英国文化贸易与投资指南

商务部服务贸易和商贸服务业司

商务部国际贸易经济合作研究院

2016 年 8 月

目 录

第一章 英国创意产业总体情况 5
一、英国经济与社会概述 5
（一）经济规模 5
（二）人口 6
（三）科教和医疗 6
（四）习俗 6
（五）对外贸易与投资法规政策 7
二、英国创意产业发展状况 10
（一）英国创意产业总体规模 10
（二）英国创意产业的贸易与投资 13
（三）创意产业市场状况 15
三、英国创意产业政策概述 23
（一）英国创意产业政策体系 23
（二）英国创意产业对外政策 29
（三）英国创意产业投资管理体制 30
（四）英国创意产业鼓励优惠政策 33
（五）与创意产业相关的其他政策 34
四、英国创意产业管理体制概况 40
（一）创意产业三级管理体制 40
（二）创意产业管理原则 43
（三）商务管理体制 44
第二章 出版行业 47
一、英国出版业概况 47
二、英国出版业的特色 49
（一）以版权为产业核心 50
（二）重视国际市场 51
（三）并购活跃 51
（四）强调专业化 52
（五）市场化运作 53
三、英国出版业管理体制 55
（一）英国版权集体管理组织 55
（二）英国版权委员会（British Copyright Council） 57
（三）英国版权中心（copyright hub） 58
（四）行业监督机构 59
（五）行业协会及自律组织 59
四、英国出版业的法律环境 61
五、英国出版行业产业政策 62
（一）出版业的经营 62
（二）税收政策 63
（三）劳动就业政策 64
（四）关税 64

六、英国出版业经营策略 64
七、典型案例 66
第三章　广播影视行业 68
一、英国电影行业概况 68
二、英国广播电视产业概况 70
三、英国电影管理体制 74
四、英国广播电视管理体制 76
（一）关于商业广播电视的法律规定 76
（二）英国的广播电视所有制形式 78
五、英国广播影视行业的贸易投资政策 78
六、英国广播影视企业税收政策 79
第四章 文化演艺行业 82
一、英国文化演艺行业概况 82
二、英国音乐产业概况 83
三、英国剧院演出合作模式 85
四、英国文化演艺行业优惠政策 87
五、案例：“2015 中英文化交流年·中国文化季”活动 88
第五章　游戏动漫行业 90
一、英国游戏动漫产业概况 90
二、英国游戏动漫产业管理体制 92
（一）游戏产业促进机构 92
（二）游戏行业协会 93
三、英国游戏动漫产业政策 94
（一）游戏产业策略的主要目标 94
（二）游戏产业分级制度 94
（三）游戏产业基金 95
（四）人才培养 95
（五）游戏反盗版 95
四、英国游戏动漫企业税收政策 95
第六章　艺术品及授权行业 97
一、英国艺术品市场概况 97
二、英国艺术品市场管理体制 98
（一）政府文化艺术品管理政策的目标 98
（二）艺术品拍卖行业自治 98
（三）艺术品古董商 102
三、英国艺术品市场相关立法 102
（一）艺术品拍卖 102
（二） 版权、设计与专利 104
（三）消费者保护 105
四、“艺术家转售权” 106
五、英国艺术品企业税收政策 107
第七章　其他创意产业 108
一、设计行业 108
（一）行业概况 108

（二）主要促进机构 108
（三）行业协会 110
二、广告业 112
（一）行业概况 112
（二）英国广告业的管理模式 113
（三）广告业的法律规制 115
第八章　企业开展与英国文化贸易与投资的注意事项 118
一、处理好与政府和工会的关系 118
二、处理好公共关系 119
三、尊重当地风俗习惯 120
四、签证和移民 121
五、英国工作文化 124
六、英国政府部门和相关机构一览表 125
七、投资合作咨询机构 127

第一章　英国创意产业总体情况

一、英国经济与社会概述

（一）经济规模

英国作为工业革命的发源地，是全球经济最发达和生活水准最高的国家之一。英国于 1973 年加入欧盟，2016 年 6 月，英国就是否脱离欧盟进行全民公投，最终支持脱欧的票数以 52:48 胜出，英国决定退出欧盟。目前“脱欧”程序尚未正式启动。

目前，英国是世界上第五大经济体，欧盟第二大经济体。1997 年到 2007 年，英国经济曾年增长 2%-4%，是欧盟增长率最高的国家之一。2008 年金融危机后，由于政府债台高筑，经济高度依赖以金融业为代表的服务业，英国经济遭受重创，陷入深度衰退，最终在西方主要发达国家中最后一个摆脱衰退。2013 年以来，英国经济开始复苏，2014 年国内生产总值同比增长 2.9%，实现 7 年来最快增幅。各主要产业中，农业占 GDP 比例为 0.7%，工业占 GDP 的比例为 21.1%，服务业占 GDP 的比例为 78.2%。进入 2015 年，英国经济继续保持平稳增长，国内生产总值同比增长 2.2%。其中农业占 GDP 比例为 0.68%，工业占比为 20.2%，服务业占比为 79.2%。进出口总额 10643 亿美元，其中出口 4366 亿美元，进口 6277 亿美元，贸易逆差 1911 亿美元。

（二）人口

英国人口主要由四个大的民族构成 ,即英格兰人、苏格兰人、威尔士人和爱尔兰人，其中英格兰人占人口总数的 80%。此外，英国还居住着占总人口近 8%的少数民族。

（三）科教和医疗

1.科技

英国是世界高科技、高附加值产业的重要研发基地之一 ,其科研几乎涉及所有科学领域，以世界 1%的人口，从事世界 5%的科研工作。著名科学期刊包括《自然》、《柳叶刀》等。

2.教育

实行义务教育制度 ,义务教育归地方政府主管 ,高等教育由中央政府负责。英国政府重视教育和科研水平的提高 ,正进行教育改革 ,允许高校增收学费 ,同时继续加大教育投资 ,教育经费约占 GDP 的 5.6%。文盲率仅为 1%。著名的高等院校有牛津大学、剑桥大学、帝国理工学院、伦敦政治经济学院、华威大学、曼彻斯特大学、爱丁堡大学和卡迪夫大学等。目前有 30 多万海外学生在英大专院校学习。

3.医疗

国民医疗服务体系（NHS）于 1948 年由当时的工党政府创立，并一直延续至今，为全民提供免费医疗服务。英国男性平均寿命为 79.2 岁，女性为 83.0 岁；婴儿死亡率为 4.3‰；

（四）习俗

英国实行公共保健、社会保险等福利制度，是最早试行福利制度的西方国家。英国人注重生活质量，追求精神享受。重要场合穿着正规，平时追求简单、舒适的服饰。饮食式样简单，但注重营养。由于气候原因，英国人特别喜爱阳光，喜欢日光浴、在日光下读书等活动。平时喜欢自己动手做家务和园艺，酷爱运动，也喜欢外出旅游度假。另外英国人非常爱好文化活动，如阅读书刊、写作、听音乐会、看戏等，还喜欢养宠物。

（五）对外贸易与投资法规政策

1．对外贸易管理体制与法规

英国经济对外开放程度高，特别注重和倡导建立多边开放贸易系统。目前英国的对外货物与服务贸易管理基本放开，政府通常不会干涉企业的对外经济贸易行为。在启动“脱欧”程序之前，英国作为欧盟成员国，实行欧盟统一大市场政策，政府对企业与欧盟以外的国家开展进出口贸易总体没有限制。在对外经济贸易法规方面，英国采用欧盟共同贸易政策。2016 年英国公投“脱欧”后，英国的整体脱欧进程仍在商讨中，贸易管理体制与法规还未更改。

贸易主管部门：2016 年 7 月，英国新成立国际贸易部（Department for International Trade），原商业、创新和技能部（BIS）的贸易政策、出口管制职能和英国贸易投资署（UKTI）均划归国际贸易部。英国税收和海关总署（HMRC）负责征收和管理直接税、间接税和海关管理。英国出口信贷担保署（ECGD）

为英国出口商提供拒付款保险，为对外投资提供政治风险保险，为购买英国产品和服务者提供银行贷款担保。

贸易法规体系：英国在正式退出欧盟之前，作为欧盟成员国，英国在关税、贸易自由化措施、出口政策和保护措施等方面执行欧盟共同贸易政策。《尼斯条约》将共同贸易政策的范围扩大到服务、知识产权和投资领域。《关于建立欧盟海关法典的第(EEC)2913/92号理事会规则》(简称《海关法典》)及其实施条例《关于制定规定实施第(EEC)2913/92号规则的第(EEC)2454/93号委员会规则》，对共同海关税则(包括商品分类目录、协定关税税率、优惠关税税率以及普惠制等)、原产地规则以及海关估价等作了统一规定。

海关管理规章制度：欧盟是一个关税联盟，英国对欧盟外的货物按统一税率征收进口关税，此外还对进口货物征收增值税。

对于脱欧之后的贸易法规体系，目前英国还处于商讨之中。

2．外国投资准入规定

根据英国政府公布的投资政策导向，英国吸引投资的重点行业包括高级工程、生命科学、能源、信息通讯技术、金融、商业服务和基础设施产业等。

投资主管部门：英国国际贸易部负责为海外企业来英国投资提供建议咨询，以及有关资金、融资、人员招聘和运作方面的信息，引荐专业顾问和主要联系人，帮助投资者寻找合作伙伴，获得财政奖励。

投资行业的规定：外商或外资控股公司从法律意义上与英国本土公司享有同等待遇，在英国可从事多种形式的投资经营活动。但运输、能源、国防、核能领域对外国公司和英国公司均有限制。提供无线电广播、电视转播等服务需申请执照。英国《通讯法》对外资放开了媒体所有权，欧洲经济区（EEA）以外的投资人，只要遵守通常的竞争性规定，可以拥有英国电视和无线电服务企业。

外资并购相关规定：对于某些特定行业，外国投资者开展跨国并购活动需要得到英国政府批准。如对英国和威尔士许可的自来水公司的收购受到反垄断委员会强制性管辖，对其他受监管的公用事业公司的收购，如电力、天然气、通讯或铁路，均受到《企业法》收购制度的约束。根据英国 2002 年《企业法》规定，英国的相关政府部门部长有权干预涉及公共权益的交易案件。如英国文化、媒体及体育国务大臣有权干预涉及报纸及媒体合并的特殊公共权益案件。

行业管理：提供电视或无线电服务的公司须从通信办公室取得执照，该执照一般会要求公司在股份持有或控制变更方面通知通信办公室。如超过一定股权，相关方需要获得金融行为局（FCA）的监管同意，才可转让其在银行和保险公司拥有的权益。外国投资还受到环境法的合规性和能源效率法案的约束，如涉及与高新技术公司有关的交易，可能需要做到数据保护。

二、英国创意产业发展状况

（一）英国创意产业总体规模

英国并没有使用被世界上多数国家普遍使用的“文化产业”的定义，而是提出了“创意产业”的概念，明确创意产业是指：源自个人创意、技巧及才华，通过知识产权的开发和运用，具有创造财富和就业潜力的行业。根据这个定义，英国将广告、建筑、艺术和文物交易、工艺品、设计、时装设计、电影、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件、电视广播等 13 个行业划为创意产业统计范畴。

在制造业逐渐衰退的背景下，英国的文化创意产业——肩负解决英国民众就业问题与调整产业结构的任务——于上世纪 90 年代被提到发展议程。如今创意产业在英国已成为与金融服务业相媲美的支柱性产业，英国成为仅次于美国的世界第二大创意产品生产国。英国已成为全球文化创意产业占 GDP 比重最大的国家，据统计，英国每户每周用于娱乐与文化上的平均消费约 59 英镑，仅次于交通。目前，英国的创意产业基本形成了三个聚集地区，分别位于伦敦、格拉斯哥和曼彻斯特。伦敦是英国文化创意产业的中心，是世界创意之都。英国打造出伦敦电影节、伦敦时装周和伦敦设计节等具有国际影响的大型活动。在文化创意产业公司中，电脑软件行业和表演艺术行业占 2/3，分别是 41200 家和 29000 家。

创意产业是英国的重点特色产业之一。从建筑到音乐到计算机游戏和电影等，英国创新、多文化的创意产业相当发达。英国历史上就在艺术、设计、创新方面领先世界。创意产业包括许多分支部门，如广告、建筑、时尚、电影和视频、软件、计算机服务和电视、广播等。数字化和创意产业正在成为推动英国经济增长的主要支柱之一。创意产业也帮助曼彻斯特、盖茨黑德与格拉斯哥由工业城市成功转型为文化城市。位于伦敦东区的霍克斯顿交通发达，聚集了几百家创意企业和大量优秀的创意人才，是国家知名的艺术家和设计师聚集的地方，成了世界著名的创意产业园区。格拉斯哥地区有英国重要的电子工业园区，并集中了大量的英国软件企业，这里的创意产业突出了与软件和电子产品结合的特点。曼彻斯特市英国的老工业区，该地区通过文化创意产业的引进改造老工业区，带动产业结构升级，已取得很好的效果。

据 2015 年 1 月英国文体部公布的数据(Creative Industries Economic Estimate - January 2015)，2013 年英国创意产业的总增加值为 769 亿英镑，比上年增长 9.9%，占英国经济的 5.0%。1997 年至 2013 年期间，创意产业的总增加值每年增长 5.8%，与之相比，英国整体经济的总增加值年增长率仅为 4.2%。2013 年创意产业提供的就业机会为 1,710,000 个，占英国就业机会总数的 5.6%；比 2012 年增长 1.4%。1997 年至 2013 年，创意产业提供的就业机会年均增长 3.9%，与之相比，英国整个经济领域提供的就业机会年均增长率仅为 0.6%。

2013 年英国整个创意经济领域提供的就业机会多达 2,620,000 个，占英国全部就业机会的 1/12，比 2012 年增加 66,000 个（2.6%），高于英国整个经济领域的就业机会增长速度（1.6%）。1997 年至 2013 年期间，创意经济领域提供的就业机会已从 1,810,000 个增长至 2,620,000 个，相当于每年增长 2.3%，与英国经济领域每年 0.6%的就业机会增长速度相比，约高出四倍。

2009 年至 2013 年创意产业的就业机会、总增加值和服务出口额水平

	2009	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**
就业机会	1,430,000	1,425,000	1,551,000	1,684,000	1,708,000
总增加值(百万英镑)	57,618	59,753	65,180	70,012	76,909
服务出口额（百万英镑）	13,303	14,719	15,503	17,258	-

2010 年至 2013 年创意产业在就业机会、总增加值和服务出口额方面的同比百分比变动

		基于前一年的百分比变动			
		2010	**2011**	**2012**	**2013**
就业机会数量	创意产业	-0.3%	8.9%	8.6%	1.4%
	英国经济	0.8%	3.8%	0.7%	1.6%
总增加值	创意产业	3.7%	9.1%	7.4%	9.9%
	英国经济	4.1%	2.9%	2.4%	3.3%
服务出口额	创意产业	10.6%	5.3%	11.3%	-
	英国经济	4.0%	6.8%	2.8%	-

资料来源：Creative Industries Economic Estimate - January 2015

（二）英国创意产业的贸易与投资

创意产品的国际化帮助英国打造了许多世界级的文化产品品牌，如“福尔摩斯”、“哈利·波特”、“憨豆先生”等系列文化产品。英国政府还大力扶持英国本土剧目进入世界各地知名剧场演出。在初期，政府按照剧目在当地取得的利润给予加倍奖励。正是这样的优厚政策，培育出了《猫》《歌剧魅影》《悲惨世界》《李尔王》等多部世界知名舞台剧。

据 2015 年 1 月英国文体部公布的数据(Creative Industries Economic Estimate - January 2015），2012 年英国创意产业的服务出口额为 173 亿英镑，占英国服务出口总额的 8.8%，比 2011 年至 2012 增长 11.3%，自 2009 年以来增加了 29.7%。在此期间，英国的服务出口额总计增加了 15.4%。2011 年至 2012 年期间，创意产业的服务出口额增加了 18 亿英镑（11.3%）。同期，英国的服务出口额总计增加了 2.8%。2009 年至 2012 年期间，创意产业的服务出口额增加了 40 亿英镑。在此期间，创意产业对英国服务出口额的贡献率从 2009 年的 7.8%增加至 2012 年的 8.8%。

2012 年，“信息技术、软件和计算机服务”占创意产业的 46.4%。“信息技术、软件和计算机服务”行业组的出口额从 2009

年的 58 亿英镑增加至 2012 年的 80 亿英镑。2009 年至 2010 年期间的增长率为 8.2%，2010 年至 2011 年期间的增长率为 14.7%，而 2011 年至 2012 年期间的增长率则为 11.1%。

2009 年至 2012 年期间增长百分比最大的组为“出版”。2009 年至 2010 年期间，“出版”组的服务出口额增长 28.0%，2010 年至 2011 年期间增长 20.6%，而 2011 年至 2012 年期间则增长 13.7%，使“出版”组的服务出口额从 2009 年的 8 亿英镑增加至 2012 年 14 亿英镑。

“广告与营销”组的服务出口额自 2010 年下降以后，持续增长至 2012 年。“广告与营销”组的出口额在 2009 年至 2010 年期间从 21 亿英镑降至 19 亿英镑、2011 年增至 20 亿英镑且 2012 年继续增长至 23 亿英镑。

英国创意产业的服务出口额

创意产业组	出口额（百万英镑）			
	2009	**2010**	**2011**	**2012**
广告与营销	2,136	1,861	2,013	2,343
建筑	319	384	362	373
工艺	-	-	-	-
设计：产品、图形和服装设计	116	122	131	190
电影、电视、视频、无线电广播和摄影	3,826	4,658	4,257	4,345
信息技术、软件和计算机服务	5,811	6,286	7,210	8,011
出版	806	1,032	1,245	1,415
博物馆、美术馆和图书馆	-	-	-	-
音乐、表演艺术和视觉艺术	286	357	275	574
创意产业总计	13,303	14,719	15,503	17,258

英国总计（国家统计局收支平衡表，红皮书）	169,514	176,241	190,268	195,593
创意产业占英国总数的百分比	7.8%	8.4%	8.1%	8.8%

英国对待外资态度非常开放，欢迎几乎任何能促进当地就业的外资进入。根据英国贸易投资总署统计，2014/15 财年英国共吸引外国投资项目 1988 个，同比增长 12%，新创造就业岗位 8.5 万个，同比增长 27%。据联合国贸发会议发布的 2015 年《世界投资报告》显示，2014 年，英国吸收外资流量为 722.4 亿美元；截至 2014 年底，英国吸收外资存量为 16628.6 亿美元。

中英创意产业合作的典型案例：近年来，服务外包、创意产业和设计成为中英合作新领域。英国创意产业正在通过一个个创新产品，全方位融入中国的经济发展。英国领先的设计集团与中国最大的铁道车辆制造商四方机车厂为期 8 年的合作，该集团协助四方机车厂开发符合市场需求的设计，支持四方机车厂向海外拓展。这种成功合作为帮助中国企业走向世界、中国产品与国际接轨提供了经典范例，展示出广阔前景。

英国创意产业的原创灵感与专业能力与中国品牌走向国际的雄心是 21 世纪中英两国合作的坚实基础。2010 年上海世博会期间，英国馆举办的创意产业系列项目也为英国创意产业与中国同业分享各种原创构思提供了很好的样本。2011 年度英国时尚业和工业设计产业也与中国深圳等城市开启了更加广泛的合作探索。

（三）创意产业市场状况

总体来看，英国创意产业的发展路径可归结为：在增加自身文化产业基础设施投入的基础上，以城市主要项目来逐渐提高文化产业的整体水平，加强不同部门、国内及国际间的合作，以此来增加文化产业对外发展的优势。

在创意产业的诸门类中，电影录像放映业、新闻业、广播电视业和出版业的垄断程度和准入门槛较高；而文学艺术创作业、电影录像拍摄业、广告业和软件业垄断程度较低，竞争激烈。

英国的各创意行业对高新科技的应用十分重视。高新科技在文化产品的生产、流通和消费领域，从内容到形式、从生产方式到传播方式，都得到了广泛的应用，极大地促进文化产品生产的发展和创新，进而推动文化创意产业的发展。在英国，文化创意产业中以数字技术支撑的传媒-出版-影视制作-动漫-娱乐产品业十分发达，已经成为其经济发展和出口创汇的支柱产业。在文化创意产业发展过程中，英国对高技术的运用是主动地、积极的。

2013 年，英国创意产业的总增加值为 769 亿英镑,占英国经济生产总值的 5.0%。2008 年，创意产业的总增加值为 611 亿英镑,占英国经济生产总值的 4.5%。与英国经济生产总值 11.4%的整体涨幅相比，自 2008 年起，创意产业的总增加值涨幅为 25.8%。在 2008 年至 2013 年期间，仅房地产业的总增加值涨幅就高于创意产业的总增加值涨幅，而房地产业和创意产业的总增加值涨幅分别为 28.8%和 25.8%。在 2008 年至 2010 年期间，创意产业在英国总增加值中所占比例由 4.5%下降至 4.3%，但在

2013 年，该比例又回升至 5.0%。

2008 年—2013 年英国创意产业的总增加值

	总增加值（百万英镑）					
创意产业组	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**
广告与营销	8,347	6,967	6,840	8,128	9,339	10,248
建筑	3,565	3,205	2,638	3,235	3,497	3,592
工艺	195	218	268	264	248	172
设计：产品、图形和服装设计	1,856	1,886	2,049	2,504	2,500	3,094
电影、电视、视频、无线电广播和摄影	8,222	6,296	7,973	9,987	9,821	9,308
信息技术、软件和计算机服务	26,018	26,403	26,991	27,672	30,552	35,073
出版	9,255	8,968	9,580	9,286	9,624	9,938
博物馆、美术馆和图书馆	-	-	-	-	-	-
音乐、表演艺术和视觉艺术	3,740	3,779	3,434	4,184	4,581	5,453
总计	61,145	57,618	59,753	65,180	70,012	76,909
英国总计（国家统计局蓝皮书代码：ABML）	1,368,717	1,345,046	1,400,684	1,441,598	1,475,948	1,525,304
占英国总数的百分比	4.47%	4.28%	4.27%	4.52%	4.74%	5.04%

2013 年“信息技术、软件和计算机服务”组的总增加值为 351 亿英镑，占整个创意产业总增加值的 45.6%。2008 年至 2011 年期间，该组的总增加值增长稳定，2011 年至 2013 年期间才快速增长。2012 年至 2013 年期间，“设计：产品、图形和服装设计”组的总增加值增长比例最大（23.8%）。如表所示，在此期间该组的年均复合增长率最高，年均增长率高达 10.8%。“音乐、表演艺术和视觉艺术”组的总增加值在 2009 年至 2010 年期间下降 9.1%后，2009 年至 2013 年期间每年均迅速增长。最近，在 2012 年至 2013 年期间，该组的总增加值增长了 19.0%。2012 年和 2013 年期间，“电影、电视、视频、无线电广播和摄影”组的总增加值下降 5.2%。其原因是在此期间电视节目和广播活动的总增加值从 44 亿英镑下降至 40 亿英镑。

创意产业总增加值的百分比变动

领域	2012 年至 2013 年期间的百分比变动	年均复合增长率（2008 年—2013 年）
广告与营销	9.7%	4.2%
建筑	2.7%	0.2%
工艺	-	-
设计：产品、图形和服装设计	23.8%	10.8%
电影、电视、视频、无线电广播和摄影	-5.2%	2.5%
信息技术、软件和计算机服务	14.8%	6.2%
出版	3.3%	1.4%
博物馆、美术馆和图书馆	-	-
音乐、表演艺术和视觉艺术	19.0%	7.8%
创意产业总计	9.9%	4.7%
英国总计（蓝皮书，ABML）	3.3%	2.2%

2008 年至 2013 年期间，创意产业的总增加值增长 25.8%。房地产业是蓝皮书中同期增长百分比(28.8%)较高的唯一领域。此外，2012 年至 2013 年期间，与蓝皮书所列的任何领域相比，创意产业的总增加值增长百分比较高。在这两年期间，创意产业的总增加值增加 9.9%。尤其包含法律、科学和建筑行业在内的“所有专业和支持活动”的总增加值增长率为 5.9%，排名第二。

创意产业和蓝皮书领域的总增加值

蓝皮书领域或创意产业	**2012 年至 2013 年期间的总增加值百分比变动**	**2008 年至 2013 年期间的总增加值百分比变动**
创意产业	9.9%	25.8%
所有专业和支持活动	5.9%	15.1%
房地产业	5.0%	28.8%
分销、运输、酒店和饭店	4.5%	10.4%
建筑	4.1%	2.7%
其他服务	3.5%	18.1%
信息与通信	2.9%	7.5%
金融与保险活动	2.4%	13.1%
政府、健康和教育	1.3%	11.3%
生产	0.9%	1.2%
农业、林业和渔业	-0.6%	9.4%
英国经济领域总计	3.3%	11.4%

2013 年，创意经济领域提供的就业机会为 2,620,000 个，表明创意经济领域提供的就业机会占英国全部就业机会的 1/12。创意产业本身提供的就业机会为 1,710,000 个 ,其余 910,000 个创意类就业机会来源于创意产业以外。上述来源于创意产业以外的 910,000 个创意类就业机会包括 :例如在金融企业执行广告宣传工作的人员。2012 年至 2013 年期间，创意经济领域提供的

就业机会增加了 66,000 个（2.6%），高于英国整个经济领域的就业机会增长速度（1.6%）。

2013 年创意经济领域的就业

创意经济组	创意产业的“支持”工作	创意产业的创意类工作	创意产业以外的创意类工作	创意经济领域的就业机会
广告与营销	70,000	83,000	329,000	482,000
建筑	29,000	65,000	42,000	136,000
工艺	3,000	4,000	88,000	96,000
设计：产品、图形和服装设计	47,000	75,000	55,000	177,000
电影、电视、视频、无线电广播和摄影	90,000	141,000	29,000	259,000
信息技术、软件和计算机服务	340,000	236,000	249,000	825,000
出版	96,000	102,000	34,000	231,000
博物馆、美术馆和图书馆	68,000	17,000	25,000	110,000
音乐、表演艺术和视觉艺术	76,000	167,000	57,000	300,000
工作机会总计	818,000	890,000	907,000	2,616,000
英国经济领域总计	-	-	-	30,643,000
占英国总数的百分比				8.5%

“信息技术、软件和计算机服务”是最大的一组，2013 年提供了 825,000 个创意类就业机会。自 2011 年起，本组已新增 117,000 个就业机会（16.4%）。在本组的 825,000 个就业机会中，576,000 个来源于创意产业，而剩余的 249,000 个属于“信

息技术、软件和计算机服务”组下的就业机会均来源于创意产业以外。“音乐、表演艺术和视觉艺术”是自雇就业机会比例最高的组。该组中 7/10 以上的就业机会均为自雇型。2013 年，该组总计提供 300,000 个就业机会，其中 243,000 个来源于创意产业。“广告与营销”是 2013 年（329,000 个）创意产业以外聘用创意工作者最多的组。“广告与营销”组下三分之二（68.2%）的创意工作来源于创意产业以外。“设计和时装设计师”是 2011 年至 2013 年期间在创意经济领域拥有最高就业增长百分比（17.7%或 27,000 个工作）的组。虽然 2011 年至 2013 年期间，任何创意经济组的就业机会均无明显减少，但 2012 年至 2013 年期间，“出版”组的就业机会明显减少（9.4%或 24,000 个工作）。

创意经济领域的就业（2011 年—2013 年）

	2011 年创意经济领域的就业机会	**2012** 年创意经济领域的就业机会	**2013** 年创意经济领域的就业机会	差值（**2011** 年**—2013** 年）	百分差值（**2011** 年**—2013** 年）
广告与营销	468,000	465,000	482,000	15,000	3.2%
建筑	121,000	120,000	136,000	15,000	12.3%
工艺	104,000	102,000	96,000	-9,000	-8.5%
设计：产品、图形和服装设计	**151,000**	**166,000**	**177,000**	**27,000**	**17.7%**
电影、电视、视频、无线电广播和摄影	232,000	266,000	259,000	27,000	11.8%
信息技术、软件和计算机服务	**709,000**	**791,000**	**825,000**	**117,000**	**16.4%**

出版	236,000	255,000	231,000	-5,000	-2.1%
博物馆、美术馆和图书馆	113,000	108,000	110,000	-3,000	-2.5%
音乐、表演艺术和视觉艺术	274,000	277,000	300,000	25,000	9.2%
创意经济领域总计	**2,407,000**	**2,550,000**	**2,616,000**	**209,000**	**8.7%**
英国就业机会总计	**29,935,000**	**30,150,000**	**30,643,000**	**708,000**	**2.4%**
占英国总数的百分比	8.0%	8.5%	8.5%	**-**	**-**

创意产业的就业机会（2011 年—2013 年）

创意产业组	2011 年创意产业的就业机会	2012 年创意产业的就业机会	2013 年创意产业的就业机会	差值（2011 年—2013 年）	百分差值（2011 年—2013 年）
广告与营销	147,000	143,000	153,000	6,000	4.1%
建筑	93,000	89,000	94,000	0,000	0.4%
工艺	9,000	7,000	8,000	-1,000	-15.8%
设计：产品、图形和服装设计	**100,000**	116,000	**122,000**	**22,000**	**22.0%**
电影、电视、视频、无线电广播和摄影	209,000	238,000	231,000	22,000	10.2%
信息技术、软件和计算机服务	**482,000**	558,000	**576,000**	**94,000**	**19.4%**
出版	207,000	223,000	197,000	-10,000	-4.9%
博物馆、美术馆和图书馆	90,000	85,000	85,000	-5,000	-5.9%
音乐、表演艺术和视觉艺术	**212,000**	224,000	**243,000**	**31,000**	**14.4%**

创意产业总计	**1,551,000**	1,684,000	**1,708,000**	**157,000**	**10.1%**
英国就业机会总计	29,935,000	30,150,000	30,643,000	708,000	2.4%
占英国总数的百分比	*5.2%*	*5.6%*	*5.6%*		-

三、英国创意产业政策概述

（一）英国创意产业政策体系

英国在全球最早提出“创意产业”概念，也是世界上第一个政策性推动创意产业发展的国家。1997年布莱尔政府上台后，创设英国文化、媒体和体育部（DCMS），内设“创意产业工作组”（Creative Industries Task Force），大力推进创意产业。1998年和2001年，英国文体部两次发表创意产业纲领文件（Creative Industries Mapping Document），提出创意产业发展战略，政策措施包括:在组织管理、人才培养、资金支持等方面加强机制建设，对文化产品的研发、制作、经销、出口等实施系统性扶持，逐步建立完整的创意产业财务支持系统，包括以奖励投资、成立风险基金、提供贷款及区域财务论坛等作为对创意产业的财务支持。英国不仅是世界上第一个提出创意产业理念的国家，也是第一个用政策来推动创意产业发展的国家。英国政府的创意产业政策，是目前国际上产业架构最完整的文化产业政策，被视为设立了创意产业的“黄金标准”，即政府以增加培训、融资倾斜、推动立法等方式推动文化创意产业发展。

在面临国内创意产业环境中关键的金融及投资问题时，英国文化、媒体和体育部出版了专门手册，直到相关企业或个人如何从金融机构或政府部门获得投资援助。同时，逐步推动完整的创意产业财务支持系统，包括以奖励投资、成立风险基金、提供贷款及区域财务论坛等作物对文化创意产业的财务支持。

2005年6月16日，英国政府提出要把英国建设成为全球“创意中心”（The Creative Hub）的新目标，为此，政府主管创意产业的部门文化、传媒体育部（DCMS）采取了一系列建设“创意英国”的战略举措，在创意产业的支持、发展及提高生产力方面建立一个更好的框架。该战略是英国有史以来首个以产业为主导的战略，同时也将在英国的创造力向世界其他地区出口、鼓励外来投资等方面发挥重要作用。

2005年11月英国政府发布了创意经济计划（The Creative Economy Programme），2006年又公布《英国创意产业竞争力报告》（《Comparative Analysis of the UK’s Creative Industries》），将创意产业分类为三个产业集群：生产性行业(Production Industries)；服务性行业(Service Industries)；艺术品及相关技术行业(Arts and Crafts Industries)。政府的积极参与与引导，使英国发展出一套全球范围内最完美的文化创意体系，在国家与地方政府之间，艺术社群与文化组织以及商业、工业之间，贸易、教育与文化政策之间构建了完整的产业链。

为了保持英国创意产业在世界的领先地位,在创意产业的国际竞争中确立优势，2006 年底 DCMS 又成立了工作基金（The Work Foundation），负责跟踪、研究和分析创意产业的发展经验和面临的挑战,并于 2007 年 6 月发布了其研究成果——“保持领先:英国创意产业的经济业绩”（Staying ahead: the economic performance of the UK’s creative industries）,研究报告指出创意产业的价值不仅仅在于核心创意产业,其积极意义更在于创意产业能够渗透到其他产业，推动整个经济领域的创新和价值增值，创意产业的发展要实施系统推进战略。

在实施全球“创意中心”的目标过程中，英国政府认识到创意产业的商业模式和创意人才是关键之举,DCMS 于 2008 年 2 月发布了“新经济下创意英国的新人才”（Creative Britain New Talents for a New Economy）战略报告，提出了要激发每个人的创意才能,缔造一流的创意企业、培养一流的创意人才，报告不仅制定了包含 8 个方面的整体战略框架，而且出台了 26 条详细的行动计划和相应的目标，主要内容如下：

为所有儿童提供创意教育：从小培养创意才能，发挥个性化的创意是英国实施“创意英国”战略构想的首要内容。政府计划在三年内资助 2500 万英镑，实施“发现你的才能”项目，为儿童和年轻人提供每周 5 小时的文化教育活动；

为创意人才提供施展才能的机会：把个人的创意才能转化成职业追求和就业机会，同时培养世界级的创意人才和技能，是实现“创意英国”的基本内容。政府建立专门的创意产业“学术中心”（Academic Hub），为 14-25 岁的个人进行创意技能培训，计划到 2013 年创意产业每年培养 5000 个学员，同时建立有效通道支持所有从事创意工作的人创业；

支持创意产业的研究和创新：重视基础理论研究和技术创新的创意化，技术战略部提供 1000 万英镑支持创意产业研究和发展，促进新技术的创意化和产业化，同时启动创意产业的知识转换网络，通过创意，及时把新技术转化为各个产业的经济价值；

帮助中小创意企业成长：中小企业是创意产业的主体，也是创意产业发展壮大的基础组织，计划分别由英格兰艺术委员会、区域发展署、企业资本基金等为中小创意企业的发展提供各种不同的支持，特别在获取资金等金融方面采取有力举措；

培育和保护知识产权：从法律法规上强化知识产权的保护，为适应新传播技术对知识产权保护带来的挑战，完善互联网服务商和版权所有者之间知识产权共享的法律，政府计划 2009 年 4 月实施新的知识产权的补充法规，英国知识产权办公室也将实施相应的行动计划，促进对知识产权重要性更好的理解和认识；

支持创意集群发展：结合区域发展战略，区域发展署将在西北和西南两个地区推进“区域创意经济战略”试验区，形成创意集群，为了把区域内的公共投资与创意经济的发展紧密结合，政府负责投资建设新一代宽带通信等公共设施，地方政府协会则推进“地方基础设施项目”，完善适应创意产业发展的基础设施；文化创意部门则开发新产业内容，如英国电影委员会在英格兰艺术委员会、艺术和人类研究委员会等的协助下将发展“混合媒体中心”等新型创意产业；

促进英国成为世界创意中心：英国贸易投资部门将引领一个 5 年战略以加强英国创意产业的国际竞争地位，包括定期举办类似“达沃斯论坛”的世界级创意论坛，为世界顶尖创意领袖和企业家提供对话和合作的交流平台；开展丰富多彩的创意活动等，如对伦敦的创意节日活动，以及英国各地重要的创意活动进行整合，实现有机互动；

保持战略的不断更新：随着实践的发展不断更新相应的战略举措，让制定的战略能够保持领先。

英国创意产业的基础环境成熟，运作机制得宜，产业结构上中下游完整，所选定的产业均是英国发展较成熟的产业，各个产业部门能够相互支撑，互为攻击，构成一条完整的产业链。针对文化产业的发展，英国政府及相关机构主要从以下几方面着手：首先，增加对文化生产所需基础设施的投资，如工作室等；

其次，出台各种标志性开发项目，如在城市地区建造艺术中心、剧院、音乐厅等；第三，投资公共艺术和雕塑的建设；第四，加强商业与公共部门的合作，包括开发商、银行、国内以及国际公司等。

同时，创意产业的基础研究为英国政府制定创意产业政策提供完整的信息支持，从而保证政府文化产业政策的有效性、连贯性、一致性。英国政府还增加博物馆开放数量、开展教育培训、纸质档案数字化、为创意创业者提供资助（如英国科学技术及艺术基金会National Endowments for Science, Technology and Arts 可以向具有创新点子的个人提供发展资金）等，为全民提供一个良好的创意环境，为公民提供接触创意产业的机会。

英国政府发展创意产业的重要战略性指导报告

时间	名称	主要内容
1993 年	《创造未来》 Creative the Future	以“创造性”为政策的价值导向，以各类文化艺术形态为发展领域，以审美创造为核心价值，开拓新兴产业路径
1998 年	《英国创意产业路径文件》（Creative Industries Mapping Documents）	首次提出创业产业的定义和创意经济战略思想
	《出口：我们隐藏的潜力》（Exports：Our Hidden Potential）	研究创意产业的出口政策与做法
1999 年	区域维度：（The Regional Dimension）	创意产业区域发展
2000 年	《下一个 10 年》（The	从教育培训，扶持个人创意及倡导创意生活等三方面研究如何

	Next 10 Years）	培养公民创意生活意识及享受创意生活
2001 年	《英国创意产业发展报告》（Creative Industries Mapping Documents 2001）	明确创意产业的范围，将广告，建筑等 13 个行业确立为创意产业
	绿皮书：《文化与创新：未来 10 年的规划》	第一次将创新式文化合作政策作为国家政策推出，力图整合跨教育，经济和文化的政策
2004 年	《创意经济与产业统计》（Creative Industries Economy Estimates）	公布创意产业产出，出口，就业等统计数据，介绍了产业的发展状况
2005 年	《创意经济计划》（The Creative Economy programmer）	对创意产业的支持，发展，及提高生产力方面提出更完善的框架，该计划关注的焦点确定了 7 个领域，由 7 名专家领衔负责
2006 年	《英国创意产业竞争力报告》（Competitive Analysis of the UK’s Creative Industries）	将创意产业分为三个产业集群：生产性行业，服务性行业，艺术品及相关技术行业，并对产业现状做出了详细描述和报告
2008 年	《创意英国：新经济下的新人才》（Creative Britain）	提出要从儿童教育抓起，尽早发现个人的创意才能，并分别就青少年，成人创意才能的培养等方面提出 8 大项，26 个承诺与行动
2009 年	《数字英国》（Digital Britain）	提出要在数字时代将英国打造成全球创意产业中心，在清晰公平的法律框架的保护下，扩大数字内容的传播范围

（二）英国创意产业对外政策

英国历来非常重视创意产业的外向型发展,在创意产品和服务的出口贸易方面,政府通过实施帮助创意产品和创意企业走向世界的国家整体营销和品牌战略,竭尽全力发展英国的文化创意产业。早在 1998 年英国政府就专门组建了创意产业出口顾问团,主要负责研究促进创意产业的出口组织,其主要职责是为创意产业出口制定切实可行的政策或组织相关活动,以帮助政府协助新

成立的出口商增强国际贸易能力。与此同时，政府也会对国内的出口组织给予支持和帮助，通过各种方式促进国内创意产业领域内的市场竞争，以提升创意产品和服务的品质，并利用国家力量来推动创意产业的全方位合作，以塑造其良好的国际形象，最终达到支持和鼓励本国创意企业和跨国公司开拓国际市场空间。

为促进创意产品和服务的出口贸易，英国专门设立相关部门来行使其职能，由文化、媒体和体育部负责创意产业文化商品的出口准许，并管理电影、音乐、国家彩票、体育和旅游等产业部门；贸易工业部门负责广播电视、硬件、数字内容、计算机游戏、传播媒体网络交流、旅游、体育休闲、造纸和印刷、报纸杂志图书出版等产业部门；对外经贸部门则在文化创意产业的投资和出口方面给予指导。英国成立了创意出口小组（CEG）、表演艺术发展小组（PAID）、设计协作小组（DP）三个产业出口指导小组促进文化创意产业开发海外市场。除此之外，英国中央政府还专门成立了文化协会，负责海外文化交流。各级地方政府也成立了艺术委员会，扶持本地文化创意产业的发展。英国政府还会对出口的创意产业进行评估，以明确出口的先后顺序，再构建长效的出口策略，并利用驻足在世界各国的大使馆作为推介平台，使创意产业能够通过英国大使馆工作人员推销出去。

（三）英国创意产业投资管理体制

英国国际贸易部是英国主管投资的政府部门，负责为海外企业来英国投资提供建议咨询，以及有关资金、融资、人员招聘和

运作方面的信息，引荐专业顾问和主要联系人，帮助投资者寻找合作伙伴，获得财政奖励。

英国有很多种企业形式，选择什么样的形式往往是根据企业战略和纳税多少而决定的。

分公司：分公司是海外公司在英国的“常设机构”,通过当地代表在英国开展业务。如果只需要几个销售和市场人员在英国开展业务,那么开设一个分公司就足以满足要求。在英国开展业务的海外企业的分公司必须要到公司注册署 (Registrar of Companies)注册登记,并向公司署(Companies House)和英国皇家税务与海关总署(HM Revenue & Customs)提交年度信息资料。英国分公司的营业利润必须在英国纳税。

有限公司：有限公司是母公司的全资子公司。不过,如果希望把全球的税收降至最低,也可以由通过位于第三国的中介控股公司。采用有限公司开展业务有很多切实的好处:

●只要企业运营合法并遵循公司法的规定,如果企业倒闭了,有限公司的形式可以使股东个人的资产得到保护。

●很多供应商和客户都更愿意和有限公司开展业务往来。

●采用有限公司的形式,关联公司之间的业务和财务往来会很简便。

●有担保资质的有限公司申请工作签证会更容易。

如果一家公司要购买英国公司,针对有限公司的收购前财务尽职调查要更为简单。如果一家有限公司被收购,保持业务连续

性,将收购造成的干扰降至最低,对有限公司来说也非常简单,因为所有的客户、供应商和员工合同都可以延续不变。

在英国，文化投资的渠道是多样的，有政府拨款、准政府组织资助、基金会资助等。政府对企业投资文化产业实行“政府陪同资助”，即如果企业决定 投资文化产业，政府将陪同企业资助同一项活动。政府特别鼓励“新投入”，即当企业第一次投资时，政府“陪同”企业资助的比例为 1:1；对于第二次资助，政府则对企业多出资助的部分实行 1:2 的比例投入。此外，英国文化、媒体和体育部出版了详细手册，指导企业或个人从金融机构或政府部门获得投资援助，同时建立包括风险基金、贷款及区域财务论坛等文化产业的财务支持体系。英国政府推动成立了众多基金，建立政府、银行和行业基金及创意产业间紧密联系的融资网络，帮助解决创意产业最初的融资困难。除此之外，英国还采取国家彩票基金投资创意产业的新模式。但是英国政府对创意产业的投资支持是极为严格的，其文化领域的投资方向相当明确，且倾向于公益文化。政府在鼓励企业赞助文化艺术的同时，鼓励全体公民自愿支持文化事业。

英国政府文化投资的领域非常明确，明显倾向于公益性文化，资助的重点有三个方面：第一，严肃艺术，如戏剧、古典音乐、歌剧、芭蕾等；第二，国家级的重点文艺团体和事业单位，如皇家歌剧院、皇家芭蕾舞团、大英博物馆等；第三，高质量的艺术节目。

（四）英国创意产业鼓励优惠政策

英国中央、地方政府均有对外国投资的鼓励优惠政策。外国投资项目可以同时享受多项支持政策。大部分支持政策规定，项目在获得批准前不得启动，否则面临失去政策支持。相关优惠政策及支持计划可向英国国际贸易部、地区发展署或专业顾问公司查询。主要支持政策有：国家援助计划、地区援助计划、当地援助计划、特殊项目援助计划、研究与开发援助计划。

创意产业减免税：自 2013 年 4 月起，经欧盟国家援助计划批准，高端电视、模拟、视频游戏等行业可享受 100%的开支免税抵扣或 25%的亏损免税抵扣。

企业区（Enterprise Zones）内设立的企业享有一揽子财务援助、简化审批程序和其他业务支持等优惠。企业区位于英格兰、苏格兰和威尔士。英格兰的 Alconbury Airfield、 City Centre 和 Temple Quarter 三个企业区以及苏格兰的 Creative Clyde-Glasgow 企业区将创意产业作为重点行业。

实行差别税率是英国政府扶持创意产业的重要做法。

英国与文化贸易和对外投资相关的税收政策

税种	税收政策具体内容
增值税	（1）图书、期刊、报纸文化产品、音乐出版物免征； （2）数字游戏产业中的各种游戏产品按照最高 50%的退税率给予出口退税； （3）英国企业与发展中国家开展海外文化合作，本国企业可获得最高 50%的出口退税。

关税	（1）从国外进口的图书、报刊免征进口关税； （2）英国公司向国外征收增值税的国家进口的图书所支付的进口关税税金，提供税务机关认可的资料证明，可以获得退回； （3）采取低关税甚至零关税，鼓励境外文化艺术品的引入与使用。
公司税	（1）英国本土游戏开发商所获利润可减免法人税； （2）向当地教育、文化、宗教、休养或慈善性公益组织的小额捐赠成本免征公司税；此外还有一系列针对影视制造成本，数字游戏产业投资、中小文化创意公司利润、股票或证券捐赠的税收优惠。
印花税	（1）国外文化企业将资金自由地汇入英国进行直接文化项目投资，免征印花税； （2）境内外文化公司在英国发行新股，免征印花税
税收征管	（1）牛津大学出版社和剑桥大学出版社的经营全部收入，免征各种税收； （2）设立文化艺术品拍卖公司，不必领取营业执照； （3）英国文化投资子公司将其境外利润汇回本国母公司的，不计征任何税收。

1984 年，中英两国签署《中英避免双重征税和防止偷漏税协议》。1996 年，两国签署《中英关于修订对所得及财产收益相互避免征税和防止漏税的协定的议定书》。2011 年 6 月 27 日，中英两国政府签署了新的关于对所得和财产收益相互避免双重征税和防止偷漏税的协定。

（五）与创意产业相关的其他政策

在英国，没有对创意产业进行全面宏观制约的法令，在创意产业的某些具体领域有一些法律法规规范此领域的发展，主要包

括广播影视、遗产保护和新媒体。另外，在税法、劳工法等其他领域的法律中，也间或有与文化产业相关的规定。

在立法方面，英国创意产业相关的重要立法有《1988 年版权、外观设计和专利法》、《2002 年企业法》、《2003 年通讯法》、《2010 年数字经济法》和《2012 年现场音乐法》等。作为创意产业的主管部门，DCMS 于 2013 年 2 月发布了一份政策性文件，对于英国在促进版权产业（传媒和通讯领域）的政策做法以及未来将要实施的措施进行了总结和介绍。

1.知识产权保护体系

英国已经建立了完善的知识产权保护体系。英国具有 400 多年的知识产权保护历史，是世界上最早通过颁布法律来保护知识产权的国家。其于 1623 年颁布的《垄断权条例》是世界上第一部正式而完整的专利法，1709 年颁布的《安娜女王法令》是世界上第一部具有现代意义的著作权法。这两部法律的颁布为英国奠定了世界知识产权保护制度鼻祖的地位，也对后来资本主义各国的知识产权立法产生了重要影响。英国参加了众多的保护知识产权的国际公约，包括 1883 年保护工业产权《巴黎公约》、1886 年保护文学艺术作品《伯尔尼公约》、1961 年《罗马公约》、1970 年《专利合作条约》、1994 年与贸易有关的《知识产权协议(TRIPS 协议)》等等。同时，英国还严格实施欧盟的知识产权法律，及《著作权、产品设计和专利法》、《专利法》、《商标

法》等本国法律。其对知识产权保护的达到了“苛求”的程度，对版权合理使用只允许“为科研或个人学习目的”而使用文字、音乐、绘画或雕塑等艺术品，因此，在英国为个人娱乐目的未经作者同意而使用作品属于侵权行为；对无法找到作者的作品，英国都给予了有效保护，各类企业在使用此类作品时都必须准备好备用金，以便作者现身时兑付。英国的知识产权保护工作由英国知识产权局具体负责，隶属于英国商业、能源与工业战略部。在英国，申请专利和商标、注册设计十分方便。各种知识产权项目的审批程序都有量化的规定，如 3 个月内审核 95%的设计申请；4 个月内发表 90%的专利申请研究报告；两年半内批准 90%的专利申请等。

在英国，商业、能源与工业战略部（BEIS）担负制定整个知识产权领域战略、采取保护措施和执法行动的政府职能，知识产权办公室（IPO）则是其执行机构，其管辖的知识产权包括专利、设计、商标和版权，致力于为促进创新而提供简洁明晰、便于理解及获益的知识产权制度。英国政府建立了知识产权网站，宣传保护知识产权的知识、法规、方法，并提供在线服务。另外，2004 年由原贸工部和专利办公室联合组建了“创意产业知识产权论坛 ”，负责推进创意产业新商务模式、关于知识产权的教育与交流。近年来，数字盗版对英国就业造成了诸多负面影响，2010 年，英国推出《数字经济法案 2010》，为更好地保护著作权的数字版权提供了法律依据。法案规定，宽带运营商应当对有盗版

下载行为的用户进行警告 ,多次警告无效后会对这些用户实施一定时间或永久的断网惩罚。

英国的商标注册有特定流程。知识产权委员会要求所申报的商标是与众不同的,而不是描述性的。所申报的新商标必须非常不同于已注册或已提出注册申请的商标。知识产权委员会在批准新商标前有可能对已注册的商标进行在线查询搜索。商标的申请须制定特定商品或服务的类别,现在共有 45 大类商品和服务。将商标用于指定商品和服务的类别必须是商标申请人的真实原意, 商标需获得证明其有效的签署文件后方可具有法律效力。商标可以用文字、企业标识或甚至是某种颜色的形式来注册。也可以申请“欧盟商标”,这类商标在欧盟内的所有国家都受到保护。

2.企业强制保险

英国有各种各样的保险。企业必须要考虑购买的保险包括以下几种:

公共责任险:提供在公司办公场所发生的或因公司业务引起而造成的所有损失或损害,包括对个人的伤害的保险。

雇主责任险:对因雇员行为或疏忽所造成的损失或伤害提供保险。

房地产保险：除此以外,还有一些特定险种,是与特定的经营活动相关的, 如产品责任险、专业免责险(特别是对于那些提供专业服务的企业)。

每家企业都有自己对保险的需求,谨慎的做法是在经营活动开始前先听取保险经纪人的建议。

3.劳动就业政策

英国雇佣法规定,一名员工每周工作时间不超过 48 小时,除非他自己同意不按照工作时间规定。法律规定,员工每工作 4 小时,至少要有 10 分钟的休息时间,员工一次连续工作时间不能超过 4 小时。员工每周至少有一个连续的 24 小时的休息时间。如果是轮班形式,员工在结束上一班工作到开始下一班工作之间必须有 11 小时的休息时间。大多数英国公司都提供福利,一般为部分养老金补贴或全额养老金(仅雇主缴费);提供公司班车或车贴;健康和 / 或牙 医保险;停车位,等等。员工有至少 20 天带薪年假,外加 8 天公共假日。每年 25 天的假期也不少见。

4.创意人才

英国政府为了解决创意产业人才缺乏的问题，早在 1999 年就启动了名为“创造性伙伴关系“的文化醒目，通过创意机构与学校合作对从是创意产业的从业人员进行专业培训 ,从而培养了一大批告诉杨的创意人才。政府鼓励雇主和技术提供者开创创新学习基地，包括现有给类学院的有机结合以及全新教育机构的简历，高标准的人才培养以及全新科目的开设与教授。

2000年，英国在《下一个十年》规划中，从教育培训、扶持个人创意及提倡创意生活三个方面 ,研究如何帮助公民发展及

享受创意。

近年来,英国自上而下努力为年轻人提供接受创意教育的机会,向他们传授适应创意产业需求的工作技能,为年轻人提供在创意部门工作的机会等。2012 年12 月,英格兰艺术委员会发起了一项“创意产业就业计划”,并于2013 年3 月正式启动。该计划旨在为6500 位16 岁至24 岁的年轻人(毕业生及在校生)提供带薪实习和在职培训的机会,帮助他们获得文化艺术方面的技能和工作经验。英格兰艺术委员会为该计划拨款1500 万英镑,美术馆、博物馆、图书馆以及所有致力于音乐、舞蹈、戏剧、文学、视觉艺术、现代工艺、马戏、狂欢艺术等领域的创意企业均可向“创意产业就业计划”申请基金,用于支付向年轻人提供实习或学徒机会的费用。

5.政府资助

英国政府协同金融界和有潜力的民间投资者为中小型创意企业提供资助,逐步推动强大的创意工业资金支持系统。目前英国队创意企业和个人资金扶持主要采取两种措施:一是政府财政支持;二是基金支持。英国的国家彩票基金项目是利用社会集资的方式进行文化创意产业投资的典型。英国政府通过发行国家彩票,为文化事业创造了大笔经费,有力地推动了英国文化事业的发展。英国国家彩票作为一项特殊的文化产业,取得了良好的经济效益。

伦敦每年有将近两亿美元的转款用于投资文化创意产业,其中 46.1%为财政拨款。英国政府的文化资助主要是通过政府委托非政府公共文化机构来实现。政府对文化事业支持不是大包大揽,二是鼓励他们自创收入、争取社会赞助。艺术委员会通过各种方式对享受政府长期资助的艺术团体进行监督。基金会是介于政府与企业之间的第三方组织,其投资以非盈利租住为主体,以组织的愿景和使命为宗旨,带有更多的公益色彩。

文化资助的模式:文化媒体体育部负责财政拨款,但不对文化单位直接体统资金支持,具体事务交给非政府公共文化机构,如英格兰艺术委员会、工艺美术委员会等由专家组成的机构,他们负责对各文化单位进行评估和拨款。

四、英国创意产业管理体制概况

(一)创意产业三级管理体制

英国政府整合国家相关部门,建立了完整的从中央到地方三级文化管理体制,相互配合补充。在国家层面有文化、传媒与体育部(DCMS),主要负责制定文化政策和统一划拨文化经费,是统管全国文化、媒体和体育事业的政府主管部门;中间一级管理机构是地方政府以及非政府个公共文化执行机构,如各类的艺术委员会,负责制定文化政策和具体分配文化经费;基层管理机构则指地方艺术董事会、各类行业联合会等组织,如电影协会、

旅游委员会、出版商协会和独立游戏开发商协会等。这三级机构各自相对独立，无垂直行政领导关系，但是通过制定和执行统一的文化政策、逐级分配和使用文化经费而相互紧密联系在一起。

英国文化、传媒与体育部（DCMS）主要负责英国创意产业的发展和推广。主要出台相关创意产业政策，跟踪产业动态，推动创意产业在国际和国内的发展，起着协调政府其他部门和社会各界力量共同推进文化发展的作用，充分显示出文化发展中各方力量的介入和通力合作。英国文化、传媒与体育部（DCMS）创意产业工作组于 1998 年和 2001 年两次发布《创意产业路径文件》（Creative Industries Mapping Document），并从 2002 年至 2015 年间共发布了 11 份英国《创意产业经济报告》（Creative Industries Economic Estimates），分析英国创意产业的现状，并作为未来政策支援与调整的依据。例如，英国文化、传媒与体育部（DCMS）于 2013 年 2 月发布了名为《更易于媒体及创意产业发展，同时保护市民利益》的政策性文件，对于英国在促进版权产业（传媒和通讯领域）的政策做法以及未来将要实施的措施进行了总结和介绍。

2010 年卡梅伦上台后成立了创意产业委员会（Creative Industries Council）。该组织是连接创意产业与政府间的联合委员会，代表了英国的创意产业，并聚焦于帮助创意产业跨越发展壁垒，解决各种制约问题，例如金融、技术、出口、法律法规、知识产权及基础设施。委员会成员都是创意产业及数字产业领域

的领军者，包括电视、电脑游戏、时尚、音乐、艺术、出版和电影。委员会目前由文化、传媒及体育部，商业、创新与技能部的国务秘书和英国广告代理企业的执行主席共同主持。

层数	名称	主要机构	主要作用
第一层	中央政府部门	文化、媒体和体育部	统领全国文化新闻、体育事业，负责制定和监督实施文化政策；统一管理全国文化经费的预算和划拨；对各类中介组织进行监督、指导、提出具体工作计划和任务等
第二层	中介组织	英国艺术委员会，英国产业技术协会，英国电影委员会，英国国家科技艺术基金会等	负责向政府提供政策咨询，负责文化拨款的具体分配和评估；协助政府制定并具体实施相关政策；负责对各文化机构进行评估和拨款；负责为各行业性联合组织提供专业咨询和服务
第三层	各行业性联合组织	电影协会，旅游委员会，广播标准委员会等	接受各类拨款，开展各类培训和创意产业发展相关的文化艺术活动； 与各类高等院校，学术机构合作实施各种计划； 提供艺术与商业界的工作网络等方面的免费服务； 采取各种市场措施，增加观众人数，增加商业赞助，提高经济效益，创造环境使更

			多的人参与享受艺术等。

（二）创意产业管理原则

一是“一臂之距”原则：“一臂之距”原则的具体表现是：中央政府部门在其与接收拨款的文化艺术团体和机构之间,设置了一级作为中介的非政府公共机构,负责向政府提供政策咨询,负责文化拨款的具体分配和评估,协助政府制定并具体实施相关政策等。这类组织人物由艺术和文化事业领域的中立专家组成,它虽然接收政府委托,但却独立履行其职能,从而尽可能使文化发展保持自身的联系性,避免过多地受到政府的行政干预和各种党派纷争对于拨款政策的不良影响,保证文化经费由那些最有资格的人进行客观公正的分配。

二是适度分权原则：即权力下放,指的是政府行政主管部门只管文化而不办文化。分权的原则不仅体现在中央政府文化行政主管部门的权力下放，也体现在地方政府不管文化的施政原则上，甚至还体现在非政府公共文化机构的分工和运作上。

三是“专”“宽”兼备原则:“专”，即所有的文化事务均由一个专门独立的政府文化主管部门管理——文化、传媒和体育部。“宽”，即凡是涉及文化的事务都交由政府文化主管部门管理。国家遗产部的管理范围囊括了艺术、博物馆、美术馆、图书馆、电影、电

视、广播、出版、录音录像、体育、旅游、娱乐、工艺、建筑、园林、服装设计、国家彩票基金和千年（2000 年）基金。2002 年，工党政府又将赛马、博彩、饮酒和英国女王伊丽莎白二世登基 50 周年庆典等事务交由文化、传媒和体育部管理。

（三）商务管理体制

1.英国商务主管机构

英国商务主管机构相对比较分散。就内阁政府部门而言，英国商业、能源与工业战略部、国际贸易部、国际发展部和外交部都不同程度地分管英国不同方面的商务工作。就地方商务管理促进机构而言，既有国际贸易部在英国各地分布的地区发展署，也有商务联系机构在英国主要地区的办公室。就外派商务管理机构而言，既有外交部和国际贸易部的驻外机构，也有国际发展部的驻外机构。

2.商务业务主管机构

英国国际贸易部（Department for International Trade）主要是制定相关贸易促进政策，创造高效、公平的贸易环境，提供广泛的咨询、信息、财务协助等方面的服务，向企业和其他部门提供贸易政策咨询。

英国出口信贷担保署（Export Credits Guarantee Department，ECGD）是一个企业性质的官方部门，其业务由贸工部和财政部共同管辖。主要职能是为英国的项目和生产资料出

口商提供拒付款保险，为对外投资提供政治风险的保险，为私营保险公司对英国消费型出口的保险提供再保险。

英国国际贸易部在英国境内 12 个地区设有办事处，地区办事处主要职能是实施地区扶助政策、管理欧洲地区基金的使用及鼓励企业的创新，具体承办贸工部在该地区的事务性工作，并不直接处理有关外经贸政策问题。

英国商务联系网（Business Links）是官方支持企业的协作网络，共有 56 个，相当于官方在各地的基层经济机构，负责把官方的政策转化为具体的支持行动。

3.商务服务中介组织

英国商会、贸易协会等中介组织数量颇多，在英国经济活动中起着重要的作用。其主要功能在于作为联系政府与企业的纽带，为其会员企业争取一个良好、公平、高效的商务环境。同时为会员企业提供必要的信息服务。

以英中贸易协会（CBBC）为例，CBBC 是一个非盈利性对华经贸促进机构。该协会一方面向政府部门提供有关中国市场环境情况，也向会员企业以及来自中国的企业官方团体提供咨询服务。CBBC 一向被英国政府视为获取中国商贸信息的首选机构，同时，CBBC 密切协同外交部和商业部，承担许多政府不便出面的促进活动。CBBC 的主要职能：提供市场信息：免费咨询并提供中国商贸资料，根据会员要求提供中国市场专门报告，出版英中贸易刊物等；创造双边经贸合作机会：组织协助专门的贸易访

华团 ,安排中国访英业务代表团的贸易会谈等 ;其它支持与帮助 : 通过在华办事处协助英国公司的业务等。

第二章　出版行业

一、英国出版业概况

英国人口只有 6700 万，却是出版大国和出版强国，出版业市场化程度最高的国家之一。英国出版业市场规模居全球第五位，出口居全球之首。全英国注册的出版社有两万余家，活跃的出版社（公司）约 2400 家，每年出版新书超过 12 万种，若加上再版的书籍，英国每年印刷的书籍种类超过 100 万种，年销售图书超过 50 亿英镑。出版业是英国创意产业中最大的子行业。占据数字出版市场龙头地位的依然是学术及专业类数字出版物。但是版权问题依然是业界最关心的问题，英国出版协会数据显示，有 700 多万英国人非法下载，这使得数字出版物销售额损失三分之一。

英国是世界出版业最发达的国家之一。与中国、美国、德国、日本是世界五大出版强国和主要图书版权输出国，拥有 15000 多家出版公司。英国出版实力最强的大型出版公司有：麦克米伦出版公司（Macmillan）、牛津大学出版社(Oxford University Press)、企鹅集团（英国）(Penguin Group UK)、培生教育(Pearson Education)、哈伯考林斯(Harper Collins Publishers)、布莱克维尔科学出版公司(Blackwell Publishing)、剑桥大学出版

社(Cambridge University Press)、泰勒与弗郎西斯(Taylor & Francis)、霍德-黑德林(Hodder Headline)等。其中培生集团是全球最大的教育出版集团。英国大型出版集团基本上都是跨国公司，在世界许多地方设立办事机构或分公司，或在别的国家、地区并购著名的出版社（公司）。

英国年出书 100 种以上的大型出版社（公司）有 40 多家，年出书 50-100 种的中型出版公司有 340 多家。目前全国共有约 1300 多种报纸，8500 种周刊和杂志，其中全国性日报 11 份，每周日发行的报纸 11 份。主要报刊、杂志有《泰晤士报》、《金融时报》、《每日电讯报》、《卫报》、《独立报》、《世界新闻》、《观察家报》《星期日泰晤士报》和《经济学家》等。小报是通俗报、大众化的报纸，以猎奇、煽情为主，面向中下游市场，发行量很大，以《太阳报》《每日镜报》《每日邮报》等为代表。按照地域可分为全国性报纸和地方性报纸。按照发行的时间和频率可以分为日报、晚报、周报、星期日报；按照针对的读者群可以分为大众报纸和高级报纸，高级报纸又称质报。英 15 岁以上人口中有超过 2/3 的人至少阅读一份全国性日报。

通讯社主要有 3 家：(1)路透社：1851 年成立，集体合营，世界重要通讯社之一，总部设在伦敦，在 130 个国家设有 190 多个分支机构，拥有编辑、记者和摄影师及各类工作人员约 5.5 万人。(2)新闻联合社：1868 年创办，由 PA 新闻、PA 体育、

PA 检索和 PA 数据设计 4 家公司联合经营，专门为英国和加拿大的企业提供公关和投资信息。（3）AFX 新闻有限公司：由法新社与金融时报联合经营，向欧洲的金融及企业界提供信息和服务，在欧洲 12 国、美国及日本设立分支机构，总部在伦敦。

英国主要的政府出版机构是皇家文书局(Her Majesty's Stationery Office)。由于英国很早就认识到政府信息资源在信息总量中占最大份额，因此，在对皇家著作权作品的使用上放松和简化程序，鼓励政府信息资源的商业化开发，极大地推动了数字内容产业的发展。皇家文书局建立了一个专家咨询组，成员包括私营机构和公共部门的资深人士，职责是监督公共部门信息商业化利用政策的实施情况，推广政府信息的非排他性使用许可，鼓励增值信息市场的竞争。皇家文书局还根据技术和市场的变化，对公共及私营部门在出版业发展过程中应发挥的作用进行个案研究；积极发展信息资产登记目录制度，向内容产业提供信息资源搜索服务。

伦敦是英国出版业的中心，绝大多数出版社集中在伦敦，另外在牛津、剑桥、爱丁堡和格拉斯哥也有一些重要的出版社。

二、英国出版业的特色

英国出版是纯粹的市场商业活动，就连出版社本身也可以作为商品自由买卖。它的市场化内容除产品必须贴近市场、销量决

定胜负外，连从业人员也是根据市场需求明确分工的。出版业的特点是集团化、全球化、专业化、市场化运作、网络化。其市场化运作值得我国图书出版业借鉴：以市场为导向、以读者需求策划选题、以经济效益为目的是英国出版社的共性。

（一）以版权为产业核心

借助语言、经济、科技、文化等方面的优势地位，英国出版业近几年来快速实现国际化，并以版权贸易影响着世界出版。早在 1709 年，英国通过《安娜法》，以法律的形式对版权进行保护。经过近三百年的发展和完善，版权贸易已成为英国出版业的支柱，英国是美国之后的第二大版权输出国。英国对版权的保护和开展国际版权贸易有一整套较为完备的体系和成功的做法，无论是合同条款的签订，还是具体的运作都较规范。

英国出版业的并购实际上是在市场经济条件下，出版社对知识产权和品牌的购买，目标是最大可能地占有知识产权和知名品牌来占领市场。在一定意义上说，谁拥有版权，谁就拥有财富。因此，英国出版界高度重视版权工作，特别强调对版权的所有权。例如培生集团在与教育类图书的作者在签订合同时，就要求作者把版权一次性卖给出版社；在签订大众读物出版合同时，最大可能地获得版权代理机构的授权。正因为如此，培生就成为英国拥有版权最多的出版社之一，每年的版权贸易就创造了数百万英镑的收入。

（二）重视国际市场

为占领更广泛的市场，实现利益最大化，英国大多数出版集团和大型出版社都定位在国际化出版，极力向海外扩张。在机构配置上，设立英语图书出版部（English Language Teaching），如培生集团、剑桥大学出版社、牛津大学出版社和麦克米轮出版公司等。他们从选题策划开始就着眼于国际市场，不局限于英国国内的狭小市场范围。图书的设计，通常采取“一书多版”的方式（即在出版英语版的同时，大力出版诸如德语、法语、西班牙语、意大利语、汉语等不同语种的版本），以降低成本，获取更大利润，增强国际竞争力。他们还通过收购或兼并国外出版公司等方式打入别国的图书市场。如 D.K 出版公司，在 20 世纪 70 年代就树立了为国际市场出版图文书的出版理念，将出版主要定位于国际市场，90 年代以后就先后在美国、法国、德国和澳大利亚成立了分公司。为开拓中国的图书市场，D.K 出版公司在北京设立了办事机构，以加强与中国出版社的版权贸易和合作出版。D.K 出版公司针对不同国家的需要，专门设立了中文、韩语、西班牙语、葡萄牙语等十多个不同语种的销售部。

（三）并购活跃

近几年来，英国出版公司通过并购的方式组建起大型出版集团的现象较为普遍，并购的频率也越来越快，这对英国出版业乃至国际出版都产生了相当大的影响。英国的出版集团化不是用行政手段强行捏合，而是市场经济发展到一定程度的必然结果，是

出版公司之间为了在激烈的市场竞争中获得更强的竞争力，在市场、资源、财力、知识产权等方面实现优势互补，使自己处于主动地位而进行的自由、自觉但不自愿的市场经济行为。集团化本身不是目的，而是通过集团化的管理与运作方式的转变，实现双赢目的。

在英国，出版业的并购不仅仅在国内出版公司、出版社之间进行，还在国际间进行，英国出版公司购买美国、德国或法国的出版公司、出版社组成巨大的跨国出版集团，与此同时，美国、德国、法国的出版公司、出版社也到英国购买出版社、出版公司组建跨国公司。兼并和收购并不完全是“以大吃小”，也不意味着兼并方要剥夺被兼并方相对独立的经营权，而是在出版集团的统一目标下，各自利用自己的品牌继续占领更大的市场份额，实现双赢。

（四）强调专业化

出版集团扩大规模容易，但准确把握适度规模十分困难，而克服自身的负面影响更难。由于规模的快速扩张，集团对市场的反映能力降低，敏感性下降，资金出现困难，协调工作日趋繁重，原有的核心出版物竞争能力下降，出版特色淡化，版权管理困难重重，冗员增多。因此，成功的大型出版集团并不是什么书都出版，而是坚持走专业化的道路，在最有竞争力的领域出版核心出版物，使自己出版社商标成为“最可靠信息的标志”。

出版社的经营思维通常是在保持和发展自己核心业务前提下，积极开展新业务，通过兼并使自身更加集团化、国际化和多样化。培生集团虽然出版大众读物、专业图书、工具书等，但就其集团自身而言，教材、国际英语和外国语出版仍然是核心出版物，其他出版物由其成员公司出版。市场的需求是多样的、发展的，任何出版集团都不可能也没有能力垄断全部的出版市场。

（五）市场化运作

英国图书的出版过程不是由一家出版社独立完成的，而是由出版社与出版社之外的编辑力量共同完成。英国出版社的管理体制大多是企业化的总经理负责制，管理理念是充分发扬民主、发挥职工自主性和激发创造精神，并自觉自愿遵守规章制度。管理模式主要有集中式管理和分散式管理两种。

集中式管理就是总经理直接管理编辑、生产、营销、人事和财务等部门。英国传统家族式出版社和小型出版社一般都采取这种管理模式。分散式管理就是在总经理领导下，出版社分为几个大的部门，每个部门任命一位部门经理，每个部门再细分为编辑、生产和营销发行部门。部门经理不仅负责编辑工作，同时还要负责生产、发行部门，现代化的大型教育出版社都采取这种管理模式。

英国大型出版社通常有以下几个部门组成：管理层（由资方招聘）、财务部、编辑部、版权部、制作部、其他人员。其中，以编辑部人员最多，占全社人员的三分之一甚至更多，他们的任

务就是根据出版社的要求，制定计划，管理版权，开展选题策划，联系作者，签订出版合同，落实项目经理。

编辑部通常由以下人员组成： 编辑部主任（editorial director）负责编辑部门组织管理工作，协调与其他部门的关系，研究图书市场信息。高级编辑(senior editor)又称策划编辑，是选题策划专家，市场营销的高手，编辑力量的核心。负责选题的策划与组织工作，寻找合适的作者并与之签订出版合同。

一名高级编辑每年要完成约 30 种选题的策划与组稿工作，并与作者共同探讨、落实书稿的撰写，全书结构的设计、市场营销的策划等，不承担书稿的具体审读与编辑加工工作。文字编辑（copy editor）负责书稿的案头工作，落实作者的稿子，审读书稿，对书稿提出修改以及出版意见和建议；审看校样，与生产部门联系，设计、印刷书稿。一名文字编辑每年要完成 10 种左右书稿的加工任务。助理编辑（assistant editor）通常是刚参加出版工作的编辑，相当于编务人员，协助高级编辑和文字编辑工作，处理编辑部日常事务工作。作为专业技术人员的文字编辑、校对人员、设计人员等，他们为一家出版社工作收入远不如高级编辑，遇到裁员时又是首要对象，因此，他们更愿意自立公司，成为自由职业者，实现社会化服务。他们往往以一本书为单位，组成项目经理人，负责全书的编辑、校对、设计、复制和市场营销等。项目经理在市场的出现已成为出版社的必要补充，他们不需要出

版社负担全部的员工费用就可以得到更好的出版服务,使出版社有了增值的可能。

三、英国出版业管理体制

英国政府对出版业采取以法律手段为主，以经济手段为辅，以行政手段为补充的管理体制。英国文化委员会（British Council）是负责对英国出版业进行指导的政府部门，它制定有关政策，与出版商协会（The Publishers Association，1896年成立于伦敦）、苏格兰出版商协会(Scottish Publisher Association，1974年成立于爱丁堡)等协同开展工作，开拓英国图书、期刊的海外市场。英国出版管理体制是注册登记制,个人、团体或机构都可以申请办出版社（公司),各种资本均可自由投资出版业。英国政府不直接干涉出版问题,也没有新闻出版检查制度。在英国,个人、团体或机构等开办出版社无须通过政府审批或许可，可以随时登记注册，只需在威特克（Whitakers）条码公司注册登记,申请国际标准书号。国际标准书号只是为了方便识别,并非官方许可。近年来,英国政府为了更好地促进新闻出版产业的发展,采取措施确保拥有一个新的、有效的、独立的报业自我监管系统。

（一）英国版权集体管理组织

英国有几十个版权相关的集体管理组织（见表 2），且大都是英国版权委员（BCC）的成员，几乎涵盖艺术、影视音像、图

书、报纸、期刊出版、文学著作等涉及版权的各个领域。比较著名的例如英国的录音制品有限公司（PPL），它是世界最强大的集体管理组织之一，每年替权利人收到的版权使用费用高达170.8 百万英镑，版权所有人会员超过 1 万人，每个月的注册会员数超过 300 人。又如成立于 1914 年的英国音乐表演权协会，其成员包括古典音乐、流行音乐、爵士乐、影视和广告音乐等作品的词曲作者和出版商。2012 年英国音乐表演权协会所收取的版权费为 641.8 百万英镑，2012 年管理的音乐作品达到 1300 万件，其版权管理下的音乐被使用次数达到 1240 亿次。

英国主要的版权集体管理组织

集体管理组织	描述
美术家集体管理组织 Artists" Collecting Society（ACS）	成立于 2006 年，非营利组织，集体管理美术家转授权（ARR）。目前美术家会员超过 750 人。
作家授权和集体管理组织 Authors’ Licensing and Collecting Society（ALCS）	成立于 1977 年，集体管理英国作家作品。目前的作家会员超过 85000 人。
版权结算中心 Copyright Clearance Center（CCC）	成立于 1978 年，是一个非营利的全球化的版权经纪组织，集体管理印刷及绝版图书、期刊、报纸、杂志、电影、电视节目、图片、博客和电子书。
国际基督教版权授权机构 Christian Copyright Licensing International （CCLI）	成立于 1988 年，为全球的教堂、学校和组织提供版权许可和资源服务。目前为全球 24 个教堂和数以千计的学校和基督教组织提供版权物使用服务。
版权许可代理机构	成立于 1983 年，集体管理印刷及电子出版

Copyright Licensing Agency（CLA）	物。
设计及艺术家版权协会 Design and Artists Copyright Society（DACS）	集体管理和保护视觉艺术家权利。2012 年，会员超过 8000 个艺术家，收取的版权费用超过 9.7 百万英镑。
教育记录机构 Educational Recording Agency（ERA）	集体管理用于教育机构版权作品，许可教育机构复制和使用广播和电视节目，为版权拥有者收取使用费。是唯一服务于英国教育部门的集体管理组织。
电影许可公司 Motion Picture Licensing Corporation（MPLC）	集体管理电影作品放映，发放放映许可。范围涉及 20 多个国家，集体管理 400 多个制作商和经销商的电影作品。
报纸许可代理机构 NLA media access	由八家报社组成，集体管理和保护行业的版权和集体许可。2013 年，有超过 20 万个组织使用其发放的许可证。
出版商授权协会 Publishers Licensing Society（PLS）	成立于 1981 年，协会主要负责监督英国图书、期刊杂志复制和作品的集体许可制度。
录音制品有限公司 Phonographic Performance Limited（PPL）	成立于 1934 年，集体管理用于公共演出和播出的音乐版权。
音乐表演权协会 PRS for Music	成立于 1914 年，集体管理词曲作家、音乐出版商授权的版权作品。目前管理的词曲家及音乐出版商超过 10 万人。其客户包括 BBC 等。
英国版权服务公司 UK copyright Service（UKCS）	成立于 2000 年，是英国政府委托民间建立的版权管理组织，为音乐家、艺术家、设计师、软件开发员和作家注册版权，是英国知识产权登记中心。目前也为全球版权所有人服务。

（二）英国版权委员会（British Copyright Council）

英国版权委员会成立于 1965 年，是英国保护和推动版权产业发展的重要组织。作为一个非盈利组织，英国版权委员会（BCC）是享有版权的文学、戏剧、音乐和美术作品的作者的代表机构及表演这些作品的演出人的代理机构所组成，是此类组织中唯一没有接受政府基金支援的组织。其成员机构包括：美术家联合会（ASC）、作家经纪人组织（AAA）、插图家协会（AOI）、摄影家协会（AOP）、版权许可代理机构（CLA）、唱片业协会（BPI）、作曲家协会（BACS）、计算机协会（ BCS）、音乐表演权协会（PRS for music）、出版商协会（PA）、录音制品有限公司（PPL）等 30 多个组织机构。英国版权委员会帮助会员组织维护和推广版权产业，监控可能影响版权的立法、行政、社会和科技活动，并作为世界知识产权组织的非政府组织观察团成员，与英国政府和国内外当局及其他利益团里进行协商，建议和敦促政府和其他决策者采取各类版权保护行动。

（三）英国版权中心（copyright hub）

一直以来，英国并没有一个真正的版权交易中心。受英国首相卡梅伦的委托对英国知识产权法律进行独立评论的伊恩·哈格里夫斯（Ian Hargreaves）教授在其 2011 年 5 月公布的《数字化机遇：知识产权与经济增长审查报告》中，呼吁“为了促进英国企业能够获得一个透明的、有竞争力的全球数字市场”应建立一个跨部门的数字版权交易机制（ Digital Copyright Exchange），此机制应该包括“一个可互相操作的数据库网络，旨在为许可交

易提供一个公共平台”， 并估测英国经济将因该机制的建立增收近 30 亿美元。

经过一段时间的筹备，英国首个数字版权中心（Copyright Hub）于 2013 年 7 月 8 日正式上线运营。英国版权中心（Copyright Hub）作为英国版权信息门户网站，网站用户一方面可以注册个人版权作品信息，一方面可获得其他版权作品信息，并获得使用许可。网站特别面向交易费用很低的大量未开发的低价值交易。 目前该网站还在测试阶段，试运行阶段只覆盖为数不多的机构，例如音乐表演权协会（PRS for Music）、美术家联合会（ASC）等十多家机构。预计建成后，英国版权中心（Copyright Hub）将成为连接英国及全球大量网站、数字版权交易和数据库的门户。

（四）行业监督机构

发行稽核局是一个“由广告代理商、广告商和出版商等联合组成的非营利性机构，其职责是以独立的身份、统一的标准，对报刊发行量、网站访问量、商业展览的人流量等进行稽核审计，提供证明，并向业界公开”.

新闻申诉委员会成立于1991年，任务是处理公众对英国报刊的投诉。以调节方式处理投诉，如果调节不成功，便会深入调查作出裁决。此外，英国的工会和基金会都可以对出版业施加影响和进行监督。

（五）行业协会及自律组织

英国进行新闻自律的尝试，肇始于20 世纪30 年代。1936年，全国记者联盟(Nat ional Union of Journalist s，简称N UJ)在当年年会上决定制定一部行业道德规则———《行为准则》(Code of Conduct)(1994 年6 月29 日通过了新版本)。在NUJ的推动下, 1945 年英国成立了皇家新闻委员会，其目的在于推动通过报刊意见的自由表达和最大限度地确保新闻描述的准确性。1949 年，该委员会提交了建议建立“报刊评议总委员会”的报告。1953 年7 月1 日，英国报业自律组织“英国报业总评议会”(The General Council ofthe Press，简称评议会)正式成立。其宗旨是保护新闻自由并抑制新闻自由的滥用，其主要工作就是评估社会对于新闻界失范行为的申诉，并做出裁定，对有损报业声誉的不良行为，予以公布和谴责。1991 年，英国又建立了新闻投诉委员会(The Press Complaints Commission，简称PCC)。新闻投诉委员会是一个独立于报纸业和政府的专门组织，负责处理公众对报纸和杂志编辑内容的投诉。其口号是“快速、免费、公正”(Fast , Free , Fair)。

英国全国性的出版业协会有：英国出版商协会、英国书商协会、英国全国图书联盟、英国个体出版商协会、英国与爱尔兰书商协会等，其中英国出版商协会、英国书商协会最有影响力。

英国出版商协会：目标是利用所有合法的途径为英国的图书、期刊、电子出版者服务，保护他们的权益。主要功能有：为

会员提供服务；协调与政府以及图书贸易商等利益团体的关系；对外代表英国出版业的形象，参与国际交流和竞争。

英国书商协会：为维护书商利益成立的，其基本任务是代表书商与政府及其他机构在一些对图书发行有影响的问题上进行协商，为会员提供信息服务、培训服务和相关产品服务等。

四、英国出版业的法律环境

在英国，新闻事业还是比较自由的，当然也有一些限制。大体说来，在英国涉及新闻出版自由的法律有三种:一是诽谤法;二是藐视法庭法;三是保密法。这三种法律的关涉对象是所有的公民,而不仅限于新闻出版单位，不过由于新闻单位需要经常报道新闻并发表评论，包括常常需要报道司法系统的新闻事件，因此,触犯这几种法律的机率更高，感受的压力也更大。

在英国 2002 年企业法(TheEnterprise Act2002)的指导下，英国的相关政府部长有权干涉设计公共权益的交易案件。这包括国家安全问题 ,或确保英国媒体的多元化。不过该权利极少行使。英国文化、媒体及体育国务大臣有权干涉设计报纸以及媒体合并的特殊公共权益案件。英国出版业的法律体系比较完整，形成了以普通法为主、以专业法为辅，两者相辅相成的法律环境。英国没有《出版法》，但涉及出版的有关部门法律约二十个，基本上涵盖了出版的各个环节 ,除了版权法、数据保护法等专业法之外，涉及出版内容的其他法律还有儿童保护法、邮局法、官方机密法、

商品销售法、消费者保护法、贸易活动限制法、转卖价格法、公平交易法和竞争法等。这些法律对出版有许多明确的规定，如禁止出版泄露国家机密、损害国家利益、毁坏他人名誉，严禁有害青少年健康成长的出版物出版等。

政府和法律对出版商采集用户信息进行了监管约束，《欧盟隐私法》对出版商进一步收集用户信息构成挑战。

涉及出版的法律涵盖了出版的各个环节，包括《版权法》、《淫秽出版物法》、《数据保护法》、《儿童保护法》、《官方机密法》、《图书贸易制法》、《竞争法》等。

英国政府对具体的出版局活动不进行直接干预，但对出版物实行事后审查制度。当它认为某一出版行为触犯了法律也可以通过行政手段进行干预，这就是出版业的追惩制。

五、英国出版行业产业政策

（一）出版业的经营

英国出版社绝大多数是私人性质的股份制企业和家族型公司，出版社以市场为导向来策划组织选题。出版活动完全是一种商业行为，出版社没有专业分工，可以自主决定出书范围、出书计划和出书种类，在法律允许范围内自由开展出版经营活动。图书在英国通常分为三类：大众读物、教育图书、学术和专业图书。大众读物主要指的是消遣类和娱乐类图书，如小说，销量很大，约占英国图书销售总额的 74%；教育类图书主要包括中小

学教材和学习指导图书，约占图书总销售额的 19%；学术和专业图书，约占图书总销售量的 7%。

英国约有 1.2 万家书店，200 多家图书或报刊批发公司，大型书店 3000 多家，英国的图书发行方式主要有直接销售、间接销售两种。此外，由于许多英国人参加了图书俱乐部，图书俱乐部也是英国直接销售图书的重要渠道。

（二）税收政策

英国历届政府从未对图书、期刊、报纸征收过任何增值税，从而使图书与其他出版物始终处于零税率状态。目前，英国政府对一般商品征收 20%增值税，对图书、期刊、报纸均免征进口税。英国主要向美国、澳大利亚、加拿大、新西兰、印度等国出口图书，主要从美国、荷兰、意大利、法国进口图书。英国公司向国外征收增值税的国家进口的图书所支付的进口关税税金，提供税务机关认可的资料证明，可以获得退回。

英国政府为向世界推广英国文化，大力支持出版业占领世界图书市场，设立文化委员会，每年拨出百万英镑的图书推广费，鼓励、资助英国出版公司的出口图书，在海外举办或参加各种图书展览。英国投资贸易署每年也向部分英国出版公司提供几十万英镑的图书出口补贴。

英国企业与发展中国家开展海外文化合作，本国企业可获得最高 50%的增值税出口退税。

（三）劳动就业政策

英国的人力十分昂贵，面临着激烈的市场竞争，为了降低成本，出版社尽可能不用或者少用正式员工，更愿意到社会上聘请项目经理，或者学校的老师、研究人员、专家等帮助审读、编辑、校对书稿。项目经理按照出版社的要求，全权负责书稿的编辑加工、审读、校对、复制甚至图书的市场营销，以合同的方式，确保图书高质量按时出版。

（四）关税

从国外进口的图书、报刊免征进口关税；

英国公司向国外征收增值税的国家进口的图书所支付的进口关税税金，提供税务机关认可的资料证明，可以获得退回；

英国企业与发展中国家开展海外文化合作，本国企业可获得最高 50%的增值税出口退税。

六、英国出版业经营策略

英国图书的发行链主要包括三种：出版社——书商——读者；出版商——批发商——书商——读者；出版商——读者。英国经营中间批发业务的主要是：图书批发公司、报刊批发公司、图书供应公司、教科书发行公司。英国大型与中型公司都设有发行部，除向批发、发行公司批发图书、期刊外，还直接将本公司图书、期刊发给书店。这种直销的营业额约占 50%。

英国有许多成熟的渠道进行图书发行，如大型连锁机构、独立书店或独立图书终端销售机构、网络书店、图书俱乐部、邮购销售公司和其他直销方式。

在英国，出版与其他行业一样，通过市场这只无形的手实现利润最大化，赢得最大的利益。20 世纪 80 年代，英国开始实施为市场而出版的理念，把市场放在第一位，在满足市场需求的过程中实现赢利。因此，在做出决策时，出版社常常要进行自我评估和外部环境评估。首先，准确分析所面临的外部环境变化，如政治因素、经济政策、社会变化、技术发展等；其次，分析本社以及图书的优势、特色、劣势，将面临的机遇和风险等，由此做出准确的市场定位。在此基础上，出版社最终确定出版目标、市场目标和经济目标，如出书品种、市场份额、投资总额、成本核算、销售收入、利润指标、投资方收益等目标。编辑工作就紧紧围绕这些目标展开。

图书零售无定价系统。英国图书销售主要有直销、寄销、批发、会员购买等方式，但是，英国的图书零售不是按照图书的定价销售。几年前，英国取消了图书定价系统，图书的零售价格由零售商自己确定。出版社根据图书的成本、目标利润、市场需求、图书的类别等在图书上标明“建议价格”，按照这个价格以一定的折扣批发给零售店。各零售店根据自己所处地域、读者情况、图书情况等自行确定图书零售价格。

一般情况下,因大众读物深受读者喜爱,市场销售情况良好,因此,大众读物特别是新版的大众读物按照图书“建议价格”销售,在一个或几个销售周期过去后,零售商就以打折扣的方式销售。而教育、科技、工具书等,在不同的地域、街市、书店等,其零售价格完全由书店经营者自己确定。零售价格取消统一定价后,每个图书经销商都以自己的方式参与市场竞争,把主要的精力和资源优势投入到优秀图书的销售上。

一些大的书店因销售业绩突出可以从出版社得到更高的折扣,获得更高的利润,从而占领更大的市场;而小出版社则通过提高服务等手段来吸引、营造购书者,让购书者在买书的过程中得到超值享受,由此在市场上占有一席之地。取消图书定价系统一度引起英国图书出版、销售界的激烈争论,也极大地激活了图书零售市场。从几年来的实施情况来看,虽然因零售商特别是一些大型超市向出版社索要高折扣,导致出版社利润有所下滑,但总的来看是利大于弊,益处显而易见,一则鼓励出版社更快、更好、更多地出版图书,其二是极大地促进了市场竞争,规范市场规则,读者真正得到了实惠。

七、典型案例

中国青年出版(总)社于2007年3月在英国乃至欧洲创建了第一家以推广中国文化艺术为主要任务的商业出版社,其在走出去方面有许多成功经验:坚持以市场为导向和商业化运营,按照

现代企业制度规范管理；主打中国文化艺术元素出版，坚持市场高端出版理念，推行“精品战略”，形成独特的出版理念和出版特色；注重整合国内外出版资源，优势互补，降低了运作成本和风险，又兼顾国内市场；借助伦敦传媒中心平台优势，全面提升产品价值和品牌形象；积极与国际名社、大社联动，实现合作双赢；人才先行，建立专业化、国际化的高素质团队，保障国际出版高效运行。

第三章　广播影视行业

一、英国电影行业概况

1985年英国《电影法案》规定了英国电影的定义:(1）电影制作方必须是在英国注册的英国电影公司,或主要由英国控制和管理的设在欧盟其他国家的电影公司,或与欧盟签有联合协议的国家的电影公司；（2）制作成本70%或以上都要用于英国的电影制作活动；（3）劳动力成本上，70%或以上的报酬要付给英联邦国家、欧盟国家或欧盟签有联合协议的国家的公民；（4）电影如含有以前审核过的电影和其他公司出品的电影,该内容时长不得超过电影总时长的10%。2006年，英国政府对电影定义作了一些修改,关于制片方和电影内容的规定保持不变,删除了关于电影制作成本和劳动力成本支出的要求,而引进了以打分的方式为基础的文化测试。共31分，得到16分就算是英国电影。分为三个部分,第一部分占16分,考核电影的内容,如故事是否以英国为背景、以英国人为主人公；第二部分占4分，考核电影的文化贡献,即该电影是否反映和代表了英国的传统创造力和多元文化；第三部分3分，看电影的拍摄地是否在英国；第四部分占8分，看电影剧组的人员构成。

英国的电影市场规模居全球第三，电影出口贸易每年出超，电影受众市场稳定。电影市场规模不仅来自影院，还来自 DVD 视频、VOD、电视上播映的电影等市场。通过电视观看电影的观众占到了 75%，通过视频观看电影的占到了 20%，通过影院观看电影的受众占到了 4%，其他占到 1%，这些为英国电影产业发展带来了市场基础。

英国电影分级委员会将电影分为 15 种类型。喜剧和戏剧是英国观众比较喜欢的电影类型，科幻小说电影如打破票房的《阿凡达》比其他类型的影片更容易赢得市场认可。除此之外，英国电影还有多种类型可供观众选择，满足了不同电影观众的需求。英国专业电影主要是指与主流商业电影具有一定区别，具有创新电影类型，涉及挑战性议题，用外语拍摄，对多元文化体验进行呈现的电影类别。

英国十分重视数字电影以及 3D 电影设施的建设，英国已经成为全球电影数字发行步伐最快的国家。英国电影委员会实施“数字银幕网络发展计划”以来，许多独立电影发行商均利用委员会的政策进行数字发行（英国电影委员会（UK Film Council）于 2011 年撤消，其后英国电影协会(British Film Institute)承担其义务继续扶持本土电影制作）。英国有 100 多家电影工作室，在独立制作、商业巨片、动漫、剧情片与纪录片等方面都有优异的表现，是世界一流的电影制作中心，伦敦是全球第三大最繁忙的电

影摄制中心。伦敦市内有 100 多家电影厂，其中最著名的两个电影厂：谢伯顿和松林（2001 年合并），是英国电影的制作中心。伦敦还是快速发展的电影特技和数码后期制作服务中心。在国际上，英国的电影技术多次获得奥斯卡奖。

二、英国广播电视产业概况

英国在电视和广播节目制作以及数码电视和动画方面享有优势。英国电视和广播产业贡献了英国 GDP 的 0.5%。英国有 600 个电视频道，每年制播 2.7 万小时的节目内容，且大多销售海外。英国在电视节目模式的发展上领导全球，就节目模式时数输出而言，占全球市场的 53%。英国是拥有最先进数码电视市场的国家之一，是世界第二大电视节目出口地。

英国早期的电视市场是由政府控制的，政府认为，国家有权在需要时征用通讯工具。1922 年成立的BBC 是一家公立组织，是通过向每个拥有电视机的用户收取收视费来维持的。1936 年，厄尔斯沃特委员会提出了确定BBC 与政府之间关系的正式条款:BBC 对其日常事务的安排是独立的，但是，政府保持着对它的最后控制权。BBC 和IBA(独立广播局)两家公司的管理委员会成员由政府任命或在政府的推荐下由议会任命，政府可以通过管理委员会对广播进行控制。在BBC 的“许可协议书”、“BBC 经营委员会决议书”以及有关商业播放的《1990 年广播电视法》三个文件中，关于节目内容的一般规定如下:第一，排除品位低下、

鼓励犯罪、扰乱秩序的内容;第二，保证新闻的正确性、不偏不倚;第三，禁止播放社论;第四，照顾青少年视听时间段。此外，如果政府认为有必要，第一，可以要求播放与任务有关的内容;第二，拥有要求禁止播放特定事项的权利。虽然历届内阁为了尊重广播电视机构的独立性，均未强制发布广播的命令，但1988 年，撒切尔内阁执政时曾采取措施，禁止播放支持与北爱尔兰恐怖活动有关组织的声明。但皮科克委员会(The Peacock Commi ttee)通过最终支持摧毁公共服务电视系统来检测公众舆论的动向，这一理念在《1990 年广播电视法》中得到了体现，该法旨在创造竞争环境，扩大受众选择机会， 推行商业广播电视的开放政策。

为保持英国广播影视业在世界上的领先地位，依据英国《通信法》，英国广播电信局必须就现有的公共广播电视机构是否有效执行其公共服务职能的情况进行检查和评估，并需要提出相应的报告和建议。

英国共有 5 家通过地面发射的覆盖全国的电视台，即英国广播公司（BBC）、独立电视台（ITV）、第四频道（Channel 4）、第五频道（FIVE）和专门针对威尔士地区并使用威尔士语的S4C。此外还有卫星电视和有线电视，如天空电视等。

英国广播公司（BBC）除提供电视节目外，还提供无线电广播服务。该公司系由几个无线电制造商于 1922 年创办，最初只向全英提供有限的无线电广播服务，现成为世界大型广播公司，

拥有 10 多个传统及在线广播电台、10 多个传统及数码交互式电视频道，2010 年全球约有各类听众和观众 2.4 亿人。目前广播电台年播出总量达 4 万多小时，在英国内拥有 60%的听众，其对外广播电台用 20 多种语言向全世界各国播放节目。电视台开播于 1936 年，目前每年播出时间超过 5 万小时，BBC1 主要播放新闻、时事、宗教、体育、歌剧及少儿和娱乐节目，BBC2 主要播放音乐、艺术、喜剧、教育及一些特别节目。

独立电视台（ITV）节目始播于 1955 年，面向全国提供 24 小时全天服务，其中 1/3 时间播放新闻，其它时间播放体育、喜剧、游戏和电影等。经费来源主要靠广告赞助。第 4 频道(Channel 4）自己不制做节目，所播节目主要从独立制片人或包括海外的节目制做商处获取。节目从形式到内容以表现实验性、改革性和创新性为主。第五频道（FIVE）于 1997 年 3 月开播，主要播出时政、儿童节目、电影、戏剧和体育节目。

商业广播电视系统是自 1992 年以来，主要由独立电视委员会（ITC）与无线广播局（RA）来管理公私合营性质的广播电视系统。ITC、RA 都是依法组建的国家管理机构。两个机构的主要职责是：建造和经营广播电视发射设备；通过颁布经营许可证对私营广电公司进行管理。私营广播电视公司通过公开招标竞争，分别经独立电视委员会（ITC）或无线广播局（RA）批准获得播放广播电视的许可证，然后租用国家设备播放节目。由于这

些私营广播电视只管制作与播放节目，所以又被称为**节目公司**。节目公司在制作节目时接收广告委托，收取广告费用作为经济来源，并且依据公司向 ITC、RA 缴纳设备使用费。ITC、RA 则在审批许可证、出租设备的过程中，对节目公司的业务方针、节目内容等进行强力监督。《1990 年广播法》生效后，有线广播局被撤销，有线电视业务改由独立电视委员会 ITC 统一管理（根据《2002 年通讯办公室法案》，英国成立了通讯办公室 OFCOM，负责私营电视、广播、电信、无线通信服务。OFCOM 整合了原广播标准委员会、独立电视委员会、电信办公室、无线广播局、无线传播管理局等五个机构的职责，成为英国私营传播业的管制者。同时，英国媒体管制体系采取私营、公共二元模式，监管私营媒体的 OFCOM 与监管公营媒体的 BBC 董事会、英国电影分类委员会、公平交易办公室和威尔士第四频道委组成一个并行的监管体系）。但是直到今天，有线电视仍未广泛地深入家庭，有线电视的用户仅占 20%多。相比较而言，英国的卫星电视发展较快。80 年代初，英国政府曾决定发展卫星电视，曾分配给 BBC、IBA 各两个卫星频道，但 BBC 并未利用，IBA 则招标成立了英国卫星广播公司（1990 年 4 月开播）。1983 年，默多克集团收购了一家私营的卫星电视公司，将其改名为空中电视频道，向西欧各国有线电视网与地面电视台发送节目。1989 年，空中电视频道改称“空中电视台”（Sky TV）。

三、英国电影管理体制

英国政府长期为英国电影业的权威机构——英国电影学会提供基金，支持电影制作、发行、教育、观众开发和市场研究，支持提升数字广播服务能力和设施建设,引导听众形成数字广播收听习惯;设立创意产业委员会,在政府和产业之间建立定期对话机制,修订既有规范,使举行音乐演出、表演和其他娱乐活动更为容易;制定公共广播政策,包括评估BBC的皇家宪章、建立电视许可费用制度、公共服务广播业主的许可制度;创立地方电视框架以便地方电视服务能够覆盖全英国;确保通讯办公室拥有对于电信和广播电视产业进行管制的资金和权力,并确保这些功能得以有效发挥。

为了确保电影在数字时代的可持续发展,英国政府通过英国电影委员会（英国电影委员会（UK Film Council）于2011年撤消，其后英国电影协会(British Film Institute)承担其义务继续扶持本土电影制作）制订并实施了多个“三年计划”发展战略，确保英国电影产业在数字时代的地位。政策重点主要为：一是资助英国电影和英国电影制片人，二是培养具有创造性和技能型人才，三是鼓励数字时代的创新，四是为观众提供更多接触电影的机会,五是保护英国电影档案文献遗产并向民众开放,六是为了解英国电影提供机会。

英国扶助电影发展主要机构有：英国电影委员会；英国电影和电视艺术学院；英国电影学会；英国电影分级委员会；电影出口公司。

1.英国电影委员会（英国电影委员会（UK Film Council）于2011年撤消，其后英国电影协会(British Film Institute)承担其义务继续扶持本土电影制作）：主要目的是在英国形成充满活力的电影工业和电影文化，在最广范围内促进人们对电影的欣赏和理解，并确保英国电影在经济、文化和教育方面都能发挥良好的作用。它设有多项基金，从各个方面支持英国电影发展。

2.英国电影和电视艺术学院：举办评奖活动，研讨会、放映会活动、编辑出版电影、电视书刊资料等。

3.英国电影学会：在国际上也颇有名望。学会的宗旨是繁荣全国影视创作，宗旨是繁荣全国影视创作，鼓励影视制作者积极地反映当代生活，培养影视研究人员，提高群众到鉴赏力，为发展全国的影视事业做出贡献。

4.英国电影分级委员会：独立于政府的电影行业自律机构，其目的是防止暴力、色情等内容对未成年人造成不良影响。负责审查所有在商业影院放映的影片，虽然没有法律效力，但是多年的实践使之成为英国的半官方审查机构。

5.电影出口公司：将重点放在游说工作上，同时计划制定通行的市场行动方针，以便将英国电影作为一个品牌推向全世界。

四、英国广播电视管理体制

英国政府对广播电视业的规制以法律手段为主,主要包括三个层次，一是专门法，如《广播电视法》《电视新闻法》；二是普通法，如《泄密法》《诽谤法》等；三是自律规制，如独立于政府机构的“独立电视委员会”和“广播电视规范委员会”通过起草、发布与节目内容、广告、赞助有关的规定，对电视商的行为进行监督和处罚，并处理各种投诉。因为英国实行公共广播电视和商业广播电视并存的广播电视体制,所以在广播电视管理方面也有两套机制,一套是长期以来就存在的公共服务公司英国广播公司自己制定的制片人守则，而另一套是 2003 年成立的通信办公室制定，负责对商业广播电信和电子传媒进行规范管理。

（一）关于商业广播电视的法律规定

商业广播电视的法规由议会制定。《1954 年电视法》规定设立独立电视公司,引进商业电视机制,并由独立电视公司负责管理和监督商业电视。《1972 年无线广播法》将商业无线广播也纳入独立电视公司的管理体系,并将其改名为无线广播公司。1973年通过《1973年独立广播公司法》，经过数次修订后整理集中为《1981年广播法》。现行法规是《1990年广播法》,其主要目的是在商业广播电视方面引入竞争机制，由独立电视委员会管理、监督包括卫星电视、有线电视在内的电视业务，无线广播局主管无线广播部分。该法规定欧盟以外的公司基本不允许在

英国拥有广播和电视台;英国第三和第五电视频道以及全国各电台不允许再拥有报纸;公众电信机构不允许在第三和第五电视频道、全国性广播台或国内卫星广播电视的营业中占控制的地位;政治团体、地方行政机构不能经营广播电视业。此外,该法还对广播电视节目的格调、雅俗、准确，以及在政治倾向上是否平衡等问题也作了明确的规定。

1911 年制定的《官方保密法》(曾于1920年、1939年和1989年三次修订)，该法规定新闻媒介包括广播电视媒介不得泄露国家秘密，如果非法获取或发表有关国防或国际关系等方面的材料，若被证明具有危害性,需承担法律责任。

1952年颁布的《诽谤法》，适用于报刊、广播、电视等新闻媒介。该法规定，法庭原告不必证明被告企图破坏原告名誉，或伤害原告,原告只需证明:第一，名誉侵权的言论;第二，提及被害者;第三,公布。关于名誉侵权的免责事由，只要证明以下内容之一，新闻媒体可以免除名誉侵权的责任。第一，合法性，即真实性证明;第二，特权，其中包括绝对特权和有条件特权;第三,公正性的评论,即关于公众利益事务的公正评论。

为了保障军事保密内容不在新闻媒介上泄露，英国还专门设立了由政府官员和新闻界代表组成的“防务、新闻和广播委员会”。该委员会包括报界代表、广播电视界代表和防务机关的代表，并由一位已退休的高级军官任干事长，把属于秘密的不能发表的材料列出单子来,以“D” (英文“防务”一词的缩写)通知的形式

发给大家。新闻界如有不同意见可提出,由该委员会讨论。

（二）英国的广播电视所有制形式

英国广播公司(BBC):从 1927 年元旦起,由英王发布“特许状”,将民营的英国广播公司改组为公共机构——英国广播公司,授予它在全国经营无线电广播的特权。

英国的私营广播电视:1954 年 6 月,英国议会决定允许开办商业电视,由组建的独立电视局(ITA)负责管理。1972 年,议会又决定开放商业广播,并将独立电视局更名为独立广播局(IBA)

五、英国广播影视行业的贸易投资政策

提供无线电广播、电视转播等服务须从通信办公室取得执照 ,该执照一般会要求公司在股份持有或控制变更方面通知通信办公室。英国《通讯法》对外资开放了媒体所有权，欧洲经济区（EEA）以外的投资人，只要遵守通常的竞争性规定，可以拥有英国电视和无线电服务企业。

2003 年成立了优势创意基金（Advantage Creative Fund，ACF）针对电影、电视、新媒体等项目进行投资，每案投资金额为 1 万至 25 万英镑。2005 年成立的创意资金基金（Creative Capital Fund, CCF）最高投资金额可达 65 万英镑，提供种子基金及协助具有潜力的创意企业发展。

为了促进英国电影产业出口贸易的发展,英国电影委员会制订了英国电影出口发展战略,其发展目标主要为:一是支持电影企业创造电影出口的机会,维护和发展英国电影的国际市场份额以及市场价值;二是通过出口资助项目以及研究活动,提高英国电影产业的国际市场竞争力。英国电影委员会还制订了一些扶持电影出口的策略:一是成立电影出口集团以及实施电影出口集团战略;二是确定重点出口的区域;三是支持英国电影参与国际电影节;四是研究与发展网络电影发行;五是支持英国电影进入国际市场;六是为英国电影出口提供数据和情报;七是为英国电影出口提供电影协会项目资助;八是扩大资助基金来源以资助英国电影出口;九是通过伦敦电影焦点项目,向 180 多个国际买家展示英国电影。

六、英国广播影视企业税收政策

英国政府对电影业的扶持政策主要有配额制、伊迪税及国家电影投资公司等形式,很少有实质性的政府财政补贴。从 1950 年开始,英国政府向全国有偿播映电影的纳税人开征“伊迪税”:一是用于资助英国国家电影投资公司;二是用于资助英国电影、艺术学院以及英国电影学院制片委员会等文化艺术教育机构,支持文化影视教育发展;三是凡符合伊迪税基金资格和条件的资助人,可获得伊迪税专项资助,主要资助本国电影的制片人,且与其前一部影片所获的票房总收入挂钩。

1997 年新政策规定，制作成本在 1500 万英镑以下的英国电影，其制片及申请许可的费用，可以在当年享受 100%的税收扣除。成本高于 1500 万英镑的英国电影可分三年享受税收扣除。此外，编写剧本的费用也可以享受 100%的税收扣除，这些都降低了投资影视制作的风险。1998 年政府出台了一部关于电影工业的重要报告，《一副更大的画卷》。大力提倡各行业的实体组织支持英国电影。2000 年电影委员会成立，接管了原先由艺术委员会及英国电影学院制片委员会掌管的电影基金。

得到减税的英国电影必须满足以下几个条件。首先，满足 1985 年电影法文化测验的要求。英国电影从四个方面对文化有促进。一是文化内容(比如是否以英国为背景，主要角色是否为英国公民)；二是文化促进(如电影是否代表或反映了英国文化的多样性、英国传统以及英国创意)；三是使用英国文化积聚中心(例如后期制作或音乐制作)；四是使用英国文化从业者(例如导演或者主要演员)。其次，满足英国合作拍摄双边条约的条款。再次，满足欧盟公约关于电影合作拍摄的条款。只要满足以上条款就能得到政府减税，这不仅扶持了本土电影的发展，还吸引了更多的外资到英国拍摄电影，为英国电影产业发展作出了贡献。

自英国在 2007 年对电影实施税收优惠之后，政府每年对电影业的税收减免超过 1.6 亿英镑。在英国获得制片资格的生产商也可以申请如下税收优惠：制作费用不超过 2000 万英镑的，申请最高达到其费用 25%的优惠；制作费用超过 2000 万英镑的，

申请最高达到其费用 20%的优惠。从 2013 年 4 月开始，高端电视、动画的税收减免将达到制作费用的 25%。艺术学院以及英国电影学院制片委员会等文化艺术教育机构，支持文化影视教育发展；三是凡符合伊迪税基金资格和条件的资助人，可获得伊迪税专项资助，主要资助本国电影的制片人，且与其前一部影片所获得的票房总收入挂钩。

政府对音乐产业中的唱片销售征收 17.5%的增值税，而对于音乐出版物不收增值税。

英国企业与发展中国家开展海外文化合作，本国企业可获得最高 50%的增值税出口退税。

第四章　文化演艺行业

一、英国文化演艺行业概况

英国的文化演出市场是全世界最繁荣的市场之一。无论是戏剧、舞蹈还是音乐，观众的参与率都很高。英国政府将表演艺术门类中的舞蹈、歌剧、话剧和音乐表演划归表演艺术产业，将交响乐、现场音乐会划归音乐产业。英国的表演艺术享誉全球，表演活动包括剧场、单人喜剧（stand-up comedy）、交响乐团、歌剧、舞蹈、嘉年华会与马戏团。英国约有 600 个表演艺术节，如爱丁堡艺术节（Edinburgh Festival）与诺丁山嘉年华（Noting Hill Carnival）。英国国家歌剧院与芭蕾舞团名扬四海。过去 15 年来，英国大兴土木建造新颖的表演艺术场馆与设施，目前也开始此方面的技术输出。

根据英国文化部对文化产业的分类，表演艺术门类中的芭蕾舞、现代舞、歌剧、话剧和音乐剧构成英国的表演艺术产业。核心商业活动是作品创作、节目制作、演出、巡回演出、道具的设计及生产和灯光。1998-2001 年间，政府对该行业陆续注入 1.25 亿英镑的补贴，用于鼓励优秀作品的创作，实施针对开发青少年观众群体市场的计划和强化表演艺术教育功能的“人人参与艺术”等计划。

英国政府不干预文化市场的具体运作,但通过多种渠道给予各种艺术表演强有力的资助和扶持,其中艺术委员会是一个最主要的运行机构。英格兰、苏格兰、北爱尔兰分别有自己的艺术委员会,是非政府的独立机构,负责政府拨款和福利彩票基金的分配使用,其资金主要来源是国家彩票基金收入。政府每年用于支持国家大型艺术团体、扶持小型巡回剧团和试验性表演团体的资金有数十亿英镑。此外,艺术委员会还通过每年定期组织国内外演出,戏剧团做市场推介,并且积极鼓励商业公司与剧团合作,英国商业公司每年对艺术的投入超过了 1 亿英镑。

英国有许多著名的艺术之乡,如斯特拉特福、格林伯尼;在爱丁堡、奇切斯特还举办著名的国家艺术节;在英格兰、苏格兰、威尔士和北爱尔兰地区遍布着院团、歌剧团和舞蹈团体。

二、英国音乐产业概况

英国的音乐产业是该国文化产业的支柱之一,近年来平均每年创造的国内生产总值将近 50 亿英镑,其中出口值超过 13 亿英镑,有 13 万从业人员。就音乐销量而言,英国是世界第三大市场;以音乐产量而言,英国仅次于美国位居第二,占全球音乐产业的 15%;英国音乐产业的出口地位在世界上仅次于美国。出口净收益甚至比英国钢铁工业还要高,美国、中国和印度是其主要出口地区。音乐制品销售连续 10 年以 10%的速度增长,其中流行音乐占 2/3,古典音乐占 7%,外国音乐占 3.9%。英国的音

乐产品占全球音乐产品的比例达到了 15%。 2014 年全球十大最畅销歌手的专辑中，9 张来自英国。英国有超过 2000 家唱片公司，1000 位专业音乐制作人，录音室超过 300 家，英国音乐人工会比英国煤矿工人工会规模还要大。英国也是世界级音乐节的所在地，例如格林德波恩歌剧音乐节（Glyndebourne）、格拉斯顿伯里当代表演艺术节（Glastonbury）。英国也是世界知名音乐家巡回演出的必经之地。

英国音乐产业最明显的优势在于流行音乐，英国歌手和乐队在流行和摇滚乐坛始终保持世界领先地位。英国的乡村音乐同样具有悠久的历史和优良的传统。在全国性的音乐节中，爵士乐和布鲁斯音乐同样受到人们的欢迎和追捧。

目前英国的音乐市场主要由 5 大跨国公司占据统治地位：华纳、百代、环球唱片、贝塔斯曼、索尼。这 5 大公司制作的音乐专辑统治了英国的音乐销售市场。他们占据 75%的全球唱片销售市场份额和 79%的欧洲市场份额，同时英国的音乐产业中有 90%都是中小型企业。

历届英国政府都对音乐产业给予高度重视。保守党执政时于 1995 年特别设立了“全国音乐日”，以提高全民的音乐意识；工党政府上台后不久，于 1998 年 1 月又专门成立了“音乐产业论坛”组织，邀请商界各个方面的人士共商发展大计，讨论与产业有关的 CD 盗版、音乐制品的数字化发行和音乐教育等问题，旨在大力扶植英国的音乐产业。从发行领域来看，专业发行公司显然占

垄断地位,但多种经营发行公司特别是超级市场的发行呈迅猛增加之势。

政府通过诸如“音乐出口增长”之类的计划对音乐产业的长远发展进行投资。“音乐出口增长”提供高达5 万英镑的拨款，用于支持独立音乐公司拓展海外市场。政府还十分重视向年轻人提供学习的机会,为创意产业培养未来人才。例如,政府投资1.71 亿英镑用于“音乐教育枢纽”计划，以确保每个5 岁至18 岁的孩子都有机会唱歌或者学习一门乐器。

英国的音乐领域人才辈出,音乐精品也不断得到推广,每年伦敦都成为新的音乐形式潮流的风向标。英国是很多国际性音乐赛事的举办国,包括利兹国际钢琴大赛和隔年举办的加的夫世界歌手大赛等。伦敦有多家世界一流的交响乐团：伦敦交响乐团、爱乐乐团、伦敦爱乐乐团、皇家爱乐乐团、当代管弦乐团，许多大型剧院都是他们的主要演出地点。伦敦还有众多小型乐团和演奏现代音乐的团体。

三、英国剧院演出合作模式

英国戏剧历史悠久，内容丰富，以其品质和创意闻名于世，无论在剧目创新,演员素质还是演出质量都堪称世界一流。从精美的古典戏剧到充满前卫的现代戏剧,在英国应有尽有,全英共有 541 家剧院，戏剧艺术每年创造 26 亿英镑的产值，其中伦敦西区的剧院创造 15 亿英镑。这与 1.2 亿英镑的政府投入相比，

体现了戏剧给英国国民经济带来的巨大回报。伦敦西区是与纽约百老汇齐名的世界两大戏剧中心之一，是表演艺术的国际舞台。所有剧院中，只有皇家歌剧院、皇家剧场、英格兰国家歌剧院、皇家国立剧院、皇家莎士比亚剧院享受政府资助，其余剧院多以自负盈亏的商业模式运作。上述五家大剧院有能力上演一些颇具探索性的、有更高艺术价值的作品。其他商业剧院不敢轻易尝试这样的艺术作品，很多剧目往往是在政府资助的剧院首演，如获成功，再转入商业剧院演出。

剧院在英国有3 种形式:城市剧院由市政府拥有和出资；托管剧院相当于美国的非赢利单位，由松散的企业合作形式开办，从诸如艺术协会、市政当局和商业剧院等来源获得补贴；商业剧院同样由松散的企业合作形式开办，但属于私人或设立了向股份持有人负责的董事会。

剧院与来访团体的合约包括多种形式:

剧院收场租:来访团一次性向场所付费，后者提供舞台、观众、基本工作人员、票房服务和若干广告，其余由团方负担。

票房统收：院方向来访团付费、承担一应设备、广告费用。出资并按比例分成:如前，但在刨去所有支出后与团方按支出比例分成。

协议分成:订立协议，院、团双方按照议定比例分成，一般访团收70%至75%。

买断性提成：如前，但按事前议定，由访团或剧院提取固定

的数额，以补贴开支。另外剧院经营还包括预算、票房和市场及附带收入，如招待所、商店和买卖诸方面。

四、英国文化演艺行业优惠政策

英国的表演和视觉艺术在艺术资助上有着一系列法定途径。其中有:

1．中央政府通过国家艺术协会运作，仅适用于国家级话剧团、芭蕾舞团、歌剧团和乐团；

2．省级艺术协会可资助地区性艺术活动；

3．市政局在权限范围内对艺术放款。一些款项可用于剧团和乐团巡回本地剧场和音乐厅的花销，及供博物馆、画廊出展所用。

国家级和地区级的艺术协会要求制作公司在一个12个月的计划周期中提前6个月呈报预算，一般从4月份开始，一些老资格的团体可以接受固定的年度拨款，但每次也都得将预算及计划草案送审。其余的则可得到特别的一次性活动项目拨款，放款原则要看演出质量、艺术创新、账目管理和拓展观众面等做得如何。市一级的捐助所用于的艺术设施和规划必须施惠于社群、中小学和大学生以及那些社会弱势人群和残疾人。

为免去不必要的许可程序，让人们能更容易地组织现场表演，2012 年10 月起，英国开始实施《现场音乐法案》，简化现场演出的审核流程，甚至对一些类型的表演免去审核。

英国企业与发展中国家开展海外文化合作,本国企业可获得最高50%的增值税出口退税。

五、案例:“2015中英文化交流年·中国文化季”活动

文化是中英全面战略伙伴关系的三大支柱之一,文化年的举办加深了中英民众间的相互认知和了解,为中英关系深入持久发展打下更加坚实的民意基础。“中国文化季”活动是“2015中英文化交流年”的最重要日程之一,中英两国政府部门、文化艺术团体、文艺创作者协同合作,在英国举办以“创意中国”为主题的一系列“中国文化季”活动。“中国文化季”包括戏剧、音乐、舞蹈、设计、时尚、新媒体等多种表现形式的活动,旨在向英国公众介绍当代中国的文化传统与文化创造。文化季的主题项目将包括四大板块:设计创意板块、产业合作板块、舞台艺术板块以及培训合作板块。2015年7月底,国家话剧院在莎士比亚环球剧院上演中文话剧《理查三世》,率先为文化季打响前奏;8月爱丁堡艺术节,中国人民解放军军乐团、郎朗、王羽佳、天津儿童艺术剧院等一批顶尖艺术家和艺术团体参与;9月伦敦秋季时装周举办了“创意中国·风尚上海”的特别版块活动。此后,国家京剧院、亚彬舞影工作室在伦敦赛德勒威尔斯剧院分别上演了京剧《杨门女将》、现代舞《生长》等。中国文化季还通过举办中英创意产业及文化贸易论坛、伦敦秋季时装周“创意中国·风尚上海”上海时装周特别活动、伦敦“百分百设计展”中国馆、深圳(爱丁堡)国际

创意产业孵化中心启用仪式等一系列活动,为两国文化创意产业机构搭建合作平台，推动中英文化关系务实发展。

第五章　游戏动漫行业

一、英国游戏动漫产业概况

英国是欧洲最大的游戏市场，年产值超过20亿英镑，目前仅次于美国、日本，居世界第三位。英国游戏研发实力也一直雄踞世界前列，虽然英国游戏软件市场份额仅占全球游戏软件市场的8%，但它参与开发的游戏却占全球游戏销售的15%。

英国是世界第三大电视和电脑游戏市场，作为全球三大游戏设计中心之一，英国的许多设计工作室和开发人才获得了很多大奖，以至于他们成为人们争相并购和争夺的目标。英国视频游戏的销售额达全球的 16%，占英国和欧盟三分之一和美国 10%的市场份额。

英国玩游戏人口的比例很高：31%的男性和14%的女性都玩游戏。英国比其他欧洲国家有更多的女性玩家。英国是一个充满活力的游戏市场，而游戏市场的繁荣又给英国带来了文化和经济利益。贸工部和文化媒体体育部对游戏业的大力支持就可以证明这一点.游戏业处在所有创造性娱乐媒体的最前沿，在全世界的舞台上都表现出巨大的活力。而在英国，由于这里开发和出版的游戏品质优异，消费者们可拥有最丰富的游戏体验。

英国汇集了众多CAD／CAM软件开发方面的世界领先企业，这些公司专门从事三维设计、制造并检查复杂形状。Delcam、

Alphacam、Edgecam等英国公司开发的软硬件产品，从概念设计到制模和工具制造，应用范围十分广泛。

英国直到二战后十年左右才出现第一部动画长片《动物农场》。动漫业发展缓慢的直接原因是经费的匮乏。英国动漫在发展过程中形成了自己特有的模式：学院中教学与制作的互相促进 ,各种基金的支持 ,英国动漫奖的鼓励和电视广告的独特作用。英国动漫界在以学龄前儿童为对象的故事短片、动漫设计与短篇动漫等方面，享有国际赞誉。

2014年6 月的《今日英国游戏制作》杂志中，独立游戏开发者协会在年度报告中宣称，视频游戏行业正重新步入正轨，游戏开发商、数字发行商网络、工作室员工人数、游戏产业雇员规模、税收和投资金额都在攀升，游戏开发部门对英国国内生产总值的贡献也超过10 亿英镑。报告显示，2012 年~2013 年，工作室中创意人员人数从9224 人增加到9896 人，受视频游戏工作室间接支持的就业人数从16864 人攀升到18093 人；直接税和间接税收入从3.9 亿英镑增加到4.19 亿英镑；对工作室的年投资额从4.27 亿英镑增加到4.58 亿英镑；游戏开发部门对英国国内收入总值的贡献从9.47 亿英镑增加到10.2 亿英镑。英国游戏开发部门雇员也已经恢复到2008年的水平 ,比2013 年提高了7 个百分点，达到了5 年来的最高水平。

英国独立游戏开发者协会预测政府的税收减免政策将会产生或保护大约1 万个工作岗位，即产品开发中新增2000 个岗

位，保护1600 个既有岗位，同时在与游戏产业间接相关的岗位中新增岗位3700 个，保护岗位大约3000 个，游戏工作室也将会收到大约1.88 亿英镑的投资。

苏格兰邓迪市的创意产业人才相互合作，纷纷建立各自的团体，使邓迪成为最著名的游戏研发中心。

二、英国游戏动漫产业管理体制

（一）游戏产业促进机构

1.贸工部：为游戏产业提供的服务包括招揽人才投身游戏产业、委托专业机构进行游戏市场调研、资助与游戏业相关的活动等。英国主要推动游戏产业的政府机构有文化媒体体育部和贸工部。英国政府没有针对游戏产业的专门支持，但游戏产业可以享受政府文化媒体体育部的一般性资助支持，尤其是人数介于10至250人之间的中小企业。

2.文化媒体体育部：承诺保持其对现在实行的分级制度的支持，并努力在这一方面与产业加强合作。在文化媒体体育部管辖之下的英国电影分级委员会负责对在英国出版发行的电子游戏产品进行内容审查和分级。

3.内政部：内政部执行法律决定，包括非法贸易、盗版和保护青少年等方面的问题。

4.数字内容论坛：是政府赞助的智囊团。它在政府和业界之间形成了一个双向渠道，用以收集观点并应用到政策的制定中。该论坛还与代理商有密切联系，促进达成共识，并开展各种活动促进内容产业的革新和完善。它是一个管理专业化成员的网络，它代表成员的利益和观点。通过开展互补活动，促进贸易协会和企业间的合作，使它们实现各自的目标。

5.反伪造及反盗版联盟：目的是提高决策者、有影响力者和股票持有者等的知识产权意识，从而保证在法律上和实践中，知识产权盗窃和其他盗窃受到同样严厉的惩罚。

6.行业技能委员会：是一个独立的，遍布整个英国的组织，该组织由行业中有影响力的雇主群体或者具有经济或战略重要性的商业部门建立。视听行业技能委员会负责游戏产业的技术开发。

7.区域发展局：区域发展局自从 1997 年成立以来便采取了发展数字产业的策略。苏格兰游戏联盟是最古老，也是最知名的游戏促进机构，它为苏格兰游戏业的成功起到了举足轻重的作用。区域发展局还通过支持一年一度的爱丁堡国际游戏节来积极促进电脑及视频游戏业的文化贡献。

（二）游戏行业协会

1.娱乐休闲软件出版商协会：成立于 1989 年，其目的是使电脑和视频游戏业拥有一个代表性的组织。提供下列服务：官方零售报告、最新市场数据、作为游戏产业的代表提供交流服务。

2.独立游戏开发商协会：2001 年在英国贸工部的协助下成立 ,其首要目的是通过保护游戏产业的商业环境使英国和欧洲的开发者处于全球游戏产业中心的地位。独立游戏开发者占英国全部游戏开发商的半数左右 ,独立游戏开发商协会有 90 多个会员 , 其日常工作包括 : 与诸多政府部门协作并与他们进行游说 ; 与出版商保持联系以便更有效地为产业服务 , 举办出版商峰会。独立游戏开发商协会还致力于建立行业行为规范 ,就会员的利益与相关部门谈判。还专门促进手机游戏的开发 ,为会员提供交流平台。教育专门小组与娱乐休闲软件出版商协会和行业技能委员会共同促进新技术的开发，以提高英国游戏产业的竞争力。

三、英国游戏动漫产业政策

（一）游戏产业策略的主要目标

1.确保政府理解产业自发的规范程序和结构 , 目前尤其重要的是与分级制度和对年轻人保护相关的政策 ;

2.使英国开发工作室成为技术和人才的最佳资源 , 寻求政府支持，以便更好地吸引全球的投资。

（二）游戏产业分级制度

按年龄划分为3+、7+、12+、16+的几类，在欧洲还有一个18+的级别。除了针对通过传统的零售渠道销售的游戏，泛欧游戏信息系统的分级制度也适用于通过互联网销售的游戏、在线游戏或下载游戏，以及杂志附带的光盘。

（三）游戏产业基金

2003 年成立了优势创意基金（Advantage Creative Fund，ACF）针对动画、软件等项目进行投资，每案投资金额为 1 万至 25 万英镑。2005 年成立的创意资金基金(Creative Capital Fund, CCF）最高投资金额可达 65 万英镑，提供种子基金及协助具有潜力的创意企业发展。

（四）人才培养

20 世纪80 年代末，英国国家动画中心设在英国波恩茅斯大学媒体学院（BMS）。长期以来，英国波恩茅斯大学媒体学院的本科及研究生教育质量一直获得英格兰高等教育基金会的优秀评价，也是英国大学媒体专业中惟一获此殊荣的学院。该学院在计算机动画领域的研究水平也被英国教育质量保证局评为代表最高水平的5 分，由此奠定了该学院作为英国媒体行业重点教育机构的地位。

（五）游戏反盗版

英国游戏市场非常正规。在那里买不到盗版软件，英国人的版权意识很强，很少会有人使用盗版软件，一旦被发现使用盗版，就会受到重罚。

四、英国游戏动漫企业税收政策

从 2013 年 4 月开始，动画和电子游戏的税收减免达到制作费用的 25%。数字游戏产业中的各种游戏产品按照最高 50%的

退税率给予增值税的出口退税;英国企业与发展中国家开展海外文化合作，本国企业可获得最高50%的增值税出口退税。

英国本土游戏开发商所获利润可减免法人税;还有一系列针对影视制造成本，数字游戏产业投资、中小文化创意公司利润、股票或证券捐赠的税收优惠。

为了进一步支持英国的视频游戏产业，政府于2014 年年初推出了“游戏税收减免”政策，产品体现英国文化的游戏制作公司可申请税收减免。英国独立游戏开发者协会发布的最新调查结果显示，英国2014年4 月启动的新游戏税收减免政策使游戏开发活动成本降低25%，预计每年减税2500 万英镑（1 英镑约合1.69 美元）。大约1/4 英国生产的游戏能够通过文化测试，获得享受优惠的资格,这些符合条件的视频游戏80%的生产成本将享受25%的税收优惠，优惠期为5 年。

第六章　艺术品及授权行业

一、英国艺术品市场概况

英国是世界第二大艺术品和古玩市场。英国艺术品市场因品种丰富、规模庞大而闻名于世。特别在欧洲地区内，英国占据绝对的统治地位，虽然法国经营艺术品和古董的实体数量多于英国，但营业额仅为英国的 61%，且行业雇员也少于英国。在英国，视觉艺术品主要通过大画廊、拍卖行以及星罗棋布的零售店进行销售，其中 经销商和拍卖行的售卖比例各占营销额的 50%。

伦敦是欧洲艺术品和古董交易中心，有许多世界著名拍卖行，包括苏富比、佳士得、邦瀚斯、菲利普斯在内的四大拍卖行不但在英国拍卖市场上占据绝对统治地位（占英国拍卖总额的 56%和雇员总数的 13%），而且作为世界级拍卖行，在全球拍卖市场上也占据着重要乃至垄断地位。伦敦艺术品拍卖销售额仅次于纽约，位居世界第二。伦敦之外的地区拥有规模相对较小的艺术品市场，包括画廊、艺术品的修复、保险、鉴定和托运等相关行业，雇用了大约 5 万多名具有专业知识的从业人员。如果把整体行业加以考虑的话，英国艺术品市场所产生的经济影响远远大于音乐行业。商业画廊及其相关行业在全英国形成的艺术品市场网络吸引着来自世界各地的顾客，从而也为旅游业等其他行业带来了消费者，为英国赚取了大笔外汇。

拍卖行的主要收入来源，一是拍品出售者支付的佣金，二是购买者支付的奖金。通常佣金的比率高低与拍出的价格成反比，拍品拍出的价格越高，佣金比率就越低。

在英国，客户参加拍卖会也很规范，要事先登记，领取号牌，拍卖时按号对坐。登记时先要求提供个人的银行资料，在确定其确有支付能力时，才给予登记，发给牌号，这就防止了成交后不能结款的情况。

二、英国艺术品市场管理体制

（一）政府文化艺术品管理政策的目标

政府对艺术品市场的管理主要调节三个基本利益，一是保护文化遗产，二是刺激文化艺术品市场兴旺，三是保护文物所有者的权益，以便为其财产得到一个国际公平的市场售价。文物则根据其对国家的重要程度确定，主要有三个标准，一是对国家历史影响的大小，二是有无特别杰出的审美价值，三是有无特殊研究作用。由专家鉴定没有意见就发给出境许可证，如有意见，再由文化遗产部艺术品出口审查委员会进行鉴定，并做出是否发给出境许可证的决定。但第一次申请没有被批准并不等于被拒绝，一般采取推迟的办法，一至二年后，再发给许可证。至于什么样的企业可以拍卖文物，文物鉴定及拍卖规则方面的问题，则是拍卖企业自己决定，文化遗产部不进行干预。

（二）艺术品拍卖行业自治

比较重要的英国艺术品会员机构有：英国艺术品市场联盟（BAMF）、美术品拍卖商协会（SOFAA）、艺术品和古董经销商协会（LAPADA）、英国古董经销商协会(BADA)、伦敦艺术品经销商协会（SLAD）等。其中，BAMF 成立于1996 年，作为艺术品经销及相关行业的代表，在英国艺术品市场上具有广泛的影响力，目前约有1250 名会员，包括苏富比、佳士得、邦瀚斯和菲利普斯四大拍卖行及其他中小机构，旨在支持和维护英国艺术品市场的公开与合法经营；英国艺术品和古董经销商协会（LAPADA）规定，所有艺术品与古董经销商必须符合消费者权益保护法，当买家对物品存在疑问时，其成员应尽可能提供合理实际的、清晰准确的信息。此外，LAPADA、BADA、SLAD 是国际组织“艺术品和古董经销商协会国际联合会”（CINOA）的会员；英国还有众多地方性协会，分布在古董和艺术品经销商比较集中的区域。拍卖行一般根据其业务性质或范围选择加入一个或多个协会式组织或机构，如索斯比同时是BAMF 和SOFAA 的会员。

该类机构的主要职责，一是制订从业规范，规范会员经销行为，建立并维护买卖行为中会员与公众间的互信。二是代表会员向政府及有关部门游说并反映行业中存在的问题，督促相关政策法规能够促进而不是阻碍行业发展。三是为会员提供相关咨询和服务，比如：为会员提供增值税立法、进出口等方面的咨询，组织举办展览会、行业培训，为古董或艺术品出口出具证书，协助

解决会员与顾客之间的纠纷等。

一般而言，各行业协会均对其下属会员规定相应的从业规范，主要包括会员资格及义务、交易法则等。比如，BAMF制订了《道德规范》(Code of Ethics)，BADA、LAPADA分别制订了《BADA交易法》(BADA Bye-laws)和《从业规范》(Code of Practice)。此外，BADA和LAPADA作为国际组织CINOA的会员，其麾下1100余名会员须同时遵守《CINOA条例》(Statutes of CINOA) 之规定。下面分别列举部分条款加以说明。

BAMF《道德规范》：要求会员始终保持最高信誉标准，保护顾客之利益，避免使用虚假、混淆、不准确或易误解的术语、描述或要求，尽量以和平、快捷方式解决与顾客之争议，维持足够的适应业务和顾客需求的保险保护，维护和提高协会及其他会员之信誉和标准等。

《BADA 交易法》：在“会员入会和确认”部分，规定了会员的入会条件 (如：经营古董业务不少于三年，信誉良好，具备行业要求的专业技能等) 、入会程序 (如：至少有两名协会会员为申请者做担保等) 以及会员资格由 BADA 委员会进行年度考核并确认等。在“会员义务”部分，规定了从业规范，如：所有交易物品须是条款中规定的“古董”，必须贴有清楚、准确描述交易物品的标签；待出售物品须达到一定的质量标准，即不低于 BADA 委员会所认可的行市流行标准；会员出售物品必须同时开具发

票，其上应该准确并综合描述出售物品，否则将受到委员会的质询；在发生交易纠纷而会员不能自我解决时，如果 BADA 委员会认为提交仲裁将有利于协会及会员之利益，纠纷一方会员应同意将争议提交仲裁解决。

SOFAA《拍卖费和其它费用》：会员企业将根据各自不同业务征收有关费用，同时将适用税率告知客户，但其税率不应高于以下标准：1）佣金：在“落锤价”10 - 15%间浮动，亦可按比例增减。买家奖金（buyer’s premium）亦按此征收。2）保险：除非客户另有指示，成员企业应对其客户财产进行保险，通常以落锤价为基准从售价中扣除一小笔费用。3）摄影及特殊广告：为市场推销而进行的目录及因特网宣传等有关费用，须在客户满意后从售价中扣除；如有必要做特殊广告，须事前同客户商讨有关细节。

《CINOA 条例》：分为“条款”（Articles）、“交易法”（Bye-Laws）、“CINOA 方针”（CINOA Guidelines）三部分。其中 “方针”部分明确要求所有会员必须自律、遵守相关法律规定及“公平和诚实交易的原则”。特别针对当前世界上日益猖獗的偷盗古董和艺术品并非法出口的行为，CINOA 要求其会员不得对不明或不法物品进行进出口、展览、估价、买进等，如在不明情况下拥有被非法出口的物品，该会员应该全力配合出口国在合理期限内追回物品。

（三）艺术品古董商

在成熟的英国艺术品投资市场，除了拍卖行之外，还有一个重要的组成部分便是古董商。在过去的三十年中，二者之间的互利使得艺术品投资市场的竞争更为激烈。而这些古董商许多都加入了本土古董商或拍卖行管理协会与机构，这些协会和机构致力于制定颁布道德规范与从业条例，从而消除公众疑虑，为公众从其成员处所购物品树立信心。1935 年成立于比利时的国际艺术经销商联盟，现有全球32 个国家的32 个协会的5000 多名会员，该协会道德规范明确指出：检查鉴定艺术品的真实性是每位会员应尽的职责。英国艺术品市场联盟（BAMF）、英国艺术品和古董经销商协会（LAPADA）及英国古董经销商协会（BADA）均属于国际艺术经销商联盟成员。

三、英国艺术品市场相关立法

（一）艺术品拍卖

从法律方面而言，相对于其它行业，英国政府对拍卖商基本不予管制，这其实符合经济学“市场环境越自由，越有利于拍卖良好运作”的要求。比如，法律对拍卖行业的从业资质没有设定最低界限，不要求拍卖商加入专业机构成为会员，也没有规定强制性的会计准则用来保护消费者。此外，虽然《1949 年财政法案》（the Finance Act 1949）取消了《1845 年拍卖商法案》对

经销商颁布许可并实行年度更新的规定，但修正后的《1981 财政法案》仍然要求经营有关业务的拍卖商须事前取得以下经营许可或进行注册：1）消费税许可证，包括经营葡萄酒、烈性酒和烟草等；2）武器注册；3）出口许可证，一般适用于超过 50 年、价值不低于 3.96 万英镑的古董；4）当地政府的经营许可，比如根据《1984 大伦敦议会法案》，大伦敦行署规定在伦敦的西敏市、肯辛顿和切尔西经营拍卖须取得许可。

在进出口管制上，英国政府的进出口许可证制度相当宽松，既没有文化遗产禁运出国的规定，也没有禁止出口的物品清单。

英国成文法至今没有对“拍卖”进行过全面、综合的定义，原因主要是拍卖涉及民事和刑事两方面的法律责任，但实际上没有一部法令能够同时处理这两种责任。目前人们普遍接受的是哈兹伯利法（Halsbury’s Laws）对拍卖所下的定义：“拍卖是一种通过投标出售或转让所有物的方式，通常通过公共竞标使标的物到达出价最高者。”

十七世纪末拍卖行业在英国小咖啡馆兴起之初，其行为就受到“出售条件”（Conditions of Sale）及“物主本人不得参加投标”等规定的限制。《1845 年拍卖商法案》（The Auctioneers Act 1845）中的有些条款一直沿用至今。总体而言，英国拍卖行要受到本国法律制约，作为欧盟成员也要遵守欧盟有关条约，但严格有序的行业自治是英国艺术品拍卖市场得以健康发展的重要前提和保证。

如同英国成文法没有对“拍卖”进行综合定义，英国也没有一部“拍卖法”涵盖拍卖的所有规定。与此同时，英国相关拍卖法不但零散而且陈旧，正如英国文化、媒体和体育委员会在呈交议会的《2004 - 05 第六次报告》中所总结：“拍卖行代表着英国艺术品市场的一个重要部门，然而，一些相关立法陈旧得追溯至 1845 年，我们认为对其立法进行审议是延误的。”比如，“竞争性投标”的规定见诸于《1961 年虚假拍卖法案》（Mock Auctions Act 1961），拍卖合同条款在《1979 货物销售法案》（Sale of Goods Act 1979）中予以规定，有关经营及运作规定适用于《公司法》和《合同法》等有关条款，安全要求则按照《1987 年消费者保护法案》(the Consumer Protection Act 1987)执行等。此外，作为欧盟成员，英国须执行《不公平条款和消费者合同之欧盟指令》（93/13/EEC）等欧盟相关立法。

（二）版权、设计与专利

英国 1988 年《版权、设计与专利法》(Copyright,Designed and Patents Act)明文将实用艺术品纳入保护,其第一条第一项第一款规定:“版权存在于以下作品:一、原创的文学、戏剧、音乐或美术作品……”而第四条第一项对“美术作品”进行了解释:“一、美术图形作品、摄影、雕塑、美术剪贴,不论其美术质量如何；二、建筑作品或建筑模型作品；三、工艺美术作品”。

包括苏富比、佳士得、邦瀚斯、菲利普斯等在内的拍卖行，

均有“拍品保真”的相关规定。上述四家中，三家保真期限均为5年，邦瀚斯为1 年，并对中国画、摩托车、邮票及书籍不承担保真责任。此外，一些小型拍卖公司保真期限在7 天至21 天。佳士得的保真规定较苏富比更苛刻，其规定“佳士得保证任何拍卖目录中以大写字体标题的形式进行无保留性的拍品是署名作者的作品，是真品，不是赝品”。即，如果大写字体标题下方的任何补充说明的材料，佳士得不负责任；同时，如果在大写字体标题中明确提出了保留意见，拍品也不适用于保真责任。

（三）消费者保护

英国的法律体系倾向于对消费者的保护，即对拍卖中的买方进行保护。1979 年《货物买卖法》规定，消费者所购买的货物应符合某些标准，如：卖方向买方交付的货物必须符合卖方对货物的说明。1977 年《不公平合同法》以及1999 年《消费者合同不平等条款规章》指出拍卖行必须通过公平合理的途径来试图免除货物买卖法中提及的某些责任与义务。鉴于此，各个拍卖行制定的拍卖条款与细则就趋向于对拍卖行的维护。如1744 年于伦敦创立的苏富比，在其拍卖责任的条款中，提出了只需承担有限责任的方法。如在“销售中投标人责任与苏富比责任”提到，由于苏富比对拍品的认知会部分依赖于卖方对拍品的描述，并且无法对拍品进行详细与全面的检查评估，买方必须自行检查拍品。买方也必须意识到拍品目录中的描述与估计是对认知而非事实

的陈述。苏富比在“免除或限制拍卖行对买方承担的责任”中指出，在负责任的基础上，苏富比不会对因拍品的不恰当描述而引起的损失负有任何法律责任。佳士得也会“建议买方亲自检查拍品，特别是对于价值不菲的拍品，买方应指示其自己聘请的文物专家或其他顾问在拍卖前向其作出报告”，而邦瀚斯则写明自己“无义务为买方检验、调查或测试拍品”。英国很多拍卖行在各自的拍卖条款与细则中都会出现上述类似条款，然而这些条款在某些特定情况下会因为不符合《不平等合同法》以及《消费者合同不平等条款规章》而失效。

四、“艺术家转售权”

“艺术家转售权”(droit de suite)是指艺术作品原创者可从其作品的转售中获取一定比例的版税（4 - 5%），其继承人在其本人过世后可继续享受70年的转售版税。此标准虽然在2001年得到欧洲议会的批准，但遭到了英国政府、相关组织和机构的强烈反对，至今尚未在英国得以执行。英国反对的主要原因，是由于欧盟外一些国家（特别是美国和瑞士）没有采用该标准，因此有可能导致英国的经销和拍卖市场外移，以及由此带来的利润和工作岗位的流失。

在英政府及其同盟的努力下，英国最终说服欧盟议会，在转售权问题上取得三项进展：一是 2012 年前，允许英国等目前已不实施转售权的国家仅对在世艺术家的作品支付转售版税，之后

再过渡至过世艺术家的后人。由于后者比例高达 80%，因而能给英国市场、尤其是拍卖行更长的调整期。二是每项交易的最高版税额为 1.25 万欧元，即当交易额超过 200 万欧元时，版税不再继续上升。这项提议主要是为减少英国在艺术品高尖市场上的份额损失。三是按照规定，申请转售版税的临界点是 3000 欧元，英政府建议将其提升至 1 万欧元，因为低于该价位的作品一般不会在成员国之间流动，且艺术家将担负很高比例的行政申请费用。

五、英国艺术品企业税收政策

英国企业与发展中国家开展海外文化合作，本国企业可获得最高 50%的增值税出口退税。

设立文化艺术品拍卖公司，不必领取营业执照；采取低关税甚至零关税，鼓励境外文化艺术品的引入与使用。

英国文化投资子公司将其境外利润汇回本国母公司的，不计征任何税收。英国政府视拍卖业为一个特殊的行业而实行优惠税率，并且对艺术品拍卖只收营业税而没有增值税。

第七章　其他创意产业

一、设计行业

（一）行业概况

设计业迄今为止是英国创意产业中最大的行业之一，每年为英国经济贡献 270 亿英镑。英国在设计方面的影响力巨大，被称作世界设计之都。英国的设计行业非常庞大，也非常复杂，主要包括：美术设计，平面设计，时尚设计，手工艺品设计，多媒体、网络及数字媒体设计，电视图文，制造业设计等，拥有超过４０００家商业设计咨询公司以及很多自由设计师。英国有很多大型的设计集团，还有一些小型工作室或个体设计者，他们崇尚独立，崇尚自我发展道路，有自己的见解和洞察力。这些独立设计师为英国设计业作出了很大贡献，70%的英国设计公司都活跃在海外市场上。英国还有全球最大的时装设计工业。

（二）主要促进机构

英国的设计组织框架是世界上最大、最全面的同类结构之一，对英国成为当今世界的设计强国有很大的促进作用。不同的设计组织针对英国设计、美术、手工艺以及设计商业性等等不同方面设立。

英国设计业有许多行业机构为其服务，如英国设计理事会向英国的设计师提供赞助，并提升他们的国际声誉；英国工艺品理

事会则是陶瓷、玻璃制品等行业的设计师最主要的赞助和支持机构。

1.英国设计理事会

成立于 1944 年，是英国设计领域的国际级权威机构，它为有效地提高设计的价值而与商界、教育界和政府部门的合作伙伴展开合作。作为一个只有 50 名员工的小机构，它主要扮演策划者的角色，具体工作由合作公司完成。设计理事会极力提倡英国是多民族国家，设计应反映多元化，技术上大家已走到一起，但各民族可以用自己的文化内涵来表达各自的特性。对于设计教育，它更是鼓励学生学习开发创新思维，宣传有创新意识的人才是受社会欢迎的。

2.设计委员会

设计委员会前身是1949 年成立的工业设计委员会。这是政府财政支持下成立的非营利性设计促进机构。在其50多年来的历程中，设计委员会的战略方针随着经济和社会状况的变化不断进行调整，对英国设计的发展发挥着不可替代的作用。20 世纪70、80 年代开始，政府拨款逐渐削减，设计委员会开始通过其提供的服务自筹资金。1990 年，贸易部宣布，设计委员会新的发展方向是成为“国家的设计道德标准”。设计委员会将变成一个规模虽小但立场明确的顾问机构。它将为服务于工业的政府部门、教育行业、设计行业和其他中介组织提供关于设计政策上的分析和建议。

（三）行业协会

1. CSD – 皇家特许设计师协会

皇家特许设计师协会(Chartered Society of Designers)前身是1930 年成立的工业艺术家协会(SIA)。CSD 是世界上同类专业组织中规模最大的一个。1976 年经皇家授予特许状。它的7,000 多名成员来自设计行业的各个领域，包括设计管理在内。它致力于保持设计师专业水准和专业设计的信誉度。申请加入CSD 的设计师须通过专业水平的审核才可加入。加入协会后可使用皇家特许设计师协会会员(MCSD)或皇家特许设计师协会高级会员(FCSD)的专业头衔。

2. RSA – 皇家艺术、制造和商业促进协会

RSA(the Royal Society for the Encouragement of Arts, Manufactures and Commerce)是英国历史最悠久的设计团体。它的设计分部主要通过提供奖学金来促进设计师和工业的合作。它重视对环境的维护以及对建筑师、发展商和设计制造师之间合作的促进工作。1936 年它成立了只有少数会员的皇家工业设计师机构(Faculty of the Royal Designer for Industry)，向在国际上取得杰出成就的设计师授予“皇家工业设计师”(RDI)的称号。

3. D&AD – 英国设计及艺术协会

D&AD(British Design and Art Direction，前Design & Art Directors Club,设计与艺术总监俱乐部)在1962 年由一群设计师、艺术总监和广告创意总监成立。其目的是“激励但不是肯定”

设计和广告的高度创造性。它的出版物和奖励标准一直是各种辩论的对象。

现在，以英国为大本营的D&AD 作为代表国际设计和广告行业的教育慈善机构，通过设立行业标准、教育和启发下一代、促进好设计和广告在商业中的重要性来达到激励优秀创造性的目的。它除了著名的黄铅笔设计大奖和年度优秀设计展以外，每年还投入150 万英镑资金来进行极富创造性和先导性的教育项目、重大活动、展览和商业研讨会等等。它所涉及的设计范畴包括广告、平面、产品、环境、插图和排版、书籍编辑和设计等。

4. DBA – 设计企业协会

这个组织产生于CSD 的内部，虽然规模小，但是非常有活力。它代表设计咨询公司的商业利益，而不是个别设计师对专业价值的看法。这个行业协会有200 多名成员，全部都是设计公司。它对会员提供一系列的商业服务，并有数个奖励机制以促进设计的发展。其中之一是“设计企业协会设计效用奖”(DBADesign Effectiveness Awards),以商业效果为设计作品的评价标准。

5.设计博物馆

这是英国最新的全国性设计机构，前身是在特伦斯·康兰的赞助下，于1981 年在伦敦的阿尔伯特和维多利亚博物馆开幕“锅炉房”(Boilerhouse)。在举办了几个有影响的展览以后，1989 年它搬到了多克兰(Docklands)并更名为设计博物馆。它通过举办国际性设计展览和学术交流会来扩大其永久收藏品的规模。目标

是“使每个人都能理解和欣赏设计在我们使用的产品、交流方式和环境中所起的作用”。

除了以上的这些团体和组织 ,英国还有许多不同领域的设计组织 ,对设计师也有很大的影响。例如 :人体工学社(Ergonomics Society)、手工艺委员会(Crafts Council)、英国皇家建筑师学会(Royal Institute of British Architects)、行销协会(Marketing Society)等等。

二、广告业

（一）行业概况

英国广告产业以其创新力与原创性享誉全球。英语让英国成为欧洲最重要的广告中心 , 与美国争逐世界领导的地位。全球超过三分之二的广告公司都以伦敦作为欧洲总部的据点。英国有 13200 家广告公司 ,英国已成为世界上发展最完善的整合媒体中心，目前也正在进行许多最先进的数字广告研究。在过去 25 年间 , 英国广告公司制作出许多世界上最著名、最富创新精神的广告，因此赢得许多全球知名奖项。英国著名的广告公司有 wpp/萨奇、BBDO/AKQA/里奥·伯奈特以及奥美广告公司。英国的广告尤以绝佳对创意闻名 , 其电视广告曾获得多项国际大奖。伦敦是世界第三大广告之都，仅次于纽约和东京。

英国将广告分为三大类 : 非广播电视类广告、广播广告、电视广告 , 对这三类广告各有依法设立的专门机构进行监管。广告

标准局（ASA）负责制定和执行《英国广告和营销准则》，监督所有非广播电视类媒体广告，即电影、录相、文字新闻、杂志、招贴、传真、邮件、推销和非广播电视类电子传媒广告。广播局(RA)负责制定和执行《广播局广告和赞助准则》，但不介入审查广告稿的工作，广告稿的审查由广播广告审查中心（RACC）负责。独立电视委员会（ITC）负责制定和执行《独立电视委员会广告业行为标准准则》）监督规范电视广告，电视广告稿或电视广告样本的审查由电视广告审查中心（BACC）负责。在广告费用支出最大的领域有：食品、家居耐用品、化妆品、办公设备、机动车以及金融服务。

（二）英国广告业的管理模式

英国广告业采取政府管理与行业自律相结合的管理模式，行业组织自律管理在其中占有极其重要的地位。1900 年，英国第一个广告行业组织“广告主保护协会”在伦敦成立，这是继美国“户外广告协会”之后世界上第二个广告行业自律组织。经过100 多年的发展，目前英国广告行业自律组织已经相当完善。这些在不同时期、按不同内容建立起来的民间非营利性组织，是英国广告业在长期经营与发展过程中自发成立的具有自我严格约束意义的自律性组织，这些组织一般都具有相对的独立性和权威性等特点，成为政府管理强有力的补充力量。

1.政府监管

以电视广告为例，依据2003 年《英国电信法》的有关规定，

电信办公室是英国电视广告的法定监管机构，负责监管广播、电视和通信服务等领域的广告经营行为，并负责建立相应的关于广告监管的法律、法规。电信办公室颁发广告经营营业执照，其前提条件之一就是电视台要确保所有播出的广告遵守英国电信办公室制定的相关法律、法规，并建立了相应的程序。如果电视台没有相应的程序审查播出的广告，电信办公室可以作出包括罚款甚至缩短和最终取消电视台广告经营营业执照的处罚。

同样是依据2003 年《英国电信法》，电信办公室将法律赋予的调查和裁决电视广告投诉的职权授予英国广告行业自律机构——广告标准局。

2.行业自律

1962 年创立的广告标准局是英国广告行业自律组织最高机构，负责对媒体广告进行管理，其职责是代表公众利益，仲裁和处理所有的广告申诉。该机构还负责与政府部门和其他组织保持联系，并负责广告界的自律活动。广告标准局不属于政府部门，不纳入政府编制，但有一定的执法权，所有广告商、代理商、传媒公司均受其管理，其经费来源由广告商提供。所有广告商必须向广告标准局交纳费用，一年交纳一次，这是强制性的规定。费用标准根据广告量确定，广告量越多，交纳的费用越高。广告标准局的主要职责是制定广告业行为标准准则、审查广告和受理投诉。

虽然广告标准局是英国广告行业自律组织最高机构，但是电

视广告的监管并不由广告标准局负责,而是由另一个行业自律组织独立电视委员会负责,制定《独立电视委员会广告业行为标准准则》监督规范电视广告;电视广告稿或者电视广告样本的审查由电视广告审查中心负责,以此保证透明度与公正性;广告播出后其社会效果和反映由广告标准局进行监控,一旦出现不良社会反应,立即停播。

从英国电视广告的管理模式可以看出,电信办公室作为政府管理的主要部门负责电视广告相关法律的制定和实施,以及电视广告的政府监管;独立电视委员会和电视广告审查中心作为行业自律组织,在法律的授权下具体制定电视广告的行业准则,监管和审查电视广告的具体运行。行业协会包括广告人协会(代表广告客户)、广告商协会(代表广告代理公司)、报纸出版者协会、期刊出版者协会等,共同构成政府监管与行业自律相结合的"强社会、弱政府"的管理模式。

(三)广告业的法律规制

英国是世界上第一个通过广告法规来加强广告管理的国家,也是广告法规比较健全多国家之一。英国广告法律、法规受欧盟法律有关广告规则的约束,其不能与欧盟法律相违背;英国广告法律、法规大量分散在各个部门法当中,目前已有40 多部法律、法规涉及对各类广告活动的规制和管理。具有操作性的行业准则是英国广告法律、法规的重要组成部分。

英国的广告管理法规包括判例法和成文法两种,判例法时广告管理法规的主要形式。有关广告方面的限制,体现在反对不正当竞争判例法中。以成文法出现的法律大多见于有关法律法规中,大约40多个法律法规中涉及限制、管理或影响广告的内容。比较重要的有《公平贸易法》、《儿童与青年法》、《食品和药物法》、《消费者保护法》、《版权法》、《商标法》、《诽谤法》、《独立广播电台法规》、《消费者信用法》。《广告法》与《广告标准与实践》是最重要的专门管理广告的法律法规。

英国广告法律、法规主要禁止以下行为:不正当的或欺骗的广告;使用虚假或恶毒的、攻击性的广告用语;使用未经证实,或者无法证实的广告叙述;广告妨碍公园、娱乐场所或者损及风景地带、乡村风景、公路、铁路、水道、公共场所及任何有历史价值的建筑物及场所的行为;任何妨碍交通或对交通产生危害的广告;移动广告,如步行、骑马、骑车在闹市做广告;性病、百日咳、鱼鳞癣、痈疔及减肥药广告和催眠术广告。

英国广告标准局的监管范围扩大至对网络广告的监管。从2011年3月1日起,广告标准局的职权范围延伸至互联网广告,其负责监管在网络社交平台上做广告的商业网站和企业。广告合法、正当、诚实和真实的原则延伸至那些在自己网站上做广告的公司。任何公司在自己的网站上发布广告和声明,只要属于营销活动的范畴,就要受广告标准局的监管。根据这个变化,互联网用户若在网上发现任何不良或误导性信息,都可以正式进行

投诉。

对植入式广告予以进一步规范。2011 年2 月28 日，英国通讯管理局修定的《广播电视管理规则》正式生效实施。英国通讯管理局制定了植入式广告规范的五大原则:编辑要确保广播、电视节目内容及排档的自主性；节目内容与广告必须严格区分；避免受众接收到“暗中广告”；尊重受众收视权益，避免受众遭受经济损失的风险；防范不适当的赞助。

第八章　企业开展与英国文化贸易与投资的注意事项

一、处理好与政府和工会的关系

英国政府对企业的服务主要体现在通过制定相关政策，营造高效、公平的外部环境，提供广泛的咨询、信息、财务协助等方面的服务。中资企业要注意与当地政府相关部门保持沟通，了解最新情况，并反映企业发展及遇到的问题和困难，并争取得到理解和支持。中资企业在与英国各级政府部门接触时，应充分借鉴本地合作伙伴的力量，或聘请当地专业咨询机构提供协助。

英国总工会成立于 1868 年，目前总工会下有公共服务总工会等 58 个会员工会，代表全英 651 万工会会员在全英范围内寻求劳动公平待遇和社会公正。在英中资企业要减少劳资纠纷，维护企业的正常经营，就必须学会妥善处理与当地各类工会的关系。

中资企业要全面了解英国的《就业法》、《工会法》，并熟悉有关工会的法律条款以及当地工会组织、制度规章和运行模式；严格遵守英国在雇佣、解聘、社会保障等方面的规定。英国是一个法制比较健全的国家，出现劳资纠纷时非常注重用法律关系来调整劳资关系，在整个案件的条件仲裁或法庭审理中自始至终都有工会人员参加，工会在协调劳动关系时起着非常重要的作用。具体来说：

1. 处理好与工会负责人的关系。通过密切的沟通，使其认可中国企业的文化，并支持企业的管理工作。为此，可以组织工会负责人到中国母公司进行参观访问，使其融入母公司的企业文化的氛围中。

2. 协助工会建立良好的运作机制，使工会的注意力转向支持企业的发展进而得到实惠的方面。例如，将企业利润与工会负责人和主要干部的个人收益、工会的活动费用以及全体员工的福利密切结合。

3. 按照当地的法律对工会运作进行必要的规范。例如，财务制度、企业内部保密制度、企业薪酬制度等。

4. 在因各种原因导致工会活动频繁甚至组织罢工情况下，要进行必要的冷处理，避免矛盾激化等。此外，对于没有设立工会的海外企业，企业应处理好员工的福利待遇，设法让母公司派出的员工进入管理层，以达到沟通、宣传和适度掌控的目的。

二、处理好公共关系

英国的媒体产业高度发达。由于英语在当今国际交流中的主导地位以及英国在国际社会中的独特角色，英国的新闻产品和英文节目遍布世界传媒各大角落，使英国成为世界的信息、传媒强国。在英国，电视、广播、报纸、图书、期刊、音像等各种媒体产品是现代生活中一种独特的公共资源，具有巨大社会影响力。中资企业在英国应懂得如何更好地与媒体打交道，提高企业在英

国的形象。

1.积极主动。中资企业应逐步与媒体建立信任关系。首先可与报道中国的记者加强沟通。公司负责人适时可请媒体记者座谈，建立个人联系；也可举办小型会议，同时邀请公司的利益相关者参加，鼓励民间力量沟通。中资企业与英国媒体沟通时，可先设立专门的公关部门或指定一位新闻发言人。

2.充分准备。针对可能发生的敏感事件，要提前做好预案，计划发布什么信息并在何时发布，也可考虑提前接受公关培训。当在于不公正的舆论压力时，企业应注重宣传引导，通过媒体与大众交流，必要时通过公关咨询公司向媒体散发主导性消息，引导当地媒体进行对本企业的宣传，争取改变其原有态度。要有危机管理计划，不仅要加强与媒体的沟通，也要注意与企业内部人员的协调。

三、尊重当地风俗习惯

英国人给人的第一印象往往是矜持。他们一般不主动与人攀谈，感情不外露，但并不缺乏人情味，很谦虚，也很幽默。英国人在日常生活中经常谈论的话题是天气，往往也是第一个话题。尊重妇女是英国绅士风度的一个重要方面，女士优先是一个人人皆知的行为准则。英国人有排队等候的习惯，插队被看作是一种令人不齿的行为；跟英国人交谈时，不要打听对方的隐私，如工资收入、女士年龄等。英国人不喜欢干扰他们的个人生活。

四、签证和移民

（一）正式许可

如果您想来英国工作，您要根据积分制申请工作许可。如果您不是英国或欧洲经济区成员国公民，那么您在来英国之前要先拿到签证。

去英国之前，很重要的一点是考虑好去英国的原因、要做的工作和在英国待多长时间。请注意，如果您申请赴英停留超过 6 个月，您将获得有效期 30 天的签证页，您可以持该签证页前往英国，在指定邮局领取生物信息卡。生物信息卡显示您获得签证的完整有效期。另外，如果旅行安排看起来像是某人去工作的话，则建议获取正式许可，以免对入境造成延误。

英国有法律规定禁止非法工作并对查获的、有非法雇佣行为的人处以包括判处刑事罪在内的严厉惩处。此外，对违反禁止的行为处以每次 10000 英磅的罚金以及个人处以长达 10 年禁止进入英国的规定。雇主可以通过审查授予雇员工作权利的许可证的原件并复印存档以防止受罚。

如果需要正式签证，那么起程去英国之前必须确保拿到所需的签证。在英国，旅游签证改签为工作签证几乎是不可能的。入境许可（通常指签证）只能由申请者在其定居国申请，而不是其旅游入境国。

（二）计点积分制（PBS）

一类： 针对高技能人员、投资者和企业家，其签证的审批

不再以是否有英国的工作录用为条件。企业家必须在指定机构（银行）拥有至少 5 万或 20 万英磅的可支存款，而投资者应当拥有至少 200 万英磅的可用资金。在英国，企业家和投资者非常受欢迎。

二类： 针对有英国工作录用的熟练技能人员。申请一般技工（General）签证的申请人必须首先获得雇主证明（Certificate of Sponsorship），年薪高于 20800 英镑。Tier2 工作签证的雇员最多在英国居留 5 年零 14 天，到期可再延期 5 年。

三类： 针对非技能人员的临时措施，该类暂止施行。

四类： 针对学生签证。

五类： 针对到英国的临时工作人员。

此外，还有一些积分制实施之前的其它途径依然有效。

虽然有许多种签证申请都能使签证持有者在英国工作，但这些申请可分为两大类，即企业/ 英国雇主担保签证或申请人个人申请的签证。

在“企业担保”类型中，关键问题在于担保的雇主是不是在英国的公司。如果是，该公司是否已在英国国家边境署（UK Borders Agency）成为注册担保方。该项注册与在英国成立公司所需的其它注册工作不同，是专项单独注册。如果跨国公司尚未在英国开展业务（包括雇用英国公民作为代理/ 代表），那么它们可以根据唯一代表制的规定，派一名雇员到英国建立英国公司。这名雇员必须在英国建立全资子公司或在英国注册一个海外母公司

的分支机构。这种申请适用于持少数股的高层雇员。入境许可签证申请所需材料包括母公司业务的完整描述,包括资产和财务的详细情况,以及雇员有权在不请示母公司的情况下对做出运营决定。如果选择这条途径,那么很重要的一点就是确保先成立英国公司,从而不耽误签证申请。签证延期申请可以通过证明企业的成立情况和下一步的雇用人员需求情况提出,此类申请可以导致在英国定居。

对于个人担保签证,有许多可能的签证类型允许工作。绝大多数情况下,此类签证的申请都需要英语语言能力证明以及支持申请人及任何亲属经济能力的证明。

对于雇主担保的申请,积分制实施前的一些途径依然有效。最常见的可工作的签证申请是基于其国籍、婚姻或财产而定的。

一类、四类和五类申请可根据积分制获得签证。

(三)临时工作签证

英国还为到英国短期工作的人提供临时工作签证,这些人包括运动员、艺人或有创造力的艺术家、宗教人士、政府交换项目参与者或那些根据国际协议到英国工作的人或慈善工作人士。

(四)亲属签证

英国移民局还将直系亲属(配偶或未结婚的伴侣及未满 18 岁的孩子)包括在了主申请人的申请之中,他们是否能在英国居留/工作取决于其主申请人的积分等级。

(五)永久居留和入籍

根据签证规定期限在英国住满要求年限之后，申请人可以申请永久居留（或定居）。通常来说，永久居留是在英国工作 5 年之后（一些经济类移民中，具备申请永久居留的时间可以缩短）方可申请。同拥有或已经获得英国国籍的人结婚，持续拥有五年结婚签证，即可申请永居。

获得永久居留一年以后，您将有资格申请入籍，成为英国居民，并申请英国护照。一旦拥有了英国护照，那么护照持有者就可以在整个欧洲旅行和工作。

英国签证和移民政策每年都会有调整，建议来英前关注英国内政部网站。

五、英国工作文化

- 英国公司的标准工作时间通常从上午 9 点到下午 5:30，中间一个小时午饭时间，可以安排在下午 12 点到 2 点中间。通常公司自己适当调整上下班时间。但以办公室为基础的公司，通常不会在 8 点前上班或在 7 点后下班。
- 英国雇佣法规定，一名员工每周工作时间不超过 48 小时，除非他自己同意不按照工作时间规定。法律规定，员工每工作 4 小时，至少要有 10 分钟的休息时间，员工一次连续工作时间不能超过 4 小时。
- 员工每周至少有一个连续的 24 小时的休息时间。
- 如果是轮班形式，员工在结束上一班工作到开始下一班工

作之间必须有 11 小时的休息时间。

- 大多数英国公司都提供福利,一般为部分养老金补贴或全额养老金（仅雇主缴费）；提供公司班车或车贴；健康和/ 或牙医保险；停车位， 等等。

- 员工有至少 20 天带薪年假，外加 8 天公共假日。每年 25 天的假期也不少见。

六、英国政府部门和相关机构一览表

(1)商业、能源和工业战略部(Department for Business, Energy & Industrial Strategy)，网址：https://www.gov.uk/government/organisations

(2)国际贸易部(Department for International Trade)，网址：https://www.gov.uk/government/organisations

(3)社区与地方事务部(Department for Communities and Local Government)，网址：www.communities.gov.uk

(4)文化、传媒和体育部(Department for Culture, Media & Sport)，网址：www.culture.gov.uk

(5)国防部(Ministry of Defense)，网址：www.mod.uk

(6)环境、食品和农村事务部(Department for Environment, Food and Rural Affairs)，网址：www.defra.gov.uk

(7)外交和英联邦事务部（ Foreign & Commonwealth Office），网址：www.fco.gov.uk

(8)卫生部(Department of Health)，网址：www.dh.gov.uk

(9)内政部（Home Office），网址：www.homeoffice.gov.uk

(10) 国际发展部(Department for International Development)，网址：www.dfid.gov.uk

(11)司法部(Ministry of Justice)，网址：www.justice.gov.uk

(12)北爱事务办公室（Northern Ireland Office），网址：www.nio.gov.uk

(13)苏格兰事务办公室（Scotland Office），网址：www.scotlandoffice.gov.uk

(14)交通部(Department for Transport)，网址：www.dft.gov.uk

(15)财政部(HM Treasury)，网址：www.hm-treasury.gov.uk

(16)威尔士事务办公室（Wales Office），网址：www.walesoffice.gov.uk

(17)就业及养老金事务部(Department for Work and Pensions)，网址：www.dwp.gov.uk

(18)英国税收和海关总署(HM Revenue＆Customs)，网址：www.hmrc.gov.uk

(19)英国竞争和市场管理局(Competition and Market Authority)

网址：www.gov.uk/government/organisations/competition-and-markets-authority

(20)英国知识产权局（Intellectual Property Office），网址：www.ipo.gov.uk

(21)公司注册署(Companies House)，网址：www.companieshouse.gov.uk

七、投资合作咨询机构

中国驻英国大使馆经商参处

地址：16 Lancaster Gate, London, W2 3LH, UK

电话：0044-2070874949（总机）

传真：0044-2077072777

网址：http://gb.mofcom.gov.cn/

英国中国商会

地址：26 Old Jewry, London EC2R 8DQ

电话：0044 20 73978132/8131/8130

传真：0044 20 73978138

网址：http://chinachamber.org.uk/

电邮：secretariat@cccuk.net

英国驻中国大使馆

地址：北京市朝阳区建国门外光华路 1 1 号

邮编：100600

电话：010-51924000

传真：010-51924239

010-51924218(国际贸易部驻中国经商处)

网址：www.ukinchina.fco.gov.uk

电邮：commercialmail.beijing@fco.gov.UK

英国国际贸易部

地址：1 Victoria Street, London SWIH OET

电话：0044-20-72155000

电话：0044-20-73335442（投资）

网址：www.ukti.gov.uk

英国国际发展部

地址：北京市朝阳区光华路 1 号嘉里中心南楼 30 层

邮编：100020

电话：010-85296882

传真：010-85296002

电邮：enquiry@dfid.gov．uk

伦敦发展促进署

电话：0044(0)20 72345704

传真：0044(0)20 7378 6525

网址：www.londonandpartners.com

北京代表处

电话：010-85189130

地址：北京市建国门外大街 1 号国贸中心 1 号楼 14 层

邮编：100004

上海代表处

电话：021-60321517

地址：上海市静安区南京西路 1 601 号越洋广场 3831 室

地方企业伙伴网

网址: www.lepnetwork.net

苏格兰国际发展局

电话：0044-1412282828

电邮：investment@scotent．co．uk

网址：www．SDI．co．UK

威尔士政府商业服务局

电话：0044(0)3000 6 03000

网址：business．wales．gov．UK

北爱尔兰企业、贸易和投资部

电话：0044(0)28-90529900

电邮：information@detini.gov.uk

网址：http://www.detini.gov.uk/index.htm

中国商务部研究院海外投资咨询中心

地址：北京市东城区安外东后巷 28 号

电话：010-64245741\ 64515042\ 64226273\ 64515043

传真：010-64212175

网址：www.caitec.org.cn

英中贸易协会（北京代表处）

地址：北京市崇文门外大街中国人寿大厦 1001 室

邮编：100020

电话：010-85251111

传真：010-85251001

电邮：bella．wu@cbbc．org．cn

网址：www．cbbc.org