

国际电影与 电视节目贸易

■ 韩骏伟 著

丛书主编 李怀亮

国际文化贸易系列丛书

GUOJIWENHUAMAOTIYIXILIECONGSHU

中国传媒大学出版社

国际电影与 电视节目贸易

■ 韩骏伟 著

丛书主编 李怀亮

国际文化贸易系列丛书

GUOJIWENHUAMAOTIYIXILIECONGSHU

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际电影与电视节目贸易/韩骏伟著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2008. 2
(国际文化贸易系列丛书/李怀亮主编)

ISBN 978-7-81127-156-0

I. 国… II. 韩… III. ①电影—产业—研究—世界 ②电视节目—产业—研究—世界 IV. J99

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 020234 号

国际电影与电视节目贸易

著 者: 韩骏伟

主 编: 李怀亮

责任编辑: 冬 妮

责任印制: 曹 辉

封面设计: 大鹏工作室

出 版 人: 蔡 翔

出版发行: 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址: 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话: 65450532 或 65450528 **传真:** 010-65779405

网 址: <http://www.cucp.com.cn>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 北京中科印刷有限公司

开 本: 880×1230 1/32

印 张: 11.5

版 次: 2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81127-156-0/K · 156 定价: 29.80 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

总 序

李怀亮

改革开放以来,中国的经济建设取得了举世瞩目的成就。目前,中国已成为世界第三大贸易大国,经济总量居世界第四位,制造业总量居世界第四位。然而,中国的和平崛起,在经济飞速增长的同时,也必须获得文化的滋养。经济的发展必须植根于文化的影响力之中,正如党的“十六大”报告所指出:“当今世界,文化与经济和政治相互交融,在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出。”在综合国力中,经济实力和军事实力是物质基础,但一切经济和军事手段最终必须通过人的掌握、运用才能发挥作用,而人是受到政治、文化因素深刻影响的社会主体。在综合国力中,文化的功能在于通过对人的塑造来增强或者涣散一个民族的凝聚力,从而最终影响综合国力的实现。文化不可避免地要参加世界范围内的大对话、大交流、大竞争、大角逐。而文化贸易在这种大竞争和大角逐中,将会扮演重要的角色。

随着信息时代和知识社会的到来,包括广播、电视、新闻、出版、娱乐、电影等在内的文化产业创造出了巨大的社会财富,在国民生产总值中所占的比重越来越大。现在许多发达国家已经把文化产业作为支柱性产业。根据联合国教科文组织的统计,在1980年至1998年间,印刷品、文学作品、音乐、视觉艺术、摄影、广播、电视、游戏及体育用品的年贸易额从950亿美元激增至3880亿美元。这个数字还不包括多媒体、软件和其他版权产品的贸易。美国文化产品的出口收入已经占到了其外贸总收入的38%。对文化产品的消费已经成为人们日常生活中不可缺少的组成部分,文化已经成为重要的消费领域。随着社会生产力的发展,人们对生活质量的要求越来越高,为文化产业的发展提供了广阔的空间。而文化产业的发展又必然会依托和带动相关的产业,如视听业的发展就会带动新的电视设备、音响设备、传输设备等的研制和生产,从而使产业间的关系形成良性循环。文化产业和其他产业间的相互渗透,会给其他的产业注入更多的文化含量,帮助和促进其他产业的产品和服务形成优势品牌,从而给其他产业带来巨大的文化附加值。

当今世界,国际文化商品和服务贸易的市场结构是极不平衡的。随着新的数字技术的发展、国家地区以及国际性的政策调整,在整个20世纪90年代,世界范围内的文化产业结构格局迅速重新调整,全球性垄断寡头已经形成。时代华纳、迪斯尼集团等几个超大型综合媒体公司越来越多地控制着全球文化产品消费市场的份额。许多发展中国家包括中国的文化及其文化产业正面临着国际竞争的挑战。文化贸易构成了当今各国文化竞争的一个新的平台。在这个平台上的较量,将会直接影响到各国文化建设的全局。随着中国综合国力的不断增强,中国迫切需要发展壮大自己的文化产业,通过文化产品和服务的大量出口,来向全世界传播自己的价值观念,树立自己国家的文化形象,为更多的中国商品走向世界铺平道路。

当前,国外很多文化产业“巨无霸”正虎视眈眈地注视着中国市场,他们久经沙场,习惯于国际化的文化产业运作,对于刚刚涉足文

化市场的国内文化产业而言威胁尤大。如何提高文化竞争力、提高中国文化产业应对国际文化贸易市场的能力,已经日益紧迫和严峻地凸现在国人面前。

人才,是文化经营最为关键的因素之一。国外企业有大批文化经营与文化贸易方面的专业人才,对国际文化市场的研究非常深入、细致,大到一个地区的文化产品的竞争格局,小到一个具体产品应该怎样投放,都有专门的人进行具体的研究。而国内,文化经营方面的人才稀缺,既懂外语、懂影视文化产业制作、懂营销,又熟悉国际文化市场,并且与国际发行渠道有着密切联系的国际文化贸易人才更是凤毛麟角。没有专门的人才,没有翔实的数据资料,没有细致的实证研究,没有国际市场运作方面的经验,使得国内文化企业对国际文化贸易市场的认识不足,竞争力也受到很大的局限。在这种情况下,要想在文化产品的出口方面有所突破,是十分困难的。

正是在这样的背景下,中国传媒大学设立了文化贸易研究所,意在利用中国传媒大学在当代传媒研究方面的优势,为提高中国的文化贸易国际竞争力作出自己的贡献。2005年,文化部在我校设立“国家对外文化贸易理论研究基地”;2006年,教育部批准我校试办“国际文化贸易”本科专业。这都说明国家非常重视国际文化贸易专业人才的培养。文化贸易研究所成立以来,完成了中宣部、文化部、商务部、北京市政府、朝阳区政府以及一些文化企业委托的课题。这套“国际文化贸易丛书”,从文化贸易的基本理论、学科形态、市场分析以及实践操作等方面出发,第一次对国际文化贸易这一研究领域进行了广泛而深入的探讨。

中国传媒大学原校长、现名誉校长刘继南教授十分关心本套丛书的编写工作,并多次进行指导。在此,我们向刘继南教授和所有关心文化贸易研究所成长的领导、学者和业界人士表示感谢!

在我国乃至整个世界范围内,文化贸易的研究都是处于起步阶段。希望本套丛书能够对我国文化企业“走出去”和文化贸易理论探索起到积极的推动作用,这也是我们为之努力的目标所在。丛书的

问题和不足在所难免,不足之处请方家指正!

本套丛书只是一个开始,在文化贸易理论和实践探索的道路上,还有很多的问题等待我们去关注、去研究,我们也期待有更多的人关注文化贸易问题!

路漫漫其修远兮!在理论探索的道路上,我们刚刚出发……

2007 年元月于中国传媒大学

目录

总序 / 1

第一章 国际电影与电视节目贸易的发展历程 / 1

第一节 国际电影贸易的发展历史 / 1

第二节 中国对外电影贸易的历史 / 8

第三节 中国电视产业的发展历史 / 36

第二章 国际电影与电视节目市场的现状格局 / 39

第一节 国际影视产业的市场结构 / 39

第二节 国际电视产业基本格局 / 55

第三节 国际电影产业格局 / 83

第三章 影视产业的国际市场环境 / 93

第一节 国际影视市场的经济环境 / 94

第二节 国际影视市场的文化环境 / 97

第三节 国际影视市场的法律环境 / 100

第四节 国际影视市场的技术环境 / 117

第五节 中国影视产业的竞争力分析 / 119

第四章 影视国际贸易的跨文化接受 / 127

第一节 跨文化交流中的“文化折扣”与需求偏好 / 127

第二节 内容的国际标准是国际市场的通行证 / 131

第三节 本土文化特色是影视产品竞争力的重要砝码 / 139

第四节 观众期待与目标市场 / 144

第五章 国际电影与电视节目交易市场 / 161

第一节 国际电影交易市场 / 161

第二节 国际电视节目交易市场 / 173

第三节 中国四大电视节目交易市场 / 185

第六章 美国电影与电视节目国际贸易 / 194

第一节 美国电影与电视产业的历史与现状 / 194

第二节 美国电影与电视节目对外贸易 / 216

第三节 美国影视产业的对外扩张策略 / 223

第七章 法国电影与电视节目国际贸易 / 239

第一节 法国影视产业的发展 / 239

第二节 法国影视产品的国际贸易 / 243

第三节 法国电影开拓国际市场的策略 / 248

第四节 中法电影与电视节目贸易往来 / 256

第八章 韩国电影与电视节目国际贸易 / 263

第一节 韩国电影与电视产业发展状况 / 263

第二节 “文化立国”方针与相关制度 / 276

第三节 韩国电影与电视节目的国际贸易 / 282

第九章	中国电影与电视节目国际贸易 / 293
第一节	中国电影与电视节目市场概况 / 293
第二节	中国电影与电视节目贸易概况 / 303
第三节	外资影视进入中国市场的路线 / 315
第四节	中国电影与电视节目开拓国际市场的策略 / 322
附录 / 340	
参考文献 / 355	

第一章 国际电影与电视节目贸易的发展历史

第一节 国际电影贸易的发展历史

电影的发展历史一直伴随着商业化,早在 1905 年便出现了镍币电影院。在当代文化产业类型中,电影是商业化成型最早、最具当代产业典型模式的产业,也是当代国际文化贸易格局中不可忽视的重要组成部分。普华永道的报告数据指出,2004 年全球电影业的产值是 780 亿美元。

一、国际电影贸易的历史回顾

1895 年,法国卢米埃尔兄弟发明了电影。乔治·梅里爱可以说是第一位重要的法国电影导演。他拍摄的电影题材包括从街景到幻想故事、魔术表演、戏剧和主体纪录片等,如著名的《登月旅行》。法国早期电影创造了一套有效的现代制片体制,形成了世界性的生产和发行网络,取得了巨大的规模经济效益和市场支配力,成为世界范

围内电影行业的领袖。带领法国电影征服世界的是百代公司,百代公司自行生产拍摄和放映电影的设备,发行电影股票,拍摄电影,并通过其国际性的发行网络向全世界发行。到1908年,由百代所带领的法国电影产业已经占领了美国电影市场70%的份额。

法国的电影霸权无疑是对美国资本家的挑战。早在1896年,卢米埃尔兄弟公司在法国进行完他们最初试验一年之后,把自己的体制引入美国的打算就遭到了抵制。遭受联合抵制、产品和设备被海关没收、展映没有任何理由就被取消,所有这些都是由美国电影行业的竞争对手在背后操纵的,不久,卢米埃尔兄弟放弃了他们在美国的努力。在美国市场上的其他法国公司也遇到了类似的攻击。为了把法国人赶出美国市场,以托马斯·爱迪生为首的一群专利持有人,把他们的拍摄与放映设备专利联合起来经营,并成立了电影专利有限公司。电影专利有限公司的主要做法是利用知识产权保护为参与竞争的企业提供拍摄与放映的系统制式。在家庭录像带的早期,Beta制、VHS和飞利浦2000等几种制式是不能互相兼容的。为争夺市场份额,这几种制式的录像系统相互之间进行着激烈的斗争。电影专利有限公司规定,加入有限公司的连锁电影院,只能利用它所结盟的企业家的制式系统来放映电影,这样,其他各种制式就统统被关在这家影院的大门之外。电影专利公司的成立把大部分的法国电影公司赶出了美国市场。在短短两个月之内,美国电影市场上外国电影短片的市场份额就下降了25个百分点。虽然有两家最大的法国电影生产商获得了电影专利公司的许可,成为该卡特尔组织的成员,但到第一次世界大战爆发的时候,外国电影在美国市场上的份额已经下降到了15%,法国的电影公司在美国市场衰落了。

早期的中国电影输往美国时也遭遇重重障碍。郑君里曾提到:“商务出品的《莲花落》(1923)由华侨购得美国版权,不料竟遭美国电影联合会拒绝入境,反复交涉,仅许在苏伊士河旁一教堂内映演两日,虽遇大雨仍获六千余元。后华侨将此片运到美国檀香山和加拿

大各地,此为中国电影输入外国之始。”^①

第一次世界大战为美国电影产业的发展提供了机遇,美国电影利用欧洲陷于战乱的时机,逐渐取代法国、英国、德国等电影大国,形成国际化的电影市场。20世纪20年代,全世界主要电影制片机构云集在好莱坞郊区,形成了西方电影经济和文化的中心——好莱坞。美国经济没有因为战争受到损失,战后开始国际扩张:在1918年至1921年之间,美国的电影出口增长了300%。1925年,美国电影占英国、加拿大、澳大利亚、新西兰和阿根廷等国电影收入的90%;占法国、巴西和荷兰的70%。在法国电影市场上,到1927年时,提交给法国检查机关预审的影片有60%是好莱坞电影。自20世纪20年代起,“在世界各国,美国影片占着上映节目60%~90%的优势”。^②

到20世纪30年代,海外票房收入占好莱坞毛收入的45%。在20世纪70年代以前,海外收入并不被视为很重要的部分,好莱坞很少专门为迎合外国观众的口味而调整产品,也没有完整的海外机构。因为当时美国国内市场是世界上最大的电影市场,所以好莱坞尽可通过在国内市场收回巨额成本。直到美国高等法院禁止好莱坞纵向垄断美国市场之后,各大电影公司才开始利用独立制片人去减少成本,并且将重点转向国际化,考虑开发欧洲、亚洲等潜力市场。好莱坞一方面采取一系列措施针对海外市场,另一方面也在世界各地建立大量的分支机构,逐渐形成好莱坞影片一统世界的局面。从一定程度上说,美国电影已经成为“电影”的代名词。正如托比·米勒等人的《全球化与好莱坞》中所说:“好莱坞是一个你不能从地理上定义的地方。我们并不知道它在哪儿。”^③

① 引自中国电影资料馆编辑:《中国无声电影》,中国电影出版社1996年版,第1358页。

② [法]乔治·萨杜尔:《世界电影史》,徐昭、胡承伟译,中国电影出版社1982年版,第243页。

③ 转引自孟建、李亦中、Stefan Friedrich主编:《冲突·和谐:全球化与亚洲影视》,复旦大学出版社2003年版,第115页。

著名国际传播学批判学派代表人物之一阿芒·马特拉(A. Mattelart)认为,在两次世界大战期间,第一次产生了“外国文化工业入侵”的反应。^① 为了抵制美国电影的长驱直入,德国援引文化和产业两方面的理由于1921年开始限制进口外国影片。在此后几年中,英国、意大利、匈牙利和奥地利相继效法。1928年2月,法国也开始实行配额制,以“保卫法国的习惯和民族传统”。虽然这一配额制是针对所有外国电影的,包括日趋成功的德国电影,但其主要目标是针对好莱坞的。

第二次世界大战期间,好莱坞电影撤出法国,法国本土电影一度兴盛。但到第二次世界大战结束时,已经有一大批美国电影等候着在法国上演。法国年轻的影迷们对好莱坞的著名导演非常崇拜,但却谴责产生了这些大腕的产业体制。法国公众盼望着看到在第二次世界大战期间被禁止在法国上演的美国大片,特别是《飘》。

第二次世界大战后,1946年,法国和美国政府达成了一项10亿美元的贷款协议。这一协议的附加条款使法国重新向好莱坞开放其电影市场。美国电影业所代表的是经济强力和文化侵略的结合。胡佛曾说过,美国电影的重要性在于它既作为直接的商品贸易出口,也代表一般美国商品和美国生活方式的强大的影响力。电影出口不仅仅带来经济收入,还吸引观众购买其他的美国商品并能宣扬美国的生活方式。这使法国人认识到一旦美国电影产业遭到威胁,美国人会运用一切经济和政治的力量来反击。法国人更加感觉到美国电影既构成对法国本土产业的威胁,也代表了异质文化对民族文化的冲击。

为了获取巨额利润、占领国际电影市场,好莱坞一直不遗余力地向世界各国推销美国影片。到1995年,美国电影已经占据欧洲电影票房收入的75%。在全球市场上,美国电影2004年度的票房总额

① [法]阿芒·马特拉:《世界传播与文化霸权》,陈卫星译,中央编译出版社2001年版,第288~289页。

达到 252 亿美元。

二、世界各国对美国电影的抵制

美国电影产业在全球化的过程中,一直受到来自其他国家的抵制。第一次世界大战之后,欧洲就认为好莱坞电影席卷而来,这不仅是电影的危机,而且也是文明的危机。

1947 年关贸总协定谈判,美国希望电影业被囊括进谈判条约里,以便电影能和其他商品一样参与流通。欧洲国家为抵制美国电影的冲击,坚持电影业应该被排除在谈判条约之外。当时谈判协商的结果是作出规定,允许个别国家保留配额制度。配额是抵制美国电影大潮的有效办法。“1947~1948 年期间,作为对马歇尔计划的回答,法国政府决定在银幕上保留相当重要的空间”,正是在这一时期,“开始了文化工业方面的第一次抵抗。大规模示威游行的表达使得法国政府和美国就电影配额问题进行谈判”。^①

在 1993 年关贸总协定的乌拉圭谈判中,美国又一次提出关贸总协定中应该包括电影和电视节目。以法国为首的欧洲国家则以“文化例外”为旗号,经过激烈争论,终于在关贸总协定里成功地将这两个领域的产品和服务排除在适用于一般商品的规定之外。

对于具有相似政治文化背景和共同历史文化传统的欧洲而言,政策壁垒是他们维持文化特性最有效的手段。文化保护法允许许多国家鼓励本国的电影创作,而美国发行商将这样的法律称为贸易壁垒加以抵制。

2003 年 8 月 31 日,欧盟各主要国家的文化部长们出席了在威尼斯电影节新闻中心举行的新闻发布会,主题是如何促进欧盟各国间电影的相互交流,推动欧盟各国电影业的共同发展。这份最终报告的题目是:欧洲电影作品在欧盟内部的运作机制和新技术。报告

① [法]阿芒·马特拉:《世界传播与文化霸权》,陈卫星译,中央编译出版社 2001 年版,第 289 页。

称尽管欧洲拥有非常优秀的电影传统,而且各国每年电影的产量也很高,但是电影的收益却不容乐观。很多国家的电影只能在本国流通,并且面临来自美国商业大片的强大冲击。报告认为,欧洲是一个非常庞大的市场,欧洲的电影只有全面进入欧洲市场,才能够继续生存和发展。而要实现这个目的,欧盟各国之间就必须加强合作。新闻发布会的主持人、意大利文化部长指出,欧盟各国部长们实际上探讨了振兴欧盟电影业的第三条道路,就是在既不实行电影保护政策,又不改变欧洲电影固有的艺术风格的同时,通过加强欧盟内部各国之间的发行体制,实现欧洲电影的复兴和繁荣。

为了减弱美国文化的影响力,欧洲主要采取以下三种方式。一种方式是一些欧盟成员国通过设立某种标准,规定电影院放映非欧洲本土影片的最高比例,在法国,这个标准被订在 40%。另外一种方式就是引进较小比例的美国影片以缓和国内电影业的压力和满足消费者的需求。法国政府规定,每一张由法国影院售出的电影票,票价的一小部分都会用于资助法国的电影制作。因此,如果美国电影票价销售占到法国总票房的 60%,将会有一大笔钱被法国电影行业利用。第三种方式是欧洲国家进一步互相开放市场,而且还接纳了一定数量的非欧美国电影。以法国电影为例,其本国电影所占份额已经达到 38%,如果再加上其他欧洲国家电影所占据的 6%,其他非欧美国所占据的 2%,这个松散的“非美电影集合体”基本占据了近半数的法国电影市场。强调艺术的欧洲电影产业与崇尚商业的美国电影产业在相互博弈之间逐步达成一种动态平衡。

此外,为了支持欧洲视听文化的发展,欧盟开始了“媒介计划”(the Media Program)。欧洲委员会试图通过这种方式构筑一个欧洲的纪录片、动画片和多媒体制作的工业机制,从而与非欧洲的视听产品相抗衡。为了达到这个目标,欧盟在 2001~2005 年里设立了 40 万欧元的预算拨款。

韩国电影人对好莱坞的抵制也具有很长的历史。1987 年,许多韩国导演联名发表“自主宣言”,青年映画人协会还发表了《滚出去,

压垮韩国电影的好莱坞电影》的声明。1998年4月7日,美国电影协会亚太地区副会长访问韩国文化观光部和产业资源部时提议:如果韩国政府缓减目前的银幕配额制度,美方将投资约5亿美元在韩国20个城市建立各有十个银幕的多媒体影院。同年11月26日,姜帝奎等人被文化观光部邀请参加非公开恳谈会,文化观光部承认已经向美国提供了废除保护韩国本国电影的制度的开放方案。此时的好莱坞电影已经占据了韩国70%的市场份额,银幕配额制度真正取消后,韩国电影将受到好莱坞影片的巨大冲击。政府放开限制的决定激起了韩国影视界强烈反应,一怒之下,姜帝奎导演剃了光头,韩国国宝级电影导演林权泽的加入让运动影响迅速扩大,女导演也加入其中,150多位导演、演员、剧作家剃成光头,聚集在市政厅广场。这就是韩国电影史上著名的“光头运动”。2006年初,韩国又爆发了反对降低电影配额的大规模游行示威。对好莱坞的自觉抵制保护了韩国电影市场,也为韩国电影发展争取了时间和空间。

中国对美国电影的抵制最初主要针对辱华影片。早期输入中国的美国电影有不同的类型,谷剑尘著的《中国电影发达史》(1934)中写道:“舶来影片显然划分三大时期:第一时期为侦探长片;第二时期为战争片;第三时期为香艳肉感片。”谷剑尘历数其弊端有七条,第七条为“片中需用中国人处,不是充盗匪的手下,就是做人家的仆役。且必囚首垢面,弯腰屈背,形状秽琐,丑态可憎,有意污辱中国人,实足引起国际恶感。”他特别指出,“侦探长片运到中国以后,产生的影响也多不良。”“侦探长片的有意诲盗,可说是美国影业的一大污点。”“阎瑞生谋害王莲英,租界上白昼抢劫,开枪拒捕,绑架肉票,以至1923年的临城劫车,多半是《铁手》、《黑衣盗》、《蒙面人》、《红圈》等影片中的动作。种恶因的是美国人,食恶果的却是中国人。”^①

1920年春,纽约上映两部辱华片《红灯笼》与《初生》,片中“描写中国女子之缠足、中国人露天饮食、随街赌博、嫖妓以及中国人种种

① 引自中国电影资料馆编辑:《中国无声电影》,中国电影出版社1996年版,第85页。