

基于三力合一的影视基地治理对策探究

朱旭光

摘要:当前,我国影视基地在建设存在严重的无序发展和监管盲区现象,衍生了“盲目投资、重复建设;定位雷同、盈利乏术;文物毁坏、环境污染”等问题,亟待寻求整合政府主导力、市场配置力、企业主体力的“三力合一”治理对策。

关键词:影视基地;三力合一;治理对策

作者简介:朱旭光,男,副教授,经济学博士。(浙江传媒学院 管理学院,浙江 杭州,310018)

中图分类号:J94 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-6552(2012)03-0050-04

步入新世纪,随着我国市场经济迅速发酵,文化产业持续升温,民资外资纷繁涌入,引发了我国影视基地新一轮的投建热潮。各种运营性质、各种行业属性的影视基地如雨后春笋般涌现,呈遍地开花的态势。影视基地在大发展中存在严重的无序发展和监管盲区现象,衍生了“盲目投资、重复建设;定位雷同、盈利乏术;文物毁坏、环境污染”等问题,亟待寻求治理对策。

在现代市场经济国家,产业发展的动力机制主要有二:一是市场机制,另一为公共规制。市场机制通过供求关系、价格机制和竞争机制来发挥其对资源配置的作用。而公共规制则由政府依据一定的规则对企业的经济行为进行限制、引导。归结起来,两大机制主要通过整合政府主导力、市场配置力和企业主体力三股力量来推动产业发展。因此,本文拟立足于“三力合一”理论梳理影视基地治理对策,以期形成推动影视基地良性发展的强劲动力。

一、以规范规制为抓手,提升政府主导力

据统计,目前国内已有大大小小的影视城100多个,还有一大批新项目在上马规划中。这是典型的由“市场失灵”导致的无序发展与盲目建设。目前我国影视基地产业所呈现出的同质化竞争现象与其面临的政府管理盲区息息相关。政府管理盲区所带来的后果不容忽视:监管部门不明确、审批制度不严格、政府引导不到位、政策扶持不得力等。如此种种,对处于发展初期的影视基地来讲是致命的。这些问题要从根本上予以解决,政府必须在影视基地的建设上扮演好指导者、监管者、支持者的角色。

(一) 科学引导,强化对影视基地产业的宏观指导和区域联动

各自为营、重复建设与资源浪费、市场严重饱和等问题的产生,源于很多影视基地都存在信息匮乏的难题,信息不对称是导致影视基地在市场化运作中出现“市场失灵”的主要原因。这就要求必须改变影视基地项目审批处于国家广电总局、文化部、旅游局“三不管”灰色地带的现状,明确审批权限归属,以国家广电总局牵头负责项目审批,定期公布项目建设与规划信息,统筹考虑市场供求情况和不同影视基地特色,避免内容重复、同质化倾向严重的影视基地项目仓促上马。同时,审批部门还应引导地方政府改变从政绩工程角度建设影视基地的思维,要按照互利共赢的思维,加强对影视基地资源整合与区域联动的引导。其核心举措就是引导影视产业合理分布,培育扶持一批分工协作、集约经营的产业集群。2003年,国家广电总局批准横店影视城为我国第一个影视产业综合实验区。经过多年

实践,已成为一个由大型企业主导和政府扶持推动相结合的产业集群,政府与企业之间既有明确的分工,又有密切的配合,相辅相成。^[1]2005年,云南影视产业实验区正式成立,云南省利用“影视实验区”品牌保护与革新云南文化,提供升级版的云南文化。但由于云南对实验区政策落实不到位,其影视创意与制作能力也有一定的局限性,导致其产业集群的效益远不及横店。^[2]

(二) 严格监管,对资源约束、环境污染、文物保护等外部负效应进行社会性规制

对于特色定位不同的影视基地,地方政府要发挥政策引导职能,因地制宜,制定不同的法律规范。如对于依托自然资源型的影视基地要有相应的珍惜资源、保护环境、使资源可持续利用的政策;对于依托工业建筑型的影视基地要规范施工合同,明确保护土地、科学用地等政策。同时,在外部强化对影视基地项目审批、功能定位、抑制外部负效应等方面的政策规制,明确出台关于影视基地土地审批、环境监管、文物毁坏等方面的政策,建立规范的土地使用审批制度、环境影响评价机制和文物毁坏赔偿与惩处机制,明确地方职能部门对于影视基地的监管职责,制定相应的法规约束拍摄剧组、运营企业以及影视从业人员的行为,强化外部约束,促进行业自律,实现影视基地产业的可持续发展。

(三) 积极支持,使各种运营性质的影视基地各安其位

影视基地是个高投入产业,需要持续的资金投入。政府直接投资是对该产业最直接的扶持手段,但政府以自身掌握的资源直接介入经济活动,大多难以适应市场机制的要求,效果往往不尽如人意。如央视焦作影视城、威海影视城等等国营背景的影视基地,其在发展过程中往往束手束脚,相比民营资本的基地而言不够灵活。所以,影视基地发展所需的庞大资金必须通过资本市场的介入来实现。政府此时应该做好影视基地产业与资本市场的桥梁和中介。其具体做法是除了取消对民资、外资等资本的准入限制外,要加强金融担保体系的建立、制定相关的优惠投资政策,促进金融资本与影视基地产业的对接;要鼓励具备条件的影视基地主管企业上市融资,并积极推动影视基地实现横向纵向合作,加强产业集群建设。此外,地方政府还应从土地、税收等方面出台相应的优惠政策。

二、以两种效应为抓手,提升市场配置力

我国影视基地建设主要采取“地方政府+企业主体”的项目推进模式,即以地方政府的政绩冲动为内在动力,联合企业主体的外部力量来投资建设影视基地。这种模式由于缺乏市场对资源配置的中介作用,导致所投资的影视基地经常是为了一部或几部影视作品量身定做而建立,陷于“一片而兴,一片而亡”的怪圈。例如因拍摄《天龙八部》建设的大理天龙八部影视城,因拍摄《东周列国》建设的焦作影视城,在这些影视作品完成后,都陷于入不敷出的经营现状。因此,必须发挥市场机制在人财物资源配置中的基础性作用,从影视基地的双重属性入手,注重发挥市场的两种效应:

(一) 注重发挥市场的互利共赢效应,基于“基地”属性实施差异化战略

全国范围内有大小不一的影视基地100多个,但真正有影响力被人们所熟知的只有10余个,其经济产值占据了整个产业的60%以上比重,这符合“寡头垄断市场”的特征。这样的市场结构要求各个地位不同的影视基地采取不同的市场行为,即处于寡头地位的基地继续保持领先并争取更高的市场利润和占有率;处于弱势地位的为数众多的影视基地要结合自身特色实施差异化战略,完成从生存到发展的转变,从而在这个竞争激烈、弱肉强食的市场中实现最好的市场绩效。差异化竞争是哈佛大学迈克尔·波特教授提出的三大竞争战略之一,其要旨在于要求企业选择那些有别于竞争对手的并使自己的经营独具特色的那些特质。^[3]这些特质包括定位差异化、产品差异化、服务差异化等。从资源禀赋出发,凸显自身特色,进行差异化定位是企业参与市场竞争的最佳法宝。我国幅员辽阔,地貌万千,经济水平差异巨大,这使得不同影视基地本身在气候、地形、景观、设施等方面存在着区别,能为不同要求的剧组和不同品味的游客提供更个性化的差异化服务。因此,要扬长避短,避开竞争对手的锋芒,

尽量减少正面冲突和同质化竞争,寻找各影视基地在市场细分上的不同定位,注意在服务内容上与各类影视基地之间的错位发展,避免恶性竞争。同时积极整合现有资源,挖掘现有资产盈利能力,加强横向协作,在信息和资源上互通有无,发挥比较优势,走差异化经营之路,以影视基地集群的整体品牌应对市场竞争。

(二) 注重发挥市场的效率提升效应,基于“影视”属性实施整合营销战略

影视基地创设之初都是以影视拍摄、制作、服务的功能,为一部或几部影视作品量身定做而建立。当这些影视作品完成后,再拆掉影视基地会造成极大的资源浪费。于是,影视基地被顺势开发为旅游项目,影视旅游应运而生。纵观国内、省内的影视基地,影视旅游已成为影视基地不可或缺的一部分。“旅游借势影视营销”便成为影视基地所特有的专项旅游形式,也成为影视基地主要的利润来源。这便使影视基地的经营具有“两次销售”的属性,第一次销售是面向影视剧组销售外景拍摄,第二次销售是面向游客销售影视旅游。但可惜的是,多数影视基地在影视旅游上几乎面临着一个相同的问题:主题单一。他们旅游主题或者诉诸“游乐场”,或者诉诸“古建筑群”,而摒弃了真正意义上的主题——“影视”。未来学家 Toffler 说过:“服务经济的下一步是走向体验经济,商家将靠提供这种体验服务取胜。”^[4]事实上,随着体验经济时代的到来,人们出游,往往希望是一次美好的体验之旅,而不是单纯的看风景、玩游戏。所以,影视基地在发展旅游业务时,应注重发挥自身优势,将“体验”契入影视中,借鉴国外的主题公园(Theme Park)模式发展影视旅游,建造一种具有鲜明主题并融参与性、知识性、娱乐性于一体的现代旅游目的地,植根于影视文化进行整合营销。如保留一些著名影视剧的片场吸引游客来访,举办影视节庆和大型演艺活动,打造互动项目,承办影视明星见面会和演唱会等宣传活动,强化影视场景体验,建立影视博物馆创造深度体验渠道等,以增强影视基地“影视为表、旅游为里、文化为魂”的核心竞争力。

三、以模式创新为抓手,提升企业主体力

提升企业主体力的关键在于充分发挥民营资本的激活效应,推进企业主体的商业模式创新。这种创新包括:

(一) 引入民营资本的激活效应,创新商业模式

2004年,国家放宽了外资进入影视业的政策。^[5]2005年,国务院颁布了《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》、广电总局发布了《关于促进广播影视产业发展的意见》,逐步放宽了外资进入影视业的政策,鼓励社会资本进入影视行业。影视领域对民资、外资的部分开放刺激了资本的投资热情,各种资本背景的影视基地纷纷成立。既有焦作影视城、无锡影视城这样的纯国资基地,也有横店影视城、华夏西部影视城这样的纯民资基地,还有怀柔飞腾影视城、东方好莱坞影视城(杭州)这样的纯外资基地。但民资与国资的经营绩效差异甚大,纯民资基地创造了“免场租+影视旅游”、“电子布景+体验旅游”等盈利模式,实现了利润盈余;但是在数字化布景的背景下,影视旅游的盈利源将趋于萎缩,存在难以为继的隐忧。而多数纯国资基地更是遭遇了国有企业所有人缺位等病症,处于入不敷出的境地。2005年以后,随着影视投资政策的日益明朗,影视基地产业的资本多元化趋势日趋明显。因此,应当借鉴国有企业领域的所有制改革举措,积极引进民营资本与外资,形成混合所有制结构,通过民营资本激活效应的发挥,推动商业模式创新,通过定位、产品、服务、盈利模式的全方位创新,形成扩展的市场利益共享体系,带动基地经营绩效的改善。

(二) 推动产业链融合互动,创新运营模式

若一个影视基地单纯依靠场租或简单的人造景观吸引剧组和游客进行盈利,其后果往往是收入来源单一、经营状况不佳。影视基地应充分发挥其主题集中、场景变换、易于互动的优势,突破“提供

拍摄场景”的单一功能，从拍摄场所向制作平台、甚至更广的如策划、制作、交易等活动平台转变，将产业链从服务领域向内容领域，从过程阶段向前后阶段拓展。由于影视基地兼具影视拍摄、观光旅游的双重功能，所以在整合资源打造产业链的过程中要兼顾影视产业链与旅游产业链的构建，推动二者的融合互动，推进影视基地经营的集约化和链条化，真正形成具有规模经济和网络效应的产业集群。在纵向的影视产业链上，向上游延伸到创意策划、剧本、投融资、影视培训等环节，将影视基地建成内容研创基地；向下游延伸到交易与博览、影视制作、营销、发行、院线、衍生产品开发等环节，将影视基地建成节目交易平台。而对于条件欠缺的影视基地，不必建成大而全的产业链，要依靠整合、合作、共享来提高现有资产的盈利能力。即立足整合各种资源，与业界形成互动，共同构筑一个资源共享、优势互补的产业环境；也可以与周边地区的影视基地或文化旅游设施联合成为产业共同体，共同做强区域影视产业。在横向的旅游产业链上，对现有资源进行深加工，围绕吃住行游购娱等旅游需求构建产业链，完善影视旅游服务业的产业门类，通过建立旅游产业集群、促进区域旅游合作以及完善基地设施等途径来实现运营绩效的提升。

参考文献：

[1] 刘小铁. 横店构建影视产业集群的模式与启示[J]. 声屏世界,2007(6).
[2] 蔡尚伟. 我看中国“云南影视产业实验区”[J]. 中国西部广播电视,2007(8).
[3] 迈克尔·波特. 竞争优势[M]. 华夏出版社,2005:13.
[4] B Joseph Pine ,James H Gilmore. The Experience Economy. Harvard Business School Press,1994:3.
[5] 项仲平,邵清风. 中国影视基地现状和产业化发展对策[J]. 浙江传媒学院学报,2008(1).