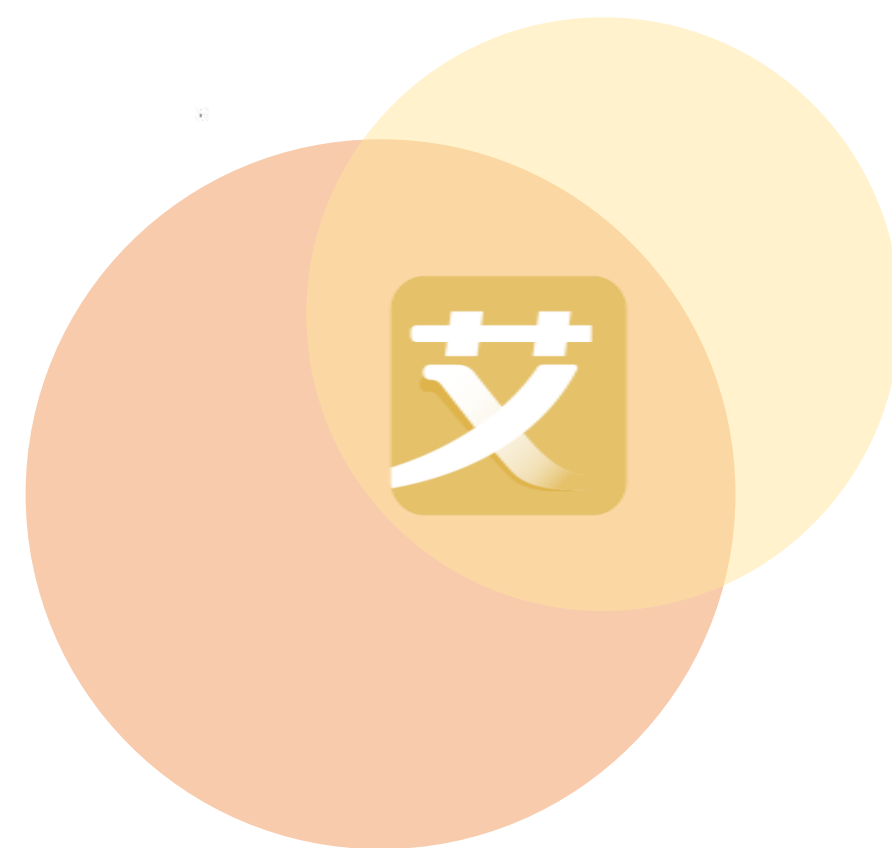


# 2018中国文化创意产业现状及发展趋势分析报告



报告发布机构：中国文创产业大会组委会

数据支持单位：艾媒咨询



# 中国文创产业发展背景分析

## 政策、经济、社会、科技共同推动文创产业发展

### 迎着良好的政治环境顺势而上

- 在国家政策支持下，文化创意产业作为新兴产业已然发展成经济发展的重要支撑。一系列政策的出台，让我们看到的国家的决心与信心

### 平稳增长的经济态势保驾护航

- 2017年中国GDP总量超82万亿，全年增速6.9%。第一产业增加值65468亿元，比上年增长3.9%；第二产业增加值334623亿元，增长6.1%；**第三产业增加值427032亿元，增长8.0%**。由此可见，我国的第三产业包括文化创意产业保持较快发展

### 消费升级，全民文化意识提升

- 在生活水平不断提高的背书之下，全民的文化意识也不断提高，但文化创意产业的供给却呈现缺口。当今态势，人们期待更多优秀的作品和文化实体能够给他们的生活带来精神上的满足和鼓舞

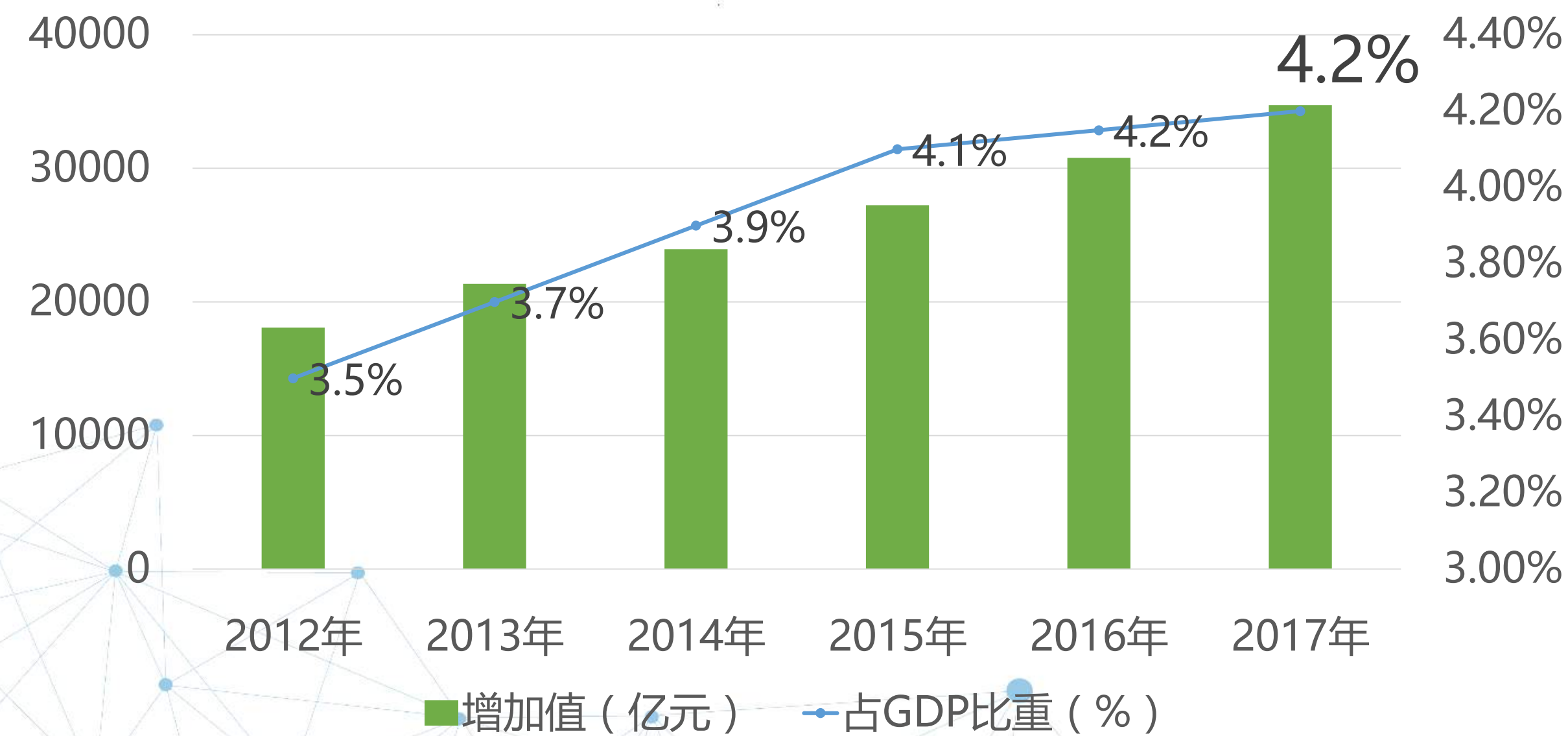
### 引领创新的技术为行业背书

- 引领创新的技术为行业背书：大数据、云计算、互联网+和人工智能、5G。在一片大好的科技语境之下，文化创意产业也有了新的样式和姿态



## 十八大以来中国文创产业发展态势

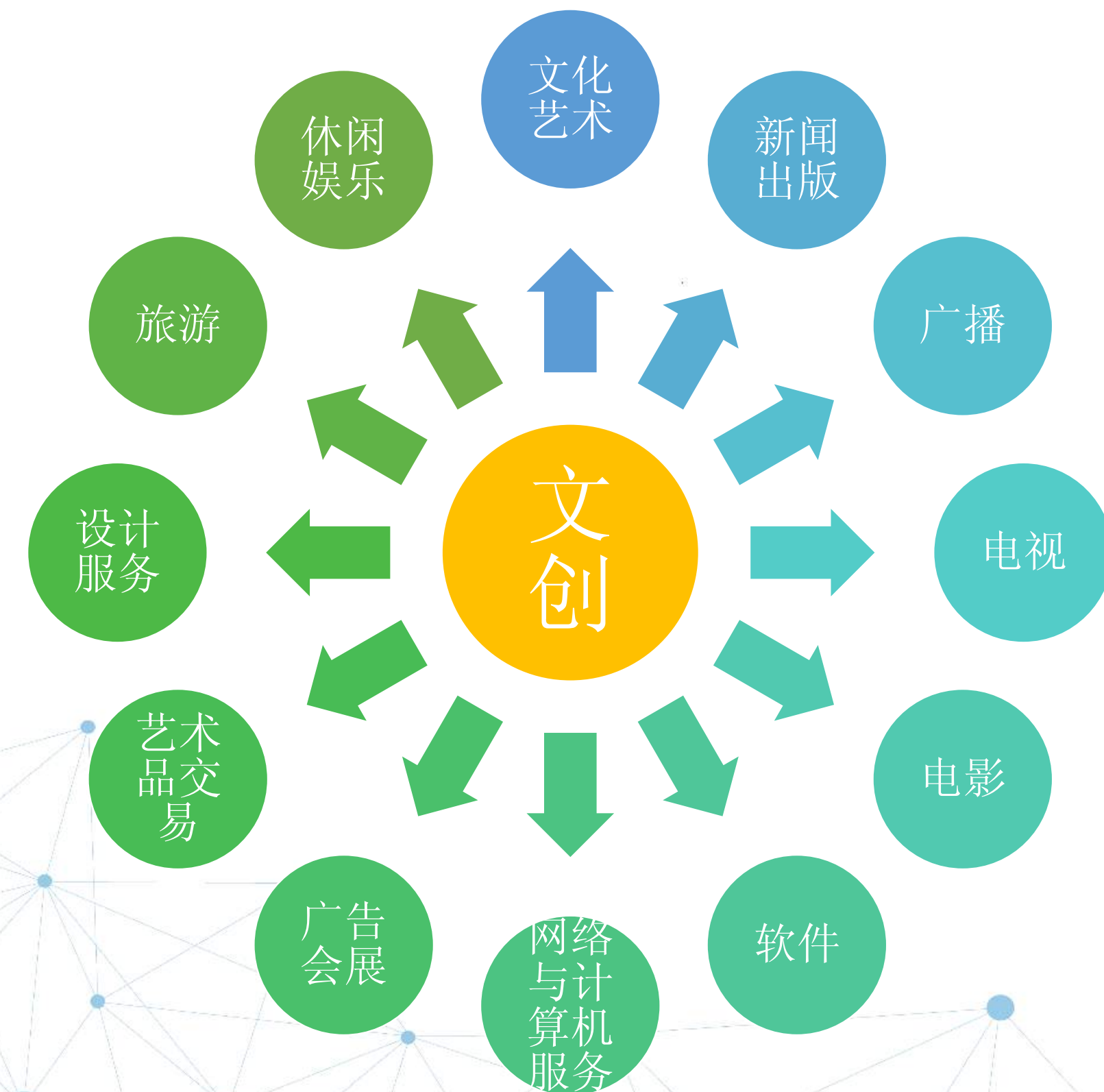
2012-2017年中国文化产业增加值及占GDP比重



2017 年中国文化单位机从业人员数

248.3  
万人

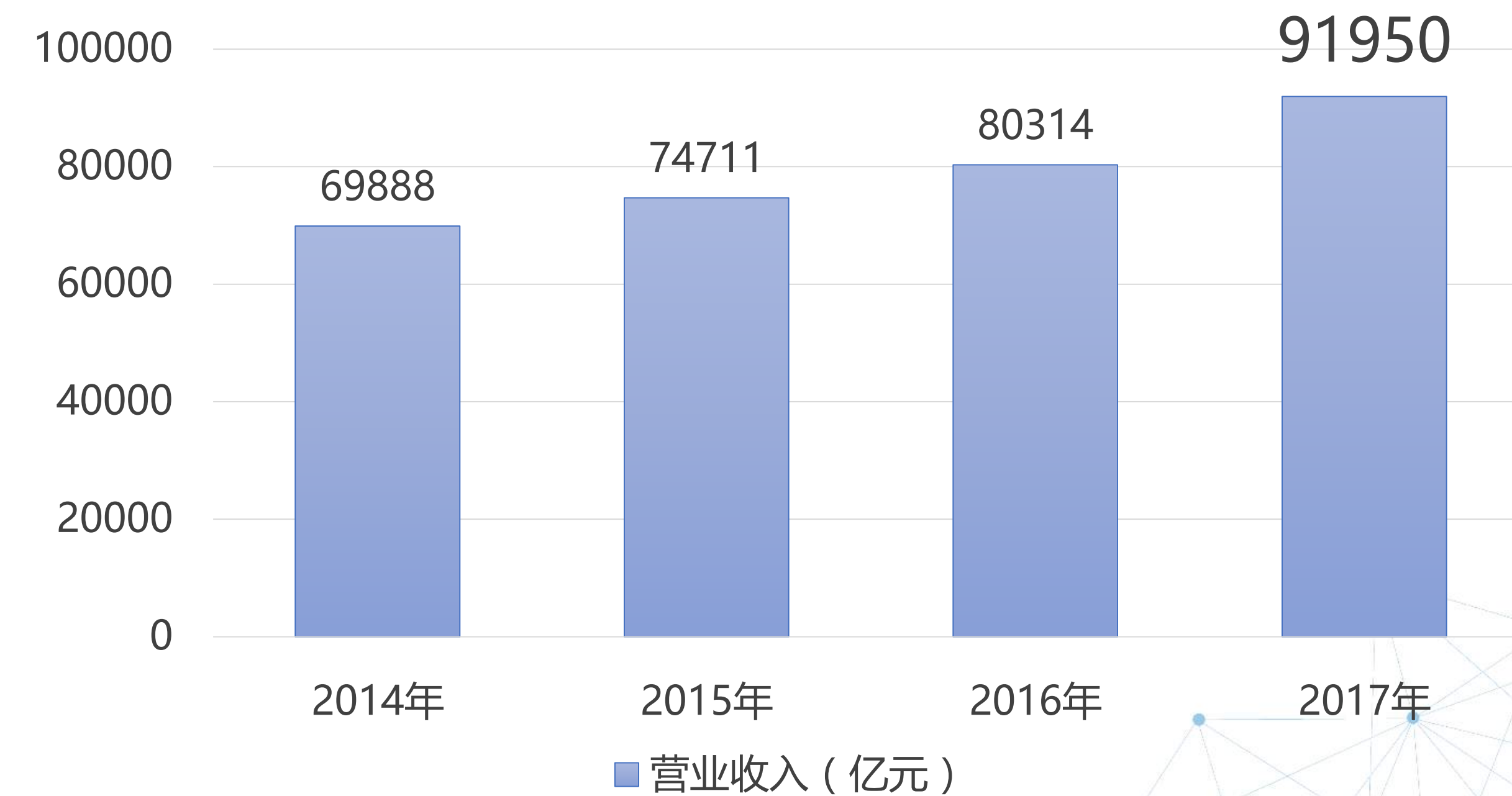
- ◆ 2017年全国文化及相关产业增加值为**34722亿元**，占GDP的比重为**4.2%**，比上年提高0.06个百分点；
- ◆ 文化核心领域创造的增加值为**22500亿元**，比上年增长14.5%，占文化及相关产业增加值的比重为64.8%；
- ◆ 文化相关领域创造的增加值为**12222亿元**，增长9.8%，占比为35.2%。



国家统计局发布数据显示，2017年全国文化及相关产业增加值为**34722亿元**，占GDP的比重为**4.2%**，比上年提高0.06个百分点，继续向国民经济支柱性产业迈进。

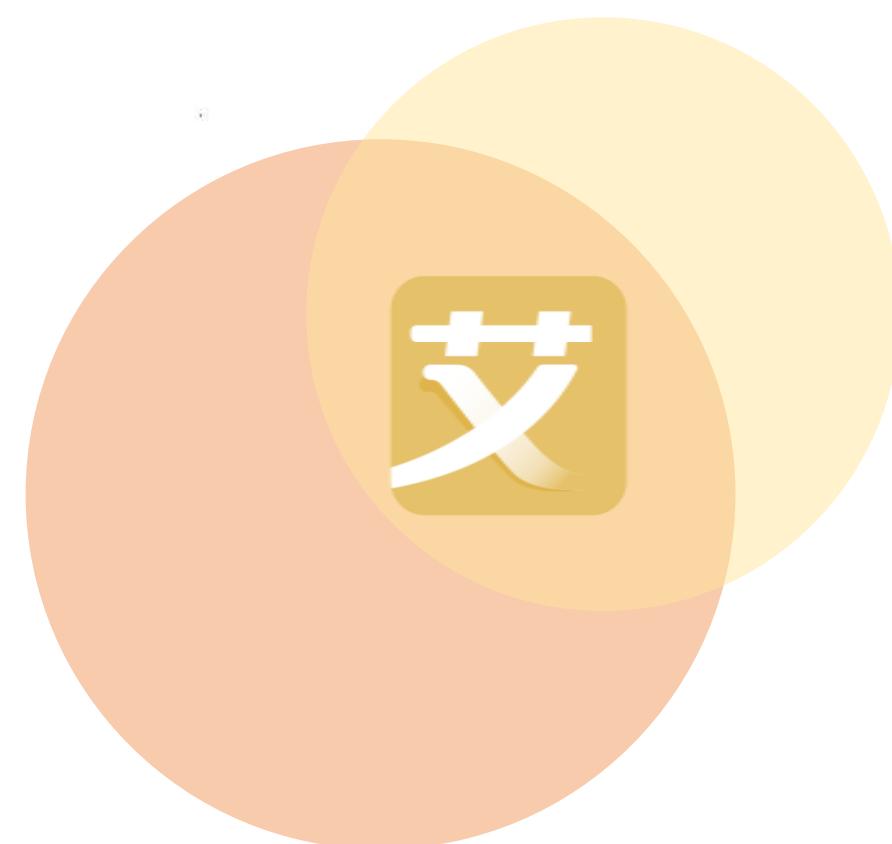
文化产业总体融资规模不断扩大。2017年文化产业融资总额**3418.12亿元**，比2016年2561.11亿元增长33.5%。

2014年-2017年文化及相关产业企业营收情况



数据来源：艾媒咨询 (iiMedia Research)





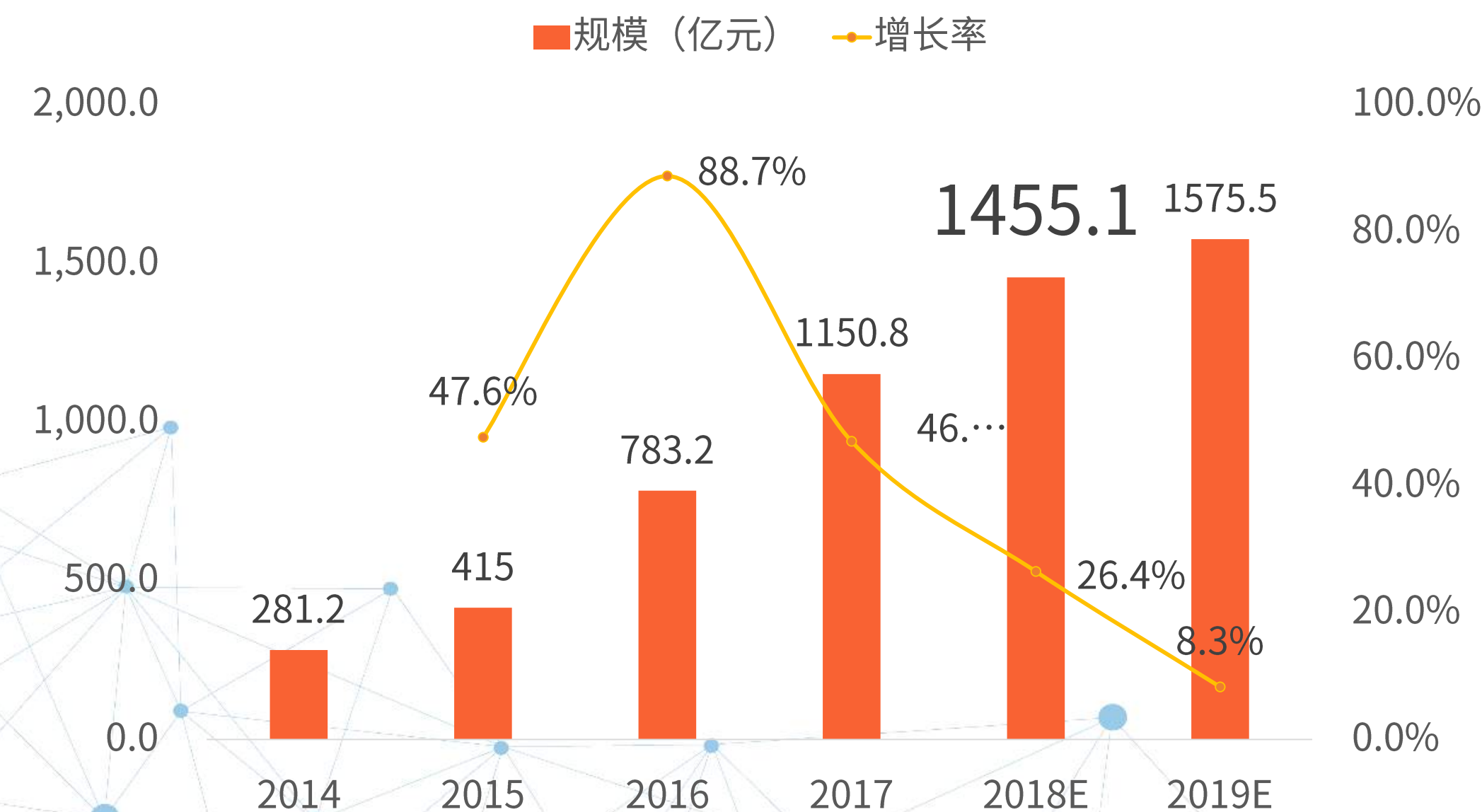
# 数据：各细分领域



## 文创细分：游戏产业（出海+电竞）

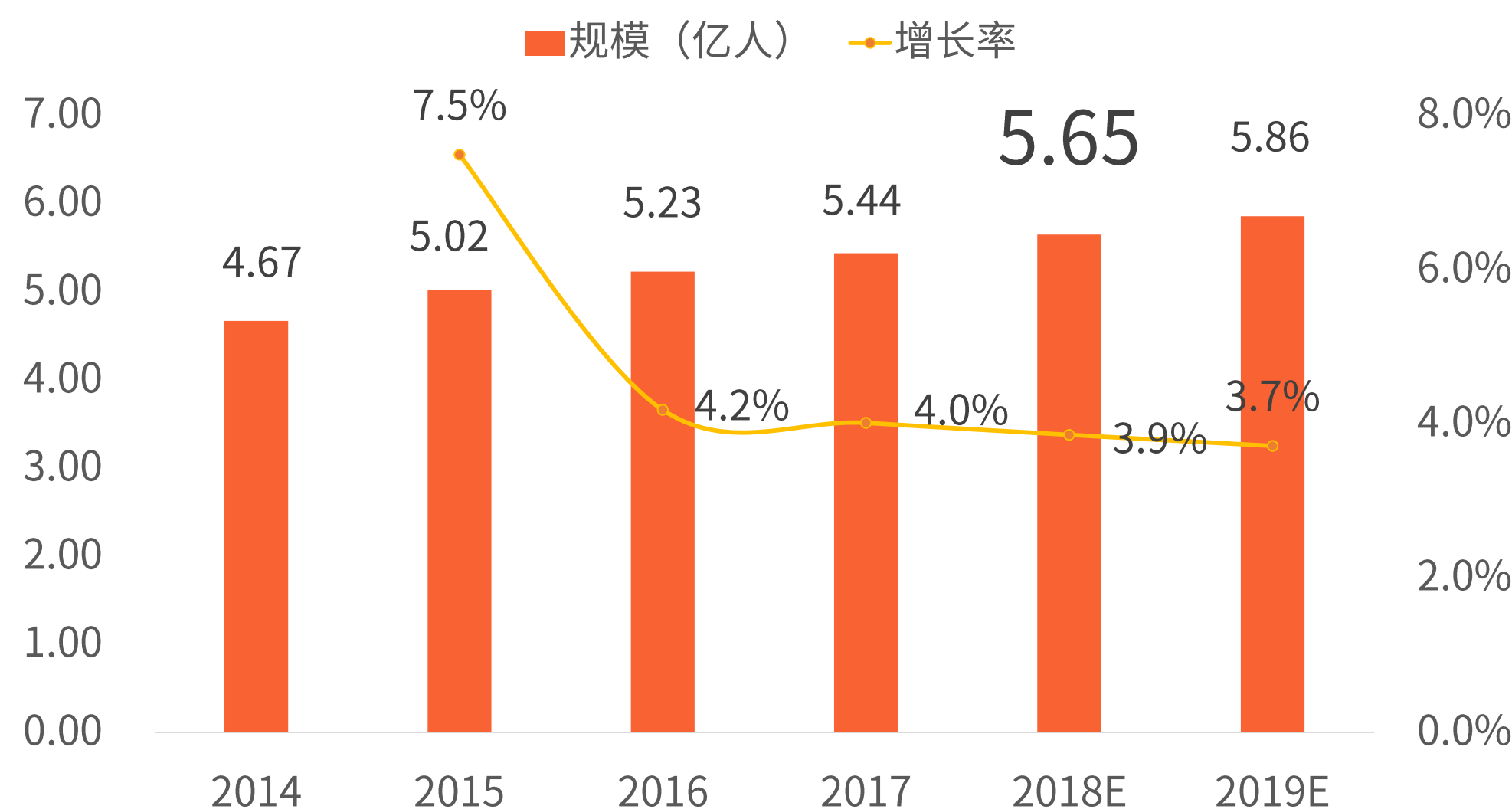
### 中国手机游戏市场规模

2014-2019年中国手机游戏市场规模及预测



### 中国手机游戏用户规模

2014-2019年中国手机游戏用户规模及预测



### 2017中国手机游戏出海概况



艾媒咨询分析师认为，游戏产业是文化产业中的重要组成部分，也是全球最容易共通的文化服务产品，具有很强的海外拓展能力；手机游戏出海不仅可以拓宽游戏厂商的盈利渠道，而且可作为中国文化对外输出的快捷路径，手机游戏可通过在游戏场景和人物等符号的设置中添加中国文化特色元素，达到潜移默化的传播效果。

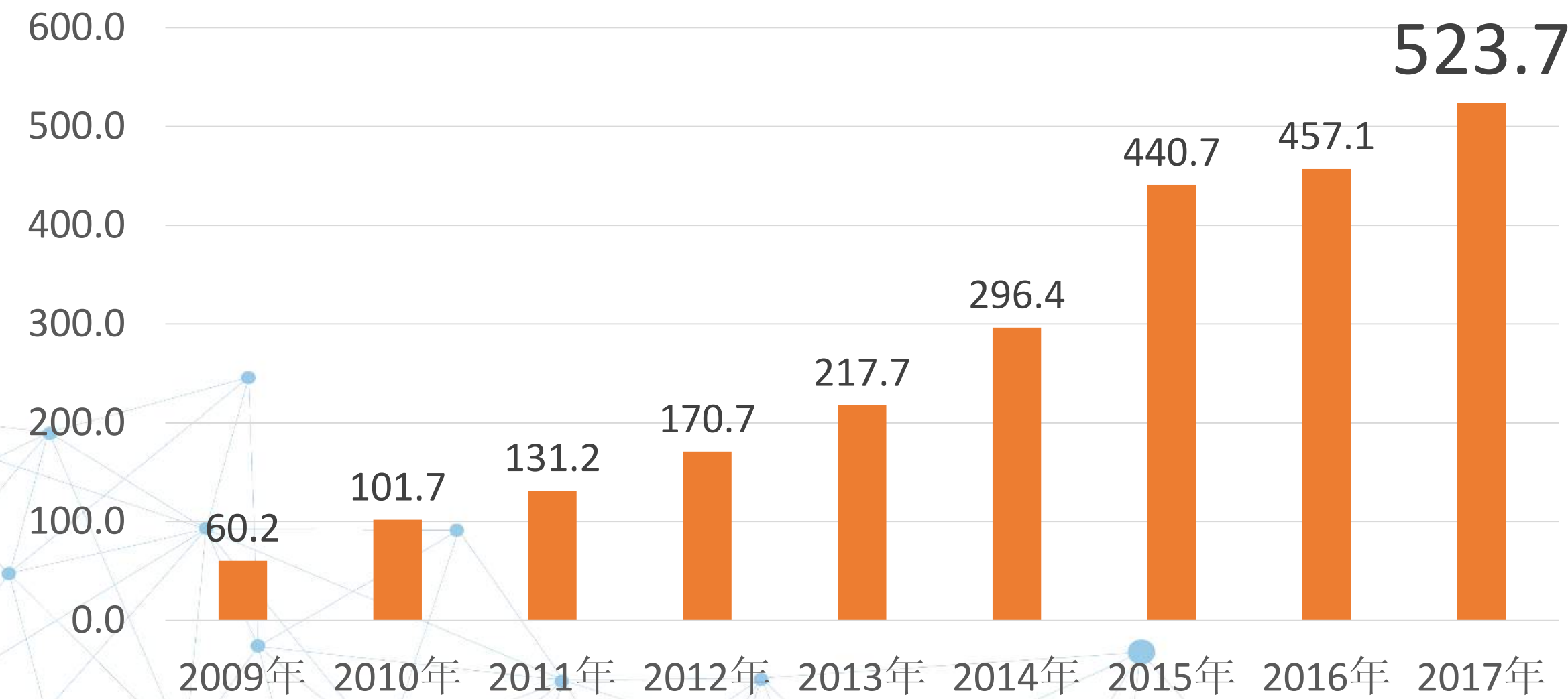
数据来源：艾媒咨询（iiMedia Research）



## 文创细分：电影

### 2009-2017年中国电影票房收入

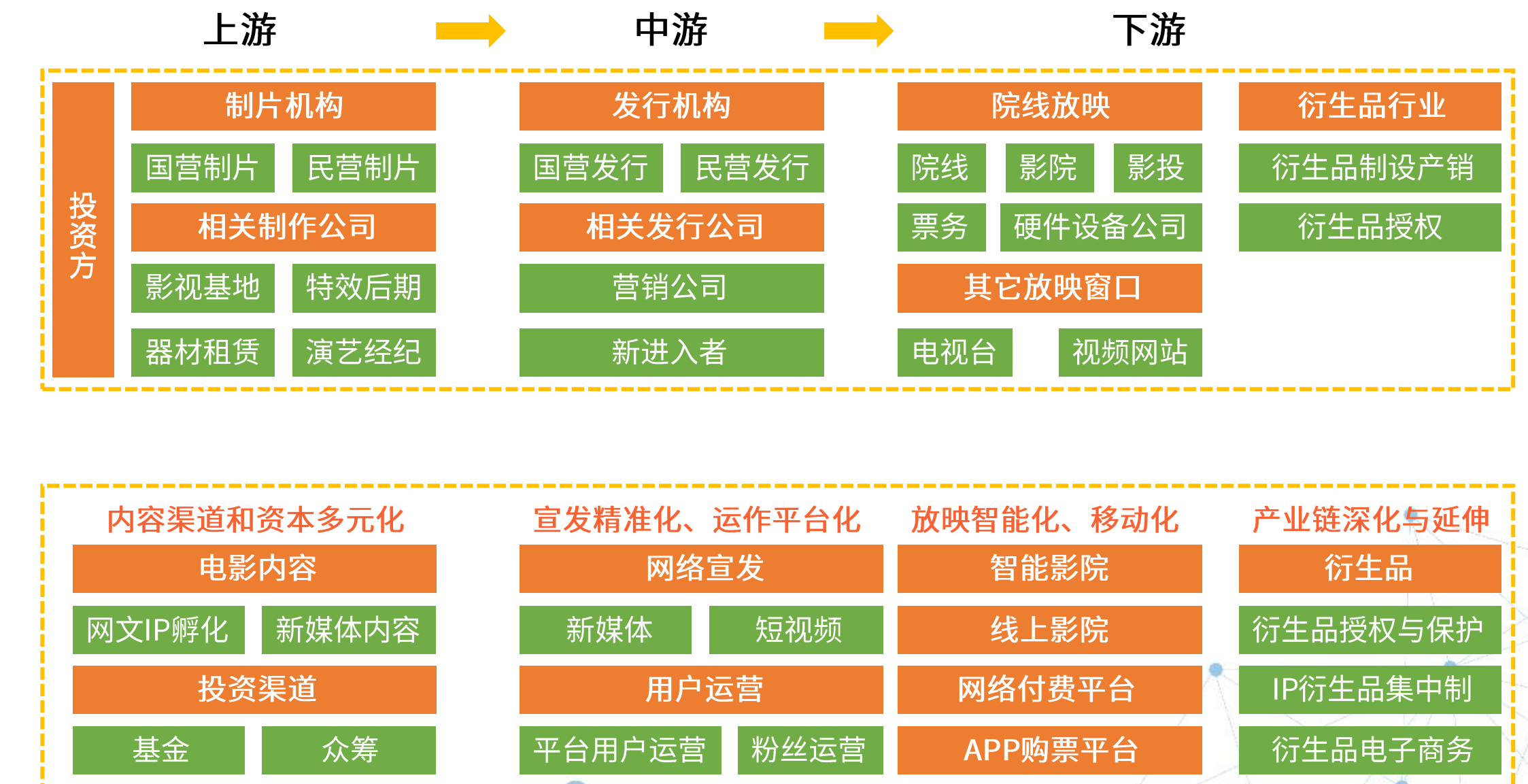
单位：亿元



2017年，中国电影票房收入达**523.7亿元**，占全球票房总量的约19%。

互联网的深度渗透给电影产业发展带来更多契机，中国电影公司需抓住“互联网+”这一风口，突破单一、单向的业务架构，构建立体的体系化协同平台，实现全产业链协同运营。

### 互联网背景下中国电影产业链条创新驱动方向

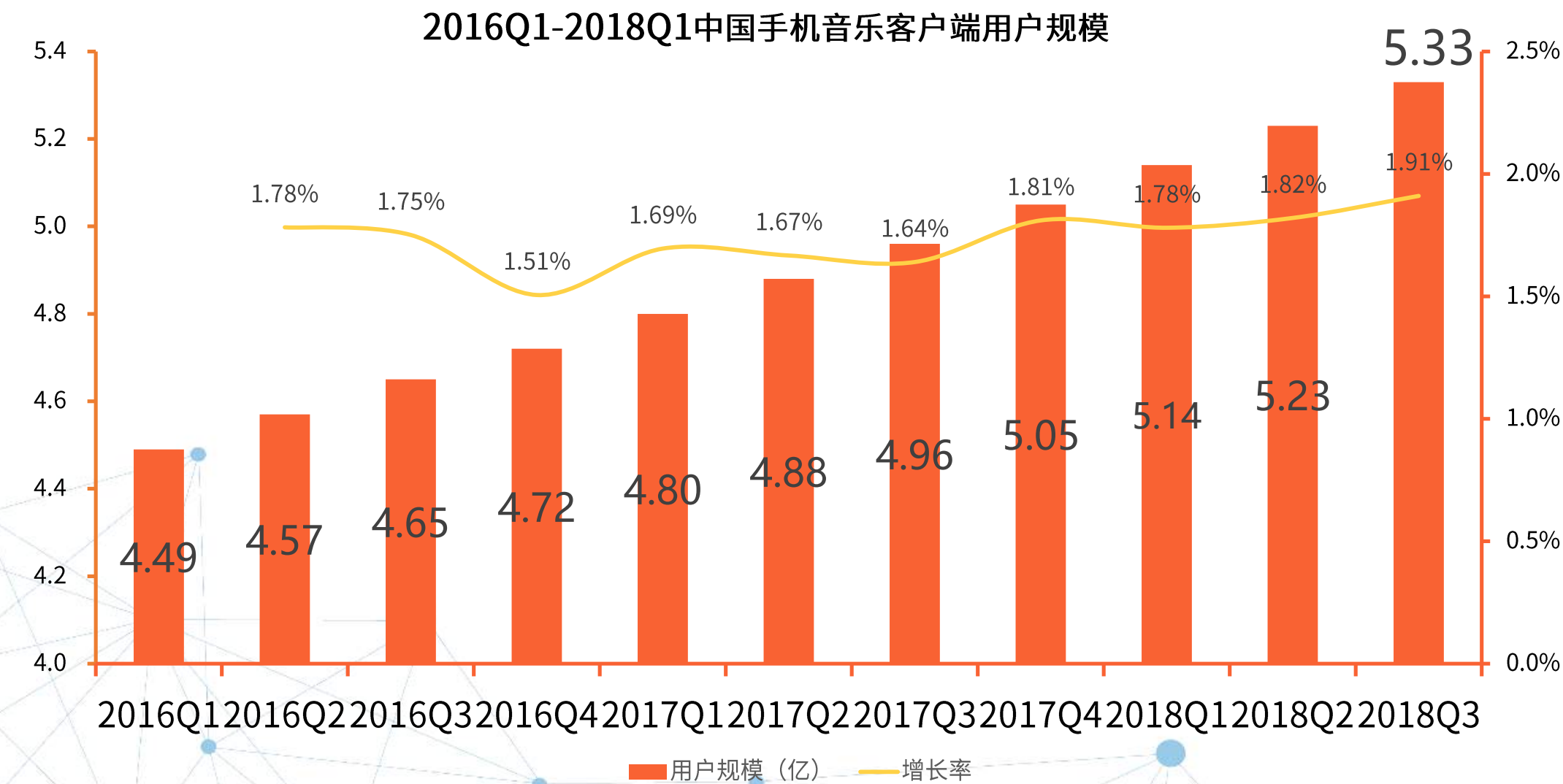


数据来源：艾媒咨询（iiMedia Research）



## 文创细分：音乐产业

### 中国手机音乐客户端用户规模达5.33亿



应用	行业分类	活跃人数 (万)	环比增幅 (%)
QQ音乐	音乐	27,502.90	+0.28%
酷狗音乐	音乐	25,003.07	-3.39%
酷我音乐	音乐	10,257.81	+3.41%
网易云音乐	音乐	8,240.81	+7.86%
虾米音乐	音乐	3,054.96	-9.63%
咪咕音乐	音乐	2,154.80	+4.48%
小米音乐	音乐	1,723.53	0
音悦台	音乐	1,045.77	+8.89%
爱音乐	音乐	426.99	+4.00%
千千音乐	音乐	333.89	+7.89%

### 手机音乐平台产业链



数据来源：艾媒咨询（iiMedia Research）

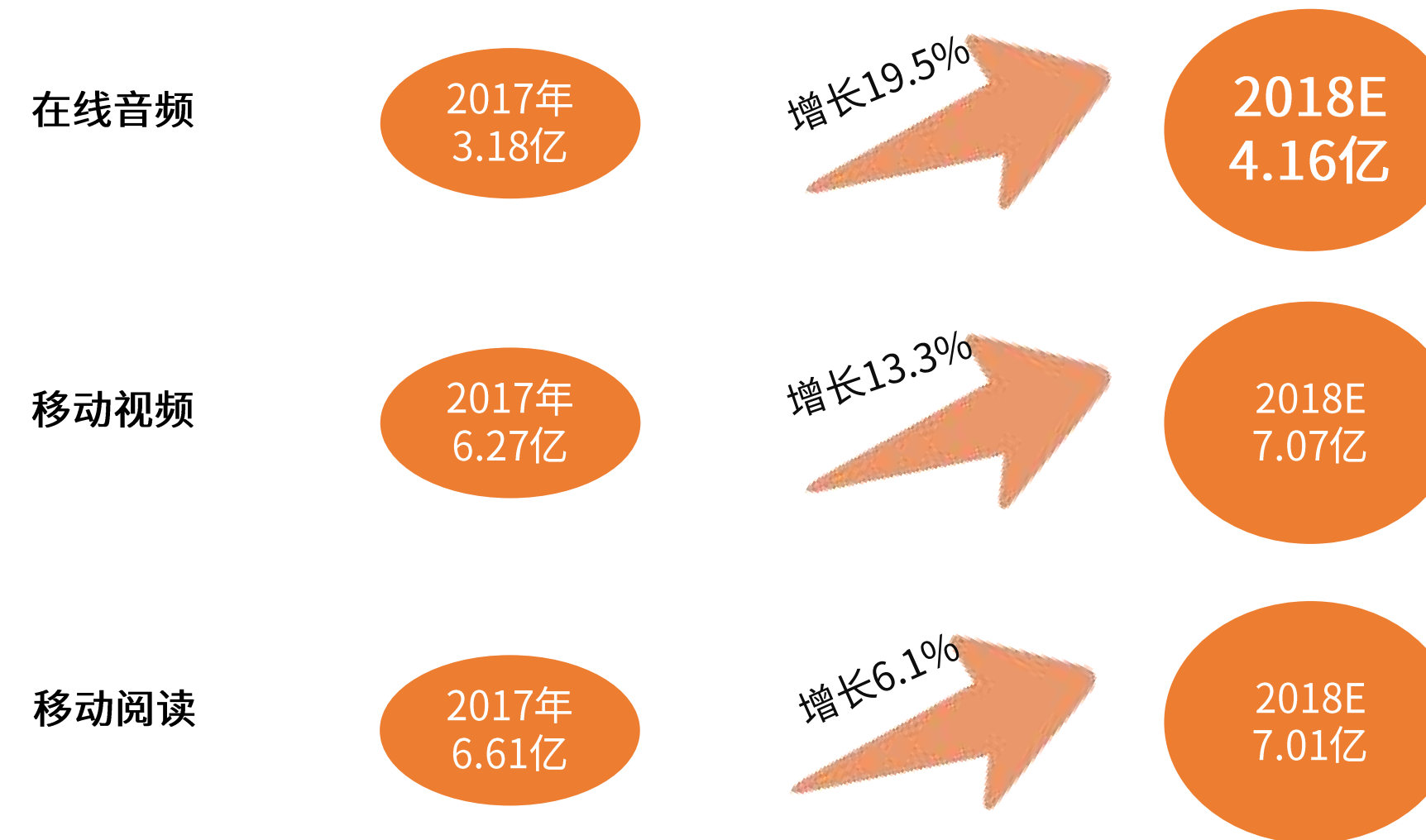


## 文创细分：音频

2018年在线音频用户规模增速预计达19.5%，  
相较于移动视频及移动阅读行业，呈现较快增速。

### 2018年中国在线音频行业增速快

2017-2018年中国在线音频、移动视频、移动阅读用户规模及预测



### 2018上半年中国在线音频行业商业模式探讨

	音频行业商业模式		
	知识付费		语音互动
主要内容模式	PGC（专业生产内容）		UGC (用户生产内容)
	PUGC（专业用户原创内容）		
	整合版权资源		
	增加应用场景		
主要盈利模式	广告盈利	位置广告、音频广告、品牌电台	
	粉丝经济	粉丝打赏、付费收听	
	智能硬件	针对车主、儿童等目标人群，推出智能产品	
代表企业	 		

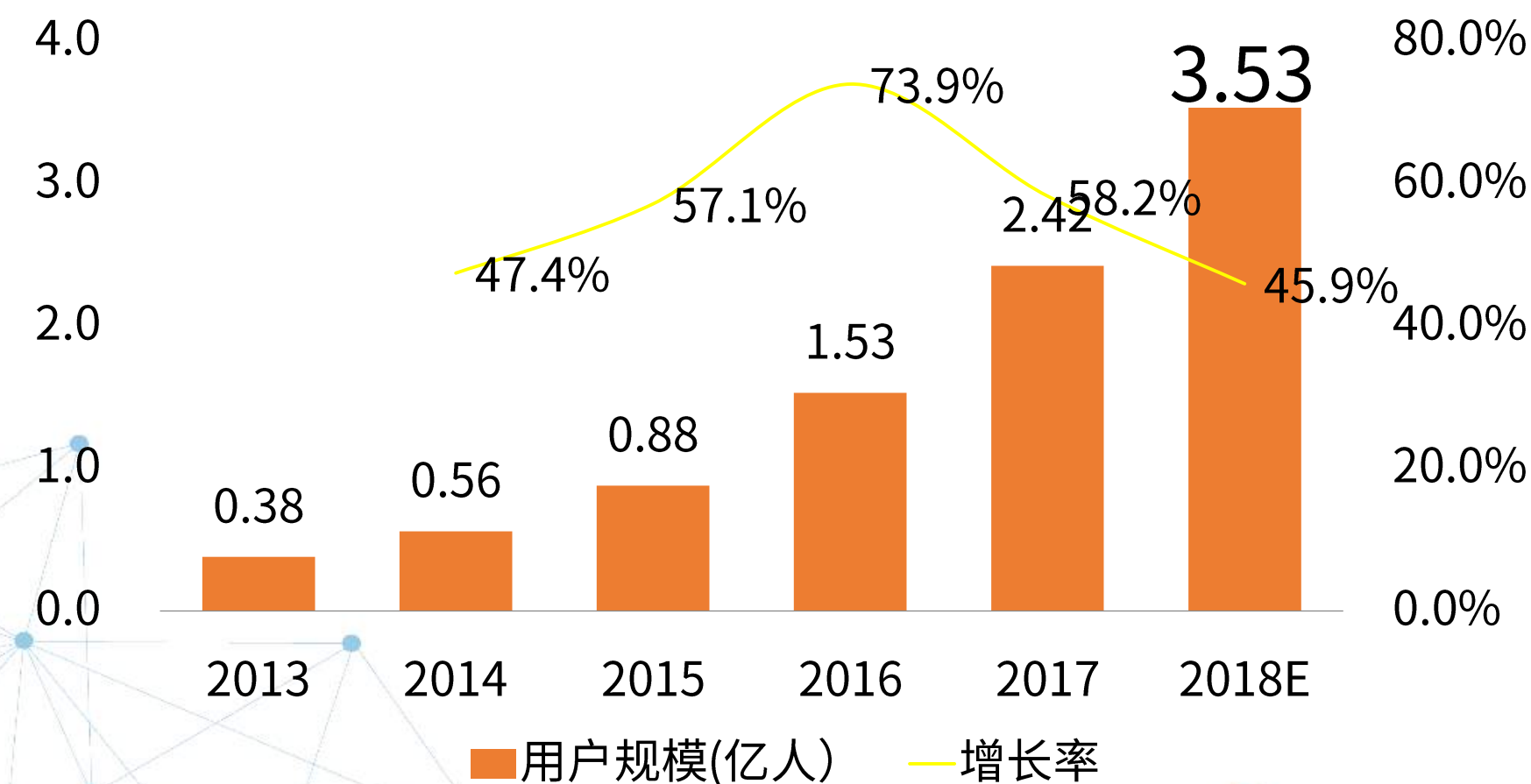
数据来源：艾媒咨询（iiMedia Research）



## 文创细分：短视频

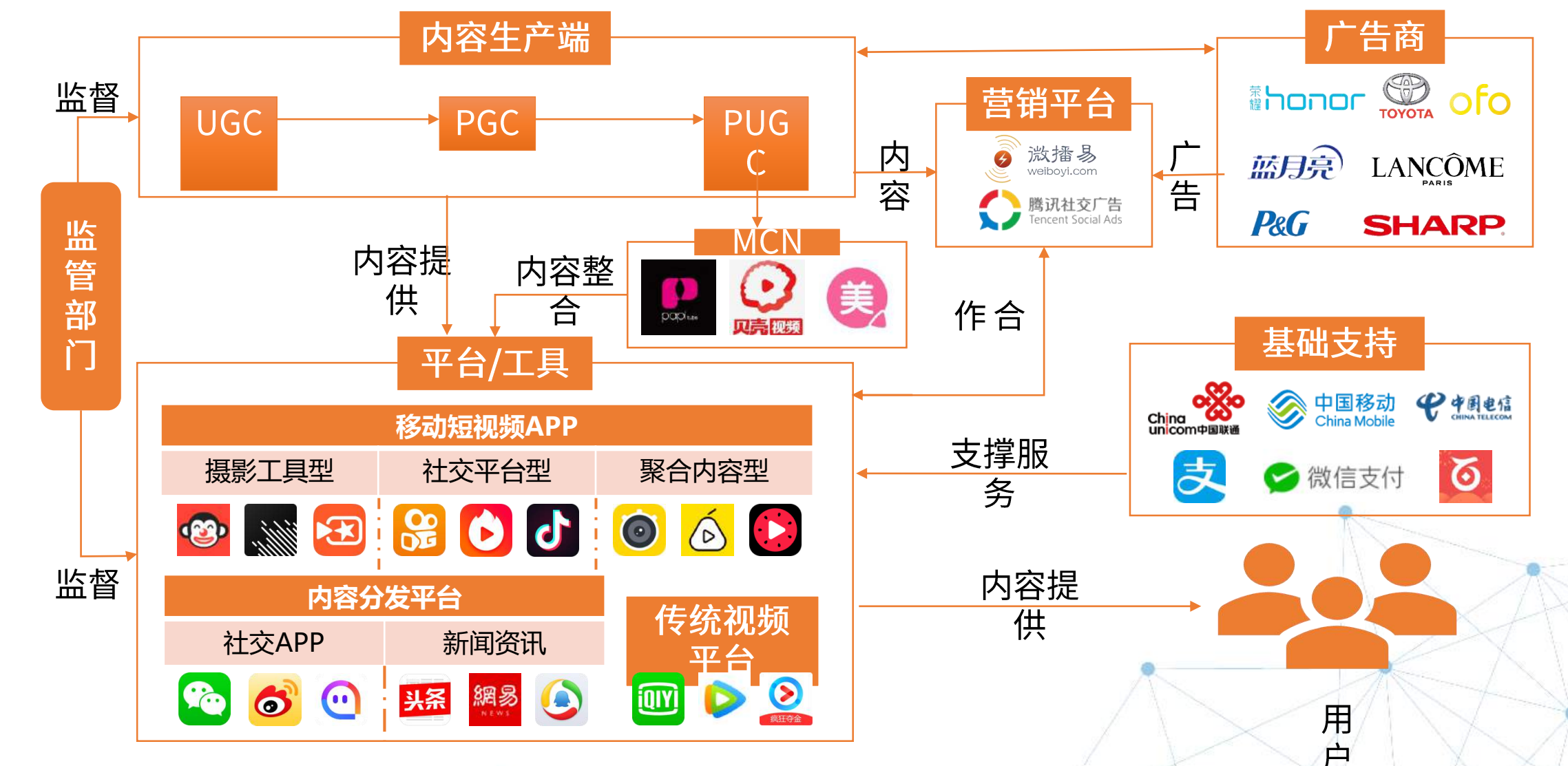
2018年中国短视频用户规模将达3.53亿人

2013-2018年中国短视频用户规模及预测



应用	行业分类	活跃人数 (万)	环比增幅 (%)
快手	短视频	23,511.17	+7.25%
抖音短视频	短视频	21,283.25	-0.91%
西瓜视频	短视频	6,640.92	-0.85%
火山小视频	短视频	4,703.01	-0.15%
快视频	短视频	3,371.01	-4.23%
波波视频	短视频	2,408.89	-3.28%
美拍	短视频	1,507.46	-7.34%
秒拍	短视频	1,374.43	-1.66%
百度好看视频	短视频	1,154.92	-3.85%
腾讯微视	短视频	1,106.22	+5.59%

## 中国短视频产业链



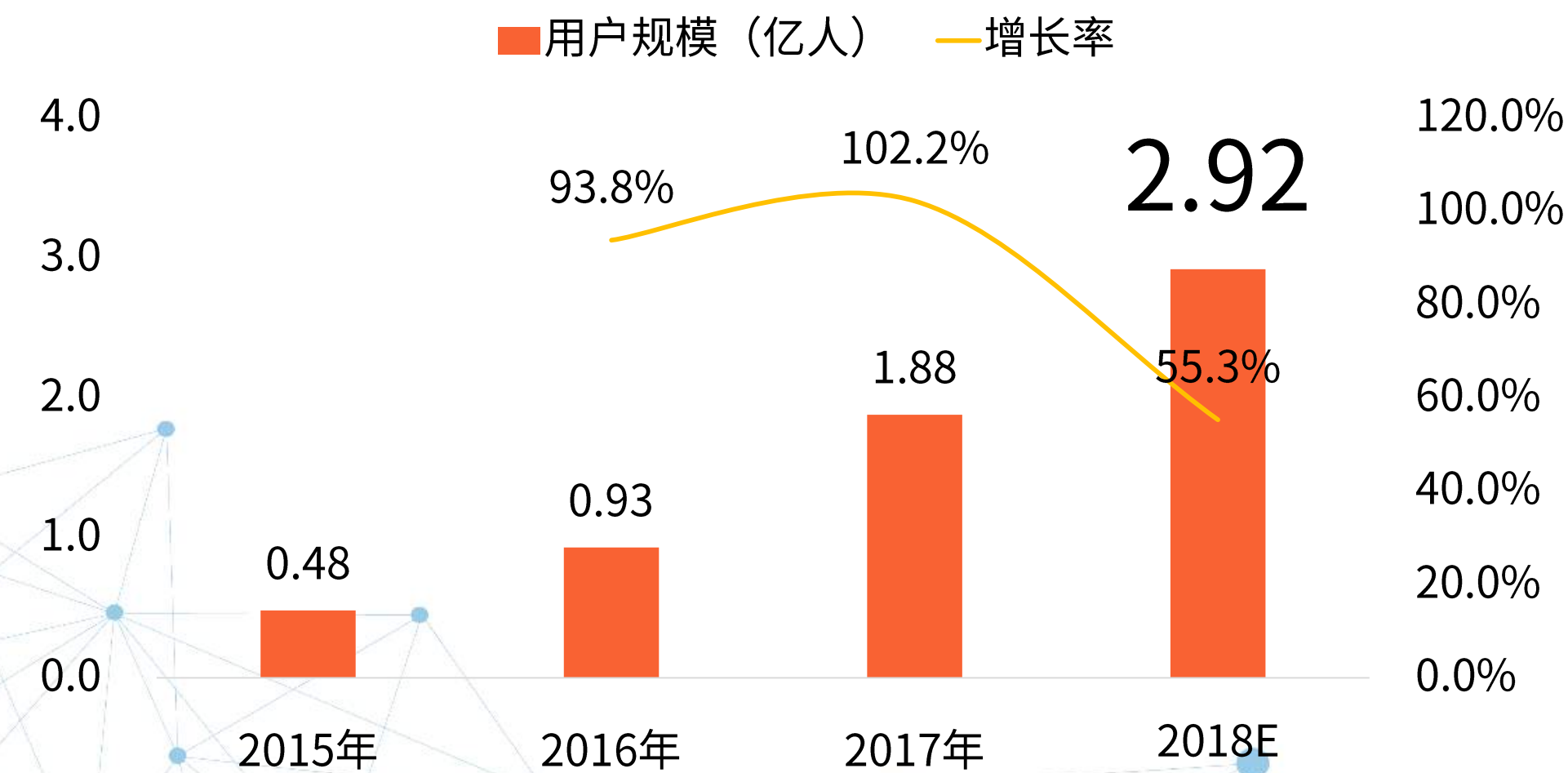
数据来源：艾媒咨询 (iiMedia Research)



## 文创细分：知识付费

2018年知识付费用户将达2.92亿人

2015-2018年中国知识付费用户规模及预测



## 知识付费产业主要盈利模式

### 内容付费模式

核心是生产或购买优质的知识内容，再通过付费订阅等形式销售，内容质量是核心竞争力。

### 产品/服务提供模式

SaaS工具型产品提供技术支撑和运营解决方案，核心是服务销售。如小鹅通为课程研发者提供深度服务。

### 广告盈利模式

根据平台播放量或者阅读量而获取广告收入，包括广告分成和原生广告收益。

### 产品闭环模式

通过知识付费产品进行市场教育，导入产品营销，实现产品闭环。如飞慕课聚焦家庭成长教育，通过知识服务促进用户家庭成长，形成可持续变现闭环。

## 盈利模式

## 中国知识付费行业格局

### 平台型产品：

互联网平台推出知识付费产品，借助平台用户基础及技术优势，为知识付费产品导流。



### 内容型产品：

起家于微信生态下的自媒体知识付费平台，部分产品后续推出PC及移动端产品，注重内容输出。



### 工具型产品：

SaaS型工具产品，作为第三方技术提供商，为内容生产者提供技术支撑和运营解决方案。



优势

- 流量优势：产品借助原平台用户基础，具有流量优势，且通过第三方平台技术支持提高了用户的产品体验，增加用户粘性。



优势

- 规模化获取用户能力：起源于自媒体，更具规模化获取用户能力，为课程内容聚合平台能广泛覆盖不同阶段和层次的用户。
- 客单价的提升能力：情感心理项目能延伸至心灵辅导和咨询等增值服务。



优势

- 技术优势：工具型产品支持嵌入微信公众号、APP等，支持内容变现、社群运营等技术。工具型产品可凭借技术优势获取用户流量，上线知识付费聚合平台，在一定程度上解决“流量依赖平台”的问题，同时避免出现付费内容利润被平台折扣的问题。

注：未穷尽所有平台，LOGO露出不涉及排名

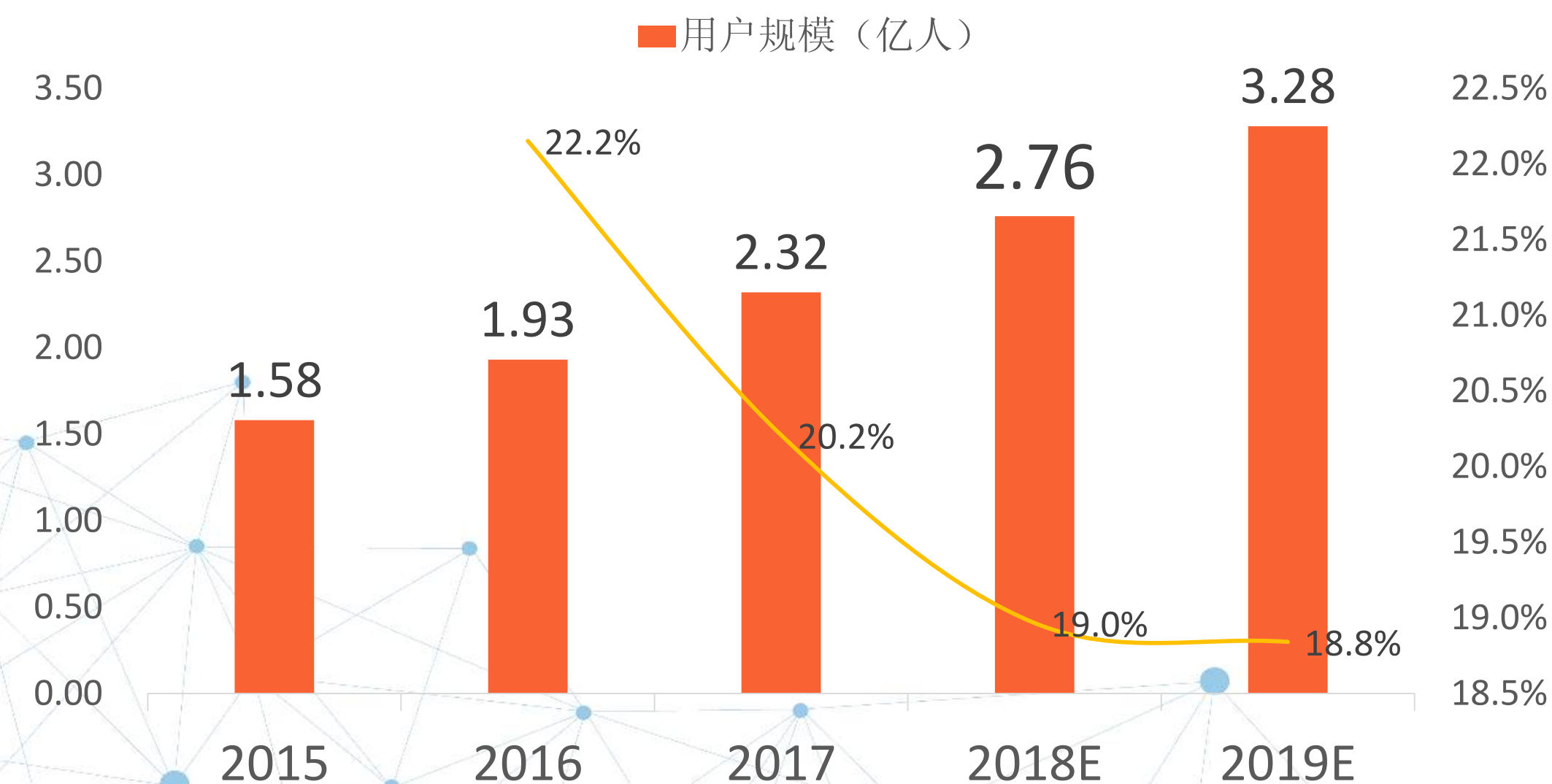
数据来源：艾媒咨询（iiMedia Research）



## 文创细分：二次元

### 2018年中国二次元用户将达2.76亿人

2015-2019中国二次元用户规模及预测



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018年中国二次元用户预计将达**2.76亿人**，2019年有望增至**3.28亿人**。

艾媒咨询分析师认为，近年互联网企业注重对日本动漫正版版权收购，同时加强国产动漫IP创作，而二次元IP结合手机游戏、电影等产业发展也进入快速发展期，推动中国泛二次元用户群体扩大，二次元用户规模稳定增长。

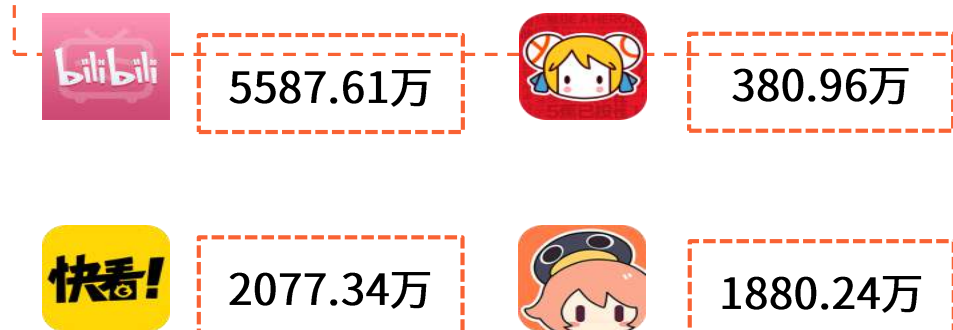


互联网逐渐取代传统渠道，使用户能更便捷地获取二次元内容

互联网推动信息传播速度和范围，二次元产品口碑传播效应加强

### 互联网发展扩大泛二次元人群

2018年4月中国垂直二次元APP月活跃用户分布



电影《你的名字》中国大陆票房情况



截至2018年5月，电影《你的名字》大陆票房已突破5.7亿元人民币

扩大泛二次元人群

互联网发展扩大了二次元文化覆盖面和传播广度，更多非核心层次二次元人群有机会接触、了解二次元内容及文化，泛二次元群体不断扩大。泛二次元用户一般具有较强的消费能力，且其市场目前还处于待开发阶段，扩大对该部分群体的覆盖有利于二次元文化的传播发展。

数据来源：艾媒咨询（iiMedia Research）



## 文创产业问题追踪

文创人才短缺，教  
育培养与行业脱离

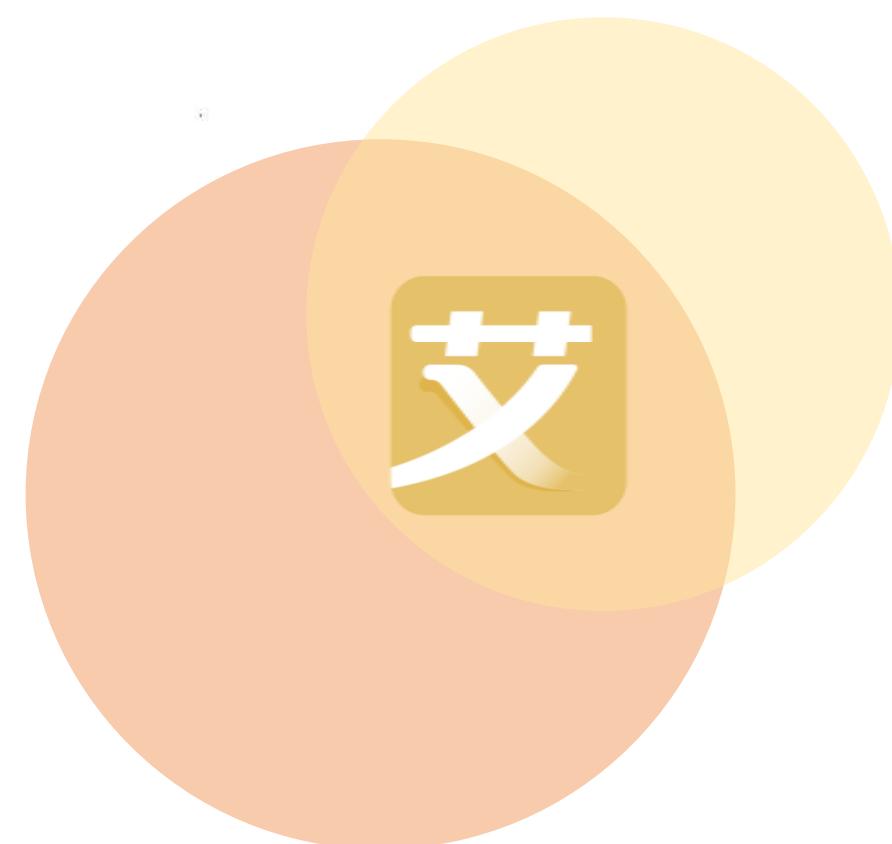
高质量内容和核心  
创意缺乏

法律政策有待完  
善，知识产权侵权  
问题制约产业发展

创意产业链不完  
整，产业集群效应  
有待提升

文化消费不足，区  
域发展不平衡





# 文创产业未来发展趋势初探及预测

## 趋势一：传统文化通过科技呈现更高级的文明

### 01 独享



中国的影视、动漫、文学等缺乏高质、有竞争的内容，经过国人多年努力，现状改观，但仍然是“内消”状态。

通过**文化活化、科技+传统、VR+传统文化**，  
为影视、动漫、文学的新样态为中国文创“出海”提供领先载体。  
令传统文化通过科技呈现更高级的文明，令文创产业由进口国向出口国转变。

千里江山图

古城遗址复原

视频游戏

### 02 分享



随着国际市场需求和影视、动漫、文学领域的精品IP层出不穷，优质游戏、剧集、网文、国漫等纷纷“出海”，文创出海走出第一步，未来会有更多具有竞争力的内容与世界分享。



## 趋势二：5G发展为文创产业带来更多的机会

5G发展将加速移动媒体、移动广告、家庭宽带和电视在内的内容消费，通过全新沉浸式和交互式新技术提升体验，释放增强现实（AR）、虚拟现实（VR）和新媒体的潜力。

5G+文创

=

场景

+

流量

+

超级入口



## 趋势三：基于大数据的文化创作正在逐渐普及



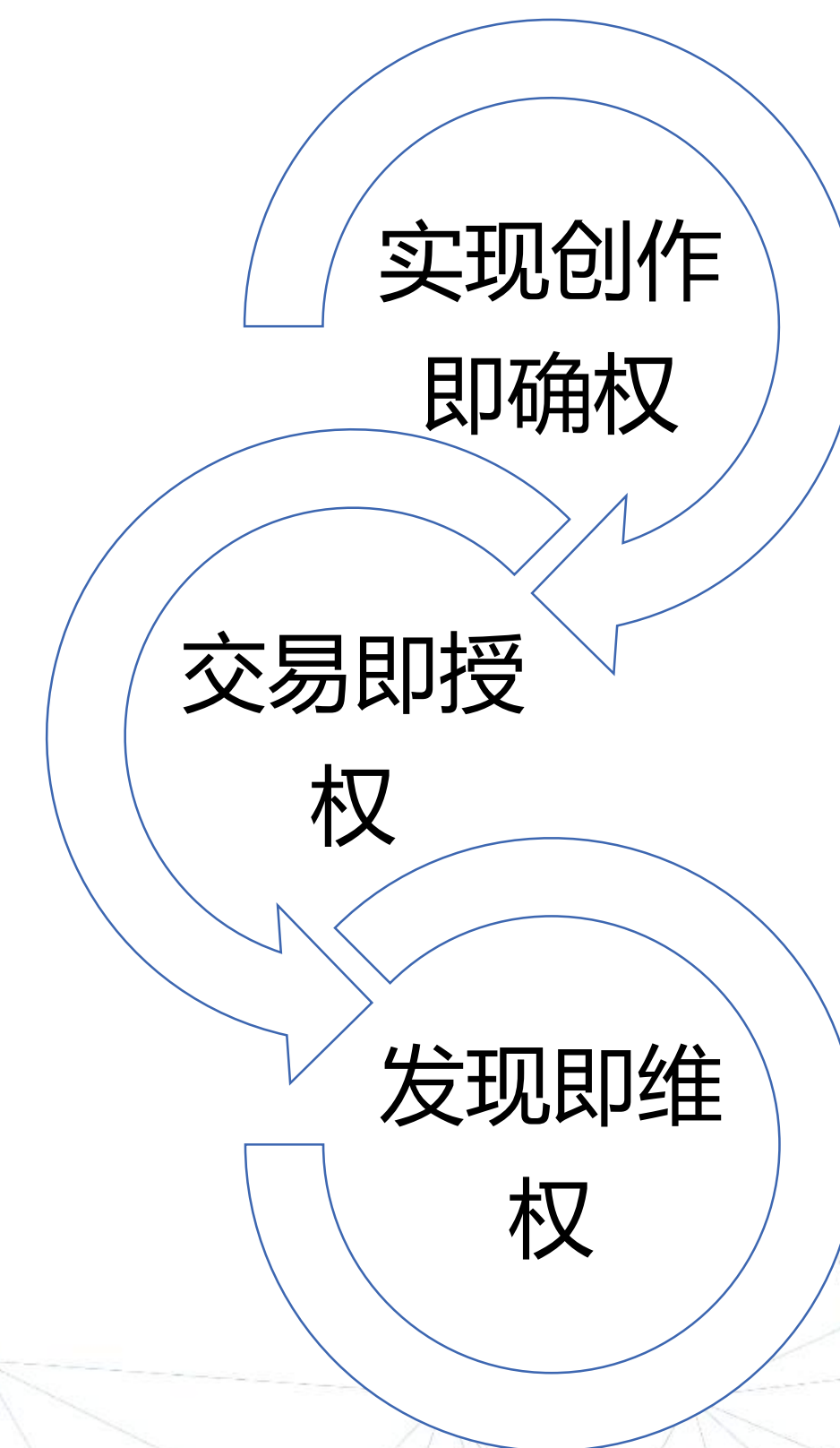
目前大数据+文创在电影行业的应用最普遍，  
但通过大数据进行文化创作仍然存有争议，  
需要不断完善阶段





## 趋势四：区块链对于文化版权保护的探索

区块链技术已经应用于中国的原创内容交易平台，在网络版权保护领域发挥作用。通过区块链技术，可以将数字作品的作者、内容和时间绑定，实现“**实现创作即确权，交易即授权，发现即维权**”，违规造假侵权的可能性将进一步降低。并且，数据将变成有价值资产，分享数据能获得利益。





## 趋势五：消费升级、消费分级

### 消费升级：精品化、情感化

如马斯洛理论提出的，在用户自身物质消费得到满足后，就会有精神消费等更高层次的需求，全面消费升级的趋势未来仍然强劲。

VS

### 消费分级：圈层化、分级化

随着用户需求的多元化，消费分级的趋势也日渐明显。高端产品、严选类产品和拼购产品都占据一定市场。。



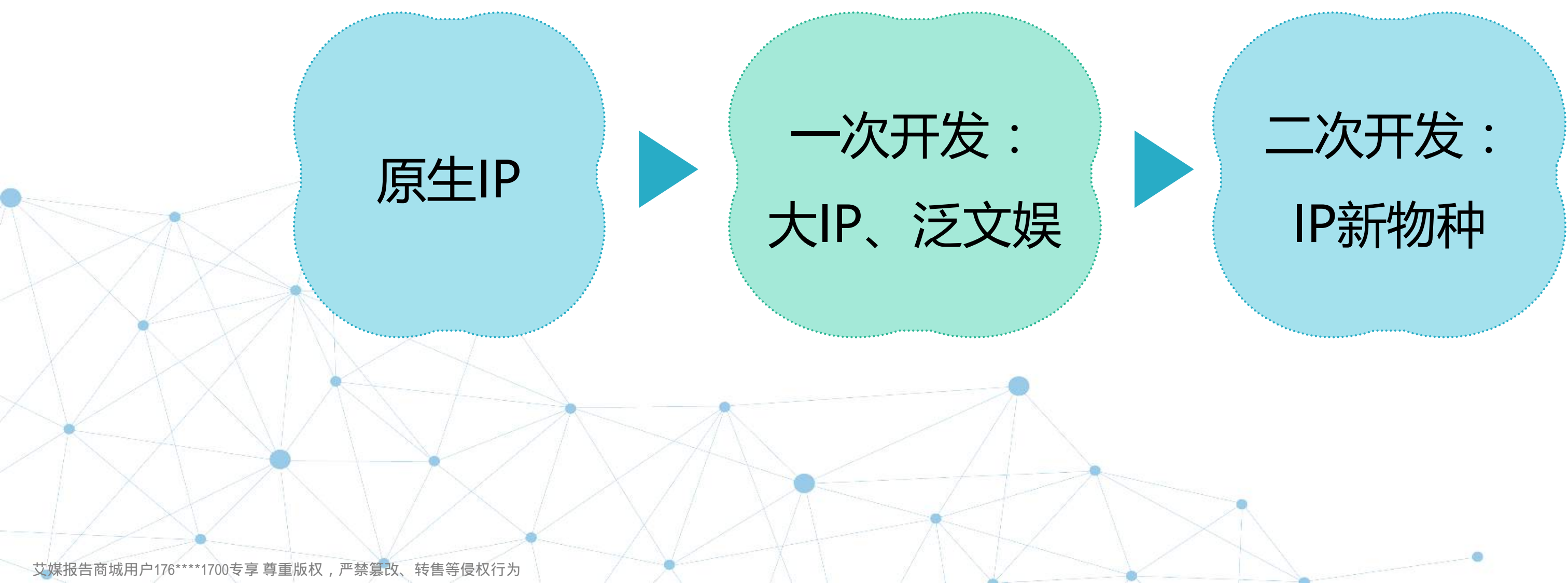
## 趋势六：移动支付与知识付费进一步激活文化需求

63.6%

- 知识付费潜在用户基数庞大，用户开始呈现**大众化**发展趋势
- **63.6%**的受访知识付费用户使用知识付费产品主要目的是为了获取专业知识，用户消费已逐渐趋于**理性**
- **平台型**产品借助本身大流量优势覆盖众多用户，**内容型**产品借助社交流量优势也得以迅速提升影响力



## 趋势七：IP发展带动文创产业融合，推动衍生品产业和城市IP发展



### 传统城市IP

景德镇、熊猫之乡、名人故居等

IP演变

### 新式城市IP

赋予IP形象特殊的人物化标识，通过生活化、场景化、体验化、互动化的网络直播、赛事活动、综艺活动等渠道进行营销策划和日常运营。



## 趋势八：金融前置拉动文创产业发展

01

传统文创投资模式

资本前置

02

新文创：资本前置模式

瞄准发展势头好、取得一定规模经济的企业进行综合评估，关键点放在评估和资金额度上。

给予创意、IP、内容等核心资源预先资本支撑，在发展基础阶段入驻资本，把关键点放在“投”“贷阶段，减少融资的时间、风险和中间环节。给予小微文创支撑，壮大文创产业发展和促进产业多元化。

## 总结：文创数字化 赋能美好生活

- 宏观上看，文化创意产业是一个综合产业的新样态，它的本质在于各触点、各创新模式、各产业运营等方面实现价值再创造，实现文化价值和产业价值的相互赋能，从而赋能人类的“美好生活”。
- 微观上讲，文化创意产业的最终定位是大众生活，它所触及的各个领域都形成了强势的跨界融合和共享。
- 因此，中国文化创意产业在未来升级中将更加深入大众、开创生活、面向未来，也将成为中国乃至全球新一轮创新发展的核心驱动力之一；未来美好的生活品质还需要文创来创造，文化创意产业也将打造一个集品牌、品味、品质于一体的数字新时代。



## 全球领先的新经济行业数据挖掘和分析机构

iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过500份，覆盖了人工智能、新零售、电商、教育、视频、生物、医疗、音乐、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、环保与公共治理等领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。每天，全球超过100家主流媒体，1500家（个）自媒体、大V使用艾媒数据和分析师观点，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。

基于公司自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”，艾媒咨询建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告投放效果、商业模式等多维度的数据监测体系，可视化还原“数据真相”，实现市场趋势的捕捉和用户信息的洞察，提升品牌的行业竞争和影响力。



### POIIMedia(艾媒舆情) 大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

### DatallMedia(艾媒北极星) 移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

### SurveyIIMedia(草莓派) 用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

### SoicaliiMedia 微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

### RankingIIMedia(艾媒金榜) 权威消费品牌评价监测 (ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

### ADiimedia 移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

新经济产业  
前沿报告



艾媒报告中心

行业洞察报告  
海量下载