



北京电影学院影视管理系列丛书

电影经济学

○————— 唐玲玲◎著 —————○



CIP 中国电影出版社

电影经济学

唐玲玲◎著

CFP

CFP 中国电影出版社 2009·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

电影经济学/唐玲玲著. —北京: 中国电影出版社,
2009. 1
(北京电影学院影视管理系列丛书)
ISBN 978 - 7 - 106 - 03001 - 8
I. 电… II. 唐… III. 电影—艺术经济 IV. J90 - 05
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 182986 号

电影经济学

唐玲玲 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: 64299917 (总编室) 64216278 (发行部)
64296742 (读者服务部)

经 销 新华书店

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

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

规 格 开本/720 × 1000 毫米 1/16

印张/14.25 插页/2 字数/246 千字

印 数 1—3000 册

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 03001 - 8/J · 1088

定 价 38.00 元

序

无论电影人认为电影业如何特别,但从经济学角度来看,电影仍然是一个必须借助于人、财、物等各种资源的投入,才能够获得的满足人们精神需求的产出,电影在很大程度上需要依赖于技术系统和产业结构才能完成其再生产的循环流转,这使得电影和很多工业社会的产品一样受一般经济规律的制约。

2000年10月,中国共产党十五届五中全会在《关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》里首次使用了“文化产业”这一概念,明确提出要“完善文化产业政策,加强文化市场建设和管理,推动有关文化产业发展”;2001年3月,该建议被九届全国人大四次会议采纳,并正式纳入了“中国十五规划纲要”,表明了政府对于建立社会主义市场经济体制、发展有中国特色的社会主义文化而不断进行理论创新研究和文化产业实践的勇气。2003年初,中央正式提出将电影作为产业来发展,从此中国电影真正走上产业化发展的道路。

中国电影业曾长期实行计划经济体制,统购统销的生产及流通模式,产生了效率低下、资源浪费等弊端,阻碍了市场经济条件下中国电影业的健康持续发展。20世纪90年代以来,随着我国电影业改革力度的加大,以及西方媒介政府管制力度下降而带来的合并浪潮,使得对电影及其他媒介发展过程中存在的经济规律的研究成为备受关注的领域。与此同时,我国电影等媒介也正从一个公共服务领域和意识形态的范畴向商品及经济产业过渡,关于电影的舆论导向和社会教化等关键词,尽管仍然非常重要,但却越来越多的使用和强调电影的供需、电影产业、市场竞争以及垄断等经济学语言,由此,如何以市场经济的制度环境为基础,运用经济学的基本理论及研究方法,结合我国转轨经济的特点,来系统、规范地研究市场经济条件下电影产业发展和市场运行的经济规律,提出解释、解决问题的理论和方法,对推动我国电影业的健康发展有

着重要的现实意义。

电影经济学是一门用来分析研究市场经济条件下电影市场运行问题的应用经济理论,它涉及了经济学、社会学、市场营销、观众学、统计学等学科。作为一门专业交叉学科,电影经济学涉及了电影及其产业的经济属性、电影业的市场结构与组织、企业结构与企业生产经营行为以及政府职能等一系列问题的研究,这些问题在我国电影业的发展与研究过程中被长期忽视。该书的主要贡献在于给读者提供了一个经济学的考察视角和研究思路,尽可能将古典经济学、产业经济学基本理论知识及相关模型研究的方法运用于其中,帮助读者建立以产业经济学为理论体系的分析框架,掌握经济学的基本研究方法,并通过对市场经济发展过程中电影产业内部市场结构与组织、市场与厂商相互作用和影响的研究与探索,更好地理解电影市场的运行特点、影视产业的市场结构及参与者市场行为的关系,从而对影视产业内企业间的竞争和垄断、规模经济和效率的关系和矛盾等方面能有一个较为全面的认识 and 了解,以达到优化产业内资源配置、维持公平合理的市场竞争秩序和提高市场运行效率的目的,为促进中国电影业的发展提供理论依据和政策建议。

作为北京电影学院委托项目,该书的出版既填补了北京电影学院管理系专业基础课《电影经济学》教材的空白,也可以满足广大电影工作者和爱好者对电影经济基础常识和基本理论学习的需要,为我国电影业的理论研究以及人才培养提供一个更高的起点。

北京电影学院管理系主任 俞剑红

2008 年 11 月

目 录

序	1
第一章 概 述	1
第一节 电影经济学的概念	1
第二节 电影经济学的研究对象和研究内容	7
第三节 电影经济学的研究和分析方法	10
第二章 电影及电影业的经济特征	13
第一节 公共产品和私人产品	13
第二节 电影的经济特性	15
第三节 电影业的经济特征	20
第四节 我国电影及其产业经济特性的发展变化	25
第三章 电影的需求、供给及价格研究	32
第一节 商品的需求和供给	32
第二节 电影需求及供给的特点	39
第三节 电影价格研究	48
第四节 弹性理论及其在电影生产经营过程中的应用	53
第四章 电影消费行为研究	61
第一节 一般消费行为理论分析	61
第二节 电影消费决策的重要影响因素	64
第三节 电影消费决策研究	75
第五章 电影成本研究	82

第一节	电影成本的相关概念	82
第二节	电影成本研究的重要性和现实意义	88
第三节	电影成本的变化趋势及其对电影业的影响	95
第四节	电影成本的最小化研究及其控制	98
第六章	电影市场结构研究	109
第一节	电影市场结构的分类及特征分析	109
第二节	电影市场结构的测量及其绩效评估	112
第三节	美国电影市场结构分析	119
第七章	中国电影市场结构分析	132
第一节	电影市场的发展变革历程	132
第二节	中国电影业的体制和结构变革	135
第三节	中国电影业市场结构的测量	136
第八章	电影产业结构及其发展研究	148
第一节	电影产业结构的形成及演变	148
第二节	中国电影产业结构的发展	157
第三节	电影三大环节存在的经济规律及其经营策略分析	166
第九章	电影劳动力市场研究	180
第一节	生产要素的特点及其价格确定	180
第二节	电影劳动力市场的特点及其价格分析	185
第三节	中国及好莱坞电影劳动力市场分析	190
第十章	电影业的政府管制及其产业政策	197
第一节	市场经济的缺陷和政府干预	197
第二节	电影审查及其他政府规制	204
第三节	我国电影业的政府管制及产业政策	213
参考文献		219
后 记		221

第一章

概述

第一节 电影经济学的概念

一、问题的提出

在电影艺术发展的 100 多年历史中,人们对电影在文化学、社会学、艺术学和美学等诸多方面的重要性做了大量研究,社会学者、影评家以及各方人士不断对电影及其对人们行为的影响即社会效益加以考察,但是对电影发展过程中所呈现出的经济问题,以及电影企业是否同样适应一般企业的经济活动规律却研究甚少。然而,理论及其热点研究总是随着社会变革的进程以及历史任务的转移而改变的。随着我国社会主义市场经济体制和电影体制改革的深入,对于电影经济现象、电影产业结构及发展规律等研究越来越成为一个迫在眉睫的热门话题。正如有电影人所说:“电影意识形态研究和电影经济研究的整合化处理,意在寻找出中国电影工业体系的计划经济本性,及其在市场经济环境下如何兼具社会主义方向和充分的利润原则以实现扩大再生产的工业机制。”

众所周知,作为一种承载信息的产品,电影具有的艺术特性及前瞻性的审美情趣,可以给予人们精神文化的享受与满足,并且在思想、道德及美学等方面对人们产生影响。但是,电影对于人们的影响并不只限于文化、思想、道德或美学等方面。即使作为一种艺术形式,电影在很大程度上必须要依赖于技术系统和产业结构才能完成其再生产的循环流转,电影生产经营过程中的制片、发行和放映三个环节都必须借助于人力、物力和财力等各种资源的投入,才能够获得电影这种可供人们进行精神消费的产出。从这一点看,电影既有自身文化信息产品的特性,更和其他很多工业社会的产品一样受一般经



济规律的影响和制约,此点也在好莱坞得到了充分的认可和体现,认为“……电影就是一门纯正的生意和买卖……”。当然,电影作为一种满足人们精神文化需要的信息产品,其集体消费的特性使其在供给、需求等经济活动以及产业发展模式等方面有别于其他文化产品或一般商品。因此,借助经济学的相关理论及其研究方法来分析、探究电影领域中的经济现象,可以更为深入地了解电影这一特殊商品在需求、生产等方面的客观经济规律,能够对稀缺性的相关资源进行更为有效的配置,提高资源利用的效率,以提高我国电影企业的竞争力,推动我国电影业的良性循环和持续发展。

二、电影经济学的概念

作为一门新兴的学科,电影经济学涉及到了两个领域,一是对电影的认识,二是经济学。

首先,关于对电影的认识,主要有两种观点:即电影本体论和电影综合艺术论。电影综合艺术论是相对于本体论的一种电影理论,在早期的电影理论研究中,一些著名的电影理论家认为,电影是一门艺术,如意大利的电影先锋派人物卡努杜早在1911年提出,电影是诗歌、音乐、舞蹈这三种时间艺术和建筑、绘画、雕刻这三种空间艺术的综合,由此推出电影是第七艺术。杰出的电影理论家爱因汉姆也曾在1935年出版的《电影作为艺术》一书中指出,“现在还有许多受过教育的人坚决否认电影有可能成为艺术,因为它只是机械地再现现实。”我国的主流观点也将电影认定为一门艺术,在中国电影出版社于2005年修订的《电影艺术词典》中,对电影做了这样的界定——“以技术为手段,以画面和音响为媒介,在银幕上运动的时间和空间里创造形象,再现和反映生活的一门艺术。”

然而,从电影综合艺术论产生伊始,“就有一批电影理论家在纷争于还电影以其本质”,这就是电影本体论。如英国电影理论家拉尔夫·布洛克曾在1927年其发表的题为《不是戏剧,不是文学,不是绘画》一文中指出,“电影是以一种新的方式来看待生活的。”20世纪50年代,关于电影本体论的研究达到了一个高潮,美国电影理论家汉斯·里赫特以及南斯拉夫著名电影教授斯拉夫可·沃尔卡皮奇都指出“活动影画(Motion Picture)的两个方面:记录和创作,”即电影仅仅是利用电影技术本性的记录功能而已。在我国,电影本体论的代表人物是周传基,他认为电影电视用光波声波的连续性所体现出来的相对时空关系,是一种视听语言,和传统的艺术有着质的差别。

但是,无论是电影本体论还是电影综合艺术论,电影是一种媒介,以及电影自身天然所具备的商品属性都是无法回避的,而这种商品属性又赋予了其强烈的经济意义,不可避免地受到经济学规律的制约。我国电影理论家邵牧君曾在 1995 年发表的文章《电影万岁》中表明了这一立场和观点,由此也在中国电影理论界引起了巨大的震动,他说:“电影首先是一门工业,其次才是一门艺术。‘首先’和‘其次’这个次序至关重要,因为电影既然首先是一件工业产品,这就决定了它的商品属性是根本的,是第一性的,搞电影首先是一种商业行为也就理所当然了。电影既然其次才是一门艺术,电影艺术的需要就必然要服从商业的需要,即为数巨大的消费群体的需要,……电影与商业的关系一旦被切断,电影便无法生存,也就不存在什么艺术了。”之后,这一观点得到了越来越多电影人的赞同,正如电影理论学者王志敏所说:“直到目前为止,任何一门艺术(哪怕是戏剧、舞蹈和交响乐等对于经济依赖性较大的艺术形式)都不像电影这样有进行经济学研究的必要。”

1. 何谓经济学?

所谓经济学是研究物质资料生产过程中,经济关系和经济活动规律及其应用的学科的总称,是研究人和社会如何做出选择,来使用可以有其他用途的稀缺的经济资源在现在或将来生产各种物品,并把物品分配给社会各个成员或集团以供消费之用的一门社会学科。作为一门独立的学科,经济学虽然只有 200 多年的历史,然而在我们的祖先知道用剩余食物、皮毛等物品进行相互交换的时候,就已经萌发了“交换”以使自己最“划算”这一最初、最基本的经济思想。这种最初经济思想的产生基础虽然是源于当时相对过剩物品的存在,但“人类社会自有史以来拥有的生活物品和资源,比起他们的所需却总是不足的。”这主要源于以下两方面的原因。

一方面,物质产品具有稀缺性。西方经济学中将能够满足人类需要和欲望的物品分为“自由物品”(free goods)和“经济物品”(economic goods)两大类,其中,“自由物品”是指人们无需付出努力、耗费代价就能自由获取的物品,如阳光、空气等,其数量是无限的;而“经济物品”是指人类必须“借助生产资源、通过人类加工生产,即需要付出努力和代价才能获得的物品”,显然,经济物品它在人类社会生活中占有重要地位,并且它的数量是有限的,具有稀缺性。

另一方面,之所以人们要借助资源,并付出努力、耗费代价获取经济物品,是因为这种物质产品具有能满足人类欲望和需要的特性,而人类的欲望和需要是多层次的、不断发展变化的,当一个欲望和需要得到满足或部分满



足之后,又会产生新的欲望和需要,可以说,人的欲望和需要是不可能得到完全满足的、是无穷无尽的。由此,相对于人类无穷无尽的欲望而言,“经济物品”或者说生产这些物品的资源总是稀缺的、不足的,这就使得在无限的人类需要与满足需要的手段——有限的“经济物品”之间,产生了明显的、必然的矛盾和冲突。正如我们每个人都有这样的亲身体会:没有足够的时间和金钱供自己自由支配,而这一矛盾无论是个人还是社会、贫穷的发展中国家还是物质丰富的发达国家都存在,也正是由于这种矛盾和冲突的存在,促使人类在数千年的文明发展中逐步形成了经济学。需要注意的是,这里所说的稀缺性,“不是指某物品或资源绝对数量的多少,而是相对于人类欲望的无限性而言,再多的物品和资源也是不足的,这是在任何社会形态下都普遍存在的客观规律。”

除了具有稀缺性的特点,经济资源还具有多种用途。而一个社会也不可能只消费一种物品,利用稀缺的资源在多种不同物品的生产之间加以配置,以满足社会不同成员的不同偏好。同样的,“一个社会也不能只顾眼前消费,把全部资源都用于消费品生产,它必须把有限的资源在消费品和资本品生产之间加以配置,以便兼顾社会成员的眼前利益和长远利益。”基于上述原因,要使有限的“经济物品”能更为有效地满足人类无限的需要和欲望,人类的生产活动就必须合理配置资源、使用资源,“需要的无限性和多样性与资源的稀缺性和用途的多样性,要求我们必须在各种资源配置之间做出选择。”毫无疑问,借助于有限的资源的合理配置和使用并使人们的需要或欲望获得最大满足的选择为最优选择。

电影虽然具有独特的艺术特性,其生产经营是为了满足人们精神文化生活需要的一种活动,但是在经济学的视角下,生产电影和生产其他工业产品一样需要投入各种资源,包括有形资源 and 无形资源,例如,在一部电影的生产、流通过程中,需要使用人力、摄影机、胶片以及其他各种生产及放映设备等有形资源,还需要耗费时间、精力等无形资源。相对于消费者无限的欲望和需求(包括精神需求),在电影的生产经营活动中同样存在如何利用稀缺有限的资源的选择问题,电影的生产和流通活动并不能独立于市场经济的大环境。

2. 电影经济学的概念

尽管电影最初是以一种娱乐玩具、“杂耍”的面目出现的,但是随着科技的进步,以及新技术、新工艺和新材料的不断发明和应用,特别是电影生产经营者们为追求经济利益的最大化或激烈竞争或相互勾结,促使了电影生产和

经营规模的迅速扩大;此外,由于这种新兴娱乐形式所具备的强烈感染力,“在能够相当逼真地呈现人的现实知觉的同时,还能相当逼真地呈现人的幻象”,可以使消费者(观众)通过观看电影满足其娱乐、审美、模仿、宣泄等精神文化需求,这种供需关系的客观存在使得电影在短暂的时间内,即由仅仅是新奇的玩艺儿迅速发展成为一种大众化的、传播最为广泛的艺术形式之一,以及与此发展相适应的生产、流通和消费的一个规模产业,即电影制作、发行和放映的产业体系。

电影的生产经营活动是从制片开始的。电影制片狭义上一般指影片的生产过程,即电影的创作者们利用独特的技术手段并且投入各种必要的资源,生产、创造出电影片。广义上看,电影制片是“指对影片从策划、拍摄到发行的全部过程进行计划、组织、决策和控制的行为。一般包括:前期的项目策划阶段、中期的生产阶段和后期的发行阶段,而电影制片的任务就是要对这三个阶段进行管理。”因此,无论是前期的剧本酝酿、摄制组的筹备,还是中期的影片生产摄制和后期的发行,在整个制片阶段,都必须投入相应的人、财、物等稀缺资源,最终产出为电影片,确切地说应该是影片版本,版本才是整个电影业最基本的供给。因此在制片过程中,对资金、设备、人力等各种资源配置的优劣与否以及资源利用效率的高低,显然会对电影的投入产出比及其企业再生产的能力产生影响。

影片摄制完成后即进入电影的发行环节,发行是连接电影制作和终端消费的桥梁,一方面,制片商依赖发行商把影片送达放映商和终端消费者,另一方面,放映商又依靠发行商为他们稳定提供吸引观众的电影产品,因此,发行环节对企业市场占有以及一部影片能否在经济上获得成功等方面都有重要影响。法国电影巨头百代兄弟公司的早期成功就是源于确定了行之有效的发行策略,而美国电影业能一直占据国际影视节目市场的霸主地位,也是因为其在“国外创立了新的发程序”所致。

电影发行俗称“卖片子”,指发行商通过向制片商或电影版权所有者支付一定的费用来购买电影片的发行权,将电影片在合同约定的地域、时限内,进行有偿传播或者代理许可他人使用该电影版本并获取收入的一种贸易活动。而影片的发行权是指,电影版权所有者(或电影作品的作者)依法拥有的对其电影作品所享有的使用以及获得报酬等权利,它可以表现为“版权人以发行、放映、制作和发行录像带和光盘等方式使用其作品,以及许可他人以上述方式使用其作品,并由此获得报酬的权利。”在电影发行过程中,发行商根据自身对影片市场潜力的估计,以一定的价格(发行权费)向版权所有者购买电影



片的发行权,即使用电影作品的权利,之后,发行商再将影片提供给影院上映并获取收入,在我国,这笔收入通常称为片租。由于影片拷贝具有可复制的物理特性(拷贝复制的权利通常会包含在发行权中),并能反复使用(放映),因此,基于这一特性,发行商可以通过向放映商出租拷贝及合理安排放映时间,进而达到充分分摊成本、获得更大的收益、实现利润最大化的目标。

电影放映是指在影院等场所利用特定的设备(放映机)将影片生产过程中制作的声音、画面、色彩等信息内容传递给观众,以满足观众的精神文化需求。在此过程中,电影放映商首先需要向发行商支付一定的费用以购买拷贝的使用权(主要形式为租用)。其次,通过影片信息内容的有偿传播即观众需付费购票观看,获取相应的收入,同时给观众以精神满足。

20 世纪中期以来,电视时代的到来以及其他媒体的迅猛发展,给电影业的生存和发展带来了威胁,也带来了机遇。电影除了影院放映这一传统的传播渠道和流通方式之外,影片还可以借助电视、录像带、DVD、宽带网等其他媒介得到进一步的传播和流通,这虽然在一定程度上削弱了影院放映的市场价值,但更多的传播渠道和窗口也大大拓展了电影的收入来源。与此同时,国际市场逐渐形成,世界范围内的电影、电视、碟带和网络等各种媒体间的相互渗透、依赖和共生已成为大势所趋,在这种新的市场环境下,电影企业如何加强自身的生存和竞争能力,并以尽可能少的资源投入获取更高的经济效益,提高效率,已成为各国电影业健康持续发展的关键问题。

综上所述,作为一种媒介亦或一门新的艺术,从某种角度上看,电影的生产与其他任何一种经济物品一样,其生产经营的各个环节都必须借助于人力、物力和财力等各种资源的投入,才能够获得电影这种产出,并供人们进行精神文化的消费,没有一定物质基础的保证,电影的生产流通是不可能实现的。既然电影这门艺术的生产经营活动肯定要投入资源、付出代价,这种代价可以是货币性质,也可以是非货币性质(如需要投入时间、精力等,而它们也具有机会成本),那么其产品——电影片即相当于一种有限的、可满足人们精神需求的“经济物品”了。在这种情况下,面临高投入的巨大风险,如何保证自己的收益,实现利润最大化,势必迫使电影企业必须关注整个市场以及深藏于艺术背后的经济规律的研究,由此,作为一般经济学重要组成部分的电影经济学研究的必要性便产生了。

所谓电影经济学实际上就是研究在电影的生产经营过程中,如何使用可以有其他用途的稀缺的经济资源在何时来生产经营何种类型的电影产品,并分配给社会的不同成员或集团,以满足消费者各种精神需求和欲望的一门社

会学科。我国对电影经济的研究始于上个世纪 60 年代,但一般较为注重对整个行业管理体制及企业内部经济管理 etc 问题的探讨,对于电影的经济特性、产业结构及其整体经济规律的研究涉猎极少。

第二节 电影经济学的研究对象和研究内容

一、电影经济学的研究对象

电影经济学是运用一般经济学所发展起来的科学理论和方法体系对电影经济现象进行研究的一门学科,主要研究在社会不断进步、人们对精神产品需求不断增长的情况下,电影生产及消费、电影市场结构、电影产业结构等方面的规律。如电影制片商、发行商、放映商和观众的经济行为和规律、电影市场结构是如何形成的、对企业的行为及其绩效有何影响等。

为了研究的方便,我们假定电影业是在纯粹的市场经济条件下,运用个体分析的方法,对电影生产、发行、放映和消费过程中单个经济单位(如单个消费者、单个厂商)的经济行为,以及相应的经济变量进行分析研究,从而确定和实现资源分配和利用的最优目标;同时,研究企业、市场、产业三者的组织形式及相互关系,研究电影市场或产业结构的形成过程及其与企业行为与运营绩效之间的相互影响,并制定相应的电影产业发展政策,促进产业内部的有效竞争,改善、提高资源的利用现状即效率,以实现电影业的健康、持续的发展。需要指出的是,无论是作为一种独特的艺术形式,还是反映社会文化生活的媒介信息产品,电影都涉及了文化的、历史的、社会的、道德的、心理的以及个人等多种因素,必然受到社会、历史、制度、文化等条件的制约,带有较强的意识形态色彩。从这一点来看,电影经济学又不可能是纯粹的,电影经济现象难免会受到社会、政治、历史文化传统等因素的影响,特别是无法排除政府职能的干预,在这个意义上,电影经济学不能忽视电影经济现象的特殊性,需要将诸多因素纳入电影经济研究的框架之中。

二、电影经济学的研究内容和结构

电影经济学的任务是研究电影及其产业的经济特性、电影的市场或产业结构的形成与企业运营行为和运营绩效的相互影响和作用等,从而归纳总结



出电影及其产业的经济发展规律,并为电影产业政策的制定提供理论依据。例如,电影的经济特性及其与电影生产经营目标确定之间的关系;电影的消费需求特征、电影供给的规律以及由这种供需关系所决定的垄断性和竞争性交替上升的市场结构;电影业的重要环节,包括制片业、发行业 and 放映业的经济活动规律及基本运行机制,这些规律又是如何决定着企业的市场行为,这些行为的效率如何、公平与否以及是否符合社会标准等等。总之,通过对电影经济学的研究及规律总结,可以为我国电影企业的生产经营运作以及整个电影业的改革发展提供宏观的、科学的、规律性的指导。

如前所说,经济学的研究目的在于形形色色的生产经营者和消费者,如何在各种资源稀缺的情况下,做出一种最优的选择,即实现生产经营者利润最大化、消费者满足程度最大化的目标。因此,对于电影经济学(包括其他大多数媒介经济学)研究的标准假设是:影视企业经营管理的首要目标是实现利润最大化,而这似乎与我国影视行业管理体制中“社会效益第一、经济效益第二”的原则并不完全符合,也与 BBC(英国广播公司)、NHK(日本放送协会)等一些外国国营(或公营)媒介的首要目标——实现社会福利最大化有所冲突。但这并不代表电影经济学的研究内容不适合中国的国情,电影经济学的研究对促进中国电影业的发展仍然具有重要的现实意义。首先,通过电影经济学的研究,可以使我国电影业的生产经营者“了解如何以最少的资源耗费来实现相同的社会目标;或是以相等的成本来达到社会效益的最大化”;其次,在对我国影视行业管理体制中“经济效益第二”与利润最大化的标准假设不相吻合的理解上,我们可以把“社会效益第一”的实现看作是影视企业生产经营的一个前提条件,即我国影视企业利润最大化的经济目标必须是在充分实现社会效益的要求之下实现的。

综上,电影经济学主要关心在一定约束条件(如社会效益第一)下,赢利性的影视企业如何运用有限的资源生产不同的电影片并进行分配,以满足消费者的需要、实现利润最大化的过程。由此,电影经济学的研究主要关注以下三个问题。

1. 企业生产、传播什么及多少影视产品?

在经济资源稀缺的情况下,一定的资源不可能用来生产此种产品又同时用于生产别种产品。而一旦生产一种产品,势必造成生产其他产品的机会减少,因此“当我们以某种方式使用资源时,不仅做出了生产某种产品的决策,同时也做出了不生产某些产品的决策,或者多生产此种产品而少生产其他产品的决策,二者的比较非常重要。”这就是说任何一种选择都有代价,都存在

机会成本,而选择的依据就是机会成本最低。例如,我们要将时间用于学习,就会导致用于娱乐的时间减少,我们需要将时间加以合理的分配,以使自己时间使用的效率最高。任何企业和国家也都会面临有限资源合理配置的各种选择。例如,任何一家影视节目生产经营者都会在电影、电视剧等节目的类型和数量之间做出选择。在我国计划经济时期,电影企业和生产资料均为国家所有,由国家统筹规划,并按生产计划投资拍摄影片,即生产什么影片、生产多少影片主要由上级主管部门决定;而在市场经济条件下,这些问题越来越取决于市场(观众)的需求,具体到某个电影企业来说,由于观众的精神需求是多种多样、千差万别的,企业需要针对动作片、喜剧片、科幻片等众多影片类型和数量进行决策。因此,影视企业究竟选择生产传播什么影视产品、生产传播多少产品,是电影经济学需要分析的首要问题。

2. 企业如何生产、传播影视产品?

同样的影视产品可以有不同的生产、传播方式。例如在电影制作前期,电影项目的融资有银行贷款、几家公司共同投资、预售(卖片花)、私人集资等方式;在电影发行时,电影产品是“底片出售”还是自己发行,例如,由于资金有限、市场能力相差悬殊等原因,好莱坞一些独立制片公司会将制作好的影片直接卖给大公司而不是自己发行;在影片的传播阶段,是首先进入影院系统,还是直接发行碟带。目前,一部影片的票房收入尽管占其总收入的比例正在降低,但它对推动影片在其他窗口的播映是否获得成功仍然起着重要的龙头作用,因此,影院播映仍然处于一种中心地位。然而在我国,迫于回收投资、竞争不力等原因,每年都有相当一部分国产影片无法进入院线,而是直接卖给电影频道或以制作成光盘的形式直接出售。“在好莱坞,直接发行碟带往往意味着影片品质低劣”,这自然也会对其后续收入产生消极的影响。“不过也不尽然,1994年迪斯尼为了节省高昂的发行费用,其拍摄制作的《阿拉丁》续集《贾发的归来》并未在影院上映,而是直接以录像带形式出售。”2004年哥伦比亚公司在推出《星河舰队2》后,也并未在影院中播映,而是直接推出影碟——家庭影院版在DVD上供消费者观看。当然,企业采取何种形式生产、传播影视产品应根据企业的目标具体选择。

3. 企业为谁生产传播影视产品?

由于人们需要的无限性与资源的稀缺性之间矛盾的存在,无法保证所有的观众都能观看到他们希望观看的影视产品,所以决策者必须依据自身的目标,形成一套有效机制生产传播影视产品并在各个细分市场(观众群)中进行分配。完全计划经济体制下,为了最大限度地发挥电影的宣传教育功能以及



降低其影片消极的外在性,充分实现社会目标,政府及主管部门会依据政治需要或其理解的观众偏好下达行政指令性计划指标组织电影的生产和发行,是一种完全集中的决策机制;完全市场经济体制下,生产资料归私人所有,各影视企业会根据他们对自身目标的确定、利益的理解和市场信号做出影片生产经营的决策。不同时期、不同国家或地区、不同行业的企业决策机制各不相同,大多往往处于完全集中和完全分散之间的某个位置,呈现出混合经济的特征。例如,出于对经济效益最大化的追求,目前,我国一些影视企业可能格外重视娱乐性较强的商业影片的制作,而忽视了市场潜在观众中其他细分群体如儿童、老年、农村题材电影的生产制作,为此,我国政府及电影主管部门会出于社会目标的考虑,而在政策上给予上述题材电影生产经营者以优惠或奖励,促使社会福利的最大化。

第三节 电影经济学的研究和分析方法

作为产业经济学的一个应用分支,电影经济学也将遵循产业经济学的基本研究方法,同时,由于电影经济现象会受到社会、政治、历史文化传统等因素的影响,所以本书采用了以经济学基本研究方法为主的多种方法。

一、实证研究和规范研究相结合

实证研究和规范研究是经济学两种重要的研究方法。前者是在做出与经济行为有关的假定前提下来分析人们的经济行为,它注重对观察到的经济现象加以解释,旨在揭示客观存在的经济规律,解决经济过程“实际是什么”或“将会是什么”的问题。“实证研究在分析经济问题时,只考虑经济事物间的现实联系,及其在这种联系的作用下,人们经济行为——选择的后果。……即不仅要能够反映或解释已经观察到的事实,还要能够对有关的现象将来会出现的后果做出正确的预测”,至于是否应该做这种选择不予讨论,其检验标准是客观事实,因此具有客观性。例如,收入增加人们对电影等精神文化产品需求的影响、电影市场的需求价格弹性对于票价制定的分析、中国加入世界贸易组织(WTO)后,对中国的影视传媒业产生的影响等都属于实证研究的范围。

规范研究是一种以价值判断为基础的经济分析方法,“它首先提出某些