



2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告



2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

目 录

摘 要	I
1 中国文化产业概况	1
1.1 文化产业概念界定及分类	1
1.2 文化产业政策分析	1
1.3 文化产业规模及结构情况	6
1.4 文化产业热点领域发展分析	8
1.4.1 VR/AR	8
1.4.2 视频云	9
1.4.3 休闲电竞	11
1.4.4 冰雪运动	13
2 2020-2021H1 中国文化产业投融资分析	15
2.1 2020-2021H1 中国文化产业整体投资分析	15
2.1.1 投资规模分析	15
2.1.2 投资细分领域	16
2.1.3 投资轮次分析	18
2.1.4 投资阶段分析	19
2.1.5 投资地域分布	20
2.2 2020-2021H1 中国文化产业投资机构分析	21
2.2.1 机构类型分析	21
2.2.2 代表性投资机构	22
2.2.3 机构投资特点	22
2.3 2020-2021H1 中国文化产业企业融资分析	22
2.3.1 获投企业特点	22
2.3.2 代表性标的企业	24
2.3.3 企业融资特点	24
2.4 2020-2021H1 中国文化产业退出数据分析	25
2.4.1 退出机构类型	25
2.4.2 退出行业分布	26
2.4.3 退出方式分布	27
2.4.4 代表性退出机构	28
3 中国城市文化产业发展指数研究	29
3.1 中国城市文化产业指标体系构建	29
3.1.1 观察城市选择	29

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

3.1.2	评价维度划分	29
3.1.3	指标体系设计	30
3.1.4	基础数据来源	32
3.1.5	评价方法确立	33
3.2	中国城市文化产业发展综合指数评价	33
3.3	中国城市文化产业发展分项指数评价	34
3.3.1	文化产业指数：杭州、深圳、成都	35
3.3.2	文化人才指数：南京、广州	36
3.3.3	文化消费指数：广州、苏州、南京	37
3.3.4	文化投资指数：深圳、杭州、广州	37
3.4	中国重点城市文化产业发展综述	39
3.4.1	杭州：文化为重要支柱性产业，文化产业园区发展迅速	39
3.4.2	北京：全国文化中心建设加速，文化产业发展处于领先地位	41
3.4.3	上海：鼓励文化产业线上发展，影视、演艺、艺术品发展迅速	43
3.4.4	广州：创新创业环境优越，动漫游戏、音乐、直播发展较好	45
4	杭州市文化产业发展研究	48
4.1	杭州市文化产业发展概况	48
4.1.1	杭州市文化产业发展现状	48
4.1.2	杭州市文化产业发展特点	49
4.1.3	杭州市文化产业发展路径	52
4.2	杭州市文化产业热点领域发展分析	55
4.3	2020-2021H1 杭州市文化产业投融资分析	57
4.3.1	2020-2021H1 杭州市文化产业整体投资分析	57
4.3.2	2020-2021H1 杭州市文化产业投资机构分析	59
4.3.3	2020-2021H1 杭州市文化产业企业融资分析	59
5	中国文化产业发展趋势分析	61
5.1	文化与旅游、科技深度融合发展，加速向数字化转型	61
5.2	VR/AR、视频云技术应用升级，休闲电竞增长强劲	61
5.3	百亿级国家文化大基金设立，投资活跃度明显回暖	62
5.4	建设区域特色文化产业带，形成联动发展的新格局	63
	附：数据来源与名词释义	64

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

图表目录

图表 1.1-1	文化产业分类及主要细分类别	1
图表 1.2-1	近期中国文化领域重点综合类政策	2
图表 1.2-2	近期中国文化产业细分领域重点政策	5
图表 1.3-1	2014-2019 年中国文化及相关产业增加值及增长情况 (万亿元)	6
图表 1.3-2	2019 年中国文化及相关产业增加值结构情况 (万亿元)	7
图表 1.3-3	2014-2019 中国规模以上文化服务业企业营收情况 (亿元)	7
图表 1.4.2-1	中国视频云产业链图谱	10
图表 1.4.2-2	云视频会议行业主要三类厂商及其典型代表	11
图表 1.4.3-1	中国休闲电竞市场规模、用户规模及用户性别年龄分布情况	12
图表 1.4.4-1	冰雪运动产业图谱	14
图表 2.1.1-1	2020-2021H1 中国文化产业投资规模情况 (投资案例数, 起)	15
图表 2.1.1-2	2020-2021H1 中国文化产业投资规模情况 (投资金额, 亿元)	16
图表 2.1.2-1	2020-2021H1 中国文化产业投资细分领域情况 (投资案例数, 起)	17
图表 2.1.2-2	2020-2021H1 中国文化产业投资细分领域情况 (投资金额, 亿元)	17
图表 2.1.3-1	2020-2021H1 中国文化产业投资轮次分布情况 (投资案例数, 起)	18
图表 2.1.3-2	2020-2021H1 中国文化产业投资轮次分布情况 (投资金额, 亿元)	18
图表 2.1.4-1	2020-2020H1 中国文化产业投资阶段分布情况 (投资案例数, 起)	19
图表 2.1.4-2	2020-2021H1 中国文化产业投资阶段分布情况 (投资金额, 亿元)	19
图表 2.1.5-1	2020-2021H1 中国文化产业主要投资地域分布情况 (投资案例数, 起)	20
图表 2.1.5-2	2020-2021H1 中国文化产业主要投资地域分布情况 (投资金额, 亿元)	20
图表 2.2.1-1	2020-2021H1 中国文化产业投资机构类型分布情况 (机构数量, 家)	21
图表 2.2.1-2	2020-2021H1 中国文化产业投资机构类型分布情况 (投资金额, 亿元)	21
图表 2.3.1-1	2020-2021H1 中国文化领域获投企业成立时间分布情况 (企业数量, 家)	23
图表 2.3.1-2	2020-2021H1 中国文化领域获投企业主要所在地分布情况 (企业数量, 家)	23
图表 2.3.1-3	2020-2021H1 中国文化领域获投企业所属细分领域分布 (企业数量, 家)	24
图表 2.3.3-1	2020-2021H1 中国文化领域获投企业融资规模区间分布情况 (家)	25
图表 2.4.1-1	2020-2021H1 中国文化产业退出机构类型分布情况 (机构数量, 家)	25
图表 2.4.1-2	2020-2021H1 中国文化产业退出机构类型分布情况 (退出金额, 亿元)	26
图表 2.4.2-1	2020-2021H1 中国文化产业退出细分领域情况 (退出案例数, 笔)	26
图表 2.4.2-2	2020-2021H1 中国文化产业退出细分领域情况 (退出金额, 亿元)	27
图表 2.4.3-1	2020-2021H1 中国文化产业退出方式分布情况 (退出案例数, 笔)	28
图表 2.4.3-2	2020-2021H1 中国文化产业退出方式分布情况 (退出金额, 亿元)	28
图表 3.1.1-1	2021 年中国城市文化产业发展综合指数—20 大观察城市	29

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

图表 3.1.3-1	2021 年中国城市文化产业发展综合评价指标体系	30
图表 3.1.3-2	2021 年中国城市文化产业发展综合评价指标说明	31
图表 3.2-1	2021 年中国城市文化产业发展综合指数情况	34
图表 3.3.1-1	2021 年中国城市文化产业指数分布情况	35
图表 3.3.2-1	2021 年中国城市文化人才指数分布情况	36
图表 3.3.3-1	2021 年中国城市文化消费指数分布情况	37
图表 3.3.4-1	2021 年中国城市文化投资指数分布情况	38
图表 3.4.1-1	浙江省和杭州市近期文化产业相关政策	39
图表 3.4.2-1	北京市近期文化产业相关政策	41
图表 3.4.3-1	上海市近期文化产业相关政策	43
图表 3.4.4-1	广州市近期文化产业相关政策	46
图表 4.1.1-1	杭州市文化产业重点区域发展情况	49
图表 4.1.2-1	杭州市代表性文化科技企业数字化发展情况	50
图表 4.1.2-2	杭州市近年重点文旅项目规划建设情况	52
图表 4.1.3-1	杭州市部分重点文化产业园区近年发展情况	53
图表 4.1.3-2	杭州市入选第十三届“全国文化企业 30 强”的 4 家企业情况	54
图表 4.1.3-3	杭州市 2020 年省级文化产业示范基地情况	54
图表 4.2-1	杭州市近年重要文化会展情况	56
图表 4.3.1-1	2020-2021H1 杭州市文化产业投资规模情况	57
图表 4.3.1-2	2020-2021H1 杭州市文化产业投资细分领域情况（投资案例数，起）	58
图表 4.3.1-3	2020-2021H1 杭州市文化产业投资细分领域情况（投资金额，亿元）	58

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

摘 要

我国坚持以创新驱动文化产业发展，推进文化产业全面转型升级。2021年6月，文化和旅游部发布《“十四五”文化产业发展规划》，指出要“加快发展新型文化业态、改造提升传统文化业态，包括培育壮大线上演播、数字创意、数字艺术、数字娱乐、沉浸式体验等新型文化业态，强化科技在演艺、娱乐等传统文化行业的应用”。

2020年以来，国内疫情虽有反复但总体控制良好，国民经济稳中向好，股权投资市场活跃度明显回暖。随着百亿级中国文化产业投资母基金以及多个市级文化领域基金的设立，中国文化产业领域的投资活跃度有望进一步提升。同时，随着5G、VR/AR、云计算等新型信息技术在文化领域的应用渗透，以及文化与科技、旅游等的深度融合，探索文化产业新业态、新模式的创新型企业或将受到更多资本青睐。基于此，清科研究中心研究发布《2020-2021杭州文化创意产业投资发展研究报告》，报告主体内容主要包括以下五个章节。

第一章：中国文化产业整体发展概况，包括文化产业概念界定及分类；文化产业政策分析；文化产业规模及结构情况；VR/AR、视频云、休闲电竞、冰雪运动等文化产业热点领域的发展分析等。

第二章：2020-2021上半年中国文化产业投融资分析，包括文化产业整体投资分析（投资规模分析、投资细分领域、投资轮次分析、投资阶段分析、投资地域分布）；文化产业投资机构分析（机构类型分析、代表性投资机构、机构整体投资特点等）；文化企业融资分析（获投企业特点、代表性标的企业、企业融资特点等）；文化产业退出市场分析（退出机构类型、退出行业分布、退出方式分布、代表性退出机构）等。

第三章：中国城市文化产业发展指数研究，包括城市文化产业指标体系构建（观察城市选择、评价维度划分、指标体系设计、基础数据来源、评价方法确立等）；中国城市文化产业发展综合指数评价；中国城市文化产业发展分项指数评价（文化产业指数、文化人才指数、文化消费指数、文化投资指数）；杭州、北京、上海、广州等典型代表城市的文化产业发展综述等。

第四章：杭州市文化产业发展研究，包括杭州市文化产业发展现状、发展特点和发展路径分析；杭州市文化产业热点领域（动漫游戏、文化会展、文学及影视创作）发展分析；杭州市文化产业整体投资情况、投资机构和企业融资情况分析。

第五章：中国文化产业发展趋势分析，从文化产业数字化转型升级、文化热点领域发展动态、行业整体投融资情况、区域文化产业发展特色等方面，分析新时期、新发展阶段，文化产业整体发展特点及趋势。

1 中国文化产业概况

本章在对文化产业分类进行界定的基础上，对近期文化领域的综合性政策，以及电子竞技、旅游、教育、VR/AR 等细分领域的重点政策进行了系统梳理、分析，并对近年我国文化及相关产业增加值及增长情况、文化及相关产业增加值结构、规上文化服务业企业营收等的发展特点进行了分析，进而对 VR/AR、视频云、休闲电竞、冰雪运动等文化热点领域的发展现状及特点进行了总结。

1.1 文化产业概念界定及分类

参考《杭州市文化创意产业八大重点行业统计分类》（市文创委[2008]1号）等相关文件对文化产业的界定及分类，本报告的文化产业范围主要覆盖**信息服务、动漫游戏、设计服务、现代传媒、教育培训、文化休闲旅游、艺术品、文化会展**八大重点行业，各重点行业的主要细分类别详见图表 1.1-1。除统计局等官方自有统计口径及报告特殊说明外，本报告中文化产业所指统计口径与《杭州市文化创意产业分类（2008）》基本保持一致，“文化产业投融资”的数据统计口径及文化企业分类，也将参考此标准。

图表 1.1-1 文化产业分类及主要细分类别

序号	行业分类	主要类别
1	信息服务业	包括互联网信息服务、软件服务、广播电视传输等，重点关注与文化产业相关性较强的信息服务行业
2	动漫游戏业	包括动画和漫画业、网络游戏业、其他计算机服务（含网吧服务等）等
3	设计服务业	包含工业设计、建筑设计、广告设计及咨询策划业等
4	现代传媒业	包括印刷、广播、影视、出版、发行等
5	教育培训业	包括中等专业教育、职业中学教育、技工学校教育、其他中等教育、普通高等教育、成人高等教育、职业技能培训等
6	文化休闲旅游业	包括旅游休闲、运动休闲、其他相关服务及部分文化艺术活动等
7	艺术品业	包括艺术品设计、制造及部分文化艺术活动等
8	文化会展业	包括会议及展览服务、图书馆、博物馆、文具用品批发、文具用品零售等

来源：清科研究中心根据公开资料整理。

1.2 文化产业政策分析

文化产业是我国国民经济的重要组成部分，在我国居民文化和精神生活需求水平提高、

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

经济一体化和文化全球化加速的背景下得以持续增长，取得了显著的发展成就。文化产业成为我国经济发展的热点领域，离不开国家宏观战略的指导和引领。近年来，中央政府及各相关部门陆续出台了一系列政策，持续支持和引导文化产业发展。

发展新型文化业态，改造提升传统文化业态，借助创新模式拉动居民文化消费增长。我国坚持以创新驱动文化产业发展，推进文化产业全面转型升级。2021年6月，文化和旅游部发布《“十四五”文化产业发展规划》，指出要“加快发展新型文化业态、改造提升传统文化业态，包括培育壮大线上演播、数字创意、数字艺术、数字娱乐、沉浸式体验等新型文化业态，强化科技在演艺、娱乐等传统文化行业的应用”。围绕整条产业链布局，推动文化产业要素合理聚集，推进产业基础高级化、产业链现代化。

重视文化产业的内容基础，扶持精品艺术原创、传承优秀传统文化，加强文化艺术领域的基础设施建设与人才培养，提升文化产业供给质量。2021年6月，文化和旅游部发布《“十四五”艺术创作规划》，希望提高艺术原创能力，推进精品创作，重点支持现实、革命和传统文化等题材，推进戏曲、民族音乐等优秀艺术的传承和传播，对文艺演出场所、展览馆等硬件设施进行完善；同年7月发布的《关于推进旅游商品创意提升工作的通知》，也鼓励通过开发更多贴合人民群众需求的文化创意产品，丰富商品的主题种类，同时搭建有效的展示和推介平台等基础设施。2021年1月，人社部发布《关于进一步加强高技能人才与专业技术人才职业发展贯通的实施意见》，预示着工艺美术、文物博物、艺术、体育、翻译、出版等领域人才迎来重大职业发展利好，文化产业的供给质量将继续提高。

促进文化与科技深度融合，将优质资源向互联网转移，基于扎实的文化基础建设，利用5G、人工智能等技术助力数字文化产业高质量发展。数字化成为近年文化产业发展的主要趋势，国家对此高度重视并在政策方面给予了一系列支持。2020年11月，文化和旅游部发布《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》，提出培育数字文化产业新兴业态，如云演艺、云展览和沉浸式业态等。2020年12月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，顺应网络化和智能化的趋势，将优质内容、基础设施和先进技术、人才等汇集到互联网主阵地，将重点集中在移动端，并引进5G、大数据、人工智能等信息技术革命成果，加强新技术在新闻传播领域的前瞻性研究和应用。

图表 1.2-1 近期中国文化领域重点综合类政策

发布时间	发布单位	政策名称	政策要点
2021/09	中共中央 国务院	《知识产权强国建设纲要（2021-2035年）》	健全版权交易和服务平台，加强作品资产评估、登记认证、质押融资等服务。开展国家版权创新发展建设试点工作。打造全国版权展会授权交易体系。打造传统媒体和新兴媒体融合发展的知识产权文化传播平台，拓展社交媒体、短视频、客户端等新媒体渠道

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

发布时间	发布单位	政策名称	政策要点
2021/08	中共中央办公厅 国务院办公厅	《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》	加强国家重大战略中的非物质文化遗产保护传承,建立区域保护协同机制,加强专题研究,举办品牌活动。深入挖掘 乡村旅游消费潜力 ,支持利用非物质文化遗产资源发展乡村旅游等业态,以文塑旅、以旅彰文,推出一批具有鲜明非物质文化遗产特色的 主题旅游线路、研学旅游产品和演艺作品
2021/07	文化和旅游部	《关于推进旅游商品创意提升工作的通知》	推动开发更多符合人民群众需求的 文化创意产品 ,着力丰富旅游商品 主题种类 ,拓宽 市场营销渠道 ,同时搭建有效的展示和推介平台,扩大文化和旅游消费
2021/06	文化和旅游部	《“十四五”文化产业发展规划》	发展 新型文化业态 ,提升传统文化业态;提高供给质量,优化文化产业供需结构、空间布局;加强文化产业的国际合作;强调文化与科技等其他领域深度融合, 深化文化与金融合作
2021/06	文化和旅游部	《“十四五”艺术创作规划》	推进新时代 艺术精品创作 ,扶持各类题材尤其是现实、革命和传统文化题材发展;推进 优秀艺术传承传播 ,如戏曲、民族音乐等;加强 文艺团队、演出场所、展览馆 等的建设,完善文艺评价评论体系,引导创作方向、激发创作热情
2021/05	文化和旅游部	《“十四五”文化和旅游发展规划》	到 2025 年,我国社会主义文化强国建设取得重大进展,文化事业、文化产业和旅游业成为经济社会发展和综合国力竞争的强大动力和重要支撑。规划涵盖 社会文明促进和提升 ,新时代 艺术创作 , 文化遗产 保护传承利用,现代文化和旅游产业体系与市场体系,推进 文化和旅游融合发展 、在科技的支撑下发展
2021/04	文化和旅游部、国家发改委、财政部	《关于推动公共文化服务高质量发展的意见》	推进公共文化服务标准化,完善基层公共文化服务网络,创新拓展城乡公共文化空间,促进公共文化服务提质增效,做大做强全民艺术普及品牌,加快推进 公共文化服务数字化 ,进一步强化社会参与,促进文化志愿服务特色化发展,加强乡村文化治理
2021/01	人社部	《关于进一步加强高技能人才与专业技术人才职业发展贯通的实施意见》	进一步打通高技能人才与专业技术人才职业发展通道,加强创新型、应用型、技能型人才培养;工艺美术、文物博物、艺术、体育、翻译、出版等领域人才迎来重大职业发展利好
2020/12	中共中央办公厅、国务院办公厅	《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》	将更多优质资金、内容、技术和人才汇集到 互联网主阵地 ,向移动端、群众端倾斜,以开放平台吸引广大用户参与信息生产传播,建构群众离不开的渠道;并且要引进 5G、大数据、人工智能 等信息技术革命成果,加强新技术在新闻传播领域的前瞻性研究和应用

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

发布时间	发布单位	政策名称	政策要点
2020/11	文化和旅游部	《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》	加强内容创作、基础设施、技术和产业标准等文化基础建设，培育“云+”、“沉浸式”等新业态。争取到 2025 年，培育 20 家社会效益和经济效益突出、创新能力强、具有国际影响力的领军企业，持续涌现各具特色、活力强劲的中小微企业，打造 5 个具有区域影响力、引领数字文化产业发展的产业集群，建设 200 个具有示范带动作用的数字文化产业项目
2020/10	文化和旅游部、国家发改委	《关于开展文化和旅游消费试点示范工作的通知》	强化政策保障，构建文化和旅游消费良好政策环境；增强供给能力，提高文化和旅游产品、服务供给质量；优化消费环境；创新业态模式

来源：清科研究中心根据公开资料整理。

此外，国家相关部委还在电竞、旅游、教育以及 VR/AR¹等文化及相关产业领域出台多项指导政策，指引当前文化产业重点发展方向。

电子竞技方面，国家高度重视其体育竞技的属性，对专业电竞赛事相关的设施建设、组织承办以及参与等，均有支持和补贴。部分城市结合自身的综合资源优势，先后出台了系列政策，支持当地电竞产业发展。例如北京、苏州分别于 2020 年末和 2021 年初发布了《北京经济技术开发区游戏产业政策》和《关于促进苏州市电竞产业健康发展的实施意见》，布局电竞全产业链，保障电竞产品、赛事品牌、电竞战队、场馆运营、直播平台等各个关键环节有序健康发展，同时带动电竞产业资讯、经纪等周边产业蓬勃发展。其中，多地的政策实施要点都包含对专业电竞场馆、赛事以及俱乐部和人才等的补助方案，以打造国际电竞名城，扩大城市电竞品牌影响力。

旅游方面，提出大力建设和发展夜间文化和旅游经济，促进文化与旅游深度融合。为满足居民和游客对旅游业产品和服务的更高要求，国家决定大力发展夜间文化和旅游经济，通过创新文旅消费模式，刺激我国居民的文化消费增长。2021 年 7 月，文化和旅游部发布《关于开展第一批国家级夜间文化和旅游消费集聚区建设工作的通知》，要在全国范围内遴选出一批文化和旅游业态聚集度高、夜间消费市场活跃的街区、景区、产业园区以及文体商旅综合体，建设 200 家以上的符合文化和旅游发展方向、有丰富的文化内涵、带有地域特色、文化和旅游消费规模较大的国家级夜间文化和旅游消费集聚区。

教育方面，行业规范更加严格，义务教育阶段的减负和素质教育成为未来主要方向。2021 年 7 月，中共中央办公厅、国务院办公厅发布《关于进一步减轻义务教育阶段学生作

¹ 虚拟现实技术（VR）是指基于计算机、电子信息、仿真等技术，通过计算机模拟虚拟环境，给人以环境沉浸感的一项全新实用技术。增强现实技术（AR）为通过运用多媒体、三维建模、智能交互等技术，将计算机生成的文字、图像、三维模型等虚拟信息应用到真实世界，实现两种信息互为补充，从而达到“增强”真实世界的效果。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

业负担和校外培训负担的意见》，不仅对校内作业的“减负”工作做出明确要求，而且指出要严格治理校外培训行业，对学科类培训机构一律登记为非营利机构；线上学科教育的经营资格改用审批制；通过一系列禁止措施限制学科类培训机构的资本化运作。该政策一经落地，将对教育行业的发展产生深远影响。此外，2021年3月，教育部、中组部等六部门联合发布《义务教育质量评价指南》，强调要遵循学生成长规律和教育规律，加快建立以发展素质教育为导向的义务教育质量评价体系。2021年4月，教育部关于印发《中小学生课外读物进校园管理办法》的通知，提出丰富学生阅读内容，拓展阅读活动，充分发挥课外读物的育人功能，体现出素质教育的重要性不断提高。

VR/AR 方面，支持从硬件产品到软件内容各环节的研发和商业化落地，统一和普及技术标准，为 VR/AR 技术发展储备人才资源。2020 年，广东、云南等地均发布政策推动 VR/AR 产业发展，重点支持高端人才和团队建设，培育龙头企业和高新技术企业，全面推动硬件产品和内容的研发。2021 年 2 月，教育部发布《关于公布 2020 年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》，将 VR 作为一门新学科加入普通高等学校教育，意味着 VR/AR 行业的技术标准将趋于统一，将促进 VR/AR 技术的创新发展。

图表 1.2-2 近期中国文化产业细分领域重点政策

发布时间	细分领域	发布单位	政策名称	政策要点
2021/07	教育	中共中央办公厅、国务院办公厅	《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》	全面压减作业总量和时长，减轻学生过重作业负担，包括明确作业总量、提高作业设计质量及加强作业指导；提升学校课后服务水平，保证服务时间和质量；从严治校外培训，要求现有学科类培训机构统一登记为非营利性机构，线上学科类培训机构统一由备案制改为审批制，已有线上机构全部进行重新审批； 严格限制学科类培训机构的各种资本化运作
2021/07	体育	国务院	《全民健身计划（2021-2025 年）》	促进全民健身更高水平发展，目标到 2025 年，全民健身公共服务体系更加完善，人民群众体育健身更加便利，健身热情进一步提高，各运动项目参与人数持续提升，经常参加体育锻炼人数比例达到 38.5%，带动全国体育产业总规模达到 5 万亿元。对场地设施供给、全民健身赛事活动、科学健身指导等做出具体要求
2021/07	旅游	文化和旅游部	《关于开展第一批国家级夜间文化和旅游消费集聚区建设工作的通知》	依托各地发展情况良好、文化和旅游业态集聚度高、 夜间消费市场 活跃的街区、旅游景区、省级及以上文化产业示范园等，遴选和建设 200 家以上的文化内涵丰富、地域特色突出、文化和旅游消费规模较大、消费质量和水平较高的 国家级夜间文化和旅游消费集聚区

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

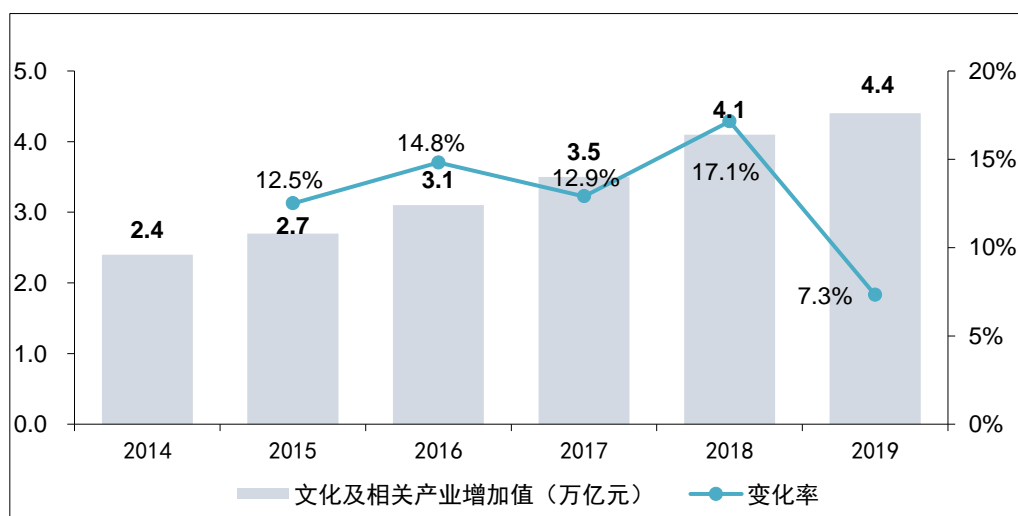
发布时间	细分领域	发布单位	政策名称	政策要点
2021/04	教育	教育部	关于印发《中小学生课外读物进校园管理办法》的通知	丰富学生阅读内容,拓展阅读活动,规范课外读物进校园管理,防止问题读物进入校园(含幼儿园),充分发挥课外读物育人功能;办法明确了学校是课外读物进校园的推荐主体
2021/03	教育	教育部、中组部等六部门	《义务教育质量评价指南》	强调要遵循学生成长规律和教育规律,加快建立以 发展素质教育为导向 的义务教育质量评价体系
2021/02	VR/AR	教育部	《关于公布2020年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》	新增 VR虚拟现实技术学科 ,将虚拟现实应用技术设置为 高等学校专业 ,统一和普及标准,培养掌握虚拟现实、增强现实技术相关专业理论知识,具备虚拟现实、增强现实项目交互功能设计与开发、三维模型与动画制作、软硬件平台设备搭建和调试等能力,从事虚拟现实、增强现实项目设计、开发、调试等工作的高素质技术技能人才

来源:清科研究中心根据公开资料整理。

1.3 文化产业规模及结构情况

文化产业指从事文化生产和提供文化服务的经营性行业,是社会文化建设的重要组成部分。近年来,我国文化及相关产业增加值连年增长,2018年以前始终保持两位数增速,到2019年增长率下降至7.3%,但依旧保持着稳定的增长态势。根据国家统计局最新公布数据,我国文化及相关产业增加值已经从2014年的2.4万亿元,增长到2019年的4.4万亿元,增幅接近一倍,年均复合增长率约12.9%。

图表 1.3-1 2014-2019 年中国文化及相关产业增加值及增长情况 (万亿元)

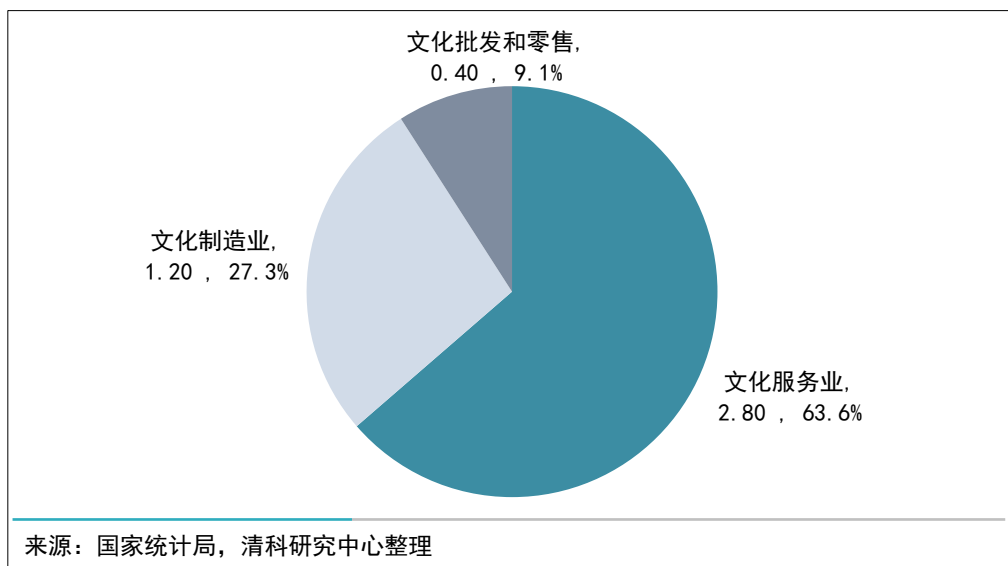


来源:国家统计局,清科研究中心整理

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

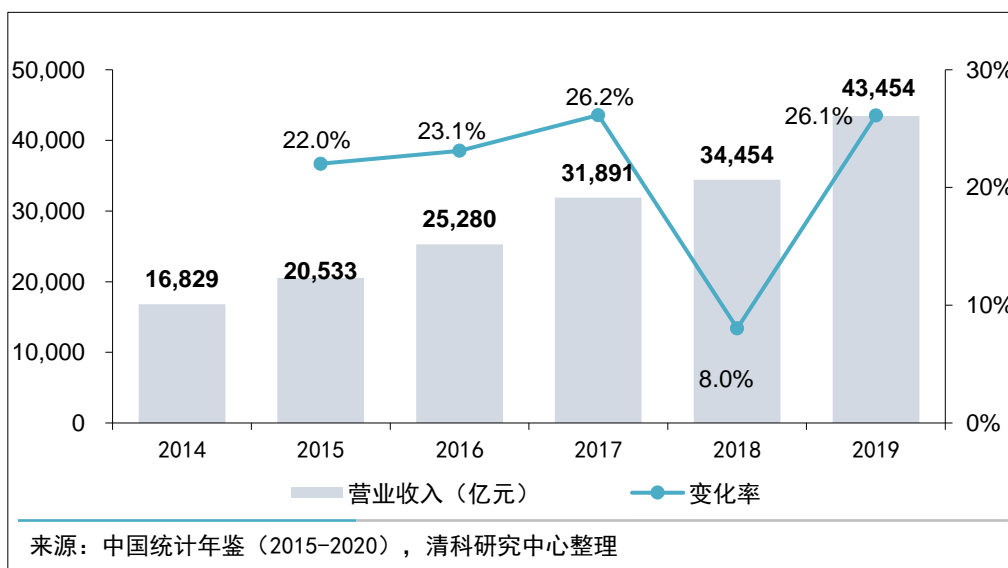
文化及相关产业主要分为文化制造业、文化批发零售业和文化服务业。文化服务业在我国文化及相关产业中占据重要地位，且其增加值占比有增加趋势。根据《中国统计年鉴 2020》，2019 年我国文化服务业增加值近 2.8 万亿元，占文化及相关产业增加值比重约为 63.6%，比 2018 年占比增长 3 个百分点；文化制造业增加值约 1.2 万亿元，与 2018 年增加值相比变化不明显，占比约为 27.3%；文化批发零售业增加值较低，约为 0.4 万亿元，占比约为 9.1%。

图表 1.3-2 2019 年中国文化及相关产业增加值结构情况（万亿元）



文化服务业在整个文化及相关产业中的发展态势良好。从文化服务业企业营收水平来看，2014-2019 年，中国规模以上文化服务企业营业收入逐年增长，2019 年达到 4.3 万亿元，是 2014 年营业收入的 2.58 倍；2014-2019 年期间的年均复合增长率高达 20.4%，文化服务业企业营收增速明显高于文化及相关产业增加值的增速。

图表 1.3-3 2014-2019 中国规模以上文化服务业企业营收情况（亿元）



1.4 文化产业热点领域发展分析

1.4.1 VR/AR

2016 年杭州 G20 峰会上，国家主席习近平强调“虚拟经济与实体经济的结合，将为生产和生活方式带来革命性变化”。各地政府随之纷纷出台相关扶持政策，VR/AR 产业政策频出且不断完善，持续推进技术创新和应用创新。2019 年教育部正式增设“虚拟现实应用技术专业”，使其作为标准课程进入高职院校。2021 年 3 月，**虚拟现实和增强现实产业更是被列为“十四五”规划七大数字经济重点产业之一**。重点推动三维图形生成，动态环境建模，实时动作捕捉快速渲染处理等技术创新，发展虚拟现实整机，感知交互、内容采集制作等设备和开发工具软件、行业解决方案。

中国 VR/AR 产业发展势头强劲，市场规模位居全球第一。根据 IDC 数据统计，2020 年，中国 VR/AR 产业规模约为 40.9 亿美元，同比增长 65.9%，以市占率 38.3% 位居全球第一，美国、欧盟和日本紧随其后。其中 AR 技术作为重要的提效技术，市场规模占比逐年提升。从收入结构看，2020 年 VR/AR 市场中硬件终端市场份额占比最高，超过四成。随着 VR/AR 技术在各应用场景的加速落地，内容和软件销售收入占比将逐渐上升。

VR/AR 产业生态包括硬件终端、软件内容、平台等厂商。**1) 硬件厂商**。覆盖较多细分领域，具有重资产、规模效应、投资体量需求大的特点。**硬件厂商倾向于通过搭建完整产业链，规模化量产，降低终端产品成本，实现 VR/AR 硬件终端平价**。因此，该领域初创企业不具备优势，代表性企业有创维、歌尔声学等。**2) 软件领域**。VR/AR 内容制作对企业艺术创作、制片、人机交互技术等的能力要求较高，因此具备游戏基因的创始团队优势明显，代表性厂商有平塔科技等。**3) VR/AR 平台领域营收稳健，前期投资额远少于硬件，占据全产业链优势地位，成为资本市场关注热点**。平台企业重点在于商业化运营，凭借掌握数据入口，时刻跟踪产业链环节发展动向，寻求商业模式创新，初创企业在该领域相对较易实现盈利。

VR/AR 为典型技术驱动产业，市场投融资随着应用场景成熟出现回暖。2016 年以前，VR/AR 产业处于技术探索阶段，投融资热度在 2016 年 VR/AR 元年达到最高峰。随着技术创新日新月异，2016-2020 年，VR/AR 产业进入技术革新推动产业发展的启动阶段，更多专注于产品和技术的公司获得市场和资本认可。随着 VR/AR 应用范围不断增大，娱乐、工业、医疗等场景应用逐渐成熟，**2021 年投融资出现回暖迹象**。当前，VR/AR 行业仍处在较早期的发展阶段，市场投融资事件相对集中在 A-B 轮，**初创企业主要关注两点：一是用户应用成本**，即将用户所需承担的硬件、内容、服务等费用控制在可接受范围内；**二是普及的难度**，即充分考虑用户体验 VR/AR 内容、服务的便捷性和交互可能性。随着技术应用市场启动，虚拟现实、增强现实技术应用边界将逐渐弱化且更加协作，如虚拟办公协作场景，从最早主要应用 AR 技术解决特定界面虚拟化和多人同步的需求，到将 AR 技术移植到 VR 中，实现极好的虚拟现实应用体验，典型产品有远程办公协作平台 Spatial AR 等。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

VR/AR 技术应用于影视行业，直播、点播、影院等是商业化进程较快的场景。其中，赛事直播、主播直播、演出直播等是目前 VR/AR 应用市场增长较快、资本投资关注度较高的板块。如虚拟现实赛事直播，依托电信运营商 5G 通信网络、云厂商“云网边端一体化”搭建的实时视频流闭环，可实现 VR 空间及硬件终端的沉浸式赛事观看体验。体育赛事直播是最具增长潜力的应用领域之一，目前已初步形成商业化市场，预计未来五年用户体量增速约为 20%-30%，代表性 VR 体育直播平台有 BT sports VR、Sky VR 等。随着 5G 技术推动 8K 超高清视频技术的实现，用户对 VR 赛事直播画面的接受度也将更高。

VR/AR 技术应用于工业设计，可优化生产资源配置，减少物理实验、缩短研发测试周期，降低生产成本。工业设计作为我国智能制造的重要抓手之一，行业产值持续增长，潜在市场空间广阔。VR/AR 产业基于立体成像技术应用，有助于进行直观三维设计、实时测试、设计方案调整等工作，工业设计领域虚拟现实市场潜力巨大。**典型案例：**2018 年西门子英国分工厂将 VR 系统及软件应用于工业设计环节，通过三维数据分析，模拟优化设备工艺、精简工业设计单位、评估试生产等；四度科技为汽车制造企业提供用于汽车研发的 VR 系统，车企可依托 VR 技术建立的数字化汽车模型进行碰撞、运动分析以及加工质检，实现研发周期缩短至 3 个月以内，研发成本降低 90%以上。

在 C 端市场，VR/AR 产品将从纯娱乐化向工具化演进。5G 凭借高速率、低延时、宽链接、低功耗等特点，将逐步打破 VR/AR 技术发展瓶颈，带来高清 VR 视频画面、丰富情景化体验等，有效促进 VR/AR 技术进一步商用。随着 5G 基础设施逐渐完善，VR/AR 技术将会更多应用于 5G 智能终端，融入用户日常生活。VR/AR 硬件产品将通过价格平价化、体积小小型化、提升易用性、产品多样化等方式，进一步扩大其在 C 端市场的普及。

1.4.2 视频云

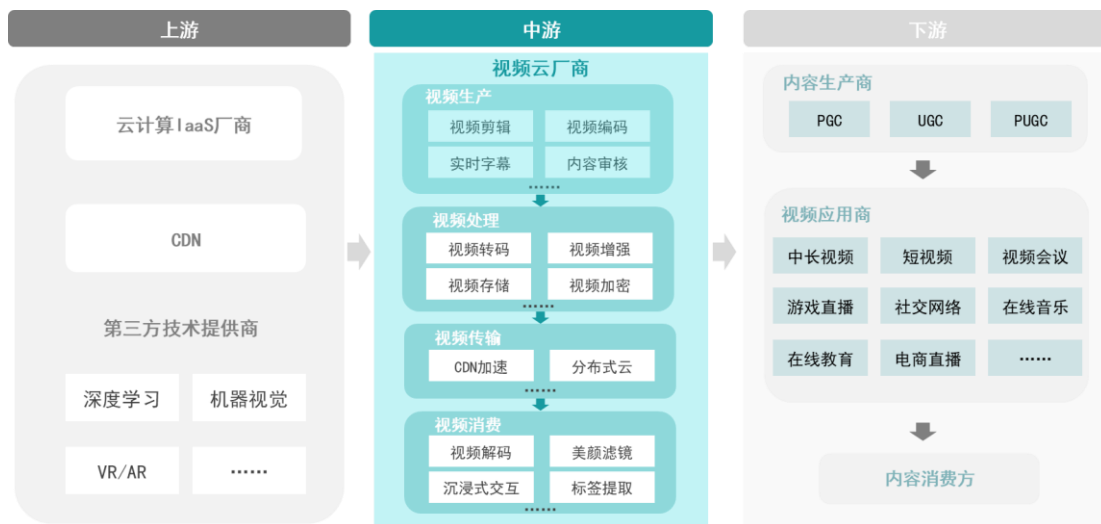
文化产业与互联网、5G、人工智能等信息技术的深度融合，催生出多种新兴业态，创造新的行业增长极。在大视频产业竞争愈加激烈、迭代速度加快的背景下，视频云逐渐发展为一项关键的支撑技术，可通过与人工智能、VR/AR 技术融合，实现视频运维智能化、全新视频沉浸感体验，进一步推动大视频产业升级。

以视频为代表的富媒体信息成为主流，推动视频云业务落地升级。在网络基础设施建设日益完善，移动通信技术发展带来网络“提速降费”的背景下，视频凭借能承载更多信息量，加强信息交流深度的比较优势，成为信息传播、共享、交流的主要载体，视频服务类 App 的用户量和活跃度也不断增加。根据 iUser Tracker 监控数据显示，2018 年 1 月至 2021 年 1 月，视频服务 App 月独立设备数由 11.37 亿台增长到 13.94 亿台，月度使用时间由 160.13 百亿分钟增长到 481.58 百亿分钟，整体呈现稳步增长态势。视频化成为各传统行业的发展趋势，“各类场景+视频元素”成为视频行业应用的发展常态，从在线视频衍生出泛娱乐直播、在线教育、在线医疗、广电新媒体、政务新媒体等新形式。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

随着视频用户对视频质量、真实性、参与感等的要求提升，视频企业对视频云服务的需求更加迫切。视频云厂商可提供从视频生产到处理、传输以及最终消费的全流程技术支持，包括视频剪辑、视频编解码、视频存储、CDN 加速、沉浸式交互、美颜滤镜、视频识别等技术，从而大幅降低视频应用企业的准入门槛，促进视频产业效率的提升。

图表 1.4.2-1 中国视频云产业链图谱



从应用场景看，互联网泛娱乐是视频云渗透率最高的场景，技术门槛的提高叠加应用商业模式的快速迭代，凸显了视频云的重要性。短视频风口助推下，视频发展为各类互联网应用信息分享沟通的主要载体，视频云向游戏、社交、长音频等非视频互联网应用加速渗透。同时，随着视频云场景化解决方案不断完善、私有化部署能力增强，视频云服务进一步向产业互联网拓展，在传媒、教育、协同办公、平台电商化等传统行业领域应用不断渗透。

其中，云视频会议通过稳定可靠的即时通信（IM）及音视频通信底层能力，可实现多端互通、可靠智能的会议服务，叠加疫情远程办公需求催化，成为投资关注较高的应用板块。以往，硬件视频会议系统多采用入驻式视频会议方案，存在部署及运维成本高、接入场景有限、难以满足多终端适配等诸多痛点。云视频会议通过“云端一体化”解决方案，可实现多终端适配，满足企业不同接入需求，优势明显。疫情期间，云视频会议需求呈现爆发式增长。根据沙利文数据统计，2020 年 3 月，云视频会议软件下载量排名第一、第二的分别为钉钉和腾讯会议，且远领先于其他云视频会议软件；下载量位于第二梯队的有 Zoom、Webex Meetings（Cisco）、瞩目、飞书（字节跳动）、WeLink（华为）等。

云视频会议行业主要竞争厂商有三大类，其中以钉钉、腾讯会议等为代表的云视频会议平台各有特点，形成差异化竞争格局。云平台服务商凭借自有云，具备云资源边际成本低、视频服务支撑稳定优势，通过低价及免费策略，实现 C 端及中小 B 端市场份额快速扩张。用户规模的扩大吸引更多生态伙伴 ISV 入驻平台，赋能平台定制化能力，实现快速客户引流，形成生态业务流闭环。但短期看，云平台厂商仍需探索盈利转化及商业变现模式。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

图表 1.4.2-2 云视频会议行业主要三类厂商及其典型代表

竞争厂商	典型代表	发展特点
第一类：老牌视讯或通信厂商，依托原有硬件视频会议产品切入赛道	华为、亿联网络、齐心集团（好视通）等	华为的 WeLink 软硬件一体化全布局，主打数据安全，与政企用户需求相契合，疫情期间服务全国数万家各级卫健委、疾控中心及政府单位等。
第二类：专注于云视频服务的新生 SaaS 厂商	小鱼互连、会畅通讯等	通过强化服务中小型政企定制化需求能力，以多元云视频会议协作场景细化产品抢占市场份额，与云平台厂商形成差异化竞争。
第三类：提供云服务的互联网公司	阿里巴巴、腾讯、字节跳动等	钉钉主打企业内部管理，以考勤、审批等高颗粒度的内部管理流程为主，广泛应用于教育、医疗等垂直行业，拥有超 20 万开发者，数万个开发企业及应用； 企业微信相较于钉钉，更侧重企业与外部客户的连接，与微信互通互联，通过微信引流构成独特优势； 飞书以员工自驱 OKR 管理模式替代传统 KPI 管理，以先进管理理念和完善功能部署提升企业协同效率。

来源：清科研究中心根据公开资料整理。

视频云服务中的 AI 应用程度日益加深。随着互联网视频量爆发式增长，视频行业迎来强监管，通过 AI 技术审核、分析视频内容，实现特定场景化融合，减轻人工审核成本，提升审核效率及审核准确率成为大势所趋。如腾讯云在云直播、点播、互动直播等云产品中融合音视频 AI 技术，提供语音文字互转、音频鉴黄、实时字幕等功能，目前已在网络庭审、微信小程序保险定损、视频检索等场景落地；阿里云则推出视频达标、智能首图、视频指纹、安全审核等 AI 视频云服务。随着计算机视觉、智能语音等 AI 技术逐渐进入生产成熟期，相关技术和应用场景的不断开拓，AI 应用带来视频云服务效率和附加值提升，视频云与 AI 技术的融合程度也将日益加深。

综合化、差异化的产品力成为视频云厂商竞争的关键。一是随着互联网视频应用向教育、金融、电商、媒体、医疗等行业渗透，客户需求更加多元化，能够提供综合服务能力、满足不同行业用户需求的视频云服务商将更具优势；二是视频云服务商需针对具体应用场景提供差异化服务，增强端到端的解决方案能力，让客户快速实现强大而灵活的视频云功能；三是横向延伸软硬件服务能力，整合服务器、网络、摄像头等硬件与图像识别、网络自适应、智能鉴黄等软件层面的服务，向下游客户提供一体化、定制化的软硬件解决方案。

1.4.3 休闲电竞

2020 年以来，在传统体育受限于疫情冲击的情况下，电竞健康逐渐成为关注热点，进一步凸显了“智慧体育”“电竞运动”的价值和生命力，推动电子竞技²运动向更广范围普

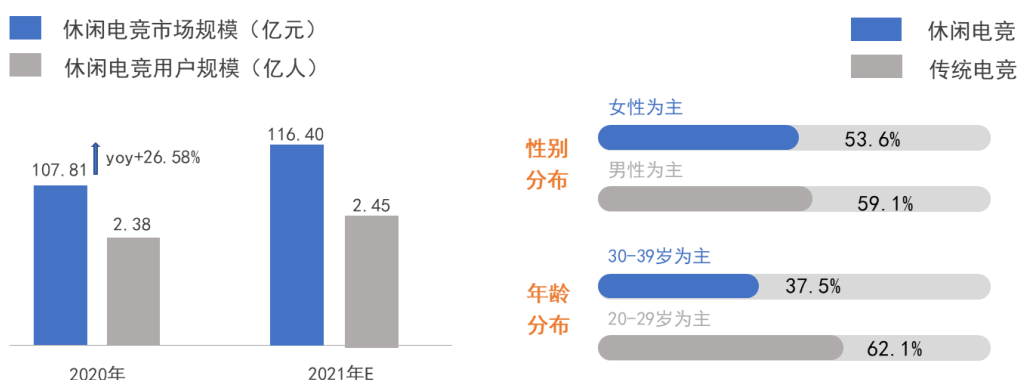
² 电子竞技不同于网络游戏，本质为借助以信息技术为核心的硬件和所营造环境进行的一项体育运动，以激烈对抗和竞争为主要特点，具有统一的竞赛规则，可锻炼和提高参与者的思维能力、反应能力、团队精神、协调能力以及体育精神等。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

及。电子竞技 2003 年被国家体育总局列为中国第 99 个正式开展的体育运动项目，2008 年被国家体育总局改批为第 78 号正式体育竞赛项目，2018 年被雅加达第十八届亚运会作为表演项目，2020 年被杭州亚运会列为正式比赛项目。

在全民健身浪潮的推动下，休闲电竞创新模式更适合当下碎片化的生活节奏，市场潜力较大。根据伽马数据统计，2020 年中国休闲电竞市场规模达 107.81 亿元，同比增长 26.58%，用户规模达 2.38 亿人。休闲电竞用户分布与传统电竞存在明显差异，如传统电竞用户以男性为主，而休闲电竞用户以女性为主；传统电竞用户年龄集中在 20-29 岁，而休闲电竞用户年龄集中在 30-39 岁。休闲电竞产品的玩法门槛较低，但丰富程度很高，预示着更大的市场潜力和不同的发展路径，有望实现与传统电竞互补发展。优质的电竞产品、完善的赛事体系等为休闲电竞行业的主要驱动因素，电竞产品的商业模式、电竞赛事的举办方式以及电竞平台的组建等为休闲电竞行业的重点发展方向。部分海外平台已组建了具备代表性的赛事运营体系，吸引了更多用户参与，国内平台亟需推动休闲电竞赛事运营体系正规化，并强化赛事影响力和吸引力。

图表 1.4.3-1 中国休闲电竞市场规模、用户规模及用户性别年龄分布情况



休闲电竞平台具备较大的发展前景。一是作为汇聚多款电竞产品资源的平台，具有可长期留存用户的优势；二是平台模式可通过产业链利润重新分配，帮助中小型内容开发者获取用户，避免传统应用市场高额分成和流量渠道高用户获取成本的问题，使开发者更专注于产品研发，加速形成聚合休闲电竞及游戏厂商生态链；三是平台运营有助于休闲电竞在赛事、俱乐部等领域的多元化商业模式拓展。如美国 SKILLZ 平台，通过汇集众多小休闲游戏并统一电竞化，抽取一部分赛事奖金作为收入的盈利模式，实现平台与内容开放商合作共赢。

休闲电竞的盈利模式以内购变现为主，即通过消耗道具、皮肤外观等方式获取收益，但存在用户整体付费水平及付费率较低的问题；广告变现模式正在兴起，但也存在影响用户体验、单次用户变现收益低的问题。两种盈利模式皆需不断优化。目前，中国休闲电竞已具备一定用户体量，可借鉴海外企业基于平台模式的会员制付费、付费解锁玩法、赛事品牌合作等方式，进行更多商业变现模式的创新，拓展中国休闲电竞的市场空间。付费解锁玩法是指通过将玩法经典的休闲电竞产品进行游戏机版开发，获得玩法授权收益，引导用户线下竞技

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

体验，并通过赛事吸引更多用户参与休闲电竞项目。

游戏行业监管再强化，休闲游戏向休闲电竞渗透，或成为我国休闲电竞行业发展的主要驱动力之一。根据伽马数据，2020 年下载量 TOP20 超休闲游戏产品中的 35% 具备竞技属性，更多超休闲游戏企业与平台合作布局休闲电竞，成为休闲电竞产品拓展与创新的来源。近年来，从对游戏内容审核趋严到强制要求游戏版号，我国游戏行业的监管力度频频加强，而电竞行业却获得了更多政策扶持。党的十九大报告提出建设网络中国、数字中国的一系列战略部署。北京、苏州等地也纷纷推出支持专业电竞场馆建设、品牌电竞赛事举办，对重点龙头电竞企业和原创产品实施奖励等政策。中国休闲电竞行业未来发展将充分考虑社会责任，发挥电竞产品数字体育优势，成为推动“新经济”增长的新动力，实现良性增长。

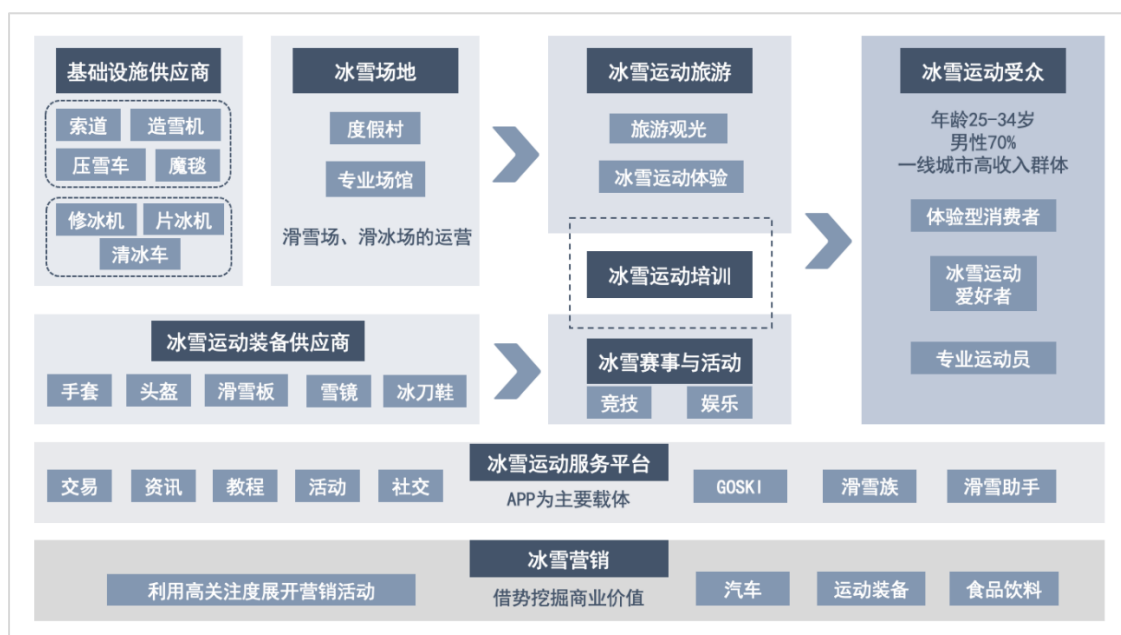
目前，我国休闲电竞行业发展面临的问题：一是产品层面创新不足。根据伽马数据，从 2020 年 TOP20 流水电竞产品上线时间看，休闲电竞和传统电竞的上线三年以上老产品占比均为 60%，但休闲电竞老产品营收相对不稳定，且多款产品已进入衰退阶段；二是相较于传统电竞，休闲电竞用户留存不长久，超过六成用户一年以内便会更换产品，厂商难以获取长期收益；三是休闲电竞核心玩法相对简单，产品复制门槛较低，面临易被抄袭的风险。因此，**我国休闲电竞行业亟需从高速发展阶段转向高品质发展阶段，创新技术与休闲电竞融合将成为 5G 商业化场景下的新模式，成为休闲电竞发展的新生力量。**

1.4.4 冰雪运动

我国冰雪运动产业起步较晚，现阶段发展程度较低，随着冬奥会成为社会热点，国家政策支持力度加大，潜在发展空间广阔。根据国家体育总局《冰雪运动发展规划(2016-2025)》，目标到 2025 年直接参加冰雪运动的人数超过 5,000 万，带动 3 亿人参与冰雪运动，冰雪产业总规模达到 10,000 亿元。文化和旅游部、国家发改委、国家体育总局三部委于 2021 年 2 月联合印发《冰雪旅游发展行动计划(2021-2023 年)》，重点工作是扩大产品供给、深挖消费潜力、推动行业之间融合、提升公共服务以及夯实冰雪旅游发展基础。此外，北京冬奥会有望引发冰雪运动相关产品和服务的消费浪潮，进一步推动冰雪运动的产业化进程。

冰雪运动产业细分领域众多，包括冰雪场地和基础设施供应商、冰雪运动装备供应商、冰雪运动旅游、冰雪运动培训、冰雪赛事、冰雪运动服务平台以及冰雪营销等。1) 冰雪场地供应商以度假村或专业场馆为主，基础设施进口比例较高，国产品牌认可度较低；国内冰雪运动装备的租赁比例高达 80-90%，面向终端用户的装备销售仍有很大增长空间。2) 冰雪运动培训尚处在快速发展期，涌现出一批线下培训机构和线上培训平台；冰雪赛事和赞助商数量都有显著提高，滑冰是目前大众渗透度最高的冰上项目。3) 冰雪运动服务平台的种类繁多，主要为 C 端或 B 端用户提供资讯、社交等功能，多以 APP 作为线上平台的载体。整体来看，我国冰雪运动产业初步形成了以健身休闲为主，竞赛表演、场馆服务、运动培训和体育旅游等业态协同发展的产业格局。

图表 1.4.4-1 冰雪运动产业图谱



来源：清科研究中心整理。

我国冰雪运动仍属于体验型消费，用户渗透率、消费频次低，市场潜在增长空间较大。根据国家体育总局数据，截至2019年底，我国冰雪运动场地面积仅占体育场地总面积的2%。虽然雪场相对冰面的建造难度高且不易维护，但由于滑雪运动相对于滑冰运动更易衍生出交通、住宿等增值服务，因此滑雪产业或将成为我国冰雪产业的未来增长点。根据公开数据，我国2019年度滑雪人数约1,300万，渗透率不足1%，相比美国10%的渗透率还有非常大的增长空间；滑雪总人次约2,000万人次，人均每年滑雪不足2次。此外，我国的滑雪者中80%为体验型滑雪者，主要为一线城市的高收入群体。

冰雪运动产业发展势头较好，市场规模超4,000亿元，带有明显的地域特色。根据国务院发展研究中心《中国冰雪经济发展报告（2020）》，2019年底中国冰雪产业规模约4,235亿元，2014-2019年复合增长率为4.37%。根据中国旅游研究院数据，2018-2020年3年间我国冰雪旅游的重资产项目总投资规模近9,000亿元。目前，我国主流冰雪运动场地（户外滑雪场等）主要分布在东北、华北地区，冰雪运动企业数量、滑雪人次较多的省市有河北、黑龙江、北京等，其中张家口借助冬奥会契机重点发展冰雪运动装备制造产业。此外，南方室内冰场、雪场大受欢迎，在今年夏季“反季节滑雪”的TOP10城市中，南方城市占据9席。

整体来看，受到季节性、消费市场不健全等因素影响，目前我国冰雪产业成熟度较低，各细分领域也缺乏龙头企业。以滑雪产业为例，由于滑雪场是重资产项目，同时受气温条件限制，每年只有大约1/3的时间可以营业，因此行业回本周期长，要求企业具有较强的资金实力，进入门槛相对较高。但在冰雪运动发达的国家，数量可观的室内滑冰场和滑雪场可为消费者提供全年高品质滑冰、滑雪服务，有效的促进了冰雪运动产业的发展。

2 2020-2021H1 中国文化产业投融资分析

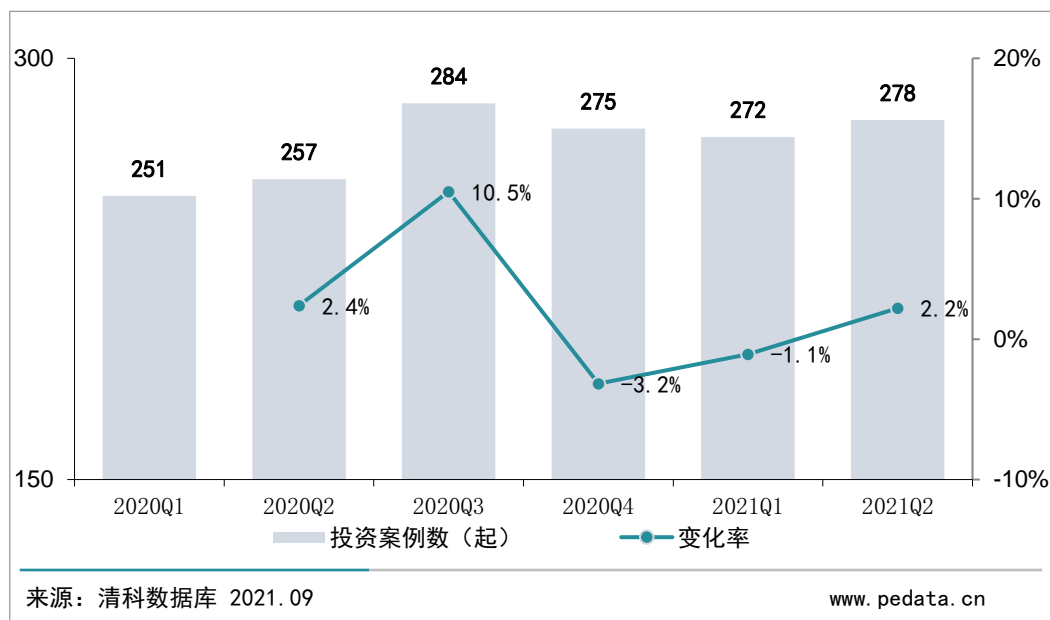
本章对 2020-2021 上半年文化产业八大细分领域的投融资数据进行了整理、分析，从投资规模、投资细分领域、投资轮次、投资阶段、投资地域等多个维度分析了期间行业整体的投资特点；从早期、VC、PE、战略投资者等参与文化产业投资的投资方数量、投资金额等方面分析了机构类型特点，并筛选出在文化领域投资布局较多、投资金额较大的代表性机构；从获投资企业特点、融资特点、代表性标的企业等方面，对文化领域企业融资情况进行了分析。此外，本章还对 2020-2021 上半年文化产业领域的退出数据进行了整理、分析，从退出机构类型、退出行业、退出方式、代表性退出机构等多个维度，分析了文化产业退出市场的特点。

2.1 2020-2021H1 中国文化产业整体投资分析

2.1.1 投资规模分析

根据清科数据库统计，2020-2021H1，中国文化产业领域共披露投资事件 1,617 起，其中有 1,302 起事件披露投资金额，披露总投资金额达 1,373 亿元，单起平均投资金额超过 1 亿元。整体来看，中国文化产业领域的披露投资事件数和投资金额较 2019-2020 上半年有明显下降趋势，季度披露投资金额呈明显波动下降趋势，峰值在 2020Q4，2021 年以来，季度披露投资金额有较为明显的下滑。

图表 2.1.1-1 2020-2021H1 中国文化产业投资规模情况（投资案例数，起）



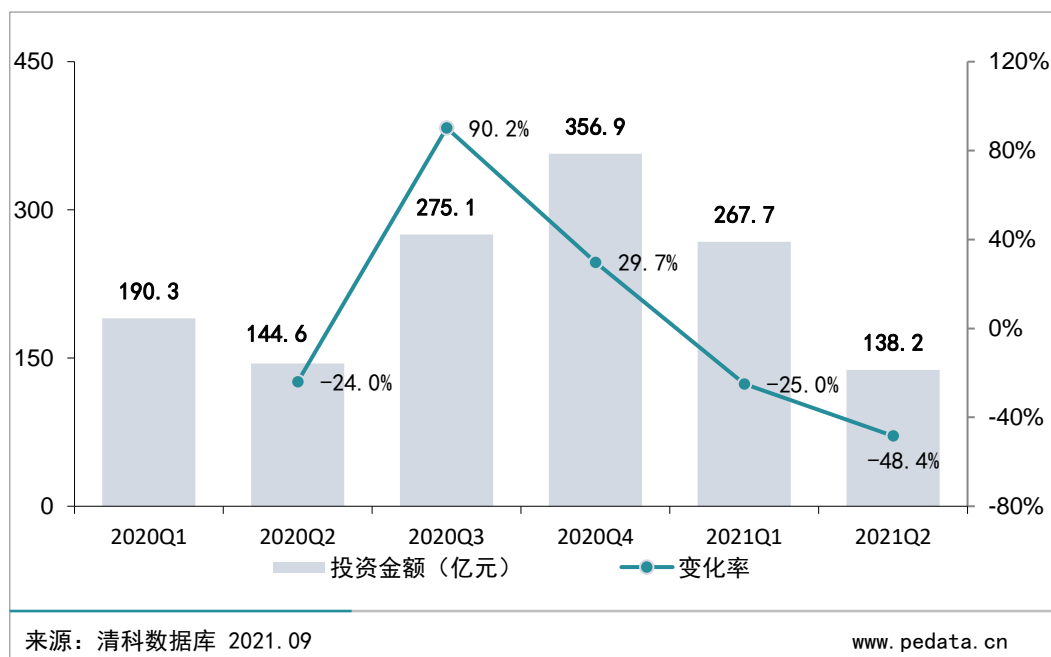
从披露投资案例数看，2020 年中国文化产业披露投资案例数 1,067 起，同比下降 58.2%；2021 年上半年披露投资案例数 550 起，同比有小幅回升。从各季度披露案例数看，2020-2021H1，中国文化产业领域的季度披露投资案例数较稳定。其中，受 2020 年下半年疫情导

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

致全球流动性宽松影响，进入 2020Q3，中国文化产业投融资市场披露投资案例数较上季度有 10.5% 的小幅回升，达到 284 起，但与 2019Q3 相比依然下降了 58.4%。

从披露投资金额看，2020-2021H1，中国文化产业领域的季度披露投资金额波动较大，整体呈波动下降趋势。2020 年下半年，中国文化产业季度披露投资金额有较大幅度回升，环比增幅分别为 90.2% 和 29.7%。2021 年以来，中国文化产业季度披露投资金额呈大幅下滑趋势，从 2020Q4 的 357 亿元降至 2021Q2 的 138 亿元，季度平均降幅为 30.7%。

图表 2.1.1-2 2020-2021H1 中国文化产业投资规模情况（投资金额，亿元）



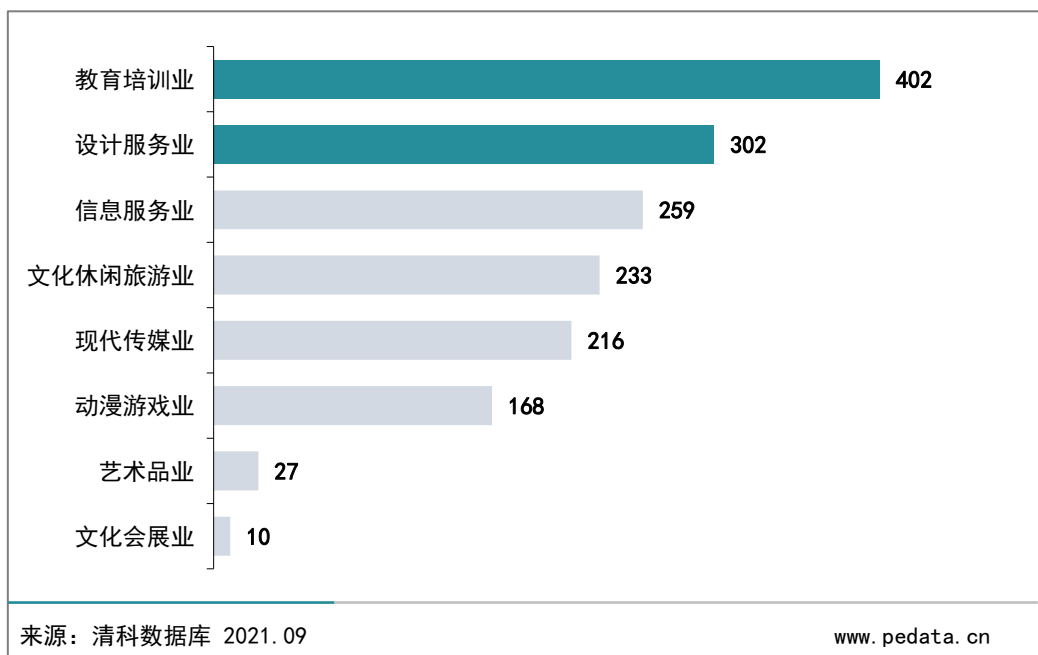
2.1.2 投资细分领域

根据清科数据库统计，2020-2021H1，中国文化产业投资主要集中于教育培训、设计服务、信息服务及现代传媒四大细分领域，其中教育培训领域的披露投资案例数和投资金额均为各细分行业之首。

从披露投资案例数看，排名前四的细分领域为教育培训、设计服务、信息服务和文化休闲旅游，分别披露投资事件 402 起、302 起、259 起和 233 起，共披露投资事件 1,196 起，占期间整个文化领域总披露投资案例数的 74%。其中，教育培训领域的披露投资案例数占比最高，达到 25%。此外，文化会展业和艺术品披露案例数较少，合计披露事件仅 37 起。

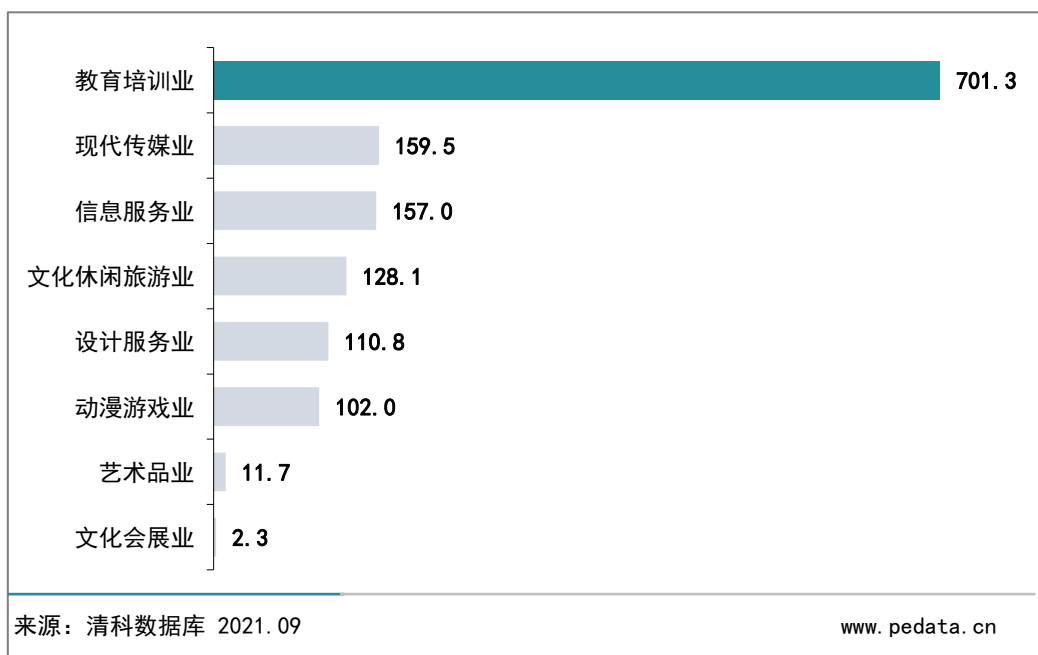
2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

图表 2.1.2-1 2020-2021H1 中国文化产业投资细分领域情况（投资案例数，起）



从披露投资金额看，教育培训领域披露投资金额规模最大，达到 701.3 亿元，总占比约 51.1%，遥遥领先于其他领域的披露投资金额，单起平均投资金额超过 1.7 亿元。其次，现代传媒、信息服务、文化休闲旅游、设计服务及动漫游戏领域的披露投资金额规模皆超百亿元。其中，设计服务业披露投资案例数较多，但单起平均投资案例数较小，不超过 4,000 万元。此外，文化会展业和艺术品披露投资金额均较小，合计金额仅约 14.1 亿元。

图表 2.1.2-2 2020-2021H1 中国文化产业投资细分领域情况（投资金额，亿元）

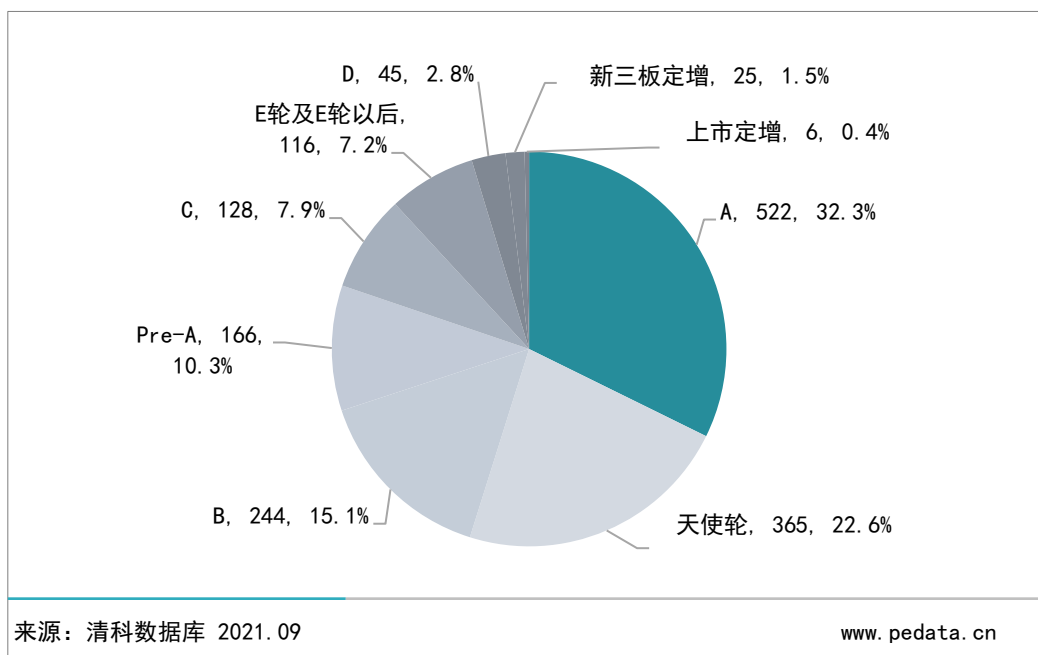


2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

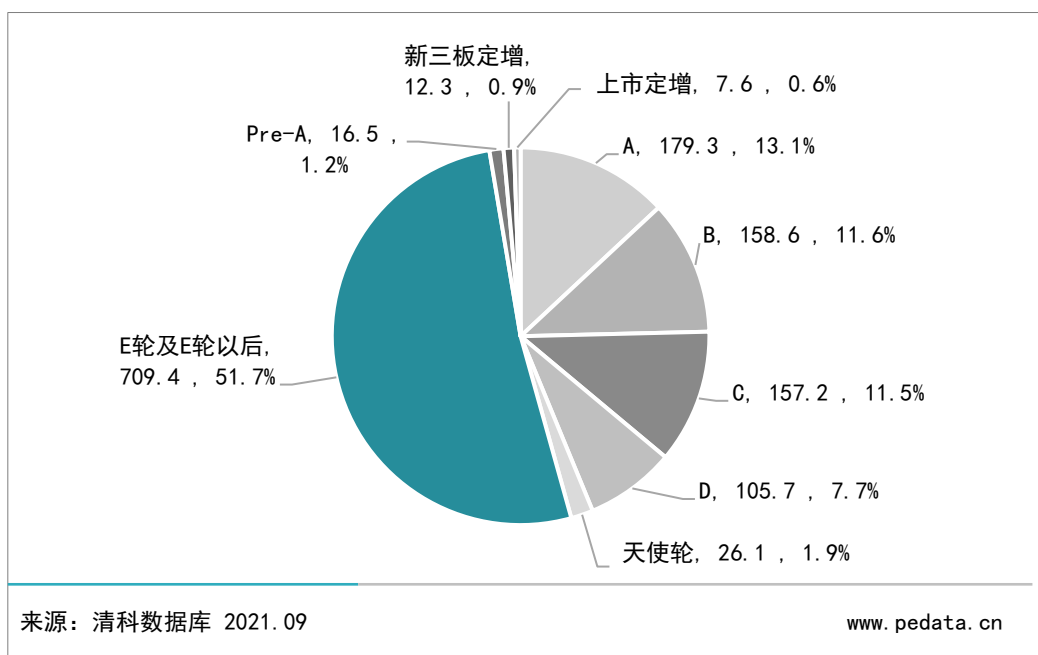
2.1.3 投资轮次分析

根据清科数据库统计，2020-2021H1，从披露投资案例数看，中国文化产业投资相对集中在偏早期的轮次，以 A 轮、天使轮为主，投资案例数分别占比 32.3%、22.6%；此外，B 轮、Pre-A 轮事件亦占比较多，合计占比超过 25%。从披露投资金额看，文化产业投资轮次有后移趋势，E 轮及 E 轮之后披露总金额约 709.4 亿元，总占比约 51.7%；其次是 A 轮、B 轮、C 轮，投资金额分布相对均衡，占比均在 11%~16% 范围。

图表 2.1.3-1 2020-2021H1 中国文化产业投资轮次分布情况（投资案例数，起）



图表 2.1.3-2 2020-2021H1 中国文化产业投资轮次分布情况（投资金额，亿元）

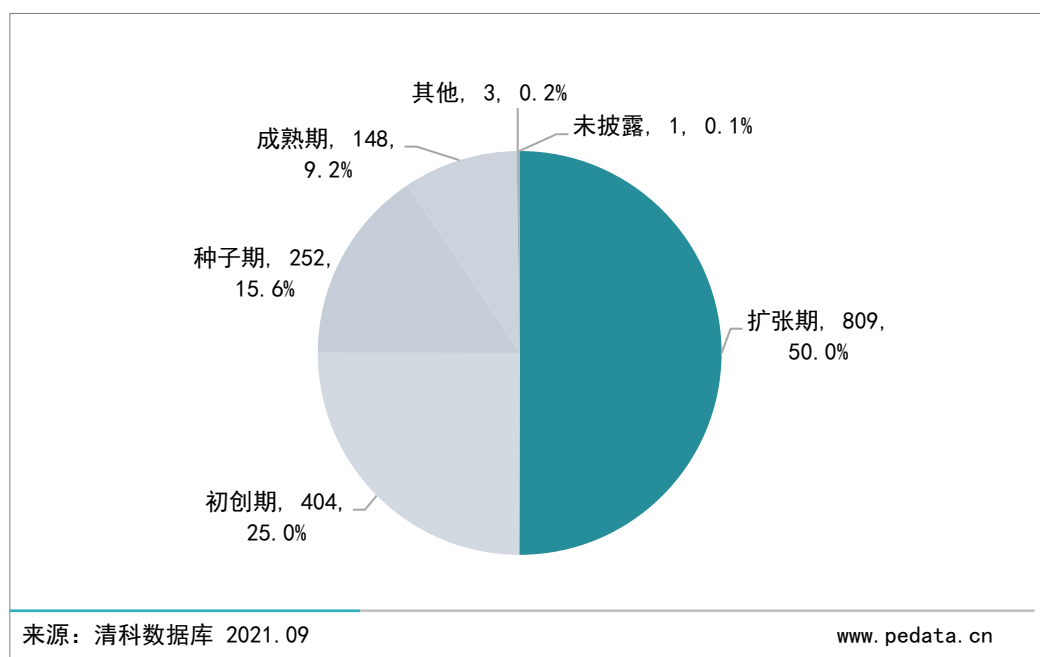


2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

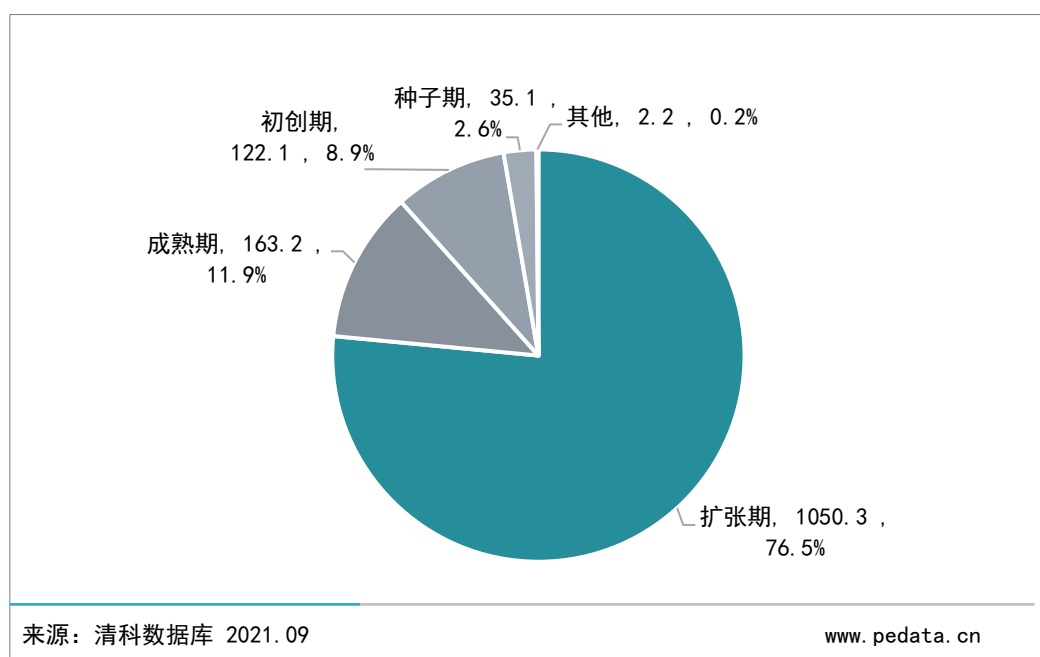
2.1.4 投资阶段分析

根据清科数据库统计，2020-2021H1，从披露投资案例数来看，中国文化产业投资阶段主要分布在扩张期、初创期，分别占比 50%、25%，合计占比超 7 成；处于种子期和成熟期阶段的投资案例占比则分别为 15.6%和 9.2%。从披露投资金额来看，中国文化产业投资阶段主要分布在扩张期，披露投资金额约 1,050 亿元，占总投资金额的比例达 76.5%；其次是成熟期和初创期，投资金额占比分别为 11.9%、8.9%。

图表 2.1.4-1 2020-2020H1 中国文化产业投资阶段分布情况（投资案例数，起）



图表 2.1.4-2 2020-2021H1 中国文化产业投资阶段分布情况（投资金额，亿元）

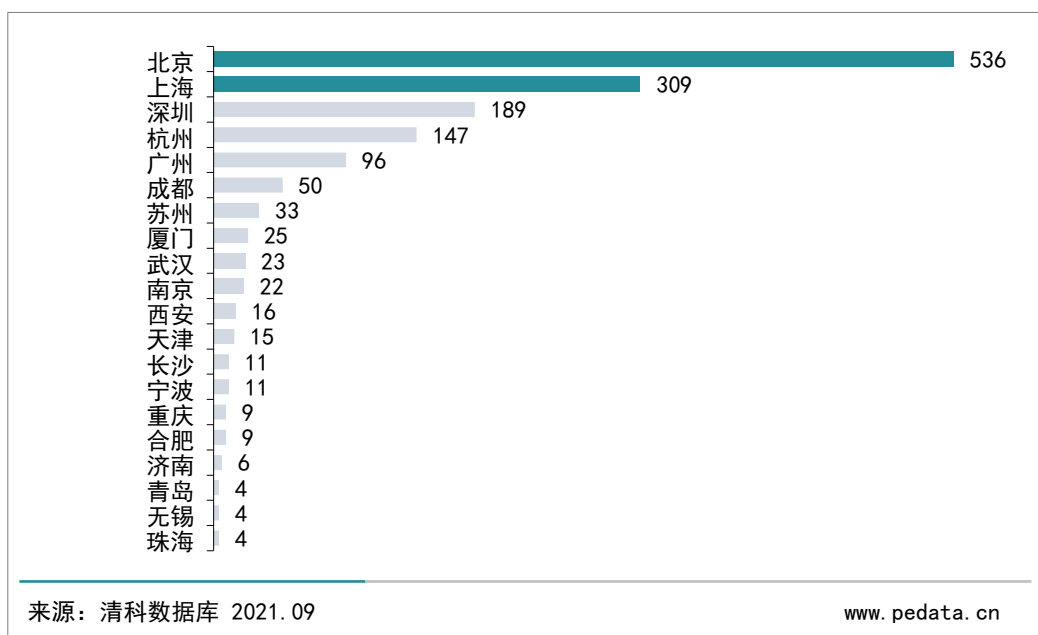


2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

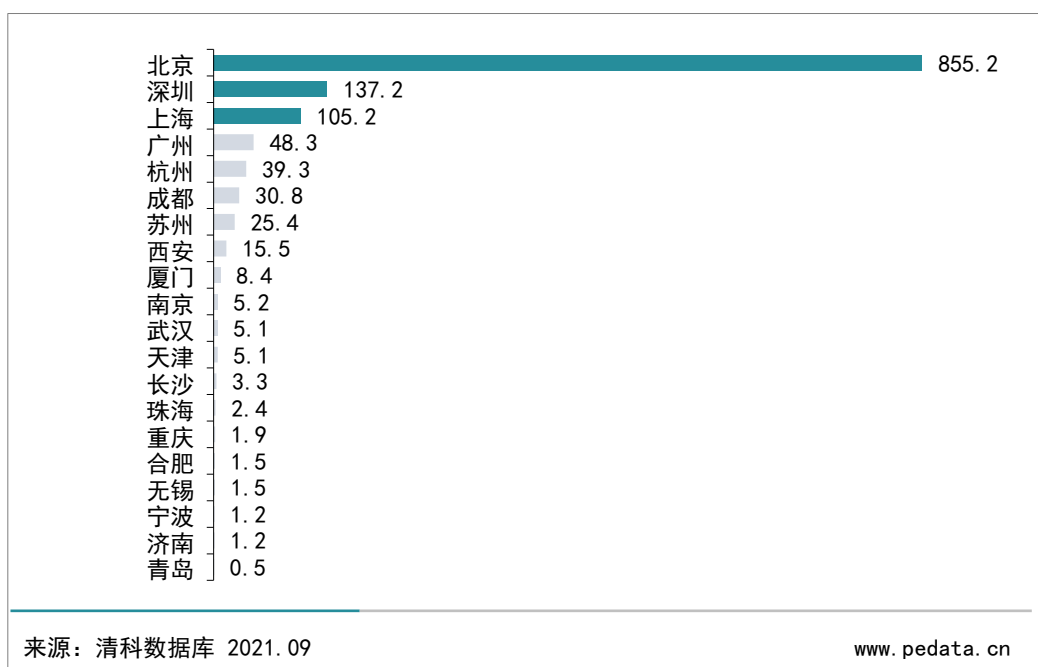
2.1.5 投资地域分布

根据清科数据库统计，2020-2021H1，中国文化产业投资共涉及 93 个城市，但地域集中度高，主要集中在北京、上海、深圳、杭州四个城市。四地合计披露投资案例数 1,181 起、投资金额 1,137 亿元，分别占期间中国文化产业披露总案例数和总金额的 73%、82.8%。其中，北京地区文化产业的投资规模遥遥领先，共披露 536 起投资事件，占投资案例总数的比重达 33.1%；披露总投资金额约 855.2 亿元，占总投资规模的比重达 62.3%。

图表 2.1.5-1 2020-2021H1 中国文化产业主要投资地域分布情况（投资案例数，起）



图表 2.1.5-2 2020-2021H1 中国文化产业主要投资地域分布情况（投资金额，亿元）

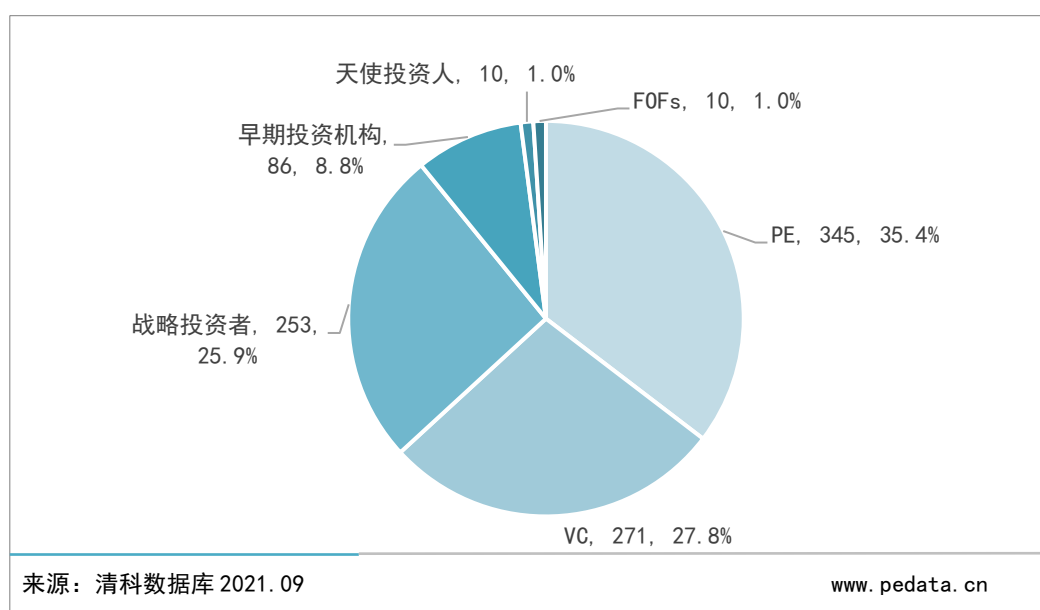


2.2 2020-2021H1 中国文化产业投资机构分析

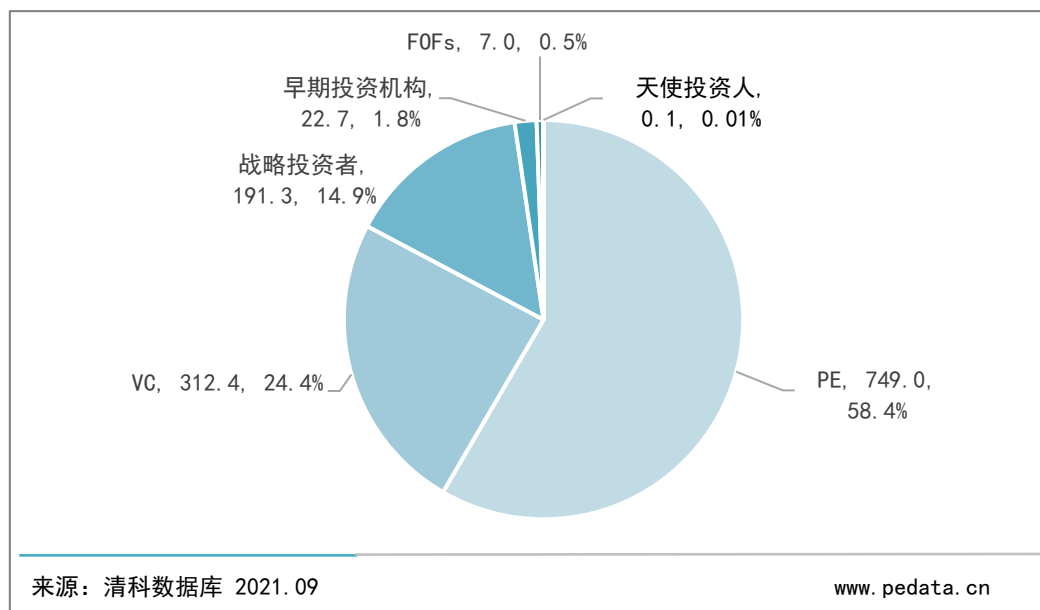
2.2.1 机构类型分析

根据清科数据库统计，2020-2021H1，参与中国文化产业投资的公开投资机构共有 975 家。从机构数量来看，PE 机构有 345 家，占比超过总机构数量的三分之一；其次是 VC 机构和战略投资者，分别占总机构数量的 27.8%和 25.9%；早期投资机构有 86 家，占比 8.8%。从披露投资金额看，PE 机构投资金额为 749.0 亿元，占比达 58.4%；VC 机构和战略投资者投资金额分别为 312.4 亿元、191.3 亿元，占比分别为 24.4%、14.9%。

图表 2.2.1-1 2020-2021H1 中国文化产业投资机构类型分布情况（机构数量，家）



图表 2.2.1-2 2020-2021H1 中国文化产业投资机构类型分布情况（投资金额，亿元）



2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

2.2.2 代表性投资机构

2020-2021H1，在中国文化领域披露**投资案例数**较多的代表性机构有：腾讯投资、红杉中国、IDG 资本、哔哩哔哩、深创投、达晨财智、高瓴资本、梅花创投等，以 VC 机构为主。

2020-2021H1，在中国文化领域披露**投资金额**较大的代表性机构有：腾讯投资、高瓴资本、数字天空技术、软银愿景基金、博裕资本、方源资本、老虎基金、红杉中国、IDG 资本、GIC 等，以 PE 机构为主。

2.2.3 机构投资特点

根据清科数据库统计，2020-2021H1，在参与中国文化产业领域投资的 975 家投资机构中，有 821 家披露了投资金额。从**投资规模所在区间分布**来看，期间在文化领域累计披露投资规模超过 10 亿元的机构有 21 家，占总机构数量的 2.6%，合计投资金额占机构披露总投资金额的 56.1%，其中腾讯投资、高瓴资本等三家机构投资规模超过 50 亿元；投资规模在 1 亿-10 亿元区间的机构有 146 家，占总机构数量的 17.8%，其中 65 家机构投资规模在 1 亿-2 亿元区间。此外，投资规模在亿元以下的企业有 654 家，数量占比达到 79.7%，合计投资金额占比仅 10.9%；其中投资规模在千万元以下的企业有 259 家，数量占比为 31.5%。

从**投资机构总部所在地区**来看，2020-2021H1，北京、上海、深圳、杭州、广州作为前五名文化产业投资机构的聚集地，分别有 325 家、220 家、96 家、68 家、40 家投资机构参与中国文化产业领域投资。从**机构投资的细分领域**来看，投资教育培训和设计服务领域的机构数量最多，合计超过 500 家；其次，信息服务和动漫游戏也是该期间的热点投资领域。

2.3 2020-2021H1 中国文化产业企业融资分析

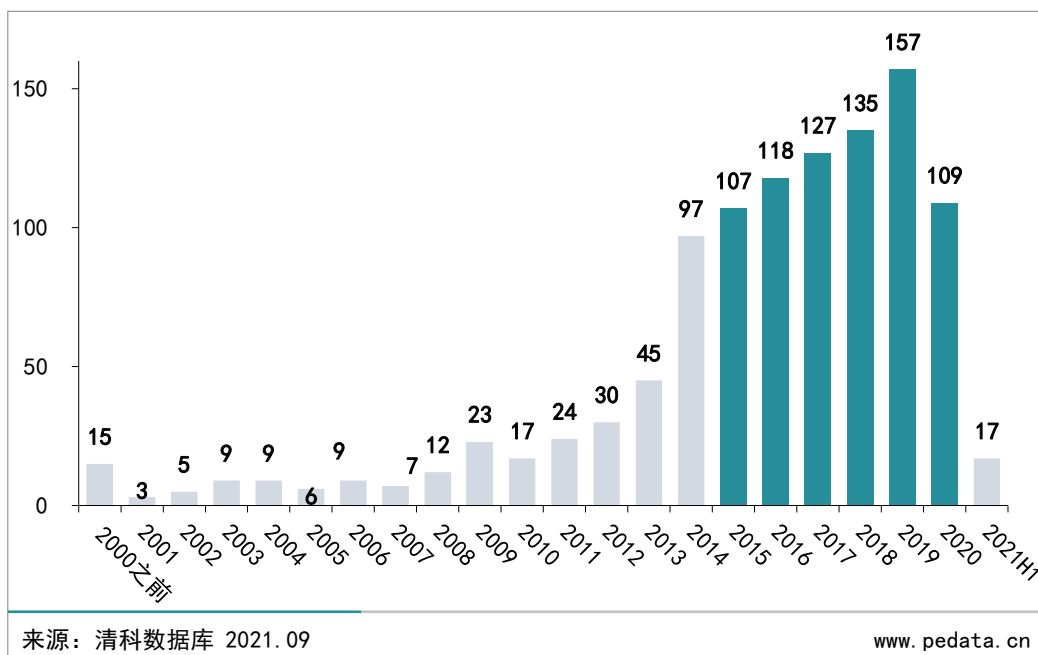
2.3.1 获投企业特点

根据清科数据库统计，2020-2021H1，中国文化领域获得融资的企业共有 1,081 家。从**企业成立时间分布**来看，获投企业的成立时间分布较为广泛，2015-2020 年间成立的企业共有 753 家，占比 69.7%，其中 2019 年是获投企业成立数量最多的年份，共有 157 家，占获投企业总数的比例为 14.5%。

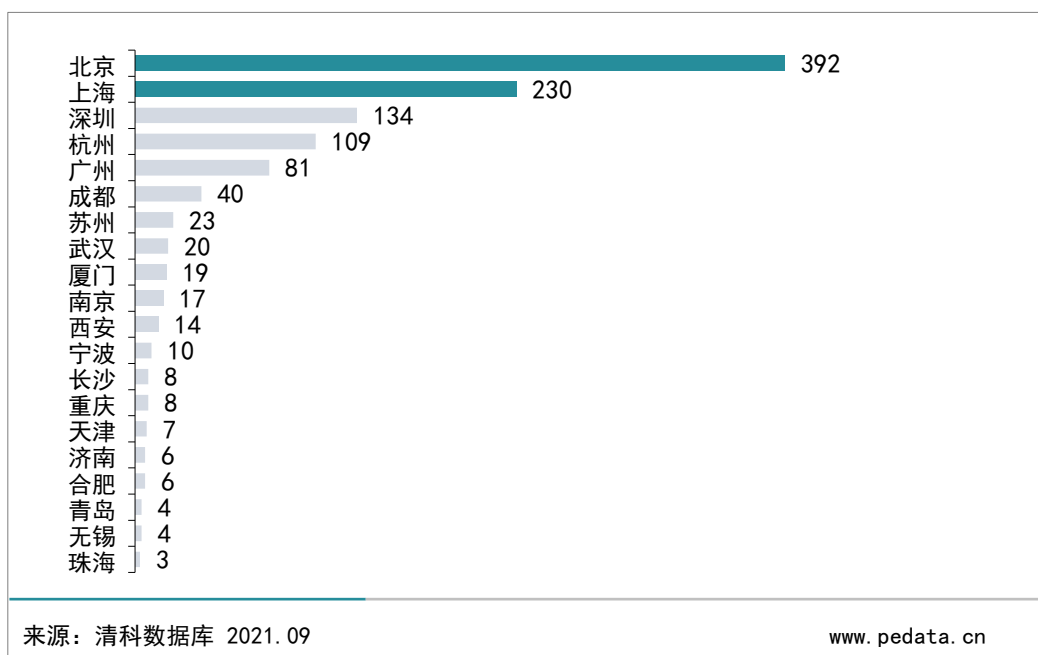
从中国文化产业**获投企业所在地域分布**来看，共涉及 93 个城市，其中有 12 个城市的获投企业超过 10 家。具体来看，北京、上海、深圳、杭州四个城市的获投企业较多，均超过 100 家，分别为 392 家、230 家、134 家和 109 家，合计占比达 80.0%，由此可见，中国文化产业获投企业的地域集中度较高。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

图表 2.3.1-1 2020-2021H1 中国文化领域获投企业成立时间分布情况（企业数量，家）



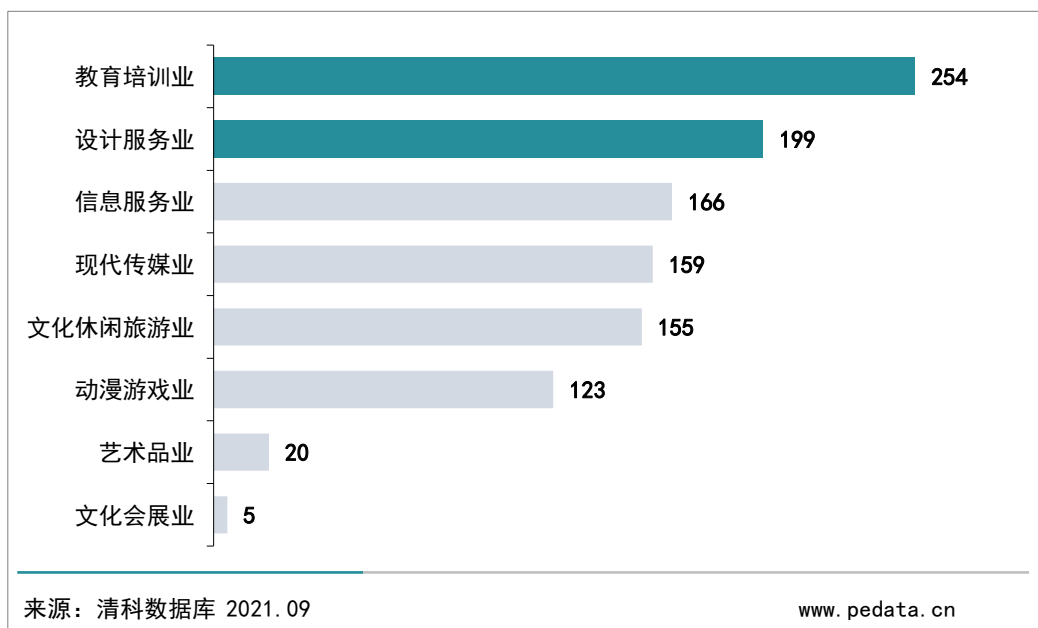
图表 2.3.1-2 2020-2021H1 中国文化领域获投企业主要所在地分布情况（企业数量，家）



从获投企业所属细分领域来看，教育培训业是获投企业最多的细分领域，共计 254 家企业获投，占比达到 23.5%；设计服务业位居第二，共计 199 家，占比 18.4%；信息服务业、现代传媒业、文化休闲旅游业、动漫游戏业紧随其后，获投企业均超过 100 家，分别为 166 家、159 家、155 家、123 家，合计占比 55.8%；艺术品业和文化会展业的获投企业相对较少，合计不到 30 家。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

图表 2.3.1-3 2020-2021H1 中国文化领域获投企业所属细分领域分布（企业数量，家）



2.3.2 代表性标的企业

2020-2021H1，中国文化领域**披露融资轮次**较多的企业有：猿辅导、蔚领时代、编程猫、Figure、中科闻歌、火花思维、云祈文旅、无锋网络、小鹅通、十二光年、锣钹科技、玩物得志、脸脸、橘品影业等。

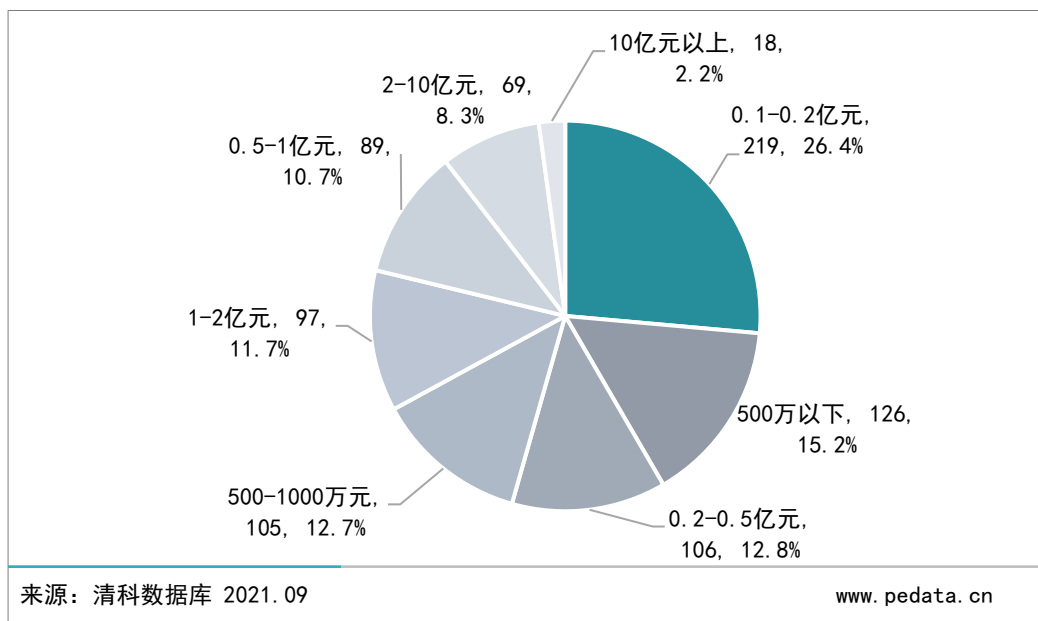
2020-2021H1，中国文化领域**披露融资金额较大**的**初创期**企业有 Figure、玩物得志、十三余等；**披露融资金额较大**的**扩张期**企业有猿辅导、快手、Keep、火花思维、粉笔教育、云学堂、美术宝、编程猫、字节跳动、豌豆思维、核桃编程、英雄体育、小鹅通、一起教育、十字星、若鸿文化等；**披露融资金额较大**的**成熟期**企业有完美世界、51CTO、Vpon 威朋等。

2.3.3 企业融资特点

根据清科数据库统计，2020-2021H1，在 1,081 家获投企业中有 829 家企业披露了融资金额，从**融资规模所在区间分布**看，统计期间**企业累计融资多集中于千万元级别**。具体来看，获投企业累计融资规模在千万元级别的有 414 家，占比约 50%。其中，融资规模在 1,000 万-2,000 万元区间的企业数量最多，有 219 家，占比达到 26.4%；融资规模在 2,000 万-5,000 万元区间的企业有 106 家，占比 12.8%。此外，累计融资规模在千万元以下的企业有 231 家，占比达到 27.9%；**累计融资规模在亿元级别及以上的企业有 184 家，占比达到 22.2%**。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

图表 2.3.3-1 2020-2021H1 中国文化领域获投企业融资规模区间分布情况（家）

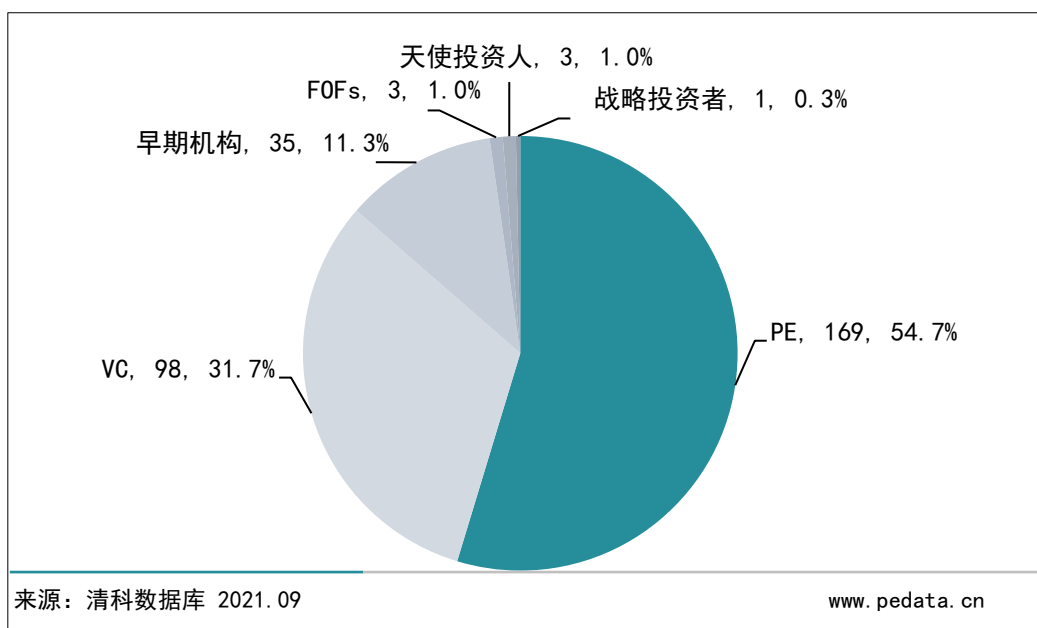


2.4 2020-2021H1 中国文化产业退出数据分析

2.4.1 退出机构类型

根据清科数据库统计，2020-2021H1，中国文化领域退出机构数量共计 309 家，总退出金额约 2,490 亿元。从退出机构数量来看，中国文化产业退出机构类型以 PE、VC 为主，占比分别为 54.7%、31.7%，合计占比约 86.4%；其次为早期机构，退出机构数量占比为 11%，战略投资者、天使投资人退出数量占比均较小。

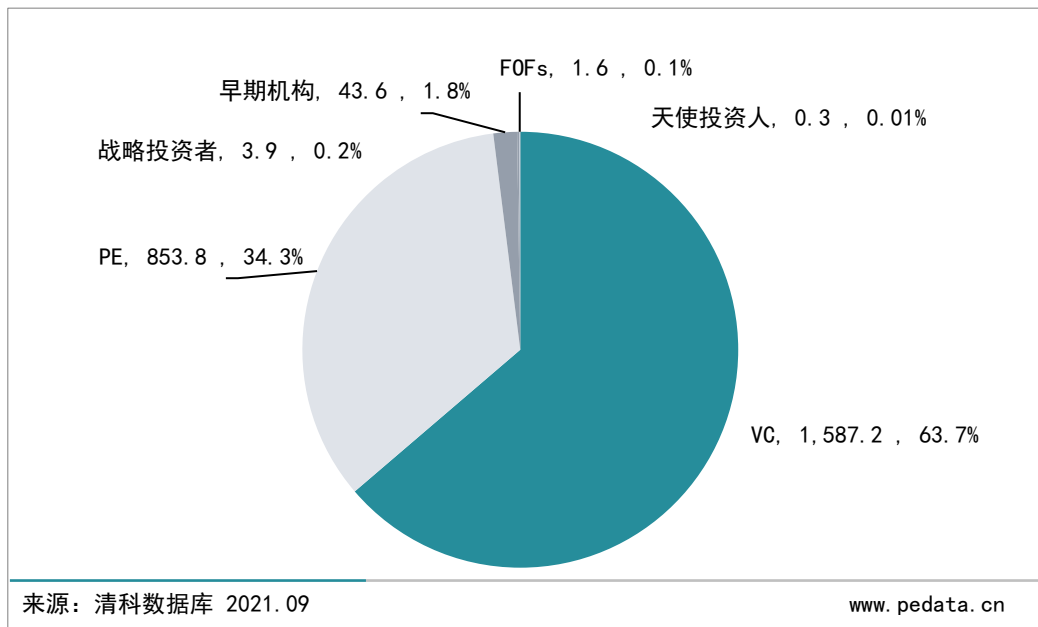
图表 2.4.1-1 2020-2021H1 中国文化产业退出机构类型分布情况（机构数量，家）



2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

从退出金额来看，中国文化产业退出机构类型主要为 VC，退出金额约 1,587 亿元，占比达 63.7%；其次为 PE，退出金额占比约 34.3%；其余类型机构退出金额占比均较小。

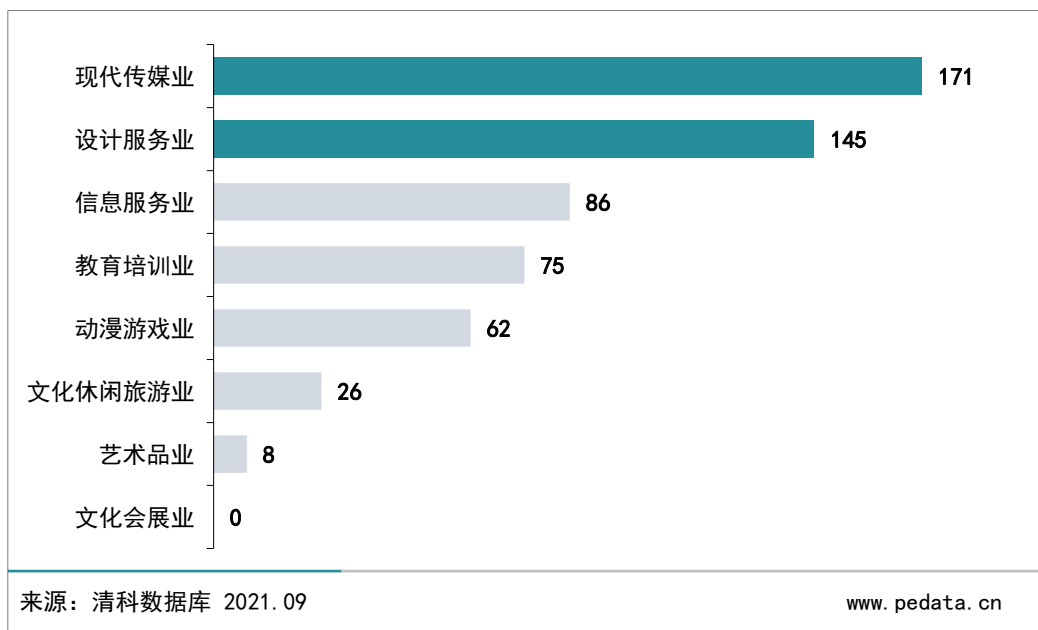
图表 2.4.1-2 2020-2021H1 中国文化产业退出机构类型分布情况（退出金额，亿元）



2.4.2 退出行业分布

根据清科数据库统计，2020-2021H1，中国文化产业共发生 573 笔退出事件，主要集中于现代传媒业、设计服务业、信息服务业、教育培训业等细分领域。

图表 2.4.2-1 2020-2021H1 中国文化产业退出细分领域情况（退出案例数，笔）



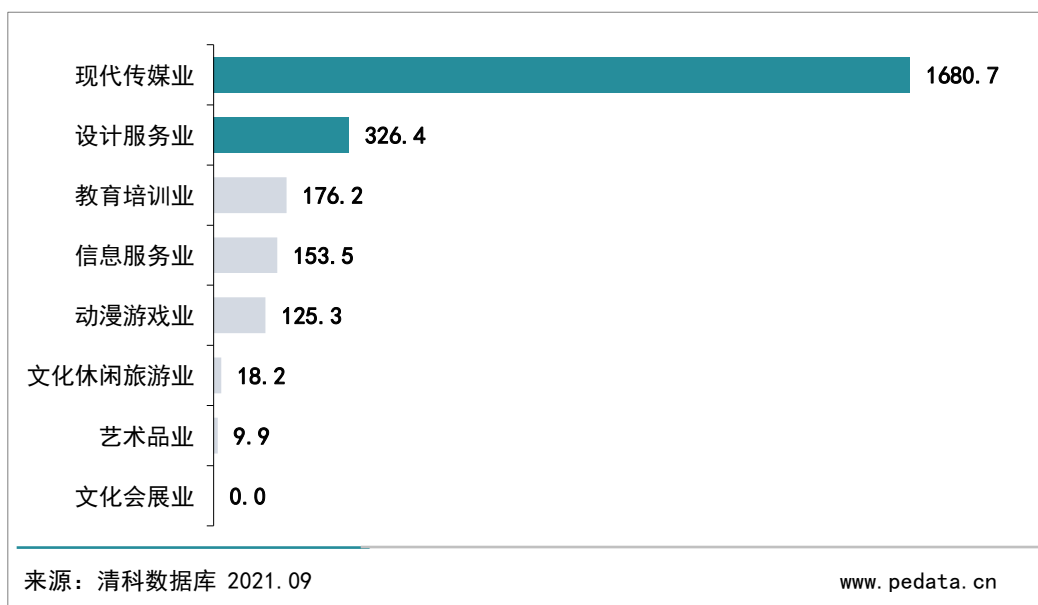
从退出事件数量来看，中国文化产业退出事件最多的行业是现代传媒业、设计服务业，

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

占比分别为 29.8%、25.3%；其次是信息服务业、教育培训业，发生退出事件均超过 70 笔，合计占退出事件总数的 28.1%。

从**退出金额**来看，现代传媒业退出金额约 1,680 亿元，占比为 67.5%，遥遥领先于其他行业，主要是由于 2021 年 3 月快手科技上市产生近 1,378 亿元退出。退出金额排名其后的行业为设计服务业，占比为 13.1%。在文化产业的八大行业中，退出事件和退出金额均较少的是文化会展业和艺术品业。

图表 2.4.2-2 2020-2021H1 中国文化产业退出细分领域情况（退出金额，亿元）



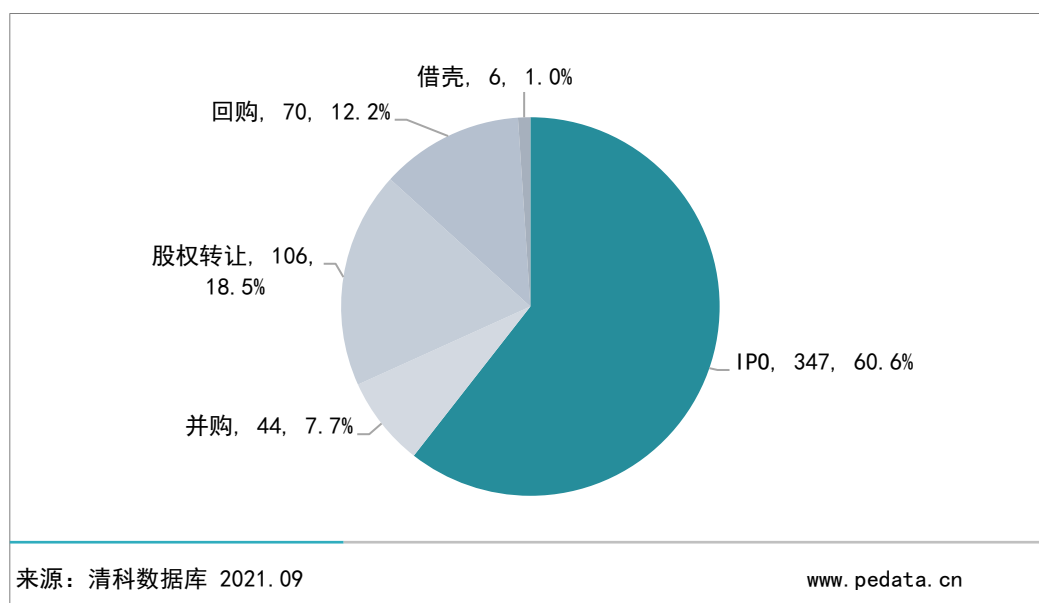
2.4.3 退出方式分布

根据清科数据库统计，2020-2021H1，中国文化产业的退出事件中，从**退出案例数**来看，主要的退出方式为 IPO，占比超一半；其次是股权转让、回购、并购，分别占比 18.5%、12.2%、7.7%，共计占比约 38.4%。

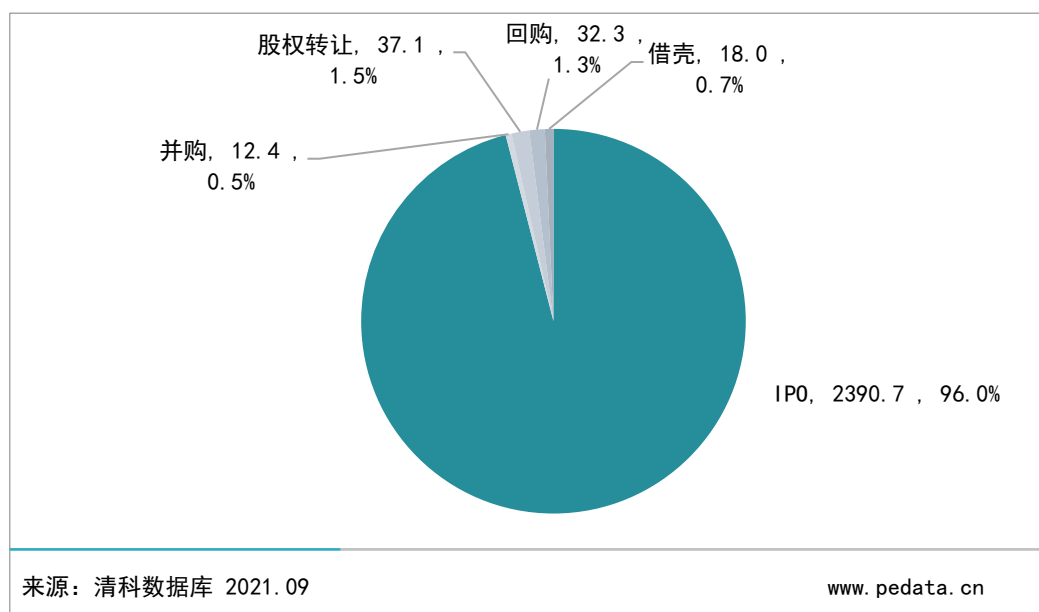
从**退出金额**来看，退出方式主要为 IPO，退出金额超 2,390 亿元，占总退出金额的 96%；其余方式退出金额占比约 4%左右。其中，IPO 退出的代表性企业有快手、知乎、泡泡玛特、容联云通讯、声网、荔枝、耀世星辉等。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

图表 2.4.3-1 2020-2021H1 中国文化产业退出方式分布情况（退出案例数，笔）



图表 2.4.3-2 2020-2021H1 中国文化产业退出方式分布情况（退出金额，亿元）



2.4.4 代表性退出机构

2020-2021H1, 在中国文化产业退出案例数较多的代表性机构有：五源资本、红杉中国、顺为资本、华映资本、青松基金、深创投、华兴新经济基金、启明创投、创新工场、晨晖资本等，以 PE 和 VC 为主。

2020-2021H1, 在中国文化产业退出金额较大的代表性机构有：五源资本、DCM 中国、数字天空技术、红杉中国、顺为资本、博裕资本、今日资本、CMC 资本、创新工场、淡马锡投资、策源创投、中国互联网投资、启明创投、高榕资本、高盛、纪源资本等，以 PE 和 VC 为主。

3 中国城市文化产业发展指数研究

本章在结合中国文化产业投融资分析的基础上，综合考虑城市地域分布、行政地位及整体发展水平，兼顾城市统计数据的可得性与来源一致性，优先选择在政策上有优势、经济上有潜力、行政级别上相近的城市作为观察城市，从政策环境、经济发展、文化人才、企业集聚度、投融资热度等方面进行指标筛选和评价指标体系搭建，并运用“位序计分法”对观察城市的文化产业发展综合指数，以及四个分项指数（文化产业指数、文化人才指数、文化消费指数、文化投资指数）进行核算，以期从多个层面对观察城市的文化产业发展状况进行综合分析评价。

3.1 中国城市文化产业指标体系构建

3.1.1 观察城市选择

结合对 2021 年中国城市文化产业发展、文化产业人才孵化、文化形象塑造和品牌建设、文化产业投融资热度等方面的基础研究，报告综合选取了 20 个观察城市，包括：4 个直辖市（北京、上海、天津、重庆），11 个副省级城市（深圳、广州、杭州、武汉、成都、厦门、青岛、南京、宁波、西安、济南），2 个其它省会城市（长沙、合肥），3 个重要经济城市（苏州、无锡、珠海）。

图表 3.1.1-1 2021 年中国城市文化产业发展综合指数—20 大观察城市



3.1.2 评价维度划分

城市文化产业的发展与政策引导、文化资源基础、科技支撑、人才孵育、企业培育、资本市场推动等因素息息相关，同时也体现在文化场所建设、居民消费生活、教育培训及休闲

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

娱乐活动等方面。结合对相关影响因素的分析以及对文化产业发展面的梳理，报告综合选择文化产业指数、文化人才指数、文化消费指数、文化投资指数 4 个评价维度，并分别进行各评价维度下评价指标的筛选。

3.1.3 指标体系设计

(1) 指标体系

基于上述四个评价维度的划分，兼顾指标相关性、可比性及统计数据的可得性，报告研究制定了 2021 年中国城市文化产业发展综合评价指标体系。该评价指标体系共覆盖四个评价维度、20 个评价指标，以期从城市文化产业发展的各个侧面，对 20 个观察城市的文化产业发展实力进行综合评价。

此外，报告还选取了地区 GDP（亿元）、常住人口数量（万人）两个基础性指标，作为中国城市文化产业发展综合评价的参考指标。同时，为避免因不同城市规模差异较大而造成文化产业发展综合指数的偏移，两个基础性指标不会直接纳入指数评价指标计算；在其他评价指标的计算中，将综合考虑城市规模本身带来的绝对量上的差异，选用人均、比例等相对指标进行评价。

图表 3.1.3-1 2021 年中国城市文化产业发展综合评价指标体系

综合指数	评价维度	序号	评价指标
中国城市 文化产业 发展综合 指数	一、文化 产业指数	1	文化及相关产业增加值（亿元）
		2	文化及相关产业增加值占 GDP 比重（%）
		3	旅游总收入（亿元）
		4	接待旅游人次（万人次）
		5	每万人口外观设计专利数量（件）
	二、文化 人才指数	6	每百万人口文化、体育和娱乐业从业人员数量（人）
		7	高等院校数量（所）
		8	高等院校在校学生数量（万人）
		9	文化事业单位数量（家/万人）
		10	公共图书馆藏书数量（册/人）
	三、文化 消费指数	11	居民人均可支配收入（元）
		12	教育、文化、娱乐人均消费支出（元）
		13	教育、文化、娱乐人均消费支出占比（%）
		14	教育财政支出（亿元）
		15	文化体育与传媒财政支出（亿元）
	四、文化 投资指数	16	文化领域投资案例数（起）
		17	文化领域投资金额（亿元）
		18	文化领域投资机构数量（家）
		19	文化领域获投资企业数量（家）
		20	文化领域退出案例数（笔）

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

(2) 指标说明

图表 3.1.3-2 2021 年中国城市文化产业发展综合评价指标说明

序号	评价指标	指标说明
1	文化及相关产业增加值（亿元）	增加值指常住单位生产过程创造的新增价值和固定资产的转移价值，文化及相关产业增加值用于衡量各观察城市文化产业发展规模情况，基础数据来源于各城市统计年鉴、统计公报及公开报道等。各城市对于文化产业的界定不完全相同，但内容基本包括文化艺术服务、新闻出版及发行服务、广播电视电影服务、软件和信息技术服务、广告和会展服务、艺术品生产与销售服务、设计服务、文化休闲娱乐服务、文化用品设备生产销售及其他辅助服务等
2	文化及相关产业增加值占 GDP 比重（%）	该指标指文化及相关产业增加值占地区生产总值的比例情况，用于衡量城市文化产业在经济发展中的重要程度。地区生产总值是按市场价格计算的地区生产总值的简称，它是一个地区所有常住单位在一定时期内生产活动的最终成果。地区生产总值数据来源于各城市统计年鉴
3	旅游总收入（亿元）	该指标包括旅游外汇收入和国内旅游收入。旅游外汇收入指入境游客在中国（大陆）境内旅行、游览过程中用于交通、参观游览、住宿、餐饮、购物、娱乐等全部花费。国内旅游收入指国内游客在国内旅行、游览过程中用于交通、参观游览、住宿、餐饮、购物、娱乐等全部花费。数据来源于各城市统计年鉴
4	接待旅游人次（万人次）	该指标包括入境旅游者和国内旅游者。其中，入境旅游者指来中国（大陆）观光、度假、探亲访友、就医疗养、购物、参加会议或从事经济、文化、体育、宗教活动，且在中国（大陆）的旅游住宿设施内至少停留一夜的外国人、港澳台同胞等游客。国内旅游者指中国（大陆）居民离开惯常居住地在境内其他地方的旅游住宿设施内至少停留一夜，最长不超过 12 个月的国内游客。数据来源于各城市统计年鉴
5	每万人口外观设计专利数量（件）	外观设计专利指专利法及其实施细则所称的外观设计，指对产品的形状、图案、色彩或者其结合所做出的富有美感并适于工业上应用的新设计。外观设计专利数量来源于城市统计年鉴，报告所用指标数据结合城市常住人口总量作了调整，以减少由于城市规模、经济、人口总量差距带来的指数偏差
6	每百万人口文化、体育和娱乐业从业人员数量（人）	从业人员指在各级国家机关、党政机关、社会团体及企业、事业单位中工作，取得工资或其他形式的劳动报酬的全部人员。文化、体育和娱乐业从业人员数量来源于各城市统计年鉴，报告所用指标数据结合城市常住人口总量作了调整
7	高等院校数量（所）	普通高等学校指按国家规定的设置标准和审批程序批准举办的，通过国家统一招生考试，招收高中毕业生为主要培养对象，实施高等教育的全日制大学、独立设置的学院和高等专科学校、短期职业大学
8	高等院校在校学生数量（万人）	该指标指在高等院校具有学籍的注册学生数
9	文化事业单位数量（家/万人）	文化事业单位包括影院、剧场、剧团、文化馆、文化站、图书馆、博物馆、展览馆等，基础数据来源于城市统计年鉴，报告所用指标数据结合城市常住人口总量进行了调整

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

序号	评价指标	指标说明
10	公共图书馆藏书数量（册/人）	公共图书馆藏书指各级文化部门举办的面向社会服务的独立的图书馆（不包括文化馆的图书室，也不包括文化系统以外的图书馆）藏书数量，基础数据来源于城市统计年鉴，报告所用指标数据结合城市常住人口总量进行了调整
11	居民人均可支配收入（元）	可支配收入指调查户在调查期内获得的、可用于最终消费支出和储蓄的总和，即调查户可以用来自由支配的收入，主要包括工资性收入、经营净收入、财产净收入和转移净收入。数据来源于各城市统计年鉴
12	教育、文化、娱乐人均消费支出（元）	消费支出指住户用于满足家庭日常生活消费需要的全部支出，包括用于消费品的支出和用于服务性消费的支出。教育、文化、娱乐人均消费支出指住户用于满足教育、文化、娱乐领域消费的支出情况，基础数据来源于各城市统计年鉴
13	教育、文化、娱乐人均消费支出占比（%）	该指标指教育、文化、娱乐人均消费支出占居民人均消费支出的比例情况，主要用于反映城市居民对于教育、文化、娱乐消费支出的倾向程度，根据基础数据测算得到
14	教育财政支出（亿元）	该指标指政府教育事务支出，包括教育行政管理、学前教育、小学教育、初中教育、普通高中教育、普通高等教育、初等职业教育、中专教育、技校教育、职业高中教育、高等职业教育、广播电视教育、留学生教育、特殊教育、干部继续教育、教育机关服务等。基础数据来源于各城市统计年鉴
15	文化体育与传媒财政支出（亿元）	该指标指政府在文化、文物、体育、广播影视、新闻出版等方面的支出。基础数据来源于各城市统计年鉴
16	文化领域投资案例数（起）	2020-2021H1，中国文化产业领域披露的投资事件数，主要反映城市文化领域股权投资的整体活跃程度。数据来源于清科数据库
17	文化领域投资金额（亿元）	2020-2021H1，中国文化产业领域披露的投资事件的投资总额，主要反映城市文化领域投资的规模情况。数据来源于清科数据库
18	文化领域投资机构数量（家）	2020-2021H1，参与中国文化产业领域股权投资的早期、VC、PE 机构数量，主要反映投资机构对于城市文化产业投资的关注度和青睐度。数据来源于清科数据库
19	文化领域获投资企业数量（家）	2020-2021H1，获得机构投资的中国文化企业数量，主要反映城市文化企业的资本吸引力与发展潜力。数据来源于清科数据库
20	文化领域退出案例数（笔）	2020-2021H1，中国文化产业领域披露的退出事件数量，退出方式包括 IPO、股权转让、并购、回购、借壳上市等。数据来源于清科数据库

3.1.4 基础数据来源

秉承数据采集过程中的公开、可靠及一致性原则，报告中计算指标所用的基础数据均来

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

自于公开渠道，主要数据来源于国家统计局公开数据、统计公报、各观察城市统计年鉴、中国城市建设统计年鉴、各类数据库等。其中，文化投资指数维度的基础数据主要来源于清科数据库。

需要说明的是，受近年我国城市文化产业发展迅速影响，各城市不同年份间的基础数据可能存在较大差异，为确保排名的时效性，报告尽可能选择最新年份的指标数据。此外，由于各城市的数据披露时间有先后，为保持综合评分排名的准确性，对于暂未更新的个别数据，报告采用近年数据进行了大致测算。

3.1.5 评价方法确立

参照国内外各类城市综合评价的常用方法，结合中国城市文化产业发展评价指标体系的特点及评价目的，本报告综合采用“位序计分法”对 20 个观察城市的文化产业综合发展水平进行评价，希望着重反映城市文化综合发展实力的排序，而非重点描述城市间的差异。

位序计分法，即在评分过程中，仅考虑城市在每一个指标上的排位顺序，而不过分关注城市在各指标上的差异大小。对于某一指标排序前后紧接在一起的两个城市，无论两者之间的统计数值差距为多少，在排序结果上都只差一个位次，体现在该指标的评分上即相差一分。针对此次综合评价的 20 个观察城市以及所使用的 20 个评价指标，逐一进行各个指标下 20 个观察城市的排序赋分，即 20 个观察城市中，排位第一的积 20 分，排位第二的积 19 分，依次类推，排位最后的积 1 分，数据相同的城市积分相同。在每一个评价维度内，各城市所有指标的积分之和，为该城市该评价维度下的总得分，20 个观察城市在所有四个评价维度上的所有指标的积分总和，按从高到低依次排序，形成 2021 年中国城市文化产业发展综合指数的总评价结果。

3.2 中国城市文化产业发展综合指数评价

基于上述确定的评价维度及指标体系，参照各个指标基础数据，应用“位序计分法”对单个指标进行排序计分，再逐级进行评价维度的计分核算，最终得到各城市的文化产业发展综合指数。

总体来看：

1) 20 个观察城市中，北京、上海的文化产业发展处于第一梯队，文化产业综合发展指数领先于其他城市。其中北京在文化人才指数、文化投资指数两个分项指数上领衔全国城市，在文化产业指数上排名全国第二；而上海的文化消费指数是所有观察城市中最高的，主要是受上海的教育、文化、娱乐人均消费支出较高影响。

2) 广州、杭州、深圳、南京仍处于第二梯队，排位较 2020 年没有变化，但城市之间的指数差距略微扩大，广州市作为本梯队综合发展状况较好的城市，进一步缩小了其与北京、上

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

海两大超一线城市的差距。整体来看，第二梯队四个城市的文化产业发展综合指数较北京、上海仍有明显差距，但也明显高于第三梯队城市。

3) 位于第三梯队的城市有苏州、成都、天津、武汉、西安、长沙、重庆、宁波，城市文化产业发展综合指数基本处于同一水平，但较二梯队城市有一定差距，在文化产业分项指数上也各有其侧重，其中苏州、成都、西安等城市的文化产业发展综合指数排位较 2020 年有所上升。

4) 此外，厦门、合肥、济南、无锡、珠海、青岛处于第四梯队，其中无锡、珠海、青岛的文化投资热度相对不足，与 2020-2021 年文化产业投融资热度整体下滑也有较大关联。厦门、合肥、济南的文化消费水平相对较低；其中济南市的文化产业指数和文化投资指数排名较上年也分别有不同程度降低，城市文化产业发展综合指数排位较上一年有所下滑。

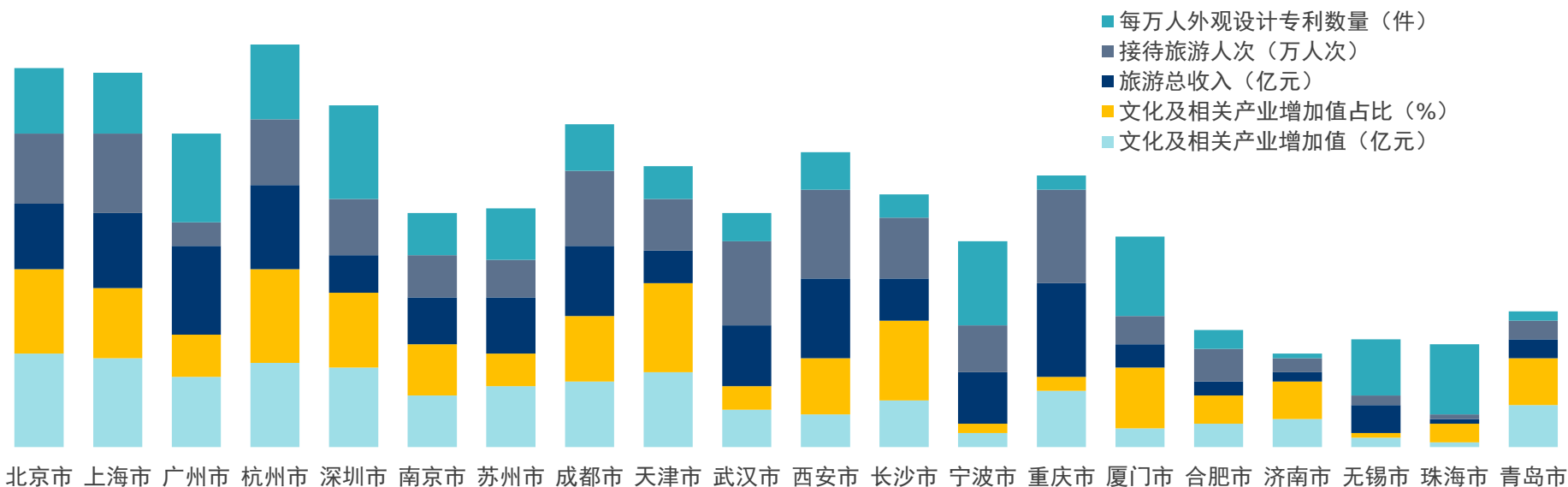
图表 3.2-1 2021 年中国城市文化产业发展综合指数情况

序号	城市	中国城市文化产业发展综合指数	文化产业指数	文化人才指数	文化消费指数	文化投资指数
1	北京市					
2	上海市					
3	广州市					
4	杭州市					
5	深圳市					
6	南京市					
7	苏州市					
8	成都市					
9	天津市					
10	武汉市					
11	西安市					
12	长沙市					
13	重庆市					
14	宁波市					
15	厦门市					
16	合肥市					
17	济南市					
18	无锡市					
19	珠海市					
20	青岛市					

3.3 中国城市文化产业发展分项指数评价

3.3.1 文化产业指数：杭州、深圳、成都

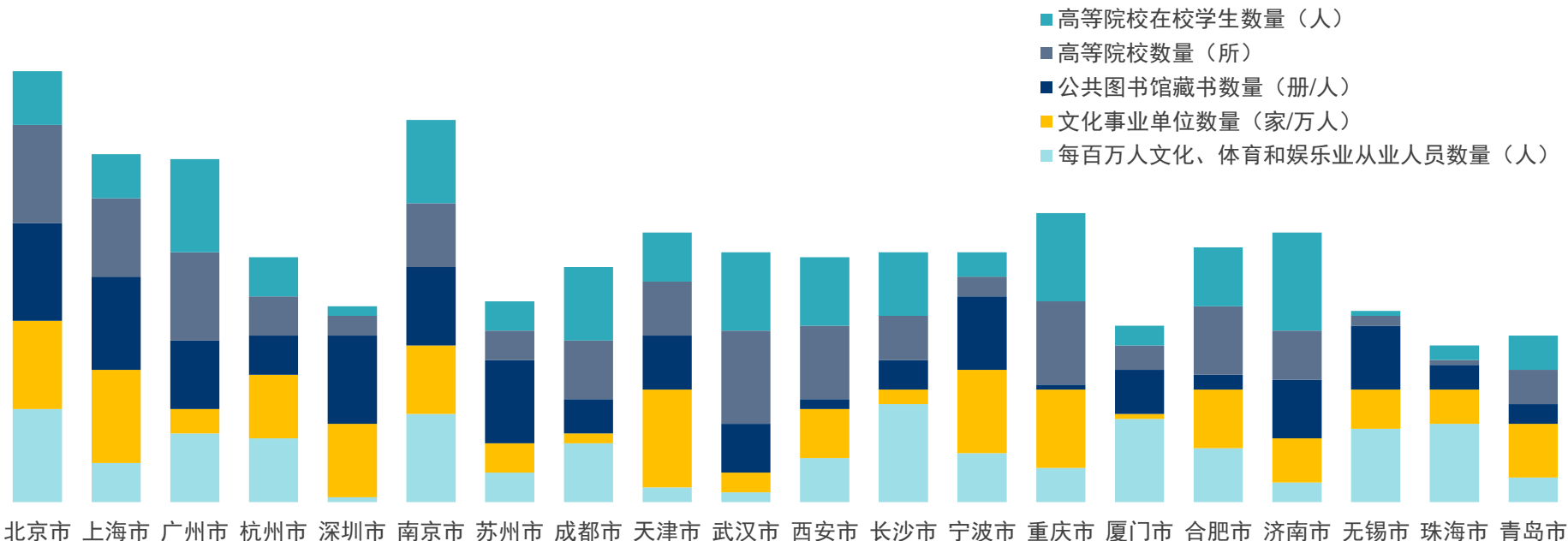
图表 3.3.1-1 2021 年中国城市文化产业指数分布情况



城市文化产业指数由文化及相关产业增加值（亿元）、文化及相关产业增加值占 GDP 比重（%）、旅游总收入（亿元）、接待旅游人次（万人次）、每万人外观设计专利数量（件）5 个指标进行综合测算、评价。整体来看，北京、杭州、上海、深圳、成都等地文化产业指数较高，其中北京和上海的文化及相关产业增加值、旅游总收入、接待旅游人次等均处于观察城市前列；**杭州市文化产业指数在所有城市中排名第一位，文化及相关产业增加值指标突出，文化及相关产业增加值占 GDP 比重最高**；深圳市每万人外观设计专利数量最高，文化产业增加值及其 GDP 占比两项指标也排在前列；重庆市的旅游总收入、接待旅游人次是观察城市中最高的，但文化及相关产业增加值占 GDP 比例和每万人外观专利设计数排名相对较差。

3.3.2 文化人才指数：南京、广州

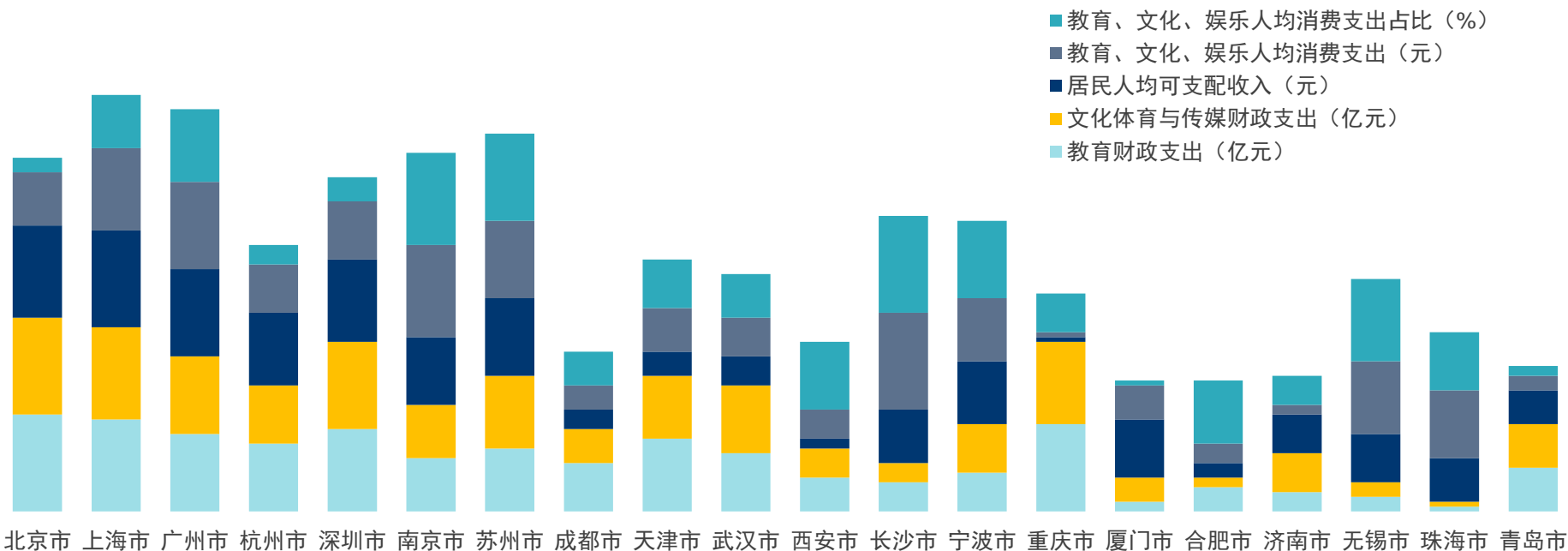
图表 3.3.2-1 2021 年中国城市文化人才指数分布情况



城市文化人才指数由每百万人体育和娱乐业从业人员数量 (人)、高等院校数量 (所)、高等院校在校学生数量 (万人)、文化事业单位数量 (家/万人)、公共图书馆藏书数量 (册/人) 5 个指标进行综合测算、评价。整体来看,除北京、上海两大第一梯队的城市外,南京、广州、天津、重庆、济南等地在文化人才资源方面也都有明显优势。其中,南京在每百万人体育和娱乐业从业人员数量、高等院校在校学生数量、公共图书馆人均藏书量三项指标上较优;广州、武汉、重庆的高等院校数量、高等院校在校学生数量均处于观察城市前列,形成了厚实的人才基础;天津的每万人文化事业单位数量最高,在所有观察城市中排名第一;深圳和杭州在高等院校数量、在校学生数量方面都相对偏低,拉低了其文化人才指数的整体水平。

3.3.3 文化消费指数：广州、苏州、南京

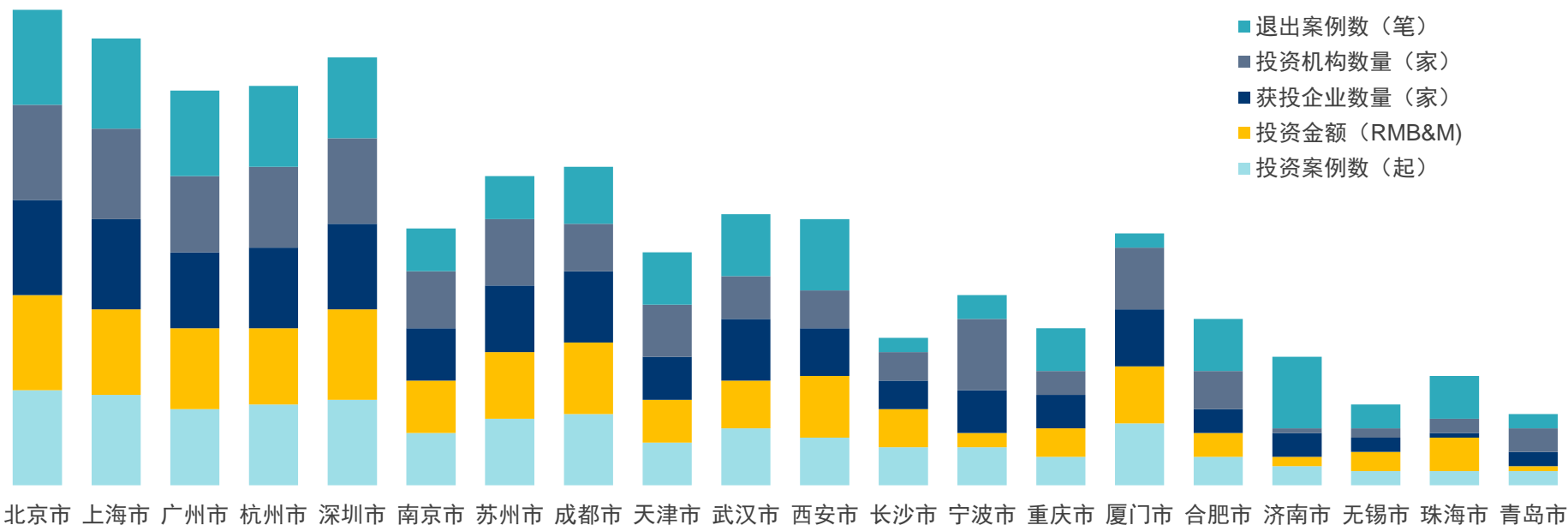
图表 3.3.3-1 2021 年中国城市文化消费指数分布情况



城市文化消费指数由居民人均可支配收入 (元)，教育、文化、娱乐人均消费支出 (元)，教育、文化、娱乐人均消费支出占比 (%)，教育财政支出 (亿元) 和文化体育与传媒财政支出 (亿元) 5 个指标进行综合测算、评价。整体来看，上海、广州、苏州、南京、北京、深圳的文化消费能力整体居前，其中，北京、上海的教育财政支出、文化体育与传媒财政支出分别处于观察城市的第一、二位，但北京的教育、文化、娱乐人均消费支出和教育、文化、娱乐人均消费支出占比的评分较低，拉低了北京的整体文化消费指数；上海的各项指标得分都较高，整体评分排名第一。长沙、南京、苏州、广州等地的教育、文化、娱乐人均消费支出及其占比较高，但其中南京、长沙的教育、文化体育与传媒财政支出较少。

3.3.4 文化投资指数：深圳、杭州、广州

图表 3.3.4-1 2021 年中国城市文化投资指数分布情况



城市文化投资指数由文化领域投资案例数（起）、文化领域投资金额（亿元）、文化领域投资机构数量（家）、文化领域获投资企业数量（家）、文化领域退出案例数（笔）5个指标进行综合测算、评价。整体来看，北京、上海、深圳、杭州、广州是文化领域投资最为活跃的地区，其中北京地区遥遥领先，5项指标均为观察城市中最高，上海居各观察城市第二位，但文化领域整体投融资规模远小于北京地区；杭州和广州差距不大，但与上海仍有较大差距。与其他同级别城市相比，杭州市文化投资指数具有显著优势，文化领域投融资活跃度较高。整体来看，20个观察城市的文化投资指数之间差距相比其他三类指标更大，长沙、济南、无锡、珠海、青岛等地的文化投资指数均远低于头部城市，文化领域投融资活动呈现较高的区域集中度。

3.4 中国重点城市文化产业发展综述

3.4.1 杭州：文化为重要支柱性产业，文化产业园区发展迅速

(1) 产业发展能级稳居全国前列，重点发展八大门类

2020年，杭州文化产业增加值为2,285亿元，实现8.2%增长，占GDP比重为14.2%。杭州市文化产业发展规模始终保持浙江省第一位，占全省文化产业规模总量的40%以上，产业发展能级稳居全国前列。目前，杭州市基本形成以数字内容、影视生产、动漫游戏、创意设计、现代演艺为优势的文化产业高质量发展格局。杭州市深耕文化领域已久，坚持对文化产业的内涵和外延做“加法”，明确重点发展信息服务、动漫游戏、设计服务、现代传媒、教育培训、艺术品、文化休闲旅游、文化会展八大产业门类。2020年疫情期间，杭州累计为100余家文化企业兑现政策支持2,000余万元，文化企业数量持续增长，但盈利能力受疫情影响较大，2020年三季度末基本恢复至上年同期水平。近期，浙江省和杭州市在文化产业规划、促进文化产业发展、数字科技与文化产业融合、文化人才培养等方面发布一系列政策，引导和支持当地文化产业建设与发展。

图表 3.4.1-1 浙江省和杭州市近期文化产业相关政策

发布时间	发布单位	政策名称	政策要点
2021/07	杭州市委 宣传部	《杭州市文化产业发展“十四五”规划》(公示稿)	到2025年，加快形成创新驱动、优势突出、代表先进文化生产力的现代文化产业体系和市场体系，加快建设具有全球影响力的国际文化创意中心，为争当浙江高质量发展建设共同富裕示范区城市范例提供文化实践样本
2021/07	杭州市政府	《杭州争当浙江高放大西湖、大运河、良渚古城三大世界遗产综合带动效应质量发展建设共同应，推进文化带建设；做好杭州丝绸、青瓷、茶叶等东方富裕示范区城市范例传统文化元素的活态传承；加快国家版本馆杭州分馆等例的行动计划文化地标性设施建设；大力发展数字文化产业，壮大动漫(2021-2025年)》游戏、创意设计等优势行业	
2021/06	浙江省发改委	《浙江省文化改革新闻出版、影视动漫、旅游演艺、文化创意、文化会展、发展“十四五”规划》	加快文化产业高质量发展，优化文化产业发展布局，推进文体休闲娱乐、文化装备制造等重点文化产业门类高质量发展，推进文化和旅游深度融合
2021/06	杭州市发改委	《杭州市重大建设项目“十四五”规划》	围绕推动文化产业、旅游休闲产业等五大都市支柱产业高质量发展，安排重大建设项目88个，“十四五”规划投资1,696亿元
2021/01	杭州市滨江区政府	《关于进一步扶持文化创意产业发展的实施意见》	加快“文化+科技+互联网”的深度融合，做强数字文创产业，推进白马湖国家文化产业示范园区建设；鼓励动漫游戏、数字内容、影视传媒、创意设计以及其他科技含量高、经济附加值高的文化产业新业态企业发展

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

发布时间	发布单位 政策名称	政策要点
2020/11	浙江省商务厅、省先行示范区建设发展数字出版、网络文学、动漫游戏、数字音乐、数字影视委网信办《案》	《浙江省数字贸易助推数字文化走出去，聚焦“之江文化产业带”，重点发展数字出版、网络文学、动漫游戏、数字音乐、数字影视等新兴文化业态
2020/09	浙江省科技厅等七部门《浙江省关于促进文化和科技深度融合的实施意见》	加快公共文化和旅游服务云平台建设；推动媒体融合纵深发展；引导数字化文化消费，支持杭州等地创建国家文化消费试点城市，鼓励网络视频、网络游戏、网络文学、网络直播等数字文化消费业态等
2020/09	杭州市政府办公厅《关于印发杭州市确定 18 个重点培育项目，包括打造京杭大运河（杭州段）推进文旅“金名片”国家文化公园、创建淳安国家全域旅游示范区等；深入挖掘历史文化内涵，打造“独特韵味、别样精彩”的文旅融合重要窗口	

来源：清科研究中心根据公开资料整理。

（2）文化产业起步早，发展环境与基础良好

杭州是浙江省经济、政治、文化中心，是国家重点风景旅游城市和全国历史文化名城，目前已稳居新一线城市前列，具备发展文化产业的良好产业基础、人才资源、投资和消费环境。同时，杭州也是最早一批将文化产业作为主导产业的城市之一，早在 2012 年就成功加入联合国教科文组织全球创意城市网络，成为全国首个工艺与民间艺术之都。

近年来，杭州文化产业政策体系、营商环境不断优化，信息服务、动漫游戏、影视、数字内容等重点文化产业发展突出，中国国际动漫节、杭州文博会等知名文化会展连续成功举办多届，文化产业综合实力、创新能力和品牌打造能力均处于全国第一梯队。2020 年，杭州入选首批国家文化和旅游消费示范城市。

（3）加快文化产业数字化改革，推动文化产业与数字经济深度融合

近年来，浙江全面实施“数字经济一号工程”，大力推动数字经济与文化产业深度融合。作为全国数字经济“领跑者”，杭州市以数字技术优势赋能文化产业，以数字内容、动漫游戏、影视等文化业态为重点，推动文化企业的数字化转型；同时催化了文化直播、电商直销、IP 授权转化等新营销模式的迭代。2020 年，杭州市数字内容产业增加值增速达 12.7%，全市规上数字文化企业营业收入占规上文化企业营业收入的比重为 60%。

2021 年 7 月，《杭州市文化产业发展“十四五”规划》公示，明确推动文化产业与数字经济融合发展，加快推动文化产业数字化改革，促进文化产业“上云用数赋智”。在未来五年，杭州计划打造全国数字文化产业创新发展示范地，加快数字影视、数字游戏、数字阅读、数字音乐、数字艺术、数字出版、短视频等数字文化业态发展。

（4）文化产业园区发展迅速，集聚发展效能持续提升

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

中国文化产业园区的发展尚处于摸索阶段,但发展势头迅猛。近年来,之江文化产业带、大运河(杭州段)文化产业带等重大产业平台建设不断加快,白马湖生态创意城、咪咕数字阅读基地等成功创建国家级文化产业发展示范园区、国家文化和科技融合示范基地,18家国家级文化产业园区(基地)蓬勃发展,集聚发展效能持续提升。2020年,白马湖生态创意城入选国家级文化产业示范园区。

此外,杭州市在观光工厂、工业博物馆、现代工程景观、工业遗址公园等业态建设上初具规模。同时,杭州地处长三角关键位置,有助于与上海、南京、合肥等地在国际产业双向合作层面建立集中优势,加强国际合作园区建设,打造高水平的国际组织和总部经济聚集区。

3.4.2 北京:全国文化中心建设加速,文化产业发展处于领先地位

(1) 北京持续出台多项引导、支持政策,推进文化产业发展

北京作为全国政治中心、文化中心、国际交往中心、科技创新中心,是世界著名古都和现代化的国际城市,在经济、政治、交通运输、历史文化、旅游产业等方面位居全国前列,在文化产业政策方面起着带头作用。《北京市文化产业高质量发展三年行动计划(2020-2022年)》提出,到2022年全市规模以上文化产业实现收入突破1.5万亿元,产业增加值占地区生产总值比重保持在10%以上。2020年面对新冠肺炎疫情,北京市出台《关于应对新冠肺炎疫情影响促进文化企业健康发展的若干措施》,围绕网络视听、文艺演出、广播电视等行业统筹协调出台12个配套政策,助力文化企业复工复产。2020年4月,《关于新时代繁荣兴盛首都文化的意见》《北京市推进全国文化中心建设中长期规划(2019年-2035年)》以姊妹篇的方式发布,作为首都文化建设的顶层设计文件,既独立成篇,又相互呼应,时间跨度较大,构成一个有机整体。

图表 3.4.2-1 北京市近期文化产业相关政策

发布时间	发布单位	政策名称	政策要点
2020/12	北京经济技术开发区	《北京经济技术开发区游戏产业政策》	推进电竞场馆建设,对S级专业电竞场馆给予资金补助;支持企业或机构主办职业联赛;对竞赛中取得优异成绩的俱乐部、境内外上市的电竞企业和骨干人才进行奖励
2020/09	北京市人民政府	《关于加快国家文化产业创新实验区核心区高质量发展的若干措施》	从激发文化活力、优化空间承载、构建文化生态、扩大开放融通四个方面,以“政策18条”的形式,明确国家文创实验区下一步发展方向,辐射带动全市文化产业高质量发展,加快全国文化中心建设
2020/04	北京市推进全国文化中心建设领导小组	《北京市推进全国文化中心建设中长期规划(2019年-2035年)》	到2025年,全国文化中心地位显著增强,市民文明素质和城市文明程度明显提高,对全国文化建设的示范引领作用更加凸显;到2035年,全面建成中国特色社会主义先进文化之都,全国文化中

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

发布时间	发布单位	政策名称	政策要点
2020/04	中共北京市委	《关于新时代繁荣兴盛首都文化的意见》	心功能更加系统完善，文化建设对首都经济社会发展的驱动力更加强劲等 传承发展源远流长的古都文化、丰富厚重的红色文化、特色鲜明的京味文化、蓬勃兴起的创新文化，推动中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化在京华大地形成生动实践，取得丰硕成果
2019/12	北京市文化改革和发展领导小组	《北京市文化产业高质量发展三年行动计划（2020-2022年）》	聚焦内容创作生产、创意设计服务、文化融合发展等前沿领域和关键环节，着力实现创作生产精品化、文化创意品牌化、新兴业态多元化、市场体系现代化；到 2022 年全市规模以上文化产业实现收入突破 1.5 万亿元，产业增加值占地区生产总值比重保持在 10% 以上

来源：清科研究中心根据公开资料整理。

（2）文化产业发展态势良好，文化领域投融资几乎占据全国的半壁江山

北京作为全国文化中心，2006 年在全国率先提出发展文化产业，多年来文化产业增加值占比和增速保持全国领先，具备较好的产业发展基础。“十三五”时期，北京市深入挖掘以古都文化、红色文化、京味文化、创新文化为代表的首都文化，期末在内容创作生产、新闻信息服务等核心领域营业收入占比达到 91.6%。在宏观经济下行和疫情影响下，北京市文化产业仍然保持了良好的发展态势，2020 年 1-11 月，北京市规模以上文化产业实现收入 12,334 亿元，同比增长 2.3%。

北京地区在文化投融资活跃度、文化产业增加值、文化相关产业从业人员数量、高等院校数量、教育财政支出、文化体育传媒财政支出等方面均处于全国领先地位，拥有服贸会、文博会、北京国际电影节、国家版权交易中心等众多文化平台，以及丰富的人才资源、旺盛的文化需求和巨大的市场潜力。北京地区聚集了大量投资机构和文化领域创新服务公司，文化产业投融资热度居全国之首。根据清科数据库统计，2020-2021H1，北京地区文化领域披露投资案例数 536 起，披露投资金额 855.2 亿元，占期间全国文化领域总投资的比例分别达到 33.1%和 62.3%，均遥遥领先于其他省市。

（3）积极推动文化产业功能区建设，文化产业园区发展迅速

北京市加快文化产业集聚区建设，推动文化产业向规模化、集聚化和专业化方向发展。“十三五”期末，北京共认定市级文化产业园区 98 家，已形成市区两级线上线下服务园区发展的工作网络，文化产业园区发展势能进一步提升。为实施保护利用老旧厂房拓展文化空间，北京市出台《关于保护利用老旧厂房拓展文化空间的指导意见》等系列政策，涌现出隆福寺、北京坊、798、郎园等城市文化新地标，逐渐发展成文化科技融合的创新地、优质文化企业的集聚地、市民文化消费的打卡地。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

北京市文化产业园区已发展形成领先优势，2020 年认定市级文化产业示范园区 10 家、示范园区（提名）10 家、市级文化产业园区 78 家，主要分布在朝阳区、东城区、海淀区、西城区等中心城区。其中，朝阳区在全市率先出台文化事业产业融合发展示范园区管理办法和认定标准，首批认定 10 家文化事业产业融合发展示范园区和 10 家文旅消费街区。2020 年 12 月，文化和旅游部发布全国 13 家园区获得国家级文化产业示范园区创建资格，798 艺术区是北京市唯一一家入选单位。

（4）电子竞技、动漫游戏等业态发展较快，科技优势突出

近年来，北京市积极培育文化产业新增长点，举办“电竞北京”，大力发展智慧文旅、网络教育、网络游戏、电竞产业等“文化+网络”新兴业态。“十三五”期末，北京市规模以上“文化+科技”型企业实现营业收入占全市文化产业收入比重超过一半。同时，北京地区动漫游戏行业呈现爆发式增长，成为全国动漫游戏行业重要的研发中心和最大出口地。2020 年北京动漫游戏产业总产值达到 1,063 亿元，约占全国动漫游戏产业产值的 19.3%，相比 2019 年的 806 亿元增长 32%。其中，借助北京高校集聚地和中关村互联网文化创意产业园的资源支持，海淀区在游戏、电子竞技等领域具有突出的科技优势。

北京市设计产业在产业规模、专业技术人员、产业辐射能力和外溢水平方面，都已成为全球设计产业网络的亚太中心。此外，北京是全球最大的中国文物艺术品交易中心和全球第四大艺术品中心，文物艺术品拍卖一直走在全国前列。

3.4.3 上海：鼓励文化产业线上发展，影视、演艺、艺术品发展迅速

（1）出台系列政策，促进在线新文旅、文化和科技深度融合发展

上海市顺应信息技术变革趋势，借助在大数据、5G 等领域的先发优势，出台了一系列政策，积极布局线上发展新业态。2020 年 9 月，《上海在线新文旅发展行动方案（2020-2022 年）》正式发布，要求各文旅场馆逐步实现智慧管理、智慧服务和智慧展示，营造融入市民日常生活空间的数字文化旅游场景，建成更加便捷、高效、共享、融合的上海文化和旅游公共服务体系。2021 年 8 月，上海市六部门联合印发《上海市关于促进文化和科技深度融合的实施意见》，提出十二项重点任务和四项保障措施，持续完善文化科技融合创新体系，到 2025 年形成科技新动能主导文化产业发展的新格局。

图表 3.4.3-1 上海市近期文化产业相关政策

发布时间	发布单位	政策名称	政策要点
2021/08	上海市六部门	《上海市关于促进文化和科技深度融合的实施意见》	提出十二项重点任务和四项保障措施，进一步促进文化和科技深度融合；到 2025 年，力争建成 5 家以上国家文化和科技融合示范基地，10 家左右全国文化和科

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

发布时间	发布单位	政策名称	政策要点
2020/09	上海市文旅局	《上海在线新文旅发展行动方案（2020-2022年）》	技融合领军企业，创建10个上海市级文化科技融合重点实验室，打造系列文化科技融合创新示范工程等 依托大数据、云计算、物联网、移动互联网、人工智能及5G+4K/8K、区块链、边缘计算、人脸识别等新技术，加快推进文化旅游融合发展，加强文旅业态模式创新、服务创新、管理创新，更好推进上海国际文化大都市和世界著名旅游城市建设
2020/05	上海市经济和信息化委	《关于加快特色产业园区建设促进产业投资的若干政策措施》	把握生产生活方式新变化，大力发展在线新经济，加大在工业互联网、互联网医疗、在线教育、在线文旅、远程办公、生鲜零售电商等领域的招商引资和产业培育力度。放宽市场准入，探索扩大免罚清单等包容审慎监管模式和管理措施。鼓励按照全市产业地图引导，结合特色产业园区建设，通过老厂房、老仓库、工业标准厂房和商务楼宇等存量资源的改造提升，打造一批国际国内有重要影响力的在线新经济生态园
2020/04	上海市人民政府	《上海市促进在线新经济发展行动方案（2020-2022年）》	加速发展网络视听，依托音频、短视频、直播和影视类载体，推进新兴技术成果服务应用于内容生产。推动音视频大数据处理、全媒体智能播控、超高清视频制播等平台建设。顺应娱乐消费趋势，重视用户体验，进一步推动网游手游、网络文学、动漫电竞等互动娱乐产业发展，支持线上比赛、交易、直播、培训、健身

来源：清科研究中心根据公开资料整理。

（2）影院数量、银幕数量继续位列全国城市第一位，影视产业发展支持力度大

面对新冠肺炎疫情的严重冲击，上海电影市场率先复苏，持续回暖。根据国家电影局数据，2020年上海市以全年11.64亿元票房蝉联年度全国城市电影票房冠军，占全国票房的5.7%；上海全市复业影院数量达到353家，影院数量与银幕数继续位列全国城市第一位。2020年7月，第23届上海国际电影节以云上电影节的方式举办，为全球的电影行业和观众呈现了电影节的“上海方案”。2020年1-11月，上海共生产电影完成片60部，14部上海出品的影片进入院线放映；已备案立项新片209部，占全国总量的10.3%。

2020年2月，上海在全国率先发布《全力支持服务上海市文化企业疫情防控平稳健康发展的若干政策措施》，疫情期间精准实施影院补贴政策，帮扶重点电影企业和项目等，并在复工后推出“上海观影惠民季”、增加优质电影内容供给等一系列政策。2020年8月，松江区发布《松江区关于促进上海科技影都影视产业发展的若干政策措施》，设立松江区影视产业发展专项资金，推出鼓励影视企业落户、支持影视重点项目建设、支持影视公共服务平台建设等16条扶持措施，对行业机构产生强烈的吸引、集聚效应。

（3）积极发挥集成优势，精心打造亚洲演艺之都，演艺市场规模持续扩容

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

演艺产业是上海市“两中心两之都”的目标产业之一，围绕打造亚洲演艺之都的目标，上海市将积极发挥集成优势，精心打造“上海原创”“上海制作”“上海出品”的演艺品牌矩阵。根据上海文旅局数据，2020年上海共举办营业性演出30,772场，占全国市场的近1/3。

位于上海市中心的演艺大世界，是目前全国规模最大、密度最高的剧场群。2020年首创的演艺新空间为演艺内容长期驻演与小剧场建设注入运营资源，在2021年7月达到90家，已成长为上海文化品牌建设的新生力量。根据上海市演出行业协会统计，2021年上半年，上海专业剧场共演出3,936台，较疫情前2019年同期增长2%，其中主/合办演出2,176场，占比55%，创历年新高；观众达到186万人次，演出收入共计3.8亿元，其中票房收入3亿元。据官方信息，2023年前后，随着世博大舞台、上海大歌剧院等13座世界顶级大型文体场馆的建成，届时世博片区文化演艺座席将达到6万个，规模接近纽约百老汇、伦敦西区。

（4）艺术品交易氛围浓厚，交易服务平台挂牌成立，电竞产业集聚效应初步显现

上海市围绕建设世界重要艺术品交易中心的目标，成立“上海国际艺术品交易中心”，并启动“上海国际艺术品交易服务平台”提供一站式服务，着力解决艺术品交易领域交易成本偏高、流通环节手续繁杂、配套服务不够完善等问题，为艺术品交易提供更好的营商环境和政策体系。根据海关统计数据，2020年上海市艺术品进出口额达52.47亿元，占全国艺术品进出口总额比重的56%。

2020年，上海共举办文物艺术品拍卖会580场，是2019年的5倍多，文物拍卖标的超过10万件，其中网络文物拍卖占比80%，同比增长20倍。目前，上海有文物商店52家、经营文物拍卖的拍卖企业76家；画廊数量稳步增长，马凌画廊、大田秀则画廊、艾可画廊等知名品牌入驻。此外，上海国际艺术品交易月连续两年成功举办，已形成强势品牌效应，在此期间举办的四场艺术品博览会，吸引了大量艺术品买家和爱好者，产业带动效应明显。

上海是截至目前发布电竞相关政策最多的城市，上海静安、杨浦、普陀、闵行区、浦东新区等都相继出台电竞产业发展政策，助力电竞发展。目前，上海市集中了全国80%以上的电竞企业、俱乐部、战队和直播平台，包括拳头游戏在上海成立首个全球研发中心，阿里巴巴在上海成立阿里灵犀互娱华东区总部等。全国每年500多项具有一定影响力的电竞赛事中，超过40%在上海举办，电竞产业集聚效应逐步显现。

3.4.4 广州：创新创业环境优越，动漫游戏、音乐、直播发展较好

（1）加快促进文化产业创新发展，扩大文化消费规模，提升文化产业支柱地位

广州市是首批全国扩大文化消费试点城市之一，通过政府补贴、市场售票等方式扩大文化消费，如通过鼓励和支持社会力量投资建设数字影院，不断培育电影消费市场等，文化消费的整体规模及人均文化消费均处于提升状态，文化产业增加值占GDP的比重进一步提升。近年来，广州市高度重视文化产业的顶层设计，从财政、税收、金融等方面加大对文化产业

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

的支持力度，出台了重要的纲领性政策以及针对电影、动漫游戏、文化产业园区、实体书店等的一系列配套政策，初步形成“1+N”文化产业政策体系。

2019年1月，广州市发布《关于加快文化产业创新发展的实施意见》，提出“未来五年，全市文化产业增加值努力实现年均增长12%，稳步提升文化产业占全市生产总值比重；到2035年，文化产业成为全市重要的战略性支柱产业”的发展目标。根据广州市统计局数据，2020年广州市规模以上文化及相关产业法人单位2,822家，实现营业收入4,026亿元。其中，以多媒体、游戏动漫、数字出版软件开发、互联网游戏服务和增值电信文化服务为代表的文化新业态发展势头迅猛。2021年，广州市相继发布专项管理办法和任务措施等，促进文化和旅游产业融合高质量发展。

图表 3.4.4-1 广州市近期文化产业相关政策

发布时间	发布单位	政策名称	政策要点
2021/07	广州市人民政府	《广州市促进文化和旅游产业高质量发展若干措施》	提出打造文化和旅游特色品牌、推进文化和旅游新业态发展、促进“大文旅”融合发展、加大文化和旅游基础设施建设、做强文化和旅游装备制造业等10大任务和具体36项措施
2021/03	广州市文化广电旅游局	《广州市文化和旅游产业发展专项资金管理办法》	设立广州市文化和旅游产业发展专项资金，用于促进当地文化和旅游产业发展；资金规模为每年3亿元，扶持具备良好的文化和旅游属性和市场前景的项目
2020/12	文化和旅游部、粤港澳大湾区建设领导小组办公室、广东省人民政府	《粤港澳大湾区文化和旅游发展规划》	支持广州等地建设粤港澳大湾区多元文化交流创新示范区；支持广州发展创意设计产业集群；重点推进广州文化与金融合作示范区建设项目、文化展会项目和文化创意项目等
2020/10	广东省工业和信息化厅	《广东省发展超高清视频显示战略性新兴产业集群 加快建设超高清视频产业发展试验区行动计划（2021-2025年）》	推进开发新型超高清电视、平板、手机、VR/AR、健康监测设备、可穿戴设备等终端产品，实现规模化产业化；加快推动超高清VR/AR游戏、动漫、视听节目的创作生产，支持已有视频、动漫等内容向4K/8K、VR/AR迁移
2020/09	广东省委宣传部、文化和旅游厅、体育局	《关于积极应对新冠肺炎疫情影响促进文化旅游体育业平稳健康发展扩大市场消费的若干政策措施》	在资金支持、扩大消费、硬件建设等3个方面推出12条措施，帮助广东文旅体行业复苏，通过转型升级实现高质量发展。其中备受关注的包括：统筹安排4亿元省级财政资金支持文旅企业，推动“广东人游广东”等

来源：清科研究中心根据公开资料整理。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

(2) 处于粤港澳大湾区，创新创业环境优越，设计服务领域发展领先

粤港澳大湾区是国家建设世界级城市群和参与全球竞争的重要空间载体，广州是大湾区的核心城市之一，创新创业环境优越，同时文化产业规模、文化人才资源、文化消费空间、文化投资热度等均位居全国城市前列，有助于充分发挥科技、文化、教育中心的功能，加强与港澳的科技、教育合作，打造文化强市、体育名城。广州开发区也是国务院批准的**唯一知识产权运用和保护综合改革试验区域**。2020年12月，广州北京路文化核心区获评国家级文化产业示范园区，是全国首批9家创建成功园区之一。

此外，广州市身处制造业发达的珠江三角洲，其日渐先进、发达的制造业对设计服务有较强的需求，设计服务行业的提升也有助于促进制造业加速升级转型。粤港澳大湾区重点平台项目“广州设计之都”正在建设中，立足打造粤港澳大湾区规模最大的设计产业集群，重点引进建筑设计、芯片设计、时尚设计等及其上下游全产业链企业，目前已有保利商业、华润有巢、中交四航局、省交研院、欧派等行业领军企业进驻。

(3) 新兴文化业态发展强劲，巨头企业聚集引领活力，超高清视频呈现良好发展势头

伴随着5G、人工智能、AR/VR等新技术的发展，广州市数字内容、动漫游戏、视频直播、互联网文化、数字出版、社交媒体等新兴文化业态发展强劲，已成为文化产业发展的新增长点。根据广州市统计局数据，2020年广州文化新业态特征较为明显的16个行业小类共有单位598家，实现营业收入1,712亿元，同比增长16.4%。

2019年有8家广州文化企业入选2019中国互联网企业百强榜，微信持续领跑全国社交媒体市场，网易游戏、三七互娱等引领游戏行业的第一阵营。世界超高清视频产业发展大会首次在广州举办，中国广州超高清视频的创意产业视频园区落户。此外，广州持续加大对会展业的投入和支持力度，优化会展营商环境，大力引进与培育品牌展会，积极培育新型会展模式，提升会展国际化水平，成为正在崛起的国际会展之都。

(4) 数字音乐、直播产业快速发展，打造国家数字音乐产业重镇和直播电商之都

随着文化与科技融合战略实施，广州在文学、影视、音乐、文化遗产、游戏等领域与数字技术的融合愈加深入，数字音乐、网络直播等已成为广州近年迅速发展的新文化业态。目前，广州数字音乐集聚发展成效显著，拥有广东国家音乐产业基地广州飞晟园区、星海艺术产业园、在建的广州珠江钢琴产业园等，涌现了酷狗、荔枝FM、天翼爱音乐、沃音乐等知名数字音乐企业，并在音乐直播、智能音乐硬件、音乐K歌、音乐版权等领域取得突破。

广州市直播行业发展处于全国前列，YY、虎牙均进入“中国十大最具影响力直播平台”，具备“直播货”多、供应链完备等优势。2020年3月，《广州市直播电商发展行动方案（2020-2022年）》发布，提出到2022年，推进实施直播电商催化实体经济“爆款”工程——“十个十百千万”工程，将广州打造成为全国著名的直播电商之都。

4 杭州市文化产业发展研究

本章从杭州市文化产业数据、发展格局、人才培养及制约因素等方面总结其发展现状，对杭州市文化产业与数字、旅游融合发展等特点进行梳理、分析，从目标定位、产业聚集、企业成长、重大项目建设等方面对杭州文化产业发展路径进行总结，并重点对动漫游戏、文化会展、文学及影视创作等热点领域发展情况进行分析。此外，对 2020-2021 上半年杭州市文化产业的投融资数据进行整理、分析，从投资规模、投资细分领域、投资轮次、投资阶段等多个维度分析了期间杭州市文化领域的投资特点；从参与文化产业投资的投资方数量、投资金额等角度进行机构类型分析，并筛选出代表性机构；从获投资企业特点、代表性标的企业、融资特点等方面对企业融资情况进行了分析。

4.1 杭州市文化产业发展概况

4.1.1 杭州市文化产业发展现状

浙江积极推动省内文化产业发展。国家文旅部《“十四五”文化产业发展规划》明确，要以推动文化产业高质量发展为主题，以文化创意、科技创新、产业融合催生新发展动能；同时在布局规划了“4 个文化产业群、7 条文化产业带”的重点发展区域。浙江省地处 4 个文化产业群之一的长三角文化产业群，长期实施文化建设“八项工程”和“八八战略”，在文化产业领域取得一批显著成果，如“四条诗路”文化带、之江文化产业带、横店影视文化产业集聚区等重大平台建设，良渚古城、大运河、西湖等世界文化遗产保护加强等。浙江省拥有国家级文化产业品牌 57 个，位列全国第一，在品牌创建过程中得到国家从文化产业载体建设、文化旅游融合、文化金融融合、文化消费促进、文化科技融合等方面的支持。2021 年 8 月，浙江省委文化工作会议提出，实施“宋韵文化传世工程”，让千年宋韵在新时代“流动”起来，“传承”下去。

杭州是全国首批历史文化名城和全国文化创意中心，当前正处于“亚运会、大都市、现代化”的窗口期。“十三五”期间，杭州文化产业增加值从 2015 年末的 855 亿元增长至 2020 年末的 2,285 亿元，年均增速达 15%以上，成为经济发展的重要支柱产业。杭州市文化产业发展规模始终保持全省第一，占全省文化产业规模总量的 40%以上。2020 年，面对严峻复杂的国内外形势和新冠肺炎疫情的冲击，杭州市文化产业实现逆势上扬，增加值实现 8.2% 增长，占 GDP 比重为 14.2%。目前，杭州市基本形成以数字内容、影视生产、动漫游戏、创意设计、现代演艺为优势的文化产业高质量发展格局。

杭州市各区（县）充分发挥区域独特的自然景观、文化底蕴和产业基础优势，依托区域内文化产业基地（园区）、文化企业、文化金融机构、文化服务发展平台、文化教育艺术单位及各类文化设施等，打造区域特色文化产业发展路线。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

图表 4.1.1-1 杭州市文化产业重点区域发展情况

市辖区	区域内文化产业发展情况
西湖区	<ul style="list-style-type: none">• 拥有中国（浙江）影视产业国际合作区等 2 个国家级文化产业园区，之江文化创意园等 5 个省级重点文化产业园，9 个市级文化产业园，数量均位列省市第一；• 2021 年上半年数字经济核心产业增加值以 29.3% 的增速位列全市第一，连续 10 个季度保持 20% 以上的增速。
余杭区	<ul style="list-style-type: none">• 拥有良渚古城遗址等世界文化遗产，推出一批遗址遗产保护开发、重大文化设施等特色项目和良渚遗址综合保护及系列配套项目；• 全力打造全国数字经济先行区，已陆续引进巨量引擎、干杯电竞、佳禾影视等数字文化产业链头部企业 300 余家。
滨江区	<ul style="list-style-type: none">• 首批国家级动画产业基地、杭州国家级文化和科技融合示范基地核心区；• 之江文化产业带，白马湖生态创意城入选国家级文化产业示范园区；• 中国国际动漫节、中国网络作家村和杭州文化创意产业博览会三张“金名片”。
上城区	<ul style="list-style-type: none">• 全省“文化基因解码工程”的首批试点区，梳理出 757 个文化元素；• “南宋文化遗址保护与利用”和“海塘文化挖掘和保护利用”入选“金名片”。

来源：清科研究中心根据公开资料整理。

近年来，杭州市实施“青年文艺家发现计划”“白马湖文创讲堂”“文创企业家孵化工程培训班”等专项工程，引进和培养多位文化名人。2020 年，杭州通过人才带项目招引落地 5,000 万元以上重点文化企业（项目）37 个，涉及资金约 50 亿元。根据《杭州市文化产业发展“十四五”规划》，目前杭州市规上文化企业从业人员达 21 万人，文化领域高层次人才、海归人才、专业人才流入率始终位居全国前列，拥有余华、麦家、蔡志忠、朗朗等 30 余位文化名人。

杭州市文化产业在过去的发展中取得显著成效，但对标高质量发展和领跑示范要求，仍存在着制约其发展的因素，如国际格局变化和疫情影响、动能转换节奏、区域发展不平衡、大平台及项目数量不足等。

4.1.2 杭州市文化产业发展特点

（一）数字技术赋能文化产业高质量发展

习近平总书记指出：“要顺应数字产业化和产业数字化发展趋势，加快发展新型文化业态，改造提升传统文化业态，提高质量效益和核心竞争力。”数字技术的成熟与普及为文化产业高质量发展开启了加速通道。作为全国数字经济发展高地，浙江省对网络文学、网络视频、影视传媒、动漫网游等数字文化领域开展融合创新。2020 年 9 月，《浙江省关于促进文化和科技深度融合的实施意见》提出“加快文化产业云平台建设、引导数字化文化消费、推进文化引领科技创新”。2020 年 10 月，《浙江省数字贸易先行示范区建设方案》提出“大力推动文化创意产业应用数字化技术，重点发展数字出版、网络文学、动漫游戏、数字音乐、数字影视等新兴文化业态，加快数字文化内容走出去”。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

国家网信办发布的《数字中国发展报告 2020》显示，浙江产业数字化指数居全国第一。作为浙江数字文化产业发展的主平台，之江文化产业带半数以上的重点建设项目为数字文化产业项目，涉及建设投资总金额约 630 亿元。此外，浙江成立省文投集团，设立省文化产业投资主题基金、浙江文化产业成长基金，将数字文化企业和项目作为主要投资方向。2020 年，浙江省规上数字文化企业营业收入占规上文化企业营业收入的 59.4%。

2020 年，杭州市数字内容产业增加值增速达 12.7%，全市规上数字文化企业营业收入占规上文化企业营业收入比重为 60%，文化领军企业阵营持续扩大。在疫情防控常态化背景下，杭州文化企业加速数字化转型，促进了数字阅读、数字影视、在线教育等数字内容企业的蓬勃发展，同时催化了文化直播、电商直销、IP 授权转化等新营销模式的迭代。2021 年上半年，杭州市数字经济核心产业增加值 2,306 亿元，占 GDP 的 26.7%，同比增长 16.7%；两年平均增长 13.6%，高于 GDP 增速 6.6 个百分点。

2021 年 7 月《杭州市文化产业发展“十四五”规划》公示，提出“推动文化产业与数字经济融合发展，加快推动文化产业数字化改革，促进文化产业上云用数赋智”。在未来五年，杭州计划打造全国数字文化产业创新发展示范地，加快数字影视、数字游戏、数字阅读、数字音乐、数字艺术、数字出版、短视频等数字文化业态发展。同月，《杭州争当浙江高质量发展建设共同富裕示范区城市范例的行动计划（2021-2025 年）》提出，要大力发展数字文化产业，壮大数字内容、数字音乐等优势行业。杭州在数字文化产业发展过程中，利用数字技术拓展文化消费的渠道和网络空间，在文玩交易、在线文娱、影视创作、在线会展等领域培育和发展了一批优势企业。

图表 4.1.2-1 杭州市代表性文化科技企业数字化发展情况

企业简称	数字化创新模式	数字化发展效果
微拍堂	直播拍卖+免费鉴宝	打破了传统文玩在时间、空间上的限制，通过简单易用的线上竞拍模式，革新了文化艺术品市场交易规则，也让文玩交易逐步走向大众
咪咕数字传媒	创新阅读全场景 沉浸体验	在原有数字阅读基础上，打造线上线下一体化的“云书店”，为用户提供更多维阅读场景、更智慧体验
网易云音乐	人工智能生成歌单	尝试改变音乐探索、发现以及分享的形式，满足了用户多样化、个性化需求
时光坐标影视传媒	全流程影视创作科技化、 流程化、可视化	建立国内领先的数字电影虚拟摄影棚，形成拥有自主知识产权的“数字高清虚拟场景资产库”
玄机科技	引进动态捕捉和 面部捕捉技术	首创 3D 动画兼具强烈的动态效果及手绘动画的细腻唯美带给观众新鲜完美的观影享受，同时为动画制作节省了时间与成本

来源：清科研究中心根据公开资料整理。

（二）文化产业与旅游业深度融合发展

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

2020年12月,浙江省文化和旅游厅印发《关于推进文化和旅游深度融合发展的意见》,指出“从把文化资源转化为旅游产品、为旅游产品植入文化元素、以融合的思路规划建设新项目三个维度探索文化和旅游融合方法”。浙江还成立了全国首家文旅专营银行——农行杭州文旅支行,在5年内将为重点文旅项目提供1,000亿元意向性信用额度,解决文旅产业的融资痛点。截至2020年底,浙江省文化和旅游在建项目2,839个,总投资达2万亿元,2020年实际完成投资约2,584亿元。2021年1月,浙江省文化和旅游厅发布《全省首批示范级文化和旅游IP名单》,包括杭州的“良渚文化”“宋城千古情”等15个IP,将在文化产业发展中发挥引领作用。

2019年11月,杭州市文广旅游局发布的《杭州市文旅融合高质量发展的若干意见(征求意见稿)》提出“打造文旅消费新模式,全力打造文旅融合大IP,扩大文旅品牌的新传播等,率先建成全国文旅融合发展示范区”。杭州市充分发挥当地特色传统文化内涵,围绕三大世界文化遗产、南宋文化等培育塑造了一批具有传统文化特色的IP,推动文旅产业融合发展。2020年6月,浙江省文化和旅游厅、杭州市人民政府确定了十八个杭州市文旅“金名片”培育项目,总投资额达到881亿元。2021年杭州市文化广电旅游工作会上,明确“十四五”将推动文化和旅游深度融合,将杭州打造成为“文旅融合样板地”,重点推进文化精品塑造、文化基因解码、文物激活推广、杭州故事宣讲等十大工程。

杭州市2020年全年旅游人数1.76亿人次,旅游总收入3,335亿元,分别恢复到上年同期的83%和84%。受疫情影响,2020年出境旅游基本停滞,国内游接替出境游迎来新的发展机遇。在此背景下,杭州市出台“旅八条”助企纾困政策,“欢乐游杭州”系列活动;举办全国首场文旅直播、2020文旅消费季、全球旗袍日、苏东坡文化旅游节、文旅市集杭州奇妙夜等活动,持续拉动文旅产业恢复和发展。2021年4月,杭州获得文化和旅游部授予的“国家文化和旅游消费示范城市”称号。

2021年是东京奥运会、欧洲杯、美洲杯等重大赛事的举办之年,也是2022年北京冬奥会、杭州亚运会的冲刺之年,体育与文旅产业融合发展已经成为新趋势。中国旅游研究院主导发布的《中国体育旅游消费大数据报告(2021)》中,杭州以夏季漂流、西湖游船、千岛湖骑行等项目排名热门城市第三位,杭州开元森泊度假乐园在体育旅游热门度假区中排名第四位。作为第19届亚运会的举办城市,杭州市在亚运场馆建设及赛后运营等方面,能推动旅游业、文化产业、体育产业、会展业的融合发展。

近年来,杭州市推进钱塘江唐诗之路、大运河文化带、浙东唐诗之路等三条诗路黄金旅游带的开发推广;同时依托西湖、京杭大运河(杭州段)和良渚古城遗址,打造世界遗产高质量文旅融合产品体验集聚群。2021年6月,首批10条“乐享非遗,悠游杭州”杭州非遗主题旅游线路发布。杭州市鼓励并投资重点文旅项目建设,2020年在建重大文旅项目64个,投资971.65亿元,当年新签约开工项目占半数,主要包括文旅综合体和景区提升项目、主题公园和重大文化设施项目、商务会展项目、遗产资源开发和休闲保健项目等。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

图表 4.1.2-2 杭州市近年重点文旅项目规划建设情况

项目名称	项目规划建设情况	责任单位
中国京杭大运河博物院	中国京杭大运河博物馆、配套酒店和文化会展设施	市运河集团 拱墅区政府
杭州南宋官窑博物馆提升改造	“南宋官窑历史文物陈列”、“中国陶瓷文化陈列”整体提质改造；文物库房扩容提升等	西湖风景名胜区 管委会
中国茶叶博物馆（三期）建设工程	新建茶文化交流研究中心，基础设施完善、立面整治、环境绿化、停车场改造等	西湖风景名胜区 管委会
良渚遗址综合保护工程（二期）	良渚文化艺术走廊，包括良渚博物院至良渚古城遗址东城墙段拆迁和沿路景观提升工程	余杭区政府
吴越文化考古遗址公园（含临安博物馆）	2022 年初步建成以太庙山钱王陵和功臣山吴越文化公园为核心的吴越国王陵考古遗址公园	临安区政府 市园文局
扶持发展旅游演艺项目	扶持传统戏曲及民俗文化表演，因地制宜打造具有地域特色的旅游演艺节目	市文广旅游局 市文广集团 各区、县（市）政府
打造高质量文化旅游产品线路	围绕三大世界文化遗产、南宋文化、钱塘江文化、吴越文化、青瓷文化、茶叶文化、书画艺术等核心元素，打造 10 条高质量文化旅游产品线路	市文广旅游局 各区、县（市）政府

来源：清科研究中心根据公开资料整理。

4.1.3 杭州市文化产业发展路径

（一）目标定位为建设具有全球影响力的国际文化创意中心

根据《杭州市文化产业发展“十四五”规划》，杭州将加快建设具有全球影响力的国际文化创意中心。第一，打造全国文化产业高质量发展样板地，到 2025 年全市文化产业增加值实现 3000 亿元，总产出突破 1 万亿元，文化产业占 GDP 比重力争突破 16%。第二，打造全国数字文化产业创新发展示范地，文化和科技深度融合，到 2025 年全市规上数字文化企业营收占规上文化企业营收比重力争超过 65%。第三，打造新时代“文化创意新生活”引领地，深入三大世界遗产的保护传承和开发利用，打响历史文化和城市文化品牌。该期间，杭州将做大做强数字内容、影视生产、动漫游戏、创意设计、现代演艺等优势行业，并大力培育数字文化展示、在线艺术教育、数字文化旅游、文化智能制造等重点新兴业态。

（二）加快文化产业园区建设，形成产业聚集

近年来，杭州加快建设之江文化产业带、大运河（杭州段）文化产业带等重大产业平台，“十四五”期间将着力构建“两带引领、五廊支撑、八组团联动”的发展布局。目前，已成功创建白马湖生态创意城、咪咕数字阅读基地等国家级文化产业发展示范园区、国家文化和科技融合示范基地等。2020 年，新禾联创数字时尚产业园、新天地文化创意街区等 15 家文

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

化产业园区(街区)入选浙江省重点文化产业园和省文化创意街区名单。截至 2020 年底,杭州市拥有 18 家国家级文化产业园(基地),67 家省/市级文化产业园(文创街区)。未来五年,杭州将布局建好浙江国家音乐产业基地萧山园区、国家(杭州)短视频基地、中国(之江)视听创新创业基地等。

图表 4.1.3-1 杭州市部分重点文化产业园近年发展情况

园区名称	主导产业	园区发展情况
杭州市白马湖生态创意城	文化创意	<ul style="list-style-type: none"> • 2017 年入选全国首批 10 个“国家级文化产业示范园区”创建资格名单,2020 年入选“国家级文化产业示范园区”; • 全国首家(唯一)中国网络作家村在白马湖挂牌,集聚了中国一半以上的“头部作者”; • 中国国际动漫节的永久举办地,拥有杭州国家动画产业基地、杭州国家数字出版产业基地核心园区、杭州国家文化和科技融合产业基地核心区三个“国字号”平台。
中国(浙江)影视产业国际合作区	国际影视交流合作	<ul style="list-style-type: none"> • 由四部委联合认定授牌首批“国家文化出口基地”,中国电视剧(网络剧)出口联盟、两岸影视产业交流合作中心等落户实验区; • 已完成 95% 以上产业招商入驻,226 家企业落户,包括华策影视等影视企业,巨准数字内容等文创内容运营企业,涂鸦科技、圆心科技等科技互联网独角兽企业等。
杭州创意设计中心	创意设计	<ul style="list-style-type: none"> • 全国唯一国台办授予的“两岸文化创意产业合作实验区”的核心区块、全国八大“两岸文创产业合作实验示范基地”之一、全国广告业创新创业示范基地; • 以“设计”为主导业态,重点培育发展文化与科技融合、创意设计、广告会展等业态,集聚了飞鱼设计、吴卿金雕博物馆、陶作坊等 300 余家两岸优秀创意设计企业。
杭州之江文化创意园	现代艺术设计、现代传媒	<ul style="list-style-type: none"> • 杭州市首批命名的十大文化创意产业园之一; • 2010 年被国家教育部、科技部联合命名为“中国美术学院国家大学科技(创意)园”,成为全国第一个以艺术创意为特色的国家大学科技园。
中国数字音乐谷	数字音乐	<ul style="list-style-type: none"> • 全国五个国家级音乐产业基地之一,成立全国首个“数字音乐产业发展研究院”,2020 年 10 月正式开园; • 以“音乐科技创新城”为核心定位,已招引网易云音乐、放刺电音、超音体等 10 余家知名音乐企业落户,年营业收入超 20 亿元。

来源:清科研究中心根据公开资料整理。

(三) 文化企业高质量发展,打造文化产业示范基地

截至 2020 年末,杭州市规上文化企业 1,426 家,其中上市文化企业 48 家,居全国各大城市前列;2020 年规上文化企业实现主营业务收入 8,001 亿元,同比增长 12.41%。2021 年,杭州有华策影视、华数传媒、浙报传媒、浙江出版联合集团 4 家企业入选第十三届“全国文化企业 30 强”,网易云音乐、壹网壹创等 55 家企业入选浙江省数字文化示范企业、重点文化企业和成长型文化企业,有力带动文化产业高质量发展。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

图表 4.1.3-2 杭州市入选第十三届“全国文化企业 30 强”的 4 家企业情况

<p>1.浙江华策影视股份有限公司</p> <p>公司创立于 2005 年 10 月，是一家致力于制作、发行影视产品的文化创意企业。2010 年 10 月，公司于创业板上市，成为国内规模最大的以影视内容创作为核心的华语影视集团上市公司。公司的影视剧年产量、全网播出量、市场占有率、海外出口额稳居全国第一。多部作品获全国精神文明建设“五个一工程”奖、飞天奖、金鹰奖、法国戛纳电影金棕榈奖等国内国际重要奖项。近年来，公司保持了较好的头部影视内容作品市场占有率，2020 年公司实现营业收入 37.32 亿元，比上年同期增长 41.88%。</p>
<p>2.华数数字电视传媒集团有限公司</p> <p>公司是大型国有文化传媒产业集团，是国内领先的有线电视网络和新媒体运营商。公司拥有全媒体和宽带网络业务牌照资源，覆盖海量传统媒体和新媒体用户，与阿里巴巴、华为、海康威视、索尼、Discovery 等知名互联网企业建立紧密合作关系。2020 年，实现合并营业收入为 95.36 亿元，同比增长 8%；实现合并净利润为 9.61 亿元，同比增长 11%。当前，公司正在实施新一轮发展战略，围绕网络智能化、业务融合化、产业生态化三大方向，加快向智慧广电综合运营商和数字经济服务提供商转型。</p>
<p>3.浙报传媒控股集团有限公司</p> <p>公司于 2011 年 9 月上市，主要经营传媒及相关文化产业、资本运营等业务。2017-2020 年，公司连续四年入选“全国文化企业 30 强”，成为全国唯一入选的报业集团。公司被确定为全国首批“数字出版转型示范单位”，被授牌国家文化和科技融合示范基地。公司拥有浙江日报、浙江在线、钱江晚报、浙江共产党员、红旗出版社等媒体 16 家，推出浙江新闻、天目新闻、小时新闻等 3 个移动客户端。2020 年，公司实现营收 53.31 亿元，同比增长 8.03%；净利润 8.22 亿元，同比增长 21.37%。</p>
<p>4.浙江出版联合集团有限公司</p> <p>公司为省属国有独资出版企业集团，以图书、期刊、电子音像、数字出版物的出版、制作、发行为主业，现有 5 家子集团、11 家出版单位。公司先后入选全国文化体制改革先进单位、全国新闻出版“走出去”先进单位、全国首批数字出版转型示范单位和世界出版 50 强，连续十二次入选全国“文化企业 30 强”。近年来，公司在图书出版领域表现抢眼，获得全国“五个一工程”奖、中华优秀出版物等奖项。</p>

来源：企业官网，清科研究中心整理。

2020 年 12 月，浙江省文化和旅游厅公示 2020 年度浙江省文化产业示范基地名单（20 家），杭州有 5 家企业入选，为数字内容、创意设计、实景演出、艺术品等行业的典型代表。

图表 4.1.3-3 杭州市 2020 年省级文化产业示范基地情况

示范基地名称	所在区（县）	示范基地情况简介
网易云音乐	滨江区	2013 年正式上线，是中国首个“社区属性”的移动音乐产品，拥有个性化推荐、歌单、乐评等产品特色，快速成长为中国最大的原创音乐人服务平台。2020 年末用户数超过 8 亿，原创音乐人超 20 万。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

示范基地名称	所在区(县)	示范基地情况简介
瑞德设计	滨江区	以产品设计、空间设计、品牌策划设计为创新引擎，与上百家全球 500 强及国内优秀企业合作完成 2,000 多个案例，为客户创造 3,000 多亿元的商业价值，获得德国红点奖、德国 iF 设计奖、美国 IDEA 奖等。
水秀文化	西湖区	国内率先将文学、影视、戏剧、实景演艺和数字成像技术、激光投影及人工智能科技等元素融为一体，以原创作品形式呈现的水秀领军企业。国内多个地标水景屡次获得全国优质工程一等奖，行业突出贡献奖。
匠铜实业	建德市	涵盖建筑、装饰装修、环境艺术、文化创意四大产业，分为铜建筑及装修、园林景观、家居艺术及四大门类。国家级非物质文化遗产传承基地，中国规模较大的专业化铜工程高新技术企业、铜建筑研究开发中心。
最忆文化	萧山区	面向全国基层公共文化服务的权威全案解决服务商。2016 年全国首创打造的人民群众文化权益保障项目“文化管家”正式运行，其杭州市级服务标准正式发布，服务人民群众超过 300 万。

来源：企业官网，清科研究中心整理。

（四）大力推进文化产业重大项目的投资建设

“十三五”重大建设项目：华策影视国家试验基地、中国移动浙江信息通信产业园等建成；杭州奥体中心基本建成，亚运村主体结构基本完工，为承办 2022 年亚运会提供坚强保障。另外，西湖综保工程、大运河综保工程深入推进，良渚古城申遗成功，之江文化中心开工建设，有力推动了杭州历史文化名城建设。

“十四五”期间，杭州围绕推动文化产业、旅游休闲产业等五大都市支柱产业规划投资 1,696 亿元。加快打造数字内容产业中心，加快数字出版、数字娱乐、文化和科技融合、动漫游戏等国家级产业基地建设，重点推进新浪、海康威视数字音视频产品产业化基地、国家（杭州）短视频基地、夏衍影视文化特色街区、京杭大运河博物院等项目的投资建设。

4.2 杭州市文化产业热点领域发展分析

（一）动漫游戏

2020 年是“十三五”杭州“动漫之都”建设的收官之年，**动漫游戏全年产值达到 258.9 亿元，同比增长 30.6%，创历史新高**。多部原创精品动画、杭产动画被国家新闻出版广电总局列入推优目录，多部杭产漫画作品获 2020 年中宣部“原动力”中国原创动漫出版扶持计划。2020 年，杭州市共制作完成各类游戏近 1,574 款，同比增长 174%。同时，借助电竞被确定为 2022 年杭州亚运会正式比赛项目的契机，杭州正在打造全国规模最大的电子竞技生态园区——**电竞数娱小镇**，也将成为国内英雄联盟职业联赛 LGD 俱乐部的主场。

2020 年 3 月，杭州市动漫游戏产业发展中心启动年度动漫游戏产业专项资金申报拨付工作，全年兑现补助金额 3,156 万元，带动全市动漫游戏及上下游产业发展。在 5G、人工

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

智能、云计算等高科技的应用探索中，网易雷火、中南卡通、博采传媒等企业大幅降低制作成本。目前，杭州拥有国家级动漫产业基地 2 家、国家级动画教学研究基地 3 家，动漫游戏企业数量 327 家，形成动漫游戏上市企业集群。

以中国国际动漫节为平台，是动漫产业发展“杭州模式”的显著特征。2020 年，杭州市采用数字化防疫手段，举办国内首个云上动漫游戏产业交易会 and 第十六届中国国际动漫节。中国国际动漫节成为国内规模最大、人气最旺、影响最广的动漫专业盛会之一，被列为国家“中华文化走出去”重点项目，2020 年共吸引 65 个国家和地区的 2,680 家中外企业机构、5,886 名客商展商和专业人士参与。此外，2020 年杭州还举办了“我是动漫王”“新星杯”“动漫迎新年”“动漫毅行”等动漫相关活动。

（二）文化会展

2016 年 G20 峰会后，会展成为杭州国际化的重要抓手，杭州市抢抓“后峰会、前亚运”的机遇，举办多项文化国际会展，加快建设“国际会议目的地城市”，打造“会展之都”。

图表 4.2-1 杭州市近年重要文化会展情况

会展名称	会展时间	会展主题及内容
中国数字音乐产业发展峰会	2020/10	以“潮·来，数智之声”为主题，包括中国数字音乐谷正式开园、国家音乐产业基地未来工程实验室落地萧山园区、发布全国首个 5G 音乐标准等，多个重磅项目签约落地。
第十四届杭州文化创意产业博览会	2020/10	以“创意杭州·联通世界——新文化·新消费·新生活”为主题，是全国四大综合性重点文化会展之一，邀请国内外 4,000 余家文化企业参展，现场成交签约额达 21.9 亿元。
“东方美学”2020 杭州国际工艺周暨全球私人定制展	2020/12	以“东方美学”为主题，邀请日本作为主宾国，聚焦传统东方文化；设置展览、体验、分享、秀场、良山茶集五大板块。
第七届中国数字阅读大会	2021/04	以“数字赋能新发展，阅读追梦新征程”为主题；发布《2017 年度中国数字阅读白皮书》，举办文化创意展和阅读城市峰会等系列论坛。
2021 国际会展文化活动策划暨国际会展业创新发展大会	2021/06	以“建设数字会展之都，服务全球数字贸易”为主题；举行两项签约仪式、“会展人才培训基地”授牌仪式以及“杭州会展新生代人物”颁奖仪式、“数智会展”618 活动季暨平台启动仪式等。
中国城市网络文化产业大会“城市论坛”暨 2021 第八届（杭州）全球新电商博览会	2021/07	城市论坛为参加单位举办一系列项目推荐、专题论坛、政企对接、社群团购、网红直播、荣誉表彰等活动，搭建快速发展的通道；博览会共设 3,000 个国际标准展位，吸进 2,000 家 MCN 机构和 15 万以上观众参加。

来源：清科研究中心根据公开资料整理。

（三）文学及影视创作

2017 年，首个“中国网络作家村”落户杭州，成立三年来已集聚全国 179 名知名网络

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

作家, 56 部作家作品通过 IP 转化改编为影视剧、漫画、手游, 累计申报版权收入 4.32 亿元, 纳税超 2,000 万元。2020 年 6 月中国首个“网络文学 IP 路演中心”成立, 搭建了作家、平台、资本、网络文学上下游企业对接平台, 打造“网络文学创作-数字出版-IP 衍生服务”全产业链条, 推动杭州网络文学持续走在全国前列。

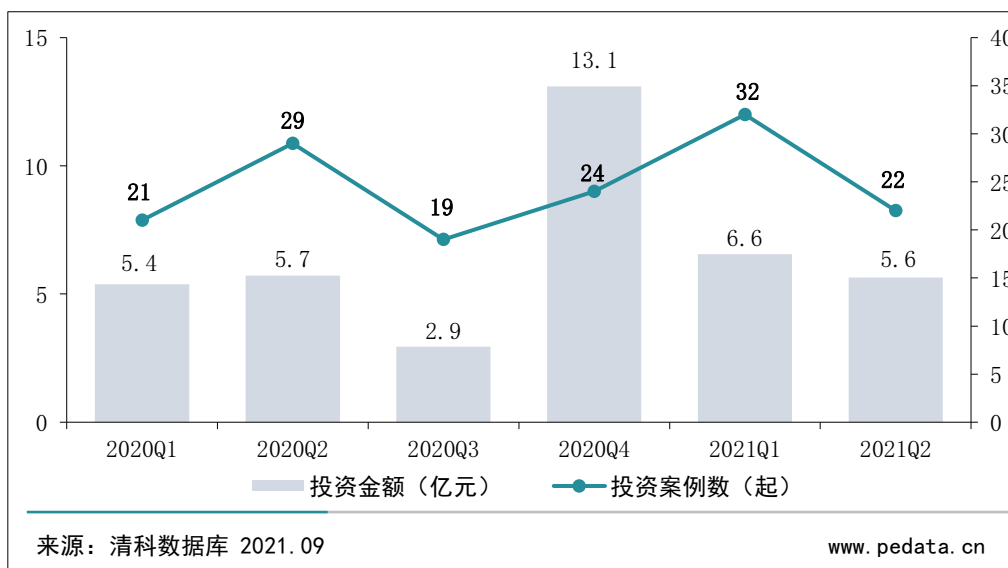
杭州影视业是浙江影视的中心, 影视作品在生产、获奖数量方面均居全省前列。杭州影视通过中国(浙江)影视产业国际合作区走向世界, 该基地在国家文化出口基地首轮综合考评中位居功能类基地前三, 2020 年出口签约总额达 894 万美元, 同比增长 42%。2020 年底, 该基地已有文化科技类企业 95 家, 包括华策影视等文化企业、涂鸦智能等文化设计及科技企业, 以及浙江创艺时空、华影时空、九样传媒等中小型影视文化科技类企业。2021 年 3 月, 20 家杭州影视公司联合参与香港国际影视展, 展出数百部优秀华语影视作品。

4.3 2020-2021H1 杭州市文化产业投融资分析

4.3.1 2020-2021H1 杭州市文化产业整体投资分析

根据清科数据库统计, 2020-2021H1, 杭州文化产业领域共披露投资事件 147 起, 其中有 121 起事件披露投资金额, 披露总投资金额达 39.3 亿元, 单起平均投资金额约 3,251 万元。受宏观经济形势及新冠疫情的影响, 2020Q3 的季度披露投资案例数和投资金额均有较为明显的下滑; 季度披露投资案例数和投资金额的峰值分别在 2021Q1 和 2020Q4。从披露投资案例数看, 2020 年杭州文化产业披露投资案例数 93 起; 2021 年上半年披露投资案例数 54 起, 占 2020 年全年披露案例数的比例接近 60%, 文化产业投资活跃度有所提升。从披露投资金额看, 2020Q4 杭州文化产业领域的披露投资金额达到 13.1 亿元, 约占 2020 年全年披露金额的一半; 2021 年上半年的披露投资金额较上年同期基本持平。

图表 4.3.1-1 2020-2021H1 杭州市文化产业投资规模情况

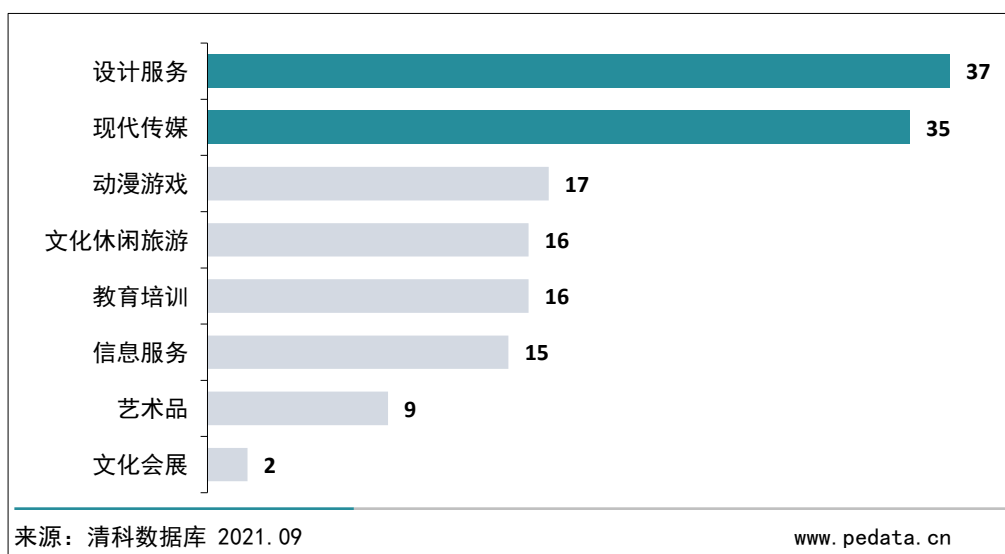


2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

(二) 投资细分领域

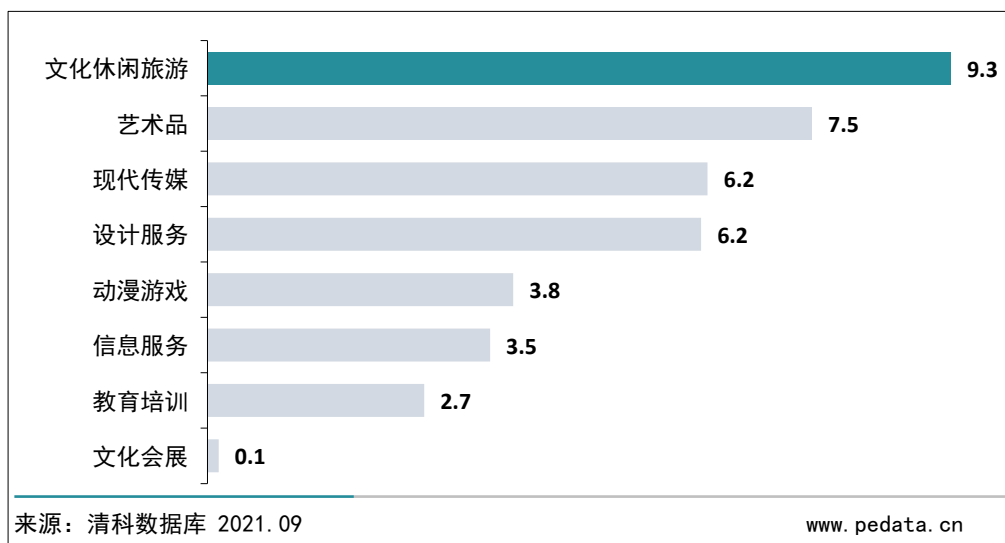
根据清科数据库统计，2020-2021H1，从披露投资案例数看，杭州文化产业投资主要集中在设计服务和现代传媒领域，分别披露投资事件 37 起和 35 起，合计约占期间杭州文化产业投资案例数的一半。其次为动漫游戏、文化休闲旅游、教育培训、信息服务四个细分领域，分布较为均匀，合计披露投资事件 64 起，占总案例数的 43.5%。此外，艺术品和文化会展披露案例数较少，合计披露事件仅有 11 起。

图表 4.3.1-2 2020-2021H1 杭州市文化产业投资细分领域情况（投资案例数，起）



从披露投资金额看，文化休闲旅游领域披露投资金额规模最大，达到 9.3 亿元，约占总披露投资金额的四分之一。艺术品、现代传媒、设计服务领域的披露投资金额均超过 6 亿元，排名前四的细分领域披露投资金额合计占比 74.2%。此外，动漫游戏、信息服务、教育培训由于单起平均投资金额较低，总披露投资金额较小。

图表 4.3.1-3 2020-2021H1 杭州市文化产业投资细分领域情况（投资金额，亿元）



2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

（三）投资轮次分析

根据清科数据库统计，2020-2021H1，从**披露投资案例数**看，杭州文化产业投资集中在偏早期的轮次，以天使轮、A轮为主，投资案例数分别占比31.3%、21.1%；此外，B轮、C轮事件亦占比较高，合计占比34.0%。从**披露投资金额**看，杭州文化产业投资轮次主要集中在C轮，投资金额达17.9亿元，占总披露金额的45.5%；B轮、A轮、天使轮披露金额分别为8.4亿元、4.1亿元、3.2亿元，合计占比40.0%；其余轮次披露金额占比较小。

（四）投资阶段分析

根据清科数据库统计，2020-2021H1，杭州文化产业投资集中在**扩张期**，**披露投资案例数**和**投资金额**均为各投资阶段之首。从**披露投资案例数**来看，处于扩张期的投资案例数占比42.9%，处于初创期和种子期的投资案例数分别占比27.2%和23.8%。从**披露投资金额**来看，处于扩张期的披露投资金额约26.2亿元，约占总投资金额的2/3；其次是初创期和种子期，投资金额占比分别为23.6%和7.8%。

4.3.2 2020-2021H1 杭州市文化产业投资机构分析

（一）机构类型分析

根据清科数据库统计，2020-2021H1，共有135家公开的投资机构参与杭州文化产业领域投资，其中**VC机构**是主力军。从公开投资机构数量来看，**VC机构**数量以49家排名第一，占总机构数量的36%；其次是PE机构、战略投资者和早期投资机构，分别有32家、30家和21家，三者合计占比61%；此外，还有少量的FOFs和天使投资人。从各类机构的**投资金额**看，VC机构的投资金额为19.3亿元，占比54%；PE机构、战略投资者和早期投资机构的投资金额分别占比18%、15%、6%，合计投资金额约为14.0亿元；FOFs投资金额较小，占比仅6%。

（二）代表性投资机构

2020-2021H1，在杭州文化领域**披露投资案例数**较多的代表性机构有：达晨财智、众源资本、腾讯投资、高榕资本、梅花创投、IDG资本、钟鼎资本、敦鸿资产、启明创投、哔哩哔哩、银杏谷资本、峰瑞资本、蜂巧资本等，其中**VC机构**占比最高。

2020-2021H1，在杭州文化领域**披露投资金额**较大的代表性机构有：达晨财智、源码资本、众源资本、华兴新经济基金、IDG资本、深创投、腾讯投资、钟鼎资本等，该期间在文化产业领域的累计投资金额均超过1亿元，以**VC机构**为主。

4.3.3 2020-2021H1 杭州市文化产业企业融资分析

（一）获投企业特点

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

根据清科数据库统计，2020-2021H1，杭州文化领域获得融资的企业共有 107 家。从企业成立时间分布来看，获投企业的成立时间分布较为广泛，2016-2021H1 期间成立的企业共有 75 家，占比 70.1%；其中 2019 年和 2020 年成立的获投企业分别有 21 家和 20 家，合计占获投企业总数的比例为 38.3%。

从获投企业所属细分领域来看，现代传媒和设计服务是获投企业最多的两大细分领域，分别有 29 家、22 家获投，合计占比达到 47.7%；教育培训、信息服务、动漫游戏、文化休闲旅游领域紧随其后，获投企业均超过 10 家，合计占比 45.8%；艺术品业和文化会展业的获投企业相对较少，合计仅有 7 家。

（二）代表性标的企业

根据清科数据库统计，2020-2021H1，从企业披露融资轮次来看，杭州文化产业领域披露融资轮次较多的企业有魔筷科技、邻汇吧、玩物得志、脸脸、朱炳仁铜、青团社、十二光年、万像科技、卓锐科技等；从企业披露融资金额来看，玩物得志、小影、亲宝宝、魔筷科技等企业期间累计融资金额均在 2 亿元以上，小码教育、宸帆电商、脸脸、魔点科技、朱炳仁铜、十三余等企业期间累计融资金额均在 1 亿元以上。

（三）企业融资特点

根据清科数据库统计，2020-2021H1，在 107 家获投企业中有 86 家企业披露了融资金额，累计融资规模集中于千万元级别。具体来看，获投企业期间累计融资规模在千万元级别的有 40 家，达到获投企业总数的 46.5%；其中融资规模在 1,000 万-2,000 万元区间的企业有 18 家，占比 20.9%，融资规模在 2,000 万-5,000 万元区间的企业有 16 家，占比 18.6%。此外，累计融资规模在亿元级别及以上的企业有 15 家，占比达到 17.4%；累计融资规模在千万元以下的企业有 30 家，占比 34.9%。

5 中国文化产业发展趋势分析

5.1 文化与旅游、科技深度融合发展，加速向数字化转型

2018年3月，国家旅游局和文化部合并，成立文化和旅游部，文旅融合上升到国家战略发展新高度，为文化产业的发展引入庞大的消费市场。“十四五”规划明确提出“推动文化和旅游融合发展”，未来五年将建成30个国家文化和旅游消费示范城市，200个以上国家级夜间文化和旅游消费集聚区。

当前，国内文旅融合尚处于初级阶段，已有的文旅融合项目集中体现为文化和旅游资源的共用共享，例如将文化遗产用于旅游开发，出现了一批如华侨城、中青旅、复星、融创、宋城演艺等文旅企业，以及西安、乌镇、横店、横琴岛等文旅产业聚集区。旅游演艺是近来相对较成熟的文旅融合新业态样式，围绕特定文化主题进行情感、氛围和活动的设计，能够更好地满足游客个性化、体验性需求。同时，文化的数字化拓展，诸如动漫化、游戏化、影视化，通过辅助文旅融合产品的沉浸式体验和营销，也在加速促进文化的旅游产品化。

数字化是近年文化产业发展的一个重要趋势之一，疫情推动文化科技融合进程加速，数字文化产业逆势上扬，成为文化产业高质量发展的新动能。《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》等系列政策发布，支持培育数字文化产业新型业态，部署互联网、超高清、VR/AR、大数据、云计算、人工智能等数字技术在文化产业的创新应用，发展云演艺、云展览、数字艺术、沉浸式体验等领域。随着文化与科技的融合加深，文化正在作为生产要素促进其他行业的价值创新，在消费体验、生产模式和产业边界三大方向迎来变量革新和增量释放。目前我国网民规模9.4亿，互联网普及率67%，线上内容消费成为主流，超大规模市场优势为数字文化产业发展提供了广阔空间。随着互联网和数字技术的广泛普及和网民付费习惯的养成，数字文化产品的消费潜力和市场价值将得到进一步释放。

5.2 VR/AR、视频云技术应用升级，休闲电竞增长强劲

硬件技术持续突破，软件生态逐渐完善，应用场景拓展打开天花板，2021年或将成为VR/AR行业发展元年。国内VR/AR产业经历了2016-2020年技术革新推动产业发展、应用范围扩大、场景应用逐渐成熟后，2021年进入新起点，投融资回暖迹象明显。其中，VR/AR硬件是规模占比最高的细分领域，尚有一定的设计优化空间。随着AI机器视觉技术逐步成熟，硬件成本和使用难度将进一步降低，体积小、开机即玩、无线、工具化、交互性等将是发展趋势。在Facebook和Pico等一线品牌的产品推动下，VR硬件基准基本确立，将加速相关应用的开发，提高应用内容的通用性，进一步促进VR软件生态快速发展。VR/AR应用将逐步由以游戏、视频等泛娱乐应用场景为主，向社交、体验馆、营销等各类全景场景拓展，重点围绕智慧文旅、智能制造、智慧医疗、智慧教育等多个行业的数字化转型。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

高新视频新业态对视频云技术提出更高要求，“软件算法优化+高性能硬件适配”推动视频云技术升级优化，综合化、差异化服务能力成为视频云厂商竞争关键。5G 时代背景下视频体验感和应用能力成为关注重点，5G 基础设施完善叠加超高清视频技术突破，催生互动视频、沉浸式视频、云游戏等高新视频新业态，带来的海量数据流对算法、算力提出更高要求，为视频云技术带来新的机遇和挑战。视频处理的更高压缩比、更小处理计算量，视频传输的低延时、去抖动、抗丢包等是视频云技术演进重点方向。通过人工智能应用程度加深、软件算法优化，实现文本检测、语义分割、行为识别等。同时，通过适配高性能处理芯片、加速优化硬件层面，实现视频高清化、实时性、互动性。

休闲电竞增长强劲、助解游戏行业发展困境，商业模式创新探索、赛事体系完善以及休闲电竞平台组建是重要方向。在游戏行业监管再强化背景下，游戏电竞化将成为游戏市场的明显趋势。中国休闲电竞市场规模增长强劲，且与传统电竞形成差异化发展路径，市场潜力较大。但相较于传统电竞，国内休闲电竞行业存在产品创新不足、用户留存时间短和核心玩法单一等产品层面痛点，亟需从高速发展向高品质发展演进，同时发展基于平台模式的会员制付费、付费解锁新玩法等新盈利变现模式。5G 商用化背景下，VR/AR、云计算等技术赋能休闲电竞产品成为国内休闲电竞产品升级的重要抓手。此外，围绕“电竞+酒店”“电竞+影视”“电竞+旅游”等创新多种商业模式，如“电竞+旅游”融合创造电竞衍生旅游产品和文化内涵，打造“电竞+文旅”新 IP，推动电竞与体育、文化、旅游融合发展。

5.3 百亿级国家文化大基金设立，投资活跃度明显回暖

从整体投融资情况看，受新冠疫情及宏观形势影响，2020 上半年，中国文化领域披露投资事件数、投资金额均有较为明显下滑；2020 下半年，在全球流动性宽松推动下，中国文化领域投资活跃度、总投资额均大幅回升。2021 上半年，国内疫情虽有反复但总体控制良好，国民经济稳中显好，股权投资市场明显回暖，中国文化领域投资延续了 2020Q3 至今的高活跃度，但 2021Q2 季度投资金额环比有所下降。随着百亿级中国文化产业投资母基金以及多个市级文化领域基金的设立，中国文化领域投资活跃度有望进一步提升。基于 5G、VR/AR、云计算等新型信息技术，通过文化与其他产业深度融合，探索文化产业新业态创新模式的初创型企业有望受到更多资本青睐。

从投资细分领域看，教育培训、现代传媒、文化休闲旅游等都是投资案例数较多、投资规模较大的细分领域，尤其是教育培训领域披露投资金额遥遥领先，主要是 2020 年疫情居家隔离促进了在线教育行业的快速发展。2021 年上半年，双减新规发布后，严监管背景下，股权投资机构在教育培训领域的投资重点从学科培训向职业教育、基础教育、素质教育等非学科类培训转移，代表性企业有粉笔教育、核桃编程等。投资机构在现代传媒领域的投资赛道主要聚焦短视频、云视频直播等传媒新业态。文化休闲旅游领域中科技健身赛道的投资活跃度相对较高，备受君联资本、红杉中国、高瓴资本等明星投资机构的关注。

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

从**投资地域**看，中国文化产业投资较为集中在北京、上海、杭州、深圳等地，四地合计披露投资案例数量 1,181 起，占期间中国文化产业披露投资案例总数的 73%；四地合计披露投资金额 1,137 亿元，占期间中国文化产业披露总投资金额的近 82.8%。北京地区的投资案例数量和投资金额规模均遥遥领先，分别披露 536 起投资事件、855.2 亿元投资金额，占比分别达 33.1%和 62.3%。同期对比，中国文化产业投资地域分布特征没有明显变化，呈现高度区域集中态势。其中北京的投资金额占比进一步提升，主要是受教育培训、现代传媒领域的多起大额投资事件影响。

5.4 建设区域特色文化产业带，形成联动发展的新格局

“十四五”规划提出“**建设区域文化产业带**”，全国各区域将加强协同联动，**根据当地资源禀赋和功能定位，发挥比较优势，形成各具特色、优势互补、联动发展的文化产业格局**。同时，围绕京津冀协同发展、长江经济带发展、粤港澳大湾区建设、长三角一体化发展、成渝地区双城经济圈建设等重大战略，**打造四个文化产业群和七条文化产业带**。“四群七带”依托自身地域、资源、文化优势，以东部沿海的创新引领，中部地区的产业结构优化，西部地区的民族文化、区域特色，东北地区的冰雪文化等，把握文化产业发展规律和资源要素，避免各文化产业城市群/带发展雷同的竞争态势，打造独一无二的**地域文化品牌**。

基于**资源禀赋、产业基础及发展需求**等因素，各区域文化产业发展特色鲜明。**京津冀文化产业群**围绕 2022 年冬奥会和冬残奥会，推动京张高铁沿线文化产业与体育、旅游等领域融合发展。**粤港澳大湾区文化产业群**发挥其文化创意、科技创新、对外交往等优势，重点推动数字文化、创意设计、先进文化制造等产业发展，并助力深圳建设中国特色社会主义先行示范区。**长三角文化产业群**顺应一体化发展趋势，发挥文化产业在浦东打造社会主义现代化建设引领区、浙江高质量发展建设共同富裕示范区中的积极作用，杭州、上海等城市文化产业发展水平在国内排名领先。**成渝地区双城文化产业群**以巴蜀文化为纽带，串联起川剧、川菜、蜀锦、蜀绣、石刻等两省市同根同源非遗项目的保护传承。**东北冰雪特色文化产业带**推动冰雪体育、民俗表演、冰雪客栈等与冰雪旅游相融合，完善冰雪文化产业链条。同时，充分发挥文化产业在长城、大运河、长征、黄河等国家文化公园建设中的作用。

附：数据来源与名词释义

一、数据来源

在《2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告》的信息调研中，清科研究中心主要采用以下两种方式获得所需信息：

市场调研。市场调研是获得基础数据的主要渠道。考虑到由于行业特殊性给调研带来的操作难度，本次调研主要采用重点调查法，即以在中国境内拥有突出地位和活跃投融资记录的私募股权投资机构为调查对象，以包括港澳台在内的中国股权投资市场为研究地域，以2020-2021H1的调研数据为基础，同时有选择地披露部分私募股权投资机构的投资和退出情况。除了获取与研究范围相关的数据外，清科研究中心还通过市场调研获得上述私募股权投资机构对行业与市场的观点和看法。

公开资料收集。除了通过市场调研获得的直接信息外，本次研究中的部分数据也来源于政府网站、统计年鉴、统计公报、专业网站等公开渠道。

二、名词释义

H1：上半年

Q1、Q2、Q3、Q4：一季度、二季度、三季度、四季度

早期投资机构：专注于投资早期、种子期企业股权的机构

VC：创业投资机构，主要对初创期的成长性企业进行股权投资

PE：私募股权投资机构，主要对扩张期和成熟期企业进行股权投资

战略投资者：不以股权投资为主业的实体企业，但为整合行业资源而对外投资并购的投资者

种子期：指技术的酝酿与发明阶段，这一时期的资金需要量很少，一般由科技创业家自己解决，若在原有的投资渠道下无法变为样品，并进一步形成产品，发明人就会寻找新的投资渠道，在该时期的风险投资称为种子期，一般在企业成立1年内。

初创期：初创期企业的产品开发完成，但尚未有大量商品化生产，此阶段资金主要用于购置生产设备、产品的开发及行销、建立组织管理制度等方面，此阶段风险也很高，大部分企业失败亦在此阶段，因为企业并无过去绩效记录，且资金需求亦较迫切。依产业不同，此阶段企业一般处在成立1年到3年。

扩张期：扩张期企业产品已被市场肯定，企业为进一步开发产品、扩充设备、量产、存货规划及强化行销力，需要更多资金。但由于企业距离其股票上市还早，若向金融机构融资，

2020-2021 杭州文化创意产业投资发展研究报告

须提出保证及担保品,筹资仍属不易,而创投的资金恰可支应所需,由于企业已有经营绩效,投资风险较平稳,因此创投参与较为踊跃。此阶段企业一般处在成立 3 年到 10 年。

成熟期: 成熟期企业营收成长,获利开始,并准备上市规划,此阶段筹资的主要目的在于寻求产能扩张的资金,并引进产业界较具影响力的股东以提高企业知名度,强化企业股东组成。资金运作在于改善财务及管理制度,为其股票上市做准备。此阶段投资风险较低,相对活力亦较差。此阶段企业一般处在成立 10 年以上。

投资轮次: 种子轮、天使轮、Pre-A 轮、A 轮、B 轮、C 轮、D 轮、E 轮、F 轮、G 轮、Pre-IPO、新三板定增、上市定增,其中新三板定增和上市定增是指企业通过定向增发股票获得资金,定增对象包含非 VC/PE 机构和个人。

关于清科研究中心



清科研究中心成立 20 年来为超过 4000 家 LP、政府、园区、VC/PE 投资机构、战略投资者以及中介机构等提供专业的全行业数据系统，定期专项的研究分析，20 年经验积累的咨询服务以及实战总结出来的培训课程。

清科研究中心研究覆盖 2 万家境内外投资机构，跟踪研究股权投资行业历史 26 年，累计尽调超过 5000 支基金，绩效评价超过 2000 支基金，为国家发改委、国家科技部、证监会等部委以及 40 个省市地区的金融办、证监局、科技局等机构提供市场分析和政策制定参考依据。

清科研究中心研发的 PEDATA MAX 大数据系统、PE MAST 机构管理系统、政府引导基金管理系统为行业从业人员、机构管理以及国资机构均提供了行业级 IT 解决方案。

📍 **北京**
Beijing

地址:北京市朝阳区霄云路40号院1号楼国航世纪大厦十层

电话/Tel:010-64158500

传真/Fax:01064158399

邮编:100600



清科研究公众号



私募通APP

📍 **上海**
Shanghai

地址:上海市静安区南京西路1717号会德丰国际广场5705单元

电话/Tel:021-62889090

传真/Fax:021-62886716

邮编:200041

📍 **深圳**
Shenzhen

地址:深圳市福田区中心四路1号嘉里建设广场第一座1604室

电话/Tel:0755-88315318

传真/Fax:0755-88315328

邮编:518048

📍 **海口**
Haikou

地址:海南省海口市龙华区滨海大道32号复兴城A1座光谷创业咖啡2001-210

电话/Tel:010-64158500

传真/Fax:01064158399

邮编:570105

📍 **杭州**
Hangzhou

地址:杭州市上城区老复兴街甘水巷安家塘25号

电话/Tel:0571-85286615

邮编:310008

了解清科研究服务详情,请垂询:

热线:400-600-9460

邮箱:research@zero2ipo.com.cn

网站:www.pedata.cn