

# “互联网+”时代本土电影产业的发展路径与机制创新

项仲平 王冰雪

**摘要：**“互联网+”时代，本土话语、本土意识崛起，新传播形态带来的社会变迁与汇聚使得电影产业正呈现出从全球到本土更为广泛的传播趋势。进入“后融合时代”，本土电影产业化发展建设需要融入新时期电影产业发展的思维和多元平台，借力互联网时代的发展思维与机制创新，通过多方互动和良性传播创造更加积极多样的产业化发展空间，将整个社会发展中的重大现实问题置入具体地方想象之中，拓展更为丰富的电影内容与题材，进一步强化产业化意识、网络化理念，共同推进本土电影产业生态的突破性发展，带动整体产业链的共生共荣，寻求更广阔的成长空间与前行愿景。

**关键词：**“互联网+”；本土电影；产业化；创新机制；全球传播

**作者简介：**项仲平，男，教授，博士。（浙江传媒学院，浙江 杭州，310018）

王冰雪，女，讲师，博士后。（浙江传媒学院 戏剧影视研究院，浙江 杭州，310018）

**中图分类号：**J992

**文献标识码：**A

**文章编号：**1008-6552 (2016) 01-0052-05

“互联网+”时代的电影产业格局中有两个最为显著的变动趋势：一是随时、随地、随心的移动互联网技术与渗透；一是本土话语、本土意识崛起下，新传播形态带来的社会变迁与汇聚。两相结合，伴随“互联网+”时代的迈进，我们的电影产业正呈现出从全球到本土更为广泛的传播趋势。

作为现代文化建构的重要部分，当电影媒介越来越成为人们日常生活的重要组成部分，并塑造新的“日常”时，我们看到它正“决定性地改变现代与传统之间的关系，改变人们想象自我和想象世界的方式”，<sup>[1]</sup>成为担负时代使命，积极参与现代化建设，丰富人民内在精神需求，满足对外传播民族文化内涵，推动社会前进的重要力量。

## 一、本土电影产业的银幕坚守与发展现状

本土电影产业，在全球化浪潮的影响下出现了诸多值得关注的变动。一方面，在电影产业外部——尽管迎来新一轮电影传播与利益增长的浪潮，但仍需要面对全球电影产业，特别是好莱坞电影嵌入电影作品中的传播力、影响力随着电影传播扩散至世界各地，不仅其文化价值观成为一种世界“标准”，更带来对日常生活新的颠覆与挑战，同时也将本土电影产业带入新的竞争环境之中。另一方面，回望本土电影产业内部——当电影生产制作、审查流通、销售放映等环节渐趋多元，向着更为成熟的商业运作模式靠拢时，其强大的发展潜力和市场吸引力，促使世界电影人、电影公司的目光转向，纷纷开拓

其在中国市场的电影传播之旅，加速电影产业新“常态”的生成与形塑。具体来看，新世纪以来本土电影产业的发展态势主要有以下特点：

### （一）产业化演进之路日渐成熟

自2003年全面推进产业化以来，本土电影在政策的激励与市场的推动下经历着翻天覆地的变化：在院线建设方面，不仅大量兴建影院，银幕数量也逐年倍增；在影片资金方面，电影投资额翻倍，投资主体进一步丰富，并向多元化迈进；在影片产量方面，当前已成为仅次于美国的全球第二大电影生产国，发展速度得到全球瞩目。在票房表现方面，2002年实行院线制以来，2010年突破“百亿大关”，到2013年内地票房已达二百多亿元。比较近五年同期数据，到2014年，内地电影票房收入296.39亿元，本地电影增长率突破100%，进口片票房首度出现负增长态势。<sup>①</sup>惊人的数字让我们看到新世纪以来不论是在产量、投资还是票房等方面，本土电影产业都显示出迅猛攀升的大好势头。

### （二）融合进程下整体力量日益显现

从20世纪80年代伊始，本土电影产业化发展先后经历了由间接融合到直接融合、由初步合作到全面合作再到深度合作等多个产业融合发展阶段，现已经进入“后融合时代”。一方面，信息、技术、资金流动性的加剧，大陆、港台之间的合作交流更加密集，在电影生产、制作、营销等环节中呈现出跨地“无缝”合作新趋势，共同寻求更广阔的市场和发展前景；另一方面，在学界学术研究中以新观念、新思维、新方法对本土电影产业融合发展以及多元文化互动展开分析，研究也渐趋丰富。在国家重视、社会关注、政策支持、资金汇聚、媒介助力电影产业融合共进的今天，融入业界期待、学界思考的跨区域、跨资本、跨文化的独特文化产业景观，正日益显现出其强大的整体力量。

### （三）建设发展中薄弱环节危机仍在

在承认并欣喜于当前本土电影产业化之路的巨大努力和成绩面前，仍不得不去反思，在片面追求数据成绩，以经济利益作为市场驱动力及参考指标时，容易造成对电影内容生产、影像品质和产业链建设的不均，造成薄弱环节的危机潜藏。特别是在经历了“潮起潮落式”的发展轨迹后，面对新世纪以来电影发展获得的成绩，票房收益和电影质量等问题也成为产业化进程中的“心病”。面对全球电影市场新的格局，发展已有百年历史的中国电影却无法发挥更为突出的作用，实现电影传播力与影响力的统一、经济效益与文化动力的匹配，这与我们对电影产业的建设预期还有一定的距离。

## 二、“互联网+”时代助力电影产业升级与传播扩散

在国际传播领域，“电影始终是特殊而重要的载体，对国家形象的提升和民族文化的塑造起着至关重要的作用。”<sup>[2]</sup>2015年2月，习总书记就确立建设互联网强国的发展方向与着力点发表重要讲话，他提出五个方向，即技术（要有自己的技术，有过硬的技术）、信息与网络文化（要有丰富全面的信息服务，繁荣发展的网络文化）、信息经济（要有良好的信息基础设施，形成实力雄厚的信息经济）、人才队伍（要有高素质的网络安全和信息化人才队伍）、互联网国际交流合作（要积极开展双边、多边的互联网国际交流合作）。这不仅是国家网络强国整体规划的重点，对于电影产业的大发展大繁荣来说更是重要的参考借鉴。

① 票房数据根据“国家新闻出版广电总局电影局全国票房统计”以及相关数据统计梳理归纳。

互联网思维带动一种更为及时、流动、无界的交往互动模式,形成对地域概念与空间阻隔的消弭。对本土电影产业来说,一方面其发展历程相对于好莱坞、宝莱坞等地区电影产业有自身的独特性与复杂性;另一方面从艰难前行到突破百亿,短时期内完成奇迹式增长又预示着本土电影产业的博兴,在攀升为全球第二大电影市场的同时,也向外显示出其巨大潜能。

面对新格局,“互联网+”电影所带来的全新突破主要集中在四个方面:一是对电影生产制作业态的改变;二是对电影审查流通方式的拓展;三是对电影放映销售环节的颠覆;四是对电影受众反馈的吸纳与聚焦。

为实现电影传播力与影响力的统一,经济效益与文化动力的匹配,突出整体关联性、融合性、交互性的本土电影产业集群,需要兼顾好以下问题:

### (一) 突破电影生产与实践的“文化背离”

在当今经济全球一体化的大格局下,一个民族存在的根本在于其文化特点。独特的文化内涵乃是一个民族独特性的根本体现。电影作为一种文化形态,理所当然地承担着弘扬民族文化、表现民族文化精神的重任。全球化带来的不仅是经济的变革和飞速发展,在这个强大的环境推手作用下,世界文化格局也正迎来巨大的变动。某些经济强国试图通过政治经济军事外交等手段的后盾强力推进“文化一体化”,其至关重要的外在表现就是电影。以好莱坞为例,其裹挟在电影作品中的价值观、文化习俗、历史都借助影像的声光色向世界各地传播开去,成为了重要的外交手段之一。在推进本土电影产业化的进程中,对于利益需要和精神追求的兼顾还有很大的提升空间。“文化背离”现象主要存在于电影作品的内涵价值与故事呈现中的弱化与缺失。然而众所周知,文化内涵才是支撑一部电影在传播与传承中成为经久不衰、打动人的好电影的最为核心的要素。

### (二) 扭转电影利益与品质的“背向而行”

近年来,电影口碑与票房市场之间的不对等现象愈发严重,呈现出“高口碑、低票房”或“高票房、低口碑”的尴尬局面。在本土电影生产实践中坚持原创风格的缺失造成对市场“潮流”的盲目跟风,如“综艺大电影”现象的涌现,其生产逻辑与制作品质让人无法恭维;而本土电影中的经典类型如武侠片、江湖片、警匪片,以及当前较为“接地气”的都市生活类题材喜剧片、爱情片等缺少更为积极的营销推广策略和多平台交互传播路径,导致有些口碑很好的影片却没有预期的传播效果,或者在进口电影同档上映时被挤占空间等。面对种种“背向而行”的问题与局面,一方面需要主动参照并学习全球电影工业中的领军产业如好莱坞电影、宝莱坞电影,积极分析思考它们成功的模式、产业运作方式,电影叙事、影像风格,以及营销推广策略,更为直接的在电影产业化生产与实践、传播与推广中与全球电影业接轨。更为重要的还在于故事有内涵深度、人文关怀、精神追求、文化意境、民族情怀,通过影片故事打动人心,获得情感共鸣。

### (三) 改变电影传播与观看的“推诿纷争”

来自电影传播者和电影受众间的互相指责日渐频繁,电影传播者责备观众“没有水平”,电影观众评价电影“看不懂”,媒体的推波助澜和宣传推广是以在西方市场获得何种奖项、得到什么好评以及卖了多少钱来评价电影的内容、主题,进而“定论”电影的水平高低、质量好坏,这样的评价标准不仅使得电影传播者和电影观众之间的鸿沟加大,更带来逆向的观影标准和价值评判。如电影《小时代》在电影界纷争中却获得了观众特别是青年观众的热捧;而拥有较深立意的《大明劫》却草草收兵。“这

好比一个‘哈哈镜’，它的镜面反映并转变了中国人看自己和外部世界的方式，看者与被看者互相定义了彼此。但这种视觉装置并非对主体视线单纯而直接的反映；它是一种‘打开眼界’的经验，包含着清晰与混淆，愉悦与不满，甚至深深的焦虑。”<sup>[3]</sup> 传播者与受众之间的互动双赢成为本土电影产业发展所追寻和渴望的目标。

### 三、网络思维参照下本土电影产业的创新与发展

在“互联网+”时代发展逻辑指引下，对于本土电影产业发展机制的创新，谋求传统电影媒介与互联网之间的跨界合作与共生发展，主要有下述三个方面的反思：

#### （一）电影故事的多元取材与口碑评鉴

虽然近期上映的多部海外大片首度呈现了票房不敌本土影片的现象，但好莱坞电影仍能够通过如《复仇者联盟》、《超凡蜘蛛侠》、《速度与激情》等“大片”攻占青年群体和市场。整体来看，“西强我弱”的生态差异还没有得以平衡。除了整体电影生态呈现出的非均衡态势，自身电影产业发展中需要借助互联网空间所提供的广阔平台，积极拓宽思维，通过借助网络空间的资源转化为可经拍摄的电影素材，展开多元取材，以逐步改变当前电影创意动力不足、电影情节难以在想象力上获得更大的突破等问题，丰富当前电影市场作品类型，特别是加强对科幻题材、动画作品的衍变，与当前世界电影市场发展趋势相切合。

电影故事情节题材的单一和平面化，易产生对电影观影的疲惫和审美的改变。在深层精神需求无法获得满足时，观众对电影作品的口碑评价会打折扣。互联网平台的便捷、多样和传播无界，对于电影作品来说虽是一把双刃剑，却也是改变以往被动、单向传播，积极沟通观众，引发“全民参与”，形成口碑评鉴的重要场所。积极与互联平台形成良性合作机制，易于改善因对于电影评价系统的忽视而影响电影作品市场及传播，阻碍电影产业整体的发展；另一方面可形成对观众正确的舆论导向和对于电影的解读与认知，改变观众因缺少可以参照的影片评判标准导致的误判、电影公司不能正确预测市场走势而无法制定合适的制片方案、创作者在制作方和观众之间无法找到适合的表达途径等困境。

#### （二）电影模式的创新与多平台交互传播

加强网络空间与现实空间、线上空间与线下平台之间的交叉互动。借用阿里影业总裁张强的话：“未来不是传统电影为互联网打工，而是互联网帮助电影提高效率，做大这个蛋糕，在获得增量的前提下，获得互联网的收益。”<sup>[4]</sup> 当前电影借助互联网空间已经普及了线上浏览电影资讯、查询影院信息、线上购票、选座位等电影消费新模式，产生了颠覆性改变，由此带来的营销平台的改变需要积极适应，转变思维，借助众筹、融资等多渠道方式完成本土电影生产模式、电影制作、电影消费模式的创新与发展。

#### （三）电影品牌化打造与衍生品市场建设

对比全球电影产业的发展规模与机制，可以看到本土电影产业链建设中一个至关重要的核心要点，即电影品牌化形塑与衍生品市场建设成为当前电影产业迈步向前的巨大阻力。与全球电影产业化发展的模式与趋势相比，本土电影产业化实践中需要积极转变思路，一方面改变电影作品创新不足、题材范围窄化、反思性弱化、生态意识不强等现状；另一方面引入多学科专业人才，形成多元交叉电影合作梯队共同打造具有品牌影响力的电影作品，转化已有的具有良好口碑却尚未突出品牌价值的电影作



品,使之不仅能够探寻深层人文精神追求,还能通过品牌化打造与衍生品生产建立直接关联,以补偿当前电影产业链中的薄弱环节,获得经济利益的同时,带动整个电影产业化升级与产业链的有效循环。

对于电影衍生品的打造不仅在于对电影品牌的形塑及电影周边、后期产品的生产,对于电影生产基地的多元使用和经营更是全球电影产业的核心模式。当前国内电影生产基地主题公园建设与旅游开发较为成功的是横店影视城,不仅影视生产、拍摄制作方面的使用供不应求,对观光游客也有着强大吸引力。国内影视基地还有上海影视乐园、中山影视城、长影世纪城、北普陀影视城、同里影视基地、象山影视城、镇北堡西部影视城、焦作影视城、涿州影视城等多个大型影视基地。以地理区域划分遍布在全国各省、自治区、直辖市的电影制片厂,以及华谊兄弟、博纳、万达、星美、光线、小马奔腾等民营电影公司及港台地区、海外华人社区的电影生产制作公司、电影产业基地,多线汇聚形成全新的本土电影产业纵横交错的独特版图。这正是本土电影产业化发展建设的独有内容。在此基础上,需要融入新时期电影产业发展的思维和多元平台,借力互联网时代的发展思维与机制创新,通过多方互动和良性传播创造更加积极多样的产业化发展空间,并将整个社会发展中的重大现实问题置入具体地方想象之中,拓展更为丰富的电影内容与题材,进一步强化产业化意识、网络化思维理念,共同推进本土电影产业生态的突破性发展,带动整体产业链的共生共荣,寻求更广阔的成长空间与前行愿景。

#### 参考文献:

- [1] Arjun Appadurai. Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization [M]. The University of Minnesota Press, 1996: 2-4.
- [2] 胡智锋,张炜. 中国电影国际传播问题三思 [J]. 北京电影学院学报, 2012 (3): 98-103.
- [3] 彭丽君. 哈哈镜: 中国视觉现代性 [M]. 张春田, 黄芷敏译. 上海: 上海书店出版社, 2013: 3-15.
- [4] 刘起. 共生共荣: 互联网与传统电影的融合 [J]. 电影艺术, 2015 (1): 19-23.

〔责任编辑: 华晓红〕