

| 媒介 | 艺术 | 产业 |

社会与市场之间

改革开放以来民营电视剧企业的演展和趋向

潘娜 著

Market

Society

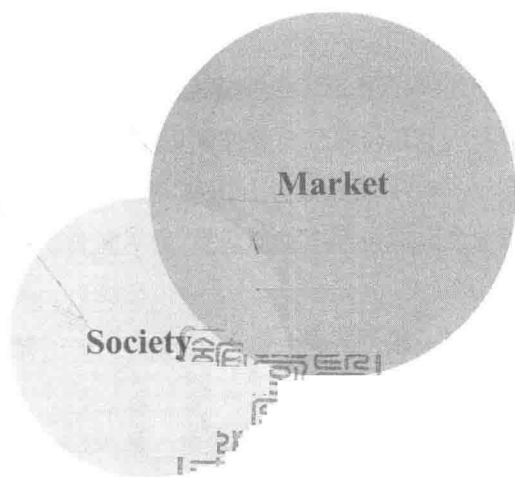
中国传媒大学出版社

| 媒介 | 艺术 | 产业 |

社会与市场之间

改革开放以来民营电视剧企业的演展和趋向

潘娜 著



中国传媒大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

社会与市场之间:改革开放以来民营电视剧企业的演展和趋向 / 潘娜著.
—北京:中国传媒大学出版社, 2018. 2

(媒介·艺术·产业丛书)

ISBN 978-7-5657-2222-6

I. ①社… II. ①潘… III. ①电视工作—民营企业—企业经营
管理—研究—中国 IV. ①J94

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 029189 号

社会与市场之间:改革开放以来民营电视剧企业的演展和趋向

SHEHUI YU SHICHANG ZHIJIAN, GAIGE KAIFANG YILAI MINYING DIANSHIJU QIYE DE YANZHAN HE QUXIANG

著 者 潘 娜

责任编辑 黄松毅

特约编辑 李克俭

责任印制 阳金洲

封面设计 卡古鸟设计

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 北京玺诚印务有限公司

开 本 880mm×1230mm 1/32

印 张 10.25

字 数 215 千字

版 次 2018 年 2 月第 1 版 2018 年 2 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2222-6/J·2222 定 价 45.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

目 录

第一章 导论	1
一、问题的提出	1
二、研究述评	4
三、基本概念界定	20
四、研究方法与框架结构	32

上篇 历史与逻辑

第二章 出师未捷:民营电视剧企业混沌生长(1978—1992) ...	41
一、“大办电视剧”以化解数量匮乏困局(1978—1983) ...	43
二、形态各异的电视剧制作主体大量涌现(1983—1985) ...	46
三、低俗混乱遭整顿:民营电视剧企业在发育中纷纷倒闭 (1986—1992)	50
四、小结	58

第三章 寄生共存:民营电视剧企业在夹缝中艰辛发展 (1992—2002)	63
一、民营电视剧企业重整旗鼓以凸显专业品质	

2 社会与市场之间:改革开放以来民营电视剧企业的演展和趋向

(1992—1997)	65
二、交易市场化促推民营电视剧企业活力迸发	
(1997—2002)	75
三、小结	82

第四章 异军突起:民营电视剧企业驶向文化产业发展快车道

(2002—2012)	93
一、获取“甲种证”资格激活民营电视剧企业成长潜质	
(2002—2008)	94
二、民营电视剧企业触顶发展“天花板”(2009):基于问卷 调查分析	103
三、产业结构转型:“互联网+电视剧”新形态的崛起	
(2010—2012)	119
四、小结	142

第五章 价值复归:民营电视剧企业发展进入新时代

(2012—)	146
一、社会效益凸显为文化企业改革发展的“生命线” ..	147
二、政府与社会合作:重点规制电视剧行业价值偏离现象 ..	
.....	153
三、民营电视剧企业承载更高社会使命	158
四、小结	165

下篇 结构与趋向

第六章 政府维度:监管逻辑博弈民营电视剧企业逐利

本性	169
一、监管体系的逻辑真空:互联网电视成为民营电视剧企业的新平台	169
二、内容审查机制与电视剧产业链结构之间形成内在张力	185
三、小结	195

第七章 社会维度:民营电视剧企业积极建构行业共同体 ... 197

一、电视剧行业组织:属性与品类	197
二、民营电视剧企业依托行业共同体强化利益表达话语权	204
三、厘清政府与社会的合理边界:民营电视剧行业组织的重构	217
四、小结	227

第八章 市场维度:上市民营电视剧企业社会责任失范

危机	230
一、民营电视剧企业在多层次资本市场体系中渐成新增长点	230

二、上市民营电视剧企业核心竞争力培育的主要表征 ...	240
三、部分上市民营电视剧企业的不良示范催生行业 结构性矛盾升级	255
四、小结	262
 第九章 结论与讨论:民营电视剧企业如何实现“双效 合一”?	265
 参考文献	286
 附录 1:2017 年度持有《电视剧制作许可证(甲种)》的民营 电视剧企业名单	300
 附录 2:调查问卷	303
 附录 3:图目录	314
 附录 4:表目录	316

第一章 导论

改革开放 40 年来,文化艺术生产以市场化为改革主线,经历了一个由一元到多元、从整合到分化的演展过程。在这一过程中,体制外的各类文化生产主体如雨后春笋般快速成长起来,共同参与创造了新时期社会主义文化丰富多样、繁荣发展的新面貌。其中,民营电视剧企业既有和其他文化市场主体大致相同的目标取向与经营逻辑,又有从历史轨迹、制度空间和社会效用突出反映国家文化发展战略、文化体制改革变迁、文化供给侧结构演展的标本意义。本书选取民营电视剧企业为分析样本,旨在以点带面,探讨文化生产主体改革发展的重要基础性议题:如何实现社会效益与经济效益的内在统一?理解好这一问题,将有利于化解各类文化市场主体行为逻辑的冲突与矛盾,进而助推文化供给侧结构性改革的转型和提升。

一、问题的提出

中国电视剧的创作和生产起步较早,第一部直播电视剧诞生于 1958 年,不过早期电视剧的产量较低。改革开放后,随着

电视的快速普及,人民群众对电视剧的需求与日俱增,电视剧制作行业的生产规模随之扩大。据统计,2003年以来,全国电视剧年产量以万集为基点增长与调整,到2016年基本保持在1.5万集左右的产能水平(见图1.1),我国“世界第一电视剧生产大国”^①的地位不断巩固。

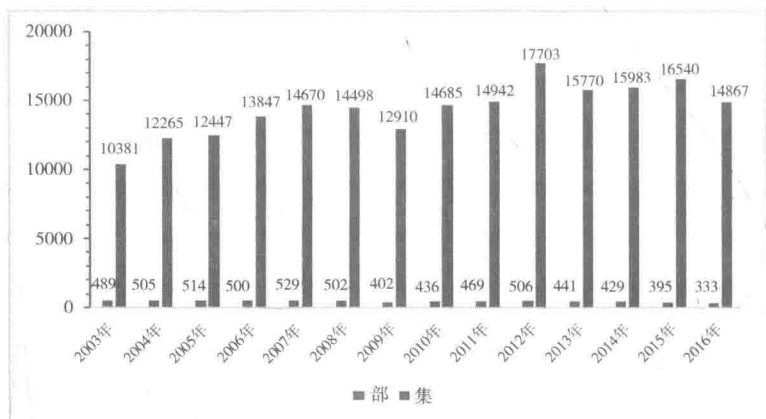


图 1.1 全国电视剧年产量(2003—2016)

数据来源:国家新闻出版广电总局关于全国国产电视剧发行许可情况的通告[EB/OL]. 电视剧电子政务平台,(2017-03-30)[2017-05-02]. http://dsj.sarft.gov.cn/tims/site/views/applications/announce_shanty?appName=announce&pageIndex=3.

近年来,随着网络自制剧的爆发式增长,电视剧的产量进一步扩大。2013年到2015年,网络自制剧年产量由50部激增到755部,3年间增长超过14倍(见图1.2)。加上这部分新增量,

① 田进.在全国电视剧工作会议上的讲话[J].电视研究,2011(6):4.

全国每年电视剧加上网络自制剧的总产量已然超过了1千部、2万集。与此相应,2015年,全国电视剧产业的市场规模也达到了882亿元,包括电视广告约429亿元,版权收益约222亿元,海外销售约5亿元,网络电视剧广告约200亿元,用户付费约25.6亿元。^①

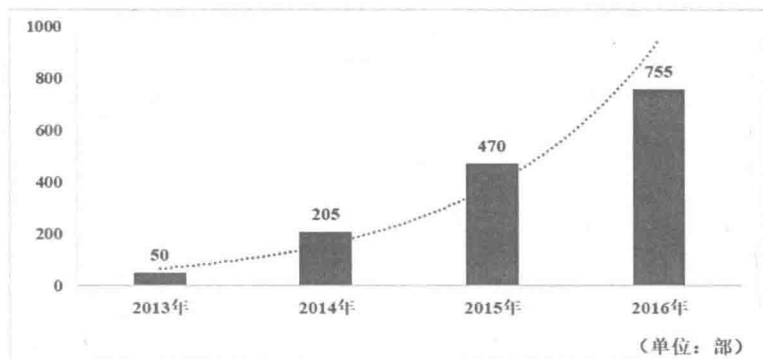


图 1.2 全国网络自制剧年产量(2013—2016)

数据来源:艺恩智库. 2015—2016 年中国网络自制剧市场白皮书[R/OL]. (2016—10—30)[2017—05—02]. <http://www.entgroup.cn/report/f/1718163.shtml>.

然而,在肯定国产电视剧产能水平的同时,我们也要看到经济指标背后电视剧思想内涵与艺术品质的“滑坡”。从民营电视剧企业的角度进行分析可以看到,随着生产经营能力的大幅增强,部分民营电视剧企业在市场经济大潮中迷失了方向,甚至沦为资本的奴隶,罔顾社会责任与艺术精神,生产出大量粗制滥造、

① 张海涛,胡占凡. 全球电视剧产业发展报告(2016)[M]. 北京:中国广播电视出版社,2016:24.

价值虚无、情节玄幻的电视剧产品,催生了一系列社会心理问题,严重消解了积极向上的社会风尚。马克思在《政治经济学批判(1857—1858年手稿)》导言中曾经指出,“艺术对象创造出懂得艺术和具有审美能力的大众”^①。而当电视剧被异化为脱离实际、脱离生活、脱离群众的变现工具时,人民群众的审美主体地位也便随之被矮化为了“粉丝经济”,远远背离了社会主义文艺生产的本质意义。

那么,如何遏制民营电视剧企业片面追求经济利益最大化的逐利本性?又如何从被动到主动,将社会使命内化为民营电视剧企业的组织“DNA”,在此基础上实现社会效益与经济效益的内在统一?笔者认为,除了要加强外部制度约束,还需要从根本上调整文化生产企业的主体方位,在社会与市场之间探寻新的生长空间,使民营电视剧企业从工具理性转向价值理性。本书试图通过系统梳理民营电视剧企业历史演展的大节奏、大脉络,把握其功能结构嬗变的内在逻辑,在此基础上提出新时代民营电视剧企业转型发展的新路径。

二、研究述评

改革开放以来,尽管文化艺术形态日益丰富多样,但人民群众始终保持着对电视剧的独特偏爱,这可以说是当代中国最重

^① 马克思,《政治经济学批判(1857—1858年手稿)》[M]//中央编译局.马克思恩格斯文集:第八卷.北京:人民出版社,2009:16.

要的文化现象之一。作为时代变迁中的社会生活“镜像”，电视剧艺术化地引导着人民群众对国家建设与改革潮流的认知逻辑和价值判断，形成了一种“嵌入”式的“濡化”机制，对经济体制变革中的社会文化生态起到了积极的整合与建构作用。正因如此，电视剧始终是我国基本公共文化服务保障体系中的重要供给内容之一。然而，电视剧的生产制作却又高度市场化。民营企业构成了电视剧投资制作的主体力量，成为文化产业中的重要组成部分。这就导致了电视剧供给侧结构的多维性与复杂性。特别是随着资本市场、互联网等新元素的加入，进一步放大了民营电视剧企业的逐利本质，致使电视剧行业社会效益与经济效益之间的矛盾愈加突出。遗憾的是，检视这一现象，学界与业界的关注点往往胶着于对微观审查制度与具体产业结构问题的探讨，而鲜少从社会主义文艺建设的本质意义层面反思电视剧生产主体过度市场化的弊害。民营电视剧企业作为集中呈现电视剧行业活力与症结的鲜活样本，学术界对它的关注与研究还相对薄弱，系统性的理论成果也相对欠缺。

（一）主要研究成果

关于民营电视剧企业研究的著作成果主要包括以下几类：

一是调研访谈辑录。学界大多将《中国民营电视公司现状报告》（李幸、汪继芳，2002年）视为国内最早的一部关于民营电视公司研究的著作。该书以北京8家民营电视公司为例，通过对其经营者的访谈和点评，探讨了中国民营电视公司的运营模

式。该书访谈的民营电视公司主要以电视栏目和电视频道运营为主。虽然“光线传媒”“其欣然”后来进军电视剧制作领域,但当时这两家企业主要因为成功运营了《北京特快》《幸运 52》等电视栏目而受到学术界关注。此后,《解析中国民营电视》(陆地主编,2005 年)更为全面地对全国范围内实力较强的 16 家民营电视公司进行了调研访谈。其中,调研样本包括“海润影视”“华谊兄弟”“英氏影视”等一批龙头民营电视剧企业,以及一手打造了全球最大规模影视拍摄基地“横店影视城”的特大型民营企业横店集团。因此,对于民营电视剧企业研究而言,应当将后者作为首部代表性的调研辑录。

二是会议研讨集萃。2004 年 9 月 18 日,第十三届中国金鸡百花电影节学术研讨会召开了“首届中国民营影视业高峰论坛”,并出版了会议论文集《中国民营影视企业现状与发展》(中国电影家协会,2005 年)。该论文集侧重于对民营电影企业和民营电影产业的探讨,并未涉及民营电视剧。真正意义上专门研讨民营电视剧企业的学术会议是 2007 年 5 月 26 日至 27 日,由南京大学和江苏省传媒艺术研究会在南京主办的“福纳现象和中国新文人电视剧高端研讨会”。该研讨会的成果之一——论文集《民营的激情与想象——中国新文人电视剧论析》(周安华主编,2008 年),以苏州福纳文化科技股份有限公司的电视剧创作实践为切入点,从多个角度探讨了中国民营电视剧企业的发展现实。此外,另一种类型的论文集是从业者笔谈。例如,中国广播电视协会电视制片委员会为庆祝成立二十周年,组织出

版了《中国电视剧产业精英谈》(张明智、宋培义主编,2011年)。30位曾获得过“全国十佳电视剧出品人”“全国十佳电视剧制片人”的优秀从业者以实践经验为基础畅谈了中国电视剧产业的发展历程,其中就包括十余位民营电视剧企业经营者的自述。这些内容构成了民营电视剧企业研究的鲜活资料。

三是理论专著。关于民营电视剧企业的专题研究著作屈指可数,主要有《中国民营影视发展研究》(耿蕊,2007年)、《寄生与突围——中国民营电视公司的运营现状研究》(刘远军,2010年)、《民营资本与中国影视文化产业发展》(詹成大,2010年)等。虽然以上著作对民营影视行业作出了较为系统的理论分析,但都仅将“影视”或“电视”作为一个整体概念,而未就电影、电视剧、电视栏目等具体行业的独特性作出进一步的深入研究。其中,《寄生与突围——中国民营电视公司的运营现状研究》的作者更是明确声明:“民营的、以拍摄电视剧为主要业务的电视剧制作公司虽然也在本书研究的范畴之内,但这一类公司由来已久且数量庞大,非一时一地一人之力所能完成,故本书不予选取。”^①这不得不说是比较大的缺憾。同时,这也说明了对民营电视剧企业进行理论研究确实有一定难度。除了专题研究之外,在行业研究报告中,也有涉及民营电视剧企业的相关研究内容。例如,《中国电视剧产业发展研究报告》(国家广播电影电视发展研究中心、湖南广播电视台课题组编,2011年),在对电

① 刘远军. 寄生与突围——中国民营电视公司的运营现状研究[M]. 成都:四川大学出版社,2010:16.

视剧制作机构和电视台的问卷调查中,有部分题目涉及对民营电视剧制作公司的调查。《中国广播电影电视发展报告(2011)》(国家广播电影电视发展研究中心编,2011年)则专题收录了基于问卷调查数据的实证研究报告《民营影视剧企业发展研究》(杨伟光、李胜利、潘娜,2011年)。

在论文成果方面,根据2017年6月18日在中国知网的检索结果,以“民营电视”“民营影视”“民营电视剧”为题名的论文(包括博硕士论文)分别为195篇、135篇、36篇,总计约400篇,数量比较有限。值得一提的是,综艺嘉、CSM媒介研究、美兰德媒介咨询、艺恩咨询、视扬顾问等行业调查机构,长期对电视剧市场进行数据监测并发布研究报告,其中就包含一些龙头民营电视剧企业财报的分析与市场排名。这些数据报告虽然主要服务于从业者,但对理论研究亦有一定的参考价值。

(二)主要研究视角

总体来看,关于民营电视剧企业的已有研究成果,以一般意义上的综合性研究为主。不过,也有一些学者从一定的理论视角对民营电视剧企业进行了较为深入的研究,主要包括政治经济学视角、产业链视角、比较研究视角等。

1. 政治经济学视角

政治经济学视角是分析民营电视剧企业制度环境的传统视角。近年来,学术界从这一视角出发的研究议题主要集中在政企关系问题上。对此,学术界大致有三种观点:钳制、吸纳与

共谋。

第一,钳制说。有学者认为政府与民营电视剧企业之间是一种不均衡的规则依存关系。在这种关系中,政府明显处于强势地位,企业没有足够的能力与政府博弈。作为政策制定者的政府,应该是整个经济体系的利益守护者,不应该厚此薄彼。但是,在一个不成熟的市场经济体系中,这种不平衡的关系结构有意强化了权益分割的不公平格局,并严重抑制了整个经济体系的活力和张力。尽管中国在电视剧产量上已经成为世界第一大国,但其主力军民营制作商却表现出小、散、弱的特点,被排挤到了收益的边缘。^① 钳制说实际上强调了政府规制对民营电视剧企业发展的消极作用,这主要体现在两个方面:一方面是破坏了电视剧产业结构的完整性。“电视剧生产是处在政府宏观监控之下的半产业状态。”^②另一方面是造成了制播双方的地位不平等。有学者指出,中国的电视台跟电视剧制作公司之间还没有形成平等的市场主体关系,电视剧的买卖实质上还不是真正的市场行为。由于政策原因的制约,民营公司在内容和渠道上的博弈问题依靠民营公司自身无法解决。因此,要想从根本上改变电视剧制作业的结构性缺陷,政府部门需要借鉴其他领域的民营经济发展模式,逐步放宽市场准入限制,制定相关政策,扶持民营公司电

① 朱春阳. 权益分割的技巧与市场延展的边界——电视剧产制模式与国际竞争力关系的比较研究[J]. 新闻与传播研究, 2006(4): 35.

② 尹鸿. 意义、生产与消费——当代中国电视剧的政治经济学分析[J]. 现代传播, 2001, 111(4): 4.

视剧市场化的发展。^①

第二,吸纳说。相对于钳制说,吸纳说认为,政府对待民营电视剧企业的态度是建构性、开放性的。“政府不断放松规制,制作机构的准入与市场化经营不断开放。制播分离模式的多元化发展,推动了电视剧社会化、市场化、规模化转型升级发展。”^②这种观点突出强调的是,民营电视剧企业之所以能够发展起来,恰恰是由于政策规制为其创造了市场空间。政府在控制国外电视剧引进的前提下,准许民营机构进入电视剧制作领域,以扶持国产电视剧的发展。实际上,对于能够获得观众广泛认可的民营电视剧企业,政府并不吝于给予荣誉奖励。

第三,共谋说。相对于前两种观点,共谋说认为文化产品的生产过程相当复杂。特别是对于电视剧这种高投入、高风险的文化产品,制作机构往往积极主动地迎合政府需求,二者甚至形成了一种不可言喻的交易关系。这主要体现在两个方面:一是政治迎合。在选题上,“民营机构会主动迎合规划里的政治选题”^③,以保证获得发行或公开播出的优先权;在意义生产上,

① 李岚. 在政策与市场之间:民营公司电视剧的路径选择[J]. 视听界, 2007(1):36.

② 杨旦修. 规制与发展:中国电视剧产业化进程研究[D/OL]. 南京:南京大学, 2011:2[2017-08-08]. [http://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?db-code=CDFD&dbname=CDFD1214&filename=1014167122_nh&uid=WEEvREewSIJHSldRa1Fhb09jMjQyNUNkOFZKNDZFdTIWaVhkalBXSnn6bz0=\\$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4ggI8Fm4gTkoUKaID8j8gFw!!&.v=MTI5NzhSOGVYMUxleFlnTN0RoMVQzcVRyV00xRnJlDVVjMMmZidVZ2Rnl6aFZMdKJWRjI2R3JlK0dkRE9yWkViUEk=](http://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?db-code=CDFD&dbname=CDFD1214&filename=1014167122_nh&uid=WEEvREewSIJHSldRa1Fhb09jMjQyNUNkOFZKNDZFdTIWaVhkalBXSnn6bz0=$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4ggI8Fm4gTkoUKaID8j8gFw!!&.v=MTI5NzhSOGVYMUxleFlnTN0RoMVQzcVRyV00xRnJlDVVjMMmZidVZ2Rnl6aFZMdKJWRjI2R3JlK0dkRE9yWkViUEk=).

③ 刘海波. 政治与资本的博弈——影响中国电视剧生产的两股力量及其互动[J]. 南方电视学刊, 2004(4):31.