



入世后中国电影 产业检视

一个全球化的视角

Reviewing China's Film
Industry After Joining WTO:
A Global Perspective

张 燕 谭 政 刘汉文 等著



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社



本书为 2011 年度教育部人文社科青年基金项目
“入世十年中国电影产业发展得失及对策研究”
(项目号: 11YJC760116) 的最终研究成果。

入世后中国电影 产业检视

一个全球化的视角

Reviewing China's Film
Industry After Joining WTO:
A Global Perspective

张 燕 谭 政 刘汉文 等著



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

入世后中国电影产业检视：一个全球化的视角 / 张燕等著. — 北京：北京师范大学出版社，2015.11

(京师影视学术书系)

ISBN 978-7-303-19001-0

I. ①入… II. ①张… III. ①电影事业—产业发展—研究—中国 IV. ①J992

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 092512 号

营 销 中 心 电 话 010-58805072 58807651
北师大出版社学术著作与大众读物分社 <http://xueda.bnup.com>

出版发行：北京师范大学出版社 www.bnup.com

北京市海淀区新街口外大街 19 号

邮政编码：100875

印 刷：北京京师印务有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：730mm×980mm 1/16

印 张：17.75

字 数：260 千字

版 次：2015 年 11 月第 1 版

印 次：2015 年 11 月第 1 次印刷

定 价：58.00 元

策划编辑：周 粟

责任编辑：陈佳宵

美术编辑：王齐云

装帧设计：王齐云

责任校对：陈 民

责任印制：马 洁

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话：010-58800697

北京读者服务部电话：010-58808104

外埠邮购电话：010-58808083

本书如有印装质量问题，请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话：010-58805079

本书为 2011 年度教育部人文社科青年基金项目“入世十年中国电影产业发展得失及对策研究”（项目号：11YJC760116）的最终研究成果。

项目主持人：

张 燕 北京师范大学艺术与传媒学院教授，教育部高等学校戏剧与影视学类教学指导委员会秘书长

项目组主要成员：

谭 政 中国文联电影艺术中心电影理论研究部副主任、副研究员

刘汉文 国家新闻出版广电总局电影发展研究中心电影所所长、研究员

任晟姝 北京师范大学艺术与传媒学院讲师

覃晓玲 中华女子学院艺术学院讲师

支菲娜 国家新闻出版广电总局电影发展研究中心电影所副所长、副研究员

石同云 北京外国语大学英语学院教授

李 刚 重庆大学艺术学院动画系主任、副教授

李姗姗 北京师范大学艺术与传媒学院 2014 届硕士

王 梓 北京师范大学艺术与传媒学院 2015 届硕士

目 录

绪 论 中美电影协议影响蠡测与应对思路 (1)

上篇 我武惟扬

第一章 入世以来中国电影制片格局的转型	(15)
第一节 2002 年以来中国电影产业概况	(15)
第二节 不同类型电影制片方生产状况	(18)
第二章 入世以来中国电影宣传营销发展	(28)
第一节 电影宣传主体的换位及相应变化	(28)
第二节 电影宣传标准范式的形成	(36)
第三节 “后大片时代” 的电影宣传转型	(41)
第四节 网络平台作为电影宣传的主要载体	(45)
第三章 入世以来中国电影院线制改革与发展	(51)
第一节 电影院线制改革十余年的基本历程	(51)
第二节 电影院线制改革十余年形成的基本特质	(56)
第三节 电影院线制改革十余年取得的成效	(61)
第四节 对未来影院建设的建议	(67)
第四章 入世以来中国电影生态系统中的后产业链发展	(70)
第一节 入世十余年来中国电影生态系统中后产业链发展历史	(72)
第二节 中国电影生态系统中后产业链存在的问题	(79)
第三节 好莱坞电影后产业链开发对我们的启示	(82)

第四节	构建完整的中国电影后产业链	(85)
第五章	入世以来中国电影海外拓展与国际影响	(91)
第一节	中国电影海外拓展的发展现状	(92)
第二节	中国电影海外拓展的策略思考	(97)
第六章	内地与港、台合拍片聚焦	(101)
第一节	当前内地与港、台合拍片的现状剖析与发展思考	(101)
第二节	合拍之下港式喜剧电影的北上症候	(116)
第三节	CEPA 语境下香港导演电影中的空间文化位移	(127)
第四节	后 CEPA 时代和合拍语境下香港电影营销	(137)

下篇 他山之石

第七章	美国电影产业发展状况及对中国电影产业的启示	(151)
第一节	美国电影产业发展概况	(151)
第二节	美国电影院线市场发展对中国电影的启示	(157)
第三节	美国电影特效发展及对中国的启示	(164)
第八章	韩国电影产业发展状况及对中国电影产业的启示	(177)
第一节	韩国电影产业发展现状	(177)
第二节	韩国电影创作格局	(192)
第三节	韩国电影产业发展对中国电影的启示	(199)
第九章	日本电影产业发展状况及对中国电影产业的启示	(203)
第一节	日本电影产业发展概况	(203)
第二节	日本政府促进电影产业发展的相关措施	(209)
第三节	日本电影产业发展对中国电影产业的启示	(213)
第十章	英国电影产业发展状况及对中国电影产业的启示	(217)
第一节	英国电影产业发展概况	(218)
第二节	英国电影产业的结构特点	(228)
第三节	英国政府电影政策	(233)
第四节	英国电影对中国电影的启示	(236)

第十一章 韩国电影中的中国元素运用及中国电影海外拓展研究	(240)
第一节 他者想象：韩国电影中的中国元素运用及中国形象建构	(241)
第二节 自我建构：中国元素、中国形象与海外拓展	(247)
第十二章 以美国为鉴谈中国儿童电影的现状与发展	(257)
第一节 “儿童电影”的概念辨析	(257)
第二节 美国与中国儿童电影的发展状况	(259)
第三节 中国儿童电影现存问题与发展思考	(266)
后 记	(276)

绪论 中美电影协议影响蠡测与应对思路

2012年2月,中国与美国签署了《中美双方就解决WTO电影相关问题的谅解备忘录》,这标志着全球化视阈下2001年入世以来的中国电影进入了市场更开放、竞争更激烈的第二个阶段。协议的主要内容包括:中国将在原来每年引进国外分账大片配额20部的基础上增加14部特种商业片(3D或IMAX);美方票房分账比例从13%~17.5%提升至25%等。这份协议,为中美在电影方面的争端暂时画上了一个句号。由于中美电影协议的签署,中国电影的市场格局毫无疑问将发生变化,2012年进口电影的市场份额十年来首次超过国产电影便是明显例证。国内电影界如何应对这种改变,如何尽快提高国产影片的质量,避免出现“修好高速路,专跑外国车”的现象,值得思索。

一、增加特种商业片带来的影响

(一)更加明显地挤压国产影片的生存空间,制片机构面临挑战

2011年之前的几年,中国是世界上少数几个国产电影市场份额超过进口电影份额的国家之一。然而在2012年,中国全年电影票房总额达到170.73亿元,其中国产电影票房为82.7亿元,第一次低于进口影片的票房。《碟中谍4》、《泰坦尼克号》(3D)、《少年派的奇幻漂流》等一批进口3D、IMAX影片的票房贡献起了很大作用。

数据表明,3D、IMAX等新技术电影在中国广受观众青睐。2012年票房收入排名前十的进口影片,其中7部有3D版本,8部有IMAX版本(见表1),这9部影片共创造票房47.5亿元,占全国总票房的27.8%,平均每部影片在中国产生5.28亿元的票房。美国电影以科技实力为主导的影像变革,很可能会引发电影在制作层面与技术层面新一轮的升级换

代，从而改变“电影观众的观赏口味，颠覆电影传统的观看模式，最终以电影的超级品种挤压其他国家的传统电影，达到其独霸世界电影市场的战略目的”^①。

表 1 2012 年票房收入排名前十的进口影片情况

名次	片 名	票房收入 (万元)	3D 版本	IMAX 版本	上映日期
1	泰坦尼克号 <i>Titanic</i>	94758	有	有	4.10
2	碟中谍 4 <i>Mission: Impossible 4</i>	67471		有	1.28
3	少年派的奇幻漂流 <i>Life of Pi</i>	57105	有	有	11.22
4	复仇者联盟 <i>The Avengers</i>	56792	有	有	5.5
5	黑衣人 3 <i>Men in Black 3</i>	50415	有	有	5.25
6	冰川时代 4 <i>Ice Age</i>	44913	有		7.27
7	地心历险记 2：神秘岛 <i>Journey 2 The Mysterious Island</i>	38849	有	有	2.10
8	蝙蝠侠：黑暗骑士崛起 <i>The Dark Knight Rises</i>	34012		有	8.27
9	敢死队 2 <i>The Expendables 2</i>	33406			9.4
10	超凡蜘蛛侠 <i>The Amazing Spider-Man</i>	31151	有	有	8.27
合计	占全国总票房 29.8%	508872			

数据来源：国家新闻出版广电总局

① 贾磊磊：《中国电影产业的战略变局——增加美国影片进口配额对中国电影未来的影响》，载《当代电影》，2012(5)。

与此同时,中国绝大多数电影还基本停留在 2D 阶段。2012 年只有少数大片如《一九四二》、《十二生肖》、《太极》、《太极 2》等有巨幕或 3D 等特殊格式,同时《画皮 2》、《血滴子》等 2D 转制的 3D 影片效果被观众所诟病。因此如果国产电影在短期内还无法满足观众对国产新技术奇观电影的期待,市场空间受挤压的状况将更加明显。

(二)迫使中国影院加快安装新设备,成本压力加大

银幕数字化、3D 化是世界电影发展的大趋势。根据中影股份公司提供的数据,2012 年中国运营的 2K 数字银幕已超 12000 块,占全国主流院线银幕 90% 以上,其中 3D 数字银幕 8500 块,占全国 2K 数字银幕的 70% (见表 2)。之所以中国银幕的数字化、3D 化程度要高于全球平均水平,是因为《阿凡达》(Avatar)、《变形金刚 3》(Transformers 3: Dark of the Moon)等影片的热映,让影院投资人看到了新技术、新设备对于提升电影票房的巨大作用。而中美电影协议约定每年增加 14 部 3D 或 IMAX 的特种商业片,无疑会令中国影院投资人进一步提升安装 3D 或 IMAX 银幕的热情。

表 2 2008—2012 年中国内地各类数字银幕增长情况

年度	2K 银幕	3D 银幕	IMAX 银幕
2008	700	82	1
2009	1900	900	13
2010	4312	2400	20
2011	8444	5382	65
2012	超 12000	8500	99

但并不是所有的影院投资者都有实力来对设备进行更新换代。一些中西部欠发达地区的影院本身赢利空间就很小,难以跟上更新设备的速度。以四川省峨眉山市某影城为例,该影城有 4 个放映厅、600 个座位,按五星级标准打造。2008 年 11 月影城开业时,放映设备全部是胶片放映机。为适应数字化转型,影城投资者在 2010 年再次投入资金,购进两台 1.3K 数字机和一台 2K 数字机,因资金紧张还有一个影厅的胶片放映机未能替换。中美电影协议签署后,该影院面临两难选择:全部换成 2K

数字放映机和 3D 播放设备, 需要增加很大的投入, 而如果不换, 很多大片(包括国产大片)都没办法放映, 影城片源面临断档, 经营压力持续加大。类似这样的影城还有不少。可以预见, 不少未能适应 3D 化、巨幕化的中小城市影城将可能退出市场。

(三) 拉开各院线之间的差距, 强者愈强、弱者愈弱

经过院线制改革 10 年的发展, 院线格局发生很大的变化。2012 年, 北京万达、上海联和、中影星美、深圳中影南方新干线等 6 条院线的年票房收入均超过 10 亿元(见表 3), 一条院线的票房收入就超过 2002 年全国所有院线的票房收入。与此同时, 2012 年全国还有 10 条院线年票房不到 2000 万元, 生存较为困难, 有的甚至只有几百万元, 很难依靠自身的实力来支持影院安装新设备, 面临被市场淘汰的危险。

表 3 2012 年票房收入超 10 亿元院线情况

排名	院线名称	票房收入 (万元)	观影人次 (万)	放映场次 (场)	平均票价 (元)
1	北京万达	245600	5834.3	1708901	42.05
2	上海联和	165035	4309.9	1646570	36.05
3	中影星美	162024	43261.5	1704861	36.92
4	中影南方新干线	132629	3427.0	1471070	38.05
5	广州金逸珠江	117513	2983.9	1264538	38.56
6	广东大地院线	110538	3853.3	1894953	28.71

数据来源: 综合《中国电影报》与国家新闻出版广电总局的数据

排名第一的北京万达院线定位于抢占大中城市的高端市场, 充分满足观众观影体验。截至 2012 年 11 月 30 日, 万达院线正式投入运营的 IMAX 银幕共有 62 块, 约占全国 IMAX 银幕的 60% 以上。因此增加 3D 和 IMAX 版的电影节目, 万达院线的受益最大, 再加上 2012 年 5 月收购美国 AMC 院线之后, 其领先国内其他院线的优势将更加明显。

二、提高票房分账比例带来的影响

受中美电影协议提高票房分账比例的影响, 中国影院建设增速将趋

缓。同时,影院需要积极转型,如不能成功应对,则有一批尚未转型影院将加速退市。

在1994年之前,中国还没有分账比例一说。大概从1978年开始,当时的中影公司采用买断放映版权的方式引进外国电影,每年用于进口片的经费只有100万美元左右,进口数量约30部,平均每部进口片分摊到3万美元。如此低廉的价格决定了当时只能引进一些低成本、低质量的海外影片,其中不少是美国影片。

1994年中影公司发行35毫米进口影片45部,其中《亡命天涯》(*The Fugitive*)、《大醉拳》等两部影片以票房分账形式发行。自1995年起,中影公司每年以国际通行的分账发行方式进口10部“分账片”,加入WTO后分账片增加到每年20部。

2001年12月,国家新闻出版广电总局联合文化部下发的《关于改革电影发行放映机制的实施细则》(广发办字[2001]1519号)规定,要从每部进口分账片总票房收入中提取适当费用,用于扶持农村电影、儿童电影和科教电影的发展以及维持进出口影片的运营成本和管理费用。此后形成的惯例是,分账片的票房如在4500万元以内(包括4500万元),外国片商按13%比例进行分账,票房每超过1千万元,比例提高0.5%,最高不超过17.5%(见表4)。

表4 外国片商在中国内地的分账比例

票房区间 (万元)	4500 以内	4500 ~ 5500	5500 ~ 6500	6500 ~ 7500	7500 ~ 8500	8500 ~ 9500	9500 ~ 10500	10500 ~ 11500	11500 ~ 12500	12500 以上
分账比例 (%)	13	13.5	14	14.5	15	15.5	16	16.5	17	17.5

按照这个规则,以《阿凡达》为例,2010年该片在中国内地市场产生了13.82亿元的票房,但制片方美国二十世纪福克斯公司最多只能拿到2.42亿元的收益,而这种状况正是好莱坞多年来努力想改变的。

在当年电影业处于低谷时期,通过放映分账影片来激活电影市场,同时支持国产电影创作生产是可以理解的。但客观来看,外国片商最多只拿17.5%的比例确实偏低。当前国产影片的分账比例已经提到40%左

右,《金陵十三钗》甚至已经提到了45%,在这种情况下,外国片商拿25%并不算多。但问题是,如果一部进口影片原来外方只拿13%,而当前要拿走25%,这增加的12%部分由哪个环节的企业来支付。

通常来说,让国外分账片与中国观众见面需要经过进口、发行、院线、影院等环节。中影股份公司拥有分账影片的进口权和发行权,除拥有控股的中影星美院线外,还参股中影南方新干线、辽宁北方、四川太平洋等多条院线^①,其对于分账比例的变化有很大的议价资格。华夏电影发行公司拥有分账影片的发行权,中影、上影、长影等是其股东单位,让华夏降低分成比例的可能性不大。院线公司一般从下属的影院提取1%~3%的服务费,由于竞争激烈,据说已有一些院线公司为吸引影院加盟,甚至开始不收取任何服务费。这样看来,再让院线公司降低分成比例也几乎不可能。

影院方面,按照国际惯例,影院放映首轮影片,其分成比例一般在10%左右,而中国影院当前通常能拿到50%,降低影院分成比例是大趋势。但要看到的是,虽然影院这几年增速比较快,但影院正面临用地租金和其他经营成本持续推高、卖座大片温饱不均等多重压力,致使影院经营盈亏无常,日子并不好过。提高进口影片的分成比例,最有可能的是影院要承受较多的份额。

目前已有不少业内人士指出影院建设方面的严峻局面:2012年下半年以来,业内、业外资本开始出现大量撤出影院建设的迹象,此前大量资本竞争在商业综合体中建影院的现象已逐步消失,甚至出现新确立商圈项目主动找上门来降低租金寻求合作的局面。因而可以想见,受中美电影协议的影响,中国影院建设的增速将会进一步放缓。

有专家认为,提高外方分账比例,有利于制片方、院线、影院转变传统思维,开拓获取电影相关利润的渠道。这是一种比较乐观的设想。当前中国很多影片的回收资金重头还在票房上,很多影院的收益也主要靠票房,广告、爆米花、饮料等其他收益在影院的收入结构中占比过低。而近年来影院的物业租金上涨过快,不少业主已经感觉难以承受,以至

^① 范丽珍:《电影票房分账比例纷争期待理顺制发放之关系》,载《当代电影》,2012(4)。

于电影行政部门出台指导意见,要求物业租金占票房的比例应在15%以下,从而警示影院经营可能面临的风险。在这种情况下,面对进口片的分账比例提高,如不采取恰当的应对措施,有可能让一些来不及转型的影院退出市场。

三、对中国电影产业的总体影响

可以确定,美国对于中国电影市场的重视程度越来越高,为了撬开这个宝库,美国方面将不惜付出更大的努力。因为,中国市场的成长速度令人惊叹。2012年,中国已超过日本成为世界第二大电影市场,新增加3832块银幕,几乎相当于日本全国的银幕总数,比韩国全国的银幕数还要多出近两千块。甚至有机机构预测,中国电影市场在不远的将来,能赶超北美市场。

应该看到,中国电影所遭受的压力是前所未有的。近年来从事电影创作生产的,有一千余家机构,能够连续拍摄制作电影的,也有近300家。可以肯定的是,未来几年这些机构将面临更加激烈的竞争。

从影院市场来看,中国观众对新技术电影热情高涨。相反,北美市场对3D电影的热度已经降低。中国有着庞大的人口基数,快速发展的城镇化导致新生的电影观众源源不绝,还有大量的人群未进影院观赏新技术电影。因而在近期内,已经装配好3D、IMAX银幕的影院,票房收入的上涨可以预期。但近年来电影票房、观影人次的增长低于影院和银幕的增速,加大新技术电影的供应量是不是一定能够大幅度提升票房和观影人次,还有待于进一步观察。

在过去的几年里,中国电影尽管出现了《人再囧途之泰囧》、《十二生肖》等口碑和票房都比较高的影片,但有为数不少的影片用疯狂炒作和造势去增加票房,让中国电影迷失了健康良性的发展方向,错过了夯实基础的难得机遇。在美国电影发动全方位进攻的时候突然发现,民族电影几乎处于“无险可守”的境地。

对于中美电影协议,中国国内有着非常激烈的反应。有影评人认为,一年的电影排期就那么多,电影与电影之间的竞争就是空间的竞争。更多好莱坞大片的进入,特别是3D和IMAX电影,将会压缩国产电影的

空间。也有电影人认为，中国电影市场对美国越来越开放，对提高中国电影的整体制作水准，对符合电影规律的制作者，是幸事，中国电影虽暂有疼痛，长远来说，是好事。^①

总体来看，中美电影协议正式实施后，中国市场竞争更趋激烈，美国影片的优势进一步扩大，特种商业片将长期对国产电影形成强大冲击，想保住国内市场份额的一半将越来越有难度。万达等院线凭借终端影院优势将拉开与其他院线的差距，其业务顺利向上游制片、发行延伸后，有望成为国内电影巨头。中国电影要加快转型升级的步伐，努力提高影片质量，才能经受住美国电影冲击。不少小型影视制作机构将面临被淘汰的局面，行业优质资源将向优势制作企业集中，行业集中度进一步提升。

四、应对策略

多年来，美国一直利用世界贸易组织有关规则，要求其他国家开放电影市场，使得好莱坞电影“打遍天下无敌手”。中国是当今世界少数几个未被美国大片压垮的国家，对此好莱坞一直耿耿于怀。根据其他国家经验，可以肯定的是，中美电影协议实施之后，美国政府还会要求中国政府进一步开放市场。中国与其被动应对，不如主动把电影产业发展作为加快经济发展方式转变的重要组成部分，从以下方面着手，夯实国产电影的发展基础。

（一）提高影片质量，进一步完善电影扶持奖励机制，为精品佳作提供产生土壤

2012年作为配额提高的第一年便出现了国产片不敌进口片的情形，可以预见往后的市场竞争将更加白热化。部分业界人士提出要打好华语电影的保卫战。但有专家认为，这个保卫战没有那么好打，电影本身的故事性和内涵是电影创作的重中之重，而叙事不流畅、缺少内涵是当前国产电影的通病。通过提高创作质量来促进产业发展，树立良好的文化责任和产业形象，这是当前电影产业发展的当务之急。

^① 易东东、高嘉阳：《解读中对美电影三大新政国产片面对考验》，<http://www.sina.com.cn>，2012-02-18。

詹姆斯·卡梅隆花 10 年时间潜心打造的《阿凡达》，全球票房超 28 亿美元，一部影片就超过 2012 年中国全年的电影票房。反观我们的一些作品，从构思到与观众见面只有几个月时间，很难保证影片的质量。目前中国应进一步发挥电影精品专项资金和文化产业发展基金的引导作用，进一步完善运行机制，扩大资金规模，探索建立更加有效的优秀影片创作投入机制。同时探索完善资助电影创作的新方式，提高国产影片的人文内涵和艺术创新力。可以借鉴韩国资助国产片的方式，根据影院放映国产片的人次情况来补贴电影制片方，通过市场手段矫正市场机制，抵制过度娱乐化和简单娱乐化倾向，从而推出更多思想性、艺术性、观赏性相统一的精品佳作。

(二) 熟练掌握类型片创作规律，打造中国特色电影类型，探索类型电影新路子

类型是商业电影在长期发展的过程中与观众达成的默契，这是在好莱坞大制片厂时期便得到过验证的法宝，在当下依然屡试不爽。熟练掌握类型片创作规律，同样是国产电影获得竞争优势的重要保证。每一种类型片都有自己约定俗成的叙事模式和惯例，同时又呼唤着创作者不断突破固有的经验，达到令观众感觉熟悉与新鲜之间的平衡。

当然，国产电影在类型片的创作中要注意突出差异化，打造有中国特色的电影类型。目前，好莱坞在国内能够收获高票房的影片类型已经基本固定：或是改编自漫画的超级英雄片，或是展现奇观的大场面动作片，或是老少咸宜的动画片，除此之外中国电影市场上还有大量影片类型有待填补。如喜剧片是中国观众最喜爱的类型片之一，但由于文化和语言差异的存在，国外的喜剧片往往有着较大的文化折扣，在进入中国之后容易“水土不服”。因此接地气的喜剧片更容易获得本土观众的喜爱，《非诚勿扰》、《人再囧途之泰囧》等片便是很好的例子。除此之外，国产影片在功夫武侠片、爱情片、谍战片等类型上也大有发展潜力可挖。

除了接地气、不断挖掘类型片中的本土元素之外，打造中国特色电影类型的另一路径便是寻求类型“跨界”，用嫁接的手法将原有的类型加以改进，以进一步满足观众的需求。目前已有一些电影在这一方向上进行了努力，如“动作+奇幻+爱情”的《画皮》系列，“动作+悬疑”的《狄仁

杰之通天帝国》，又如在武侠片的基础上融入朋克风格和游戏元素的《太极》系列等，都是有益的探索，而这样的探索越多越好。

（三）适应世界电影发展规律，深化电影体制机制改革，探索对国产影片实施分类管理

20 世纪 90 年代中期以来，电影行政部门不断降低电影企业的市场准入门槛，适当放宽电影内容的审查尺度，使得中国电影市场重新焕发活力，电影票房从 2002 年的 9 亿元增加到 2012 年的 170.3 亿元，增长近 19 倍。如今美国电影“大敌当前”，社会要求对电影内容实行分类管理的呼声一直比较强烈，博纳星光影院管理公司也尝试在属下的影院推行“观影分级制”，在这种情况下，有必要适应中国体制改革总体趋势，进一步减少对于国产电影的管制。

早在 1989 年，原广播电影电视部根据中共中央“中发[1988]14 号文件”中关于“要建立对影视片的审查定级制度，对中小学生不宜观看的影视作品作出明确规定”的精神，下发了《关于对部分影片实行审查、放映分级制度的通知》（广发影字[1989]201 号），决定从 1989 年 5 月 1 日开始，对部分影片实行分级制度。尽管这个实践当时未能持续下去，但也取得了一定的成果。当前中国已成为世界第二大经济体，文化自觉得到进一步提升，文化自信更加增强，应在维护国家利益、促进经济发展的同时，从保障艺术创造的空间和艺术接受的多元化选择出发，从保障未成年人身心健康的角度出发，继续探索对国产影片进行分类管理。

（四）弥补“技术短板”，加大对电影技术引进和创新力度，尽快赶上世界电影技术发展新潮流

《阿凡达》、《变形金刚 3》、《少年派的奇幻漂流》等影片的出现，进一步拉大了国产大片与美国电影竞争的差距。有国内电影公司管理者看过《阿凡达》后说，“美国大片是飞机大炮，我们的大片是小米加步枪”。面对这样一种形势和挑战，我们应积极应对，加快对高端电影特技的引进步伐，同时进一步加大对 3D、IMAX 电影在研发环节的投入，探索开发具有自主知识产权的高新技术电影制作、播映设备。2012 年 4 月，中影股份公司与中国电影科研所研发的“中国巨幕(DMAX)”已由初期的实验性放映正式进入商业运营阶段，此举打破了国外机构在这一领域的垄