

中国电影产业 发展报告

2007~2009

张会军 俞剑红 主编



RESEARCH REPORT
ON CHINA FILM
INDUSTRY
DEVELOPMENT

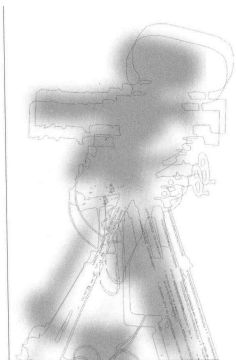
CIP 中国电影出版社

中国电影产业

发展报告 2007~2009

张会军 俞剑红 主编

RESEARCH REPORT
ON CHINA FILM
INDUSTRY
DEVELOPMENT



CIP 中国电影出版社
2009 北京

图书在版编目 (CIP) 数据

中国电影产业发展报告 2007 ~ 2009 / 张会军, 俞剑红主编. —北京: 中国电影出版社, 2009. 12

ISBN 978 - 7 - 106 - 03148 - 0

I. 中… II. ①张…②俞… III. 电影事业—研究报告—中国—2007 ~ 2009 IV. J992

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 207692 号

责任编辑: 李 丹

封面设计: 梅 子

版式设计: 梅 子

责任校对: 张 宇

责任印制: 刘继海

中国电影产业发展报告 2007 ~ 2009

张会军 俞剑红 主编

出版发行 中国电影出版社 (北京北三环东路 22 号) 邮编 100013

电话: 84290815 (总编室) 64216278 (发行部)

64296742 (读者服务部)

经 销 新华书店

印 刷 中国电影出版社印刷厂

版 次 2009 年 12 月第 1 版 2009 年 12 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/880 × 1230 毫米 1/16

印张/22.5 插页/4 字数/510 千字

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 03148 - 0/J · 1157

定 价 158.00 元

本成果系：

北京影视艺术研究基地 2009 年度“重点资助科研项目”最终成果之一；

2009 年度北京市教育委员会“科研基地-科技创新平台-中国影视学术创新理论”项目最终结果之一；

2009 年度北京电影学院院级（委托）科研项目《中国电影产业研究》最终成果（项目编号：2009WT06）；

北京市教委重点课题“文化艺术学科群建设”项目最终成果之一；

北京市重点学科“电影学”建设最终成果之一。

主 编:

张会军 俞剑红

编 委:(按姓氏笔画)

丁 峰 于 丽 王 焯 巩继程 刘 誉 李 苒 吴 兵
吴曼芳 张会军 张 琦 林晓霞 郁笑泮 陈 哲 季 伟
赵玉忠 俞剑红 聂海金 夏卫国 唐玲玲 翁 畅 谢 荃
韩 彪 褚 岩

策划 统稿:

俞剑红 张琦 李丹

撰 写:(按姓氏笔画)

冯宣凯 刘前超 张 琦 张 婷 胡 茜 宫丽姝 翁 畅
黄 海 曹 爽 彭舒琦

调研及数据整理:(按姓氏笔画)

马梦妮 马 蓉 王立学 王宇彬 冯宣凯 许 明 刘 星
刘 灏 刘懿娴 宋贞乐 李 洋 李 璐 吴 双 吴 薇
吴旭果 苏莉莉 陈颖男 杨 静 张 龙 张伊茗 张 琦
张研彦 张 然 张新建 张 蕾 赵哈娜 徐乃莹 高 攀
翁 畅 黄 海 曹 爽 梁宇锋 阎晓娟 彭 婷 燕 薪
魏 真



综 述

一、相关政策规定助推产业升级

2002年11月,党的“十六大”报告在“文化建设和文化体制改革”这一部分中明确提出要积极发展文化产业,并强调各类文化事业和文化产业都要贯彻发展先进文化的要求,始终把社会效益放在首位。自此,党中央、国务院高度重视发展文化产业,采取了一系列政策措施,深入推进文化体制改革,加快推动文化产业发展;到“十七大”报告中更进一步强调了文化软实力的重要性,提出,“要激发全民族文化创造力,提高国家文化软实力。文化软实力是综合国力和国际竞争力的重要组成部分。我国要在激烈的国际竞争中赢得主动,就必须在壮大经济实力、科技实力和加强国防力量的同时,使国家文化软实力有一个大的提高”;再到2009年9月,国务院出台了《文化产业振兴规划》,提出了以文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等产业为重点,加大扶持力度,完善产业政策体系,实现跨越式发展等今后的工作要点,一系列举措着实推动了产业化发展,尤其是电影作为文化软实力的重要组成部分,对于丰富大众精神文化生活,促进产业升级,开拓国际市场发挥着重要作用,也取得了显著的成绩。

总之,在电影市场这一具体环境中,政府行为的重要职责之一就是为促进电影业的持续、快速发展创造良好的外部环境。为了更好地履行这一职责,近年来,政府相关部门相继出台了一系列政策和规定,对电影业的经营管理起到了宏观的导向作用,也在很大程度上促进了电影产业的科学、持续、快速发展(表1)。

表1 2006—2009年电影业相关主要政策规定一览表:

| 日期 | 名称 | 主要内容 |
|------------|--------------------|---|
| 2006年1月18日 | 《外商投资电影院暂行规定》补充规定二 | 鼓励香港、澳门服务提供者在内陆设立的独资公司,在多个地点新建或改建多厅间电影院,经营电影放映业务。 |
| 2006年3月6日 | 《2006年音像市场整治工作方案》 | 深入开展以“阳光行动”为重点的音像市场整治工作。 |
| 2006年5月18日 | 《信息网络传播权保护条例》 | 对著作权人、表演者、录音录像制作者的信息网络传播权进行保护,并对保护方面的具体内容,如侵权行为、法律责任等进行了规定,为保护权利人的信息网络传播权提供了强有力的法律依据。 |
| 2006年5月22日 | 电影剧本(梗概)备案、电影片管理规定 | 国家实行电影剧本(梗概)备案和电影片审查制度;再次明确了电影中“禁止载有的内容”以及“应删剪修改的内容”,旨在引导创作者的创作方向。 |



续表

| 日期 | 名称 | 主要内容 |
|--|--|---|
| 2006年7月 | 《关于进一步完善国产影片发行放映的考核奖励办法》 | 加大了对发行公司、院线公司发行放映国产影片的奖励力度,提高了电影院放映国产影片的奖励标准,对影片摄制单位的宣传费和拷贝费进行了补贴。 |
| 2006年12月29日 全国人民代表大会 常务委员会 通过 | 《世界知识产权组织 版权条约》 | 加入《世界知识产权组织版权条约》,进一步加大对版权的保护力度。 |
| 2006年12月29日 全国人民代表大会 常务委员会 通过 | 《世界知识产权组织 表演和录音制品条约》 | 加入《世界知识产权组织表演和录音制品条约》,进一步加大对表演和录音制品的保护力度。 |
| 2007年4月5日 | 《最高人民法院、最高 人民检察院关于办理 侵犯知识产权刑事 案件具体应用法律若 干问题的解释(二)》 | 对办理侵犯知识产权刑事案件具体应用法律的若干问题进行了规定,为依法惩治违法犯罪活动提供了依据,进一步规范了社会主义市场经济秩序。 |
| 2007年5月28日 | 《广电总局关于发布 〈数字电影流动放映 系统技术要求〉的 通知》 | 对流动放映设备的技术要求进行了规定。 |
| 2007年6月9日 | 《电影发行拷贝技术 质量规范》 | 进一步规范电影发行拷贝技术质量。 |
| 2007年8月13日 | 《广电总局关于发布 〈数字影院暂行技术 要求〉的通知》 | 对数字影院的技术要求进行了规定。 |
| 2007年8月20日 | 《组建数字电影(中 档技术)院线公司的 实施办法》的通知 | 对组建数字电影(中档技术)院线公司的形式、注册资金、加入数字院线的放映单位的资格要求等进行了规定。 |
| 2007年9月13日 | 《国家“十一五”时期 文化发展规划纲要》 | 对“十一五”时期文化发展作出了总体规划。要求大力发展文化产业,影视产业也包含在其中。同时还具体对加强农村文化建设,加大知识产权保护力度等内容作出规定。 |
| 2007年12月29日 | 《广电总局关于重申 禁止制作和播映色情 电影的通知》 | 强调了影视作品中禁止出现的内容。 |
| 2008年1月31日 | 《互联网视听节目服 务管理规定》 | 进一步规范了互联网的视听节目服务。 |



续表

| 日期 | 名称 | 主要内容 |
|------------|---------------------|--|
| 2008年3月3日 | 《广电总局关于重申电影审查标准的通知》 | 规定了电影片禁止载有、应删剪修改的内容;电影片的署名、字幕等语言文字,应按《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国国家通用语言文字法》等有关规定执行;电影片技术质量应按照国家有关电影技术标准审查。 |
| 2009年9月26日 | 国务院出台了《文化产业振兴规划》 | 规划提出支持有条件的文化企业进入主板、创业板上市融资,鼓励已上市文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组,迅速做大做强。规划还提出积极吸收社会资本和外资进入政策允许的文化产业领域,参与国有文化企业的股份制改造。为保障财政资金的安全有效运作,中国文化产业投资基金中的财政资金部分,将以滚存形态设置于基金内,并不参与投资。而且,该投资基金将完全采取商业化运作模式,交由专业的基金公司进行操作,重点扶持我国演艺娱乐、动漫游戏、影视制作和发行放映、出版发行、文化会展、网络信息传媒等传统和现代文化产业的发展。 |

二、2007—2009年电影产业发展整体向好

自2007年开始,得益于我国国民经济继续保持快速增长,国内文化娱乐市场进一步繁荣发展,港台影视业为求内地放映市场大举北上,与内地公司合作,以及电影局“电影精品资金”与各级政府宣传部门对农村、少儿题材影片及主旋律影片的资金扶持,电影制片业继续保持了快速增长的势头,增长率达21.8%。国有电影企业如中影集团与民营电影公司如华谊兄弟等都积极开拓资本市场,为国内电影产业进军资本市场探索途径,这标志着电影产业正式进入资本市场。在制片投资结构上,中低成本制作的影片仍占绝大部分份额,构成国产电影产品的主体;商业大片与中低成本影片并存,共同分享市场档期;而中等投资规模影片继续由港产影片或香港与内地公司合拍的影片主导。与此同时,院线扩张和影院改造的速度和规模都呈现出大幅增长的趋势,主要院线跨区域发展的态势初露端倪,而提升院线和影院的企业文化品牌已经成为电影产业发展的关键产业链环节。在国产片的票房收益中,几部商业大片仍然是国产影片票房的主要来源,十部左右的中等投资规模影片则是有益的票房补充,而少数低成本影片在政策支持与院线商业运作合力下亦成就市场票房亮点。

2008年,中国人均GDP已经超过3000美元,整体上进入了物质消费和文化消费并重的时期。国际金融危机中,中国电影产业“逆势上扬”,2008年中国电影票房(不含农村市场)达到43.41亿元(首次进入全球电影票房前10名),同比增长10.14亿元,增幅达30.48%。特别是2008年12月全国票房超过5亿元,被称为“井喷式”增长,加上国产电影的海外销售收入25.28亿元和全国各电影频道播放电影的广告收入15.64亿元,全年电影综合效益达到84.33亿元,同比增长17.07亿元,增幅达25.38%(表2)。



表2 2003—2008年中国内地电影收入一览表

单位:亿元

| 年度 | 国内总票房 | 增长(%) | 国产电影票房 | 进口电影票房收入 | 海外销售及票房收入 | 电影频道广告收入 | 总收入 | 增长(%) |
|------|-------|-------|--------|----------|-----------|----------|-------|-------|
| 2003 | 9.5 | | | | 5.50 | 7.00 | 22.00 | |
| 2004 | 15.7 | 65 | 8.30 | 6.70 | 11.00 | 10.00 | 36.00 | 63.6 |
| 2005 | 20.00 | 27 | 11.00 | 9.00 | 16.50 | 11.50 | 48.00 | 33.3 |
| 2006 | 26.20 | 31 | 14.40 | 11.80 | 19.10 | 12.00 | 57.30 | 19.4 |
| 2007 | 33.27 | 26 | 18.01 | 15.26 | 20.20 | 13.79 | 67.26 | 17 |
| 2008 | 43.41 | 30.47 | 26.89 | 16.52 | 25.28 | 15.64 | 84.33 | 25.38 |

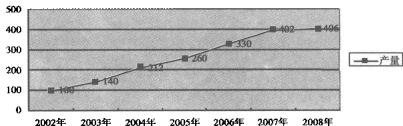
而2009年1至5月份,文化产业平均增幅达17%;电影产业高速发展,1至5月份,电影创作已达到160部,电影票房达到19亿元,同比增长40.3%。文化产业“逆势上扬”的信号,让人们期待着中国走向文化繁荣的新境界。时值建国六十周年,9月26日,经国务院审核通过的《文化产业振兴规划》经新华社发布后,相继在国内各大媒体亮相,《人民日报》于27日评论员文章称之为“推动文化产业振兴的重要举措”,这一《规划》将更进一步地推动产业化的进程,对电影产业的发展将注入新的活力。

随着电影市场化、产业化改革的逐步推进,院线制改革的不断深化,经过几年的不懈努力,中国电影制作生产和发行放映呈现出了快速发展之势。2008年制作影片406部(图1),跻身世界前三名,其中,胶片故事片146部,数字影片260部。体现在票房上,2008年总票房(不含农村市场)是43.41亿元,其中主流电影市场票房是38.84亿元,观众为1.41亿人次,放映场次为489.6万场。国产新片票房在亿元以上的影片就达8部(2007年3部),合计票房为14.71亿元,为历年之最;票房在1000万元~1亿元之间的国产影片有21部,票房在300万元~1000万元之间的国产影片有18部(表3)。以上数据可以说明,国产大片依然是市场的“宠儿”,占据着高票房的优势。票房5000万元以上、接近1个亿元的中等影片大幅提升,有后来者居上的趋势,注重制作、营销、发行等环节的增值,在市场份额上逐年扩大。中等影片的良好发展态势,也使中国电影市场票房结构渐趋稳定、合理。2008年,进口片票房1000万元以上的影片共29部,其中上亿元的影片3部,《功夫熊猫》以1.8亿元票房居于首位。数据表明,2008年国产影片质量有较大幅度的提高,国产影片年度票房所占市场份额超过了60%。2008年观众市场也呈现一片火热,影片从内容、题材、表现手法上越来越符合观众的心理需求,影片的类型也趋于多元化,满足不同欣赏口味的需求。



表3 2007—2008年票房1000万元以上国产影片分档结构

| 票房分档 | 影片数(部) | | 票房收入(万元) | | 放映场次(万场) | | 观众人次(万人) | |
|-----------------|--------|-------|----------|---------|----------|-------|----------|-------|
| | 2008年 | 2007年 | 2008年 | 2007年 | 2008年 | 2007年 | 2008年 | 2007年 |
| 1亿元以上 | 8 | 3 | 147,145 | 45,143 | 123 | 33 | 4626 | 1358 |
| 2000万元~1亿元以下 | 12 | 11 | 47,588 | 42,265 | 69 | 63 | 1735 | 1532 |
| 1000万元~2000万元以下 | 9 | 9 | 12,648 | 12,822 | 26 | 27 | 506 | 527 |
| 合计 | 30 | 23 | 218,011 | 100,230 | 231 | 123 | 7220 | 3417 |



单位(部)

图1 2002—2008年国产电影产量走势

(一)体制改革助推产业化、规模化发展

中国电影业从2003年起全面推进产业化以来,电影产量从2002年的100部左右上升到2008年的406部,电影投资主体从2002年的几十家发展为2008年的超过300家,且投资结构趋于多元。同时,国有电影制片单位积极推进转企改制,按照现代企业制度要求重塑新型市场主体。2008年6月,珠江电影制片公司和广东省电影公司组建的珠江电影集团在广州挂牌。9月,在峨眉电影制片厂基础上组建的峨眉电影集团在成都挂牌。截至2008年底,我国38家国有电影制片单位中已有18家完成转企改制。

随着中国电影业向着产业化、规模化的迈进,制片业自发调整的脚步也随之加快。不论是官方,还是民间,对创造中国电影第二个百年辉煌前景都有着强烈的信心。在资本的强势推动下,中国电影产业链的纵向整合、横向扩展已得到了进一步的提升。

无论是国营的中影、上影集团,或是民营的华谊兄弟、保利博纳,都在借助资本开始从生产、发行到放映以及相关产业、后产品等环节的整合。经过这一轮资本的选择和推动,电影业的产业集中度有了进一步的提高,在全面竞争中涌现出的佼佼者,通过自身品牌的打造已初显行业领导者的风范。由此,中国电影业向大电影产业又迈出了具有时代意义的一步。面对市场的激烈竞争,中国电影龙头企业纷纷暗自较劲,走出一条符合自身发展的经营之道。中国电影集团公司在继续推进产权和机制改革的同时,依靠其强大的垄断资源、制作能力和资本运作能力,走出了一条“制、发、放一条龙”的产业



链经营模式,在电影产业链的制片、制作、宣传营销、发行放映与影院投资、海外营销六大环节,都展开了卓有成效的扩张,尤其是在制片和制作这两大环节中,对制片环节采取了以大片战略为主、中小影片为辅的战略,以国家中影数字制作基地落实投入为标志,使之进入一个中影垄断制作的时代。上海电影集团公司2008年加快了股份制改革的步伐,继续在制片和院线领域稳固自身优势。民营公司华谊兄弟依托其强大的娱乐整合营销能力,以及拥有冯小刚等品牌资源,以“娱乐”和“名人”为企业核心竞争力,在民营企业中一支独秀,向建立从编剧、导演、制作到市场推广、院线发行、院线管理等更为完整的电影生产管理体系迈进。保利博纳作为中国电影发行领域的龙头企业,稳定发行优势,转变战略,向电影投资制作和影院经营终端扩张。光线影业作为电影产业的生力军,走出了一条以投资发行类型电影、以电影推广为龙头的全新发行模式和品牌化系列化战略的路子,成立两年来以100%的增长速度迅速跻身电影龙头企业行列。

(二) 国产题材类型更加丰富,商业元素不断增强,中小成本影片渐成中间力量

随着电影投资和制片主体的市场化、多元化,我国电影创作持续6年数量攀升。2008年故事片产量达到406部。其中,现实题材影片占80%以上,农村、少儿题材影片比上年增长20%以上。同时,全年生产动画片16部、纪录片16部、科教片39部,电影频道节目中心还拍摄了供电视播映的数字电影107部。经过持续6年的创作数量攀升,中国电影已经步入世界电影生产大国行列。《一个人的奥林匹克》、《买买提的2008》、《破冰》、《加油中国》、《筑梦2008》等影片表达了中雨电影人对北京奥运会的殷切期待和全力支持;《冰雪同行》、《人民至上》、《5.12汶川不相信眼泪》、《前方后方》等影片展现了中国人民在灾难面前坚强不屈、众志成城的时代风骨;《中国1978》、《超强台风》、《愚公移山》、《农民工》、《永远是春天》、《腊月雪》、《天堂凹》等影片歌颂了改革开放的时代精神;《梅兰芳》、《赤壁》、《非诚勿扰》、《画皮》、《长江七号》等大片开始赢得社会认同。

一方面,国产电影对市场性的追求更加明显,题材和类型也比之前有很大丰富。古代战争史诗片《赤壁》(上、下)无论投资规模和总票房都创下了国产大片的新纪录;《画皮》填补了国产魔幻类型影片缺失的空白,也为未来国产电影的创作和生产开辟出了一条新路;《风云决》、《葫芦兄弟》、《喜羊羊与灰太狼》可以看作是中国电影产业化改革以来国产动画电影的重大突破;《非诚勿扰》更是以3.4亿的累计票房成为产业化以来国产电影的单片冠军,同时也是投入和产出比值的奇迹。此外,像人物传记《梅兰芳》、功夫片《叶问》、科幻片《长江7号》,加之2007年的《投名状》和《集结号》等,都空前地繁荣和丰富了中国电影市场,也真实反映了国产电影制作水准的提高。同时,其他许多中等投资或小成本影片也都表现不俗,成为国产电影的中坚力量,如古装战争片《江山美人》、《见龙卸甲》等;时尚爱情喜剧《桃花运》、《十全九美》、《剑蝶》、《爱情呼叫转移》系列等;惊险片悬疑片《保持通话》、《证人》、《李米的猜想》、《秘岸》等,赢得了广大观众的普遍认可。这些都表明国产商业电影在经历了前些年的单一“大片”时代后,正朝着多元化的正确方向良性发展。

另一方面,一大批体现社会主义价值体系,宣扬真善美,构建和谐文化的既属于主旋律、又有一定商业观赏性的中小成本影片,如:《别拿自己不当干部》、《一年到头》、《青藏线》、《革命到底》、《金色年华》、《突发事件》、《点亮欧洲》、《千钧一发》等,从创作角度来看,都明显加入了时尚化的元素和类型



化的特征,可以看作是更加符合市场规律的调整。这些都为未来主旋律影片的创作做了有益的尝试,开辟了新的思路。

此外,在2007—2008年我国经历的一系列重大社会事件中,国产电影都有相应的优异表现:2007年,国产电影在三项重要的活动中,推出了一批优秀的作品:一是纪念香港回归10周年,推出了大型纪录片《你好,香港》以及《老港正传》、《女人本色》等片,这些影片营造了一个和谐的氛围。二是为配合建军80周年推出的一批军事题材影片,反映建军历史,描绘现代军人风采,如《八月一日》、《我的左手》、《此生此爱》、《夜袭》等影片。三是为了迎接党的十七大推出的金秋影展活动,共有50部优秀的国产影片和全国观众见面,包括《青藏线》、《东方大港》、《突发事件》、《悲喜松花江》、《杨得志围城打援》、《雷歌》、《大爱如天》、《村官过大年》和《男人上路》等影片,在全国范围内掀起了国产片观影的热潮,也为国产片的未来生产注入了新的活力。2008年我国经历的南方雪灾、四川大地震、北京奥运等一系列重大事件中,涌现出许多及时反映现实、鼓舞国人的具有重大社会意义的影片,像有关北京奥运的大型纪录片《筑梦2008》、故事片《买买提的2008》、《隐形的翅膀》;歌颂国人积极与雪灾抗争的《冰雪同行》,以及纪念四川大地震的《5.12汶川不相信眼泪》等,这些影片无论是在思想性还是在艺术性方面都较以往有很大进步,为近年的国产片增添了亮点。

(三) 产业政策积极调整,各方加大投入和扶持力度,新锐电影人才不断涌现

近年国家广电总局电影局启动了青年导演创作扶持计划,资助一批优秀青年导演拍摄影片,推动了青年影人的创作发展,帮助他们健康成长,引起了社会的巨大反响。由新锐一代电影人创作的一批艺术性、创意性较强的中小成本影片发展势头良好,市场表现活跃,如《长调》、《香巴拉信使》、《红色康拜因》、《公园》、《天下第一》、《命运呼叫转移》、《棒子老虎鸡》、《疯狂的赛车》、《高兴》等,这些作品以独特的电影手法和特色在激烈的市场竞争中占有了一席之地,进一步丰富繁荣了影片生产。这些举措对培养中国电影的未来人才和艺术上的创新和发展具有重要意义。

(四) 华语电影影响力渐长,市场不断扩大

2007年以来,中国电影与世界电影的交流也更加频繁和深入,华语电影追上了国际电影工业的浪潮,在跨地域、跨文化制作方面突破显著。2007年共有208部次影片参加了97个国际电影节,其中29部影片在19个国际电影节上夺得49个奖项,创造了历史最高纪录。《色·戒》夺得第64届威尼斯电影节的最高荣誉“金狮奖”,使华语影片连续3年获此殊荣。在第44届台湾电影金马奖上,合拍片包揽了绝大多数奖项,《叶落归根》、《心中有鬼》、《太阳照常升起》等影片获得了多项提名。这些成果在很大程度上是受益于合拍片政策,使内地和香港、台湾地区的电影生产能够取长补短、水乳交融,实力不断壮大。

此外,2008年共有249部次国产影片参加了102个国际电影节,其中有39部影片在24个电影节上获得了72个奖项,同比增加23个,增幅47%,其中《左右》斩获柏林电影节最佳编剧银熊奖。这些获奖电影为中国电影走出国门,让世界人民了解中国文化和历史风土人情做出了积极的贡献,也是世界各国对中国电影创作、制作水平不断提升的肯定和认同,也为国产片的海外市场奠定了基础。



除了各类奖项和荣誉,在市场方面,近年来国产电影(含合拍片)的海外市场不断扩大,已经成为中国本土市场以外的重要组成部分。2007年国产电影海外销售及票房收入达到20.2亿,2008年达到25.28亿,增幅超过四分之一,特别是在全球经济形势低迷的2008年,以《赤壁》为代表的国产大片在国内电影市场屡创佳绩的同时,在海外市场特别是亚洲市场也斩获颇多。《赤壁》在日本2008年累计票房达到50亿日元(约合3.4亿人民币),可以说和国内市场不相上下,力压诸多欧美大片,在日本2008年的进口片票房排名第一。这些令人瞩目的成就,为未来国产大片的创作生产方向开辟了新的思路。近年来,业内曾经有人提出建立以中、日、韩为核心的亚洲大电影市场,应该说这也是一个方向。

(五) 金融资本加大与电影产业的对接,投融资渠道更加多元化

在中央关于文化体制改革总体思路指导下,中国电影制片领域的融资能力已得到了明显提高,融资渠道不断拓宽。近年来海内外的企业投资、金融贷款、广告投入、版权预售、个人融资、政府出资和电影基金资助等方式都成为电影资金的重要来源。随着电影投资环境的进一步改善,一些境外资本(包括香港、美国、日本、韩国、英国、荷兰、加拿大等国家的资金)也逐步进入中国电影制片领域,而随着这些资金的逐渐进入,单一资金制作的影片比例已经越来越小,混合资金(国企、民营、社会、港台、海外)运作已经成为目前我国电影投资的主要形式。而《赤壁》的投资方包括中国电影集团公司、美国狮子山制作公司、北京保利博纳电影发行有限公司、北京紫禁城影业有限责任公司、橙天智鸿影视制作有限公司、北大春秋鸿文化投资有限公司等11家单位,涵盖了国有、民营、社会、境外等多种渠道的资金,影片上映不到一周内地票房即突破1.5亿元,创造了新的纪录,同时在香港、台湾、韩国等地上映后均位居首周票房榜之首;此外,由华谊兄弟传媒集团和香港寰亚联合出品的《集结号》还获得招商银行无担保授信贷款5000万元。总之,融资渠道的拓宽不仅提升了影片整体质量和规模,还有效地分担了投资风险。

此外,2008年投融资平台拓展还体现在金融资本与文化创意行业的良性对接上。电影《画皮》票房突破1.7亿元,为其提供1000万元版权质押贷款的北京银行不仅确保了该行信贷资金的稳健回收,还意外收获了广告效应。截至2008年10月,北京银行累计审批通过文化创意企业贷款46笔,8.53亿元,2008年底达到10亿元,该行已为文化创意产业提供50亿元的授信额度,而在银行内部该贷款不受额度的限制,优先发展。此外,招商银行也是冯小刚贺岁片《非诚勿扰》的金融类独家赞助机构。

目前,已有招商银行、交通银行等多家银行介入文化产业融资市场。北京地区文化产业融资气氛活跃主要与大环境有关,目前北京市对已经形成一定规模、获得商业银行文化创意产业项目贷款的企业,按照项目贷款利息总额的50%—100%给予贷款贴息支持,减轻了贷款企业的负担。给电影电视剧贷款,对于银行来讲最难的是风险控制。在给《画皮》1000万元贷款时,北京银行在贷前对借款人提出较严格的用款计划、还款措施,采取了个人无限连带责任担保。此外,北京银行还以版权质押方式为华谊兄弟提供1亿元的电视剧打包贷款,共14部456集电视剧,包括张纪中的《兵圣》、胡玫的《望族》、康洪雷的《我的团长我的团》等。为控制风险,北京银行与华谊兄弟约定,银行贷款不能超过其投资额度的50%。



2008年,歌华文化创意产业中心计划打造一个投融资服务综合平台。歌华的这一平台拟由多方合作完成:首先是与政府有关部门合作,利用北京国际文化创意产业联盟的高端国际资源,借鉴国外成功经验,参考相关影视专项基金的评估及投资体系,建设完善的影视类文化服务评估与投融资综合体系,帮助影视业新生力量成长;其次是与银行合作,借鉴国外成熟经验,研究探讨影视项目价值形成,探讨并建立影视项目(及其他文化创意项目)资产评估及抵押体系,制定为银行业者普遍接受的规则,为银行业者提供新的业务产品;第三是与保险公司合作,借鉴国外成功经验,研究影视项目风险,探讨并建立影视项目风险评估、管理体系,为保险业者提供保险、再保、分保的理想对象;第四是与投资机构合作,借鉴国外成功经验,研究影视项目增值过程及市场预期等,探讨并建立投资管理评估体系,解决影视项目融资难的问题,为投资机构提供新的投资渠道。

2009年9月27日,证监会创业板发行审核委员会通过民营影视公司——华谊兄弟传媒股份有限公司的首发申请,华谊兄弟也成为中国内地首个在境内上市的娱乐公司。据发行计划,华谊兄弟本次拟发行4200万股A股,占发行后总股本16800万股的25%,预计本次募集资金数额为6.2亿元,主要用于补充影视剧业务营运资金。如本次创业板募集资金能够到位,2009—2010年,华谊兄弟将投资《非诚勿扰2》、《唐山大地震》等6部电影及642集电视剧。如实际募集资金超出预计数额,超额资金将用于影院投资。华谊兄弟计划两至三年内在国内投资建设6家影院,目前正与上海天鸿MGM、重庆城上城商业广场、武汉黄陂广场、珠江成都等影院项目进行接触。

(六) 发行放映业改革成效显现

从2007年到2008年,中国电影发行市场持续维持着“国有发行公司领跑市场,民营发行公司特色发展”这一基本格局。一方面,作为电影航母级别的国有电影发行公司——中影集团继续依托自身资源和政策优势,连续数年位居内地电影发行公司业绩排行榜首位,继续领跑国内电影发行市场;另一方面,以保利博纳和华谊兄弟为代表的民营公司也在奋起直追,他们在谋求资本注入和探索各自的特色发展之路的过程中,实力也在日益增强。据统计,在2007年度票房排名前10位的影片中,由民营发行公司参与发行的影片达到8部之多,其中保利博纳一家公司所发影片就占据了5席(表4);而在2008年度票房排名前10位的影片中,由民营电影发行公司参与发行的影片也达到6部(表5)。其中,保利博纳公司和华谊兄弟又表现得尤为突出(分占3席、2席),成为了我国电影发行市场中两支重要的生力军。

表4 2007年度票房前10位国产影片发行公司一览表

| 排名 | 片名 | 票房成绩(万元) | 发行公司 |
|----|-----|----------|-------------|
| 1 | 投名状 | 17,395 | 中国电影集团、保利博纳 |
| 2 | 集结号 | 15,445 | 华谊兄弟 |
| 3 | 色·戒 | 13,549 | 中国电影集团、香港安乐 |
| 4 | 门徒 | 6,012 | 保利博纳 |



续表

| 排名 | 片名 | 票房成绩(万元) | 发行公司 |
|----|---------|----------|-------------|
| 5 | 满城尽带黄金甲 | 5,292 | 新画面 |
| 6 | 伤城 | 3,733 | 保利博纳 |
| 7 | 不能说的秘密 | 3,685 | 中国电影集团、香港安乐 |
| 8 | 导火线 | 3,450 | 保利博纳 |
| 9 | 命运呼叫转移 | 3,345 | 中国电影集团、派格太合 |
| 10 | 男儿本色 | 3,239 | 保利博纳 |

表5 2008年度票房前10位国产影片发行公司一览表

| 排名 | 片名 | 票房成绩(万元) | 发行公司 |
|----|-------|----------|-----------------|
| 1 | 赤壁(上) | 32,124 | 中国电影集团、保利博纳、橙天等 |
| 2 | 画皮 | 23,240 | 上海东方、中国电影集团 |
| 3 | 非诚勿扰 | 21,455 | 华谊兄弟、中国电影集团 |
| 4 | 长江七号 | 20,305 | 中国电影集团、保利博纳 |
| 5 | 功夫之王 | 17,120 | 华谊兄弟、中国电影集团 |
| 6 | 大灌篮 | 11,064 | 上海东方、中国电影集团 |
| 7 | 梅兰芳 | 10,992 | 中国电影集团 |
| 8 | 木乃伊3 | 10,834 | 中国电影集团 |
| 9 | 叶问 | 7,140 | 北京时代影音、中国电影集团 |
| 10 | 见龙卸甲 | 6,958 | 保利博纳、中国电影集团 |

2008年,电影院线制在中国经过了6年的洗礼,在线票房业绩、影院建设、院线管理等方面均取得了显著成效。中国电影放映市场竞争体系逐渐形成,市场更趋透明和理性,管理更加规范,市场规模迅速扩张:截至2008年底,全国共组建院线34条,影院1545家,银幕4097块(图2);全年主流院线范围内新增影院118家,新增银幕数579块,平均每天新诞生银幕1.56块,院线市场的发展规模急剧扩张。

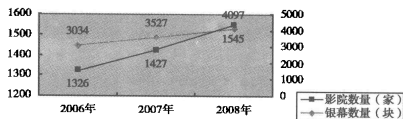


图2 2006—2008年全国院线影院、银幕数量增长趋势图



同时,2007年和2008年也是我国主流院线市场票房产出实现跨越式增长的两年。2007年主流城市院线市场的年度票房产出达到27.88亿元,较之2006年提高32.76%;而2008年,无论是票房产出量还是增长速度又继续创下新高,一举在年内取得38.84亿元的票房(全国主流电影市场),比2007年净增10.96亿元,同比增长39.31%,发展势头极为强劲(图3)。

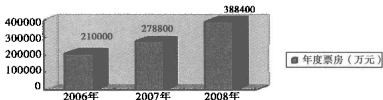


图3 2006—2008年我国主流院线市场票房发展趋势图

此外,经过2005年和2006年全国院线大规模的重组和整合之后,我国电影院线公司在2007年和2008年两年间,呈现出多元化发展的态势,国有院线、民营院线以及国有控股、民营参与的院线公司联合发力,打造出一批以中影星美院线、万达院线、上海联和院线、中影南方新干线和北京新影联院线为代表的具有品牌优势和极强竞争力的强势院线。

(七) 影院建设力度加大

1. 投资结构

近两三年来,现代化影院建设的投资结构比例发生了变化,国有资本加大了影院投资力度,截至2008年底,中影集团控股或参股影院30家,其中,控股影院18家,参股影院12家,带有“中影”品牌的影院17家,银幕107块,座位46013个。中影星美、北京新影联、中影南方、浙江时代、辽宁北方、四川太平洋、河南奥斯卡、广东大地、上海联和等主流院线也开始自主投资影院,或者与行业内外资本优化重组,建设连锁品牌影院。比如,中影星美旗下“星美”系列影院,中影南方旗下的“新南国”,浙江时代的“电影大世界”,辽宁北方的“新东北”和“华臣”,四川太平洋旗下的“太平洋”影院,河南奥斯卡旗下的“奥斯卡”系列影院等。万达、金逸、横店、保利、香港UME、香港百老汇、嘉禾、大地文化公司以及韩国“好丽友”集团等社会及境外资本随着政策的放开,陆续投入资金建设现代化多厅影院,并以连锁品牌影院的形式扩展市场领域。就影院设施、经营管理、影院所处的地理位置等方面所具备的优势分析,都是目前国内地大部分传统影院所不能比拟的。

2. 院线影院发展情况

2007年,中影星美、上海联和、北京新影联、中影南方、万达这5条院线票房均超过3亿元,其中,中影星美以3.64亿元的好成绩获得年度院线票房冠军。此外,数字院线在国家政策的支持下也取得了进一步的发展,初步形成了主流院线、数字院线、农村院线等多层次发展的发行放映网络,在满足观众的差异性观赏需求的同时,也为影片的资金回收提供了有效的渠道,有力地促进了整个电影行业的持续发展。其次,新的经营理念正在深入。万达院线作为中国电影院线的新模式,自成立以来得到了飞速的发展,现已成为国内具有较强竞争力的电影院线之一,而它所采用的经营理念也正在获得越来越多的肯定,即“统一品牌、统一经营、统一管理、统一宣传”,正是在这样的理念的支持下,万达院线的



核心竞争力不断得到提升,2007年票房收入突破3亿元人民币,同时,万达院线不仅涉足院线、影院建设,还涉足影视基地等领域,逐步走向产业化、规模化,为其他的投资者提供了可借鉴的发展模式。

2008年,现代化多厅影院的建设步伐加快,院线制运作逐渐成熟,各类资本对影院的投资热情依然继续。全年新增影院118家,总数达到1545家,比2007年增长8.27%;新增银幕570块,银幕总数达到4097块,比2007年增长16.16%,平均每天诞生1.56块银幕(图4)。2008年新建影院建设继续了前几年的快速发展之态势。

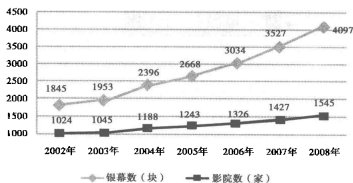


图4 2002—2008年主流电影市场影院和银幕发展趋势

2008年平均每家影院有银幕数2.65块,比2007年略有增加。但我国影院的整体水平仍然处在传统影院的阶段。我国主流电影市场现有的影院数量和银幕数量,同我国庞大的消费群体相比相差悬殊。

3. 现代化多厅影院大发展

现代化多厅影院代表了我国影院的先进水平和观影消费新趋势。集文化、时尚、休闲、娱乐于一体的新建多厅影院一般在1~2年内进入发展期,成长期很短,尤其是地处北京、深圳等经济发达地区的影院,几个月之内票房就能达到1000万元以上。北京万达国际影城(CBD店)2006年12月开业,2007年票房达到2555万元,2008年增长到4554万元,位居全国影院排名第4。另外,影院与周边商区形成互动式消费的观影环境,很容易激发潜在的观众群体进入电影院,这些影院展现出传统影院无法比拟的优势。

(八) 营销宣传贯穿整个产业链

电影产业化快速、均衡的发展对于促进整个电影行业的良性循环有着重要的意义和作用,在这条以电影为核心产品,音像制品、图书等相关产品为依托的产业链中,只有促进各项产品的相互联系,共同发展,才能更有效地加快电影产业化进程,推动整个电影业的繁荣发展。从2007年开始,电影产业化的观念已经深入电影人的经营意识中,如大制作影片《投名状》与创新科技(中国)有限公司合作推出《投名状》ZEN影帝产品,并提供限量珍藏版。同时,这一影片还与香港网龙公司合作开发网络游戏。另外,影片《长江七号》也是如此,同步推出了包括毛绒玩具、钥匙扣、手机绳、抱枕在内的13款“七仔”系列产品。在营销宣传上,2008年,多数影片做到了营销主导、顾客至上的经营思路。从发行公司,到院线和影院,在放映市场业形成了“营销为先”的思路。在市场化运作中,电影放映市场开始寻求更多横向联系,强化自己的营销推广,拓展行业市场份。网上购票、电影广告、建立大客户营销