统、流动演出系统及多功能集成化音响产品。加强数字技术、数字内容、网络技术等核心技术的研发，加快关键技术设备改造更新。

资料来源：中央政府门户网站，宏源证券

图 14: 数字内容产业业态



资料来源：宏源证券

（2）至 2015 年，我国数字出版总值将达到新闻出版总产值 25%左右

2010 年 9 月，新闻出版总署发布《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》，提

出发展指标,到“十二五”末,我国数字出版总产值应达到新闻出版产业总产值 25%左右,整体规模居于世界领先水平。在全国形成 8-10 家各具特色、年产值超百亿的国家数字出版基地或国家数字出版产业园区,形成 20 家左右年主营业务收入超过 10 亿元的具有国际竞争力的数字出版骨干企业。到 2020 年,传统出版单位基本完成数字化转型,其数字化产品和服务的运营份额在总份额中占有绝对优势。

表 14: 2009 年新闻出版业主要经济指标 (单位: 亿元)

经济指标	金额
行业总产出	10668.86
行业增加值	3099.74
资产总额	11848.45
净资产	6168.31
营业收入	10341.2
利润(结余)总额	893.28
纳税总额	620.29

资料来源:新闻出版总署,宏源证券;注:资产总额、净资产、纳税总额均未包括数字出版

2009 年,新闻出版行业总产出为 10668 亿,如果按年均 10%的增速测算,至 2015 年将接近 19000 亿,25%的产值为 4750 亿。值得注意的是,这里的行业总产出的统计口径与前文社科院的统计口径不同。社科院 2009 年文化产业规模 8000 亿的测算与 GDP 的 2.4% 相吻合,对应产业增加值的统计口径。

而 2015 年 4750 亿数字出版的产值也并非完全是增量,其中有相当部分将形成对传统出版的替代,是存量的升级,但是无疑 2009 年仅有 23.1 亿的数字期刊、电子书、数字报纸产出规模,意味着数字出版将具备巨大的成长空间。

表 15: 2009 年数字出版总量规模

类别	总产出	增加值	营业收入	利润总额
手机出版	314.00	92.16	314.00	25.10
网络游戏	256.20	75.19	256.20	20.48
数字期刊	6.00	1.76	6.00	0.48
电子书	14.00	4.11	14.00	1.12
数字报纸(网络版)	3.10	0.91	3.10	0.25
网络广告	206.10	60.49	206.10	16.48
合 计	799.40	234.62	799.40	63.91

资料来源:新闻出版总署,宏源证券

(3) 至 2015 年,我国网络游戏市场规模将达 774 亿,移动互联网将迎来迅猛发展,数字内容在移动互联网市场潜力巨大

根据 iResearch 的预测,到 2013 年中国网络游戏市场规模将达 585 亿,若按照 2014、2015 年年均 15%的增速进一步测算,至 2015 年,我国网络游戏市场规模将达到 774 亿。

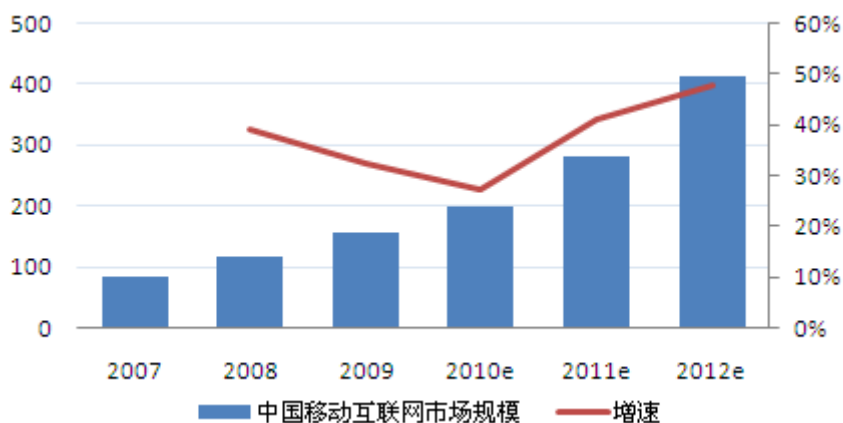
移动互联网发展之势抬头,未来五年将成为互联网之后下一代信息技术发展热点。我国拥有庞大的移动手机用户群和互联网用户群,移动互联网有望迎来迅猛发展期,数字内容在移动互联网市场潜力巨大。

图 15: 2003-2015 年中国网络游戏市场规模 (单位: 亿元)



资料来源: iResearch, 宏源证券

图 16: 2007-2012 年中国移动互联网市场规模 (单位: 亿元)



资料来源: iResearch, 宏源证券

(4) 至 2015 年, 中国有望成为全球第二大电影市场, 国内票房 300-400 亿

2010 年 10 月, 中国电影协会产业研究中心发布报告, 对 2011 年至 2015 年中国电影市场发展趋势作出预测, 认为 2014 年全国票房将突破 300 亿, 2015 年将冲击 400 亿, 影院银幕数量达到 12000 张, 年度上映影片 300 部, 到 2015 年, 中国将成为全球第二大电影市场, 全国观众人次有望突破 11 亿。

报告数据显示, 今年年底我国银幕数将达到近 6000 张, 位居世界第三, 其中近 1/5 银幕可放映 3D 影片, 位居世界第二。而到 2015 年, 国内有效银幕数预计将达到 12000 张。2009 年中国电影票房 9.06 亿美元, 占全球票房的比例由 10 年前的 0.7% 上升到 3.1%, 位居第 8 位。而今年前三季度票房已超去年全年, 全年票房将首次突破百亿元人民币大关, 预计为 108 亿人民币, 观众人次将达到 3 亿, 在全球市场的排位, 有望继续上升到第五。

从市场角度, 动画片吸金力最强, 今年上半年在票房前十的进口影片中, 有 5 部都是动画电影。当动画电影的盈利预期能够全面贯穿在动画形象玩具、音像、图书、游戏和故事授权, 海外版权出售等整个产业链运营中时, 动漫产业也将真正崛起。

分析师简介:

王铮: 宏源证券研究所传媒行业研究员，武汉大学理学学士，中国科学院研究生院理学硕士，2009 年加盟宏源证券研究所。

机构销售团队

华北区域	华东区域	华南区域
牟晓凤 010-88085111 muxiaofeng@hysec.com	曾利洁 010-88085790 zenglijie@hysec.com	雷增明 010-88085989 leizengming@hysec.com
	刘爽 010-88085798 liushuang@hysec.com	
	孙利群 010-88085096 sunliqun@hysec.com	

宏源证券评级说明:

投资评级分为股票投资评级和行业投资评级。以报告发布日后 6 个月内的公司股价（或行业指数）涨跌幅相对同期的上证指数的涨跌幅为标准。

类别	评级	定义
股票投资评级	买入	未来 6 个月内跑赢沪深 300 指数 20%以上
	增持	未来 6 个月内跑赢沪深 300 指数 5% ~ 20%
	中性	未来 6 个月内与沪深 300 指数偏离-5% ~ +5%
	减持	未来 6 个月内跑输沪深 300 指数 5%以上
行业投资评级	增持	未来 6 个月内跑赢沪深 300 指数 5%以上
	中性	未来 6 个月内与沪深 300 指数偏离-5% ~ +5%
	减持	未来 6 个月内跑输沪深 300 指数 5%以上

免责条款:

本报告分析及建议所依据的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所依据的信息和建议不会发生任何变化。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，不构成任何投资建议。投资者依据本报告提供的信息进行证券投资所造成的一切后果，本公司概不负责。

本公司所隶属机构及关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，也可能争取为这些公司提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为宏源证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。