

电影强国建设与国家文化安全 丛书

面向电影强国的 中国电影产业发展战略研究

支菲娜 | 著

电影强国建设与国家文化安全 丛书

面向电影强国的 中国电影产业发展战略研究

支菲娜 | 著

图书在版编目 (CIP) 数据

面向电影强国的中国电影产业发展战略研究 / 支菲娜著. —北京: 中国电影出版社, 2017. 6

ISBN 978-7-106-04739-9

I. ①面… II. ①支… 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 (2017) 第145538号

责任编辑: 任苡达

封面设计: 杨平平

版式设计: 人聚悦尚

责任校对: 孙 健

责任印制: 赵匡京

面向电影强国的中国电影产业发展战略研究

支菲娜 著

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: 64296664 (总编室) 64216278 (发行部)

64296742 (读者服务部) Email: cfpygb@126.com

经 销 新华书店

印 刷 中国电影出版社印刷厂

版 次 2017年6月第1版 2017年6月北京第1次印刷

规 格 开本/710×1000毫米 1/16

印张/14.25 字数/215千字

书 号 ISBN 978-7-106-04739-9/J · 1961

定 价 36.00元

总序

电影强国建设的历史进程与中国道路

2010年1月，国务院办公厅的《关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》发出了“实现由电影大国向电影强国的历史性转变”的指令。改革开放以来，中国电影发展经历了艰难的、复杂的历史进程。中国要实现从电影大国到电影强国的有序、有效转变，必须具有产业与经济、文化与价值观、美学与评价体系等多层面的指标和指标体系。中国电影从电影大国走向电影强国不仅需要法律基础、法制保障，不仅需要文化自信，也需要艺术和理论的创新。

一、新世纪以来中国电影的发展

新世纪以来，中国电影的发展有高峰、有低谷，在曲折中迂回前行，如今已渐入佳境。

2001年12月11日，中国正式加入WTO，中国经济发展由此步入新征程，中国电影工业的发展也步入了一个新台阶。笔者当时的基本判断和表述是：加入WTO在即，中国的电影市场必将进一步开放，外资外片参与竞争必然会给民族/本土电影带来更大的冲击。加入WTO对于中国经济和社会发展是机遇与挑战并存，机遇大于挑战；然而对于中国电影来说，恐怕应该反过来说，是挑战大于机遇。¹

遵循电影“作为可经营的文化产业”的指示，政府管理部门在2003年底、2004年初密集地出台了一系列促进电影产业化改革的政策措施，全面推进体制

1 饶朔光：《社会、文化转型与电影的分化及其整合——90年代中国电影研究论纲》，《当代电影》2001年第1期。

机制改革,使得电影产业化从政策导向和口号变成了可量化的“现实”生产力,一个坚实的中国电影产业化发展的政策平台被搭建,加入WTO以后中国电影所面临的种种难题和风险被化解,2003—2015年,中国电影以超过30%的复合性增长速度持续增长的局面被直接促成,市场与创作层面活力迸发,实现了前所未有的跨越式发展。

十多年来,中国电影市场总票房从2003年的10.1亿元飙升至2015年的440.69亿元,银幕数量也从2003年的2296块增至2015年的31627块,观影人次截至2015年已达12.6亿人次规模。

2010年,中国故事片产量达到526部,票房达到101.72亿元,综合效益157.21亿元,电影市场终于进入了百亿元时代。2011年,中国跃升至全球第三大电影市场,成为名副其实的电影大国。2012年2月份,中美双方就解决WTO中电影相关问题的谅解备忘录达成协议。¹协议将中国每年进口美国大片配额从之前的20部一下子提高到34部,骤增70%;此外还有一批买断放映版权的进口片在国内上映。与此同时,美国进口大片的票房分账比例从13%、17.5%提高到25%。“中国电影发展到2012年的处境:我们还不是一个电影大国,却提前成为一个电影消费大国。”²2013年初,继2010年中国成为“世界第二大经济体”后,中国电影市场超过日本成为仅次于美国的世界第二大电影市场。从1993年电影体制机制改革算起,中国电影票房破百亿元用了整整16年;而从100亿元跨越到200亿元则只用了3年;从200亿元到近300亿元(297亿元)只用了1年;从2014年的近300亿元(297亿元)到2015年的440亿元同样只用了1年。2016年,我国共生产电影故事片772部,动画电影49部。全年票房过亿元影片84部,其中国产电影43部。国产电影海外票房和销售收入38.25亿元,同比增长38.09%。与此同时,2016年全国新增影院1612家,新增银幕9552块,银幕总数达到41179块,成为世界上电影银幕最多的国家。数据显示,2016年我国全国电影总票房达457.12亿元,同比增长3.73%,观影人次为13.72亿,同比增长8.89%,国产电影票房占票房总额的58.33%。中国电影产业在国民

1 张过:《中国影院发展十年大事记(2002—2012)》,《当代电影》2012年第12期。

2 秋原:《2012电影:中国已成内容消费大国》,《新京报》2013年1月9日。

经济新的发展形势下实现了稳健增长。¹

2003—2016年,中国电影生产力不断解放,市场容量持续扩大,后产品开发有效拓展,质量、效益有所提升,产量、票房收入、银幕数量、观众人次等与电影产业相关的所有指标都大幅度增长。电影消费成为人们文化消费不可或缺的重要组成部分,同时也成为文化热点乃至社会热点,因其传播力和影响力,铸就了文化产业快速发展的独特风景线。可以说,其他国家几十年才走完的历史性进程被中国电影产业用十几年时间走过,电影创作、电影市场的兴衰变化受到全社会的高度关注,其动向、景气指标变化无时无刻不牵动着国人的神经,成为了中国文化、中国文化市场乃至全社会文化生活的风向标。

二、电影强国建设的探索与中国道路

无论是经济强国还是文化强国,均频繁出现在世界历史进程之中,并且一直是国际关系研究者的重大课题。但是,在界定强国时,国际上普遍缺乏具体的规定性,也很难采用具体的、严格的量化指标,在很大程度上这是一个具有相对性的概念,具有一定的弹性。一个国家是否为强国,取决于自身的规模(如土地面积、人口数量等)、实力(如经济总量、军队和武器装备的数量和质量等),体现为它的强弱指数、指标体系与其他国家的比较数值。事实上,国与国之间如果没有比较,也就无所谓强弱。也就是说,强国是一个比较学意义上的概念。在现代国际环境中,经济强国在很大程度上不仅依赖于自身的经济指标,而且也需要文化要素的支撑;并且,文化要素的重要性及其支撑性作用不可或缺,经济指标与文化要素越来越融为一体。中国早已经是世界第二大经济体,但文化支撑性作用明显存在短板,与经济指标不相匹配。很多专家强调,文化强国有两层含义:一是文化本身强大,二是要靠文化推动国家强大。可以说,文化强国建设任重而道远,“路漫漫其修远兮。”“文化强国是我们的目标、我们的未来、我们的追求,所以我觉得我们未来应该有一个非常清晰的国

1 参见刘阳:《2016年全国电影总票房达457.12亿元,观影人次超13亿》,《人民日报》2016年12月31日。

家文化强国的形象，应该有一种鲜明有力的为我们公民所自信的文化精神。”¹

党的十八大明确提出了建设社会主义文化强国的历史性任务。在这个大的历史背景下，社会主义电影强国建设是电影界的神圣职责和使命。文化强国背景下，要研究从电影大国迈向电影强国的规律，并充分加以运用；要制定其战略并找到其实现路径；要明晰中国电影未来发展进程中的基本理念并提出其策略。众所周知，中国电影在面临着新的升级换代和巨大潜力、空间的历史性机遇的同时，也面临着累积、叠加着各种各样的结构性矛盾，甚至潜伏着意想不到的危机。循“中国迈向电影强国”的发展理路，承“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念，我们必须从产业、文化、美学乃至哲学等角度对其进行全方位思考，找到和阐释中国特色电影强国的基本规律、内涵及其实现路径和方法。从微观层面上看，这是提升中国电影核心竞争力和国际影响力的题中之义；从宏观层面来看，这正是对马克思政治经济学根本论题——“实现什么样的发展、怎样发展”的创新性回答及与时俱进的新思路。

2010年1月，国务院办公厅出台了颇具划时代意义的文件《关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》，再次确认“电影产业属于科技含量高、附加值高、资源消耗少、环境污染小的文化产业”，高度肯定电影产业的经济能量和朝阳产业性质，提出要建立“健全市场公平竞争、企业自主经营的电影产业运营体系”。同时，提出了“实现由电影大国向电影强国的历史性转变”的总体要求，吹响迈向“电影强国”的号角。“中国电影乘着中国文化大发展大繁荣的东风，进入了‘黄金机遇期’。中国跃居世界‘电影强国’之列不是梦。”²2014年5月，七部委出台的《关于支持电影发展若干经济政策的通知》中再次发出“推动中国电影在关键时期迈上一个新的台阶，实现由电影大国向电影强国的跨越”的号召，并且推出了一系列新的举措，如加大电影精品专项资金扶持力度，借力文化产业专项资金扶持电影产业，并对电影产业实行税收优惠政策等良性举措，进一步规范电影市场，重点支持电影创作和推进电影全行

1 冯骥才：《文化强国，首先要有清晰的国家文化形象》，<http://culture.people.com.cn/GB/87423/17331703.html>。

2 张景华、杜戈鹏：《中国跃居世界“电影强国不是梦”》，《光明日报》2012年4月24日。

业发展。¹

建立在电影产业体系、电影工业体系基础上的电影强国无疑有自身的质的规定性，也就是指标特别是指标体系。首要的当然是经济指标、产业指标，以及票房指标。在产业化初见成效之后，对电影发展、电影水准的要求和评判也应当从现代电影市场、现代电影工业的“高标准”出发。从电影大国到电影强国在相应的经济指标、产业指标、票房指标实现的前提下，还必须完成由数量规模型向质量效益型的蜕变，由粗放发展转向集约内涵式发展，打破无序纷争迈向健康有序、充满活力的高效竞争格局，从而促进中国电影内生性增长及可持续创新性发展，提高专业化、工业化水平，有效做大做强本土电影市场。

毫无疑问，电影强国建设首先是要做大做强本土电影市场。其中，国产电影市场份额以及观影人次指标相对于总体电影市场的规模而言或许是一个更重要的指标。具体来说，国产电影市场份额至少应该占到50%以上，这也是2003年（除开2012年）以来让中国电影、中国电影市场引以为傲的一个成绩。换句话说，国产电影市场份额的高占比甚至大于票房收入和行业利润的高占比；因为只有拥有相对高的国产电影市场份额，才能给中国电影带来产业调整、应变、发展的时间和空间。多年来中国电影市场电影院以及银幕数量的增长速度、扩容速度是相当惊人的，无疑不可逆转地扩大了中国电影市场、中国电影产业的规模及其发展空间。但是，如果在我们建好的电影院里周而复始地放映的只是美国电影，那我们将会失去面对好莱坞电影的市场竞争力和市场占有率，因而失去国产电影的市场份额。对于电影强国建设而言，这是一件不可想象的事情。好莱坞具有全球最顶尖的电影高科技水平、电影工业制造水平及其支撑能力，面对巨大的中国市场，它可以根据中国观众的需求在短时间内融入中国元素批量制造电影，形成对中国电影巨大的市场挤压。进一步说，巩固乃至提高国产电影的市场份额是当下中国电影产业发展的主要矛盾。在某种意义上，进入21世纪的中国电影市场已经成为经济全球化、文化全球化的一个缩影，雄心勃勃的好莱坞始终把中国电影市场作为自己全球化战略开拓的重点，甚至可以用处心积虑、不达目的誓不罢休来形容。我们要清醒地认识到，中国

1 参见刘汉文：《政策创新力助电影由“大”转“强”——〈关于支持电影发展若干经济政策的通知〉解读》，《电影艺术》2014年第5期。

电影与好莱坞电影之间的博弈就是一场战争，一场没有硝烟的战争，而且是长期的、没完没了的战争。对于中国电影产业而言，也是一场输不起的战争。“市场的强大固然重要，但仅靠市场还不足以支撑起一个电影强国。本土电影的强盛，才是一个‘电影强国’的基石。”¹在于冬先生看来，“电影强国有两个标志：一个是本国电影在本土市场占绝对优势，二是本国电影在海外市场的影响力。美国除了本土有100亿美元票房，在海外有300亿美元票房。所以我们离电影强国还有差距。”²

电影是一种具有特殊性的艺术形式，是科技化、工业化、产业化的艺术。高科技支撑对于现代电影产业、现代电影工业不可或缺，所以我们必须有代表中国电影工业水平和标准特别是电影高科技水平和标准的大片，也就是所谓“高概念”电影。诚如张宏森先生所言：“中国电影要形成重工业产品推进，轻工业产品跟进，大剧情影片镶嵌在中间的格局，这样作为产品体系才是相对科学的，才能保持可持续发展。”³总之，中国电影一方面要在高科技、产业规模层面采取全面跟进乃至超越好莱坞的战略，另一方面也要使差异化战略有效实施，在国际化、全球化语境中增强市场竞争力和市场占有率，特别是形成能够与好莱坞电影展开全面、可持续、具有相对优势的对抗与博弈，不断巩固和有效提升国产电影的市场份额，不断拓展国际传播力、影响力和话语权。

从文化及其价值观角度看，在世界电影竞争的格局中，没有文化及其价值观的电影是没有地位的，中国也不可能成为电影强国。电影产业作为一种“文化创意产业”，必须以有文化、有创意作为前提、支撑和基础，有价值观的建构特别是有效表达作为灵魂。电影不仅是一个国家、一个民族的文化形象，更是一个国家、一个民族的文化标识，隐藏着一个国家、一个民族的文化基因、文化密码。2012年，商务印书馆翻译出版了法国社会学家弗雷德里克·马特尔的《主流——谁将打赢全球文化战争》一书，引发了世界范围内的广泛关注。关于文化之争、软实力等全球热议的话题，也激起了我国学术界、文化界的热烈讨论。中国电影在从电影大国走向电影强国的历史进程中，必须担负起其文

1 杨莲洁：《本土电影是电影强国基石》，《北京晨报》2012年4月26日。

2 于冬：《从电影大国做到电影强国》，《新京报》2011年11月11日。

3 张宏森：《电影市场好更应保持忧患意识》，《人民政协报》2016年1月4日。

化传承、传递,尤其是价值观表达的历史性责任,占领文化和价值观的制高点,维护国家文化安全,打赢全球范围内的“文化战争”。从世界范围内看,文化引领乃至制约经济发展,文化战略影响乃至决定一个国家发展战略高度的趋势越来越明显,而其背后则是价值观的竞争。价值观竞争决定文化竞争的基本格局和未来走向。电影背后的竞争是一个国家经济、政治、军事、文化等综合实力的竞争,特别是价值观的竞争。好莱坞不仅给全球观众带来了一流的视觉享受更输出了美国的价值观。在世界各国的文化战略竞争中,作为“文化折扣”相对较小的电影产业占有越来越重要的地位。中国电影理应在国家的文化强国战略和中华民族伟大复兴中发挥更大、更积极、更主动的作用,在世界电影竞争的格局中获得持久的竞争力、影响力和话语权。从国际传播、国际影响力的角度看,只有中国电影不局限于本土,而是在国际上赢得观众的广泛好评,将中华文化的主流价值观输送出去,我们才能说中国已经成为了电影强国,才能说我们中国电影为实现国家战略和中华民族伟大复兴作出了应有的贡献,从文化层面有效维护了中华民族的核心利益。

中国电影从电影大国走向电影强国必须增强我们的文化自觉、文化自信,以文化自强,应从整体上提升中国电影的文化内涵,精心打造“中国气派、中国风格、中国特色”的主流电影、主流电影品牌,形成具有中华文化标识的文化产品,进而帮助中国传统文化完成现代化转型。中国的文化资源、故事资源是世界上最丰富的,关键在于我们如何以更加开放、更加灵活、更加智慧的态度对这些宝贵题材、文化资源进行现代性的理解和世界性的观照,让传统与现代对话、与世界对话,促成传统文化的现代化、创造性转化,有效推进和实现其创新性发展,最终把资源优势转化为现实生产力,有效转变为市场主动权和市场竞争力。

从美学及其风格角度看,中国电影必须体现中华美学精神,凸显中华美学风格。“中华民族在数千年的审美活动中,形成了观照、把握生活和描绘、呈现世界的个性卓异的方式和方法。原道、征圣、比兴、取象、风骨、神韵、肌理、滋味、感兴、妙悟、童心、性灵、造境、写境……与西方文学理论相比,从创作到批评,中国古代文学理论形成和发展了一系列特有的概念、范畴……具有自身的鲜明特色和不可替代的特质。它们都是宝贵的美学精神遗

产, 是对于世界美学宝库的重要贡献。”¹更重要的是, “中华美学精神本身是一个在时间维度上不断演变和在空间维度上持续交融的历史性过程, 有着多层面构成……中华美学可以视为中华我者与外来他者之间的长期的文化涵濡 (Acculturation) 的历史性成果。”²只因为如此, 中华美学精神可以为全球化进程中的世界各民族文化的发展贡献出中国人才有的独特美学智慧及其价值系统。总之, 中国传统文化里既有庄严崇高的伦理情怀, 也有精辟的美学思想和艺术原理, 迄今为止, 还远远没有得到有效和深度的开发应用。相反地, 中国电影常常忽视本土美学风格, 对本土美学精神和风格的了解和掌握还不及对西方的、日韩的熟悉, 存在着不少“东施效颦”的现象。当然, 中国电影要从传统美学中吸取营养, 同时实现现代化转化、创新性发展, 并且与现代电影美学高度融合, 彻底解决电影技术和技巧落后的问题, 大幅度提升中国电影的艺术品位和审美价值, 让观众在潜移默化中受到中华美学精神的熏陶, 让观众在娱乐中得到滋润心灵的审美享受。

总之, 中国电影要实现从电影大国到电影强国的有序、有效转变, 必须有产业与经济、文化与价值观、美学及评价体系等多层面的指标和指标体系。在从电影大国走向电影强国的过程中, 无疑首先应该有经济指标和票房指标, 但更必须有相应的文化指标和精神指标。电影绝不仅仅是票房, 是经济; 更重要的, 电影是精神、是文化, 直接关乎中国的文化利益、文化安全。因此, 中国电影从电影大国走向电影强国不是说要以电影通过市场去赚多少钱, 而是要以电影通过社会去凝聚人心、汇集力量、促进发展。中国电影在持续增强市场竞争力和市场占有率、增强传播力和影响力的同时, 也要努力攀登人文高峰、精神高峰、思想高峰和美学高峰。

三、电影强国建设走中国道路的法律保障、文化自信与艺术及理论创新

中国要实现电影大国向电影强国的迈进, 要拥有法律保障, 还应该以文化自信作为强力支撑, 以艺术和理论的创新作为不竭的前行动力。

1 彭程:《文艺如何传承和弘扬中华美学精神》,《光明日报》2015年10月12日。

2 王一川:《对中华精神的几点思考》,《光明日报》2014年12月26日。

众所周知,美国、英国等西方发达国家很早就拥有了包括电影在内的相关法律,从立法角度保障了电影产业的规范运行和发展。经过长时期的实施与管理,美国、英国等西方发达国的电影产业步入有序发展轨道,并且成为国民经济支柱性产业。2003年中国电影全面产业化改革以来,虽然电影取得了跨越式进步和发展,但电影缺法律之准绳一直是中国电影业界所有从业人员心中难以释怀的情结和焦虑。可以说,如果没有法律层面的支撑和保障,中国电影从电影大国走向电影强国随时可能会遭遇各种意想不到的障碍乃至“危机”。

其实,早在20世纪八九十年代,业界和有关部门就开始讨论电影立法事宜。2003年,电影促进法开始起草。随后,在相当广泛的层面上征求了电影业界、法律界以及其他社会各界的意见,2011年,《电影产业促进法》公布了征求意见稿,再次在电影业界甚至社会各界引起广泛关注和讨论。可以说,《电影产业促进法》经过漫长的“孕育”过程,承载了几代电影人的热切期盼。期间,中国电影产业发展取得了长足的进步和巨大的成就,产业格局也发生了巨大的变化。无论就电影生产数量还是电影市场规模而言,中国都已成为当之无愧的世界电影大国。然而,在从电影大国向电影强国迈进的过程中,我们却面临着一系列亟待解决的问题。如电影产业的法律地位,电影市场活力有待进一步激发,电影市场秩序还要进一步规范,电影产业发展水平有待提高,等等。¹2017年或许将成为中国电影的另一个重要拐点:一方面业内预测中国将超越美国成为全球第一的电影市场,另一方面国产电影市场将面临全面开放的考验,好莱坞全线压境也将造成前所未有的挑战。面对喜忧参半的内外境况,中国电影产业亟须法制引导和规范,以促进内生增长动力,激活对外竞争力,高效规范电影市场,并最大限度保障从业者的合法利益。

2015年10月30日,在十二届全国人大常委会第十七次会议第一次全体会议上,时任国家新闻出版广电总局局长的蔡赴朝对原广电总局在深入调查研究、总结实践经验、广泛听取意见的基础上起草、研究、修改形成的《中华人民共和国电影产业促进法(草案)》进行了说明,指出目前我国电影产业面临着亟待解决的四大问题:“一是电影市场活力有待进一步激发。……二是电影市场

1 李博:《从电影大美学国迈向电影强国,必须有法可依》,《中国艺术报》2016年11月16日。

秩序还要进一步规范。……三是电影产业发展水平有待提高。……四是维护文化安全还需更加重视。”¹

在历经12年之后，也就是2016年11月7日，《电影产业促进法》（下称《促进法》）终于出台，2017年3月1日已经开始实施。作为我国文化产业领域的第一部法律，《促进法》把实践中已经推行的电影产业化改革举措写入法律，如减少审批项目、降低准入门槛等。在该法律中，没有新增设行政审批项目，同时还取消了电影制片单位审批、摄制电影片（单片）许可证审批等行政审批的项目，这无疑从法律层面将原有的电影走产业化发展道路的认识提高到了一个新高度。《促进法》最重要的意义和价值在于把长期以来中国电影产业改革发展的成熟经验上升为法律制度，为未来电影产业持续健康繁荣发展提供了有力的法治基础、法制保障，对于中国电影产业的健康发展具有极为重要的意义——里程碑的意义。《促进法》从根本上解决了电影产业政策和国家层面支持的问题，也从法律层面上说明了电影是文化产业中市场最完善、发展最健康的产业，使电影在文化产业中的先导性、示范性得以发挥作用。因此，《促进法》也是我国全面深化改革在文化领域的突破，是全面依法治国在文化领域的具体实践和落实，也将对整个文化产业的发展产生长期深远的影响。

如果说《电影产业促进法》为中国电影从电影大国走向电影强国提供了法律基础、法治保障的话，那么文化自信则为中国电影从电影大国走向电影强国提供了强大的指导思想和理论基础。众所周知，习近平总书记2016年7月1日在庆祝中国共产党成立95周年大会上发表重要讲话提出，要坚持中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，并且强调指出文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信。在中国文联第十次全国代表大会、中国作协第九次全国代表大会开幕式上，习近平总书记发表重要讲话进一步指出，文化自信是更基本、更深沉、更持久的力量。坚定文化自信，是事关国运兴衰、事关文化安全、事关民族精神独立性的重大问题。文化自信在习总书记的讲话中反复出现了八次，无疑将文化自信提升到了一个前所未有的理论高度。文化自信是当前中国电影强国建设最需要也是最重要的文化态度和精神，更是创造中国电影

1 参见李博：《中国影协举办〈中华人民共和国电影产业促进法（草案）〉座谈会》，《中国艺术报》2015年11月27日。

新景观的核心动力、内在动力。坚持文化自信,必须尊重自己的历史,礼敬自己的文化传统。中国人自古以来就拥有独特的文化理念、气韵、精神和智慧,并且在长期积淀的过程中铸就了中国人独特的文化心理结构,在此基础上形成了内化于心的文化自信、自觉和自强。文化自信不仅具有传统的和历史的根基,更是面向时代、面向未来的。

坚守文化自信是中国电影人自产业化以来在实践中不断探寻的目标。广受好评的动画片《西游记之大圣归来》是经典名著的再演绎,《大鱼海棠》也是从传统古籍中汲取养分的,他们在电影叙事和美学层面呈现出的历史文化内涵,所凸显的正是中国电影所需要的文化自信和文化态度。在当下中国电影产业的黄金时代,广大电影工作者更应坚守自信,创作出与我们国家悠久的历史传统、伟大的改革现实相匹配的电影精品,无愧于伟大的时代,无愧于伟大的人民,无愧于伟大的中华民族。

中国电影从电影大国走向电影强国不仅需要法律基础、法制保障,不仅需要文化自信,也需要艺术和理论的创新。

当前中国电影创新的一个重要方面是艺术创新。

众所周知,全球电影产业形成了四种基本模式并且相互博弈:“美国模式”——以全球化与新媒体化为标志,“法国模式”——倡导艺术至上与文化例外,“印度模式”——以自产自销为特征,“日韩模式”——注重国际化特色与本土化相结合。我们要以有效吸取这些模式的有益经验为基础,根据中国电影改革和发展的实际确定我们电影强国建设的发展道路和发展战略。更重要的是,从美国到欧洲,再到我们的邻国韩国、日本,电影都被视作代表国家形象的文艺形态,纳入国家文化战略并给予大力扶持。我们必须从国家战略、国家文化安全的高度认识中国电影,特别是电影强国建设。

现代化转换、创新性发展是中国电影从电影大国走向电影强国的必由之路。世界电影史发展演变的历史经验值得注意:“尽管法国电影工业曾经率先主宰世界电影市场,但由于创新乏力而影响力顿失,美国人后来居上,他们完善了制片和商业模式,并借此征服了全球电影市场。”¹我们需要以解放了的思

1 [美]道格拉斯·戈梅里、[荷]克拉克·帕福-奥维尔顿:《世界电影史》(第二版前言),秦喜清译,中国电影出版社、文化艺术出版社2016年8月版。

想作为指导,进行思想的再解放,更新了的观念推动观念的再更新,尽快通过电影产业模式、增长方式创新跨越电影产业化初级阶段、成长阶段,建立现代电影工业体系、现代电影产业体系、现代电影传播体系、现代电影评价体系,同时需要批量化的具有现代电影产业品质的作品以有效吸引观众、赢得市场。当前中国电影面临的创新挑战是全方位、整体性的,从电影美学、技术等各方面都要善于借鉴学习一切有益的工业经验和艺术经验,同时也要根据中国电影发展的需要来创造我们自己的发展道路,走出一条有中国特色的从电影大国到电影强国的道路,同时为世界电影的艺术进步做出更多的贡献。

当前中国电影创新的另一个重要方面是理论创新。

中国要成为真正意义上的电影强国,就一定要在世界电影格局中,确定中国电影的地理坐标特别是文化坐标;一定要在世界电影标准体系中,确立来自于中国的评价体系;一定要在世界电影美学体系中,体现中华美学精神和美学规范。事实上,有相当数量的年轻观众自觉不自觉地以美国电影参照系来看中国电影,并且已经将其作为一种潜在的价值标准来衡量中国电影、中国电影产业。很多人总是不自觉地把国际电影节对中国电影的接纳、是否给奖,作为认识、评论中国电影的标准,这在某种程度上已经丧失了自身的立场和话语体系。中国电影理论创新的任务就是要立足于本土电影实践构建电影的本土话语体系和与之相适应的评价标准,运用历史的、美学的、人民的、艺术的眼光和观点来评判、鉴赏和引导电影生产与创作,把握文艺发展规律、脉搏和动向,与时俱进地建立起具有包容性、前瞻性的综合评价标准和体系,构建电影理论批评的中国学派。

当下中国电影从电影大国走向电影强国,最关键的是加强顶层设计,坚持通过创新走中国特色社会主义电影的强国道路。中国电影强国建设的道路只能在中国电影此时此刻的历史条件和具体语境中借鉴别人的经验进行本土化改造和现代化转换,在自身发展的历史条件和具体语境中寻找适合自身的发展路径和发展模式,走出一条从电影大国到电影强国的独特道路。中国电影应该旗帜鲜明地表明,中国电影的发展将以促进各国电影产业发展和进步、提升世界电影水准、形成多元文明共存为目标,促进全球范围内电影文化多样性及其全球现代电影体系的形成。中国电影除了自身要尽快实现从电影大国到电影强国的

有效、有序转变，更应该为文化强国建设做出更大的贡献，为中国文化更好地走出去发挥排头兵的作用。“中国人民不仅将为人类贡献新的发展模式、发展道路，而且将把自己在文化创新创造中取得的成果奉献给世界。”¹

饶曙光

1 习近平：《在中国文联十大、中国作协九大开幕式上的讲话》，《新华社》2016年11月30日。

序

系统科学维度下的电影强国战略思考

电影学者支菲娜的最新研究成果《面向电影强国的中国电影产业发展战略研究》一书即将付梓。此书既是她博士论文的凝萃，也是她十数年深耕电影产业政策研究与电影艺术研究的心得。作为她的博士课程指导老师，能在见证此书诞生全过程之后捉笔成此序，我是欣慰的。

中国电影产业化改革始自2003年，十几年间取得了举世瞩目的成就。毋庸置疑，中国是全球电影产业发展的强劲引擎。但同时，中国电影也面临着建构属于自己的话语体系、进一步提升国际地位的多重压力。这与中国正处于文化大国的崛起过程中、正从文化大国走向文化强国的环境是相统一的。中国已经是世界第二大经济体，但文化发展的水平和地位，与中国目前的经济水平和地位还很不相称，还需要不断发展、推陈出新。习近平同志指出，文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信。文化自信是坚定道路自信、理论自信、制度自信的题中应有之义。电影作为文化产业的重要组成部分，更有责任承担起增强文化自觉和文化自信、提升国家文化软实力的重任。因此，如何完成从电影大国到电影强国的转变，并进而巩固作为电影强国的地位、引领世界电影文化与电影产业的发展，成为中国电影发展必须认真思考而且迫在眉睫的重大课题。

20世纪50年代，在极其艰难困苦的条件下，成千上万人组织起来，以较少的投入在较短时间内成功完成“两弹一星”的研发任务。为完成这项大规模的科学技术工作，钱学森先生在实践中开创了一套既有中国特色又有普遍科学意义的系统工程的管理方法和技术，并进而建立起“系统科学”的理论体系。他明确指出，“系统科学是从事物的整体与部分、局部与全面以及层次关系的角度来研究客观世界的”，“我们提倡的系统论，既不是整体论，也非还原论，而是整体论与还原论的辩证统一”。直到今天，这套系统科学理论仍具有