

[illegible]

影视文化

2 CINEMA & TV CULTURE

[illegible]

影视文化 · 2

CINEMA & TV CULTURE

主 办

中国艺术研究院电影电视艺术研究所
南京大学文学院戏剧影视艺术系

编委会

主 任 丁 帆 贾磊磊

编 委 (以姓氏拼音为序)

丁 帆 丁亚平 高小健 胡星亮 贾磊磊 李兴阳
吕效平 赵卫防 周安华

编辑部

主 编 吕效平 丁亚平

执行主编 李兴阳 赵卫防

编 辑 杨弋枢 秦喜清 赵小青 赵 远 张晓珍

图书在版编目 (CIP) 数据

影视文化 / 丁亚平, 吕效平主编. —北京: 中国电影出版社, 2010. 3

ISBN 978 - 7 - 106 - 03189 - 3

I. 影… II. ①丁…②吕… III. ①电影—文化—中国
②电视 (艺术)—文化—中国 IV. J909. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 046790 号

责任编辑: 类成云

封面设计: 姚文婷

版式设计: 赵子航

责任校对: 杜悦

责任印制: 刘继海

影视文化

丁亚平 吕效平 主编

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: cfpypb@126.com

经 销 新华书店

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

版 次 2010 年 4 月第 1 版 2010 年 4 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/889 × 1194 毫米 1/16

印张/14 字数/340 千字

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 03189 - 3/J · 1180

定 价 42.00 元

目 录

高端论坛

- 1 / 中国电影业的概况与发展趋势 童 刚

电影本体研究

- 13 / 电影作为技术：遭遇界面 [英] 艾丽希·伍德
22 / 观看与自我：拉康的想象界 吴 琼
32 / 信息时代再思考：电影是什么？ 谷时雨
41 / 电影的隐喻本质 段运冬

文化研究与影视

- 51 / 从银幕到荧屏——试论电视剧的文化批评 陈旭光
60 / 接合理论与主体缝合
——“伯明翰学派”与“《银幕》理论”的异同及融合 张慧瑜
70 / 论20世纪80年代电影对乡土文化的表现 李 剑
77 / 论当代台湾电影民族化影像风格的探索 孙慰川

电影现状观察

- 87 / 机遇与挑战：新理想主义时代的主流大片 陈 山
92 / 类型与中国式灾难片 张 东
100 / 政治情怀的升华 王兴东
105 / 逃脱在流俗的路上 李 玮

电视研究

- 113 / 第60年的荧屏中国
——2009年中国电视剧综论 李兴阳

- 125 / 这个时代的娱乐 许 婧
133 / “王宝强”形象想象 赵 彤

电影史

- 139 / 博弈中的市场观念和商业智慧
——1930年代的中国电影市场 叶 宇
155 / 战争记忆与社会性别
——1945-1949年电影中的女性表象与上海 宴 妮
162 / 影界重组与角色建构
——谈战后电影中女性现代意识的演绎 赵晶晶
171 / 中日早期电影的民族性探求之路 刘思羽

外国影视研究

- 181 / 当代美国电影创作评析 孙绍谊
194 / 背景、主体和符号
——从三部意大利影片看不同的“历史”叙述策略 叶 航

海外广角镜

- 203 / 让“风”揭开心灵的面纱
——晚年的伊文思、《风的故事》及其他 胡 濒 钟大丰

茶座

- 215 / 哥特兰岛上的追寻 王家新

CONTENTS

1 On the general situation and tendency of Chinese film industry	Tong Gang
13 Cinema as technology: encounters with an Interface	Aylish Wood
22 Looking and the <i>Moi</i> : on Lacan's Imaginary	Wu Qiong
32 What is cinema: a reconsideration in the age of information technology	Gu Shiyu
41 On the metaphorical nature of film	Duan Yundong
51 On the cultural critique of Chinese TV plays	Chen Xuguang
60 Theory of articulation and the subject suture: on the differences and similarities of Birmingham School and <i>Screen</i> theorists	Zhang Huiyu
70 On the representation of the indigenous cultures in the movies in 1980s	Li Jian
77 On the nationalized style of screen images in contemporary Taiwan cinema	Sun Weichuan
87 Opportunities and challenges: on the mainstream Chinese blockbusters in a new idealistic age	Chen Shan
92 Genre innovation and Chinese disaster-genre movies	Zhang Dong
100 The Sublimation of Political Feelings	Wang Xingdong
105 On the way of getting rid of cliché	Li Wei
113 A comprehensive review of Chinese TV plays in 2009	Li Xingyang
125 The entertainment in this age	Xu Jing
133 On the phenomenon of "Wang Baoqiang"	Zhao Tong
139 On the market of Chinese movies in the 1930s	Ye Yu
155 War memories and gender: women and city images in the Chinese movies(1945-1949)	Yan Ni
162 Reconstruction of film industry and role construction: on the modern consciousness of women in the post-war movies	Zhao Jingjing
171 On the search for nationalization in Chinese and Japanese early cinema	Liu Siyu
181 An analysis of contemporary American cinema	Sun Shaoyi
194 The Moro affair and the history narration strategy in Italian cinema	Ye Hang
203 Let the wind reveal our hearts: Ivens in his later years, <i>Une histoire de vent</i> and others	Hu Bin Zhong Dafeng
215 A search in the Gotland	Wang Jiaxin

《影视文化》编辑部

通讯地址: 北京市朝阳区惠新北里甲1号中国艺术研究院电影电视艺术研究所/100029

南京市汉口路22号南京大学文学院戏剧影视艺术系/210093

电 话: (010) 64813422 64891166转2417

(025) 83596486 83593393

传 真: (010) 64813422 (025) 83309703

E-mail: ddys2009@126.com niyswh@163.com



童 刚

中国电影业的概况与发展趋势

按照国际上惯用的标准划分，电影行业一般包括制片、发行和放映三个环节。中国的情况也大致如此。当然，从总体上看，在新中国成立以后的很长时间内，这种划分并没有得到理论界自觉的阐述，更不用说其中那些本就模糊难辨的部分。而包括笔者在内的很多人之所以这么讲，一个很重要的原因，则是出于表述上的方便，这一点是需要事先说明的。既然如此，那么，随之而来的问题是，中国电影业的这三个环节经历了怎样的发展变化，又具有哪些明显的、稳定的特征？又存在着哪些亟须解决的问题？这些均是值得认真关注的课题，因为这不仅关乎我们如何正确地认识中国电影的发展过程，探索中国电影的内在规律，如何摆正中国电影在世界电影格局中的位置，还关乎如何恰当地为中国电影的繁荣发展继续努力等现实层面的运作；同时，也是我们电影从业者不可推卸的责任和使命。鉴于此，我认为有必要在现阶段用更开阔的视野重新审视中国电影，而这样的审视一定离不开对制片、发行与放映这三个环节的整体性观照。只有这样，上述提出的几点问题或许才能得到相应的佐证。

一、从制片、发行与放映的角度解读中国电影产业的三个发展阶段

1. 制片业

广义的制片，实际上就是指从剧本的创作到影片最终完成的过程。制片的第一个

发展阶段是1949年至1992年。这个阶段的电影制片基本上是按计划经济的管理模式运作和实施的。在此期间，拍片的主体是国家计划内的电影制片厂。至1992年为止，全国摄制故事片的电影制片厂共有17家，比较为人所熟悉的有北京电影制片厂、长春电影制片厂、上海电影制片厂、八一电影制片厂、西安电影制片厂、峨眉电影制片厂、珠江电影制片厂等；除此之外，还有一些非计划内的省办厂，像湖北电影制片厂、黑龙江电影制片厂、南京电影制片厂等，非计划内厂在1992年以前都是不独立承担拍片任务的。在隶属关系上，电影制片厂多数归宣传部和文化厅领导。每年的拍片指标由电影局下达，一般情况下，“北影”、“上影”、“长影”这些大厂会拿到18-20个指标，中等厂则是8-10个指标，小厂也会至少有2-3个指标。这个阶段最高的纪录，曾创造过172部故事片的年产量，拍片资金基本上来自国家的统购包销。当时制片从业人员在全国范围内大约两万人。这些可以充分地体现出计划管理的特点。

制片的第二个阶段是从1993年至2002年。这个阶段也可以称为计划经济与市场经济并存的阶段。随着电影体制的改革，一方面，国家继续下指标给计划内的电影厂；另一方面也开始允许省办厂拥有独立拍片的权利，同时放开一些非电影的行业挂电影制片厂的厂标来从事影片的拍摄。但1993年到2002年这一段时间，由于电影受到电视以及其他新兴媒体的影响，同时也受到世界电影发展大环境的影响，中国电影处于相对萧条的时期。此时，中国电影的产量一直很难突破100部，1998年至2002年平均年产量为90部左右，当时的制片业可谓举步维艰。像“长影”这样的大厂，如果在计划经济模式下，每年生产20多部影片，但因为当时国家包销，不仅不愁资金来源，还能有些利润。而到了2002年前后，像“长影”、“上影”这样的大厂，每年摄制的影片大约也就3-5部的水平，实在难以为继，以至许多国有制片厂的影片制作在那段时间几乎濒临停滞。

制片的第三个阶段是从2003年到现在，可以说是以市场经济为主导的阶段。自党的十六大提出文化事业和文化产业并举发展的战略方针后，电影行业才有了明确的发展思路，即，总体上将电影视作可经营的文化产业，以此寻求新的繁荣与发展。这使得电影的生产力得到了空前的解放，而民营企业开始成为制片业的有生力量。2002年我们生产的影片只有100部，到了2003年的时候达到了140部，2004年攀升到212部，2005年达到260部，2006飞跃至330部，2007年到了400部，2008年则是406部，2009年达到456部。目前的这个产量大概在全世界排第三位，第一是印度，年产量1000多部；美国第二，600多部。按联合国的统计，还有两个国家值得一提，一个是日本，它的年产量也有400多部，另一个是非洲的尼日利亚，据联合国统计，它每年生产的电影有800多部，但它基本上都是用DV拍摄，一般不列入统计范围。

2004年，我和财政部的同志一起去考察澳大利亚的电影产业，当听说中国电影产量已经达到200部以后，不只是电影委员会的主席，我们见到的所有电影同行都为之一振。澳大利亚电影一年仅二十几部。他们认为年产200多部电影是一个很了不起的数字。当然，慢慢地，我们也开始思考单凭产量的突飞猛进是不是完全具有意义。因为电影的产量并不能代表质量，它只是电影产业创作繁荣的一个基数。由此，思考的结果是我们现在已经不能把电影的产量作为我们电影业追求的唯一目标。即便如此，现

在看来它还是很了不起的业绩，毕竟能达到这样的制片规模，在很多国家是难以企及的。

应该看到，中国电影制片业在前进的征途中经历过许多的坎坷和艰辛。2002年，我们的100部电影是拼尽全力完成的，甚至将电影频道生产的16毫米影片也派上用场。很多制片厂数年都没有作品问世。好在中央关于文化体制改革的总体思路让电影行业解放了思想，我们做的第一件事就是降低准入门槛，吸收社会资本参与到电影制片中来。现在来看，这400多部影片中中原国有制片企业的投资额大概不到20%，以至于现如今已很难找到纯国有企业投资拍摄的电影了。像《建国大业》，也有民营资本。这样，生产力得到了极大的解放，在这个过程中政府主管部门对制片政策也相应地做了积极调整。在1992年以前，非电影制片厂想拍摄影片完全没有可能，所有影片必须是计划内制片厂拍摄，即便是在1992年至2002年期间，要想得到一个拍片的指标同样很困难。比如说中影公司，它在1997年的时候，尽管收益还比较好，但是却没有拍片的权利。这时候，包括中影公司在内的很多公司都给广电部写了报告，要求独立拍摄、出品中国电影。这些报告，几经周折，最后只批准了紫禁城做试点。可见，在当时获得一个拍片的资格和指标是何等的不易！尽管都已成为往事，但是这些史实不失为国产电影产量不断攀升、由贫瘠走向富足的印证。

对制片业还有一个很关键的松绑，是电影局在剧本审查上所做的调整。拍摄影片由审看剧本后立项改为上交故事梗概备案。同时，政府的很多政策在制定与实施之前都会充分地考虑到实际情况，及时地同业内的从业者保持顺畅的沟通，并尽可能地创造互相了解、理解的平台和条件。2003年年末，电影局以电影学院作为平台，与一些青年导演一起开了个座谈会。贾樟柯、王小帅等“第六代”的代表人物几乎全到齐了，学院导演系的学生也来了，大家在一起做了很充分的交流。后来发现，他们其实很愿意和政府主管部门保持一致。所以我们可以看到2002年以来，电影产量的迅速增加，现在每年要求立项的项目就有1000多个。这绝不是民营企业在表面上给政府捧场，更不是在电影上偶然地投机一把，而是大家实实在在地看到了电影产业发展的潜力所在。这些数字充分说明十六大以来，我们改革开放的政策取得的成功。我相信随着政策逐步地深入人心，这个势头会继续朝更好的方向发展。

2. 发行业

发行，通俗地讲，其实就是搭建在制片和影院之间的桥梁，或者也可以说是电影和观众之间的桥梁。中国的发行体制大致上也可以分为三个阶段。第一个阶段是1992年以前的那种完全的计划体制。这一阶段，全国的总发行是中国电影发行放映公司，各地有省电影公司、地区公司、县公司，到公社这一级有的还有电影管理站，总共加起来有3000多家电影公司，相关的从业人员有8万人左右。有一段时期任命省级电影公司经理还需中影公司同意，这种自上而下的管理体制犹如一个非常严密完整的队伍，相当于一个半军事化系统的管理模式。

在这种体制下，制片厂拍摄完成的影片全部交给中影公司发行，而“中影”每月则会供片计划，发给省公司，省公司再往下转，全国都是按照一个统一的排片表去

执行放映任务。当时制片厂和中影公司结算关系比较简单，最初是按照一个固定的价格来收购影片，曾经有过“看不看70万”的说法，就是指影片无论成本高低，发行好坏，中影公司都是以70万元的价格收购。因为那时候拍片的平均成本是四五十万元，所以制片厂还是有一定的盈利空间。后来又将70万元收购的办法，改成按9000块钱一个拷贝计算，这样就出现了差异：有的影片可能会订到好几百个拷贝，有的影片则很少，有些影片甚至可能是零拷贝，每年都会有零拷贝的情况出现，于是，有的影片版权费颗粒无收。这应该说是一种进步，但也还存在不太合理、不太科学的地方。因为如果按拷贝计算，每个拷贝所产生的价值是有差异的。比如说，两个不同的影片拷贝，其胶片成本是相同的，但是它所产生的票房价值却常常能相差十倍、百倍，甚至千倍，在当时，一个拷贝在电影院能达到50万元票房已不少见，而很多影片拷贝放了几场就束之高阁了。这启发我们认识到9000块钱的固定版权费并不能真正体现影片的商业价值，真正的商业价值应该由它的票房来体现。制片厂也不满意这种结算办法，最初尝试的是西安电影制片厂。以张艺谋拍摄的《红高粱》为例，《红高粱》当时订了200个拷贝，按照当时的结算方式可以拿到180万元，但是“西影”却提出希望按票房分成。当时《红高粱》的票房是4000万元，可是分成的比例却很低，仅是票房收入的14%，即便这样，算下来“西影”仍然拿了600多万元。如此高的收益极大地鼓舞了



《红高粱》剧照

其他制片厂，很多制片厂跃跃欲试。在1992年之前的那种很严密的计划体制模式下，这些尝试本身就是思想解放的结果，也为后来的深化改革、进一步完善发行体制创造了条件。

从1993年开始，国家开始试行由电影制片厂“自产自销”的运营模式。所以从1993年到2002年这段时间，我们可以将其称为制片厂自主探索发行道路的阶段。为了能让这一步真正走到位，广电部也是痛下决心，中影公司不再发行国产影片。但这段时期，也是我们国家的发行业经受剧烈阵痛的时期，整个制片厂面临着急转弯，以至于多数制片厂还没做好充分的准备。市场不好，发行不畅，致使很多影片无法收回成本，很多基

层发行公司陷入窘境。之所以会出现这样的局面，我认为，主要还是因为我们从计划经济向市场经济转变的时候，步子稍大了一点。但这一步迟早都要迈的，因为电影行业不可能游离市场经济的改革大潮。

发行业真正开始向现代化的企业制度看齐还是2002年以后逐步建立起来的院线制。它改变了过去的按照行政区域画地为牢的供片模式，改变了单一的多层次发行格局。在过去，县一级的影院要在一个月，甚至两个月以后才能看到新片；现在院线制可以不按照地域，不分层次，在同一时间把影片发到它的加盟影院所能覆盖的范围。过去在一个省电影公司，它只能管理本省的发行业务，绝不可能跨到别的省去放映，现在它可不受地域的限制，这基本上符合了与国际接轨的潮流。近几年我国的院线在

健康地发展壮大，城市的主流市场有三十几条院线覆盖，农村市场则活跃着二百多条院线。其功能远非过去的电影公司所能涵盖。

3. 放映业

关于放映业的发展，第一个阶段同样是1992年之前。这和制片、发行领域的情况是一样的。这一阶段的放映业还离不开计划体制的框架。这一时期最让人们引以为自豪的是观众达到过290亿人次，这其中农村的观众是200亿人次，城市观众90亿人次。农民是观影的主力军，平均每年大约能看到20多部电影。相应地，全国的电影大军一共50万人，有40万人是放映人员，其中有30万人左右是农村的放映人员。与之相配套的是当时全国有17万个电影放映单位，其中农村有14万个，城市有3万个。需要说明的是，在占据如此之大的放映份额的农村地区所使用的10万台放映机都是我国自主发明的8.75毫米机器，它的特点是，银幕面积小，推广普及快。这可以算是时代的产物，现在这种放映机早已退出了历史舞台。但是，在当时它却有效地推动了电影在农村的普及，也大大地丰富了农民群众的精神生活。当年电影票房最辉煌的时期曾达到过24亿元，还养活了近50万名电影从业人员，其含金量之高即便是今年统计的60多亿元票房都难以匹敌。当时电影的影响无处不在，以至于现在很多上了年纪的人几乎都说自己是看着电影长大的。

那时电影的繁荣景象也随处可见，以中影公司为例，1979年的利润是1.5亿元，当时电视台的广告业务尚未起步，这让中影公司颇有一些优越感。每逢一些大的节日，都是由中影公司拿出新片给电视台播放。如果是首播影片，电视台交180元，播复映片则是120元。那时候电影整体上是非常辉煌的。

这种格局到了1993年时才出现了变化：一方面，电视以非常迅猛的速度在发展；另一方面，加上进口大片的冲击，国内的电影业遇到了一些问题和障碍。在1993年到2002年之间，电影市场确实陷入了一个相对的低迷期，票房收入一度滑坡得很严重，最低的时候大概只有六七亿元。1993年到2002年期间，每年的票房都在10亿元以下，只有1999年是个例外，这还要得益于《泰坦尼克号》的一枝独秀。国产片票房所占比例通常不足三成。

但是，到了2003年以后，中国电影的发展势头让所有做电影的人都着实感到由衷地骄傲与自豪。就票房的情况来看，从2003年10亿元起步，2004年15亿元，2005年的21亿元，到2006年26亿元，2007年33亿元，2008年43亿元，再到2009年



《建国大业》剧照

的62亿元。与此同时，我国电影院银幕的增长速度也是非常的迅猛。2002年刚建院线时，我国仅拥有1200块银幕，但是自此之后，我国的电影银幕以每年500多块的速度递增，2009年突破4700块，几年内翻了近三倍，票房收入也连续6年保持了平均30%的增长率。其发展速度令世人瞩目。不久前在深圳，华谊兄弟的股票上市，开盘时的28家中小板块中华谊增幅排名第一。这充分说明中国电影的感召力。再例如《建国大业》投资3700万元，最后票房达到4.2亿元；冯小刚的《非诚勿扰》投资4000多万元，但票房也到3亿多元。这些事实告诉我们这样一个道理：电影不光可以创造社会效益，同时它还可以带来可观的经济效益。由于拍摄了《非诚勿扰》，冯小刚受到来华访问的日本首相的约见，见面之后日本首相对他表示感谢，因为这部电影拉动了北海道的旅游业。从10亿元到60多亿元，中国电影票房的飙升用了6年时间，如果按这样的速度发展，我们没有理由怀疑中国电影的光明前景。

二、电影政策的实施及其对中国电影事业的扶植与推动

我们的电影政策主要包含两方面内容：一方面是政府对电影业的管理；另一方面是对电影事业的扶植与推动。从管理的角度来讲，我们经历了一个不断发展、不断调整与不断完善的过程，最终建立了一套现在这种能够适应我国特殊国情的管理体制。最初成立的是中央电影事业管理局，直接受中宣部领导，之后又改成文化部下面的一个局，但这个局的职能比较健全。到1986年，全国人大决定将电影行业全建制划归到广播电影电视部，但实际上只是中央的有关单位作了划转，省以下的电影单位则依旧实行原来的管理体制，俗称“上动下不动”，这样的局面一直维持了10年。之后在1996年长沙会议上，中央决定把国有的制片单位划入广电行业管理，但发行放映依旧归各省的文化部门领导，又称“左动右不动”。在以后的若干年中，有的省文化、广电合二为一，有的省则将发行放映划归广电部门领导。直到2008年年底，中宣部等四部委决定电影彻底归属到广电部门管理后，体制上的问题才得到真正的解决。目前的管理体制非常有利于电影产业进步和事业发展。

以往我们可能过多地强调了管理，我认为现在还应当同时注重通过政府的作为，实现对中国电影事业的扶植与推动，以促进国产电影创作的全面繁荣。这需要有明确的工作重点和发展思路。主要有如下几个方面：

第一，我们力图让中国电影能够在思想性、艺术性和观赏性方面做到“三性”统一。当然，我们深知这是非常不易的。实际上在这个想法刚刚被提出的时候，大家的认识还不尽相同，因此，在尝试“三性”统一电影的最初阶段，也走了一段弯路。突破口是从市场导向这一大前提出发的，当国产影片真正地直面观众时，我们不禁发现摆在中国电影人面前的却是一次严峻的挑战。最明显的表现是一批最早投放市场的影片，从《十面埋伏》到《无极》，从《夜宴》到《满城尽带黄金甲》，每一部影片都或多或少听到了不同的声音，有些还是极苛刻的批评，甚至积压在这些影片身上的负面的评价完全盖住正面的评价。我个人认为这些都是发展过程中的问题，也属正常现

象。在这个问题上，一方面，希望社会舆论对国产电影能有一个正确的引领；另一方面，也希望在批评之余能给电影创作提供更宽容、更理性的环境。可喜的是，尽管近两年来的很多电影还是存在一些争议，但都没有太大的背离。有些影片还获得了广泛赞誉。如《建国大业》、《集结号》、《梅兰芳》、《风声》、《十月围城》等，这些影片至少都具备主题鲜明的特征，同时也得到了观众的认同。电影作品艺术上可能“仁者见仁，智者见智”，但价值取向一定不能偏离方向，主流价值观永远具有强大的生命力。同时影片在市场上也要有足够的发言权，能够做到投入产出的良性循环。电影首先是为大众服务的，能被大众接收才有发展的空间，所以希望我们创建的中国特色的主流大片模式能够努力地将艺术水平与商业元素较好地结合起来，把包括主旋律在内的各类影片拍得更好看，能够真正获得广大观众的喜爱。这是我们的努力方向。



《十月围城》剧照

第二，大力创建并完善农村电影放映工程。在计划模式下曾经出现过繁荣的农村放映市场，一度处于低潮期，近几年在国家的政策扶植下，逐渐回暖。为了加快农村电影市场的建设，广电总局组织实施了农村电影放映工程，其含义是在21世纪一个村一个月放映一场公益电影。为了实现这一目标，必须做到每年全国放映大约800万场电影。这个项目已被列入国家的文化发展纲要。国家每年单是中央财政就拿出5亿元左右的资金来扶持农村电影放映工程。操作起来还要借助市场运行的模式，靠政府的补贴放映。项目实施的总体思路是“企业经营、市场运作、政府购买、农民受惠”，最终目的就是便利农民看电影。

2005年6月，这项工程在浙江台州启动。在场的4000多名农村观众，反响热烈，情绪高涨。同时商家也极其看好这个工程，为活动赞助启动资金。可见，这是一个很有生命力的惠民工程。受惠于这项政策，我国农村观影人数在逐渐恢复。据统计，2008年农村的电影观众约为15亿人次，2009年则可能会达到18亿人次。在公益放映的基础上，将来政府要将农村放映市场进一步扩大，同时将农村市场逐步引入到市场机制中去，这也是广电总局一项任重而道远的工作。在中央的支持和社会各界的关心下，这项工作未来的前景值得期待。

第三，进一步完善电影放映网络。完善电影的放映网络首先要完善主流院线的放映网络。我国现在有4700块银幕，计划在未来的3-5年时间内，再增加3000-5000块银幕。首要的指导思想是要将电影院的建设和提高重要的议事日程上来，这也是发展文化产业不可或缺的一环，那些一度衰败、荒废或是挪作他用的市级和县级的电影院，如有可能应尽快恢复，更希望有条件的县城和乡镇都能新建或改造本地的电影院。政府主管部门也会出台相应的政策来实现这一目标。其次，还要在电影频道上为电影的播放拓展更多的空间。应该承认的是，现在很多基层电视台播放的影片没有经过版权认证。但这个问题可以从正反两方面来看待：一方面这么做不够规范；另一方面也可

见电影确实还是很受市场的追捧。比如，央视电影频道最早开播的时候，只有4000多万元的广告收入，而现在的广告收入已经达到了12亿元。过去电视台收购一部影片的价格是几千元，现在市场效益好的影片会开出数百万元的高价；而且电影频道在中央电视台里的收视率排名基本上处于第二，这说明电影是瞩目的焦点。除了CCTV-6以外，上海电影频道的广告收入也比较可观，一年达到2.5亿元。再加上陕西、广东、吉林、四川、湖南等省的七八个电影频道的收入，让我们进一步看清了市场的潜力。电影频道的逐渐壮大，也意味着大量的传统意义上的影院观众分流，据粗略统计，每年在200亿人次左右。由此可以看出，通过电影频道放映电影也是电影传播的一个非常主要的渠道，是电影在主流院线、影院银幕之外的重要延伸，而且它在广告收入上所占的份额也会越来越大。将来我们希望通过合理的组织与有效的资源配置，让这部分收入能够被合理创造出来，为电影制片业带来应有的回报，让其形成一种良性的流通与互动。其三，尽可能地开发音像市场。在国外（如美国）音像市场有很好的商业效益，极具开发价值。像《泰坦尼克号》，在美国的电影院大概能够拿到六七亿美元的票房，在音像市场却可以得到十几亿美元的收入。上述这种音像市场大于影院市场的情况，在中国却有待开发。这是因为我们的音像市场缺乏一个稳定的发展期，也受盗版猖獗所累。《英雄》在发行音像版权时曾经有过一时的辉煌，版权费达到1780万元，但仅是昙花一现。这一市场的丢失是非常可惜的，也因此成为了我们完善电影放映网络时不能不做的一项重要工作。其四，就是网络市场，尽管它现在还很小，但逐渐地也在走向规范并且壮大。一部影片的网络播映权费有时也能达到100多万元。很多电影公司也开始自觉地意识到这一部分利益和权益，以至于出现了专门在网上替电影厂家查盗版然后去索赔的公司，它们的年营业额也都很可观。种种迹象表明，网络播出电影的发展空间是不可低估的。但总体上来看，这方面我们还没有充分开发。据调查，当前在网络上可以点击的电影数以十万计，但其中大多都没有被合理利用，也没有对版权费进行有效地收回，如果这一块的市场潜力能够被开掘出来，3.6亿网民将是有力的后盾，其盈利空间甚至有可能高居榜首。只要对此高度重视，予以合理、合法化的推广应用，才可以堵住不利于电影成长的一些社会化因素，同时会大幅度增加版权效益，为产业的良性增长创造条件。最后，充分利用公益事业来普及电影文化。公益性质的农村院线、校园院线将会与之配套。还需要教育部门的密切配合，让每个中小学生每年至少看两场电影，这在将来也是一个突破。一部好电影对青少年的健康成长意义非凡。

第四，大力推广“电影走出去”工程。这一工作中央一直非常重视，但是实际操作起来确实有一定的难度。可喜的是，我们终于可以打破过去那种只能依赖一些国际电影节和电影展来宣传中国电影的模式，开始逐步地进军国外的主流市场。比如《赤壁》（上、下）、《卧虎藏龙》、《英雄》和《十面埋伏》，还包括一些合作拍摄的影片，已经能够在海外市场甚至是欧美市场占据一席之地。尽管份额还有限，但是毕竟代表中国电影已经走上国际舞台。在与韩国同行的接触中，经常会听到他们称现在最能够代表亚洲电影走出去的，就是中国电影了，尽管有些人或许并不完全赞同，但至少从一定角度来看，认为中国电影比韩国电影在国际上的竞争性更强，已经成为

很多业内人士的共识。就以美国的市场为例，尽管说它不排除外，但想真进去也并不容易，所以各国的电影都很难在美国立足。韩国电影虽有一些独属自己的特点，但是却很难打入欧美市场。相较之下，我国的功夫片可算是真正地“打”进了欧美市场。我们的海外票房收入从2002年的不足5亿元到2009年近28亿元，票房收入有了大幅度地提升。当然如果拿这个数字同好莱坞的大公司比或许还微不足道，但是它所承载的意义却是非同寻常的。中国电影要成为国家的文化名片，要成为“铁盒子里的大使”，必须从基础做起，从一点一滴做起。这也印证中国电影走出国门是我们任重道远的一项工作。而实际上，在我们努力实施这个宏伟蓝图的征途中，也时刻会感到做中国电影人的自豪与骄傲。在此可以举一个例子。2005年，正值中国电影百年，我带团出访斯洛伐克，同行的还有一些艺术家。代表团刚到驻地，该国的礼宾司长手持鲜花站在门口欢迎，见到我们后不断地表示：“我本应到奥地利去迎候你们，由于公务繁忙，只能在这里接。”第二天，我们去外交部拜访，外交部部长很正式地从西服里掏出欢迎辞，欢迎中国电影代表团，我们当时感觉受到莫大的礼遇，也感到了作为中国电影人的自豪。另一次是在斯里兰卡，总理在总理府中同中国电影代表团亲切交谈两个多小时。后来我们要回国的时候，正好赶上斯里兰卡总统要到我们国家参加博鳌论坛，于是就和他们搭乘同一架飞机回来。他们把头等舱的旅客全部调到下一班飞机，却把中国代表团留在前面。并且在飞机上与我们友好会晤，合影留念。这样的例子其实还有很多。很多国家对电影是这样重视，礼遇有加，我们自己又怎能妄自菲薄？我们最应该做的事情，无疑是站在现有的业绩之上，不骄不躁，努力工作，去创造新的辉煌。

第五，合理利用发行政策创造民族电影的发展空间。民族电影如何在全球化的时代生存与发展，一向为很多人所关注。在这样一个背景下，我认为，提出拓展并创造民族电影的发展空间是十分必要的，当然发展民族电影的途径很多，首先我们必须正视同进口影片的激烈竞争。众所周知，从全世界的范围来看，美国电影的渗透力是惊人的，几乎遍及到了五大洲的各个地域。美国电影票房在本国有100亿美元，在海外也能拿到100多亿美元，除此以外，世界其他所有国家的电影票房加起来也不足100亿美元，如果不采取自强措施，世界上所有的电影市场很可能都被美国占领了。最明显的例证就是我国台湾地区。台湾在引进美国电影之前，每年有200多部的产量，可以说电影业是非常红火的，这得益于当时每年只允许从美国引进几个电影拷贝的政策。但是当市场打开以后，引进美国电影的拷贝数就逐年增加，现在达到了60多个，如今，美国影片已经占据了台湾地区90%以上的市场份额，随之而来的是，台湾本地的电影人在经济上几乎没有什么发言权，只能完全看美国电影拍片人的脸色行事。我认为这种结果的出现是不幸的。但值得欣慰的是，中国大陆现在的政策对于好莱坞还显示出了一些对抗与抵御能力，这贯彻在一系列的政策制定以及组织实施上。我们都知道，美国在世界各国采取的是分账发行的模式，2001年我国正式加入世贸组织，每年进口20部分账影片，但是我们当时提出，在进口的20部影片里面有美国影片，也要有其他国家的影片。这一政策实施为我国民族电影的发展赢得了一定的空间。近几年国产电影的市场份额保持在55%以上。但是事物不是一成不变的，我们必须清醒地认识到自己

的差距，同时要有鲜明的责任意识。最终希望通过我们制片业自身的壮大，从根本上抵御美国电影，扭转在竞争上的弱势，进一步确立我们民族电影在世界电影格局中的位置。

三、数字化时代的中国电影产业的发展前景

如今恐怕已经没有人会怀疑数字技术为我们的生活所带来的深刻改变了。电影作为科技的产物，更是与数字技术的发展与更新密切相关，其重要性是以往任何科学成果所无法比拟的。我们看到，置身于21世纪的中国电影产业自然无法自立于这一历史大势之外。因此，面对数字化时代给我们带来的诸种挑战和机遇，便成为摆在所有中国电影工作者面前的一个无法回避的命题，当然，高新技术会为电影产业的腾飞插上翅膀，但其核心动力还要靠产业政策助推。因此在正式切入应对数字化的具体实施方略之前，有必要回顾并审视当下中国电影产业的发展历程与现状。

十六大以前，我们一直不敢理直气壮地提电影产业的发展问题。1999年2月，国务院邀请了部分文体界人士听取对政府工作报告的意见，我也有幸参加。当时很想建议在报告中写上“发展电影产业”这样的表述，但最终不敢提及。我感觉到在那次会议上中央领导对“电影产业”这个问题非常重视。当时，我以《甲方乙方》为例，说拍出一部好的电影对货币回笼有很好的作用，400万元的成本在北京的票房就能达到1000万元。当时朱镕基总理很感兴趣，李岚清副总理也不断地询问诸如电影一年多少成本、全国票房怎么样这种很具体的问题，这种情形至今不能忘怀。十六大以后明确地提出文化事业和文化产业并举发展的方针，而电影总体上作为可经营的文化产业也看到了光明的前景。我以为，这才真正是我们电影繁荣发展的关键和希望所在。

产业化实施以后，电影明显受到社会更加广泛的关注，各方资金也都积极地投入进来。在中央的高度重视和支持下，积极有效的产业政策也及时跟进。现在每年国家有电影精品专项资金和国家电影专项资金，电影精品专项资金是专门扶植电影创作的，可以对农村题材、儿童题材、动画题材和科教影片进行适当的补贴，同时对国家提倡的主旋律影片也给予适当的补贴。国家电影专项资金可以对电影院的兴建和改造，还有对发行国产电影的宣传都有适当的扶持。此外，电影局也会根据国家文化改革的总体发展思路以及广电总局的部署，从剧本立项、影片拍摄、影片资助、电影评奖、影院建设等政策都做了一系列调整，努力强化服务意识，降低准入门槛，争取更多的投入。为了鼓励国产影片的发行，允许民营企业进入发行领域，同时对发行业绩好的单位，每年都会给予一定的奖励，在这样的政策激励下，大量的社会资金涌入进来，对电影产业的进步起了积极的推动作用。

电影评奖上的一些变化，也可以从一个侧面很好地反映出中国电影当前的喜人景象。以前颁奖的时候很担心和者盖寡，现在如果说谁没有接到参加颁奖典礼的通知，可能会有失落感，不只是“政府奖”、“金鸡奖”、“百花奖”，都是这样。又如，以前到地方去举办评奖寻求赞助十分困难，但现在完全不一样了：“金鸡奖”、“百花奖”都备受追捧，很多地方办“奖”热情空前高涨，每办一个奖的投入都在千万元

以上。今年刚办完，下一个就马上跟进，那劲头真有点像申办奥运会。这些都充分地体现出了国产电影的魅力与影响力。

我认为，这样的背景，可以说为我们大力发展电影产业提供了再合适不过的机遇，而应运而生的数字技术又为电影产业的兴旺创造了条件，具体讲，在我国，可以从以下三个方面着手数字技术的应用：

第一，推广数字放映，以适应多层次的发展需求。换言之，就是要用数字放映来取代胶片放映。城市影院的胶片放映转数字放映是我们的工作重点。必须看到，数字放映和传统胶片放映相比具有很多优势。首先，其最大的优势是没有场次消耗，胶片传统的定额场次是600场，一个完整的拷贝在放映了若干场以后，会依照损耗的程度，分为甲、乙、丙、丁几个等级，放映效果也逐渐下降，数字放映却可以放映至上万场后始终如新。其次，数字放映在启动开关后，从头到尾，衔接自然，质量稳定。而胶片放映可能会抖动，换片的接头出现跳跃或者时间错位，甚至有时还会造成银幕黑格，这些问题数字放映都避免了。此外，数字放映更适合大规模推广。这段时间之所以影片的拷贝普遍大幅度增加，一个很重要的原因就是数字拷贝成本的相对低廉。现在一个胶片拷贝8000块钱左右，过去如果在全国发到一两万个拷贝，光是拷贝费就是一笔庞大的费用。而数字拷贝发展到一定的规模以后，除了开始的制作成本，就是硬盘折旧或者存储的少量费用，将来进行了数字化改造以后，数以万计的发行拷贝再也不是梦想。最后，从长远考虑，数字放映还有利于环保，数字拷贝不像胶片是属于化工制品，里面含有白银等一系列不利于环保的化工原料。

既然数字电影具有如此多的优点，但为什么不能迅速推广普及呢？现在存在的最大困难在于它一次性投入的成本过高，这就会造成发展的相对缓慢。为了解决这一难题，政府出台了一个政策，核心内容是放映单位每安装一台数字放映机，国家就给补贴5万元，最早的一台放映机是200多万元，现在大概降到三十七八万元，相信可能很快就能以30万元以内购得。这个政策出台时间不长，以后发展步伐会逐步加快，相信数字放映机很快就能在中国得到普及。总而言之，以数字放映来替换胶片放映这项工作现在进行得卓有成效，特别是农村放映这一块儿，已经具有3万台数字放映设备了。将来一旦要把它转为商业运作的时候，潜力会非常巨大。

第二，利用数字技术做好电影修复工程。为抢救和保护国产影片资源，提高电影数字化的利用和储存水平，政府启动了电影档案的数字化修复工程。这是非常繁复的一个工程。从中国电影诞生以来，现存大约有6000多部电影，而胶片保存的年限是有限的，特别是再拿出来使用就非常困难。有关部门现在将能收集到的影片的底片，进行数字化处理，达到可以在电影院里放映，可以在电视台播出，还可以刻制成DVD光盘的要求，当然也可以通过合法的途径在网络上传输。但要做这样的工作很艰难，需要耗费大量的人力和财力。美国把20世纪40年代拍摄的影片尝试做修复，修复以后跟新的也差不多，但是造价昂贵，有些需要花几十万美元甚至上百万美元才能把旧影片修复好。虽然我们现在还做不到这样，但是国家仍然为此拨款3亿元建设资料数据库。我们一边把新的影片先储存下来，一边将旧的影片尽可能地进行修复，目前已有近2000部影片入库，具备了一定的规模，以后我们每年准备按照几百部的速度往前推