

再谈华莱坞影视产业发展的“胡焕庸线” ——中国影视基地的媒介地理学探析

邵 鹏 童禹婷

摘 要：中国影视产业经过了几十年的发展形成了有自身地理学特点的产业分布与集聚。一条“胡焕庸线”勾勒出中国影视产业东南密集、西北稀疏的产业落差，而这种落差自然延伸到影视产业基地。影视产业基地作为影视产业链的重要环节，其在地理空间上的分布具有指标性的特征，政治、经济、文化、技术综合影响才形成了影视基地的“地理景观”。文章以媒介地理学为理论视角，以影视基地的地理空间分布为研究对象，梳理了中国影视产业基地的发展现状，认为地理空间和区位优势是影响影视产业发展和集聚，尤其是影视产业基地发展布局的核心要素。

关键词：影视基地；胡焕庸线；媒介地理

作者简介：邵鹏，男，副教授。（浙江工业大学 人文学院，浙江 杭州，310012）

童禹婷，女，硕士生。（浙江工业大学 人文学院，浙江 杭州，310012）

中图分类号：J992

文献标识码：A

文章编号：1008-6552 (2019) 06-0066-07

人口地理学家胡焕庸先生在1935年提出了著名的“胡焕庸线”，指出了从黑龙江瑷珲（现黑河）到云南腾冲的人口地理分界线和中国人人口东南密集、西北稀疏的分布差异。邵培仁教授认为，“胡焕庸线”的价值可以延伸到对好莱坞电影产业的发展分析，“影视资源作为整个社会资源的一部分，也不可避免地面临着东南—西北之落差陷阱。”^[1]这其中，“影城”“影视产业园”“影视产业基地”作为影视产业链的重要环节、影视行业企业集聚的重要标志、影视衍生对接的重要平台，地理空间的选择无疑是至关重要的。恰如邵培仁教授所指出的“影视基地是跨时空的媒介景观：一方面，就物质层面而言，影视基地占据一定的地理空间，而地理空间是决定影视基地成功与否的关键因素。”^[2]另一方面，影视剧内容产品的火爆，推动了影视拍摄和影视基地的兴起，也使得地理现实空间的媒介景观成为受众文化体验的物理空间。因此，影视基地成为了探析华莱坞影视产业发展现状与趋势的重要路径。顺应媒介地理学的理论框架，影视产业的“胡焕庸线”展示出华莱坞影视产业的地理分布与空间格局，并凭借历史维度的动态视野勾勒未来影视产业的规律特点和发展趋势。

一、时间与空间：媒介地理学维度下的中国影视基地

中国影视基地源起于20世纪80年代的中央电视台无锡影视基地。为了拍摄电视剧《唐明皇》《三国演义》和《水浒传》，无锡影视基地相继建成了唐城、三国城和水浒城三大景区。凭借影视剧的强大号召力和全国绝无仅有的“影视+旅游”模式，无锡影视基地迅速发展成为中国规模最大、效益最好的影视基地。自此之后，“伴随中国影视产业的繁荣势头，各地影视基地建设也一路高歌，规模与数量逐步扩大，经历了三十多年的发展，全国大大小小的影视基地已超过千家。”^[3]影城、影视产业园、影视

基地可谓遍地开花，更形成如横店影视城、车墩影视基地、青岛东方影都影视产业园、北京怀柔影视基地等规模较大、实力较强的龙头企业。由于目前没有官方关于影视基地立项和备案的准确数据，本文根据影视基地在各数字地图平台的标注信息进行了统计，并人工剔除了影视教育培训基地、影视制作基地、电影院等影视衍生领域，仅保留具有拍摄功能的实景影视基地。该类型影视基地普遍具有一定的占地规模，且对地理空间有一定要求。我们再经过比对筛查后在全国范围内选择了 180 个符合条件的研究样本，得出以下信息。

表 1 中国影视基地地域分布表

东南地区	浙江	北京	山东	四川	江西	江苏	重庆	云南	湖北	总计
	25	15	10	10	9	8	7	6	6	159
	山西	黑龙江	辽宁	河北	陕西	上海	天津	广东	福建	
	6	6	6	6	5	5	4	4	4	
	贵州	湖南	安徽	河南	海南	广西	台湾	香港	吉林	
	4	3	3	2	1	1	1	1	1	
西北地区	新疆		内蒙古		宁夏		青海	西藏	甘肃	总计
	8		5		4		1	1	2	21

（一）中国影视基地呈西北稀疏、东南密集之态势

从根据统计数据形成的影视基地地域分布表（见表 1）来看，全国影视基地虽然星罗棋布，但主要依赖自然资源和历史人文资源，寻找差异化的发展道路。其中东部长三角地区影视基地分布最为密集，以最为典型的浙江省为例，独特的自然风貌和地缘优势使其拥有了二十多个成规模的影视基地。在南部地区中，拥有自然风貌资源的云南、江西、四川影视基地数量较多。而北部地区影视基地更多依托于各地丰厚的历史人文资源。从目前的发展现状来看，全国影视基地空间分布不均匀，东西分布比例不协调，基本吻合“胡焕庸线”的地理梯度。同时，中国影视基地已经大致形成了北、东、南三大影视基地群。其中，最为集中的主要在东部地区，其次是较为发达的中部地区和北方地区，而西部地区的影视基地数量明显偏少。影视基地的分布与集聚阐释了“地理环境尤其是自然资源的排列组合借由人类活动的积淀作用，最终呈现为差异性的人文地理活动”^[1]。作为媒介景观的影视基地必然是众多资源在地理空间的积累和沉淀。

（二）长三角地区已经形成了较为明显的影视产业集聚效应

中国的影视基地已经呈现出遍地开花之势。据统计，全国各省、自治区、直辖市都有自己的影视基地，且数量和规模都呈现加速度的发展态势。随着国产影视剧产业发展逐步接近峰值，以及产业集聚效应的发挥，具备集聚优势的影视基地，将在日趋白热化的竞争中获取优势。

“媒介在地理上的集群将产生巨大的磁吸作用、整合作用、优化作用、发散作用，直接推动政治、经济、文化、教育的发展与繁荣”。^[4]产业的聚集是影视资源在地理空间上的汇聚，增强了辐射范围。中国影视产业主要集中在东南半壁的城市带。浙江、北京、山东、四川、江西、江苏的影视基地在建设数量上领先全国。长三角地区已经形成了较为明显的影视产业集聚效应，金华、宁波、上海、杭州、无锡对影视产业发展都有较强预期和政策投入。长三角地区影视基地无论规模、发展水平、影响力都在全国处于领先地位。

表 2 2018 年上映的电视剧拍摄地 TOP10 省份^①

上海	北京	浙江	江苏	辽宁	山东	广东	福建	云南	新疆
39	18	16	10	8	5	5	4	3	3

表 3 2018 年上映的电影拍摄地 TOP10 省份^②

北京	广东	上海	浙江	山东	香港	内蒙古	江苏	云南	重庆
27	21	11	8	8	8	8	7	6	5

产业集聚必然带来地域影视作品的爆发。从 2018 年上映的电视剧数量来看（见图 1），位列前十的省份中，地处长三角地区的上海、浙江、江苏排名靠前。另外，在 2018 年电影拍摄数量方面（见表 3），上海、浙江、江苏的电影上映数量位居全国前列。上海凭借地缘、技术、资金、人才等优势成为电视剧产量最高的城市，遥遥领先于国内其他地区。除长三角地区外，作为全国政治文化中心的北京，在影视剧产量方面也是名列前茅。这说明，电视剧、电影的出品城市并不完全和拍摄地、影视基地有关，也和各地的影视文化政策和影视企业的产业布局有关。

（三）中国影视基地以城市化、集群化形态形成地理落差

“当代媒介生产地点都选择在城市、而且呈现出小城市向大城市、一般城市向省会城市、内地城市向沿海城市转移的趋势，甚至在中国长江三角洲和珠江三角洲已初步形成了密集的媒介城市带。”^{〔4〕} 根据全国影视基地的地理分布来看，经济、政策与人才成为影视基地聚集的重要基础和依托，影视基地建设主要集中在经济文化实力较为强势的地区（见图 1），更多地选择人口稠密地区和城市周边发展（见图 1），普遍集中在经济、政策、文化与人才富集的较发达地区，且大多依托一、二线城市的资源发展。

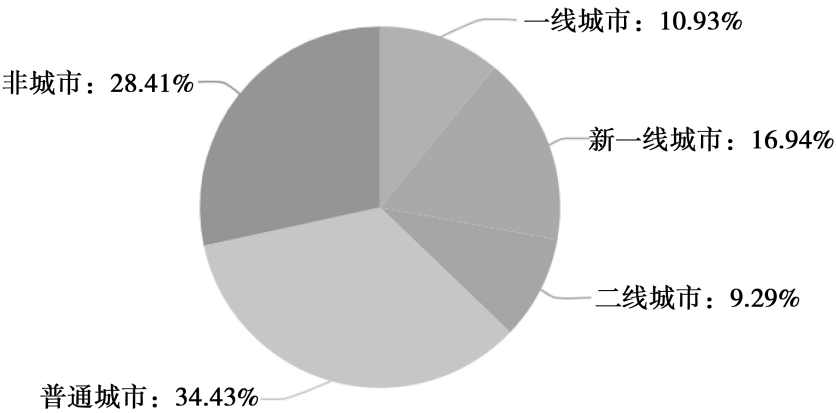


图 1 中国影视基地数量分布图^③

① 2018 年上映的电视剧数据来自南方财富网《2018 年上映电视剧_2018 电视剧上映时间表一览》，笔者经过对拍摄地数据统计后制表。

② 2018 年上映的电影数据来自优酷视频平台上映的院线电影，笔者经过对拍摄地数据统计后制表。

③ 根据第一财经发布的《2019 城市商业魅力排行榜》中的城市级别来划分，非城市主要指一些小城镇、县级行政区。

城市集群化可以为影视产业的发展赋能。“如果城市在一定区域内集群形成城市带，形成与城市带相关的媒介集群和能量集群，那将会在媒介生产和文化传播方面产生无比巨大的能量，进而会对整个区域甚至于全国全世界的传播格局和文化建设产生巨大影响。”^[1]近年来，中国影视基地城市集群化发展趋势逐渐形成，长三角城市带、珠三角城市带尤为明显，其中杭州、金华、宁波以及周边的上海、无锡，事实上已经形成了影视基地的区域高度集聚，形成影视产业的集群化发展，健全影视产业链和影视生态圈，强化区位和资源优势，进而实现难以逾越的竞争优势。

二、景观呈现：中国影视基地发展现状

“景观是地理学的概念，是指不同时期的地球形态的集合。媒介景观既指为了生产和传播信息而进行的资源分配，也指各种媒介所创造的虚拟图景。而影视基地所售卖的影视景观正是一种媒介景观。它不仅是影视剧所虚构的物质空间，是看得见的真实景观，还是维系影视剧和消费者之间关系的纽带，是可供消费者品味和想象的符号景观。”^[2]随着中国影视行业的不断成熟，影视基地在地理名称标注上呈现为影视城、影视拍摄基地、影视文化基地、影视产业园区、影视主题公园等诸多形态。而无论影视基地的景观形态如何，发展模式如何，其核心都是影视拍摄资源的延伸。

根据《中国传媒产业发展报告（2019）》的分析，影视产业五大板块都在持续增长：2018年电影市场票房增长9.06%，票房总量全球第二。^[5]电视剧总量稳中有增，323部的数量与前两年基本持平；网络剧数量放量大涨27%，成为近年影视基地重要的增长点。^[6]2018年网络大电影数量为1562部，申请并获得“电影公映许可证”的有146部，是2017年的4.5倍。^{[5](91)}截至2018年2月，综合视频平台的短视频（含微电影）与短视频聚合平台的活跃用户分别达到4.03亿人和1.65亿人。^[7]从影视产业五大板块的发展态势来看，作为媒介景观的影视基地，依然酝酿着巨大的增长空间和发展机遇，其中决定性的因素就是如何强化和提升产业集群和龙头企业的优势。

（一）产业集群：强化优化空间集聚的发展模式

集群（cluster）一词由美国哈佛商学院教授迈克尔·波特（Michael E. Porter）于1990年正式提出。产业集群是指同一产业在某个特定地理区域内高度集中、产业资本要素在空间范围内不断汇聚的一个过程。产业集群是产业集聚的重要方式。关于产业集群的学术文献与研究成果不可胜数。由波特提出的“钻石”模型等一系列竞争力分析工具已经广为使用。著名学者艾伦·约翰·斯科特（Allen John Scott）则认为产业集群是一种“路径依赖”（path-dependent），一旦一个产业在某个地方扎根，形成规模经济，就会吸引越来越多的企业在此集聚，即使别的地方有更好的区位优势，也无法改变已有的空间布局。^[8]

中国影视基地分布最为集中的就是浙江地区。“近年来，宁波象山影视基地、湖州影视城、金华永康西溪影视基地等纷纷崛起，使得目前浙江已形成以横店为轴心、周边城市为辐射的影视拍摄产业集群。”^[9]克鲁格曼（Krugman, P）曾经提出，产业集聚发生过程中的“偶然事件”或自发性可以起到重要作用。^[10]浙江影视产业集群形成与横店民营经济发展有着紧密的关系。谢晋导演的《鸦片战争》和徐文荣的“广州城”开启了影视产业基地的横店模式，很大程度上就是克鲁格曼所指出的偶然和自发的作用。其后，横店大张旗鼓建设了明清宫、秦王宫、梦幻谷，甚至重建了圆明新园。横店走的就是一条外景拍摄资源不断积聚的道路，而外景资源的集聚，又带来了横店周边影视企业、影视人才和影视物资的集聚。最终，形成了以横店为核心的影视产业集群。而另一家浙江企业——阿里影业则在数年间投资数百亿，实现了对影视IP、影视拍摄、影视制作、影视后期、院线、视频网站、票务服务等影

视全产业链的战略布局。不同于横店“偶然”的产业集聚，阿里影业立足依靠精准的策划与运营，不仅是影视企业数量上的集聚，更注重产业链上的补齐和完善。事实上，无论是横店模式还是阿里影业模式，其本质都是通过强化优化产业集聚巩固自身的竞争优势。

（二）龙头企业：地域化和特色化的发展模式

城市是媒介聚集之地、大众消费与娱乐中心，往往凭借资源禀赋成为影视产业的绝佳发展之地。从“胡焕庸线”分割的地理版图中就可以看出，影视资源主要集中于各大城市。而在当前东、中部地区影视基地的分布中，一改以往大城市“跑马圈地”的影视发展模式，以二线城市、小城镇为基础，影视基地以龙头企业为核心的区域化和特色化发展模式较为显著（见表4）。

表 4 二线城市和小城镇的影视基地数量表

二线城市	厦门	台州	大连	佛山	常州	海口	中山
	2	2	2	2	1	1	1
	无锡	长春	南昌	太原	珠海	温州	
	1	1	1	1	1	1	
小城镇	浙江	安徽	江西	福建	宁夏	云南	湖北
	14	2	5	2	2	3	1
	河南	河北	山东	辽宁	黑龙江	陕西	贵州
	1	6	5	2	2	1	1
	甘肃	青海	四川	山西	新疆	湖南	
	2	1	4	3	4	2	

影视基地发展对土地资源的依赖较大，这在一定程度上限制了一线城市大力发展影视基地的可能性，也导致影视基地在地理分布上往往偏向于经济发达地区一线城市周边。以横店为例，其地处浙江省东阳市境内，原先只是一个交通闭塞的山村，丘陵和荒山占据了大部分的土地。这样的地理条件，原本并不利于产业发展，但横店的优势就在于掌握了大量待开发土地资源，为影视基地发展积蓄了潜能。横店大量实景基地的建设，无不有赖于土地资源的利用，而实景基地的规模和空间又直接降低了剧组的转场成本。高效的一体化、一站式影视服务体系，也为横店带来“中国好莱坞”的良好口碑。

迈克·克朗（Mike Crang）认为，媒介所创造的地理景观将影响媒介消费者的日常生活。^[11]这种影响或是对影视剧中地理场景的向往，或是对其中生活方式的模仿，甚至是一种置身其中的期待。无论是何种影响，其间包含的商业价值已经被越来越多的影视基地所挖掘，影视基地绝不仅仅是影视产品制作的地理空间，它更是影视产品消费过程的重要组成部分。譬如，地处车墩镇的上海影视乐园就是一个集文化传播、影视拍摄、旅游观光为一体的主题公园。它在上海周边为游客打造了一个民国老上海的媒介景观，这里充满旧上海的市井风情，有 30 年代老上海的特色风貌。上海影视乐园因其拥有区域特色获得了差异化的竞争力，进而成为地方影视基地的龙头。据不完全统计，2018 年在上海车墩影视基地拍摄的电视剧数量占上海地区拍摄总量的 64.1%。^①除此之外，镇北堡西部影视城地处宁夏银川西郊镇北堡，雄浑的贺兰山东麓，是在一个原始古堡的基础上修建的，以其古朴、原始、粗犷、荒凉、民间化的特色被誉为“中国一绝”。得天独厚的自然风貌使其成为众多影视作品的取景地，也成为北方地区影视基地的龙头。

三、未来趋势：现代化的“华莱坞”影视产业基地

技术一直是推动传媒产业发展的最主要力量。在技术与产业的共同推动下，作为华莱坞影视产业

① 数据来自南方财富网《2018 年上映电视剧_ 2018 电视剧上映时间表一览》，笔者经过对拍摄地数据统计后得出。

重要指标的影视基地正在快速转型。

（一）“智能+”背景下的影视工业化发展路径

在智能化浪潮的冲击下，影视拍摄和制作技术正在更新迭代，CG技术、云渲染技术、3D打印技术等各种新技术正在被广泛应用，5G时代即将到来的万物互联和人工智能也将为影视产业发展带来更多想象空间。VR、AR、MR将改变传统的影视消费模式，全球生产、随时上传、无限链接、实时共享和深度化体验即将实现。目前，国内部分影视基地已经开始形成重视电影摄制方式的发展趋势。^[12]建设智能化的摄影棚成为了发展新业态的主要路径之一。摄影棚是影视制片中拍摄内景的主要场所。2008年，（怀柔）国家中影数字制作基地落成，标志着以摄影棚、录音棚等专业前后期制作设施为主的影视基地建设成为主流。青岛万达影视产业园因《流浪地球》而一举成名，旗下大量高技术摄影棚和3D打印车间是中国科幻电影成功的重要物资保障。随着数字化技术的不断推进，摄影棚也在不断向智能化、高效率、低成本方向发展，影视基地也正在逐渐从实景拍摄向工业化的“厂房”拍摄转变。横店这样以实景拍摄基地为主要竞争优势的影视基地也开始大量建设摄影棚，且已经形成八十多个摄影棚的规模。

（二）跨界融合背景下的高度集聚化发展路径

跨界融合已经成为中国影视基地发展的重要特点和主要趋势。这种融合不仅是将影视拍摄与旅游融合，而是影视产业与农业、工业、旅游、服务业等其他相关产业的聚集、融合，形成影视产业对文化产业以及周边区域各种产业的全面带动。影视产业不仅涉及群演招募、器材租赁、影视摄制、电影发行、院线管理等各个环节，还将带动周边餐饮、旅游、住宿、制造业、文创产业，甚至金融服务业，进而使影视产业基地不仅成为服务影视企业上下游最齐全的服务中介，一站式解决所有影视需求的资源平台，更成为带动周边区域经济发展的重要引擎。

（三）影视产业“江南核心区”的华莱坞想象

江南文化和西北文化一直是华莱坞电影中存在的两条最核心的文化脉络。从古至今，南文北武，南柔北刚，江南历来是文学艺术创作与传播的核心区域，是“胡焕庸线”东侧的文化集聚带。^[13]

新中国成立以来，“胡焕庸线”两侧内部人口集聚模式发生着明显变化，东南地区人口分布由改革开放之前和初期的相对均衡状态，转变为以长三角、珠三角等少数区域为中心的集聚模式，西北地区的人口集聚程度有所下降。^[14]中国人口地理分布版图的变化，在一定程度上可以折射出我国影视文化产业的分布格局与基本走势。纵观全局，中国影视基地未来将主要集聚在“江南核心区”，也就是长三角城市带区域。长三角城市带由江、浙、沪三地15个地级以上的城市构成，形成了以上海为城市轴心的联合发展格局。长三角城市带经济腹地广阔，是“一带一路”与长江经济带的重要交汇地带，更是中国参与国际竞争的重要平台。中国影视基地呈现向东南半壁的这些城市群集中发展的趋势。在长三角城市带发展影视产业，不仅可以利用长江流域丰富充裕的资源，而且有助于拓展对外影视传播路径，增加影视文化辐射范围，实现欧亚大陆东西联动发展。

四、结 语^①

本次研究指出了中国影视产业分布不平衡的现状和正在向长三角“江南核心区”集聚的趋势。影视产业的资源需要在地理纬度上优化分配，实现真正的跨越式发展，并形成“好莱坞”那样的全球影视中心。同时，本文并未讨论落后地区影视产业发展和影视基地建设的问题。事实上，如何利用西北

① 本研究数据以人工统计核验为主，难免存在遗漏。特此说明。

地区历史人文资源的优势突破影视产业的“胡焕庸线”，或更应成为研究者未来深入探讨的问题。

参考文献：

- [1] 邵培仁,周颖.重绘电影地图:突破华莱坞电影产业发展的“胡焕庸线”[J].暨南学报(哲学社会科学版),2016(10):41-53.
- [2] 邵培仁.论中国影视基地的媒介景观[J].媒体时代,2011(5):9-13.
- [3] 彭侃,谈洁.产业集群视野下的中国影视基地发展研究[J].当代电影,2019(8):67-71.
- [4] 邵培仁等.媒介理论前沿[M].杭州:浙江大学出版社,2009:23.
- [5] 崔保国等.中国传媒产业发展报告(2019)[M].北京:社会科学文献出版社·人文分社,2019:81-82.
- [6] 清华大学影视传播研究院、首都影视发展智库.2019中国电视剧产业发展报告[R].<http://www.199it.com/archives/874800.html?from=singlemessage>.
- [7] 易观.中国短视频行业年度盘点分析2018[R].<http://www.199it.com/archives/707472.html>.
- [8] 陆地,梁斐.好莱坞影视产业集群的钻石模型分析[J].新闻爱好者,2014(2):35.
- [9] 黄钟军.影视基地与旅游文化的互动——以浙江影视基地为例[J].上海艺术评论,2018(3):61.
- [10] Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. *Journal of Political Economy*, 99 (3): 483-499.
- [11] [英] 迈克·克朗.文化地理学[M].杨淑华,宋慧敏译.南京:南京大学出版社,2003:104.
- [12] 康健.浅析中国影视基地的升级与转型[J].电影新作,2018(2):122-128.
- [13] 邵培仁,周颖.江南核心性:媒介地理学视野下的华莱坞电影史研究[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2017(8):154-155.
- [14] 李佳洺等.胡焕庸线两侧人口的空间分异性及其变化[J].地理学报,2017(1):148-158.

[责任编辑:华晓红]