

2009

中国电影产业 研究报告

RESEARCH REPORT
ON CHINESE
FILM INDUSTRY

中国电影家协会产业研究中心

2009

中国电影产业 研究报告

中国电影家协会产业研究中心

图书在版编目 (CIP) 数据

2009 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, 2009. 6

ISBN 978 - 7 - 106 - 03058 - 2

I. 2… II. 中… III. 电影事业—研究报告—中国—2009
IV. J992

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 041286 号

责任编辑: 韩云杰

刘仰宁

装帧设计: 赵子航

责任校对: 倩 凤

责任印制: 刘继海

2009 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: 64299917 (总编室) 64216278 (发行部)

64296742 (读者服务部)

经 销 新华书店

印 刷 中国电影出版社印刷厂

版 次 2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/787 × 1092 毫米 1/16

印张/23.25 插页/2 字数/480 千字

印 数 1—2000 册

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 03058 - 2/J · 1120

定 价 75.00 元

《2009 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 刘仰宁 刘浩东 齐勇锋

李梦学 陈多绯 赵 军 胡子光 柳秀文

耿西林 黄嘉明

主 编 刘浩东

副主编 王 丹

统 稿 王 丹 韩云杰 林莉丽

撰稿人 第一部分 2008 年中国电影产业发展总报告

第一章 2008 年中国电影产业发展概述 刘浩东 韩云杰

第二章 2008 年中国电影生产分析 陈犀禾 万传法

第三章 2008 年中国电影制片企业发展分析 刘 藩

第四章 2008 年中国电影院线与影院经营分析 刘 嘉

第五章 2008 年中国电影市场票房分析 刘 嘉

第六章 2008 年中国电影投融资状况分析 张 琦

第七章 2008 年中国电影创意元素分析 肖怀德

第二部分 专题研究报告

报告一:中国动画电影的生产模式与消费模式研究报告

上:中国动画电影的生产模式研究 盘 剑 王 丹

下:中国动画电影的消费模式研究 张 宏

报告二:中国农村电影产业发展研究报告 刘汉文

报告三:中国城市影院投资建设研究报告 韩云杰

第三部分 2008 年中国电影市场调查报告

2008 年暑期档电影市场调查报告

第一节 2008 年暑期档电影观众的构成 类成云

第二节 2008 年暑期档公映影片分析 类成云

第三节 影片深层内容消费分析 马晓超

市场调查数据总监 陈多绯

问卷调查协作单位负责人 (以姓氏笔画为序)

刘 晖 刘建凯 张文皓 陈 京 林秀贞 周 明 姜 伟 钱 瑛
郭曲波 唐国钦 黄 静 董金凤

问卷数据分析 燕 子

(不完全统计)

河北省 宋 磊 辽宁省 李 强 山东省 代 王
天津市 文 杰 北京市 李 强 上海市 李 强
广东省 李 强 浙江省 李 强 江苏省 李 强
河南省 李 强 湖北省 李 强 湖南省 李 强
四川省 李 强 贵州省 李 强 云南省 李 强
陕西省 李 强 甘肃省 李 强 青海省 李 强
宁夏回族自治区 李 强 新疆维吾尔自治区 李 强
内蒙古自治区 李 强 广西壮族自治区 李 强
海南省 李 强 香港特别行政区 李 强
澳门特别行政区 李 强 台湾省 李 强

福建省 李 强

吉林省 李 强

江西省 李 强

安徽省 李 强

山西省 李 强

山东省 李 强

河南省 李 强

湖北省 李 强

湖南省 李 强

四川省 李 强

广东省 李 强

广西壮族自治区 李 强

海南省 李 强

香港特别行政区 李 强

澳门特别行政区 李 强

台湾省 李 强

吉林省 李 强

辽宁省 李 强

黑龙江省 李 强

内蒙古自治区 李 强

河北省 李 强

前言

中国电影家协会常务副主席 康健民

我们走过了2008年这个极不平凡的年份,太多太多的悲与喜深深地刻在了每个中国人的心里。南方冰雪、汶川地震,磨练我们的生命意志;奥运成功、“神七”飞天,激荡我们的爱国情怀;当即将结束这个多事之年的时候,国际金融危机又不期而临,影响了我们的经济社会和日常生活。而这一年,中国电影却逆势而上,创下了年产量406部、年票房43亿元的新高。产业规模与其他强势行业相比尚显弱小的中国电影产业,让人真切地看到一条产业市值稳稳上行的阳线,并在2008与2009的交接之际,更以井喷式的高票房收尾,给了业内外人士一个大大的惊喜。

电影作为一种产业,有着与其他产业不同的特殊性;电影作为一门艺术,又有着比其他艺术更加广泛的受众接触面。自国家大力发展文化创意产业以来,经过数年的实践,电影产业作为文化创意产业的龙头,其所具有的巨大的资源聚集效应,以及其良性的发展态势已渐渐显露。

由中国电影家协会产业研究中心编撰出版的第三本中国电影产业研究报告顺势而出,让我看到:伴随着中国电影产业化发展道路,我们的电影产业研究工作,也已然进入了一个持续、扎实、丰满的阶段。《2009中国电影产业研究报告》基本维持了上一年的规模和格局,依然由总报告、单项报告和调查报告三大部分组成,但在内容上刻意向纵深挖掘,并更加全面更加实际地展开了市场调研。中国的电影产业在走向成熟,我们的产业研究也在走向成熟。

总报告部分将年度电影产业各个环节的发展状况进行汇总研究。除生产、制片、发行、放映、市场、投融资等重要环节外,我们首次尝试将内容层面上的创意元素,作为产业概念提出,意指为那些在电影创意过程中,转为特定市场诉求而设计的内容情节,这些内容情节由于被多次反复使用,已成为一种元素。在商业市场上,一种电影的创意元素有聚集出现的效应,如2008年电影中的中国元素、方言元素、网络语言元素等等。我们对此进行了定量分类的研究,以期帮助从业人员针对市场进行创作。

单项报告是每年产业报告里分量最重的部分,它不仅相对完整,而且选择的项目都是当年产业发展的亮点、业内关注度极高的话题。如动漫产业和农村电影。动漫产业在经历了几年的政府培养期之后,终于在2008年反映到了电影市场上。

《葫芦兄弟》、《风云决》等几部动画电影的市场探索,有着各自不同的途径和方式。我们分赴上海、杭州、深圳进行了深入的了解,形成了这篇《中国动画电影的生产模式与消费模式研究报告》。农村电影“2131工程”已基本落实到位,庞大的农村放映网络 and 多达8亿的农民观众,能否给电影产业进一步的发展提供空间,从而逐步摆脱政府供血,实现自身造血?我们产业研究者有必要进行探索并提出战略发展建议,我们考察了北京、上海、台州等地的农村电影放映情况,形成了这篇《中国农村电影产业发展研究报告》。结合上一年的《中国电影二级市场调研报告》,我们初步完成了对中国三类市场的摸底工作。当然,这三级市场之间的界限还会在发展中不断变化。今年的单项报告中,《中国城市影院投资建设研究报告》可谓资料最为翔实,它以国内主要影院投资建设运营商为研究对象,同时结合北京、上海、厦门、洛阳、南京、西安、汉中等城市影院建设经营现状调查走访,基本完成了对目前中国主流商业院线中影院建设从投资、选址、建造、经营、政策等各个层面的梳理和分析,对于关注中国影院建设走向和时机的业内外人士来说,这份报告极具参考价值。

市场调研部分除了延续以往的分档期调研之外,我们把调查的目光投向了观众群体,首次对观众从观影心理角度进行分类归类梳理,基本概括出当前中国电影观众的观影习惯、喜好和趋向。我们还改进了问卷调查的形式,针对特定的复合条件的人群进行问卷调查,并预访,使调研的结果更加精准、明确。

纵观2008年的中国电影产业发展,我概括为三句话:稳中求变;结构性调整;质的突破。影片生产数量、制片主体规模基本稳定,它们在经历了一个高速发展期之后,逐步趋于合理;稳定的产量背后,由于利益分配不合理导致数字放映进展停滞问题,正悄然进行着结构性的改变;而2008年一部分中等制作影片的市场成功,使中国电影生产结构开始由哑铃型向纺锤型转变,这是中国电影产业继国产大片现象之后的又一次质的突破。

经过三年的积累,以中国电影家协会产业研究中心为主体、各方电影产业理论研究者汇集的产业调研队伍已基本稳定,他们对电影产业研究所抱有的热情、勇敢的开拓精神和扎实的调研能力,让我尊敬。而更加重要的是,电影制片、发行、放映、营销等各行业的业内人士,为本报告的编撰提供了无私的帮助和指导,才是使这本报告真正能够贴近实际、指导实践、服务业内的根本所在,在这里我向大家一并表示深深的感谢!

目 录

前 言 康健民 1

第一部分 2008 年中国电影产业发展总报告

第一章 2008 年中国电影产业发展概述

第一节 2008 年中国电影产业发展概况 4

一、影片投资生产 5

二、制片投资主体 7

三、院线与影院 9

四、票房业绩 11

第二节 2008 年电影产业总体态势分析 13

一、影院终端是整个产业链中发展最稳定、最有希望的环节 14

二、影片投资增长趋于稳定, 制片模式日渐明晰 14

三、动画影片初步探索出赢利模式 15

四、农村电影市场新模式初显潜力 15

五、电影产业格局出现雏形 16

六、金融资本与电影产业对接出现新进展 16

七、电影产品输出仍有瓶颈 17

第二章 2008 年中国电影生产分析

第一节 2008 年中国电影生产基本概况分析 19

一、产量上升放缓, 横向调整占据主位 19

二、传统题材保持强势, 儿童片、青春片异军突起 22

三、类型成熟度显著提升, 尚有发展潜力 24

第二节 2008 年中国电影生产主体、生产成本情况分析 26

| | |
|--|-----------|
| 一、生产主体组合模式已基本成型,其他制作机构呈上升趋势 | 26 |
| 二、生产成本趋向中等化,“金字塔式结构”更趋稳固 | 29 |
| 第三节 2008 年合拍片及其他情况分析 | 30 |
| 一、合作制片仍以港台为主,向亚、欧、美辐射开始增强 | 30 |
| 二、政策、环境、档期等影响增强,作用效果明显 | 31 |
| 第四节 2008 年重点影片特点分析 | 32 |
| 一、大片再创新高:《赤壁》、《梅兰芳》 | 32 |
| 二、中片大片化:《画皮》、《非诚勿扰》 | 33 |
| 三、低成本新突破:《十全九美》 | 35 |
| 四、儿童片、动画片愈显强势:《葫芦兄弟》等 | 35 |
| 五、艺术电影仍处于“艰难时世” | 36 |
| 第五节 结 语 | 36 |
| | |
| 第三章 2008 年中国电影制片企业发展分析 | |
| 第一节 制片企业整体格局趋稳 制片模式创新引人注目 | 38 |
| 一、民营企业继续占据大半份额,运营模式逐步创新 | 39 |
| 二、改革初见成效亮点不少,部分国有企业仍然受困于体制 | 46 |
| 第二节 中国电影制片业的问题和趋势 | 52 |
| 一、资金困境和出路 | 53 |
| 二、人才问题是当前中国电影制片业的瓶颈 | 55 |
| 三、趋势:单片竞争力更强,龙头企业做大,产业整合升级 | 57 |
| | |
| 第四章 2008 年中国电影院线与影院经营分析 | |
| 第一节 2008 年电影院线市场发展综述 | 62 |
| 一、放映市场比拼品牌,院线格局凸显“马太效应” | 62 |
| 二、2008 年院线变革中的亮点:资本与重组 | 65 |
| 三、二级市场院线的新军 | 68 |
| 四、中小院线突破“瓶颈” | 70 |
| 第二节 2008 年全国主要电影院线经营与发展分析 | 71 |
| 一、五大院线引领市场,拥有强势“话语权” | 71 |
| 二、中型院线在市场的进取与竞争 | 77 |
| 三、追随者发力,院线市场欲现新格局 | 81 |
| 四、数字电影:新技术为引擎的发展势力 | 83 |
| 五、国内电影院线特点与发展趋势 | 84 |
| 第三节 2008 年全国电影院经营与发展分析 | 87 |
| 一、2008 年城市影院建设概况 | 87 |

| | |
|---|-----|
| 二、2008 年放映市场的特点 | 94 |
| 三、2008 年全国明星影城 | 95 |
| 四、2008 年国内影院经营特点分析 | 97 |
| 第五章 2008 年中国电影市场票房分析 | |
| 第一节 2008 年中国电影市场综述 | 101 |
| 一、2008 年中国电影市场发行放映影片概况 | 101 |
| 二、2008 年全国院线放映新片票房信息 | 111 |
| 第二节 2008 年各档期电影市场分析 | 118 |
| 一、2008 年每月电影市场票房分析 | 118 |
| 二、2008 年周末档期票房分析 | 131 |
| 三、2008 年新片首映票房数据分析 | 133 |
| 四、2008 年新片放映第二周票房数据分析 | 135 |
| 第三节 2008 年重要电影档期市场分析 | 138 |
| 一、新年元旦档 | 139 |
| 二、春节档 | 140 |
| 三、清明节档 | 141 |
| 四、五一档 | 142 |
| 五、端午节档 | 143 |
| 六、暑期档 | 144 |
| 七、中秋节档 | 146 |
| 八、国庆档 | 147 |
| 九、年末贺岁档 | 148 |
| 十、特殊节日档期 | 151 |
| 第四节 影响 2008 年中国电影市场票房的相关因素 | 151 |
| 一、投资拉动产能增长,市场呈现产销两旺 | 152 |
| 二、产业全方位升级,刺激市场潜力开发 | 153 |
| 三、二级市场电影经营新模式,成为电影票房新增长点 | 154 |
| 四、电影档期粗放式挖掘 | 154 |
| 五、缺乏评论家引导消费评价制度 | 155 |
| 六、建立有公信力的产业信息发布平台,积极推进电影产业健康发展 | 156 |
| 第六章 2008 年中国电影投融资状况分析 | |
| 第一节 2008 年中国电影投融资状况概述 | 157 |
| 一、电影投融资发展趋势 | 157 |
| 二、电影制片主体投融资概况 | 158 |

| | |
|-------------------------------------|------------|
| 三、电影发行放映业投融资概况 | 159 |
| 四、投融资平台拓展概况 | 160 |
| 第二节 中国电影产业投融资案例研究 | 161 |
| 一、影片项目投融资案例 | 161 |
| 二、企业资本运作案例研究 | 162 |
| 第三节 其他国家电影业投融资概况 | 168 |
| 一、日本 | 168 |
| 二、美国 | 169 |
| 第四节 中国电影投融资体系的发展探究 | 171 |
| 一、应对金融危机的冲击 | 171 |
| 二、发展中国电影投融资体系的建议 | 172 |
| 第七章 2008 年中国电影创意元素分析 | |
| 第一节 2008 年中国电影创意元素分析背景 | 174 |
| 第二节 2008 年中国电影创意元素分析 | 175 |
| 一、“重述历史”元素 | 175 |
| 二、“中国”元素 | 178 |
| 三、“明星打包”元素 | 181 |
| 四、“恶搞”元素 | 184 |
| 五、“社会热点话题”元素 | 187 |
| 六、“中国功夫”元素 | 189 |
| 七、“广告”元素 | 192 |
| 八、“方言”元素 | 194 |
| 第三节 中国电影创意元素的综合研究 | 197 |

第二部分 专题研究报告

一 中国动画电影的生产模式与消费模式研究报告

| | |
|---------------------------------------|------------|
| 上：中国动画电影的生产模式研究 | 201 |
| 第一节 中国动画电影产业化发展的新起点 | 201 |
| 第二节 当前中国动画电影生产、经营的三种基本模式 | 204 |
| 一、动画电影的国家队：“上美”的新突破 | 204 |
| 二、成本控制：杭州“今古时代”的夹缝生存 | 208 |
| 三、多媒体集团介入：上海文广和深圳方块的组合拳 | 212 |
| 四、小结：三种模式的优劣势分析与合作模式推荐 | 214 |

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 下:中国动画电影的消费模式研究 | 215 |
| 第三节 动画电影的受众特点与观众定位 | 215 |
| 一、动画电影的观众年龄 | 216 |
| 二、动画电影的观众身份 | 216 |
| 三、动画电影的观影方式 | 217 |
| 四、观众喜爱的动画电影类型 | 218 |
| 五、观众喜爱的动画技法 | 219 |
| 第四节 2007—2008 中国动画电影市场调查 | 220 |
| 一、支持国产动画热情高涨 | 222 |
| 二、改编作品受多年龄段观众追捧 | 223 |
| 三、科幻类、喜剧类题材适合不同性别观众 | 224 |
| 第五节 三部动画电影的深层消费分析 | 225 |
| 一、功夫熊猫 | 225 |
| 二、风云决 | 228 |
| 三、葫芦兄弟 | 230 |

二 中国农村电影产业发展研究报告

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 第一节 农村电影产业发展的背景分析 | 231 |
| 一、农村电影市场从上世纪 90 年代以来大滑坡 | 232 |
| 二、农村电影市场滑坡的原因分析 | 234 |
| 三、建立农村电影产业发展新模式的重要性 | 235 |
| 第二节 农村电影放映工程助推产业发展新模式 | 237 |
| 一、农村电影放映工程的基本思路 | 237 |
| 二、农村电影放映工程推动农村电影产业发展新模式 | 241 |
| 三、2008 年农村电影产业发展现状 | 242 |
| 第三节 案例分析:台州农村探索数字电影放映新模式 | 245 |
| 一、台州农村数字电影放映发展的基本做法 | 245 |
| 二、台州农村电影改革发展的主要成效 | 247 |
| 三、台州农村电影改革发展的启示 | 249 |

三 中国城市影院投资建设研究报告

| | |
|---------------------------------|-----|
| 第一部分 总论篇 | 251 |
| 第二部分 影院投资主体案例研究 | 252 |
| 第一节 中国电影集团公司影院投资研究 | 253 |
| 一、影院投资情况概述 | 253 |
| 二、影院投资特点分析 | 253 |

| | |
|---------------------------------------|------------|
| 三、影院投资竞争力分析 | 256 |
| 四、影院投资前景分析 | 257 |
| 第二节 万达电影院线公司影院投资研究 | 257 |
| 一、影院投资情况概述 | 257 |
| 二、影院投资特点分析 | 260 |
| 三、影院投资竞争力分析 | 266 |
| 四、影院投资前景分析 | 266 |
| 第三节 河南文化影视集团公司影院投资研究 | 267 |
| 一、影院投资情况概述 | 267 |
| 二、影院投资特点分析 | 267 |
| 三、影院投资竞争力分析 | 270 |
| 四、影院投资前景分析 | 270 |
| 第四节 大地影院发展有限公司影院投资研究 | 270 |
| 一、影院投资情况概述 | 270 |
| 二、影院投资特点分析 | 273 |
| 三、影院投资竞争力分析 | 276 |
| 四、影院投资前景分析 | 277 |
| 第五节 西安电影长安院线影院投资研究 | 277 |
| 一、基本情况 | 277 |
| 二、影院投资建设特点分析 | 278 |
| 三、对策分析 | 279 |
| 第三部分 中国城市影院项目发展、影院建设研究 | 279 |
| 第一节 影院投资政策研究 | 280 |
| 一、涉及国有、民营投资主体的政策 | 280 |
| 二、涉及港澳及外资主体的政策 | 281 |
| 三、其他政策 | 281 |
| 第二节 影院投资注入资金研究 | 282 |
| 一、电影相关行业的资金 | 282 |
| 二、政府资金 | 284 |
| 三、房地产等行业资金 | 284 |
| 四、金融资本 | 284 |
| 第三节 影院项目投资模式研究 | 285 |
| 一、影院投资主体租赁商业地产模式 | 285 |
| 二、商业地产商将影院投资方纳入业务板块模式 | 286 |
| 三、商业地产商入股影院投资主体模式 | 286 |
| 四、商业地产商负责影院投资建设,委托院线管理或输入院线品牌模式 | 286 |

| | |
|------------------------------------|------------|
| 五、政府负责影院投资建设,委托院线管理或输入院线品牌模式 | 287 |
| 六、发挥影院项目服务咨询机构在影院发展建设中的作用 | 287 |
| 第四节 影院投资建设布局研究 | 288 |
| 一、影院投资地区布局分析 | 290 |
| 二、影院投资省份布局分析 | 291 |
| 三、影院投资城市群布局分析 | 292 |
| 四、影院投资城市布局分析 | 295 |
| 第五节 影院投资选址研究 | 297 |
| 一、商圈与影院选址 | 297 |
| 二、Mall 与影院选址 | 299 |
| 第六节 影院建设标准与回收周期研究 | 301 |
| 一、影院建设标准分析 | 301 |
| 二、影院回收周期分析 | 303 |
| 第四部分 战略篇 | 306 |
| 一、影院投资建设的发展机遇与方向分析 | 306 |
| 二、影院投资建设的挑战分析 | 308 |

第三部分 2008 年中国电影市场调查报告

2008 年暑期档电影市场调查报告

| | |
|-----------------------------------|------------|
| 第一节 2008 年暑期档电影观众的构成 | 316 |
| 一、电影观众的自然构成 | 316 |
| 二、电影观众的社会构成 | 318 |
| 第二节 2008 年暑期档公映影片分析 | 320 |
| 一、影片的观看率 | 320 |
| 二、观看因由分析 | 331 |
| 三、影片的满意度 | 335 |
| 四、满意成分分析 | 340 |
| 第三节 单片深层内容消费分析 | 343 |
| 一、《赤壁(上)》 | 343 |
| 二、《十全九美》 | 349 |



第一部分

2008年
中国电影产业发展总报告

2008年中国电影产业发展概述

2008年,中国社会经受了巨大的阵痛与激荡,从年初的冰雪灾害、5.12汶川特大地震到成功举办奥运会,以及由美国次贷危机引发的全球性经济危机,整个国家在大喜大悲中经历了颇为奇异不凡的一年。这些社会事件对电影创作的题材取向、电影市场与产业发展都产生了不同层面的影响。

2008年,时逢中国改革开放30周年。新时期以来,不时汹涌的“思想解放”不仅解放了创作主体,给艺术创造带来活力,而且解放了文化体制,使中国电影迈开了产业化发展的步伐。正如国家广电总局副局长赵实所言:中国电影产业正在完成从计划经济向市场经济体制转轨,正从事业主导型结构向产业主导型结构、从单一所有制经营主体向混合所有制经营主体、从分割封闭垄断的电影市场向统一开放竞争的市场、从单一影院票房向多元市场赢利模式、从模拟技术向数字技术的转变。这六个转变涵盖了电影产业的体制、机制、技术等多个层面,所有这一切无不得益于改革开放的战略选择。改革开放30年的一条基本经验就是解放与发展生产力。就中国电影产业的发展而言,也应该不断解放电影产业发展的生产力,壮大产业规模,优化产业结构,破解各种发展难题,打造一条完整、清晰、各环节积极互动的价值链条,推动中国电影产业“又好又快”地科学发展,逐步建立起一个以公有制为主体,多种所有制成分共同发展的中国电影产业新格局。

尽管受到社会突发性事件影响,2008年国内电影市场依然保持了快速增长的势头,这得益于推行“院线制”以来终端市场的快速发展,市场活力被调动起来。捆绑于商业地产之上的影院终端建设速度继续加快,为整个电影产业搭建起一个日趋完善的终端平台,并成为整个产业链条中发展最为良性的环节。与此同时,困扰电影产业发展的投融资渠道在2008年得到继续改善,金融资本与电影产业对接成为年度最突出亮点。相较于之前,2008年影片投资生产出现转型,影片投资数量增长开始放缓,多主体合作与探索适合于国内市场环境的类型化,成为影片投资的共识。2008年,值得一提的还有农村电影市场新模式与动画电影,二者都是在政府利好政策推动下获得发展机遇。影院消费明显带有都市文化消费特色,也决定了电影市场的都市消费特色;而农村电影市场的存在是中国特色社会二元结构