

电影眼文库



# 世界纪录片产业论丛



Book Series of the  
International Documentary Industry

张同道 主编 贺幸辉 副主编

中国广播影视出版社

电影眼文库



# 世界纪录片产业论丛



Book Series of the  
International Documentary Industry

张同道 主编 贺幸辉 副主编

中国广播影视出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

经典全案 / 张同道主编. — 北京 : 中国广播影视出版社, 2016.8

(世界纪录片产业论丛)

ISBN 978-7-5043-7651-0

I. ①经… II. ①张… III. ①纪录片—研究—世界  
IV. ①J952

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 060519 号

## 经典全案

张同道 主编

---

责任编辑 任逸超  
装帧设计 嘉信一丁  
责任校对 张莲芳

---

出版发行 中国广播影视出版社  
电 话 010-86093580 010-86093583  
社 址 北京市西城区真武庙二条 9 号  
邮 编 100045  
网 址 www.crtpt.com.cn  
电子信箱 crtpt8@sina.com

---

经 销 全国各地新华书店  
印 刷 河北鑫宏源印刷包装有限责任公司

---

开 本 710 毫米 × 1000 毫米 1/16  
字 数 498(千) 字  
印 张 34.5  
版 次 2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷

---

书 号 ISBN 978-7-5043-7651-0  
定 价 78.00 元

---

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

# 《世界纪录片产业论丛》总序

陆 地

(北京大学新闻与传播学院教授)

同道小我一岁，算是同龄人，但出道比我早。我俩啥时候、啥地方、啥情况认识的已经没有印象，但确实是一见如故。认识十几年来，他的学生毕业论文答辩和搞的学术活动经常会请我到场。说来也巧，我俩在政协开会的时候被分在同一个组别，而且更巧的是，大会几乎每次都会无意识地安排我们住在一个房间。接触的机会多了，话题自然也就多了，相互的了解也就多了。这个世界，一部分人因为了解而疏远，一部分人因为了解而更亲近。幸运的是，我和同道属于后者。今年初的政协会上，我俩又有幸住在同一个房间。他告诉我，他马上要出一套纪录片产业丛书，希望我写个序。我虽然对纪录片也不陌生，甚至也拍过两部纪录片，写过几篇研究心得。但是，和同道比起来，完全是业余。但是，同道既发此言，且斩钉截铁，我也就只能恭敬不如从命了。

我一直认为，一个人做什么，怎么做，做得怎么样？其实就是这个人的才学、志向、性格和为人的结果或缩影。闭上眼睛，我把同道的音容笑貌和他的学问与事业叠加在一起，可以清晰地看出几个交集：

一是“实”。这应该是同道最大的特点。这表现在他的三个方面：做人诚实，做事踏实，做学问扎实。做人诚实是我见同道第一面就留下的印象。同道直鼻清目，皮肤白皙，庄而不严，谐而不虐，平时爱穿布鞋便装，从任何角度看，都是一副卓尔不群、仙风道骨、难以接近的样子。但是，我们

相识不久，他便无话不谈了。谈他的过去、现在和未来。我一直认为，一个人如果愿意让人了解他的过去、他的内心，这个人就是一个坦诚的、可以打交道的人。如果一个人只是听你说却从来不说自己，那还是敬而远之为好。同道学习、工作和生活经历丰富，但是，目光清澈如水；同道教学、科研和拍摄任务繁重，但是，笑声清脆如铃。这些都是诚实的人才有的特征。同道做事踏实的特点主要表现在他亲自拍摄的大量纪录片和纪实电影作品上。我自己拍过电视纪录片，我知道从创意策划、资金筹集到拍摄剪辑、制作播出的每一个环节都不能有闪失。一个粗心大意的人是不能当影视导演或制片人的。而同道则是集两者甚至数者职能于一身，泉水般地推出一部又一部新作。至于同道的学问之扎实，更是毋庸置疑。他是北师大中文系毕业的博士，文学功底十分扎实。1994年，他和著名文艺理论家王一川教授（现北京大学艺术学院院长）共同主编的《20世纪中国文学大师文库》曾风靡一时。后来他转入影视纪录片领域后，在教书育人的同时，先后主持国家艺术学课题与教育部、北京市课题10余项，出版《艺术理论教程》《探险的风旗》《电视看客：调查中国电视受众》《媒介春秋：中国电视观察》《时尚拼贴：解析中国电视栏目》《真实的风景》《多元共生的纪录时空》和《中国纪录片年度报告》等著作十余部。2004—2013年在美国纽约大学和加州大学洛杉矶分校做访问学者，多次作为主要学术发言人出席美国、欧洲、韩国、日本和香港等地的国际学术会议。

二是“大”。同道给我的第二个印象是“大”。不是他块头大，而是他胸怀志向大、项目手笔大、学问体系大。聊天的时候，同道最常说的一句话就是，咱们现在衣食无忧，已经不是在为自己奋斗，而是要为社会和后人干点有价值的事。我知道他不是说大话，他真是这么想的。这也是我敬重他的原因之一。在学界，一些学者确实很忙，也很能挣钱，但是，围绕的都是“小我”的利益，说到底不过是混入学界的商人。谁都知道，别说十几年前了，就是在今天，谁要是想通过拍摄或者研究纪录片挣钱，那肯定是缘木求鱼。但同道不但在十几年前选择了在中国电视市场和学术研究领域都寂寞孤独的纪录片作为自己的着力方向，而且侧重更加偏僻、更加“贫瘠”的儿童题材纪录片。这就未免有点自讨苦吃了。但是，同道义无反顾地冲了上去，

且至今乐此不疲。说同道的“项目手笔大”，不是投资有多大，而是他敢涉足一些同行不敢涉足的题材和体裁，敢于寻找一些同行难以合作的合作伙伴，敢于问鼎别人不敢想象的国际大奖。中国高校不乏亲自拍摄影视的老师，但是，像同道这样能够连续拍出高质量作品并且能够在央视播出、拿遍国内外纪录片大奖的学者确实是绝无仅有。说同道的“学问体系大”是最近一次接触留下的印象。今年1月的一次会议上，同道轻描淡写地跟我说，他要搞一套《世界纪录片产业论丛》，包括《品牌攻略》、《经典全案》、《记录者说》和《中国纪录片发展战略》四部，而且每一部都有特色，都有创新。我听了以后觉得这部丛书体系庞大，非三年五载难以完成。谁知道他说已经基本完成了，要我赶紧写个序。说实话，我心中也早有个庞大的学术规划，但是，只是希望在十年内能完成。相比之下，我真是太懒惰了。没有坦诚和信任，不是真朋友；没有相互的切磋和激励，不是好朋友。按照这个标准，同道兄算得上我的真朋友、好朋友了。

三是“新”。根据我的了解，同道拍摄的纪录片具备一切优秀纪录片的素质和特性：专业化、民族化、国际化。但是，仅仅具备这些“共性”，同道是不满足的。我看了他的一些作品，一个突出的感觉就是创新性强。包括理念创新、题材创新、角度创新和手法创新。这些特点在他的《居委会》（2001年，入选第14届阿姆斯特丹国际纪录电影节）、《白马四姐妹》（2003年，入选第18届瑞士弗里堡国际电影节）、《世纪长镜头》（2004年）、《小人国》（2009年首映，获第10届四川国际电视节金熊猫大奖）、《成长的秘密》（2009—2012年，获卡塔尔半岛国际纪录片节大奖）、《贝家花园往事》（2015年，中美电影节金天使纪录片奖）等作品中都有鲜明的体现。我觉得，上述这些林林总总的奖项主要是对他探索和创新精神的认可和褒奖。同道的创新精神同样体现在即将出版的这套从书中。这套丛书不仅内容和体例十分新颖，而且理论观点也非常时尚，具有突出的实战性、前沿性和学术性。比如，针对纪录片的新变化，2011年同道提出了全案研究方法论。在他看来，全案研究的核心理念在于，以纪录片创意产业链为研究对象，将一部纪录片视为一个从创意到传播的动态过程而非静态文本。这个过程可细化为六个环节：创意、立项、制作模式、视听文本、传播策略和传播效果。这些

过程将传播学、管理学、文化美学和营销学熔铸在一起，成为一种多学科交叉研究的最佳载体。了解了这六个环节，也就可以洞悉社会和市场因素如何制约和影响纪录片的创作过程、价值取向与美学特征。全案研究是一种微观研究，但也能以点带面，勾勒出20世纪以来全球纪录片的基本风貌，具有重大的理论创新价值和实践意义。就我个人经验来看，没有理论素养与创作经历难以提出这样一套实战性方法论。

四是“韧”。表面看上去，同道白面书生一介，甚至有点弱不禁风。但是，只要谈到纪录片，谈到事业，谈到未来，同道立马就精神饱满，韧劲十足。这一点，可以从同道的很多方面看出来。这么多年来，很多学者的研究领域或者面孔如川戏的变脸，跟风逐利，变幻不定。但是，同道从20世纪后期起咬定“纪录片”这座青山不放松，一干就近20年，其中艰难困苦，非圈外人能知一二。其实，我们从同道拍摄的大量作品上也可以看出他的韧性。他的纪录片作品多是十集以上，《成长的秘密》甚至能连续跟踪拍摄十年以上，没有一点毅力和韧力是根本做不成的。他从2009年以来每年主编一部《中国纪录片发展研究报告》，不但基本完整地纪录了中国纪录片发展的历史脚印，而且也完整地纪录了同道研究纪录片的历史轨迹。至柔者至刚。可以说，没有这种坚忍不拔的定力和韧力，就干不了、干不好纪录片这个行当，也成就不了同道今天在中国纪录片教学、科研和创作上的江湖地位。

作为朋友，我要向同道祝贺；作为兄弟，我要为同道高兴；作为同行，我要向同道学习。

2016年2月18日于燕园

# 序一

## 全球化纪录片的中国之路

张同道

如果说全球化(globalization)一词还略显抽象,那么互联网、好莱坞、麦当劳、微软和苹果则感性地诠释了全球化的含义。对于世界,全球化从20世纪80年代进入计时;对于中国,加入世贸协定的2002年可谓开端。从中国衣服包装不同肤色的人群、中国玩具娱乐不同种族的儿童,到中国城市随处可见的麦当劳、中国院线高潮迭起的好莱坞大片,中国已然置身于全球化海洋。当然,全球化并未一统天下,它把世界分为两块:一部分是国际化,一部分是本土化。面对西方强势文化,中国选择经济国际化、文化本土化的战略方针。现在,中国经济一路攀升到世界第二大经济体,而文化依然处于国际弱势地位。原因不一而足,现实境况是中国文化产业尤其传媒产业,落后于实体产业至少30年。

近年来,中国政府实施“文化走出去”工程,要求“讲好中国故事”。走出去就必须国际化,否则还只能在自家小院散步。因此,中国文化产业、尤其影视传媒产业也将进入全球化时代。

文化是软实力,而纪录片则是软实力中的硬通货。2011年以来,中国纪录片启动产业化行程,国际化推进迅速。在全球化时代,中国纪录片如何借鉴国际经验、建构文化品牌,实现中国文化传播?这正是《世界纪录片产业论丛》所研究的课题。

## 一、全球化纪录片格局

现有全球化纪录片格局形成于 21 世纪第一个十年：电视纪录片品牌化，纪录电影回归院线且频频成功，新媒体纪录片崭露头角。

电视纪录片呈现明显的全球化特征：近年来，国际化品牌实现了全球范围传播，并从不同地域吸纳资源，整合营销，其文化影响力与经济能量占据行业主流地位。并且国际品牌之间的合作成为发展趋势，一些重大项目往往是合作的结果。美国 Discovery Chanel 已于 2008 年上市，2015 年在 224 个国家和地区播出，累计订户 30 亿，收入为 63 亿美元。美国 National Geography Chanel 也在 170 多个国家落地。英国 BBC、美国 PBS、日本 NHK、法国和德国合作的 ARTE 也通过联合制作与节目发行的方式进入全球市场，成为国际化品牌。

多数国家纪录片属于本土化，即使有个别节目进入国际市场，也往往是与国际品牌合作的结果，整体而言，没有国际认可的品牌。

纪录电影重回院线是一个全球化思潮，首先从美国开始。2002 年以来，《科伦拜恩的保龄》《华氏 911》等社会问题影片不仅电影院票房大卖，还获得奥斯卡奖和戛纳电影节金棕榈奖，每年 130 多部纪录电影进入院线放映。其次，欧洲纪录电影也频频发力，《帝企鹅日记》《迁徙的鸟》《海洋》等一批自然纪录电影全球放映，人文内涵、电影美学与技术标准堪称极致，并取得票房成功。十年里，法国平均每年超过 70 部纪录电影在院线放映。几乎同时，纪录电影在亚洲获得成功。2004 年，关注台湾地震的纪录片《生命》在台湾票房胜过故事片，此后《无米乐》《拔一条河》《看见台湾》等影片不断冲击票房纪录。2009 年，韩国纪录电影《牛铃之声》吸引了近 300 万观众，并发动一场乡愁思潮。五年后，《亲爱的，别过河》再次取得票房成功，超过 500 万观众涌进电影院。

新媒体纪录片崭露头角。近年来，新媒体纪录片逐步发展出自己的特色，如美国导演雷德利·斯科特和凯文·麦克唐纳制作的《浮生一日》，联合 YouTube 网站从全球征集素材，讲述 2010 年 7 月 24 日这一天的生活，

参与者多达数万人。

## 二、中国纪录片发展之路

在全球化语境里，中国纪录片还属于本土化，距离国际化还有一段路程。

当然，一些中国纪录片在国际电影节上屡屡获奖（包括一些重要电影节），但多数是独立纪录片。即使获奖作品也难以在国际主流媒体传播，市场前景黯淡。

但所有熟悉中国纪录片的人都已嗅到国际化气息，只是仍在焦灼地寻找路径。

2011年以来，中国纪录片的国际色彩日渐浓郁：美国探索频道、国家地理频道，英国BBC的资深制作人，甚至雅克·贝汉、菲尔·阿格兰这样的大师级人物常常来中国传经送宝；中国纪录片人出现在国际纪录片集会上：法国戛纳电视节、阳光纪录片节、世界科学与真实制作人大会……；法国阳光纪录片节已在中国举办3届，一些年轻人纷纷登台提案；中国电视节上国际嘉宾日益增多：四川电视节、上海电视节、广州纪录片节、镇江西津渡国际纪录片盛典……

中国纪录片海外传播初显成效。《故宫》《超级工程》《颐和园》等通过国际合作在全球传播。中国电视机构甚至出资参与国际品牌合作，如《非洲》《隐蔽王国》。近两年，美国探索频道、国家地理频道直接与中国电视机构合作，制作了《运行中国》《跟着贝尔去冒险》《鸟瞰中国》等节目，在国际电视网播出。

中国纪录片也启动工业化进程，央视纪录频道从创意、管理、制作到传播系统向品牌学习。《舌尖上的中国》第一次创造了中国纪录片品牌，并成功地将文化影响力转化为市场效益，为纪录片打开一片开阔的产业空间。

国家新闻出版广电总局也连续出台促进纪录片发展的政策，并批准北京、上海、湖南三家纪实频道上星播出，为中国纪录片建构了足够宽敞的市场空间。

天生流淌着市场血脉的新媒体并不急于投入纪录片制作，多数仍在纪

录片传播上用功，冷静地寻找机会。2015年初《穹顶之下》的传播显示了新媒体的威力，而《侣行》无意间打开一条影响力与市场融合的新路。不过，新媒体纪录片究竟向哪里去？依然在摸索。

中国何时才能拥有BBC、探索、国家地理一样的国际品牌？怎样才能拥有这样的品牌？他山之石，可以攻玉。北京师范大学纪录片中心从2011年启动“世界纪录片产业”研究课题，为中国纪录片发展提供战略思考。

### 三、《世界纪录片产业论丛》何为

《世界纪录片产业论丛》以全球化纪录片发展为背景，对国际品牌、经典案例与重要人物进行立体研究，从而提出关于中国纪录片发展的战略思路。本课题研究起点为2000年，采用多学科交叉的全案研究方法，聚焦产业，动态跟踪，力图勾勒出21世纪以来世界纪录片产业的发展规律，为中国纪录片发展提供借鉴。

《品牌攻略》以英国BBC、美国Discovery、NGC、日本NHK、法德国合作的ARTE为对象，研究这些知名品牌的创意、核心价值、发展周期、品牌维护、品牌与传播、品牌与产业的关系。

《经典全案》选择2000—2015年间传播成功的25部中外纪录片，既有国际媒体大片如《蓝色星球》《美丽中国》，又有中国大片《故宫》《大国崛起》《舌尖上的中国》，同时还有独立作品如《姐妹》《梦游》等，几乎囊括了主要纪录片类型。

《纪录者说》选择20多位中外纪录片人物，既包括著名制作人瑞克·伯恩斯、帕特里西奥·古斯曼、书云、陈晓卿、杨力州、李忠烈、陈模琰等，又包括运营人探索亚太网副总裁魏克然、美国国家地理频道前副总裁史蒂夫·伯恩斯、英国BBC制片人理查德·布拉德利等。他们都是一线人物，或以作品，或以运营，描绘着世界纪录片的图景。

为了研究成果的有效性，我们希望遵循三条原则：

其一，前沿性。

本丛书旨在产业，并非历史或美学研究。因此，所选案例都发生于

2000年之后，其方法、经验对于今日纪录片发展具有启发性。

其二，实战性。

本丛书所讨论的案例都是成功的，所使用的方法为全案研究，即从传播学、管理学、营销学和文化美学等角度立体解剖，力图从中提炼出可资参照的经验，具有实战性。

其三，学术性。

本丛书既有论文，又有访谈，文体不一，但学术要求不变。从品牌、案例、人物的框架设计，到近乎苛刻的方法论要求，所有文章都经过了反复修改，最终希望提炼出一点理论成果，以期对于中国纪录片发展有所裨益。

《世界纪录片产业论丛》也是北师大纪录片中心与纪录片业界合作的成果。收录在丛书里的人物与案例大多是第一手资料，主要图片也由业界提供。

这套丛书的目标读者是纪录片从业者、影视专业学生和纪录片爱好者，也可以作为影视专业教学和培训的教材。相信每人都能从中找到自己期待的内容。

纪录片是产业，更是文化。

## 序二

# 全案研究：多维视野里的 纪录片创意产业链

贺幸辉

21 世纪带给纪录片前所未有的机遇和挑战。作为一种跨文化、跨时空的媒介形态，纪录片不仅回归院线，而且创造了电视传播的成功，美国探索集团上市，跨国制作与传播成为常态。中国纪录片历经低谷，从新世纪第二个十年开始启动产业化进程，央视纪录频道的建立、《舌尖上的中国》现象级传播与四家卫星纪录频道格局的形成都预示着中国纪录片即将进入一个全新的时代。

在计划体制下，中国纪录片创作只是创作和播出问题，无须考虑市场，学术研究偏向主题内涵与美学研究，研究方法以社会学、文化学、美学为主。而在市场体制下，市场配置资源，从创意、融资、制作、播出到市场回报成为一个有机链条，原有研究方法和内容限定于文化与美学范畴，无法深入纪录片产业，甚至连美学特征都不能明晰其生成机制，因为资金来源与运营方式对于美学风格做出严格的限定。

针对纪录片的新变化，2011 年张同道教授提出了全案研究方法论。他指出，全案研究的核心理念在于，它以纪录片创意产业链为研究对象，将一部纪录片视为一个从创意到传播的动态过程，而非静态文本，可细化为六个环节：创意、立项、制作模式、视听文本、传播策略和传播效果，将传播学、管理学、文化美学和营销学熔铸在一起，成为一种多学科交叉的研究模式。通过对这六个环节的详细分析，有效地阐释社会和市场因素如何制约了纪

录片创作的各个环节，并最终影响了纪录片的价值取向和美学特征，为年轻人了解、进入纪录片行业提供一条切实可行的路径。全案研究是一种微观研究，但也以点带面，勾勒出 21 世纪以来全球纪录片的基本风貌，强调每一个纪录片的典型性——地域、类型、历史阶段，以此呈现新世纪以来全球纪录片创作的多元性。全案研究注重第一手材料，以便最大程度还原历史语境，为后续研究打下坚实基础。

本书从外国、中国（含大陆和港台地区）与中外合作三个角度，一共收纳新世纪纪录片案例 25 个，主要涉及以下三方面议题。

### 其一，跨国合作和跨文化传播。

21 世纪以来，中外纪录片的合作日益密切，合作形式日趋多样。特别是 2007 年中共十七大报告中将“提高文化软实力”提升为国家战略之后，作为跨文化传播载体的纪录片在日益全球化的传播环境中发挥着越来越重要的作用。为了能够勾勒出新世纪以来，中外纪录片合作的发展历程以及跨文化传播的最新动向，本书共选取了六个典型案例，分别为：中英合作的大型自然历史类纪录片《美丽中国》，这部纪录片打开了中英纪录片合作的通道，并创新了中外大制作纪录片的合作模式；为电影节量身定做的纪录片《红跑道》，体现出了上海纪实频道在探索“电影节纪录片”道路上的有益尝试；《归途列车》作为一部由中国人担纲主创、吸纳境外资本、采取国际标准的独立纪录电影，2011 年获得国家广电总局电影局颁发的公映许可证后小范围登陆国内院线，开创了独立纪录片由电影节走向商业院线、由海外回归国内、由“地下”转而“地上”的新模式；纪录片《西藏一年》不仅创造了通过商业独立制片方式与西方主流媒体合作的成功案例，同时也提供了一个中国题材，尤其是少数民族题材纪录片国际传播的经典文本；《透视春晚：中国最大的庆典》国际版则探讨了中国纪录片的国际化表达方式问题，让中国纪录片能够被更多的海外主流电视观众理解和接纳；而《大国崛起》作为“新型政论类纪录片”的代表，站在全球的高度，采用了大规模境外拍摄模式，挖掘世界九个大国的兴衰荣辱，以此反观中国在世界格局中的定位。这些纪录片的创作和传播都体现出了新世纪以来中国纪录片创作越来越注重跨文化视角，在中外交流上进入资金合作、创作互补、共同开拓

传播渠道等更为密切和深入的合作模式。

其二，产业化。

2009年，我国第一部文化产业专项规划——《文化产业振兴规划》由国务院常务会议审议通过。这是继钢铁、汽车、纺织等十大产业振兴规划后出台的又一个重要的产业振兴规划，标志着文化产业已经上升为国家战略。2010年，国家广电总局出台《关于加快纪录片产业发展的若干意见》。2011年，中央电视台以中英文双语面向全球开播纪录频道。2014年，国家新闻出版广电总局批准了上海纪实频道和北京纪实频道上星播出，2015年又批准湖南金鹰纪实频道上星播出，至此形成四家卫星纪录频道并存的格局。

与此同时，纪录片市场化步伐加快，工业化生产和传播模式逐步提速。针对这一议题，本书遴选了六个案例，分别为：2005年央视一套播出的12集大型历史人文类纪录片《故宫》，它开启了新世纪中国纪录片工业化制作的先河，探索中国大片的制作与传播模式；而2006年在全国影院上映的《圆明园》则属于中国较早的大制作纪录电影，整体投资800万，最后回收1700多万，打破了纪录电影不能盈利的市场怪圈，在非市场行为的宣传片与独立片之外，开辟出属于主流市场的纪录电影类型；独立纪录片《姐妹》以50万元的成本，创造了300多万元的资金回报，达到成本的六倍多，拓展了纪录片的商业空间；2012年播出的《舌尖上的中国》则是一次纪录片品牌建构的成功探索，体现了当下中国纪录片新的文化美学走向、潜在的社会价值、产业价值以及新型的传播模式，也开启了一个更大范围内纪录片良性生态系统。

国际纪录片产业也出现新动向，以BBC为代表的自然地理纪录片开始采用“大片化”（blockbuster）模式，即以大制作取得大回报的制作策略，包括史诗性题材的选择、时空跨度空前的制作、高额投资、顶级团队专业制作。这类纪录片由于其优良的品质和国际化的制作模式，不仅可以获得可观的资金回报，而且全球传播，影响巨大。本书重点介绍了BBC纪录片《蓝色星球》与法国自然生态纪录片《海洋》，以此展现全球纪录片产业化的前沿发展趋势。

### 其三，多元共生。

在工业化模式占据主流的总体格局中，独立纪录片依然保留了富有个性的创作模式、美学风格和传播方式，形成多元共生的局面。本书特别选择了美国、欧洲、韩国、中国的独立纪录片案例，呈现纪录片的多元化特征。《海豚湾》《战争迷雾》《明亮的叶子》体现了美国新纪录电影运动的最新动态；《寻找小糖人》《兴奋剂之战》则体现出欧洲独立纪录电影的最新变化；《牛铃之声》以其票房神话，开启了韩国独立纪录片新方向：以彰显和呼唤传统价值观的话题赢得票房；《被遗忘的时光》《看见台湾》代表了台湾纪录片新的创作题材和创作模式；香港纪录片《音乐人生 KJ》是 CNEX 基金会资助作品中首部盈利的纪录片，以小成本独立制作获得不俗的票房成绩，并产生了较大的社会影响力；《1428》《梦游》《英和白》《乡村里的中国》则体现了中国大陆地区纪录片的发展新动向。总体而言，这些纪录片多为低成本制作，但由于社会责任感、独特的观察视角及其美学探索，从而产生了良好的社会效应，也获得一定的商业回报，为纪录片提供了多元化的发展模式。

作为北京师范大学纪录片中心的重点研究项目，2011 年正式启动全案研究。从全案研究方法的提出、纪录片篇目的选择、相关研究素材的收集直至最后成稿，历经五载春秋。共有 24 位作者参与了全书的编写工作，他们来自于大陆和港澳台地区，或从事研究工作或处在创作一线，围绕着这一研究项目而汇聚一堂。为了能够保证研究质量，诸位作者不辞辛苦进行实地调研，特别是针对于海外纪录片的研究，通过国外访学、国际学术研讨会与电影节等多种形式，力求获得第一手资料。在本书的写作过程中，也得到了全球纪录片导演和制作发行公司的鼎力支持，他们为本书提供了最鲜活的原始材料，从而确保本书的前沿性。

随着全球文化产业的发展，纪录片产业化将发挥愈加重要的作用。全案研究引入多学科视角，按照纪录片创意产业链的构架，通过深入剖析典型案例，观察产业化进程如何深刻地影响纪录片创作与传播，为纪录片研究者或创作者提供借鉴和参考，以此推动中国纪录片产业的良性发展。



# 目 录

|                        |        |
|------------------------|--------|
| 《世界纪录片产业论丛》总序          | 陆 地 1  |
| 序一 全球化纪录片的中国之路         | 张同道 5  |
| 序二 全案研究：多维视野里的纪录片创意产业链 | 贺幸辉 10 |



## 第一部分

### 21 世纪中国大陆纪录片案例

|                               |         |
|-------------------------------|---------|
| 1. 心理戏剧：《英和白》（2000 年）         | 许 乔 3   |
| 2. 生活戏剧：《姐妹》（2004 年）          | 刘 兰 25  |
| 3. 消费时代的呐喊与彷徨：《梦游》（2005 年）    | 丰云鹏 48  |
| 4. 为工业制作奠基：《故宫》（2005 年）       | 刘 飞 58  |
| 5. 讲给未来的历史故事：《大国崛起》（2006 年）   | 裴武军 73  |
| 6. 让历史翩翩起舞：《圆明园》（2006 年）      | 贺幸辉 97  |
| 7. 观看汶川地震的第三只眼：《1428》（2009 年） | 褚 玥 112 |
| 8. 品牌是怎样生成的：《舌尖上的中国》（2012 年）  | 刘 兰 124 |
| 9. 沉重的乡愁：《乡村里的中国》（2013 年）     | 位林惠 142 |