

文化产业迅猛发展 对广东经济发展贡献凸显

内容摘要：本文根据第四次全国经济普查文化及相关产业^[1]（以下简称文化产业）法人单位主要数据，对广东文化产业发展主要特点及存在问题进行了分析，并提出相关建议，为广东建设文化强省提供参考。

关键词：经济普查 文化产业 分析

2018年，面对复杂严峻的国内外经济形势，广东认真贯彻落实省委省政府关于建设文化强省的决策部署，深入实施创新驱动发展战略，加快推进供给侧结构性改革，强化规划引导，健全保障体系。文化产业在经济下行压力加大的背景下呈现持续向好的发展态势，整体实力和竞争力显著提升，已成为重要国民经济支柱产业和战略性新兴产业。

一、主要特点

(一)文化产业法人单位呈爆发式增长，继续位居全国首位。

第四次全国经济普查数据显示，2018年广东文化产业法人单位数达29.74万家，占全国文化产业法人单位数的14.1%，占全省全部法人单位数的9.5%，较2013年（第三次全国经济普查年份，下同）增长1.85倍。其中，规模以上法人单位9072家，较2013年增长41.6%。

分产业类型看，2018年广东文化制造业法人单位4.59万家，较2013年增长55.4%；文化批发和零售业法人单位5.40万家，较2013年增长239.4%；文化服务业法人单位数19.75万家，较2013年增长235.5%。文化批发零售业、文化服务业单位数量和增速均明显高于文化制造业。

分行业看，2018年广东文化产业法人单位数排名前十位的小类行业依次是其他广告服务3.67万家，专业设计服务2.54万家，工程设计活动1.89万家，包装装潢及其他印刷1.43万家，文化活动服务1.32万家，首饰、工艺品及收藏品批发1.14万家，

其他文化艺术业 1.04 万家，文具用品批发 0.92 万家，文化艺术培训 0.90 万家，互联网其他信息服务 0.83 万家。

分地区看，2018 年各地市文化产业法人单位数排名前五位的依次是深圳 10.22 万家、广州 7.44 万家、东莞 3.10 万家、佛山 1.86 万家、珠海 1.03 万家。珠三角核心区文化产业法人单位比较集中。

（二）广东文化产业增加值占国民经济生产总值（GDP）比重连续 5 年超 5%，对 GDP 增长拉动率超 1%，贡献凸显。

第四次全国经济普查数据显示，2018 年全省实现文化产业增加值 5787.81 亿元，继续位居全国各省、市首位，占广东 GDP 比重达 5.79%，按现价计算，比 2013 年（3011.0 亿元）增长 1.92 倍，占 GDP 比重提高了 0.94 个百分点。文化产业增加值自 2014 年以来已连续 5 年占 GDP 比重超过 5%。

表 1 历年文化产业增加值及占 GDP 比重

年份	增加值（亿元）	占 GDP 比重（%）
2013	3011.00	4.85
2014	3552.30	5.24
2015	3648.84	5.01
2016	4256.63	5.26
2017	4817.17	5.37
2018	5787.81	5.79

在文化产业投资和消费双重驱动下，广东文化产业对 GDP 贡献率从 2013 年的 5.66% 提升到 2018 年的 9.61%；对经济增长拉

动率由 2013 年的 0.46 个百分点上升至 2018 年的 1.08 个百分点（以现价计算），文化产业对经济增长拉动作用明显增强，对广东国民经济发展贡献突显。

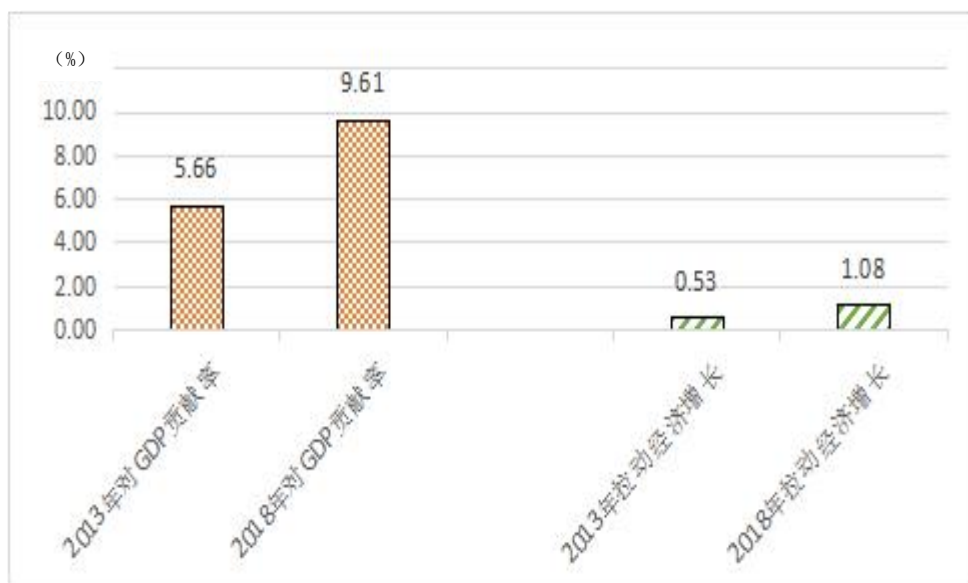


图 1 广东文化产业对 GDP 贡献率及拉动经济增长情况

分产业类型看，2018 年广东文化制造业企业增加值 2327.7 亿元，占全省文化产业增加值的 40.22%；文化批发和零售业企业增加值 532.9 亿元，占全省文化产业增加值的 9.21%；文化服务业企业增加值 2927.2 亿元，占全省文化产业增加值的 50.57%。

分行业看，2018 年全省文化产业增加值行业排名前十位的小类行业依次为互联网其他信息服务 636.95 亿元、包装装潢及其他印刷 420.30 亿元、应用软件开发 391.27 亿元、工程设计活动 337.10 亿元、塑胶玩具制造 269.89 亿元、其他广告服务 243.78 亿元、珠宝首饰及有关物品制造 213.27 亿元、音响设备制造 193.03 亿元、

专业设计服务 160.08 亿元、互联网游戏服务 156.17 亿元。

分地区看，2018 年各地市文化产业增加值全省排名前五位的依次是深圳 1996.11 亿元、广州 1369.69 亿元、东莞 533.49 亿元、佛山 357.89 亿元、汕头 263.34 亿元，与上年排名相同。

（三）广东保持全国文化产业发展龙头地位。

广东文化产业总量已连续多年位居全国各省市首位。2018 年，广东文化产业法人单位数达 29.74 万家，占全国文化产业法人单位数（210.31 万家）的 14.1%，较上年提高 4.5 个百分点；广东文化产业增加值 5787.81 亿元，占全国文化产业增加值（38737 亿元）的 14.9%，较上年提高 1.0 个百分点。

表 2 广东与全国文化产业发展情况对比

主要年份	文化产业法人单位数（万个）			文化产业增加值（亿元）		
	全国	广东	广东占全国比重（%）	全国	广东	广东占全国比重（%）
2013	91.85	10.43	11.4	21351	3011.9	14.1
2014	99.62	11.09	11.1	23940	3552.3	14.8
2015	114.03	10.76	9.4	27235	3648.8	13.4
2016	130.02	12.08	9.3	30785	4256.6	13.8
2017	139.83	13.42	9.6	34722	4817.2	13.9
2018	210.31	29.74	14.1	38737	5787.81	14.9

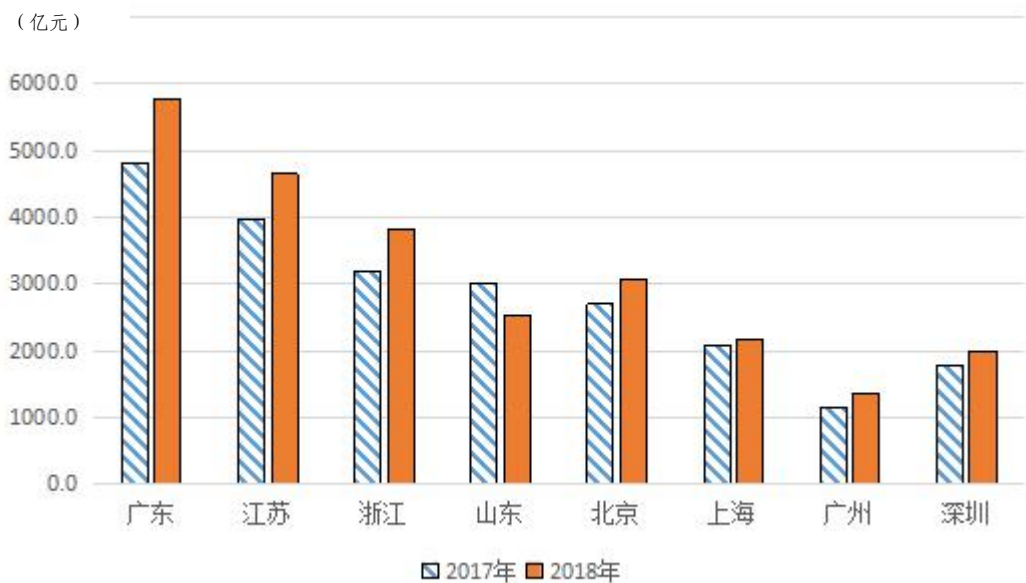


图 2 全国主要省、市文化产业增加值情况对比

(四) 文化服务业占比提高，产业结构持续优化。

近年来，文化批发零售业和文化服务业从业人员数、资产总计、营业收入等指标高速增长，年均增速均快于文化制造业，其中文化服务业发展最为强劲。

2018年，广东文化产业从业人员 336.59 万人，占全省法人单位从业人员的 7.3%。其中，文化批发零售业、文化服务业从业人员数分别为 28.46 万人和 126.92 万人，比 2013 年增长 48.2 %和 37.8%，为解决广东就业问题贡献了必不可少的力量。文化制造业从业人员数为 172.82 万人，比 2013 年下降 55.4%。

2018年，广东文化制造业、文化批发零售业、文化服务业资产总计分别为 9229.06 亿元、2968.47 亿元、15307.39 亿元，

分别比 2013 年增长 30.5%、68.3%和 187.1%。文化服务业增速明显高于文化制造业和文化批发零售业。

2018 年，广东文化服务业实现营业收入 7244.32 亿元，比 2013 年增长近 1.5 倍；文化制造业实现营业收入 10794.98 亿元，比 2013 年增长 12.7%；文化批零和零售业 4385.0 亿元，比 2013 年增长 72.5%。文化服务业创收能力的不断提升，为文化产业结构的持续优化提供了有力支撑。

（五）文化新业态增长强劲，新发展动能加速形成。

从文化产业细分行业看，文化新业态特征较为明显的 16 个行业小类^[2]，2018 年规模以上文化企业实现营业收入 3691.81 亿元，比上年同期增长 19.1%；占规模以上全部文化企业营业收入的 20.0%，比上年同期提高 2.3 个百分点。其中，互联网文化娱乐平台，其他智能文化消费设备制造，广播电视集成播控，其他文化数字内容服务等行业规模以上企业营业收入实现 1 倍以上增长，发展势头强劲。动漫、游戏数字内容服务，互联网搜索服务，互联网广告服务，多媒体、游戏动漫和数字出版软件开发等行业规模以上企业营业收入增长均在 30%以上。文化新业态和新发展动能的加速形成，有力推动了我省文化产业的快速发展。

（六）重点文化骨干企业继续做大做强。

近年来，全国副省级城市文化骨干企业^[3]规模优势明显，结构逐步优化。2018 年，深圳有文化骨干企业 2775 家，从业人员 53.0 万人，资产总计 10990.2 亿元，全年实现营业收入 7984.2

亿元，各项指标在全国副省级城市中均位居第 1，其文化骨干企业户均资产和户均营业收入分别是全国的 1.9 倍和 1.8 倍。深圳、广州文化骨干企业营业收入在全国副省级城市中排名分别位居第 1 位和第 3 位。

二、存在问题

（一）文化企业平均从业人员数下降，不同行业就业吸纳能力存在较大差距。

近年来文化企业平均从业人员持续下降。第四次全国经济普查数据显示，2018 年，文化企业平均拥有从业人员仅 11 人，比 2013 年（31 人）下降 64.5%。究其原因，一是新增文化企业多为微型企业，2018 年微型文化企业占全部文化企业的 88.7%，但企业平均从业人员仅为 3 人；二是进入互联网时代，技术进步对文化就业带来“替代效应”，“机器换人”使企业逐步小型化、瘦身化。

表 3 三、四经普文化产业法人单位平均从业人员情况对比

	平均从业人员 (个)			
		制造业	批零售业	服务业
2013 年平均从业人员	32	75	12	16
2018 年平均从业人员	11	38	5	6
2018 年比 2013 年下降 (%)	64.5	49.7	56.3	58.9

不同文化行业因其行业特点和所处发展水平各异，对就业的吸纳能力存在较大差距。分行业大类看，文化消费终端生产、文化辅助生产和中介服务、内容创作生产、创意设计服务 4 个行业的从业人员最多，均超过 50 万人；文化投资运营吸纳的从业人

员最少，为 1.4 万人。从单位平均从业人员数量看，在文化产业 156 个行业小类中，单位平均从业人员超过 100 人的行业小类仅有 12 个，平均从业人员不足 10 人的行业小类有 67 个。从全省 21 个地市来看，有近一半的地市从业人员数是下降的。

（二）区域文化发展不平衡。

广东文化产业总量虽连年位居全国各省市之首，但省内区域发展不平衡。广东的文化产业主要集中在以广州、深圳为中心的珠江三角洲地区，东西两翼和山区市的文化发展水平较低，文化产业相对落后。

2018 年广州、深圳两市规模以上法人单位数达 5170 家，占全省规模以上法人单位数的 57.0%，两市文化产业增加值总量占全省文化产业总量的 58.1%，珠三角核心区的比重更超过八成，而东西两翼及粤北山区的文化产业发展层次普遍较低，文化产业增加值最低的云浮市仅占全省文化产业总量的 0.3%，区域发展严重不平衡。

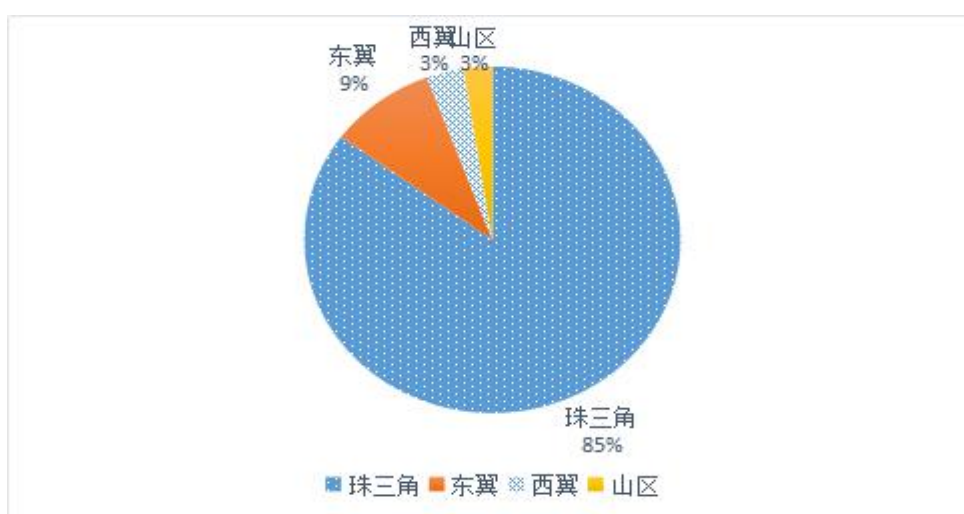


图 3 全省文化产业增加值地区分布情况

（三）文化产业经营分散，市场化程度较低。

“小、散、弱”一直是我省文化产业发展的症结所在。2018年，在全省全部文化产业法人单位中，大型企业408家，占比仅为0.1%；中型企业2215家，占比为0.7%；小型企业30936家，占比为10.4%；微型企业数量最多，为26.39万家，占比88.7%。小微型文化企业占文化产业法人单位比重为99.1%，占据文化市场主体的绝对主导地位。换句话说，在现有的文化产业领域中，大规模、高水平、产业链完整的文化骨干企业数量不足，限制了我省文化产业的整体竞争力和影响力。特别是创意设计、动漫游戏、数字传媒等文化新业态，企业规模较小，缺乏相应的技术条件，企业的创收能力明显不足。

三、几点建议

（一）高度重视文化产业对广东经济增长的推动作用和社会发展的稳定作用。

文化既是人民生活的需要、民族昌盛的标志，也是民族发展的根本，大力发展文化产业既是当前发展阶段的选择，也是我省调结构转方式的重要举措。文化产业以创新、创意为源头，其产业链长、资源消耗低、环境污染少，是广东经济发展的新亮点，在当前经济形势下须引起格外关注。

目前广东正处于经济转轨和社会转型的关键时期，大力发展文化产业可以成为推动广东省经济发展的“助推器”。《广东省建设文化强省规划纲要（2011—2020年）》提出，到2020年，

全省文化产业增加值要达到 8000 亿元，约占全省 GDP 的 8%，真正成为经济发展的支柱产业。就 2018 年文化产业各项数据及发展趋势分析来看，这一纲要目标基本可实现。

（二）推动文化和科技深度融合，打造多元化文化新业态。

近年来，科学技术迅猛发展，科技创新已融合渗透到文化生产、传播、消费的各个层面和关键环节，成为文化产业发展的有力支撑和重要引擎。当前广东文化产业结构不尽合理，要积极推进文化产业与科技的深度融合，提高文化产业科技创新能力。

一是要用文化科技融合的创新理念，深入推进国家级文化和科技融合示范基地建设，培育文化科技产业集群。提升文化科技企业技术研发能力。二是引导和支持文化科技企业加大研发投入，加强技术研发机构和研发队伍建设，支持文化科技骨干企业建设高水平研发中心。三是鼓励文化科技企业重点发展文化装备制造业，以先进技术支撑文化装备、软件、系统研制和自主发展，加快科技创新成果转化，加强对重大关键技术的引进、输出和合作，着力打造“文化+科技”产业生态圈。

（三）加强文化科技人才队伍建设，缓解就业压力。

一是提升劳动者技能水平，完善劳动者知识结构，特别是对传统文化制造业转型升级中的遣散分流职工加强职业技能教育与培训，着力解决劳动者素质与新经济、新业态、新岗位要求不匹配的问题，缓解经济结构转型带来的就业压力。

二是大力加强对文化创意人才的培养。目前广东文化创意人

才缺乏，懂科技、懂管理的复合型人才十分稀缺，面对江浙等后起地区的强大竞争压力，人才流失现象又十分严重，要下大力气解决文化创意人才的培养、引进等问题。

三是推进产学研合作，完善人才培养机制。深化产学研合作的文化人才培养模式，推动文化科技创新课题研究。积极探索文化与技术、管理相结合的教育培养模式，优化大学生科技创业扶持机制，鼓励市场化程度高、社会责任感强的文化科技企业、园区、平台，联动高等院校及科研机构建立专业人才实训基地，重点加快创新型、复合型、外向型文化科技跨界人才培养。

供稿单位：社会科技统计处

撰 稿：王迎迎

责任编辑：刘建民

注释：

[1]文化及相关产业：根据国家统计局《文化及相关产业分类（2018）》，文化及相关产业是指为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合。范围包括：一是以文化为核心内容，为直接满足人们的精神需要而进行的创作、制造、传播、展示等文化产品（包括货物和服务）的生产活动。具体包括新闻信息服务、内容创作生产、创意设计服务、文化传播渠道、文化投资运营和休闲娱乐休闲服务等活动；二是为实现文化产品的生产活动所需的文化辅助生产和中介服

务、文化装备生产和文化消费终端生产（包括制造和销售）等活动。

[2]新业态特征明显的 16 个行业小类是：广播电视集成播控，互联网搜索服务，互联网其他信息服务，数字出版，其他文化艺术业，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，其他文化数字内容服务，互联网广告服务，互联网文化娱乐平台，版权和文化软件服务，娱乐用智能无人飞行器制造，可穿戴智能文化设备制造，其他智能文化消费设备制造。

[3]文化骨干企业指规模以上文化制造业企业、限额以上文化批发零售业企业和规模以上文化服务业企业的总称，具体包括：年主营业务收入在 2000 万元及以上的文化制造业企业；年主营业务收入在 2000 万元及以上的文化批发企业或年主营业务收入在 500 万元及以上的文化零售企业；从业人数在 50 人及以上或年营业收入在 1000 万元及以上的文化服务业企业（其中文化和娱乐业的年营业收入在 500 万元及以上）。