



中国电影论坛丛书

中国民营影视企业 现状与发展

第十三届中国金鸡百花电影节学术研讨会论文集

中国电影家协会 编

中国电影出版社



中国影视企业蓝皮书

中国民营影视企业 现状与发展

第十二届中国民营影视企业高峰论坛暨中国民营影视企业年会

中国文联出版社 2015

中国电影论坛丛书

中国民营影视企业 现状与发展

第十三届中国金鸡百花电影节
学术研讨会论文集

中国电影家协会 编



编辑委员会

仲呈祥	李 准	康健民
夏 潮	何志云	柳秀文
汪菊平	佳 明	浩 东

主 编	佳 明	浩 东
副主编	陈多绯	王 丹

展望中国民营影视企业的发展(序)

本届电影节副主席
中国影协常务副主席 **康健民**



经过半年多的筹备,“首届中国民营影视企业高峰论坛”终于隆重召开了。这在已有百年历程的中国电影史上还是第一次。可以说,对这样一件盛事,中国影坛已经期待许久了,为此,让我们对它的闪亮登场表示热烈的祝贺!

在十六大精神的指引下,中国电影事业、产业加大了改革步伐。

中国民营影视企业正逐渐成为中国文化产业的重要组成部分并呈现出良好发展态势。为此,我们在本届中国金鸡百花电影节上隆重推出“首届中国民营影视企业高峰论坛”;特邀部分民营影视企业高层,从事文化产业研究和关注影视产业发展的专家学者,来自电影创作、制作、营销一线的人员及政府职能部门的代表四十余人汇聚一堂,在提交赴会的二十余篇论文的基础上做进一步的交流研讨。

我们希望与会代表能以宏观的视野、前瞻的目光、理性的思考和多学科交融的方式,梳理中国民营影视企业的发

展历程,总结经验教训;了解其生存和发展的国内外政治、经济、文化背景;明确其在中国和平崛起时代的伟大使命和历史责任;认知其职能和定位、权利和义务、优势和劣势、机遇和挑战、行业规则、经营策略等诸多方面;在深入交流研讨中,不断完善和树立中国民营影视企业的科学发展观,并在此基础上,为中国民营影视企业建设切实可行的发展构架,规划前景光明的未来蓝图。

中国影协是电影业的行业协会,中国民营影视企业的迅速崛起和令人瞩目的成就,呼唤着中国影协的关注和作为。中国民营影视企业应该是中国影协大家庭的新成员,但是,由于种种原因,我们为民营影视企业做的服务工作还相对滞后,这次,我们的工作人员是从“114”查号台起步,与一个个民营影视企业开始联系的。我们由衷感谢各民营影视企业对这次活动的参与和支持,由衷感谢许多专家学者为论坛提交的有见地的论文。这些,正是“首届中国民营影视企业高峰论坛”得以顺利召开的前提和保证。

中国民营影视企业发展已经到了跨上一个新台阶的关键时刻,必然会热切地呼唤中国电影产业理论研究的“跟进”,中国影协举办“首届中国民营影视企业高峰论坛”,是“跟进”的一次尝试,难免会存在许多缺憾和不足,但我们是诚心诚意、尽心尽力的。既有了“首届”,我们还期待“二届”,我们将继续张开双臂拥抱中国影协的新成员,我们将继续为中国民营企业的发展不断提供服务平台。这是我们的任务,也是我们的荣幸。

最后,预祝“首届中国民营影视企业高峰论坛”圆满成功!

(这是作者 2004 年 9 月 18 日在“首届中国民营
影视企业高峰论坛”开幕式上的致辞)

目 录

康健民	展望中国民营影视企业的发展 (序)/1
业陆河	跨越希望的门槛 ——试论民营影视企业的文化使命/1
齐勇锋	季 森 中国电影市场微观主体的 二元结构和股份制改革方向/18
王 强	努力实现民营影视产业的跨越式发 展/38
陆绍阳	中国民营影视企业现状考察及未来 经营策略研究/48
郭曲波	在希望与失望之间 ——民营电影企业的发展现状与前途探 讨/64
陈德赛	风物长,宜放眼量 ——试论中国电影民营企业发展战 略/74
刘 帆	制度创新与民营电影企业的发 展/95

- 张小争 **中国电影的工业革命**
——大众化、传媒化、品牌化、资本化/108
- 吕超 **七年之痒：民营影视的娱乐性实验和市场化生存**/122
- 沈芸 **中国电影私营年代的荣辱兴衰**
——“明星”、“联华”、“天一”三大公司的回溯/134
- 朱日坤 **中国电影投资决策分析**/163
- 杨彬彬 **2005 年电影入世前民营巨头的新机遇与新挑战**/175
- 杨越明 **品牌：产业化背景下民营影视企业的发展核心**/190
- 唐明生 **大片救不了中国电影**
——关于民营资本进军电影业的思考/202
- 丁道希 **消费时代的影视群落论**/215
- 章明 **低成本电影的创作及发展**/232
- 孟建刘云 **试论民营电影在中国电影产业中的地位
和作用**
——以“华亿”八年民营之路的崛起为例/251
- 张敬 **大银幕、大市场、大产业**
——整体看待中国电影市场和产业化发展/285
- 王中军 **电影市场赢利新模式分析**/296
- 丁一岚 刘卫星 **民营资本的发展博弈**
——华谊兄弟的市场竞争策略浅析/302
- 于冬 **国际化的商业电影是推动中国电影复兴的主流**/320
- 张贤亮 **镇北堡西部影城的成功证明民营体制是繁荣文化
产业的重要因素**/328

- 陈金海 浅谈电影要素聚集对产业发展的支撑/343
- 滕 站 雄关漫步从头越
——北京金英马影视文化有限责任公司发展之路/350
- 王三雪 关于民营企业这几年来做电影的感想/356
- 祁 海 首创民间力量介入电影发行的新模式
——广州三剑电影学社成功开拓市场之启示/359
- 张永贵 民营影视企业发展应重视的几个问题/379
- 史 妍 中国民营影视企业的声音
——“首届中国民营影视企业高峰论坛”发言摘编/390
- 颜 慧 中国民营影视企业银川论剑
——2004 中国电影论坛综述/405

附一:中国金鸡百花电影节优秀学术论文奖评奖条例(草案)/411

附二:第十三届中国金鸡百花电影节优秀学术论文奖获奖论文篇目/413

附三:倡议书/414

附四:中国电影市场调研报告/417

附五:扬起西部电影的大旗

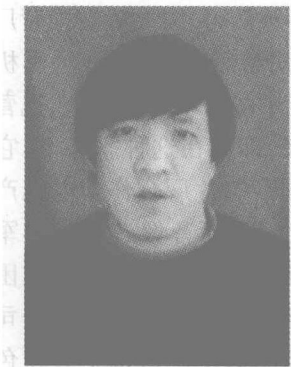
——宁夏大学师生与电影导演塞夫、麦丽丝对话节选/444

附六:部分中国民营影视企业资料汇编/450

跨越希望的门槛

——试论民营影视企业的文化使命

中国电影家协会 业陆河



中国正在走一条不同于西方大国的道路,和平崛起既是面对国际复杂环境的外交理念,也是一项整合国内格局的国策。我们对民营影视发展的研讨应该放置于文化产业、民营经济、和平崛起理论这三个语境之上。文化产业必将在和平崛起中扮演重要角色。民营影视公司应找准自己的位置,

使自身的发展与国家的崛起步调一致,在创造经济利润的同时,创造祥和发展的文化环境。这种文化环境反过来又是民营影视生存的厚土,因而可以说,民营影视是在创造自己的消费市场。与别的民营企业不同,民营影视公司在创造经济利润的同时,参与打造“文化中国”的形象,这既是文化使命,亦是民营影视公司的荣耀。

引 言

2004年,被影视界描述为改革的关键一年,一系列改革方案出笼、新的法规在8月1日启用^①、数字收费频道开通,而最引人注目的莫过于7家民营企业第一批获得国产影片的国内发行资格,这被认为改变了长期以来由国有企业控制的我国国产电影发行的格局。

事实上,社会资本参与电影制作在80年代中后期就有初食螃蟹者,只不过那时候他们的身份不被认可,需要躲在国营厂标后操作。进入90年代,由于电影票房持续低迷,国有电影机构经济上普遍萎缩,电影摄制对社会资本的需求越来越大,民营影视文化公司犹如雨后春笋,蓬勃发展,即使在这种态势下,它们依然没有独立的拍片资格,只能与国营制片厂合作。电视产业迅猛发展,挤压了电影产业的生存空间,而音像产业的异军突起,带来全新的文化消费方式与文化消费观念。电影人在困境中寻找生机,体制改革被提到议事日程上来。民营影视公司的独立制作浮出水面,形成国有与民营电影生产机构平分秋色的新格局。党的十六大提出全面建设小康社会,涵盖经济、政治、文化发展目标,文化产业发展战略受到各方面关注,电影体制改革随即迈上新台阶,民营影视公司获得参与电影发行市场与影院经营,国有企业控制电影发行与影院经营的格局被打破。至此,电影生产链的各个环节均向民营企业敞开大门。

正如经济学家所描述的那样,中国的经济改革沿着一条适合自身国情的循序渐进策略,弛缓有度地向前迈进。电影产业的改革当然不可能一步跨越体制鸿沟。电影产业新格局是在国家推行体制改革的大背景下,一步一步走过来的,且不断地更

新、完善。国家已经确立以经济建设为中心的发展战略,面对复杂的国际局势,坚持走一条和平崛起的道路。毫无疑问,电影产业是这一战略构架中的一个层面,所以,今天我们讨论民营影视企业,探讨的话题应放置于文化产业、民营经济与和平崛起理论这三个语境之上。中国正在崛起,文化产业必将在和平崛起中扮演重要角色。民营影视企业若想在这一进程中有所作为,就要使自身的发展与国家的崛起步调一致,在创造经济利润的同时,创造祥和发展的中国文化环境。这种文化环境反过来又是民营影视生存的厚土,因而可以说,民营影视也是在创造自己的消费市场。与其它行业不同,民营影视公司在创造经济利润的同时,参与打造“文化中国”的形象。这既是文化使命,亦是民营影视公司的荣耀。



文化产业、民营经济与“和平崛起”是我们探讨民营影视企业的三个关键词,也是谈论民营影视公司的语境。工业化初期,经济生产与文化艺术是对立的,而随着科学技术的发展,特别是信息技术的迅猛发展,经济与文化共生一体,产生“文化的经济化”。文化产业应运而生,并发展为人类社会不可缺少的产业门类,在许多国家成为国民经济的支柱产业。随着高新技术向文化领域的广泛渗透,文化产业作为新的经济增长点迅速崛起,占据经济总量的比重越来越大^②。

在计划体制年代,我国的文化生产并不依据市场需要与消费需求,主要按照主观目的安排生产,往往在满足意识形态需要的同时,忽视市场主体与消费主体的自主选择。统购统销的供给型、福利型文化管理模式确立国家资本成为文化生产的投资

者、受益者与市场风险承担者。“一切关于文化的生产、流通和消费,都是在文化事业的政策范围内被社会认知和运作。政府及其文化行政部门成为国家办文化的唯一主体。”^③不可否认,这种文化体制曾经创造过社会文化市场的繁荣,促进了我国的文化事业发展,也曾有过丰厚的经济回报;其不足在于,文化产业被排挤出国民经济整体规划,其文化的经济身份被剥夺,成为纯粹的文化事业。随着改革开放的推进,文化消费的自主选择成为市场导向的动力机制,这种文化体制暴露出明显的弊端,文化建设也陷于困顿。于是,文化体制改革被提上议事日程,制度创新促进了文化的再度繁荣,文化娱乐业在中国悄然浮出水面。“文化搭台经济唱戏”一时间成为时髦话题。“文化娱乐业不仅丰富了人民群众的文化生活,满足了人们精神消费的需求,而且还改善了一方的投资环境,为地方经济发展提供了新的就业机会。税源丰富和税种的增加,使得人们第一次看到了文化巨大的经济能量。”^④在加入世贸组织谈判中,中国专家惊奇地发现,文化在那些发达国家首先被确定作为一种产业,美国人正雄心勃勃地试图通过中国的“入世”谈判,把他们的音像产品推销到中国市场来。我们不得不面对一个新的课题——“文化的经济化”,并逐步认识到经济全球化带来文化产业全球化。中国的经济发展需要与世界接轨,文化市场势必受到冲击,文化安全与文化产业成为关注的焦点问题之一。在国内方面,随着社会主义市场经济改革目标与价值原则在文化消费领域的全面推广,发展文化产业也成为中国文化建设的重点课题。2000年10月,中共中央十五届五中全会通过的《中共中央关于“十五”规划的建议》第一次在党的决议文件中使用了“文化产业”概念,提出“推动有关文化产业的发展”。2001年3月,九届全国人大第四次会议通过的国民经济和社会发展“十五”规划纲要,明确了“文

化产业”在国民经济发展中的作用。从此,文化获得了它的产业地位与市场地位。

十一届三中全会确立改革开放的基本国策,为民营经济产生与发展创造了制度环境。国家先后四次修宪,每次修宪都一定程度地满足了民营经济发展的制度需求^⑤。民营经济就是由民间经营的经济,是一种以经营方式来界定的非国有经济形态,特指中国改革开放以后出现的种种民营经济的具体组织形式。广义的民营经济是对除国有和国有控股企业以外的多种所有制经济的统称,包括个体工商户、私营企业、集体企业、港澳台投资企业和外商投资企业。狭义的民营经济则不包含港澳台投资企业和外商投资企业。我们一般所说的民营经济,是指狭义范畴的民营经济。26年来,民营经济作为改革开放后成长起来的新生经济力量,迅猛地发展,已经成为国民经济的基础和社会主义市场经济的重要组成部分,成为促进社会生产力发展的重要力量。据统计,截止2001年末,我国的民营企业已发展到3000万家,年产值超过5万亿元人民币。仅就私营企业而言,已达202.85万户,比2000年增长15.14%。注册资本18212.24亿元,比上年增加4904.55亿元,增长36.86%。从业人员2713.86万人,比上年增加307.37万人,增长12.77%。在过去10年间,个体私营经济对GDP的贡献率已从不到1%达到20%以上,平均每年提高近2个百分点^⑥。2002年不包含外资的民间投资达到1.7万亿元,同比增长22.4%,占全社会投资的比重40.3%。民营经济上缴税收比重不断升高,到2002年底已接近37%;2002年广义民营经济的税收增长率为14.8%,全社会税收平均增长率为12.1%。民营企业中的个体私营企业的税收增长率从1995年以来连续8年超过50%^⑦。全国政协副主席、全国工商联主席黄孟复认为,民营经济在社会就业、

经济增长、财政税收、社会投资、繁荣市场、出口贸易诸方面起着重要作用,为社会主义市场经济体制改革和经济增长提供了有效保证和持久活力,特别是“对社会发展和稳定做贡献。一是回报社会,民营企业积极参与社会公益事业、光彩事业,实施光彩项目 9765 个,到位资金 523.73 亿元,带动脱贫人数 459.46 万人,安排就业 210.24 万人。二是安排下岗职工。目前再就业的国有企业下岗职工中有 70% 在个体私营企业里工作^⑧。党的十六届三中全会提出要大力发展和积极引导非公有制经济发展,在非公有制经济理论和政策方面又有许多重大突破。民营经济总体呈现快速、健康的发展态势,继续保持两位数增长,社会效益明显,且在国有投资引导下,民营经济投资出现高增长。

党的十六大报告明确提出:“坚持公有制为主体,促进非公有制经济发展,统一于社会主义现代化建设的进程中,不能把这两者对立起来。各种所有制经济完全可以在市场竞争中发挥各自优势,相互促进,共同发展。”在文化建设与文化体制方面,十六大报告提出:“发展文化产业是市场经济条件下繁荣社会主义文化、满足人民群众精神文化需求的重要途径。完善文化产业政策,支持文化产业发展,增强我国文化产业的整体实力和竞争力。”^⑨经济与文化双重制度创新是民营影视企业发展的政策支持与法规保证。党的十六大之后,广电总局制定了一系列改革措施,按照国际惯例积极探索打造我国影视产业模式。近年来,国内民营影视公司不仅数量剧增,而且在市场经济竞争中显示出它们不同于国有影视机构的鲜活实力,已经成为我国影视产业中不可缺少的经济力量。民营经济、社会力量无疑已成为我国影视产业的生力军。保利华亿、华谊兄弟公司、世纪英雄等民营影视企业,都以独立投资或与中影集团合作投资的模式涉入了电影制作,刺激了电影产业的发展。电影局对电影发行办法

做出调整,规定国有、民营公司注册资金在 50 万元以上,近 3 年内接受过电影制片单位委托,代理发行过 1 部电影局推荐的国产影片或 3 部其他国产影片,可向电影局提出申请,经审批批准后,领取在全国发行国产影片的《电影片发行经营许可证》。获得这个许可证的公司发行国产影片还须持有与影片出品人签订的发行合同,持有广电总局电影局颁发的《电影片公映许可证》。依据这一规定,北京博纳文化交流有限公司、北京新画面影业有限公司、上海金棕榈影视制作公司、广东大和影业有限公司、成都峨影影视文化传播公司、北京联盟娱乐传媒投资有限公司、中国华艺音像实业有限公司等 7 家民营影视公司获得首批国产影片的国内发行资格,长期以来由国有企业控制电影发行的格局被打破。由于之前民营影视公司已经获得独立制作资格,至此,电影生产链全面向民营经济开放,民营电影企业获得与国有电影机构同等的权利,体现了党的十六大所确定的“各种所有制经济完全可以在市场竞争中发挥各自优势,相互促进,共同发展”。

如果说文化产业与民营经济是探讨民营影视企业的两个“基本语境”,那么和平崛起的理论与实践则是探讨民营影视企业的一个“战略语境”。前者显示经济体制改革中的制度创新,后者体现一种政治、经济、文化的发展战略。笔者以为,我们今天研讨中国民营影视企业,探讨的议题应该放置于这三个语境之上。欧美并没有民营影视企业这个名词,由于我国在文化与经济层面上这两个特殊语境,才有中国民营影视企业。和平崛起是发展的理念与模式。中国正在走一条不同于西方大国的发展道路,和平崛起既是面对国际复杂环境的外交理念,也是一项整合国内格局的国策。民营影视企业的发展不能脱离这一发展理念,必须使企业自身的发展与国家的崛起步调一致,在创造经济利润的同时,肩负打造“文化中国”形象的使命。

中国的崛起是一种趋势。改革开放 20 多年来,中国经济获得前所未有的快速发展,经济年平均增长超过 8%;经济规模迅速扩大,经济实力与综合国力大大增强。到 2000 年,按现行汇率计算的中国 GDP 为 10800 亿美元,居世界第 6 位,占世界 GDP 的 3.4%,虽只有美国的 10%、日本的 23.1% 与德国的 57.8%,但却标志着中国正式进入世界“万亿美元俱乐部”。到 2003 年,中国的 GDP 已达 1.4 万亿美元(11.7 万亿元人民币),已超过法国上升为世界第 5 位。如果按购买力平价计算,中国 GDP 的规模就更大,已进入世界前 3 位。中国对外贸易量以每年 2000 多亿美元的金額在增加。2002 年,中国对外贸易总额超过 6000 亿美元,跃居世界第 5 大贸易国;2003 年突破 8000 亿美元(8512 亿美元),超过法国成为世界第 4 大贸易国,预计 2004 年将首次达到 1 万亿美元,有望超过日本成为世界第 3 大贸易国。特别是中国作为世界巨大潜在市场的优势正在显现,2003 年一举超过法国、英国与日本,由世界第 6 大贸易进口大国上升为第 3 位,仅次于美国和德国。^⑩

“和平崛起”首次提出是回应国际上流行的“中国威胁论”和“中国崩溃论”。2003 年 11 月 3 日,时任中国改革开放论坛理事长的郑必坚在博鳌亚洲论坛上做了题为《中国和平崛起新道路和亚洲的未来》,表明在复杂的国际局势下,中国只能选择奋力和平崛起,即争取和平的国际环境来发展自己,又以自己的发展来维护世界和平。这一理念是包括郑必坚在内的 20 多位中国学者针对国际反华势力宣扬的“中国威胁论”和“中国崩溃论”,经过近一年的研究而提出的。温家宝总理 2003 年 12 月 10 日访美期间在哈佛大学发表的演讲中较为全面地阐述了中国和平崛起的理念:“中国的发展和崛起是和平的崛起,我们要走一条和一些大国不一样的道路,这条道路就是和平崛起的道