

中国电视剧产业发展 | 研 | 究 | 报 | 告 |

国家广播电影电视总局发展研究中心
湖 南 广 播 电 视 台 课题组 编

中国电视剧产业发展

| 研 | 究 | 报 | 告 |

国家广播电影电视总局发展研究中心 课题组 编
湖 南 广 播 电 视 台

图书在版编目 (CIP) 数据

中国电视剧产业发展研究报告 / 国家广播电影电视总局发展研究中心, 湖南广播电视台课题组编. — 北京: 中国广播电视出版社, 2011.1

ISBN 978-7-5043-6366-4

I. ①中… II. ①国… ②湖… III. ①电视剧—产业—研究报告—中国 IV. ①J992

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第259759号

中国电视剧产业发展研究报告

国家广播电影电视总局发展研究中心、湖南广播电视台 课题组 编

责任编辑 原 博

封面设计 于 雷

出版发行 中国广播电视出版社
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.crtip.com.cn
电子信箱 crt8@sina.com

经 销 全国各地新华书店
印 刷 涿州市京南印刷厂

开 本 710毫米×1000毫米 1/16
字 数 240 (千) 字
印 张 13.75
版 次 2011 年1月第1版 2011 年1月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-6366-4
定 价 40.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

◇庞井君

中国电视剧走过五十年的历程,已成为当今中国影响力最大、覆盖面最广、受众群体最多的大众艺术和文化产品,产生了一大批精品力作,成为重要的社会文化现象,对于真善美的传播,对于社会主义核心价值体系的建构,对于社会大众道德情操的陶冶,对于中华文化走出去,发挥着越来越重要的作用。目前,电视剧产业蓬勃生长,进入最好最快的发展时期。投资主体日益多元,社会投资活跃,全国国企、民企以及混合所有制制片发行单位超过3400家,是2002年的10倍。电视剧产量大幅提升,质量显著提高,作品类型日益多样化。电视剧对电视台广告收入的贡献率超过50%,占全国电视节目收视份额的三分之一,已成为中国广播影视产业名副其实的支柱和中国文化产业的“重要一极”。

在电视剧发展过程中,政府行政部门的政策引导和监管措施发挥了重要作用。从“全国优秀电视剧评选活动”的开展,到“金鹰奖”、“飞天奖”的设立,奖掖创作、繁荣荧屏效果十分明显。针对电视剧创作、生产、播出中出现的新情况新问题,国家广电总局及时出台一系列管理规定,使电视剧一直在产业发展、市场繁荣、监管有序的轨道上运行,呈现出百花齐放的良好局面。各级电视台也纷纷辟出黄金时段,为电视剧提供优质播出平台。市场机制为电视剧制作播出市场提供了巨大活力,民营资本成为电视剧生产投入的主要来源。各种力量汇成强劲交响,促进了中国电视剧的繁荣和发展。

当前,中国经济发展方式转变加快,人民群众精神文化需求持续增长,战略性新兴产业蓄势待发,文化体制机制改革创新不断深化,传统媒体、新媒体各放异彩,内容产业市场空间不断拓展,电视剧迎来了又一个历史性的发展机遇期。2010年7月,胡锦涛总书记在主持中央政治局第二十二次集体学习时发表重要讲话,提出了当前和今后一个时期深化文化体制改革的四项重点工作。概括起来就是“三个加快、一个加强”:即加快文化体制机制改革创新、加快构建公共文化服务

目 录

CONTENTS

ZHONGGUO DIANSHIJU CHANYE FAZHAN YANJIU BAOGAO

序	(001)
---------	-------

上篇 宏观与综合研究

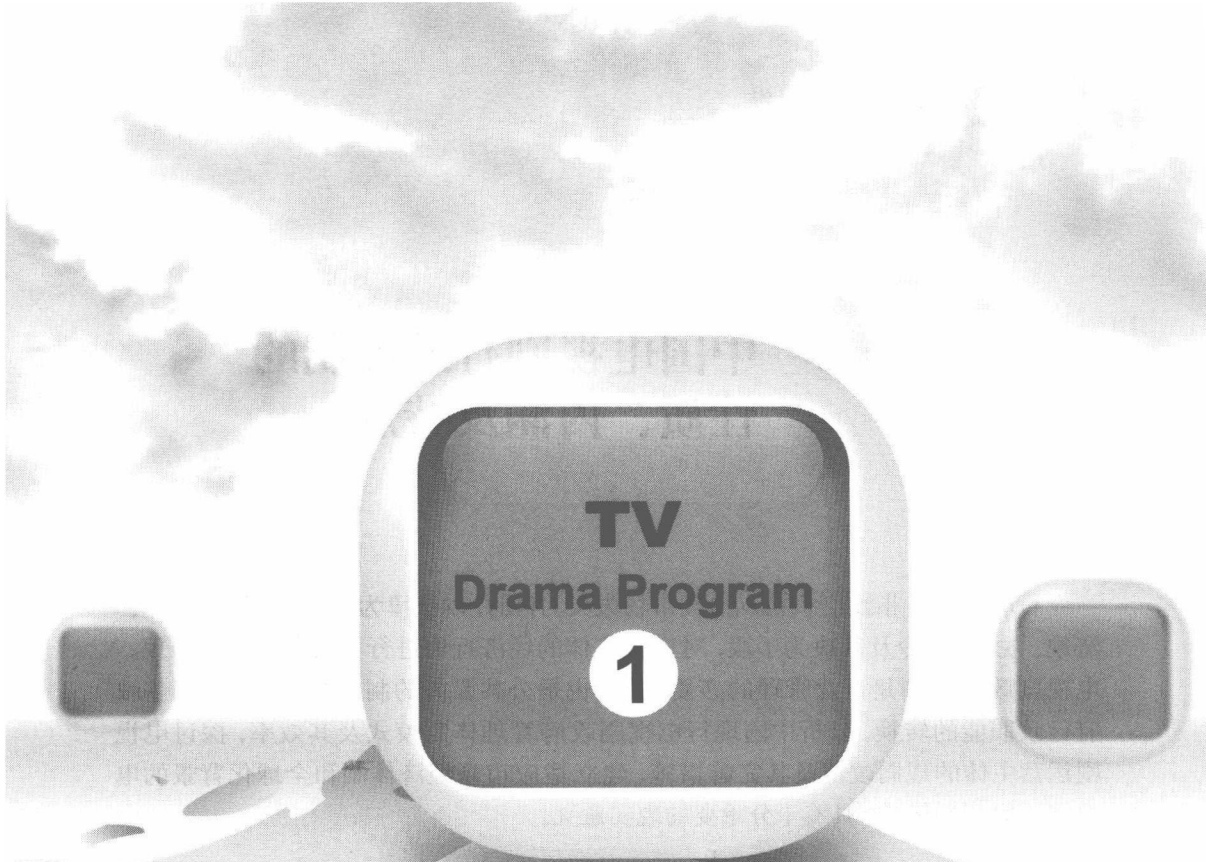
第一节 中国电视剧行政规制的性质、内涵及特点	(002)
第二节 中国电视剧产业沿革	(009)
第三节 中国电视剧受众媒体接触及消费形态	(016)
第四节 电视献礼剧类型研究	(026)
第五节 电视栏目剧形态与产业分析	(036)
第六节 中国影视(电视剧)频道的生存现状与发展对策	(044)
第七节 中国电视剧海外推广研究	(055)

中篇 市场发展研究

第一节 中国电视剧剧本市场分析	(064)
第二节 中国电视剧收视市场分析	(071)
第三节 中国电视剧产业链现状、问题及对策建议	(080)
第四节 中国电视剧市场交易分析	(088)
第五节 电视剧增值的四个关键环节	(099)
第六节 电视剧网络营销研究	(107)
第七节 省级卫视外购剧运营模式初探	(115)
第八节 电视剧植入广告运作的现实机理	(123)
第九节 新媒体竞争背景下的卫视电视剧应对策略	(128)

下篇 案例研究

第一节	中央电视台电视剧品牌发展策略	(138)
第二节	中国电视剧制作中心发展改革的探索	(143)
第三节	东北农村题材电视剧类型探讨	(150)
第四节	鲁剧创作探微	(156)
第五节	湖南卫视自制青春剧的类型与产业发展趋势	(162)
附录一	美英电视剧产制模式及其启示	(168)
附录二	韩国电视剧产业发展经验与启示	(175)
附录三	2009年中国电视剧产业发展调查报告	(182)
后 记		(208)



TV
Drama Program

1

[上篇] 宏观与综合研究

第一节 中国电视剧行政规制的性质、内涵及特点

行政规制是指政府机构以治理市场失灵为目的,以法律为依据,以颁布法律、法规、规章、命令及裁决为手段,对微观主体的经济行为进行直接的控制或干预。电视剧政府规制是行业管理的必要手段,也是公共服务的制度基础。随着当前政府行政职能的转换,分析中国现行电视剧政府管理体制模式及其效率,探讨电视剧运营主体的规制改革及其完善措施,建立适应市场经济体制和全球化背景的电视剧政府规制模式,具有十分重要的现实意义。

一、中国电视剧行政规制的性质及成就

中国电视剧的创作生产有其独特性,一部电视剧的创作、生产、播出过程,无处不体现着中国的政治、经济、文化方面的特点。电视剧是按照文艺的方法来创作,按照产业的方式来生产,按照政治、文化的标准来进行内容把关,按照商品的方式来买卖,按照宣传的要求在媒体上播出,是作为公益文化方式被受众无偿观看,最后又按照文化和市场双重标准来评价的。电视剧作品既具有生产流通产品的商业属性,同时又具有鲜明的公益文化属性;电视剧既承担着宣传功能,也承担着传播先进文化和娱乐大众的功能;电视剧的市场主体既有国有企业,也有民营企业。这些诸多的、综合的、相互交叉的属性和职能决定了电视剧行政规制必然是一项综合管理,既是宣传管理和文艺管理,又是产业管理和市场管理。

电视剧行政规制的主要目的:一是保证电视剧创作导向的正确,即保证作品的政治导向、价值导向、审美导向符合社会主义核心价值观,符合构建社会主义和谐社会的要求;二是促进电视剧创作的繁荣,满足人民群众日益增长的文化需要;三是促进产业健康发展,壮大产业实力和影响力。有关电视剧的一系列行政规制,都是紧紧围绕这三个目的而制定实施。

在广大电视剧工作者的共同努力下,在行政规制“有形的手”和市场规律“无形的手”共同作用下,电视剧行业近十几年来取得了迅猛的发展。21世纪以来,国

产电视剧产量以每年1000集左右的速度增长,2003年产量首次超过1万集,2009年电视剧年产量达到11469集,全国平均每天生产近40集电视剧,地市级以上电视台电视剧播出量达到每年22万小时,全国平均每天播出电视剧800多集,无论生产量还是播出量,均位居世界第一;具有电视剧制作资质的机构由2001年的四百多家增长至2009年的三千多家,增长了7倍多;2009年全国各级电视台电视剧广告收益总额约为219亿元,电视剧在全国绝大多数电视台广告收入中所占的比例超过50%,占据半壁江山。更为重要的是,以《亮剑》、《金婚》、《闯关东》、《潜伏》、《人间正道是沧桑》、《解放》等为代表的优秀电视剧不断涌现,极大地丰富了人民群众的文化生活。

当前,电视剧创作生产规模之大、数量之多、质量之高前所未有,电视剧题材之丰富、形式风格之多样前所未有,观看电视剧可以选择的范围之广前所未有,整个电视剧创作生产呈现出百花齐放、异彩纷呈的局面。可以说,这些成绩的取得是对近十几年来电视剧行政规制科学性的有效验证。

十几年来,在建立并完善社会主义市场经济大背景下,在促进文化产业大发展大繁荣的整体格局当中,电视剧行政管理部门坚持创作导向不偏离、市场活力不丧失、媒体责任不削弱三个基本原则,引入先进的管理理念,抓住管理的关键点和关节点,采取禁止、限制、引导、提倡、鼓励、扶持等多种管理方式,运用法规、行政、经济、科技等多种手段,基本形成了电视剧的宏观管理体系,初步实现了科学管理、依法管理和综合管理。电视剧管理既认真履行了导向把关的使命,也完成了行业发展的责任,在两者之间找到一种平衡,做到了二者兼顾,相互促进,使电视剧管理出现了“管而不死,活而不乱”的良好局面。

二、当前中国电视剧行政规制内涵

近十几年来,行政管理部门出台的有关电视剧的政策、法规及其调整变化对当时甚至当今电视剧制作生产都有着重大而积极的影响。电视剧行业的行政规制内容主要体现在资质管理、题材管理、内容管理和播出调控四个方面。

(一) 资质管理:降低准入门槛,开放制作、经营、流通市场

行政管理部门对设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动,实行资质审核许可制度,对符合资质要求的制作机构颁发《广播电视节目制作经营许可证》,从事电视剧拍摄的制作机构还要取得《电视剧制作许可证》甲种证或乙种证。从20世纪90年代开始,电视剧制作业尝试从电视台体制内剥离出来,最早在广播影视领域内实现了制播分离,逐步走上了企业化、市场化、产业化的道路,这成为电视剧产业发展的开端。为鼓励境内社会组织、企事业单位从事广

播电视节目制作经营活动,2004年7月,行政管理部门出台《广播电视节目制作经营管理规定》(国家广电总局第34号令),明确提出“国家鼓励境内社会组织、企事业单位设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动”,改变过去只有广播电视机构才能从事节目制作经营的限制,降低广播电视制作生产行业准入门槛,向社会开放包括电视剧在内的广播电视生产制作、经营流通领域。在电视剧方面,改变过去只有国有制作机构才能取得《电视剧制作许可证》甲种证的做法,向一批资质良好的民营制作机构颁发甲种证。《广播电视节目制作经营管理规定》和一系列宽松政策的出台,大大激发了社会参与电视剧制作经营的热情,大量社会力量、社会资金进入电视剧领域,具有电视剧制作资质的机构由2001年的432家迅速发展到2009年的3343家,民营机构和社会资本成为当前电视剧创作生产的生力军,在2008年具有电视剧制作资质的机构中,混合所有制有限公司2300余家,占公司总量的81.5%,在电视剧实际拍摄制作中,民营机构和社会资本则占据主要地位。今天电视剧制作业的迅猛发展与当初《广播电视节目制作经营管理规定》的出台有着直接而密切的关系。

(二) 题材管理:改规划立项为备案公示制度,促进行政角色的转变和市场主体自觉意识的提高

2006年6月,国家广电总局颁布实施《电视剧拍摄制作备案公示管理暂行办法》,改变原有的“电视剧题材规划立项审批”制度,实行新的“电视剧拍摄制作备案公示”制度。原有规划立项审批制度是由行政部门在拍摄前对题材内容的审批,并由行政部门出面协调制作机构之间题材竞争和题材“撞车”等问题,带有较为强烈的计划经济色彩。备案公示制度的实施旨在减少行政审批环节,减少行政部门对市场不必要的干涉,放开题材市场,行政部门在向社会公示拟拍摄题材信息的同时,对题材分布的总体态势和一些创作倾向给予必要的提示和提醒,充分发挥政府部门的社会服务职能。制作机构可通过备案公示的剧目了解和掌握市场信息,自行调节和规避各类选题竞争、授权争议、题材撞车、重复拍摄等问题。这一举措不仅简化了电视剧创作生产的行政许可环节,方便了制作单位,更重要的是进一步推进了制作机构作为市场主体的自觉意识和独立承担市场风险的意识,促进了电视剧生产的市场化程度。

对题材管理方式的变化体现了行政部门在行业管理中角色的转变和重新定位。行政管理部门从过去拍什么、谁来拍、怎么拍都要具体管,过多地直接介入电视剧实际操作甚至纠纷处理当中,逐步明确了政府部门在行业发展中的定位,厘清了管理边界,主动让市场规律这只“无形的手”发挥作用,不再用政府这只“有形的手”过多干预市场行为,使行政规制不再越位、错位。改规划立项为备案公示制度体现了电视剧行政管理观念上的一次根本转变。

(三) 内容管理: 列入行政许可序列, 实现管理法制化

内容审查管理是电视剧管理的核心。1998年, 国家广电总局印发《关于实行国产电视剧发行许可证制度的通知》, 成为内容审查行政许可制度的开端。2003年, 为配合《行政许可法》的制定实施, 废止该《通知》。此后, 根据新的《行政许可法》的要求, 国家广电总局于2004年9月, 以行业法规形式出台了《电视剧审查管理规定》(国家广电总局第40号令), 正式将电视剧内容审查工作列入国务院行政许可序列, 明确要求拍摄完成的电视剧须经过行政部门的内容审查, 获得《国产电视剧发行许可证》之后, 方可进入电视剧发行市场。同样, 电视台只能播出获得发行许可的电视剧。《规定》对电视剧审查机构、标准、程序等进行了明确要求。《规定》出台后, 管理部门进一步细化了审查标准, 完善审查制度, 建立、健全各级审查队伍, 统一思想, 统一认识, 统一标准, 统一尺度, 对存在问题的剧目责成制作机构进行修改, 达不到要求的, 不予通过。

将内容审查纳入行政许可序列并以行政法规的方式给予确认, 这是电视剧管理方式的重要变化, 电视剧内容导向的管理实现了有法可依。当前电视剧作为最早实现制播分离、市场化程度最高的节目形态, 宣传导向上虽然同样受到一些市场化的冲击, 但依旧能保持积极健康的创作导向和发展势头, 与内容审查行政许可制度和宣传法制化的做法有很大关系, 管理部门对导向的严格把关, 成为电视剧市场的“风向标”, 广大制作公司、创作人员不仅有了“市场风险”意识, 而且树立了“导向风险”意识, 在题材选择上、内容把握上, 更加关注政策风向, 在创作中自觉把握政治导向、价值导向、审美导向, 逐步由被动适应转变为主动地遵守宣传纪律。在内容管理上以行政许可作为保障, 牢牢把住了电视剧导向, 把住了电视剧产品的市场准入关, 使我们更加放心大胆地引入市场机制, 更加坚定地促进电视剧市场化、产业化、社会化发展。

(四) 播出调控: 发挥杠杆作用, 实现创作方向和产业发展方向的有效引导

播出环节是电视剧的最终出口, 是电视剧产业链的终端, 是整个产业的关键环节, 对整个电视剧创作、生产的方向, 发挥着引导、示范、调节的杠杆作用。可以说, 对播出环节的调控是行政规制当中最为行之有效的办法, 抓住这个环节, 也就抓住了电视剧管理工作的关键。近年来, 行政部门通过对不同类型、题材电视剧在播出数量和播出时段的宏观调控, 实现了对电视剧创作生产题材比例、发展方向等方面的有效引导。

1. 要求引进剧退出黄金档, 实现对国产电视剧的扶持

从20世纪80年代末开始, 随着四级办广播电视政策的出台, 大量新开设的电

视频节目资源紧张,经常处于无米下锅的状况,当时的一大批日剧、美剧、拉美剧和港台剧填补了频道空白,占据荧屏。而国产电视剧(指中国内地制作的电视剧,下同)当时正处于刚刚起步阶段,急需政策上的扶持。在这种背景下,从文化保护和促进民族文化产业发展两方面考虑,行政管理部门对引进剧的播出进行了一定的限制。2000年6月出台的《电视剧管理规定》(国家广电总局第2号令)进一步明确引进剧不得超过电视剧总播出时间的25%,黄金时间(18:00至22:00之间)不得超过15%,黄金时间不得超过15%的规定客观上已将引进剧排除在黄金档之外。将各频道最主要的播出时段让位于国产电视剧。这一规定为国产电视剧的创作生产提供了巨大的市场发展空间,为未来国产电视剧迅猛发展注入了强劲动力。此后,国产电视剧产量以每年1000集左右的速度增长,2003年产量首次超过万集,2008年,电视剧年产量达到14498集。2009年年底,中国共生产电视剧集11469集,比2008年减少3000多集、100多部。这是国产电视剧自2000年开始连年攀升之后首次出现“减产”。电视剧产量首次回落,说明电视剧市场开始变得理性,电视剧的制作和生产也向品质化发展。这对扭转多年来电视剧生产以数量增长为主而忽略质量的局面,是一个良性转型,同时对改变电视剧市场长期供大于求的现状,也是一个积极的反响。

2. 规定古装剧总体播出数量,凸显对现实题材创作的鼓励与扶持

现实主义是中国文学创作的优良传统,“三贴近”是当今倡导的创作原则。电视剧要真实表现和描绘改革开放以来的时代主流和人们的精神世界,关注社会实际,反映现实生活,贴近普通百姓。因此,大力促进现实题材电视剧的创作是电视剧管理工作中的题中之意。但20世纪90年代后期,一大批古装剧占据播出市场,武侠、戏说剧泛滥。鉴于这种情况,管理部门明确要求央视和各级电视台主频道黄金时段电视剧的播出必须以弘扬主旋律的优秀现实题材为主,特别要确保黄金时段播出剧目的思想价值导向和艺术水准。同时,行政部门对古装剧的播出数量进行了宏观调控,对上星频道黄金时段古装剧的播出比例进行了适当限制,明确要求每月全国上星频道黄金时段古装剧播出比例不得超过15%。播出数量上的有效限制,使古装剧尤其是戏说剧的创作生产明显降温,戏说剧泛滥的问题得到根本解决。同时,在古装剧的调控中,优先考虑历史正剧的播出,使历史正剧的制作数量在古装剧中所占比例明显上升,质量明显提高。更为重要的是,对全国上星频道黄金时段古装电视剧的播出调控,使现实题材电视剧占据荧屏,对电视剧创作生产起到了强烈的示范作用。目前现实题材的创作生产数量占电视剧生产总量的70%左右。

3. 制定同一部剧在上星频道黄金时段播出的频道数量,促进电视剧创作的多样化

在电视剧发展初期,生产数量有限,质量不高,好剧不多,各电视台对市场优质资源哄抢而形成混乱局面,经常出现多个电视频道在黄金时段同时播出同一部

电视剧现象,造成了电视剧播出同质化问题,不利于电视剧多样化的发展。针对这一情况,总局开始对上星频道的电视剧播出实施宏观调控管理,明确要求同一部剧在上星频道黄金时段播出一般不超过四家,以避免同质化播出造成频道资源浪费,同时对近年来不断涌现的上星独播、独家买断等多种形式的购片和播出方式给予鼓励。通过几年来的宏观调控,通过行政部门对市场行为的适当干预,电视剧播出同质化的问题得到了很大的缓解,也有力地引导了电视剧创作的多样化。

4. 规定涉案剧播出时段,实现对未成年人的有效保护

2004年4月,为贯彻落实中共中央关于加强和改进未成年人思想道德建设的意见,针对一段时期里涉案剧过多过滥,过度展示犯罪情节、侦破手段、严重危害青少年身心健康等问题,国家广电总局发出《关于加强涉案剧审查和播出管理的通知》,明确要求所有电视台所有频道,对涉案题材影视片均安排在每晚23:00以后播放。同时,要求大幅削减涉案剧播出数量,严格控制引进境外涉案剧的数量。在播出环节对涉案剧播出时段、播出数量的限制使涉案剧的生产数量迅速减少,涉案剧过多过滥势头得到有效控制。更为重要的是,涉案剧创作中存在的一些倾向性问题得到根本扭转,正面表现公安人员形象的电视剧逐步增多,行政管理部门对涉案剧的管理取得初步成效。2007年,行政管理部门还针对涉案剧问题有所抬头的情况,发出了《广电总局关于停止播出电视剧〈红问号〉的通知》,在全国范围内停播影响十分恶劣的电视剧《红问号》,在全行业起到了良好的警示作用。

三、新形势下电视剧行政规制的趋势

过去一个时期,电视剧行政规制的落脚点是在严把导向关的前提下,开放搞活电视剧市场。在新的发展形势下,在保证原有政策稳定性、延续性的前提下,近几年电视剧行政规制紧紧围绕提升电视剧品质这一核心,将着力点放在如何催生“三性”统一的优秀作品这一关键问题上。一方面提倡正确的创作方向,坚决抵制创作中出现的低俗化倾向,对电视剧作为文化产品过度市场化问题进行有效制约,另一方面进一步规范电视剧市场秩序,为电视剧的创作生产培养健康的发展环境。

(一) 尝试建立文化评判标准,制约“唯收视率论”

针对近年来电视剧创作播出中出现的“唯收视率论”及由此产生的低俗化倾向,2008年年底,国家广电总局印发《关于试行国产优秀电视剧推荐办法的通知》,开始实施好剧推荐制度。行政主管部门向播出机构、全行业、全社会推荐在内容审查过程中发现的“三性”统一的优秀剧目,通过这种方式向全社会包括电视剧制作机构、播出机构表明管理部门所坚持的文化评判立场,大力倡导社会主义核心价值体系,彰显行政管理部门对优秀电视剧的鼓励、扶持,对全行业发挥引导示

范作用,并以此为开端,尝试建立电视剧文化评价体系,致力于形成包括收视率在内的全面、准确、合理的电视剧评价机制,努力实现对电视剧作为文化产品过度市场化倾向的一种有效制约,坚决抵制电视剧播出中的“唯收视率”倾向和创作中的低俗化倾向。好剧推荐制度的实施将更好地促进电视剧在提升大众审美情趣、人文精神,弘扬社会正气,推进社会文化和谐进步方面的积极作用,使电视剧这一深受人民群众喜爱的文艺形式获得更为持久的生命力和更为广泛的认同度。

(二) 进一步规范播出秩序,营造良好的市场环境

针对由于激烈竞争而出现的各电视台电视剧滚动播出、无序播出、滥播乱播等现象,2009年12月,国家广电总局电视剧司印发了《关于进一步规范卫视综合频道电视剧编播管理的通知》。《通知》要求全国卫视综合频道在编播电视剧时,必须明确电视剧播出属于宣传管理,不能混同于单纯的商业行为,更不能搞无序的商业竞争。《通知》规定全国卫视综合频道每天播出电视剧的时间总量不得超过每天播出电视时间总量的45%(国家法定节假日期间除外),同一部电视剧每天播出总集数(包括重播集数)不得超过6集,同一部电视剧在19:00至24:00之间,播出总集数不得超过3集(包括重播集数)。同时要求全国各级电视播出媒体,特别是卫视综合频道,要坚持以宣传为中心,坚持新闻立台。

规范电视剧市场,重点是对播出市场的规范。行政管理部门紧紧抓住播出平台这一影响电视剧整体市场秩序、有强烈示范作用的关键环节,整顿播出秩序,促进卫视综合频道有序竞争和健康发展,这对于营造整个产业良好的市场环境有着十分积极意义。

(三) 进一步完善管理措施,支持优秀作品涌现

在新形势下,广电行政管理部门围绕催生优秀作品这一核心工作,还要采取一些其他的措施,如进一步修订《电视剧内容审查管理规定》,适应新形势的变化,引领行业发展方向;同时,采取各种措施,扶持少儿题材、农村题材、少数民族题材电视剧的创作生产;加强产业基础调研,为产业发展宏观决策提供科学依据;建立电视剧电子政务平台,履行行政部门社会服务职能;配合规范播出秩序,推动播出机构自律公约的出台;积极支持有实力的制作机构上市融资,鼓励制作机构利用资本市场加快发展;支持行业协会发挥作用,促进行业自律和维权;加强市场综合执法力度,加强版权保护,鼓励促进行业中介组织的发展,搭建交易平台等等。

第二节 中国电视剧产业沿革

1958年中国成立第一家电视台(北京电视台),播出第一部电视剧(《一口菜饼子》),信号覆盖半径仅50公里,中国的电视剧开始萌芽。随后,地方电视台纷纷成立,电视剧、电视剧从业人员、电视机及电视观众的数量开始逐渐上升,但计划经济的大背景、意识形态属性的高度强调使中国电视剧的商业属性难有立足之地。因此,即使在经过“文革”期间的电视剧发展大停顿后,中国的电视剧产业仍然处于萌芽状态。在“文革”结束之后的1978年,中国的电视剧开始恢复制作,在改革开放的背景下,中国电视剧的产业属性开始逐渐显露出来,但直到20世纪90年代随着中国市场经济的发展,才基本建立起产业经营的理念与体系,至新世纪进入大发展阶段。

本文对中国电视剧产业沿革的总结,主要从“文革”结束后的1978年算起,使用狭义的电视剧产业定义,即包括融资、制作、交易、播出和广告经营环节以及数据调查和衍生产品开发等环节在内的,涵盖制作方、购买方、播出方、观众和广告客户等多方参与的完整的产业链形态。

一、1979年:大办电视剧——“文革”后中国电视剧产业发展的重要起点

1978年5月1日,北京电视台正式改名为中央电视台。5月22日,“文革”后的第一部电视剧《三家亲》在中央电视台播出,中国电视剧的生产从此开始恢复。以《乔厂长上任记》为开端的一大批表现改革开放内容的电视剧应运而生,直接、鲜明地呼应了改革开放这一最强烈的时代主题。这些作品敏锐地捕捉到了当时社会所召唤的激流勇进、奋发有为的改革精神,体现了人们对新的改革时代到来的热切期待。但中国电视剧总产量有限(1978年一共8部),因此,电视台必须播放由中国电影发行放映公司供应的新故事片才能满足播出需要。1979年,全国拥有电视机数量达到485万台,且增长速度很快,这种情况导致新发行的影片出现了电视观众上升与电影观众下降的矛盾,中国电影发行放映公司由此断然停止向电视台供应新故事影

片,不少剧团也随之提高了录制新戏的价码。面对片源和经费问题,中央广播事业局于1979年8月召开了首次全国电视节目会议,号召“大办电视剧”,中国电视剧从此无奈地走进了以“自己动手、丰衣足食”为主的产业发展时期。

在“大办电视剧”的号召下,各大电视台纷纷成立电视剧制作中心,除中央电视台之外还有30家电视台成为电视剧录制单位。此后北京电视艺术制作中心、中国电视剧制作中心先后成立,中国电视剧产业链中的制作环节快速发展,生产规模不断扩大。从下表的统计数字,可以大致了解“文革”后历年电视剧产业的发展情况:

1977~2008年中国电视剧生产数量统计表

年 度	中央电视台 播出剧集数	全国电视台 播出剧集数	全国电视机 数量(台)	全国电视观众 数量
1978	8			
1979	19		485万	
1980	131			
1981	128		1000万	
1984	541	740		
1985	825	1300	5000万	2亿
1989	1339	2000	1.4亿	7亿
1991	1752	5000	2.2亿	
2003		10381	4.5亿	11亿
2008		14498		12亿

数据来源:钟艺兵主编《中国电视艺术发展史》及《中国广播电视年鉴》

截至2009年年底,全国共有《电视剧制作许可证(甲种)》机构132家。各类《广播电视节目制作经营许可证》机构3343家,比上一年度增加469家,增幅为16.31%。2009年度全国生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的剧目共402部12910集。2009年,全国取得发行证的国产电视剧制作投资额约为51亿元人民币。目前全国广电节目制作机构注册资金超过400亿元,固定资产接近300亿元,实现连续多年稳步增长。除地位特殊的中央电视台外,其他电视媒体由电视剧带来的广告收入在总收入中都占有最大份额,全国电视剧带来的广告收入占全国各级电视台广告总收入的50%以上,超过300亿元。

二、资金：从政府拨款到企业赞助再到商业融资，版权费与广告费后来居上

“文革”结束后中国电视剧刚刚恢复生产时，电视剧的制作经费主要来自国家的垂直计划拨款。但随着改革开放的逐步发展，一些电视剧制作单位很快就失去了政府拨款，只能市场中摸爬滚打，于是，寻求其他有钱单位（主要是企业）资助或赞助的方式就应运而生。据《中国电视第一代制片人》的资料，1980年，全国首届十佳制片人之一的张雪村在没有任何政府拨款的情况下，与上海高教局电教馆合拍了《新郎之死》，每家出资2500元，拍完后卖给了全国10家电视台，回收了约13000元。1981年由上海汽车厂赞助11000元拍摄了《父亲》，但拍摄成本只有5000元不到，为了感谢购买他第一部电视剧的单位，便全部赠送给各台播出。由此可以看出当时即使是先锋电视人的市场意识还十分淡薄。

20世纪80年代，中国的电视机数量快速增加，电视频道与电视剧的数量却增长缓慢，使电视剧的整体播出效果呈良好态势。企业赞助电视剧的经济效益和社会效益还是可观的，因此，在相当长一段时期内，在广告市场发育不是太好的情况下，企业赞助电视剧制作的热情都还保存着。于是，所谓行业剧——如《眷恋》（6集，山东省话剧团、胜利油田工会联合录制）、《便衣警察》（12集，北京电视艺术中心与公安部政治部联合制作）等——便成为中国特定时期的一个不够专业的专业术语。

20世纪80年代，版权费交易也是电视剧制作回收成本的方式之一。然而，这种全国城市台协作体之间的主要交易方式价格很低，一般每分钟15元。在电视剧制作成本尚低的80年代初期，还能回收一部分成本。随着电视剧制作成本的快速增长，这种低价版权交易方式越发显得入不敷出，做电视剧成了一种赔本赚吆喝的买卖，严重影响到电视剧产业的发展。比如，20世纪90年代初在全国具有轰动效应的《渴望》成本为150多万元，在全国范围内签订了80多万元的卖片合同，但实际回收的资金只有40多万元，《编辑部的故事》只回收了成本的1/5左右。

随着电视机数量和电视观众数量的快速上涨，电视剧制作与播出的数量同样呈现出快速上涨的趋势。1984年全国电视剧播出700多集，到1985年就增加到1300集（一年中增长近100%），1989年增加到2000集，1991年增加到5000集。在这种突飞猛进、日新月异的发展形势下，仅仅靠政府拨款和企业赞助已无法有效满足市场的需求。于是，伴随市场经济发展起来的广告营销开始逐渐渗透进电视剧这种在中国电视中占据巨大份额的艺术形式之中，版权交易费也开始上涨，并逐渐成为电视剧融资或回收资金的主要途径，极大地促进了中国电视剧产业的发展。

事实上，广告在电视剧播出中早已出现。1979年1月28日，一则1.5分钟《参桂