

中小规模民营影视公司发展的现状、策略与前景

周 斌

摘 要：近年来，民营影视公司已成为中国影视产业和影视创作的中流砥柱，在各方面发挥着越来越大的作用。其中数量众多的中小规模民营影视公司虽然规模不太大、实力不太强、品牌也不是很响亮，但仍然在影视产业和影视创作等方面作出了一定的成绩和贡献。在当下市场竞争日趋激烈的情况下，中小规模民营影视公司的生存状况、发展前景及其应对策略，不仅直接关系到这些企业自身的可持续发展，而且也关系到中国影视产业能否健康有序地良性发展，以及影视创作水平能否得以有效提升等问题。中小规模民营影视公司既要准确把握市场需求，努力创建企业品牌，也要注重确保制作作品的艺术品质，努力争取多出精品佳作；既要确立正确的经营理念，不断完善企业的体制机制，也要坚持以创新求发展，以质量求市场的正确方向。只有这样，民营影视公司才能快速发展、做大做强。

关键词：影视产业；民营公司；创建品牌；经营理念；完善机制

作者简介：周斌，男，教授，博士生导师。（复旦大学电影艺术研究中心，上海，200433）

中图分类号：J94 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552（2016）02-0113-07

近年来，随着中国影视市场化进程快速、深入地发展，以及政府主管部门的积极推动与大力扶植，民营影视公司已成为中国影视产业和影视创作的中流砥柱，在各方面发挥着越来越大的作用。而在数量众多、规模不一的民营影视公司里，除了如华谊兄弟、光线影业、博纳影业、乐视影业、小马奔腾、华策影视、海润影视等一批规模大、实力强、品牌响的民营影视企业之外，中小规模民营影视公司占据了大多数。与上述一批著名民营影视企业相比，它们虽然规模不太大、实力不太强、品牌也不是很响亮，但仍然在影视产业和影视创作等方面作出了一定的成绩和贡献。在当下市场竞争日趋激烈的情况下，中小规模民营影视公司的生存状况、发展前景及其应对策略，不仅直接关系到这些企业自身的可持续发展，而且也关系到中国影视产业能否健康有序地良性发展，以及影视创作水平能否得以有效提升等问题。因此，进一步探讨中小规模民营影视公司发展的一些基本规律和面向市场竞争的应对策略，是十分必要的。

一、生存之道：把握市场需求，创建企业品牌

中小规模民营影视公司由于规模不太大、实力不太强，所以在市场竞争十分激烈，而市场机制尚不完善的情况下，要维持生存并有所成就、有所发展，首先就要准确把握市场需求，努力创建企业品牌，不断增强抵御市场风险的能力，这应该是中小规模民营影视公司基本的生存之道。

应该看到，随着影视市场的不断开发，市场需求是多方面的；如何在多元化的市场需求中，根据自身实力选择最适合自己的投资项目和创作项目，并通过这些项目的运作和完成不仅能使企业获得良好的经济效益和社会效益，而且能逐步形成企业品牌，使之在业界和社会上产生较大影响，并使企业在激烈的市场竞争中脱颖而出，日益壮大强盛，此乃中小规模民营影视公司的主要任务和努力方向。

在这方面，有一些中小规模民营影视公司的发展经历提供了较成功的经验。例如，成立于1999年的慈文传媒集团股份有限公司，当初就根据市场需求和自身实力，首先进入电视剧制作领域，成为中

国第一批被政府主管部门授予电视剧（甲种）制作许可证的民营影视公司。该公司相继拍摄出品了《嫁衣》《战后之战》《家》《双响炮》《半生缘》《老马家的幸福往事》《雪山飞狐》《小鱼儿与花无缺》《七剑下天山》《神雕侠侣》《5号特工组》系列，《青盲》《西游记》《剧场》《华胥引》《花千骨》等一批各具特色、颇有影响的电视剧，既得到了业界好评，也受到了广大观众的喜爱和欢迎。根据央视索福瑞的数据统计：慈文传媒集团公司拍摄生产的一些电视剧在国内各大电视台播映时，均位居收视排行榜的前列；同时，这些电视剧在台湾、香港等地及新加坡等国电视台播出时，收视率也名列前茅。该公司在海内外创建了良好的企业品牌。自2002年开始，该公司又进入国产故事片和动画片的制作生产领域，先后参与制作拍摄了《七剑》《硬汉》《天上的恋人》《铁三角》《秋喜》《开火》《惊情》等一系列故事片，以及动画片《西游记》和中日合拍动画片《藏獒多吉》等。这些作品不仅进一步扩大了公司品牌的影响力，而且也拓展了公司业务的发展空间，有效地增强了企业的实力。自2008年以来，该公司已多次被政府主管部门评为“国家文化出口重点企业”。目前，该公司已经发展成为一个集电视剧、故事片、动画片制作生产为一体的文化传媒集团企业，其创作生产获得了社会效益和经济收益的双赢。

又如，成立于2006年的上海三元影视有限公司，以影视作品的制作开发为主体，以适应市场经济发展需要的经营管理体制，在影视文化领域打造产、供、销一条龙的影视产业链。该公司根据自身实力及其对市场的准确把握，以创作拍摄电视剧为主，同时也投资拍摄故事片。近年来已拍摄生产了《真情给你》《缉毒英雄》《红颜的岁月》《大剧院》《有一种爱叫做放手》《女人本色》《苏东坡》《乱世新娘》《缉毒先锋》《别对我说谎》等10部297集电视连续剧；同时，还拍摄制作了故事片《我坚强的小船》《女人本色》和数字电影《双生花》等。其拍摄生产的电视剧均在全国各省市电视台播出，收视率名列前茅，受到了广大观众的喜爱和欢迎。其中《缉毒英雄》曾在央视八套黄金档播出，并在央视一套多次重播，收视率位列央视2007年度第7名，并荣获2009年度上海市文艺创作“优品”奖。由于该公司定位准确，能很好地把握市场需求，并通过制作生产的影视作品创建了企业品牌，所以获得了经济效益和社会效益的双丰收。如今该公司不仅在市场上站稳了脚跟，其实力也得以不断增强，成为上海市一家有成就、有影响的民营影视公司。

从以上两家公司的发展历程中，我们不难看出把握市场需求、创建企业品牌的重要性。虽然民营影视公司要准确把握市场需求，找准自身定位，并以此来开展各种投资项目和制作项目；然而，也不能因此无原则地迎合各种市场需要，只有在创作生产中有所选择，防止和避免各种不良倾向，确保拍摄生产的影视作品保持较高的艺术品位，才能使企业在市场上树立一个良好的品牌形象。单纯为了商业赢利而在制作生产上一味媚俗、不讲质量的结果，不仅会有损企业形象，而且也不利于创建企业品牌，并会影响企业的可持续发展。

同时，民营影视公司的创作生产更不能违反政府的有关政策法规，否则也无法维持生存。正如有的学者所说：“对民营影视来说，民营影视企业‘讲政治’、摸准政治政策的脉搏就如同摸准市场的脉搏一样重要。民营影视企业须关注影视法规和政策，否则一旦触犯政治禁区，就可能‘血本无归’，甚至丢掉企业的‘身家性命’。”^[1]此言甚是。

无疑，树立一个良好的企业形象和创建一个有影响的企业品牌，不可能是一件一蹴而就的事情，它既涉及到各方面的因素，也需要有一个积累、发展的过程。由于市场的需求是变化而多元的，同时也充满了各种诱惑和陷阱；因此，中小规模民营影视公司如何从国家的政策法规、社会需要和企业自身的实际情况出发，找准自身定位，做出合理选择，寻求正确的生存之道，乃是一个十分重要的关键问

题。应该看到,市场竞争是无情的,曾有不少民营影视公司最初在市场上十分活跃,其经营活动也开展得热火朝天,但不久就在市场上销声匿迹了。其经营失败、退出市场的主要原因就在于这些公司既没有很好地找准自己企业的定位和清晰地确立企业的发展方向,其制作生产也没有准确把握市场需求,更没有很好地创建企业品牌,所以就很难摆脱在竞争中被淘汰的命运。

二、创作之道:注重艺术品质,多出精品佳作

对于民营影视公司来说,良好的企业品牌是靠一部部高质量的影视作品创建出来的。应该看到,影视产业毕竟是内容产业,所以其创作生产要以作品的内容为重,而不是以作品的数量为重。对于中小规模民营影视公司来说,由于创作生产的资金和资源有限,所以在项目选择和资金投入等方面都十分慎重,唯恐因出现失误而影响公司的声誉和发展。为此,注重确保影视作品的艺术品质,努力争取多出精品佳作,是民营影视公司规避市场风险、创建企业品牌的一个重要方面。创作实践证明,一部艺术品质高的好作品不仅会赢得广大观众的喜爱和好评,在市场上产生较大的影响力,并获得较好的经济效益,而且还能扩大出品公司的影响;广大观众的口碑也有助于形成良好的企业品牌。

例如,成立于1998年的上海唐人电影制作有限公司(简称唐人影视)以制作古装电视剧起家,最初制作的影视作品并没有产生很大影响,企业发展也没有太大起色。2005年,该公司在业内首次根据同名电脑游戏改编制作的电视剧《仙剑奇侠传》播映后,获得了收视率和口碑的双赢,并开创了制作游戏改编剧的先例,体现了较明显的创新意识。而该公司于2011年制作生产的改编自网络小说《步步惊心》的同名电视剧播出后,则获得了很大成功,不仅使该公司的签约演员刘诗诗一举成名,跻身于国内一线女演员的行列,而且也使唐人影视的企业品牌尽人皆知。此后,该公司相继制作出品的《轩辕剑》《步步惊心》《秦时明月》、《风中奇缘》等电视剧都受到了各方面的关注,并赢得了较高的收视率,从而有效地推动了公司事业的快速发展。

又如,北京光线影业有限公司2012年出品的《人再囧途之泰囧》在“贺岁档”上映以后引发了观影热潮,既使影片票房创下了新高,也使主创者徐峥和出品方光线影业公司爆得大名。对此,国盛影业总裁高军曾说:光线影业公司“在《泰囧》之前,它们没怎么赚过钱,除了‘最强喜事’系列,其他是做一个赔一个,甚至媒体都说‘光线出品,必是烂片’。但是突然出了一个《泰囧》后,就接连火了三部。”^[2]《泰囧》不仅带动了光线影业公司出品的其他影片的票房收入,而且该片创造的内地票房12.67亿元的纪录,成为当时国产影片票房收入的冠军;光线影业公司的企业品牌也因为这部影片的出品而更加响亮,从而有效地增强了该公司出品的影片在广大观众中的影响力和号召力。

综上所述,我们不难看出,一部成功的、有影响的影视作品无论是对于主创者来说,还是对于制作出品的影视公司来说,都是十分重要的。它不仅能使主创者一举成名,而且能非常有效地创建企业品牌,使出品公司获得很好的经济效益和社会效益。为此,中小规模民营影视公司尽管资金和资源有限,但只要切实下工夫、花力气制作拍摄出几部艺术品质高、在观众中有影响的好作品,就能很快改变公司的地位和面貌,并加快企业的发展速度。

当然,我们不能仅仅以收视率的高低和票房收入的多少作为衡量影视作品艺术质量的唯一标准。应该看到,对于影视作品来说,高收视率和高票房固然重要,但艺术品质和观众口碑也很重要。在目前“粉丝经济”盛行的情况下,有些电视剧和电影(特别是根据网络文学改编的作品)虽然艺术粗糙、品质一般,口碑也不是很好,但通过各种营销手段却获得了高收视率和高票房,这种情况就导致了一些影视公司不重视作品的艺术品质和观众口碑,而只重视迎合“粉丝”的口味,并通过各种营销手段

去获得高收视率和高票房,由此就产生了一种不良的创作趋向。于是,当下IP改编剧激战正酣,不少网络小说版权卖出了天价,一些“两三年前还堆在网站卖不出去的网络小说,如今成了被哄抢一空的香饽饽,开价就是几百万——有业内人吐苦水:都顾不上吐槽,因为没写完都敢开天价,开天价都有财主抢。这些‘财主’看中的,就是这些网络IP在年轻受众中天然而强势的基础。但也因此催生出了着急买、着急卖,着急拍,着急演,一连串着急下来,质量没跟上的窘境。于是,在高收视、高点击和低口碑的鏖战中,网络IP改编热潮越演越烈。”^[3]显然,这种急功近利的做法和盲目无序的市场竞争不仅严重影响了国产影视剧的艺术质量,而且也不利于我国影视产业的可持续发展。因此,如何把作品的高收视率、高票房和高品质、好口碑有机统一起来,使之能切实做到“叫好又叫座”,既能不断提高国产影视剧的艺术质量,又能有效拓展影视市场,满足广大观众的审美娱乐需求,这是一个需要国营影视企业和民营影视企业共同努力探讨解决的迫切问题。

无疑,提高国产影视剧创作生产水平的关键还在于人才,没有优秀的人才就不会有成功的作品。所以,如何及时发现人才、合理培养人才和正确使用人才,也是影视公司能否制作生产出高质量的好作品,并使企业得到快速发展的一个重要问题。对于大多数中小规模民营影视公司来说,由于资源和资金等方面不是很充足富裕等原因,往往会忽略人才培养和人才扶持的工作,这对于企业长远的发展来说是不利的。正如国盛影业总裁高军所说:“其实人才投资是特别好的投资,它的投资回报率一点不比投资艺术品差,只不过就是在扶持过程当中因人而异,包括扶持的方式方法也会有所不同。我们的感受是要突出、发展创作个体的风格,以他所擅长的一些东西作为基础,丰富青年导演的创作类型。探索能不能培养他们在一开始的时候把商业性和艺术性结合起来。”^[2]显然,国盛影业的经验是值得推广的。民营影视公司应该把发现人才、培养人才和扶持人才的工作作为企业发展的一项重要工作来抓,只要长期坚持下去,一定会有显著成效。

三、经营之道:确立正确理念,完善企业机制

对于任何企业来说,经营的好坏往往直接关系到企业的生存和发展。因此,重视经营、善于经营是办好企业不可或缺的重要方面。与国营影视公司相比,民营影视公司在企业的经营管理和制作生产等方面自由度较大,体制机制也较为灵活,此乃其优势所在。为此,民营影视公司要充分发挥这种优势,确立正确的经营理念。不断完善企业的体制机制,使之能促进制作生产更快、更好地发展。在这方面,已有一些民营影视公司提供了较成功的经验。

例如,成立于2004年的上海新文化传媒集团股份有限公司坚持以“传承文化、创造新文化”和努力成为“中华优秀文化的诠释者和传播者”为企业宗旨,并确立了“规模化、集约化、创新性经营”三大经营策略以及“优化人力资源、聚合行业资源、完善公司治理”三大保障措施,形成了较完善的企业管理体制机制,由此就大幅度提升了该公司面向国内外市场提供一批高质量影视作品的制作生产能力。正是在这样的经营理念指导下,该公司自成立以来已累计创作拍摄发行了近2000部(集)原创电视剧、电影和专题节目,不少作品曾获得各类奖项并受到了广大观众的欢迎和好评。迄今为止,该公司已向海外输出了500多部(集)影视剧作品,推出了近400个品种的中外优秀电影电视音像制品,取得了十分显著的成绩,并多次被政府主管部门评为“国家文化出口重点企业”。

同样,成立于2005年的上海麦丹影视文化公司确立了“影像承载文化,文化引领未来”和以市场为导向、以品质为根本的经营理念。该公司根据市场的需求和自身的实力,首先制作了一批产品广告片、企业宣传片、城市形象片和微电影,在这一创作领域取得了较显著的成绩,曾于2009年获得中国

影视广告发展30年杰出贡献奖和中国影视广告公司30强企业等荣誉。该公司在积累了发展资金、锻炼了创作队伍、壮大了企业实力以后,又开始进入故事片的创作领域,相继投资拍摄了《暴走吧,女人》《四小王子》《嘻嘻闯江湖》等影片,其中《暴走吧,女人》不仅进入国内电影院线放映,获得了600万元人民币的票房,而且还被美国好莱坞演艺集团以200万美元的价格购买了该片在北美地区23个国家的独家版权。对于一部几乎没有一线演员的小成本电影来说,能够进入北美电影市场放映,无疑是一种肯定和荣誉。

由此可见,对于中小规模民营影视公司来说,确立正确的经营理念,找准市场定位,明确发展方向是十分重要的。在此基础上还要不断完善企业的体制机制,努力改变“小作坊”的生产模式,逐步建立起现代公司治理结构,使企业能高效率运转,不断提高生产力和增强竞争力。而在完善企业体制机制的各项工作中,构建完整的产业链无疑是一项重要任务。就一些小规模的民营影视公司而言,因人员少、基础薄弱,构建完整的产业链较为困难,故而根据其公司的实际情况和自身定位,有的偏重于制作,有的偏重于发行,力求在某一方面有所突破,这是可以理解的。但对于一些基础较好的中等规模民营影视公司来说,构建完整的产业链则有助于公司快速发展、做大做强。

例如,成立于1997年的银润传媒集团在经营和制作实践中注重不断完善企业的体制机制,努力构建适合公司高效运作和全方位发展的产业链。经过多年努力,该公司在竞争激烈的同行业内迅速崛起,已成为一家颇具影响力和竞争力的民营影视传媒企业。目前,该公司根据企业发展的需要已设立了电视剧事业中心、电影事业中心、影视文学中心、演艺经纪事业中心、影视制作管理中心、品牌宣传推广中心、新媒体事业中心和影视节目营销中心,并建立了九个制片人工作室和三个策略联盟团队,分别由业内资深的发行人、制作人、编剧和导演组成,具有很强的电视剧、电影及栏目剧、网络剧的制作和发行能力。当下,如何构建适应新媒体环境的产业链,无疑是国营影视公司和民营影视公司共同面对的问题。为此,银润传媒集团特别成立了新媒体事业中心,不仅积极推进与新媒体的各项合作,而且还加强了栏目剧、网络剧的制作生产,正如该集团董事长陈向荣所说:“银润近些年最重要的另一个产业布局体现在以互联网视频为代表的新媒体领域。银润很早就认识到新媒体也代表着未来的收看趋势,为此做了准备和布局。……今后,银润传媒集团会大力加强与新媒体的内容合作乃至联合投资,所有内容都会面对电视、互联网、移动与户外媒体进行生产、覆盖和播出。要将各个年龄段人群和各个内容播出平台都纳入到我们的客户和终端范畴,进行相应的内容供应。”^[4]显然,这一适应时代发展需要的举措是值得赞赏的,而该集团在构建产业链方面的成功经验也应该大力推广。

四、发展之道:以创新求发展,以质量求市场

中小规模民营影视公司的发展必须坚持“以创新求发展,以质量求市场”的正确方向,只有这样,企业才能有很好的发展前景。如果舍弃了“创新”和“质量”,企业的发展就会失去坚实的基础和有力的支撑,很难在竞争激烈的市场上站稳脚跟。一些成功的民营影视公司的发展史也很好地证明了这一道理。

例如,上海新文化传媒集团股份公司成立之初只是一个发行音像制品的小公司,仅有几间办公室和十多个人。但由于该公司一直坚持以创新求发展,以质量求市场,定位于精品电视剧的制作和发行,不仅拥有了政府主管部门颁发的甲种电视剧制作许可证,而且先后制作拍摄了《徽娘宛心》《川军团血战到底》《婚后五年》《同在屋檐下》《虎符传奇》《领袖》《反击》《一代枭雄》等一批颇具影响的电视剧,以及《荒村公寓》《我的播音系女友》《爱的面包魂》等故事片;其中一些作品曾相继获得了中

宣部“五个一工程奖”、中国电视金鹰奖、上海广播电视奖、上海文艺创作“优品”奖等。同时,该公司也曾多次获得了中国广播电视协会授予的“全国电视制片业十佳电视剧出品单位”等荣誉称号。该公司在赢得了良好声誉的同时,也获得了很好的经济效益,壮大了企业实力。另外,该公司还逐步形成了以市场需求为导向的“策划、制作、发行”一体化产业链,组建了自己的创作队伍。如今该公司已成为上海民营影视企业的老大,不仅拥有5个子公司和8个工作室,而且年产电视剧数量已突破了400集,年销售额逼近3亿元,并于2012年成为上市公司,企业资产和实力有了大幅度增长。显然,该公司快速的发展速度和显著的创作生产成绩是与其坚持创新及确保质量分不开的。

当下,我们正处于一个大众创业、万众创新的时代,无论什么行业,若没有足够的创新意识,就很难有快速的发展。对于中小规模民营影视公司来说,更是如此。因为影视作品是一种创意产品,影视产业也是一种创意产业,所以创新既是作品的灵魂,也是产业发展的基础。如果不能坚持创新,影视作品就不可能确保高品质,影视产业也不可能有生气和活力。同时,影视产品的质量是影视企业的生命。如果一个影视公司不能确保出品高质量的影视产品,而是不断制作生产一些质量低劣的作品,那么该公司在激烈的市场竞争中就只能败北和被淘汰。具体而言,创新意识和质量意识应如何落实在民营影视公司的经营和创作活动中呢?窃以为大致需注重以下几个方面:

第一,中小规模民营影视公司若要有更快的发展速度,就要坚持与时俱进,敢于和善于引领风气之先。在当下“互联网+”的时代潮流中,其制作生产的作品除了电视剧、故事片、纪录片和动画片等传统类型样式之外,还可以大胆涉足网络剧和网剧产品的制作等一些新领域;要努力拓展业务范畴,主动占据新的制高点,全力打造新的产业链。在这方面,有些民营影视公司已经提供了一些成功的经验。例如,慈文传媒集团股份有限公司在不断提升原有的电视剧、故事片、动画片的制作与发行等核心业务水平的基础上,又选择进入网络剧的制作拍摄等新兴业务领域,努力打造全媒体产业链条,不断培育新的业务板块和盈利增长点,由此该公司较成功地由专业化影视公司转型为综合性影视文化产业集团。又如,由银润传媒集团投资制作的跨媒体互动剧《苏菲日记》曾在东方卫视和土豆网上热播。该剧首次尝试电视与网络媒体互动、联播的形式,开创了传统媒体与新媒体平台在内容合作上的全新尝试。显然,上述两家公司的创新探索既适应了时代发展的需要,也拓展了企业的发展空间,壮大了公司的实力。

第二,中小规模民营影视公司要充分运用互联网等新媒体在筹资、融资、宣传、营销等方面的优势,积极推进公司各项业务的开展,以利于增强企业实力和竞争力,促进事业发展。例如,对于一些已有较广泛的受众基础、“粉丝”众多的网络文学作品,在改编拍摄成电视剧或故事片时,可以采取众筹的方式筹募资金,以解决公司资金不足的困难。同样,对于一些准备在新媒体上发行的影视作品,也可以通过众筹的方式筹募资金。实践证明,这样的作品一方面较容易得到众多“粉丝”和网友的支持,而另一方面,在筹募资金的同时,也对作品进行了宣传营销,可谓一举两得。另外,要重视影视作品的网络版权销售,上海新文化传媒集团股份公司的4部新剧尚未开拍,仅网络版权就卖了5000万元。显而易见,网络版权是公司市场盈利和回笼资金的一个重要渠道。

第三,中小规模民营影视公司也要重视加强对外合作和努力向域外拓展业务领域,以寻求新的支持和新的资源。例如,上海麦丹影视文化公司于2012年与美国好莱坞演艺集团成功签署了战略合作协议,在影视技术、国际明星、海外发行等多个领域达成了合作意向,该公司开始致力于借鉴好莱坞的影视制作模式来经营旗下的所有项目。同时,该公司还注重与来自法国、韩国、新西兰、新加坡,以及国内台湾、香港等地的一批优秀的创作人员和技术人员进行合作,相继制作拍摄出了一批高质量的

作品。因此，该公司的广告片客户主要来自域外企业，其中不少是世界 500 强企业。显然，这种合作对于增强公司实力、扩大公司影响、增强公司竞争力是十分有益的。

当下，民营影视公司在中国影视市场上的迅速崛起和不断壮大正在冲击与改变着原有的市场格局，它们已成为中国影视产业和影视制作的主力军。其中数量众多的中小规模民营影视公司，也在竞争激烈的市场“洗牌”中，努力确立自身地位，奋力向前拓展事业。实践证明，那些能够在市场竞争中站稳脚跟，并有较好发展前景的中小规模民营影视公司，往往自身定位准确、发展思路清晰、经营理念正确、创新意识较强、产品质量较高，并能注重构建适合公司运作和发展的较完备的产业链。其中一部分基础扎实、运作良好、效益显著的中等规模民营影视公司，正在努力成为现代化的大型民营影视企业，这无疑是一种令人欣喜的现象。由于影视行业市场需求潜力很大，在以后相当长的一个时期仍将处于高增长的状态，所以民营影视公司还有很好的发展前景。

显而易见，在未来我国影视产业和影视制作的发展过程中，在我国由影视大国向影视强国转型发展的历程中，民营影视公司将扮演越来越重要的角色，并发挥越来越重要的作用。为此，政府主管部门也应该通过政策导向，进一步扶持和推动中小规模民营影视公司的发展，使之有更好的发展空间、更快的发展速度，从而使我国影视产业和影视制作的力量更加强大，在国际上更具竞争力。

参考文献：

- [1] 詹成大. 我国民营影视公司发展历程及其影响 [J]. 浙江传媒学院学报, 2009 (4): 37-40.
- [2] 高军, 刘藩. 中国电影新经验与发展前景 [J]. 当代电影, 2013 (7): 22-25.
- [3] 浮云. 超级 IP 剧陷入高收视、低口碑鏖战, 做精品就这么难吗? [J]. 上海电视, 2015 (7A): 36-38.
- [4] 武研. 银润传媒集团董事长陈向荣: 在资本大潮中, 银润定位“淡定” [N]. 综艺报, 2011-08-25.

〔责任编辑：华晓红〕