

云麓

学术论丛

中国电影产业
制度变迁研究

欧阳云玲



科学出版社



云麓

学术论丛

中国电影产业
制度变迁研究

欧阳云玲 著

科学出版社

北京

内 容 简 介

《中国电影产业制度变迁研究》综合运用电影学、新制度经济学、传播学、政治学等跨学科的理论,对中国电影产业制度变迁进行了创新性研究,建构了电影产业新制度经济学的理论框架。中华人民共和国成立之前,复杂的国际形势、频繁的政权更替等因素严重影响了中国电影制度建设的长期性和连续性。中华人民共和国成立后的电影制度在多种因素的影响下呈现出一种供给与需求的均衡。改革开放后,制度环境的变革、行政力量与市场机制的交叉互动,使得电影制度变迁中充满了力量的博弈。

本书在写作上采用学术性、历史性有机结合的办法,既有对电影制度历史的纵向梳理分析,也有对电影业制度设计的横向思辨讨论;既有深入的学理探讨,又有生动的历史场景再现,涵盖了电影产业制度变迁中的关键问题与节点。

本书可供广大影视爱好者、从事电影研究的工作者和学生、电影企业等参考。

图书在版编目(CIP)数据

中国电影产业制度变迁研究 / 欧阳云玲著. —北京: 科学出版社, 2018.5

(云麓学术论丛)

ISBN 978-7-03-054965-5

I. ①中… II. ①欧… III. ①电影事业—产业发展—研究—中国 IV. ①J992

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第260050号

责任编辑: 张 达 / 责任校对: 邹慧卿

责任印制: 张欣秀 / 封面设计: 铭轩堂

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京东华虎彩印刷有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2018年5月第 一 版 开本: 720 × 1000 B5

2018年5月第一次印刷 印张: 14

字数: 236 000

定价: 88.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

前 言

党的“十八大”以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视宣传思想工作，提出了一系列重要思想和新论述，为加强和改进党的宣传思想工作指明了方向，也为包括电影在内的文艺创作奠定了时代主调。电影必须坚持主流思想舆论，弘扬主旋律，传播正能量。因此，如何加强和改进电影宣传工作、保证社会效益和经济效益的统一，是一项摆在相关管理部门和电影从业者面前的重要课题。

本书的研究对象是中国电影产业的制度变迁，制度是特定的历史条件下在某个领域中规范行为的持续性体系，制度变迁主要是指制度的转变、替换和交易的过程。改革开放后三十多年，中国电影业制度模式在经济改革的冲击下发生了重大的变化。2002年，党的“十六大”明确提出了积极发展文化产业。2003年，国家广电总局第一次明确将电影的产业化作为未来电影业的发展方向。2009年，国务院出台了《文化产业振兴规划》，要求完善文化产业政策体系，实现文化产业的跨越式发展。在国家文化战略转型的带动下，电影业加大了体制改革步伐。当前，中国电影产业已成为我国国民经济中的重要组成部分，也成为了世界瞩目的焦点。但中国电影产业仍存在诸多问题，核心制度改革仍在进行。随着近年来文化体制改革的推进，电影产业的改革也逐步进入深水区。2016年11月，《中国电影产业促进法》的颁布，为中国电影产业的规范有序发展提供了法律依据和保障，同时也为中国电影的制度建设确定了价值取向与核心原则。

为了进行全面的考察和研究，本书从历史的纵向梳理分析和横向的思辨讨论出发，结合政治、经济、文化传播等维度，对中华人民共和国成立后特别是改革开放以来中国电影产业制度的变迁做一个轨迹分析。新制度经济学认为，制度是资源配置的实际决定因素，制度短缺或制度供给的滞后会制约经济发展。电影作为意识形态的载体，在中华人民共和国成立后一直是国家和政府重点规制的对象。国家通过制度、政策影响电影业的生产、资源配置等，进而影

响到电影业的经济效益和利润分配。

中华人民共和国成立后,中国电影业成为封闭式的垄断性行业,并服务于政治宣传与新社会的文化建设。20世纪80年代以后,随着社会主体多元化与利益多元化,电影业受到市场和经济力量的诸多冲击,在制度供给与需求不平衡的前提下,制度的创新与变更的需求得以产生。电影业的制度变迁中充满了诸多利益相关者的博弈,其中政府与市场、意识形态是博弈的主力;制度环境(包括国内政治、经济环境和国际经济环境)、市场需求、技术发展是制度变迁的外部动力;而党政机构的内在需求、企业的需求、观众的需求是制度变迁的内在因素。党政机构(中央/地方)、国营电影企业、民营电影企业、观众、广告商等利益主体在多重逻辑的制约下,根据各自的成本收益分析而做出相应的决策。在计划经济向市场经济的转型过程中,行政权力与市场机制的交叉互动,使制度变迁得以发生。

中国电影产业制度变迁同时还具有渐进式的特点,遵循成本的最小化与利润的最大化。国家和政府的制度供给是影响电影产业健康发展的关键因素。对于宏观的制度安排,政府既要加快电影法规建设,给予电影市场一定的自由空间,又要适当引导电影产业的生产,保证意识形态的稳定。未来电影产业制度的变迁仍然要取决于市场发展和政治社会分化的程度,也受制于政治和市场因素的博弈与合作。

本书研究的最终目的并不是仅仅提供一个对策和结论,而是力图通过新制度经济学的框架,给改革和转型中的电影产业搭建一个研究视角。在党和政府把提升文化软实力作为实现中国梦的重要任务,提出弘扬中国文化,文化产业升级,促进文化强国重要任务的大背景下,面对中国文化输出未与经济发展相匹配的实景,本书以新制度经济学的制度变迁理论研究中国的主要文化产品——电影产业的制度变迁,对促进电影产业的发展具有理论意义和现实意义。

此外,本书丰富的数据和文本能为中国电影产业化路程的变革与发展提供史料和文献价值,为中国深化文化产业的改革提供学理性的思考,并通过对美国等电影强国产业制度的研究,为中国融媒体时代的电影制度建设提供国际参照。

目 录

前言	i
导论	1
第一章 中华人民共和国成立前中国电影产业的制度呈现与社会环境	21
第一节 外国资本入侵下早期租界的电影制度	21
第二节 本土电影产业的兴起与北洋政府、国民党政府的电影制度	30
第三节 战火纷飞中的电影产业与沦陷区电影管制政策	39
第四节 战后电影产业的发展与中华人民共和国电影制度的源头	45
第二章 中华人民共和国成立至 1978 年中国电影事业制度	50
第一节 中华人民共和国成立后中国电影事业的制度环境	51
第二节 “十七年”间中国电影事业概况与制度特征	54
第三节 “文化大革命”期间中国电影事业管理	70
第四节 电影事业制度均衡分析	74
第三章 改革开放后中国电影产业的存量型制度创新	77
第一节 电影发行制度的改革与博弈	78
第二节 国有电影企业的转企改制与集团化	92
第三节 电影审查制的更新	102
第四节 电影产业存量型制度变迁的动力机制	108
第四章 改革开放后电影产业的增量型制度创新	113
第一节 电影产业准入制度的创新	113
第二节 电影广告经营制度创新	129
第三节 电影产业中增量型制度创新的动力机制	136

第五章 融媒体时代中国数字电影产业的制度创新·····	145
第一节 融媒体时代数字电影产业链的优化·····	146
第二节 中国数字电影产业发展与政策推进·····	157
第三节 融媒体时代中国数字电影制度变迁的收益权衡·····	163
参考文献·····	170
附录 改革开放以来有关电影产业的重要政策和文件·····	179
后记·····	217

导 论

一、背景回顾

这是一个中国电影业高速发展的时代。20 世纪 70 年代末以来，中国经济的迅猛发展带动了中国电影产业的繁荣，三十多年来电影的社会影响力和经济影响力在迅速扩大。特别是改革开放后，电影走出“事业单位”的身份限制，转向企业化生产经营，政府在不断降低电影摄制的准入门槛，放开民营与外资进入电影生产、放映的通道，全力推动电影企业的改制与集团化，中国电影在产业化、市场化道路上的政策障碍正变得越来越少，相应的法律制度也越来越完善。

近几年，政府又发布了一系列针对文化行业（包含电影业在内）的文件和指导意见，明确提出在宏观政策上对中国电影产业发展给予大力支持，并且出台了把文化产业发展成为国民经济支柱产业的相关政策。2016 年 11 月，为提升文化产业水平、促进电影产业健康发展，《中华人民共和国电影产业促进法》正式颁布，这意味着电影产业法制建设日益完善，电影产业正迎来大好时机。从图 0.1 的统计数字可知：2006 年到 2015 年，票房收入以平均每年 30% 的速度增长，从 26 亿元迅速增长到 440 亿元，占全球电影票房总数的 13%。其中，2015 年中国内地市场总票房为 440.69 亿元，与 2014 年相比，涨幅高达 50%。此外，我国电影银幕数量也在稳步增长，2016 年我国新增 9552 块大银幕，涨幅超过 30%；2016 年末我国以 4.1 万块的银幕总数超过美国，成为世界上拥有最多电影银幕的国家。

然而，中国电影在一路高歌的繁荣发展中也存在一些不足。

第一，电影产业化程度不高。当前中国的电影产业呈现为国营、民营多种经济成分并存，少数大型国营电影企业在市场转型中取得成功，大多数国营电影企业市场化运营活力不足。同时，中国电影产业经营模式单一，仍旧以票房、

广告为主要收入来源，电影的后产品体系开发不足。

第二，中国电影的国际文化竞争力和市场影响力需要进一步提高。尽管一些国产影片在国内票房收入颇高，但在国外电影市场上却竞争力不足。2011年，美国电影产业总产值占美国GDP总量的3.5%，其中海外市场销售收入占到了电影产业总产值的近一半的份额。而2016年中国国产电影海外销售收入38.25亿元人民币，虽然同比增长38.09%，但仍然只相当于国产片国内票房的15%左右。同时，中国电影还很难进入国际主流市场，许多中国影片即使在国际上获奖，却因为在题材上难以符合欧美观众的审美取向，无法在欧美院线上映。然而可喜的是，2016年、2017年国产电影有了质的飞跃，以《湄公河行动》和《战狼》为代表的主旋律电影在主流价值观的传达与经济效益上均取得了成功，引出了我国电影事业发展的新高峰。

二、问题的提出

电影产品既有商品性又有文化艺术性，因而大多数国家将电影产业归入文化产业或内容产业等新兴产业之中，并将此作为衡量一个国家软实力的标准。然而，电影的意识形态属性决定了电影生产中的成本、收益衡量不能与传统产业直接等同。因此，电影制度的设计与安排，必须考虑多方面因素。

麦奎尔认为传媒制度具有三个基本目标趋向，即政治福利、社会与文化福利、经济福利。（Jan Van Cuilenburg & Denis McQuail, 2003）不同的目标趋向使传媒制度在不同的历史阶段呈现不同的管制特点。虽然中国电影产业的开端与世界电影产业的肇始相差并不远，然而中华人民共和国建立以后，电影一度被视为宣传和教育的工具，是维护主流意识形态的主要路径，其商品性、产业性被人为地忽略。

1978年以来，中国包括电影在内的整个大众传媒领域发生了巨大的变化。在媒介性质方面，从强调传媒是政治宣传、阶级斗争工具，到兼具经济、娱乐等多种属性；在传播内容方面，在保证意识形态正确的前提下，开始注重市场因素与经济效益；在传播的结构方面，许多媒介走上了“事业单位，企业管理”的道路，市场与资本在大众传播生存和发展过程中占据越来越重要的地位。在媒介改革的浪潮中，不管是报纸业也好，广播电视业也好，都通过盘活存量、增量改制进行市场转型。近年来，数字化、网络化的兴起与智能式便携终端的

发展,更是改变着报纸和广播、影视等媒体的竞争格局,在机遇与危机并存的焦虑中,传统媒体在不断探索升级的新路径。

电影业的改革也是从1979年开始。1979年8月1日,国务院批转文化部、财政部《关于改革电影发行放映管理体制的请示报告》(国发〔1979〕198号文件)拉开了电影体制改革的大幕。随后电影业的改革走走停停,直至1993—1995年,广播电影电视部(以下简称“广电部”)发布了《关于当前电影行业机制改革的若干意见》(广电部1993年3号文件)、《关于进一步深化行业机制改革的通知》(广电部1994年348号文件)、《关于改革故事影片摄制管理工作的规定》(广发影字〔1995〕001号文件)后,中国电影业的改革大幕才被完全拉开。

从1999至2016年,电影的产业化进一步深入,各种适应市场经济的政策开始实施。2001年《电影发行放映机制改革的实施细则》的颁布、2003年《电影制片、发行、放映经营资格准入暂行规定》的出台以及《电影企业经营资格准入暂行规定》(第43号总局令)的颁布等,进一步放宽了国外资金、港台资金进入电影业的限制。2002年被称为中国电影产业元年,这一年电影产业随着文化产业被纳入国家宏观发展战略布局,此后相关政策调整与制度变革一直以推动电影市场化改革为目标。2009年国务院发布《文化产业振兴规划》,从国家战略层面认可了包括电影在内的文化产业的地位。2012年党的十八次代表大会召开,会议报告指出:“文化产业要成为国民经济支柱性产业。要发展新型文化业态,提高文化产业规模化、集约化、专业化水平。”(盘剑,2013)

电影业的改革与其他媒介改革一样,并不是一蹴而就,而是经历了从微观的单项改革到媒体产业的整体改革、从国家财政拨款到资本运营为主的发展阶段。电影产业的改革也是在“摸着石头过河”,改革期间也曾陷入行业停滞、甚至倒退的尴尬境地。

当前,中国电影产业的改革仍在进行,而“政策在一定程度上就是中国电影产业的生产力”。(尹鸿、王晓丰,2005)政府对电影产业的政策制定又受整个制度环境的变迁以及政治、经济、法律和文化系统组成的媒介生态环境的影响。随着中国文化体制改革渐行渐远,电影产业的行政垄断模式已经走向以市场为导向的价值链的重构与整合,单一的国有所有制转向多元化所有制,现代化的公司治理结构逐渐替代了纯事业单位性质下的科层制管理,但是电影产业

中的体制性、制度性问题仍然存在。那么,在我国现有的政治体制架构下,电影产业制度最终是怎样形成的?它是如何受到制度环境的影响而走向制度变迁?又是什么因素推动中国电影制度从事业体制变迁至国有、民营共存的这种制度结构?电影产业制度创新中遇到了什么样的利益博弈?其特点与趋势又是怎样?

基于以上问题的思考,本书将电影产业制度变迁作为研究内容,并以政治经济学、新制度经济学的有关理论为主,探讨电影产业制度的形成、变迁的动力因素、制度创新路径及未来发展趋势,为中国电影产业的发展提出探索性的、具有可操作意义的政策建议。

三、中国电影产业研究的既有成果

中国电影产业发展现状和问题及相关的政策研究相比其他发达国家而言,起步较晚,但随着电影产业化进程的不断加快,学术界和行业界的关注也日益增多。中华人民共和国成立之后至20世纪90年代之前,中国电影主要被作为文化事业来看待,很少涉及电影产业问题的研究。20世纪90年代以后,随着中国电影产业的迅猛发展,有关电影产业的研究论文与著作大量涌现。关注电影产业的发展现状和前景,分析中国电影产业改革中面临的政策问题,提出科学、系统的政策建议,成为当前中国电影产业发展研究者们集中思考的角度。

(一) 国内相关研究述评

根据研究视角的不同,可以将国内有关电影产业的研究成果大致分为产业问题剖析、电影产业发展战略及运营实务、电影产业经济学视角、中外电影产业比较及电影产业制度研究几大类。

1. 电影产业问题剖析

对当前中国电影产业的问题分析主要集中在当前电影产业的结构不合理、产业链条尚不完善、放映资源稀缺以及优秀人才缺乏、行政大于法治、投融资体制不畅等方面。

电影作为计划经济时代卓有成效的社会动员工具和整合工具,在由事业型电影向产业属性转轨的过程中,许多与市场运行规律不符合、与产业发展规律不符合的问题纷纷暴露出来,无论是宏观管理体制还是具体的微观经济业务,

都亟须改变。本部分的研究涉及的内容大致包括电影生产关系内部的矛盾、电影产业结构不优化、产业链不健全、电影生产浪费严重、大多数电影产品市场适应性差以及电影创意人才严重匮乏、电影低俗化等方面。

国家广电总局广播影视发展研究中心产业研究所所长陈共德认为,中国目前的结构存在垄断不足与竞争不足并存的失衡状况,导致中国电影规模经济和竞争活力双重丧失。(陈共德,2010)

黄式宪则指出中国电影产业链存在潜在危机,一个是国营电影厂家和民营电影企业之间的不平衡性,前者在市场化浪潮中往往动作迟滞、裹足不前;另一个不平衡,就是市场上电影产品的两极分化日趋激烈,少数几部“大片”垄断了40%的市场份额。(黄式宪,2005)

孙明强博士通过对商业电影的历史梳理,指出当前电影产业主要集中在一线城市和省会等二线大城市,城乡之间发展极端不平衡;高票价与居民收入的比例差距越来越大,更多人看不起电影;此外,虽然整体市场票房飙升,然而有90%以上的影片微利甚至赔本,资源浪费严重。(孙明强,2013)

周光辉指出中国的电影产业面临着市场和政府的双重失灵。所谓政府失灵,指的是不科学的政府管理所导致的经济资源配置的低效率。正因为这样,中国电影产业的风险和交易成本远远超过世界成熟的电影产业,令大资本不敢贸然进入。在宏观层面,电影相关政府部门的管理体制改革也非常滞后。(周光辉,2008)

清华大学的尹鸿教授在对中国电影产业的长期观察后指出,尽管近年来中国电影呈现高速增长态势,但中国电影的整体收益水平、单片收入、人均观影频次、每10万人拥有的银幕数等均化指标,却很难与欧美日韩等国家相比。国产片面对进口电影的挑战越发严峻,中国电影走向世界的步伐更加艰难,市场化改革道路还任重道远。(尹鸿,2011)

胡正荣、李继东则指出当前中国电影产业存在三大问题:创造力的激励和保护的问题、选题的多样性和市场运作问题。在创作上习惯于一元化理念和单向思维,沉迷于短期实用主义;选题上无法对应多元化、多样化和个性化的社会现象和市场需求;过度行政化分割的市场结构导致竞争不够充分,甚至扭曲。(胡正荣、李继东,2010)

批评电影商业化、低俗化,提倡电影分级制的呼声近年来也逐渐引起人们

的注意。特别是在中国电影缺乏分级制的情况下,“暴力与性”成为悬挂在未成年人头顶的达摩克利斯之剑。

2. 战略对策研究

邓向阳博士通过实证分析,提出中国电影产业组织政策取向应再进一步减小市场进入壁垒,支持大规模电影企业和扶持创新型中小型电影企业,同时制定适宜的电影产业反垄断政策,在支持维护公平竞争的基础上,支持主旋律电影的发展。(邓向阳,2010)

陈共德教授则提出改变国有制经济在垄断竞争性市场结构中的实现方式,通过多种形式,广泛吸收社会资本,推动电影核心产业的投资主体多元化、社会化和公共化,用公共的、民间的资本与文化力量来构筑电影产业发展的新格局。(陈共德,2010)

杨柳博士从电影产业国际竞争力的形成机理、理论概念模型和评价体系出发,提出提升我国电影产业国际竞争力的策略:实施资源整合策略,提高电影产业集约化水平;加速产业融合,实行“大电影”策略;实行创新能力培育策略,提升电影产业创新性;推进国际合作,实现本土化与国际化相结合策略。(杨柳,2013)

北京大学新闻传播学院陆绍阳于2010年在中国高等院校影视学会第十三届年会暨第六届中国影视高层论坛上指出,培育市场和培育人才是中国电影产业可持续发展的动力,同时,产业的蓬勃发展离不开资金、政策和科技三股力量的支持。(陆绍阳,2010)

戴元光、邱宝林等人则从跨文化传播的角度,探讨中国电影的对外传播中出现的失误和不足,并从文化传播的内容、方式和效果上探究中国电影的传播策略。(戴元光、邱宝林,2004)

3. 电影产业的经济学分析

电影在中国并非纯粹的艺术,也非纯粹的商品,电影蕴含着多重社会文化因素的复杂构成和多重权力关系的复杂运作。(陈晓云,2007)在中国语境中,主流经济学理论基本假设——经济理性无法简单、有效地套用过来。因此,中国电影产业虽然增长速度迅猛,在国际电影贸易中也日趋壮大,但用经济学理论与方法来分析电影产业的成果较少。

国内学者赵卫防曾以中国香港电影为例,阐释了电影市场结构的变迁历

程,并认为中国内地电影从中华人民共和国成立初到 20 世纪 90 年代具有明显的 SCP(结构—行为—绩效)范式,而从 20 世纪 90 年代以后,中国内地电影开始转向绩效决定市场结构的范式。赵卫防同时也认为,民营电影公司的兴起、内地电影集团的发展以及院线制度的建立,是这种范式转变的三大主要表现。(赵卫防,2008)高铨博士通过量化方式对中国内地电影市场结构集中度进行了分析,认为中国内地的电影制片业具有寡占型的结构特征。(高铨,2007)

4. 介绍国外电影产业及中外电影产业的比较

美国电影产业在世界电影产业中占据领先和核心地位。北京电影学院的陈焱教授系统地介绍了美国好莱坞电影产业发展的概况,特别介绍了好莱坞几个大公司的发展历程及其业务现状,对美国电影协会、好莱坞经纪人与经纪公司、好莱坞法律体系等方面也有所涉及。(陈焱,2004)美国电影产业课题研究小组每年都会根据美国电影协会(MPAA)发布的本年度美国电影产业的统计报告,从全球票房、上座率统计、电影业与其他娱乐产业的比较、分级与发行、银幕发展这五个方面进行分析得出美国电影产业的发展状况和趋势,对于中国电影产业具有重要的参考价值。(胡惠林等,2013)金冠军教授的“影视新视野学术丛书”从美国电影产业运作体制、机制及全球策略等方面,介绍了美国电影产业的发展状况。何建平の《好莱坞电影机制研究》则从好莱坞电影机制形成的文化、社会基础的视角,介绍了好莱坞电影制作、发行、放映等方面体制的形成和发展,并归纳了好莱坞电影产业运作的基本特征。

除了对美国电影产业的介绍外,学者们关注较多的还有韩国电影产业、法国电影产业、日本电影产业,等等。中国传媒大学的卜彦芳对 1995 年以来韩国电影产业的发展状况进行了梳理,在此基础上从发展历史、制度建设、融资途径、发行流通体系、大片策略、电影节等方面探析了韩国电影迅速发展的原因,并就其明显的文化产业特征与文化力量进行解读。(卜彦芳,2009)

对于中外电影产业的比较研究,主要有刘非非博士的论文《电影产业版权制度比较研究》及湖南大学几位硕士的论文等。

5. 电影产业管理制度及政策研究

“制度”是中国电影产业研究的核心问题之一,对中国语境下的中国电影产业研究必然要涉及中国的电影政策和制度。由于本书的关键词之一是“制度”,因此,将制度研究作为专门的成果研究进行归纳。

(1) 中国传媒制度的宏观研究, 主要包括以下学者的研究。

陈怀林教授运用诺思的制度变迁理论, 分析传媒制度变革中的经济利益因素, 指出中国的媒体正在从党和政府的宣传部门向国营资讯产业过渡, 媒体制度变迁具有渐进性的特点, 并遵循着成本最小化、利益最大化等经济学中通行的定律。(陈怀林, 2008) 南开大学柳旭波博士结合报业制度变迁实践, 把我国传媒制度变迁分为企业化、市场化、产业化和资本化四个阶段, 并指出媒体单位利益集团已经成为制度变迁“路径依赖”的根本原因。(柳旭波, 2006)

丁和根教授在《中国传媒制度绩效研究》中通过对中华人民共和国传媒制度的渊源、确立、变迁经过的历史追寻, 指出各利益主体相互博弈是制度变迁的主导因素, 具有“供给主导型”的渐进式改革模式的特征, 这种模式具有稳定性, 但也容易造成媒体创新动力不足、唯国有产权独尊和政府容忍低效率制度等消极后果。

复旦大学童兵教授主编的“中外传媒体制创新丛书”则包含了对我国报业、出版业、广电业、互联网几种传媒业体制创新的研究, 以及对美国、英国、日本、俄罗斯、韩国等国别传媒体制的研究、中国传媒制度绩效研究等共十本专著。

潘祥辉博士从“媒介制度环境”“媒介制度变迁主体”“媒介制度变迁的内源性变量”“媒介制度变迁的外源性变量”四个因素分析制度变迁的动力, 认为各种行动团体之间的博弈均衡是媒介制度演化的一个重要因素, 媒介制度本身的效率也是媒介制度演化的另一个方面, 有效率的媒介制度能充分发挥媒介功能, 进而能够保留下来。(潘祥辉, 2010)

胡正荣教授、李继东博士(2005)通过对我国媒介规制变迁历程、实施效果和困境的分析, 指出我国意识形态中关于媒介、国家以及人本身的因素是制度困境的根源, 认为整个制度系统的变革, 特别是政治制度的变革是媒介制度变迁的根本。

周劲博士(2005)则将我国传媒制度改革的总体特征归纳为“供给主导型”渐进式改革, 具有诱致性变革和强制性变革相结合、依照成本高低进行连续边际调整等特色。郑涵教授、金冠军教授(2004)在对当代主流国家的传媒产业发展态势以及加入 WTO 前后政府政策的新动向进行分析后, 指出中国大众传媒产业发展的严重误区是将传媒体制定位为“事业性质企业化管理”, 中国

传媒业历史性转型的核心是以企业化为前提,实现产权与资本市场体制变革,实现公共事业和商业企业的分流重组。

还有学者运用传播政治经济学的相关理论,分析中国传媒制度变革中政治与经济的互动关系,指出中国独特的政治经济组合模式和内在冲突,使这两种力量常常处于一种争夺战中。

(2) 电影产业与具体微观政策研究,主要包括以下学者的研究。

首先,尹鸿教授(2004—2017)对中国电影的产业发展历程与特征进行了具体专门的研究。从20世纪90年代开始,尹鸿教授对中国的电影产业关注十分密切,先后发表了一系列的“中国电影产业备忘”。这些“中国电影产业备忘”既是他对这些年来中国电影发展过程的历史记录,也集中体现了他对当前整个中国电影产业发展阶段及改革问题的密切关注和深刻思考。

其次,唐榕、何春耕等人对中国电影产业化过程中出现的具体政策进行了分析,并提出了合理的建议。如唐榕(2006)的《力量整合:全球化与打造中国电影产业核心竞争力》等著作中对中国电影产业的发展提出了更为系统的观点。何春耕教授(2012)则对中华人民共和国电影产业政策的历史演变进行了梳理,总结了电影产业政策的演变特征,还提出了完善的电影市场体制不是行政管理体制,不能凭借政府赋予的权力来控制行业和垄断市场。

此外,近年来出现了以年度为研究范围的中国电影产业研究报告,在中国媒体问题综合研究课题中涉及中国电影产业发展问题的相关报告也不断出现,这些报告从客观的角度,用数据和事实证明了中国电影产业化政策的必然性和正确性。例如,《2005—2006 电影产业年报》《2007 年中国电影产业研究报告》《2008 年中国广播电影电视发展报告》《2009 年中国广播电影电视发展报告》《2014 年中国广播电影电视发展报告》等年度研究报告,均从不同侧面介绍了从2005年以来中国电影产业发展的相关情况。近年来,中国电影家协会产业中心编写的《年度中国电影产业年度报告》对年度年中国电影产业发展进行了全面的调查与研究。

传媒政策与制度的相关研究还有,郭姬丽(2005)的《媒体政策与法规》、褚建勋(2006)编著的《中外传播政策》、魏永征(2008)的《西方传媒的法制、管理和自律》和金冠军等(2006)的《当代传媒制度变迁》,等等。

（二）国外研究综述

国外学者往往将电影产业纳入经济研究的领域。从主流经济学的视角对电影产业和其他传媒、娱乐产业进行研究，研究角度是产业经营管理实务方面。目前，有关电影产业的外国学术著作，翻译成中文版的有以下几种：亨利·梅尔西戎的《电影与垄断组织》，该书最早的版本是1957年版，书中以详细的史料和案例，结合垄断资本主义电影企业的特点，对好莱坞的经济结构做了深入分析。巴里·利特曼在《大电影产业》一书中运用产业经济学的专业视角和研究方法，探讨了美国电影产业的发展历史、市场结构、产业业绩及大电影市场的扩展、市场竞争与反垄断，并且深入分析了电影企业的重组和整合，消费者的观影行为等电影产业热点。（于嘉，2011）理查德·迈特白的《好莱坞电影——1891年以来的美国电影工业发展史》一书对美国好莱坞的电影生产和消费环境进行了考察，利用电影与观众的互动关系来论证美国好莱坞的商业美学原则。珍妮特·瓦斯科的《浮华的盛宴：好莱坞电影产业揭秘》则通过对好莱坞电影产业的生产与运作模式的介绍，再现了一个电影概念如何通过生产发行、放映最终转变成一部商业电影的全过程。（郎倩霞，2011）

在美国电影产业研究中，同样有不少是从经济学视角研究电影产业的论文与著作。如有学者从产业组织理论出发研究电影产业组织，对电影产业的绩效、行为和结构之间的关系进行解释。有学者从经济学角度研究电影的市场结构，如Albarran等（1996）认为，影视广播市场通常是一种垄断竞争型市场结构，因为市场进入壁垒相对较低。但是他也提出影视广播公司之间的兼并和收购会使影视广播市场转向寡头垄断市场结构。电影产业一般被分为电影生产环节、发行环节和放映环节，相关的研究也围绕着这三个方面来分析。学者普遍认为，电影制作生产环节大多是一种垄断竞争的市场结构，市场一般设有很高的准入壁垒。（巴里·利特曼，2005）而相对来说，电影发行市场产业集中度要高，基本上是一种寡头垄断的市场结构。（Thomas Guback，1982）发行公司的规模经济及发行商的垂直联合、跨行业经营行为是电影发行业的寡头垄断市场结构形成的主要原因。（Thumas Guback，1987）还有学者从全球市场的角度分析美国电影产业的经营策略，如建立自有发行系统，保证自己产品有市场出口，通