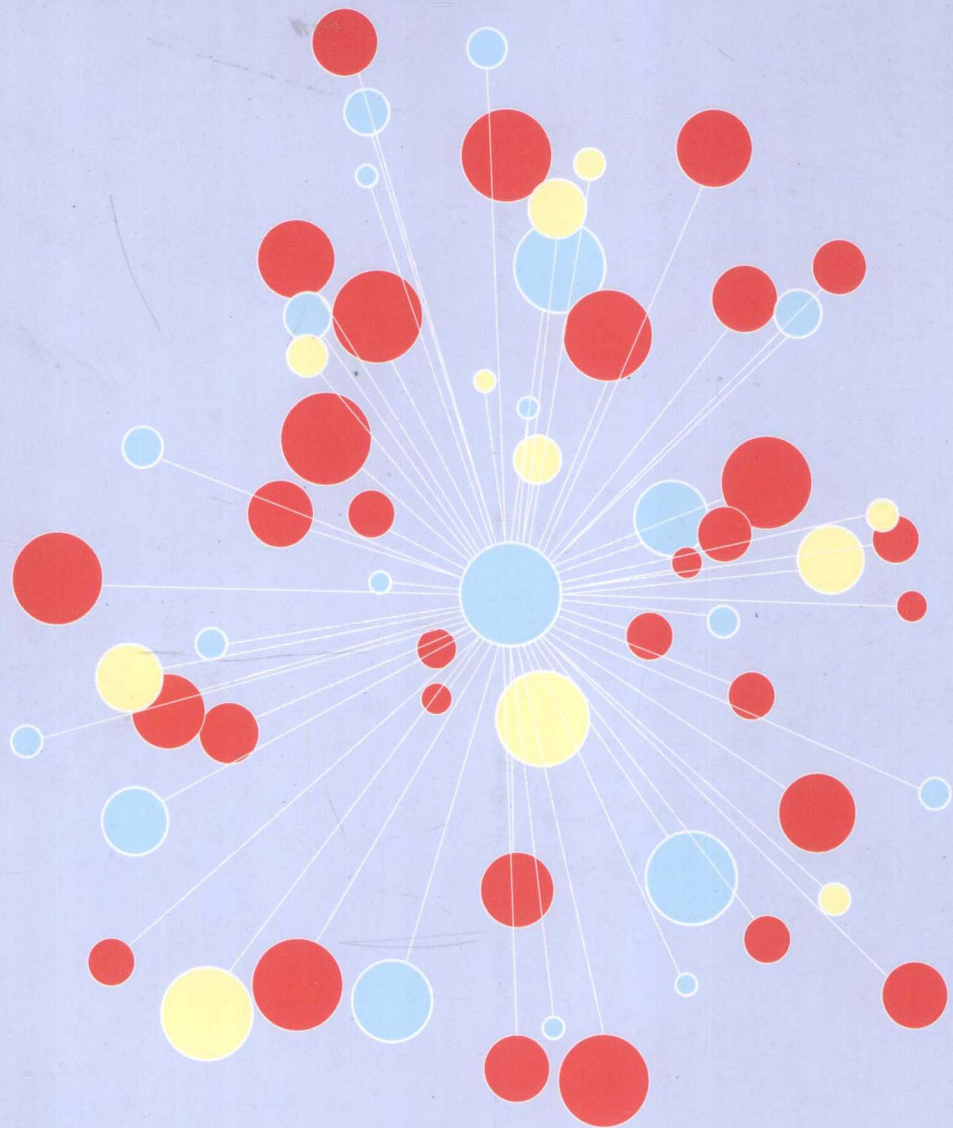




传媒研究新视野丛书（第二辑）

有形与无形

民营传媒生态研究

王 擎 著

中国传媒大学 出版社

1514586



CS1670557

野丛书（第二辑）

有形与无形

民营传媒生态研究

王 擎 著

G219.2

0128



中国传媒大学出版社

重庆师大图书馆

图书在版编目(CIP)数据

有形与无形:民营传媒生态研究/王擎著. —北京:中国传媒大学出版社,2012.7
ISBN 978-7-5657-0483-3

I. ①有… II. ①王… III. ①民营企业—传播媒介—研究—中国
IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 101863 号

有形与无形:民营传媒生态研究

作 者 王 擎
责任编辑 吴 磊
责任印制 曹 辉
封扉设计 魏 东
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024
电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司
开 本 730mm×988mm 1/16
印 张 16.5

版 次 2012年7月第1版 2012年7月第1次印刷

书 号 978-7-5657-0483-3/G·0483 定 价 49.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序一

本书是理论视野和实证结合观照且全面针对民营传媒研究的专著,作者对一个以往较少为理论视野分析的对象做了独特的思考,在相关于民营传媒的基本概念、历史嬗变、起因形成与发展的外部机运,与民营传媒内在发展要求形成的要素上,都做了深入的研究,在中国传媒研究中,这无疑是另辟蹊径的独特性研究。

不能不先从作者说起。作为传媒研究者,王擎的非“专一性”决定了研究的独特,读博士之前,她从事的是经济类报刊记者工作,厚实经济学基础和思考问题的视野,使之在岗位上已经成绩凸显。坚决转向读取影视传播方向的博士,一方面是学有所成的更高追求的驱使,也是期望借助原有基础考量传媒的新突破。由此,选定的传媒市场和传媒企业的思考就具有某种程度的必然性,但其实,考察的眼光和研究的角度才是其确立研究牵连先前基础带来的某种印记,而试图突破传统传媒的研究套路,将民营传媒作为考察对象的价值,则无疑为传媒的研究做了新鲜的探入。在一个较少触及却实在需要关注的研究对象的把握上,一个年轻研究者的抓取本身就是具有积极意义的。在学期间的研究,让王擎的客观性考察思考的优势得以深入,论题的深入又使得她的研究别具一格得到彰显。前述的“专一性”其实是传统影视传媒惯常的史论、审美价值和艺术精神探寻等等

基本层面研究,但随着市场和客观性规律研究的扩展延伸,打破专一的新的领域开拓必不可少,王擎的考量与生产、市场和产业链环节上的趋近客观性,无疑是当下研究的必然,而她的知识积累与思考性精神也得到了很好展现。

阅读本书,首先是深感其对于民营传媒的认知核心,不只是对传媒企业的嬗变探究,还体现了作者对国家经济和生产构成中民营经济的一份特别的关注,对大构架中的经济成分的民营经济的起伏变化的深层认知,和对于传媒经济构成中民营经济传媒的思考,依然显示了著者的微妙学识基础,但重要的是她对于国家传媒不能缺少民营经济传媒的认识,无论是理论上还是现实实际功绩上,都是正确的。在整个传媒的发展中,民营传媒的活力和创造性的确彰显,尽管在体量上,民营传媒还不能超越国有传媒集团,但它们取得的成绩,对于市场化背景下传媒发展所贡献的价值却有目共睹:最近若干年华谊兄弟几乎在生产受观众欢迎的电影中占据主力军位置,万达收购美国第二大院线成功之举让人刮目相看,博纳和其他一些民营机构越来越成为人们熟悉的电影创作主力,新媒体企业中“三大门户网站新浪、搜狐、网易成为在美国纳斯达克上市的股份制企业,在香港联交所主板上市的腾讯,也是由国内民间资本投资创立的。目前国内风头正劲的户外广告机构:分众传媒、大贺传媒分别在美国纳斯达克、香港上市,也同属民营传媒。”显然,民营传媒的力量已经不是不可忽视而是开始支撑大业了。王擎的关注自是一个应时而需要高度注意的论题。尽管在中国,国有层面的传媒占据重要格局的局面一时还难以撼动,但对于时代发展而言,更多更为宽泛意义的民营传媒的兴盛也是可以预见的事实,尤其是在生机活力面前,民营传媒的创造力已经显得十分抢眼,事实上在推动传媒发展的动力中,国家政策支持、大众舆论呼应、百姓接受和民营传媒的市场影响力多角结合是不可阻挡的现象,于是研究民营传媒的更好发展就需要有深入的研究作为支撑,目前,本书就是这一努力中厚实独特且理论视野开阔的重要研究成果。

如何认识民营传媒?这是需要建立在现实考察基础上的理论判断,我更为关注王擎研究所抓住的要害,即是扣住最为新进的“媒介生态”来进行的研究视野。笔者发现近年开始引进的媒介生态研究,触及的不只是媒介而是生态,一个更为广博的社会性命题。而这某种程度上也是学术研究和经济社会发展前行方向相一致的需要。正由此,她认为:本文以媒介生态为研究框架,从探讨民营传媒的生态入手,揭示中国传媒制度的变迁及内在的市场逻辑,以期更全面地理解中国的传媒生态。站在这一基点上,本书的研究对于民营传媒的历史状况做了梳理,而针对当下的民营传媒的发展重要问题的研究则成为其思考的中心。如她所言,经过研究发现了传媒的所有制问题,归根结底涉及对传媒的控制及其利益动机。这一问题因其文化价值观念和历史实践上的重重矛盾而变得异常复杂,但抓住这个问题,是了解我国传媒体制,理解当前的传媒生态的关键所在之一。这一结论,除了结论所具有的研究性价值外,更可以看到王擎研究的非单一性研究意义,即她不是为了传媒研究而考察,似乎有更为扩大的文化和社会责任在驱使其研究,意图在促进国家发展传媒的方向性提示上,给予研究更大的价值。

其实,本书的意义肯定不限于此,但作为导师欣然于阅读的感受,却在于一个研究有不仅在对象性研究中得出考察推理的合理性,看出研究者理论修养和学术能力的高远,还在于研究具有对于国计民生的宏大关切和对于文化发展的责任意识,这样研究的精神层面意义才能得到体现。而研究者的长远发展也才可以预期。所以,上述的阅读感受不在乎全面的读解这本著作,也不能代替其逻辑延展的学理阐释,但只要细读下去,会发现她对于民营传媒研究的许多闪光处和不少有价值的个见,我就不再越俎代庖去分析了。

应该提及,王擎在校期间已经显露出不动声色的睿智和独立思考的能力,在研究对象的把握上总是有细致的思虑,而在获得博士学位后,进入大学教学,完成了从业界优秀者的经验积累、到高端研究者学理探究的学术提升、再到大学从教者教书育人和更为深入学术探讨的新台阶,她不仅获得资

助到国外高校传媒研究高地去进一步研修,还承担了国家科研课题扩展研究领域,学术的精进可以预期,相信在继续深入后,她的学术之路上会呈现更为丰富的研究成果。

约略为序,是为祝贺本书出版。

周星

2012年6月

(周星,北京师范大学艺术与传媒学院2级教授,博士生导师,学院院长兼党委书记,国务院学位委员会艺术学科评议组成员,教育部艺术类学科教学指导委员会副主任兼影视、戏剧、广播委员会主任,中国高校影视学会副会长,中国电视艺术家协会高校电视艺术委员会副主任,中国高教美育研究会副会长、中国电影家协会理论评论委员会副主任、全国艺术学会副会长、中国电影家协会电影教育与产业委员会副主任。)

序二

作为企业,民营传媒与其他民营企业一样,在20世纪50年代经历了从有到无以后,伴随着改革开放的进程,在80年代重新恢复,又从无到有发展起来。

计划经济条件下的新中国传媒业,是一种特殊的二元混合体制。即产权纳入国有事业单位性质,业务活动纳入宣传部门管理。由于这种特殊的体制,中国传媒业长期依靠国家财政拨款作为自有的资本进行积累,国家投入巨资支持传媒的发展。报纸、广电等媒体的发展计划都是由政府进行审批、立项。

改革开放以来,传媒的事业、行业到产业性质的定位,折射出传媒属性的变迁。对于传媒事业来说,所需经费全部由国家财政拨款,无需经营;对于传媒产业来说,实施独立核算、自负盈亏,要靠自己的经营活动来支撑传媒产业的生存和发展。国有机构可以经营传媒产业,民营机构同样也可以经营传媒产业,这是市场经济条件下传媒产业发展的一条不可抗拒的客观规律。

1980年,电子工业部科技情报研究所与美国国际数据集团(IDG)共同创办了中方控股的《计算机世界》,这是迄今为止国内唯一一家经国家新闻出版署批准的中外合资报纸。

1980年12月2日,原国家出版局发出《建议有计划有步骤地发展集体所有制和个体所有制的书店、书亭、书摊和书贩》的通知,民营书刊零售业开始出现。1982年民营书业正式跻身于

我国图书发行领域以来,到2002年,民营书业在一般的图书发行中所占的份额已超过了50%,几乎占了整个书业的“半壁江山”。在出版发行业,国家从默许“二渠道”的存在,到取消对“二渠道”的限制,民营的出版发行业最终取得合法身份。从1992年起,出版流通领域允许民办书报刊零售存在。现在全国已有近10万多家民营零售摊点,在国有流通渠道之外形成了另外一种流通渠道,并且在市场流通中发挥了重要作用。

从1994年第一家民营电视机构——嘉实广告诞生至今,我国民营电视企业已经逐渐在磨砺中成熟壮大。民营电视机构采用市场化灵活的运行机制,根据市场的需求生产出具有一定水平的节目,运用开放、协同、各电视媒体参与、进行再包装等经营手段,在短时间内扩大和完成随片广告的征集,其优势十分明显。

1995年,我国传媒业出现根本变革,传媒的投资主体开始从政府转变为媒介自身。2001年8月,中央办公厅发布了《中央宣传部、国家广电总局、新闻出版总署〈关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见〉的通知》,这一文件的出台标志着媒体政策正式开放。经营性资产可以上市是这一政策传达的最重要信息,从此民间资本得以名正言顺地进入传媒产业。目前我国已出现的民营传媒产业公司主要有综合性民营传媒产业经营公司即生产性民营传媒产业经营公司;传媒网络经营公司;传媒产品营销公司;承包式传媒产业经营公司;联合式传媒产业经营公司;跨媒介的传媒产业经营公司等。随着我国传媒体制改革的不断深化,将会产生更多类型的民营传媒产业机构,这是我国民营传媒产业发展的基本走势。

作为产业,民营传媒也是伴随着中国改革开放大潮逐步发展壮大的。民间资本进入传媒业取决于两个前提:一是这一产业发展前景看好,资本导入后能够获得相当的回报;二是这一产业缺少足够的自有资本,需要业外资本导入来弥补发展过程中资本投入的不足。

对许多民间资本投资者来说,传媒有其广阔的市场前景,传媒产业是“能获取超额利润的最后一块领地”。从世界范围看,传媒是一个巨大的产

业。从2004年至今,我国新闻出版业保持着近20%的平均增幅,速度明显高于我国GDP的年均增幅。传媒业占GDP的比重总体呈现上升趋势,其中2006年达到1.56%。传媒业自20世纪90年代以来,虽然广告收入年平均增长率大大高于同期国民生产总值的增长速度,但所占比例还不到国内生产总值的1%,而发达国家已占2%左右。数据显示,2010年中国的文化传媒产业增加值只占到国内生产总值比重的2.75%,与欧美日等发达国家相比距离仍然很大。如美国文化传媒产品占据了国际文化贸易市场达42.6%的份额,而中国仅占1.5%。中国传媒业因其产业尚处于起步阶段,其诱人的前景不可估量。

中国民营传媒业发展的大背景毫无疑问是整个民营经济的大发展。目前,我国民营企业占全国企业总数95%以上,经营资本、资产总额、固定资产投资60%以上,税收贡献65%、销售收入75%、从业人员85%以上,民营经济已占全国经济的2/3。其中,民营传媒企业功不可没。仅以浙江民营发行业为例。虽然该行业是散兵游勇式的家族制经营模式,但是民营发行网点约7700处,解决了2.2万多人的就业。

当前,我国许多行业都不同程度存在着“国进民退”现象,传媒业也不例外。在国有比重已经很高的传媒业,进一步的“国进民退”将极大地制约作为创新性产业的传媒业的发展,也不利于传媒企业市场主体的发挥。传媒业若要大发展,就必须进一步解放思想,与时俱进,破除垄断。坚持国有经济为主导,民营经济为主体,多种所有制经济平等竞争、相互促进、共同发展。首先,进一步改善有利于民营传媒发展的政策、法律和社会环境。健全市场规则、减少行政干预,建立包括新闻法在内的法律体系、监管制度和更开放的社会环境。其次,建立中国特色的传媒产业制度模式:以改革国有传媒产业为重点,积极培育民营传媒产业体系,面向受众、面向市场进行机制创新,完善法人治理结构,建立以投资主体多元化为特征的股份制公司,或以股份制为核心的现代企业制度。

王擎新著《有形与无形:民营传媒生态研究》,是我国第一部有关民营传

媒生态状况的专著。作者通过案例分析和实证研究,以三十多年改革开放为背景,市场化改革为主线和民营传媒生态为切入点,生动描述了民营传媒的产生、成长的生态图景;深刻分析了民营传媒的内涵、特点和发展状况,对中国社会产生的影响,制约民营传媒生态发展有形、无形因素;全面揭示了转型时期中国传媒制度变迁及内在市场逻辑和未来发展前景。

作者在财经媒体工作多年,长期从事民营经济报道,又长时间活跃在经济新闻研究、教学一线,对传媒产业和民营经济领域非常熟悉并有独到的见解。通读本书,我们看到的不仅是民营传媒生态,而是作为我国传媒生态的一个组成部分,从民营传媒出发研究传媒生态,为我们展示了一个完全不同的视角和不可多得的场景。

我们还可以看到,民营传媒不仅是从计划经济向市场经济转型的过程中出现的,也不仅是传统体制所没有的一种新的演变和中国传媒产业体制转型实质所在,更重要的是转型时期整个民营经济成长的缩影。

中国民营经济已经站在一个新的历史起点上。新的历史起点意味着民营经济会有更大发展,对经济贡献的绝对量不断增长,相对比重进一步提升,这是历史发展的大趋势,也是中国经济发展的大趋势。如果我们不反对这个判断的话,那么,民营传媒尽管身处意识形态相对浓厚的传媒领域,国有部门改革相对滞后,但改革与发展的大趋势,决定了中国民营传媒将继续在艰难中发展,在曲折中前行,前景依然看好。

是为序。

黄文夫

2012年6月

(黄文夫,全国工商联研究室巡视员,原《中华工商时报》总编辑。)

目 录

C O N T E N T S

序 一 /1

序 二 /5

绪 论 /1

第一章 民营传媒的界定及民营传媒生态的内涵 /16

第一节 传媒与民营传媒 /17

第二节 生态与民营传媒生态 /31

本章小结 /37

第二章 民营传媒:市场经济下的产物 /38

第一节 计划经济体制下的传媒 /38

第二节 市场经济体制下的传媒 /46

第三节 加入 WTO 后的传媒生态 /61

第四节 民营传媒是传媒发展的必然结果 /66

本章小结 /84

第三章 民营传媒生态图景 /86

第一节 民营传媒外部生存环境分析 /87

第二节 政府与民营传媒关系描述 /93

第三节 民营传媒内生态分析:双轨制并存的传媒市场 /105

第四节 市场主体的竞争态势分析:“公平”愿望落空 /118

本章小结 /133

第四章 民营传媒的内涵审视 /135

第一节 民营传媒市场主体的经济涵义 /136

第二节 民营传媒的特征与运作模式 /142

第三节 民营传媒现状描述 /158

本章小结 /174

第五章 民营传媒对社会的影响 /176

第一节 民营传媒对社会的积极作用 /176

第二节 民营传媒对社会的消极作用 /187

第三节 博弈与改变 /190

本章小结 /193

第六章 民营传媒的困境与思考 /194

第一节 民营传媒的发展困境:有形与无形 /194

第二节 民营传媒对传媒生态变革的诉求 /204

第三节 对民营传媒业未来的思考 /206

本章小结 /208

附 录 /209

参考文献 /248

后 记 /253

绪 论

一、研究的缘由及价值

随着我国入世、新一轮文化体制改革的启动,对传媒生态问题的深入探讨和理性面对,已变得越来越无法回避。尤其是对于民营传媒的发展,面临着不少相关的理论和实践困惑,需要更多深入细致的研究和讨论。本书以媒介生态为研究框架,从探讨民营传媒的生态入手,揭示中国传媒制度的变迁及内在的市场逻辑,以期更全面地理解中国的传媒生态。

应该说,学术界对“民营传媒”的认识正在形成。中国传媒大学周鸿铎教授在《洞析媒介——回应传媒变革》一书中对媒介文化体制改革提出建议,“未来的媒介文化产业制度模式是:以改革国有媒介产业为重点,积极培育民营媒介产业体系,面向受众、面向市场进行机制创新,完善法人治理结构,建立现代企业制度。”中国人民大学蔡雯教授、湖南师范大学蔡骥教授在其著作《媒介竞争与媒介文化》一书中也提到,“这些政策表明国家在尽力培育和呵护弱小的民营传媒这一块”。对于具体媒介类型中出现的民营传媒现象也有研究,比如北京大学新闻与传播学院陆地教授在2005年主编的《解析中国民营电视》一书中,采用访谈的方式,对16家民营电视节目制作公司进行剖析阐释。2007年出版的《中国民营影视企业现状与发展》则是2004年第十三届中国金鸡百花电影节学术研讨会上推出的“首届中国民营影视

业高峰论坛”上相关专家学者的论文集萃,2007年,耿蕊的专著《中国民营影视发展研究》也就民营影视的现状和对策提出了见解。但是至今,还很少有将民营传媒整体作为研究对象的论著,对于民营传媒的界定也是模糊的。

“民营”是非常具有中国特色的一个词汇,它是在中国经济体制改革过程中产生的。根据国内著名经济学家厉以宁的观点,民营经济是一个相对模糊的概念,各种不同所有制的企业都包括在内。根据目前国内的具体情况,民营企业至少包括以下六类企业:(1)个体工商户;(2)个人、家庭或家族所有的企业;(3)个人、家庭或家族所有制的企业通过改制而形成的股份制企业;(4)通过国有资产重组而形成的,既有国家投资,又有个人、家庭或家族投资的企业;(5)合伙制企业;(6)由公众集资而建立的企业。从这个概念出发,在我国的传媒企业中,不仅已经存在了民营企业,而且为数不少。

作为新媒体的网络媒体、户外媒体,诞生时间较晚,既具有媒介特性,但在初期又没有被纳入媒体管理体系中,处在一个规避传媒政策风险的中间地带。在这样一些新型的传媒形态中,民营传媒占据了非常重要的地位。

三大门户网站新浪、搜狐、网易,都是在美国纳斯达克上市的股份制企业,在香港联交所主板上市的腾讯,也是由国内民间资本投资创立的,因此都属于民营传媒。目前在国内风头正劲的户外广告机构:分众传媒^①、大贺传媒^②分别在美国纳斯达克、香港上市,也同属民营传媒。

在传统的传媒形态中,诸如电视、电影,不仅出现了民营的电视制作公司、民营的电影公司,而且其发展势头越来越强劲。

① 分众传媒的创始人江南春将其公司在美国纳斯达克上市时,年仅32岁,2006年1月11日,分众传媒宣布合并国内另一家从事户外广告的传媒机构聚众传媒后,江南春个人身价已达4.52亿美元。

② 大贺传媒的董事长贺超兵毕业于南京艺术学院,1994年创办大贺,任董事长、总裁。大贺户外传媒是中国最大的专业化户外广告集团公司之一。2003年11月,大贺户外传媒在香港联交所创业板成功上市,开创中国内地民营广告企业上市先河。

电视制作领域里,知名度较高的四大民营电视制作企业包括光线传媒^①、欢乐传媒^②、派格太和环球传媒^③、唐龙国际传媒^④。

与在电视领域,民营企业只能充当内容提供商,无法掌控播出渠道相比,电影领域里的民营公司则可以既拥有电影制作许可证,又可以拥有电影发行许可证,其市场腾挪的空间远比民营电视制作公司大得多。

出品了《手机》、《夜宴》、《集结号》、《非诚勿扰》等卖座影片的华谊兄弟传媒集团总裁王中军在出席“2005《福布斯》中文版文化娱乐产业论坛”时颇为自负地说:“民营公司在中国电影市场的角色是越来越重,基本上除了原来的中影、上影、西影的块头很大以外,真正能在电影市场上有说话分量的,

-
- ① 光线传媒总裁王长田原来是《中华工商时报》的一名财经记者。1998年,他以“个体电视业者”的身份开始了艰难的创业。最初的5个股东凑集10万元创业资本,成立了一个“光线电视策划研究中心”,和很多小电视制作公司一样出卖策划报告和小专题片。到1999年9月底,4个创业伙伴先后离光线而去。但是王长田坚持了下来,从1999年7月1日开播的《中国娱乐报道》开始,王长田一步步拓展着自己的事业。如今光线传媒的节目领域涵盖娱乐、体育、时尚和电视剧,拥有12档节目,每日制作量达6小时,在全国近300家电视台600台次播放,覆盖中国内地全部地区,收视观众达10亿人以上。
- ② 欢乐传媒集团创建于1998年。公司成立之初,就凭借王牌节目《欢乐总动员》的热播,迅速确立了在内地民营娱乐传媒业的地位,此后又推出了《财富大考场》、《每日文化播报》等风格迥异、视角独特的电视产品。目前,欢乐传媒已形成集节目制作、发行、媒介广告销售、无线及网络应用、艺人演艺经纪、宣传推广于一身的传媒产业集团。2006年上半年,欢乐传媒完成了对著名原创文学网站榕树下的收购。此次收购,不仅表明以电视节目制作起家的欢乐传媒迈出了新媒体投资的第一步,同时也是内地民营传媒企业第一起收购新媒体案。
- ③ 创立于1993年的派格太和环球传媒是国内最早成立的民营传媒企业,1993年即以《环球影视》开创民营公司制作和运营电视节目的先河,目前是拥有近亿资产规模和三百余名员工的民营传媒大企业,并获得了文化部颁发给民营文化公司的第一张A级演出执照,成为国内民营传媒企业中的佼佼者。
- ④ 唐龙国际也是较早成立的民营制作公司,1994年进行电视剧制作和国际发行,1998年开始以综合性电视节目运营商的身份出现,曾先后引进维亚康母儿童节目《尼克知识乐园》和BBC制作的《机器人广播台》。2003年开始,唐龙国际开始提升本土节目的制作数量和水平,并以本土节目进入国际市场进行版权交易。

有两三家：华谊兄弟、保利华谊、新画面。”王中军提到华谊兄弟传媒集团^①、中国保利华亿传媒^②、北京新画面影业公司^③都是获得了独立电影制片权的民营电影公司。

不得不承认的是，在报纸、广播这样掌握着舆论导向权的传统传媒形态中，无论是从数量，还是从市场占有率上，民营资本远逊于其在新媒体及电影电视业中的表现。但有一个事实不容否认，民营资本已经通过各种方式或明或暗地进入了该领域。

国内知名的经济类周报《经济观察报》，虽然名义上是山东省新闻出版署的报纸，但业界都知道，这张报纸其实是山东一家企业投资 2000 万创办的，报纸的采编、经营全部在北京进行，与山东省新闻出版署之间的关系只是极其松散的挂靠关系。这张报纸从投资人角度而言，其实完全称得上是

-
- ① 华谊兄弟传媒集团总裁王中军的创业带有一些传奇色彩。1994 年，在获得美国纽约州立大学大众传媒专业硕士学位之后，他怀揣在美国赚到的 10 万美元，回国创业。华谊刚开始做的是一本小杂志，刊登一些广告，然后直邮给使馆和三星级以上的高级公寓。王中军当时印象最深的是每天早上骑着自行车到地铁口，锁好车，然后坐地铁，到建国门下车，再去公司。然而三年后，华谊广告公司进入中国十大广告公司行列。1998 年，王中军出资拍了自己的第一部电视剧《心理诊所》，虽然没有拍戏的经验，但王中军利用自己做广告的优势，进行了很好的推广，第一部戏居然赢利百分之百！2000 年 12 月 18 日，华谊兄弟太合影视投资公司正式挂牌成立。王中军出任总裁。如今，华谊兄弟已经成为中国最大的民营电影公司。2009 年 10 月，华谊兄弟传媒股份有限公司在创业板上市。
- ② 中国保利华亿传媒的成立带有标杆性意义。他是国有、民营企业合作开拓传媒业的典范，同时也预示着中国迄今为止最大的文化产业并购案的全面完成，是积极响应中国政府大力发展文化产业建设的成果。保利华亿传媒的两大合作方是保利集团和华亿传媒。保利集团作为中国著名的多元化产业集团，拥有强大的资金实力和资源背景，是资产上百亿的国有大型企业集团。华亿传媒成立于 1996 年，一直致力于民族影视业的投资与开发，拥有电影片库 160 余部，并制作、发行了一大批精品影视剧，如《卧虎藏龙》、《荆轲刺秦王》、《没完没了》、《绿茶》、《漂亮妈妈》、《小城之春》等，旗下拥有多家实力型制作企业，如由英达先生领衔并致力于情景喜剧创作的英氏影视、由赵宝刚导演创办的以都市言情剧而闻名的鑫宝源公司等；2003 年，为顺应中国政府关于文化体制改革试点工作的需要，经与海南广播电视台协商，在海南省委宣传部的大力支持下，华亿传媒正式入股旅游卫视。
- ③ 新画面公司网站的首页是这样介绍自己的：“北京新画面影业有限公司成立于 1997 年。作为一家民营电影制作公司，该机构由世界级电影导演张艺谋担任艺术总监，是当今中国内地最具商业竞争力、最有朝气的民营电影生产企业。”该公司出品的电影《满城尽带黄金甲》获得近 3 亿的票房。之后又推出了《三枪拍案惊奇》、《山楂树之恋》、《金陵十三钗》等电影。