

中国民营影视文化产业的过去、现在与未来

詹成大

摘要: 中国影视文化的出现几乎与世界同步,1895年12月世界电影诞生,1896年8月就传入了中国。1905年《定军山》的拍摄标志着中国电影的正式诞生。中国影视文化产业发展一波三折,经历了不同的发展阶段,也呈现了其发展的特色。中国民营影视企业于20世纪80年代出现在中国影视文化的舞台,并随着中国影视产业改革步伐的加快,呈现出良好的发展态势,逐渐成为中国文化产业的重要组成部分,使影视文化产业成为国民经济支柱不可忽视的推动力。

关键词: 民营影视文化产业; 过去; 现在; 趋势

作者简介: 詹成大,男,教授,博士。(浙江传媒学院 科研处,浙江 杭州,310018)

中图分类号: J99 **文献标志码:** A **文章编号:** 1008-6552(2014)04-0097-04

DOI:10.13628/j.cnki.zjcmxb.2014.04.018

一、中国民营影视文化产业的过去

这一时期,是指我国电影产生至1978年这一时期,我们将其分成三个阶段:

第一阶段,1945年抗日战争胜利之前。这一阶段,有以下几个特点,一是紧跟电影业发展步伐。1895年12月世界电影一诞生就于1896年8月传入中国。1905年,《定军山》拍摄,标志着中国电影的正式诞生;二是发展速度快。1907年,中国第一家影院(平安电影公司)在北京诞生,1908年,中国第一家电影制片公司(亚细亚影戏公司)在上海建立。它是由美国电影商宾杰门·布拉斯基投资创办的,因而也是外商投资中国最早的电影制片机构。1913年,中国人首个自组的电影公司(新民公司)在上海成立。据资料显示,1937年11月上海失守到1941年度12月太平洋战争爆发前上海租界如孤岛成立了20家左右的电影公司;三是拍摄的影片数量不少,且质量不差。1937年11月上海失守到1941年度12月太平洋战争爆发前,制作了近200部电影歌唱片、古装片等商业类型影片。1931年,中国第一部有声电影《歌女红牡丹》问世。新民公司先后拍摄了《难夫难妻》、《脚踏车闯祸》、《活无常》、《店伙失票》、《一夜不安》等近20部短故事片,是中国人第一次成规模地拍摄故事片;四是影片多为歌唱片、古装片等商业类型影片,而且基本上都是民营(私营)的,无论是“一片公司”,甚至一片未拍或者是“明星”、“天一”、“大中华”等较有影响的大公司。

第二阶段,1945年至1953年。1945年我国抗日战争胜利后,国民党政府通过接收“敌伪”产业,建立和重组了“中国电影制片”、“中央电影摄影场”、“上实”等“官营”或者“官办民营”的电影制作机构,所以出现了“官私兼营”的局面。1949年10月新中国成立后,人民政府实行公私并存的方针,大力发展影视产业,并率先在影视业中实现了国有化。1951年6—7月,文化部与主要的私有电影公司座谈,提出了整体国有化的建议。1951年9月,公私合营的长江影业公司和文化局代管的昆仑影片公司合并,成立长江昆仑联合电影制片厂(简称“长昆”)。以“长昆”为基础,吸收了在沪其他6大电影公司,成立了上海联合电影制片厂(简称“联影”),“上影”厂厂长于伶兼任该厂厂长。1953年2月,“联影”进一步并入“上影”,彻底实现公有化。

① 基金项目:2013年浙江省自然科学基金资助项目《浙江民营文化企业危机形成及管理机制研究》(Y13G030141)的阶段性成果。

第三阶段,1953—1978年,中国大陆民营影视业处于低潮,基本销声匿迹。在大陆,电影产业社会主义改造完成之后,中国电影史上存在48年的民营影视业正式退出历史舞台,电影的拍摄、制作、发行和放映都是通过政府指令办事。但在台湾、香港、澳门,民营电影公司依然异常活跃。

二、中国民营影视文化产业的现在

这一时期,是指1978年至当前,可以分为两个阶段,一是复苏阶段,二是高潮阶段。

第一,复苏阶段。这一阶段表现出两方面特征,一是民营资本“曲线进入”影视业,时间跨度大约为20世纪80年代至90年代的早期。

1978年底,中共十一届三中全会召开,吹响了改革开放的号角,中国经济社会发展进入新的时期,中国的影视业也悄然发生了变化。先是1979年1月,上海电视台播出了新中国成立以来的第一条商业广告“参桂补酒”,下半年播出了第一天外国产品广告“瑞士雷达表”,影视业的商业性受到正视。80年代中期,以“事业单位,企业化管理”为核心的传媒业变革,调控模式发生了变化。嗅觉敏锐的民营资本开始打着各种旗号潜入影视业,开始创办电影和电视制作公司。1983年陕西渭南影视制作公司成立,可能是在中国大陆影视业新崛起中最早的民营影视企业。1985年民营性质的“江西南昌电影研究所”拍摄了“阿满系列喜剧”,随后又出现了“金岛影视公司”、“谢晋—恒通影视公司”和“创世纪影视公司”等。

20世纪90年代,中国大陆更多民营企业开始与国有电影电视机构合作,投资电影和电视剧、电视节目,并出现从独立拍摄向规模化生存经营发展的趋向。

但是,总的来说,这个时期进入影视业的民营资本是隐蔽的、曲线的,甚至还没有获得“名分”(没有署名权),基本都是“幕后英雄”。

二是民营影视文化产业“小步前进”。时间跨度为20世纪90年代中期至21世纪的早期。主要是历经十多年的改革开放,“国家关于电影体制改革出台的各种管理规定非常密集,而且几乎每一个都有利于电影行业产业化、商业化的进程。”但是这一时期,民营资本进入影视业并没有完全“解禁”,伴随着政策变化的节奏,民营影视文化产业取得了“小步前进”的成绩。

1994年底,中国大陆第一家民营电视制作机构——嘉实广告文化发展有限公司成立,打破了影视界的沉寂,标志着中国民营电视传媒公司正式走向前台。嘉实公司以“专业电视节目制作及其销售代理”为目标,有着明确的产业发展定位,因此被认为是第一家真正意义上的“民营电视机构”。一时期内,民营影视公司如雨后春笋般发展。光线传媒、欢乐传媒、唐龙国际传媒、海润影视、银汉传播等优秀民营影视企业都是这一时期的典型成果。

第二,中国民营影视文化产业发展高潮阶段。这一阶段的时间跨度为2003年至今,它的特点表现为:

一是民营影视文化产业发展政策越来越宽松。2002年9月,中国共产党十六大,首次正式肯定了非公有制经济作为社会主义市场经济重要组成部分的地位,其后又将此写入国家宪法。在其后的十七届六中全会、十八大、十八届三中全会精神的指导下,国家影视管理部门也出台了新规积极鼓励民营影视文化产业发展。

从2003年国务院颁发“105号”文件规定“鼓励、支持、引导社会资本以股份制、民营等形式,兴办影视制作……并销售同国有文化企业同等待遇”以来,国家对民营影视产业发展是鼓励和扶持的,因此迎来了蓬勃发展。横店影视城、华谊兄弟、华策影视等优秀民营影视企业都是这一时期的杰出代表。

二是民营影视文化产业是中国影视文化产业的主角。2010年4月28日第11届全国人大常委会第

14次会议第二次全体会议中公布的统计数据显示：中国的民营电视节目制作企业2800余家，民营电影制片发行公司近400家。而目前我国民营影视企业已经达到四千多家，占影视企业总量的85%以上，浙江的比重甚至超过了98%；国家新闻出版广电总局网站官方公布数字显示，2013年全国影视企业6574家（注册6175家，倒闭399家），民营资本占全国电视剧生产资本的60%~70%。

民营影视机构独立制作或参与制作的电视剧占全国总量的80%；电影数量早在2003年就已经占到全国总量的68.5%。

三是民营影视文化产业发展速度快。从生产数量看，2003年我国影视产量首次突破100部，2010年影视故事片产量达到526部，进入了世界前三甲，2011年近800部，2012年影视故事片产量达到800多部，2013年故事片产量638部，都居世界首位。

从电影票房收入看，2002年全国票房收入不到10亿元，而2011年票房收入131.15亿，2012年中国电影票房收入达170.73亿元，跃居世界第二，连续5年保持近30%的年增长率。2013年全国票房收入达到217亿元，首次突破200亿大关。

而观影人数、影院和银幕增加也神速，仅2012年新增影院就近700座，银幕1000多块，银幕总数超过1000万块。3D影厅7000多个。全国观影人数从2007年的1.1亿人次，2012年则突破4亿人次，几乎翻了两番，城市观影上座率不断提高。

四是民营影视文化产业实力逐渐增强，竞争力和市场赢利能力不断提升。首先，票房过亿影片越来越多，2001年国产过亿票房为0部，而2010年达到17部，2011、2012年则均超过20部。其次，在海外市场崭露头角，国产影片越来越多地占据国外市场，并且还有不少在北美市场赚取了不俗的票房。再次，影视企业上市方兴未艾，目前在各地上市的中国影视企业大概有十余家。如横店影视城、华谊兄弟、华策影视、新画面、海润影视等。

三、中国民营影视文化产业发展的未来

拥有诸多优越性和灵活性的我国民营影视文化企业，在影视市场化的改革中发挥了巨大作用，也获得了丰厚的回报，为将来发展积蓄了强劲的动力。在当下大力发展文化产业并努力将其建设成为支柱性国民经济产业的背景下，中国民营影视文化产业将呈现出前所未有的发展速度和新特点：

（一）产业增长速度快，空间大，企业开始注重品牌效应

公开资料显示，2013年我国电影票房收入217.69亿元，2012年170亿元，2011年131亿元，2010年则刚刚过百亿。美国的文化产业，实际上他们叫版权产业，占到GDP的10%，我们现在不到3%，未来增长的空间很大。不仅如此，随着文化市场竞争的加剧，民营影视公司也开始注重品牌的长期建设，通过企业或作品品牌效应和名人效应，提高在行业领域的影响力和话语权。

（二）资本的力量介入越来越多，影视上游制作和下游院线的并购更频繁

资料显示，近十年来，我国影视行业的投资回报率高达17%—50%，吸引了私募基金、民营资本大量投资影视产业。而另一方面，中国资金紧缺的媒体机构高达82%。民企在影视市场的博弈中，深感势单力薄，开始寻求资本合作，希望通过并购、重组、联和等多种途径实现资本有效运作和品牌资源的开发利用。比如，万达并购美国AMC，小马奔腾并购好莱坞特效公司数字王国。通过并购，未来3—5年将形成第一梯队的大公司。而股权投资基金的介入，会加快这个行业并购的速度和规模。

（三）全产业链的发展模式成为影视企业的追求

资料表明，我国2012年的电影票房总收入为27亿美元，约合170亿元人民币，已超越了世界第二的日本，而位居世界第一名的美国，2012年电影票房总收入为108亿美元，是中国的4倍。同时，从电影产业规模看，2012年美国为900亿美元，中国仅34亿美元，两国的差距还是比较大。原因主要是

中国电影产业收入结构单一，票房是其主要收入，占 81%，而美国国内票房仅占 12% 份额，其他收入来源多元化，主要是海外收入（53%）、电视授权（8%）、付费电视（5%）、PPV/VOD 点播（10%）和 DVD（12%）。我国的电影产业链还不完善，拓展票房之外的全产业链成为中国电影公司发展的新方向。

（四）影视与多媒体融合发展，视频传播开始崛起

当下，影视与多媒体之间的融合已经成为必然。2011 年“创意香港”和香港电影发展局推出了《香港电影 NEW ACTION—电影业与多媒体产业跨平台合作》，推动了电影业与多媒体产业融合发展，促进了影视业的多元化发展。而 2013 年电影《我爱的是你爱我》与风行网联手“台网融合”，用户实现包括手机、Pad、PC、电视在内多屏体验，这一创新尝试获得业界的高度认同。PPTV、乐视网、爱奇艺等视频传播的兴起，让影视制作的版权费用增长很快，冲击电影院线的议价能力。中国目前 2000 多家电影院，每年的增长速度是 30%—40%。从电视剧的角度，目前视频行业对电视剧版权的贡献 2012 年已经做到 20 亿的规模，很多电视剧的制作已经依靠视频网站作为一个利润的增长点。

（五）整合内容、整合渠道、整合平台

互联网的介入，从根本上改变了电视剧的制作，线上线下互动，制作公司可以随时按照已经掌握的观众喜好和倾向性，在下一集里调整角色、剧情，完全是“市场行为”。目前一些互联网公司通过版权价格和投入产出比的估算，投资拍摄仅用于网络传播的都市轻喜剧、微电视剧等等。反之，专业的内容制作公司则希望能拥有对渠道的控制。投资院线，深度介入视频网络是大的趋势。比如 PPTV 目前就有几种可供创业者选择的合作模式。综艺节目类的真人秀，比赛歌手可在网络上和观众现场互动，点投的方式，参与的年轻人越多，节目本身才具有红火的资本。PPTV 本身也有投资院线，用院线打品牌。

四、结 语

从中国民营影视文化企业发展的历程，我们不难发现：中国民营影视产业发展到何种规模、何种程度、今后将何去何从完全取决于国家政策环境和市场的发育程度。未来中国民营影视文化产业跨媒体和跨平台交互将越来越频繁，跨媒体经营是民营影视文化产业发展的必经之路。全产业链的开发、民营影视企业的集团化将促使民营影视文化产业发展，必将使民营影视文化产业成为中国经济支柱产业。