

2010

中国电影产业 研究报告

THE RESEARCH REPORT
ON CHINESE
FILM INDUSTRY

中国电影家协会产业研究中心

2010

中国电影产业 研究报告

中国电影家协会产业研究中心

THE RESEARCH REPORT
ON CHINESE
FILM INDUSTRY

图书在版编目 (CIP) 数据

2010 中国电影产业研究报告 / 中国电影家协会产业
研究中心编. —北京: 中国电影出版社, 2010. 5

ISBN 978 - 7 - 106 - 03206 - 7

I. ①2… II. ①中… III. ①电影事业—研究报告—
中国—2010 IV. ①J992

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 084164 号

责任编辑: 李春妹

刘仰宁

崔巍

装帧设计: 赵子航

责任校对: 乾风

责任印制: 刘继海

2010 中国电影产业研究报告

中国电影家协会产业研究中心 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: 64296664 (总编室) 64216278 (发行部)

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

经 销 新华书店

印 刷 中国电影出版社印刷厂

版 次 2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/787 × 1092 毫米 1/16

印张/24 插页/2 字数/497 千字

印 数 1—3000 册

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 03206 - 7/J · 1190

定 价 80.00 元

《2010 中国电影产业研究报告》

编辑委员会

主 任 康健民

副主任 许柏林

委 员 (以姓氏笔画为序)

王 丹 刘 嘉 刘 藩 刘汉文 刘仰宁 刘浩东

齐勇锋 李春妹 汪菊平 郑 岑 胡子光 柳秀文

黄嘉明 蒲 剑

主 编 刘浩东

副主编 王 丹

统 稿 王 丹 郑 岑 韩云杰

撰稿人 第一部分 2009 年中国电影产业发展总报告

第一章 概述 刘浩东 韩云杰 林莉丽 谷 静

第二章 2009 年中国电影生产分析 张 琦

第三章 2009 年中国电影制片企业发展分析 刘 藩

第四章 2009 年中国电影院线与影院经营分析 刘汉文 马晓莉

第五章 2009 年中国电影市场票房分析 刘 嘉

第六章 2009 年中国电影产业投融资分析 齐勇锋 赵 莹

第七章 2009 年中国电影创意元素分析 赵玉琦

第二部分 专题研究报告

第八章 2008—2009 年中国电影类型现状研究报告 蒲 剑

第三部分 2009 年中国电影市场调查报告

第九章 2009 年暑期档市场调查报告 杜巧玲

第十章 2009—2010 年贺岁档电影市场调查报告 赵梦然

数据负责 刘 嘉

市场调研 蒲 剑 杜巧玲 赵玉琦 赵梦然

前 言

中国电影家协会常务副主席 康健民

2009年是一个极不寻常、极不平凡的年头。这一年，我们欣喜地迎来了新中国60华诞，我们积极地应对着金融危机，我们坚定地实践着科学发展。这一年也是我们电影产业化发展的第七个年头。我们惊喜地看到，在党和国家一系列政策的鼓励和推动下，我国电影产业正继续实现跨越发展、产业升级和市场放量。2009年中国电影票房从40亿直接跨进60亿门槛，票房过亿影片达到17部，较上年增加6部，观影人次超过2.1亿，增幅均超过历年水准。在影片产量基本保持平稳且略有增长的前提下，影片质量也有所提高，更令人喜悦的是电影终端建设的持续增量以及观影人次的稳步增长，使我国电影的产业化发展初步摆脱了“产品投入不足”的第一阶段，从而逐渐过渡到了“扩大收入渠道”的第二阶段。

2009年是我国从“十一五”迈向“十二五”的过渡时期，在这一年，国务院颁布了《文化产业振兴规划》，这是自新中国建立以来国家第一次从战略高度对振兴文化产业做出整体规划和重大部署。随后，国家广电总局发布了《国产影片出口奖励暂行办法》，鼓励我国电影产品积极“走出去”进入海外市场。2010年年初，国务院办公厅《关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》适时出台，紧接着又召开了全国电影工作电视电话会议，明确了促进电影产业繁荣发展的总体要求、基本原则、发展目标和主要措施。从这些会议精神和文件里我们高兴地看到，我国电影产业发展的政策环境正持续优化，多元投资主体的积极性和创造性得到了充分的调动，从而使我国电影业在全球金融危机的背景下逆势而上，取得了举世瞩目的骄人业绩。电影产业已成为整个文化产业的龙头产业，甚至成为了国家发展战略的组成部分。

2009年民营影视企业在创业板的成功上市，成功打开资本市场新的融资渠道，成为该年度电影资本运作新的范例；为新中国建立60周年打造的献礼影片《建国大业》以172位明星参演作为亮点，为主旋律电影的整合营销又树立了新的标杆；年度新增银幕626块中有500多块均为数字银幕，约占80%，标志着电影终端市场技术标准的结构变革；而2010年年初《阿凡达》的上映，掀起IMAX、3D影片的观影热潮，使更多的观众走进了影院，也让更多的观众重新认识了在影院观影不可替代的审美享受……这些现象让我们看到，中国电影产业在发展前进的过程中，时刻孕育着种种的可能，存在着巨大的机遇。

这是中国电影家协会电影产业研究中心第四次推出中国电影产业研究报告了。每一年我们都伴随着电影产业发展的脚步,对她进行仔细的观察,认真的梳理,深入的思考。在这部《2010 中国电影产业研究报告》中,凝聚的是十多位电影产业调研专家的智慧、数十位数据调研工作者的辛苦以及上百位电影界各行业操盘手的大力配合和无私帮助。正是他们的努力,这部系统地研究一年来中国电影产业发展成绩、轨迹、问题、思考的专著才得以面世。我真诚地代表电影界的朋友们感谢他们!

《2010 中国电影产业研究报告》由三大部分组成。分别是总报告、专项报告和调研报告。总报告由制片、生产、发行、放映、影院、院线、投融资等内容组成,特别说明的一点是,创意元素一章虽表面上不属于电影产业范畴,但事实上,影片的内容创意元素恰恰对影片的市场走向起着决定性作用,而市场信息反馈则直接指向上游的创意元素,因此创意元素是连接电影产业上游和终点的关键环节。在单项报告这个部分,这次我们推出了2008—2009年中国电影类型现状调研报告,电影类型作为一个市场概念,在中国电影产业格局发展中,长期以来得不到应有的重视和充分的发展,我们此次以调查问卷数据为基础,详细分析了中国电影类型生产状况和上映影片类型的分布状况,并了解到大部分观众反映的“中国电影类型化特征不清楚”、“中国电影人类型创作意识薄弱”等核心问题,为类型电影的发展及与市场的结合方面提供了非常有价值的思考和建议。在调研报告部分,我们针对2009年暑期档和2009—2010年贺岁档这两个重要档期进行了观众观影深度调查问卷,这也是我们坚持进行的一项梳理观众观影心理和观影习惯的市场调研项目,值得关注。

大力发展电影产业,目的是满足人民群众多样化、多层次、多方面的精神文化需求,从而积极助推国家经济发展结构的调整 and 经济发展方式的转变。纵观世界各国的电影观众,最爱看电影的是印度人和美国人,他们年人均观影5次;欧洲的法国人,年人均观影3次,这个标准对于中国人来说,也许十年才能达到。但如果我们通过几年努力能实现年人均买票看一次电影,按目前平均电影票价20元计算,其市场规模保守估计也能达到近300亿元。目前,城市影院建设的热情高涨,改建3D影厅的需求迫切,而且这种积极性正悄然向地级市、县城及部分乡镇转移。当然,地域之间、城乡之间发展不平衡的矛盾依然存在而且比较严重,但这并不妨碍我们去认识中国电影产业发展的主流态势,以及它所具有的巨大潜力和宏伟前景。中国电影面临的机遇和挑战都是空前的。

愿这本厚厚的《2010 中国电影产业研究报告》,能够为所有热爱电影、关注电影产业发展、奋斗在电影创作生产营销第一线的朋友们提供一份翔实、准确、客观的年度电影产业发展现状和战略思考。当然,我们更期待朋友们能和我们一道,思考中国电影产业发展的诸多深层次的问题,让我们真正做到将产业的发展和研究深度结合,完美体现我们贴近实际、指导实践、服务行业的根本宗旨。

再一次向所有关注本报告和为本报告的编撰付出辛勤劳动的同仁们表示深深的感谢!

目 录

前 言	康健民 1
-----------	-------

第一部分 2009 年中国电影产业发展总报告

第一章 概 述

第一节 2009 年中国电影产业发展概况	4
一、影片投资生产	4
二、制片投资主体	6
三、院线与影院	8
四、票房业绩	12
第二节 2009 年电影产业总体态势分析	13
一、电影企业成功上市,打开资本市场这一融资途径	14
二、出现了适应中国国情和市场特点的多元化的电影类型	15
三、动画电影产量提高,盈利能力渐渐稳固化	15
四、影院投资热潮下,单个影院项目竞争程度日趋激烈	16
五、整合营销成为营销新特点	17
六、数字技术成为电影产业跨越式发展的引擎力量	17
七、档期制度的成熟带动了电影市场的专业化水平	18
第三节 2009 年全球电影市场态势分析	19
一、全球几大主要电影市场票房上升	19
二、产量下滑,银行投资变谨慎	21
三、大明星不再是票房灵药	22
四、发行业被大片垄断,影院建设以 3D 为主	23
第四节 2009 年电影产业发展战略分析	23
一、电影制片投融资环境与结构	23

二、从社会文化心理入手实现创意类型化·····	25
三、电影行业的社会责任和文化自觉感·····	25
四、技术作为产业发展与艺术创新的引擎·····	27

第二章 2009 年中国电影生产分析

第一节 2009 年中国电影生产综述 ·····	28
一、历史比较·····	28
二、国际对比·····	29
三、题材分析·····	29
四、电影生产的主体概况·····	31
五、电影生产区域情况·····	32
第二节 2009 年电影产品生产特征梳理 ·····	34
一、电影产品的类型化、差异化成为趋势·····	34
二、主旋律影片商业化运作尝试性成功·····	34
三、新片种不断孕育而生·····	35
四、中小成本影片质量提高·····	35
五、喜剧电影经济效益显著·····	36
六、动画电影经济效益提升·····	36
七、新青年电影作品日趋丰富·····	36
八、电影合拍进入新的高峰期·····	37
第三节 2009 年中国电影生产中的问题与发展趋势 ·····	37
一、2009 年中国电影生产中的问题·····	37
二、中国电影产品发展趋势及对策·····	39

第三章 2009 年中国电影制片企业发展分析

第一节 概述:诸多利好推动制片业水涨船高 繁荣背后有隐忧 ·····	44
第二节 重点制片企业:马太效应凸显第一方阵逐步成形 ·····	45
一、中影集团:重点片引领电影国家队重塑“金身”·····	46
二、上影集团:产业链经营造就企业竞争力·····	48
三、博纳国际:未来的“中国派拉蒙”稳步走在上市路上·····	51
四、光线影业:在传媒集团架构之下以类型与品牌制胜·····	53
第三节 电影企业上市:引领制片业经营管理模式上台阶 ·····	55
一、华谊兄弟:成功上市成为业界新标杆·····	55
二、橙天娱乐:借壳嘉禾完成上市资本运作实现跨越式发展·····	61
第四节 国有制片企业改制:市场能力尚需逐步积累 ·····	63

一、珠影:整合改制创造新经验 制片竞争力有待提高	64
二、宁夏厂:小厂成为国企改制榜样	67
第五节 业外资本进入电影制片:资金和资源多元化利于制片业长远发展	69
一、江苏广电总台(集团):高端切入影业传媒集团 架构凸显竞争优势	69
二、其他业外资本:地产、游戏、网站等企业投资制片业	71
第六节 核心制片人才缺乏是制片业发展的瓶颈	72
第四章 2009 年中国电影院线与影院经营分析	
第一节 2009 年电影院线与影院经营的环境分析	81
一、政策支持为电影放映市场发展保驾护航	81
二、市场环境分析	83
第二节 2009 年电影院线经营与发展分析	84
一、电影院线经营与发展的基本概况	84
二、电影院线经营与发展的主要特点和趋势	91
三、2009 年主要电影院线经营与发展分析	93
第三节 2009 年电影院经营与发展分析	99
一、电影院经营与发展的基本情况	99
二、2009 年电影院经营与发展的主要特点和趋势分析	106
三、明星影院经营策略分析	108
第五章 2009 年中国电影市场票房分析	
第一节 2009 年中国电影市场综述	113
一、2009 年电影市场发行放映影片概况	113
二、解读 2009 年全国电影市场票房	124
第二节 中国电影市场票房史和市场票仓	136
一、中国电影市场票房史	136
二、中国城市电影市场票仓的形成	141
第三节 2009 年各档期电影市场经营分析	144
一、2009 年周末档期票房数据解读	145
二、2009 年新片首映票房数据解读	153
三、2009 年新片放映第二周票房数据解读	156
第四节 2009 年重要电影档期市场分析	161
一、新年元旦档	162
二、春节档	163

三、清明节档	165
四、五一档	166
五、端午节档	167
六、暑期档	168
七、国庆中秋节档	170
八、年末贺岁档	172
九、特殊节日档期	175
第五节 评估 2009 年中国电影市场及发展趋势	176
一、对 2009 年中国电影市场整体评价	176
二、中国电影产业面临的机遇与挑战	177
第六章 2009 年中国电影产业投融资分析	
第一节 2009 年电影投融资环境分析	179
一、政策环境	179
二、经济环境	182
第二节 2009 年中国电影产业投融资的进展及其特点	185
一、2009 年电影产业投融资概况	185
二、2009 年电影产业投融资方式分析	190
三、2009 年电影产业投融资特点	196
第三节 2009 年我国电影投融资存在的主要问题	199
一、电影投融资体系初步形成,但细则亟需完善	199
二、电影投融资主体政策解读和驾驭能力有待提高	199
三、服务电影产业投融资的中间组织职能缺位	200
四、电影产业投融资依旧单片驱动,不成规模	200
第四节 海外电影产业投融资经验借鉴	200
一、英国:国家彩票基金与电影产业互动	200
二、美国:利用政策、法规鼓励电影产业多渠道筹措资金	201
三、日本:覆盖电影产业链的“电影制作委员会”	202
四、韩国:政府直接推动电影产业投融资	202
第五节 若干政策建议	203
一、完善电影产业投融资政策细则	203
二、创新投融资方式,优化投融资结构	204
三、强化电影产业投融资中间组织的作用	204
四、加强投融资管理,提高投融资效率	205
第七章 2009 年中国电影创意元素分析	
第一节 电影创意元素的内涵及价值	206

第二节 2009年中国电影创意元素分析	207
一、猎奇、探秘心理元素	208
二、爱情抚慰心理元素	213
三、主流价值认同心理元素	218
四、消遣娱乐心理元素	223
五、灾难防范心理元素	228
六、品牌认知心理元素	232

第二部分 专题研究报告

第八章 2008—2009年中国电影类型现状研究报告

第一节 中国电影类型生产分析	239
一、类型的产生和类型的划分	239
二、2008—2009年中国电影类型生产情况	240
第二节 中国类型电影发行票房分析	246
一、2008—2009年中国类型电影的票房分布	246
二、中国类型电影与外国进口类型片票房比较分析	252
第三节 中国电影观众与类型电影问卷调查分析	260

第三部分 2009年中国电影市场调查报告

第九章 2009年暑期档市场调查报告

第一节 综述	269
一、调查背景、范围和分析架构	270
二、观众眼里的2009年暑期档电影市场	271
第二节 2009年暑期档电影观众的构成和观影方式分析	272
一、电影观众的自然构成	272
二、电影观众的社会构成	274
三、观众的观影方式分析	277
第三节 2009年暑期档公映影片分析	280
一、影片的观看率分析	281
二、影片的观看因由分析	284
三、影片的满意度分析	293
四、影片的满意成分分析	300

第四节 单片深层内容消费元素分析	307
一、《变形金刚2》	309
二、《非常完美》	311
三、《飞屋环游记》	314
四、《气喘吁吁》	316
五、《白银帝国》	319

第十章 2009—2010 年贺岁档电影市场调查报告

第一节 概述	323
一、调研背景与目的	323
二、调查范围	323
三、分析架构	324
第二节 贺岁档电影观众构成与观影倾向分析	324
一、贺岁档观众的自然构成	324
二、贺岁档观众的社会构成	326
三、贺岁档观影时机调查	328
第三节 2009—2010 年贺岁档公映影片分析	329
一、影片的观看率分析	330
二、影片的观看因由分析	340
三、影片的满意度分析	345
四、影片的满意成分分析	349
第四节 贺岁档影片营销受众分析	352
一、观众选择贺岁档影片的主要考虑因素	353
二、贺岁档影片信息来源分析	355
第五节 单片深层内容消费元素分析	356
一、《三枪拍案惊奇》	356
二、《刺陵》	359
三、《十月围城》	362
四、《阿凡达》	366

The background of the entire page is an abstract, grayscale pattern of numerous thin, curved lines that create a sense of depth and movement, resembling a stylized architectural or organic structure. A dark gray horizontal bar is positioned across the upper middle section of the page.

第一部分

2009年
中国电影产业发展总报告

2009年是电影推行产业化与市场化的第七个年头。尽管全球经济笼罩在危机的阴影下,但国内经济在政府“保八”的一揽子措施下保持增长势头,对正在经历更深层次产业化进程的电影行业在投融资方面给予资金保证。国内电影市场票房保持快速增长,不仅继续拉动影院投资建设而且给制片投资带来信心。结合七年来的产业化改制经验与市场导向的制作模式探索,我们预计未来五年是中国电影继续学习国外类型化制作模式与市场运作经验,探索立足国内市场与适应国际市场的关键机遇期。

2009年,电影产业发展亮点体现在投融资方面。经过近两年行业内制片与院线企业同金融资本试探性合作,资本市场向电影产业开放,电影产业链的投融资大为改善,但由于第三方监理机构的空缺,社会资金、信贷资金进入电影制片业依然存在一定的瓶颈,这将是投融资环节下一步亟须解决的问题。年度产业发展另一亮点是,数字技术成为业界关注的一个“关键词”,数字技术在产业发展升级中的引擎作用十分突出,3D电影、数字拷贝、数字银幕的发展在相当程度上改写了传统的产业承载方式。年度两个热议话题,亦由电影现象上升为一个社会事件,一是影片《建国大业》为国产片从产业运作、市场整合营销方面树立了一个新的发展标杆,反映了电影人市场意识的提升;二是2009—2010年贺岁档上映的美国科幻影片《阿凡达》,在艺术想像力与技术水准两个层面,引发社会热议。二者比较,能够反映电影作为工业之间的差距,而关键在于人才与观念上的差距。在调研、撰写这本产业年度报告中,我们还发现一个特别突出的问题是,制片资源、明星资源、类型化制作等链条环节的发展速度还跟不上中国电影产业总量的发展速度,造成对现有影片类型,明星、主创资源过于依赖甚至透支,这一问题值得关注。

当下,我国即将从“十一五”转入“十二五”时期,2009年,国务院颁布《文化产业振兴规划》,新中国建立以来国家第一次从战略高度对振兴文化产业做出整体规划和重大部署。2010年初,《关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》出台,明确了促进电影产业繁荣发展的总体要求、基本原则、发展目标和主要措施。在此政策利好推动下,未来几年电影产业最突出的亮点依然表现在终端建设环节,一个涵

盖直辖市、省会城市、地级市、县级市和部分发达城镇的数字影院布局体系将会基本建立,并带动国产片数量和成规模上映数量的增长。在全国布局基本完成以后,在票房以外探索更明晰的价值曲线将成为影院经营中的一个关键点。产业规模的扩大意味着对资金流入量的更多要求,一方面,更多骨干型电影企业将实现上市计划,另一方面,第三方机构完片担保机制将会在积极探索中得到建立,进而带动更多的社会资金及信贷资金进入电影制片业。

第一节 2009 年中国电影产业发展概况

影片投资生产 2009年,我国共生产故事片456部,较上年增长50部,生产动画片27部、纪录片19部、科教片52部,电影频道节目中心生产供电视播映的数字电影110部,较上年增长3部。继上年增幅放缓以后,故事片产量增幅又呈加快态势。与此同时,国产动画影片生产保持增长态势。

院线与影院 全年共有14条院线年度票房超过亿元,过亿元院线比2008年增加了4家,有5条院线票房突破5亿元,其中2条院线票房突破7亿元。2009年全年主流市场新增影院142家,新增银幕626块,平均每天增长1.7块,全国主流院线影院数达到1687家,银幕数达到4723块。电影放映数字化程度全面提升。在2009年新建的电影院中,数字影厅达到500多个,约占新增影厅的80%,部分影院实现了全部数字化放映。

市场表现 全国城市电影票房收入62.06亿元,同比增长42.96%。全年电影综合效益106.65亿元,同比增长26.47%。国产片票房占全年总额的56.6%,连续7年超过进口片。但同时也要看到,好莱坞大片的强势地位依然突出,国产片的市场竞争力仍有待加强。

农村市场 截至2009年12月31日,全国农村已组建农村数字电影院线218条,数字电影放映队28730支,落实了2009年农村电影公益性放映场次补贴专项资金3.3亿元,共放映农村电影781.0334万场,观众人次18.15亿。

海外市场 2009年共有48部国产影片销往65个国家和港澳台地区,海外票房和销售收入27.7亿元,较2008年增加2.42亿元,收入增幅较之上年有所下降,除武侠片外及个别由海外公司主导投资的合拍片外,其他类型国产电影的“走出去”仍有瓶颈。

一、影片投资生产

2009年,电影产业正在成为一种社会性投资话题,继续吸引着来自海内外、行业内外不同背景资金的进入,并推动故事片产量在上年增速放缓之后,在本年又出现加快趋势。业外资金的注入扩充了制片行业的整体规模,但一些不规范资金的存在也在一定程度上影响了制片业的稳定性。内地市场的崛起带动了香港、台湾和祖国大陆三地资金、人才合作。

就投资规模而言,年内在制或上映的影片中投资超过1亿元的主要有:《阿童木》5亿元、《十月围城》1.2亿元、《拉贝日记》2000万美元,以及《孔子》1.5亿元、《唐山大地震》1.5亿元(不含发行成本)。其中,《十月围城》依托香港的制作班底、香港内地的一线演员和行业内资金,完成了主流意识形态的类型化叙事。随着投资比例的增加,内地电影人的身份也从“保底发行人”向“投资人”转变。以内地资金主导,两地制作团队合作,并以内地市场为依托,返销香港乃至东南亚电影市场,这种模式在制片业内趋势很明显。综观这一梯次影片创作,一个值得肯定与关注的事实是,陈德森、丁晟、李仁港、姚树华等青年导演在优秀电影监制的扶持下,介入年度商业大片的创作,一定程度上缓解了一线导演稀缺带来的制片瓶颈。“大投资、大明星,依赖国内市场作为主要盈利点,海外市场为有益补充”的制片理念,依然是商业大片的制片模式。然而,我们分析年度市场数据后发现,这类商业大片除尚未上映的《唐山大地震》,在2009年度并没有体现出与投资匹配的盈利能力,即使票房尚可的《十月围城》,票房业绩与其高额投资之回报期待仍不成比例。类型化生产、品牌意识、创意能力的匮乏,极大影响了制片投资的安全性与稳定性,这在商业大片上已经体现得尤为明显。

2009年投资在1000万元到1亿元之间的影片有:《刺陵》9000万元、《南京!南京!》9000万元、《锦衣卫》8000万元、《风云2》8000万元、《风声》8000万元、《白银帝国》7000万元、《建国大业》6000万元、《三枪拍案惊奇》6000万元、《非常完美》5000万元、《花木兰》5000万元、《麦田》5000万元、《机器侠》5000万元、《铁人》5000万元、《大内密探灵灵狗》5000万元、《游龙戏凤》5000万元、《窃听风云》5000万元、《爱有来生》4000万元、《家有喜事2009》3000万元、《天安门》3000万元、《秋喜》2800万元、《疯狂的赛车》2300万元、《窈窕绅士》2000万元、《追影》2000万元、《高兴》2000万元、《狼灾记》2000万元、《快乐奔跑》2000万元、《高考1977》2000万元、《马兰花》1500万元、《麦兜响当当》1500万元、《爱得起》1500万元、《斗牛》1300万元等。

这一梯次影片创作几乎完整覆盖了喜剧、谍战、动作、警匪、动画、儿童、灾难等国内市场所需要的各个电影类型,基本可以保证常规故事片必须的人力、物力资源投入,创作上也有延续、复制的可能,成为引领中国电影产业健康发展的中坚力量,中等投资影片也成为2009年制片环节发展成绩最突出的一环。《建国大业》是这一梯次影片最有代表性的案例。“明星制”的极致使用、细致营销、制片方无可比拟的制片优势与市场资源使得该影片实现了十余倍于制作成本的收益,而考虑到其成功因素的无可复制性,其他同等投资影片在实际运作中还无法达到这一高度。《铁人》、《可爱的中国》等主旋律影片的市场化之路还在探索之中,主流化文化表达与商业类型诉求之间还有一定距离。《三枪拍案惊奇》成为年内中等投资影片中投入产出比最高的影片之一,张艺谋、小沈阳、二人转等品牌的资源整合是影片成功的主要原因。除依然占据突出位置的港资合拍片外,《风声》的谍战类型、《非常完美》的美式喜剧类型、《三枪拍案惊奇》的“二人转”式喜剧、《疯狂的赛车》的