

电影产业

经济研究

巩继程 刘耀东 ◇ 著

河北教育出版社

电影产业经济研究

巩继程 刘耀东 著

编委：魏真 冯宣凯
刘灏 马梦妮

河北教育出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电影产业经济研究/ 巩继程, 刘耀东著. —石家庄: 河北教育

出版社, 2008.12

ISBN 978-7-5434-7133-7

I. 电… II. ①巩…②刘… III. 电影事业—产业经济学—
研究 IV. J90-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 193122 号

出 版 河北教育出版社

网址: <http://www.hbep.com>

地址: 石家庄市联盟路 705 号, 050061

发 行 河北麦田图书有限责任公司

印 制 石家庄华安印务有限公司

开 本 787 × 1092 毫米 1/16

印 张 22

字 数 455千字

版 次 2008 年12月第 1 版

印 次 2008 年12月第 1 次印刷

统一书号 ISBN 978-7-5434-7133-7/J. 692

定 价 78.00元

版权所有, 翻印必究

宏观把握与整体论述(代序)

随着世界经济全球化的发展,以美国好莱坞大片为代表的电影类型,在商业运作上取得了非常大的成功,其电影产品,不断在世界各国得到高额回报。随之而来的是其他国家的电影,则出现不同程度的发展、衰落甚至行将消亡。各个国家开始注意到,在发展国家的经济产业的同时,发展各自的文化产业尤其是影视业是非常重要的举措。电影是一个综合的工业概念,电影产品是一个同时具有技术、艺术属性的商品,电影产业是一个可以带动和拉动其他产业的特殊行业。借鉴和运用世界先进的经济学理论和商业运作模式,使之成为推动本国电影产业发展的根本动力,这一产业理念和基本思想,得到越来越多的经济界、电影界人士的重视。特别是利用本国的历史、文化作为基础,发展电影产业,无论是坚守国家文化,还是丰富国家经济,都是具有现实意义的事情。

电影作为现代科学技术的产物,从杂耍到记录,从艺术到商业,其规模越来越大,已经成为世界各国重要的经济和文化产业。近十年,世界电影的大片制作日趋成熟,加上各个国家文化创意产业的发展和经济理论的介入,电影产业经济研究作为电影的学术理论研究,越来越显示出其重要的学术价值和经济价值。

从基本架构来看,《电影产业经济研究》一书按照经济学的基本框架,从微观和宏观两个主要领域对电影产业的经济学实践作出细致的阐述和研究,不仅例举了世界电影产业成功发展的案例,更从我国电影产业化进程中出现的体制和经济问题进行了总结,特别是将本书的研究与电影市场化运作结合,与电影产业发展融为一体,在论述和研究的学术体系上十分明确,内容详尽充实,论述逻辑清晰。

本书立足于电影产业,将具有经济特征的内容,作为电影的一个整体范畴和体系进行经济性质的梳理,具体分成了若干个相互联系、相互交织的部分,将经济学应用理论与电影产业结构和经济现象进行联系和整合,从电影制作产业、电影市场结构、电影产品范畴、电影产品属性、消费特征价值、生产成本价值等进行了深入研究,并从市场、消费的角度研究电影经济规律和经济特质。特别是细致研究了电影产业链环中具有经济学微观经济理论和宏观经济理论的问题,从电影产品形态出发,分析电影市场和产品的供求关系,阐释了电影产业发展,既要通过宏观运营策略走向市场,又要依靠微观产品细分来拓展市场,因此,具有创新意义。

本专著研究的课题和文章内容,涉及了经济学、电影学、市场学的各个方面,主要是借助于经济理论,对电影产业的生产理论、资本要素、技术因素、经济要素、人力要素、规模效应,通过一些具体案例分析,进行了理论与实践上的具体系统论述。同时,对于产业发展而言,就电影的产品界定、效用理论、价值属性、社会价值、双重属性、市场价格、产业策略、品牌研究、成本构成、管理模式、市场需求等方面,也进行了详尽的研究和梳理。特别是对电影专业化生产过程中的前期策划、制作流程、发行放映、市场细分、长尾理论、组织理论、法律法规、政策研究等方面,结合电影生产的实际进行了具体分析。各部分内容既相对独立,又彼此相互联系、衔接,形成一个有机的理论与应用研究整体,同时,形成一套以产业理论为框架的宏观电影经济学体系。

从研究方法来看,本书从多个方面和角度对涉及电影经济领域中的问题和观点进行论证和分析,采取了理论分析、实践经验、案例研究相结合的方法,充分关注电影产业制作性、实践性、操作性较强的特点,善于将经济理论知识与电影产业实践结合起来,立足于应用理论和实践体系研究的过程。同时,注意将多种经济理论和思维方式用于电影产业的整体问题和具体问题,运用近几十年来不断创新且较为成熟的经济学理论和电影产业的实践有机地进行结合的方法,重视实例研究和定性规范相互佐证,说明应该采取什么样的方法,解决什么样的问题;例举了国际电影产业经验和我国实际运行状况相结合的方法,通过分析、类比、互为补充,为我们国家电影产业的运营寻找实践根据。总之,本书运用系统的研究方法完成了本课题的研究工作,研究的思路比较开阔,对我们国家的电影产业发展有比较大的学术借鉴作用。

从学术价值来看,长期以来,我们国家电影理论界一直存在着重电影历史、理论、批评的研究,轻电影创作、制作、发行的研究的局面。本书的研究,在电影产业和产品不断发展的形势下,能够以欧美电影产业运营中的成功经验为研究范例和参照系数,能够将具有实用价值的经济学理念进行实践论证,结合中国电影产业自身发展特点和我国经济体系下的具体形态,形成自己的研究成果,具有学术意义和实用价值。本研究课题的学术意义在于采用课题的形式立项,用专著的形式结项,对电影的应用产业经济理论进行了研究,在我们国家电影经济理论研究严重匮乏的情况下,作出了非常可贵的探索。

《电影产业经济研究》的出版,极大地充实了电影产业经济理论的学术研究,更有效地拓展了电影学学科研究的领域,并初步形成了一套比较完整的理论体系,在课程上和学术上弥补了电影学与经济学相互补充的学术空白。特别是在宏观产业经济领域,对电影制片管理是一个非常好的学术建设。同时,对于各个大学有关文化产业管理、电影制片管理、电影制作等专业的教学研究,都是一本非常好的参考书。

全国政协教科文卫体委员会委员
北京影视家协会副主席
北京电影学院院长、博士生导师、教授
张会军

2008年10月

前言

《电影产业经济研究》初稿完成的时候，全球金融危机已渐成燎原之势。可喜的是，从各方面信息来看，全球电影产业，特别是好莱坞电影业没有受到太大损失。这一年仍有很多“大片”投放市场。维亚康姆公司（Viacom Inc）旗下的派拉蒙电影公司（Paramount Pictures）合作拍摄了《热带惊雷》（Tropic Thunder）、《变形金刚》（Transformers），米高梅（MGM）的联合艺术家公司完成了《刺杀希特勒》（Raikyrrie），华纳兄弟的《哈利·波特与混血王子》以及其他公司出品的《全民超人》《夺宝奇兵》等一系列影片使观众充满期待。

面对金融危机，好莱坞许多电影企业重新调整阵容，有意识地放缓制片速度，用更好的“产品”应对“危机”带来的“机遇”。他们认为，“压力有助于电影的制片速度和质量控制。”市场的压力有助于电影市场的提升。可以预见，好莱坞的电影产业将面临一个挑战。

我国的情况是：2008年上半年电影票房超过了16亿元，同比增长了56%，初步预计全年将达到40亿元人民币。2008年申请立项的影片近600部。仅年终的“贺岁档”就将会有20多部影片纷纷进入电影院线，同比去年上升了近30%。

2008年电影生产投资总额接近20个亿，是历年来最高的。

2008年中国电影银幕数量有可能突破1万块（包括数字影院银幕）。

2008年民营资本进入影院投资，产生了如万科、横店院线等新的民营投资院线。

2008年中影集团建成了北京怀柔数字影视基地。在江苏盐城，蓝光合润传媒集团将用80亿元规划建设一个新的影视城。全国影视基地包括无锡、横店、上海车墩、西部影城等，已建和在建的达到10个以上。据说西安、沈阳都有消息要建影视拍摄基地。

虽然，我们电影生产年产量达到近600部，但总投资额还不到20亿元人民币，但是这仅有的20亿元人民币却带动了近几百亿元资本的相关产业的发展。

电影产业的发展离不开产业资本的注入，产业经济首要的是要对其投资规模进行研究。电影是个“特殊”产品或叫做“内容产品”，在我国现阶段这种环境下，投资风险与市场机遇都很大。就当前投资电影片本身而言，很难有企业是“创收”的，这是不争

的事实。在 2008 年上海电影节举办的“新热点——发现中国电影资本市场”论坛上，中影集团董事长韩三平开玩笑地讲要“扎钱”，有人戏称这个论坛就是“扎钱”会。足见资本对电影人的重要。

在电影企业家广泛关注产业资本来源的时候，人们似乎忘了我国产业经济发展中一些最有影响的问题。在一些电影企业大力宣传自己的产品和想尽办法“扎钱”的时候，一般都不去关心电影产业经济发展中从创作、生产到市场环境的研究。而这个时候有一个叫王冉（易凯资本有限公司首席执行官）的人在自己的博客中略带玩笑地对中国电影市场作了个“说明”，并总结出了我国电影产业发展中的一些现象。现摘录一些相关的内容：

1. 我们是一个人均票房收入不到 50 美分的市场，有时一个一线城市的一线影院电影票价比纽约票价还贵的市场。

2. 我们是一个每 30 万人才拥有一块电影屏幕的市场，也是全球唯一一个在公共电影院可以躺着看电影的市场。

3. 我们是一个每年发行的影片数分别为韩国和美国的 $1/2$ 和 $1/3$ 、人均拥有的银幕数分别为它们的 $1/17$ 和 $1/51$ 、人均年观影次数分别为它们的 $1/21$ 和 $1/65$ 、人均票房分别为它们的 $1/80$ 和 $1/125$ 的市场。

4. 我们是一个票房收入超过 2000 万美元就可以算作大片的市场；我们还是一个只有两三位内地导演和两三位香港导演可以导演大片的市场。

5. 我们是一个大片依赖港台明星、小片玩弄晦涩概念，无论大片还是小片都不太会把故事讲好的市场；我们还是一个导演和演员普遍喜欢拧巴着把“文艺”、不以赔钱为耻反以窄众为荣的市场。

6. 我们是一个每年只进口 20 部海外分账片，但是几乎所有好莱坞最新的影片都能通过和盗版商分账在第一时间被看到的市场。同时我们还是一个连最主流的搜索引擎公司、视屏分享公司、高速下载公司能宁愿成为被告也不愿依法支付版权费的市场。

7. 我们是一个没有电影分级制度，但是却连电影中出现的搏斗的时间长度、姿势、流血量以及最终搏斗结果都有无微不至详细规定的市场。

8. 我们是一个电影院普遍采用贵宾卡、积分卡、双票制等超过 10 种以上的方式瞒报票房收入的市场。

9. 我们是一个本土艺人对票房基本没有影响力的市场，我们还是一个很多本土艺人自我感觉比好莱坞大牌还要大牌的市场。

10. 我们是一个很多电影的投资方主要来源于房地产业和狂野，并且以提升婚外私人生活品质为主要目的的市场。

11. 我们是一个一线民营制作和发行公司每年收入不超过 5000 万美元、利润不超过 1000 万美元的市场。

12. 我们是一个看得清艺人怎么赚钱、导演怎么赚钱、影视制作公司的老板怎么赚

钱、电影频道怎么赚钱，但就是看不太清楚大多数影视制作公司怎么赚钱的市场。

13. 但是，与此同时——我们又是一个拥有 13 亿潜在电影观众的市场。我们是一个每年以超过 25% 的速度增长着的市场。我们是一个正在成为越来越多的好莱坞大片的合拍方的市场。我们是一个大量一流甚至堪称豪华的电影院正在破土而出的市场。我们是一个年轻人正在把看电影当作时尚生活一部分的市场。我们是一个拥有一大批热爱电影、愿意为中国电影事业的振兴奉献毕生精力的电影人的市场。

14. 因此，我们还是一个国际和国内资本正在密切关注并且对其未来的前景寄予巨大热情和期望的市场。

15. 在资本力量的推动下，让我们期待今天还很弱小的中国电影市场也能完成一次漂亮的惊天大逆转。也许五年，也许十年，在未来的某一天，中国一定会出现市值超过 100 亿美元的电影娱乐公司，中国电影市场也必将成为全球最大、最主流、最具影响力和创新能力、让中国观众能够为之骄傲的市场。

这些观点也许有些偏颇。我们的电影银幕每天都在增长，实际上我们还有很多“银幕”根本没法算进去。我们的“低成本”影片故事讲得已越来越好。我们也意识到了“电影审查”带来的一些问题并开始议论如何改变它。还有个问题不能不提，我国电视剧产业的发展如火如荼，我国拥有世界上最多的影视拍摄基地，然而这些基地却对电视剧拍摄提供了很好的条件，基地的发展进一步带动了电视剧产业的发展，电视剧的质量无论从社会价值到娱乐特点上都不断提高。大量的资本由于电视剧的热播而投入进来，这不能不形成对电影的冲击。而许多基地在发展相关经营业务时打的却是电影的旗号。因电影而建立的基地带火了电视剧的生产，而基地相关经营活动的开展靠的是电影产生的影响力。

这些还不是问题的根本：华谊兄弟影视公司总裁王中军讲，他们的电影营销策划方案中仅有国内票房和海外版权这两项。我们在看到电影的影响力的同时却没有深入去发掘电影产业经济中价值的“复合”性。

2008 年 11 月 25 日，在与台湾学者李天铎的交流中，他谈到对王中军访谈时看到华谊兄弟电影的营销方案中仅有电影票房和海外版权这两项十分感叹。在他看来，电影完全可以凭借其自身传递的价值信仰、反映的社会环境、表现的历史文化等素材，系统化、产值化创造规模经济效益，他认为：“电影以高思维的玄妙想象，应用科技技术附以高巧思想的具体化，创造出高附加的经济产值。”

最近，原北京电影学院 78 届摄影系学生，现任美国好莱坞米高梅驻中国代表陈焱来电影学院讲座，她介绍了美国 2007 年电影产业结构和经济状况，并提供了相关资料。我将这些资料翻译后放在本书的后面。从这些资料中我们可以分析出美国电影产业环环相扣的链条和各个环节之间的关系，可以看到美国电影产业的系统几十年来是相对稳定和健康的。而我国，面对大企业忙于找钱，小企业又找钱又找项目，人力资源上仅有的“几块品牌”和 600 多部电影产量的对比，特别是我国电影院线大多没有实际股权。这

一切情况不能不使我们静下心来认真对我国电影产业经济进行一个系统的研究。对照相对稳定的美国电影产业造就的的实际的经济效益,我们不能不感叹我国电影企业在资本贷款机构和担保公司的重要环节缺失的情况下,都在忙于找钱和项目运作,却忽略人力资源的培养和品牌化管理;忙于“创造产品”和运作营销,却忽略产业规模效益和开创产品“库藏价值”发展的渠道。

2006—2010年,是国家“十一五”经济社会发展规划的实施期。这一时期,是中国向中等发达国家行列迈进的起步阶段,也是中国广播影视产业发展的关键时期。随着生活节奏不断加快,在人均年收入突破一千美元后,人们对娱乐形式的需要将变得日益丰富多彩;而电影产品的不断丰富,使电影不断走向大众化,大多数大中城市居民将再次走进久违的影院,电影消费将重新成为一种时尚。这就更需要对我国的电影产业在人力资源的培养、品牌化管理、产业规模效益和开创产品价值发展的渠道等方面进行深入的研究,《电影产业经济研究》就是基于这样的理念基础而进行写作的。其目的是希望引起业界广泛的重视,为我国电影产业的发展提供一些有效的信息。鉴于教学的需要,本书的理论部分借鉴了经济学方面的一些原理。在管理系08级研究生毕业生魏真、马梦妮、刘灏等同学和辅导员冯宣凯老师的帮助下,提前完成了同时申报的同名科研课题。

就像我们有成为全球第一大电影市场的潜质一样,这本书只是一个浅显的开始。中国有着丰富多彩的历史文化,但在影视业中只得到了有限开掘。借用王冉的一句话说,那就是:“我们可以慢慢来,只要内容和监管上能够有一个宽松的环境,中国电影可以长大成人。”

巩继程

2008年12月

目 录

导论 /1

第一章 电影生产论 /11

第一节 电影产业经济的生产理论 /13

第二节 电影产业的资本要素研究 /15

第三节 电影产业的技术经济要素研究 /19

第四节 电影产业的人力要素研究 /29

第五节 电影产业的规模经济效应 /39

案例分析 我国电影产业经济的规模化进程 /43

第二章 电影效用论 /55

第一节 电影产品的界定 /57

第二节 效用论与电影产业经济 /68

第三节 电影的效用理论研究 /74

案例分析 美国 HBO 的电影效用论实践 /79

第三章 电影的价值属性研究 /85

第一节 电影的属性与“报刊的四种理论” /87

第二节 电影的社会价值研究 /93

第三节 电影的经济价值研究 /97

第四节 我国电影价值界定的变迁历程 /99

第五节 现代电影的双重价值属性研究 /105

第四章 电影市场价格理论 /113

第一节 电影市场的价格研究 /115

第二节 电影产业的定价策略研究 /119

第三节 电影的品牌化研究 /124

案例分析 “苏州模式”调研纪实——我国农村数字电影的价格运营模式 /126

第五章 电影成本论 /137

第一节 电影成本理论 /139

第二节 电影产业的成本构成 /143

第三节 电影产业的成本管理 /148

第四节 电影产业的范围经济效应 /160

第六章 电影市场均衡研究 /165

第一节 电影业的市场需求研究 /167

第二节 电影业的市场供给研究 /175

第三节 电影产业的供求平衡研究及弹性分析 /184

案例分析 从《无极》看大型商业影片的市场均衡问题 /187

第七章 电影产业链研究 /197

第一节 电影产业链的构建 /199

第二节 电影的前期策划研究 /204

第三节 我国电影制片业概况及主要公司介绍 /207

第四节 电影产业的发行和放映体系研究 /217

第五节 我国电影产业价值链的实践研究 /226

第八章 电影产业长尾理论研究 /233

第一节 市场细分、利基市场和“二八法则” /235

第二节 电影产业的长尾理论应用 /241

案例分析 长尾理论应用于我国电影产业的成功案例分析——
广东俏佳人传媒集团 /250

第九章 电影产业组织理论研究 /253

第一节 产业组织理论与电影产业经济 /255

第二节 电影产业的 SCP 分析 /262

第三节 我国电影的产业组织形态研究 /269

案例分析 美国电影业的产业组织理论研究 /272

第十章 电影产业政策研究 /281

第一节 政府规制理论概述 /283

第二节 电影的政府规制研究 /291

第三节 电影产业的宏观经济政策 /300

附录 /305

附录一：直接涉及电影产业的法律法规 /306

附录二：2007 年我国主要院线公司票房收入盘点 /325

附录三：美国娱乐业产业结构 /326

参考文献 /338

后记 /339



导 论

导 论

随着好莱坞大片不断在世界各国攻城略地，以及大电影产业理念得到越来越多的电影界人士的认可，电影产业作为兼具艺术属性和商业特质的行业，不仅成为了传播本国文化的阵地，更随着影像技术的发展不断融入先进的经济学理论，成为世界文化市场中的核心产业。

一、从影视文学的创作谈起

进入新千年以来，一部叫做《哈利·波特》的系列魔幻电影进入了世界电影观众的视野，并逐渐成为好莱坞电影产业化运营的成功典范。而本书对于电影经济理论的研究也将从这部由英国女作家 J.K. 罗琳 (J.K. Rowling) 著，被翻译成近七十种语言，在全世界二百多个国家累计销量达三亿多册的文学作品谈起。

在故事情节中，《哈利·波特》系列以霍格沃茨魔法学校为主要舞台，叙述了哈利与邪恶魔法势力作斗争的故事。该系列小说已被翻译成 46 种文字，销量数亿册，被评为最畅销的四部儿童小说之一，成为继米老鼠、史努比、加菲猫等卡通形象以来最成功的儿童偶像。其主人公哈利·波特是一个戴着眼镜的男孩，他骑着飞天扫帚，在世界各地掀起一股魔法旋风，全世界都为之疯狂。在他的世界里，奇迹、神话、魔法……什么都不会过分。现在，让我们也骑上飞天扫帚，和他一起飞吧！哈利、罗恩、赫敏、秋·张、金妮等一系列人物为这部小说增添了许多色彩。

《哈利·波特》的作者 J.K. 罗琳七岁完成第一部小说《Rabbit》，关于一只兔子。24 岁那年（1991）在火车上看到窗外一个戴着眼镜的小女巫朝她微笑并挥手时，罗琳便萌生了进行魔幻题材写作的想法。她在七年后，把这个想法变成了现实。于是，《哈利·波特与魔法石》（1997）诞生了，引起了世人的关注。从此之后，罗琳又先后创作了《哈利·波特与密室》（1998）《哈利·波特与阿兹卡班的囚徒》（1999）《哈利·波特与火焰杯》（2000）《哈利·波特与凤凰社》（2003）《哈利·波特与“混血王子”》（2005）和《哈利·波特与死亡圣器》（2007）。2007 年是《哈利·波特》系列小说问世 10 周年，迄今为止，该系列小说已被译成 64 种语言，总销量已达到 3.25 亿册。罗琳也因创作了《哈利·波

特》系列小说和电影而名利双收。

这些作品的陆续问世,不仅连续刷新着世界小说发行史的纪录,由其改编成的电影也火遍了全世界。哈利的饰演者丹尼尔·雷德克里夫成为英国最富有的少年,鲁珀特·格林特和艾玛·沃特森不知有了多少的“粉丝”。随着《哈利·波特》的不断翻新,电影主角也一个个长大,与此同时“粉丝”们也追随着偶像们的脚步慢慢变得成熟,当然《哈利·波特》的奇迹也在慢慢走向终结。有华尔街分析师预计,待到七部电影全部完成,《哈利·波特》票房总收入可望超过100亿美元,而这100亿美元还不包括DVD与录像带的收入。目前出版的6集《哈利·波特》,累计销售量已经超过3亿册,即便以平均每册20美元的价格计算,其市场价值已超过60亿美元。

由一部系列文学作品创造如此巨大的市场价值和电影票房收入,不仅在世界范围内是罕见的,也给我国电影产业工作者以巨大的启示。

一方面,在我国电影业中,对文学创作挖掘的不平衡成为了制约电影产业化的首要问题,以2005年我国生产的260部国产故事片为例,可以分为古代类影片、民国类影片、抗战类影片、解放战争类影片、十七年时期类影片、“文革”类影片、改革开放类影片和现代类影片。其中,古代类影片40部,占2005年获得公映许可证的影片总量的15.4%;民国类影片6部,占2005年获得公映许可证的影片总量的2.3%;抗战类影片12部,占2005年获得公映许可证的影片总量的4.6%;解放战争类影片1部,占2005年获得公映许可证的影片总量的0.4%;十七年时期类影片0部;“文革”类影片5部,占2005年获得公映许可证的影片总量的1.9%;改革开放类影片6部,占2005年获得公映许可证的影片总量的2.3%;现代类影片190部,占2005年获得公映许可证的影片总量的73.1%。可见,国产影片中,创作者大多将精力集中在现代题材和古代题材上,而中国拥有上下五千年的历史,在各个时期都有极其生动有趣的故事可供发掘,电影创作者应该深刻地挖掘我们拥有的丰富的文化资源,针对不同的细分市场,创作出能满足目标市场的影片,也由此,加强影视文学创作也成为了我国电影工作者的首要任务。

另一方面,编剧地位失衡和创作观念落后同样影响着影视文学创作的发展。在电影行业里,可能每个人都有个电影剧本或是电影构思,导演或制片人同时是编剧的情况并不稀奇。可以说,在电影行业里专业或专职的编剧并不多,因为编剧在这个行业里的地位常常是不足挂齿的,加上电影市场的状况不景气,编剧的很多权益如署名权、稿酬等得不到保障,造成电影编剧人才大量流失。相当数量的编剧投奔到电视剧市场,而在电影行业里的编剧80%是体制外的作家,而非专业编剧。当前国内电影制作行业严重缺乏或者说几乎没有具有票房号召力的电影剧本,近年来的几部票房不俗的国产大片都在编剧上遭到批评。作为把握电影创作基础环节的编剧,如何适应电影产业化发展方向,创作出既有社会效益又有经济效益的高质量的电影剧本,是摆在他们面前的严峻课题。

国家广电总局电影局副局长张宏森就此指出，中国电影需要得到文学创作的支援，以具备足够的文学品格，满足观众对于人文精神的期待，从而推动电影制作和运营的产业化发展。也正因为此，本书从影视文学创作谈起，将电影艺术创作和市场化运营融为一体，并结合科学的经济学理念，逐步探索我国电影的产业化之路。

二、本书的研究初衷

从世界范围内来看，以好莱坞电影产业为龙头的电影经济综合体，成为了美国出口创汇的三大产业之一。好莱坞之所以能够取得这样的成就，不仅是因为其依靠美国这个人才济济的大国优势，更是因为好莱坞将不断发展进化的经济理念引入电影产业，运用先进的产业运营机制，一步步地将美国式的文化炮弹轰击到世界上每一个角落。可以说，有电影市场的地方就有好莱坞影片，有好莱坞影片的地方就被美国文化侵蚀着，而被美国文化侵略的地方也成为了好莱坞电影运营手段应用成功的实例，不断验证着电影经济学的理论。

反观国内，我国的电影市场目前处在一个十分严峻的时期，一方面，自身的电影产业改革进展缓慢，计划经济的束缚还在牵绊着电影市场化的发展；另一方面，还未“发育成熟”的中国电影产业就在WTO文化条款的硬性规定下，面对着实力强劲的国际大制片公司的挑战。两方面的矛盾使得我国电影业内外人士普遍对我国的电影产业未来前途表示出忧虑之情，本书正是以这样的一个初衷，通过多年对文化产业的深入研究，并结合不断创新的西方经济学理念和市场运营机制，分析电影产业中较为突出的与经济学相关的方面，并将研究成果加以整合而成。

当前，我国的电影产业不仅需要尽快摆脱众多的计划经济桎梏的束缚，更需要引进一些先进的经济学思维来对现有的成果和困难进行论证。综合来看，需要研究并解决的问题如下：

1. 中国电影产业怎样从陈旧的计划经济体制转变为现代化的市场经济运营模式？
2. 怎样确定我国电影产品的内涵和外延，是将我国的电影产业定义为私人物品，还是公共物品？
3. 电影产品对于电影观众或电影消费者来说的效用如何？怎样利用电影这种特殊的文化产品的效用特性进行合理运营？
4. 电影产业的规模效益何在？怎样运用“大电影产业”的整体思维来实现我国电影产业的规模经济？
5. 如何利用电影产品的知识产权特性来控制电影产业的整体成本，从而实现范围经济？
6. 我国是否拥有健全的电影产业链？应该通过何种经济学手段将这些产业环节有机地衔接起来？
7. 如何开发我国电影相关产业？怎样结合新兴的“长尾理论”发挥电影相关产品