

影视文化产业集聚区高质量发展路径探析

——基于浙江金华横店的发展实践

宁晶 朱正刚

【摘要】 基于对金华横店的发展实践研究发现，推动影视文化产业集聚区高质量发展，需要实施以“生态”为要义的五大工程策略，突出“基地—生态”建设、统筹“项目—人才”攻坚、完善“技术—渠道”布局、深挖“版权—衍生”潜力、做强“政策—服务”品牌，以推动影视文化产业集聚区从高速增长迈向高质量发展。

【关键词】 影视文化 产业集聚区 高质量发展

随着我国影视文化产业的发展壮大，影视基地的发展形态也日趋成熟，如果说点状的拍摄地和影视城是 1.0 层次、具备相关服务配套的多基地集群是 2.0 层次，那么，新形势下打造影视全过程产业链和全方位产业生态或将成为 3.0 层次。金华横店从 1997 年为拍摄电影《鸦片战争》而兴建广州街、香港街起步，到目前建成规模巨大的影视实景基地集群。2020 年 6 月，横店影视文化产业集聚区正式挂牌，成为浙江省政府自 2013 年以来首次增设的、全省文化领域唯一的省级产业集聚区。

一、探索：从产业概念入手

1. 文化产业。这是一个在世界各国有多种称谓(如创意产业、内容产业)及相应范围的概念。我国对此有过动态调整，国家统计局 2004 年首次发布《文化及相关产业分类》，2018 年进行最近一次修订后，包括三层 9 大类、43 个中类、143 个小类。

2. 影视产业。从字面理解，“影视”即电影与电视的合称，包括院线电影、电视剧和网络电影、网络剧集等。狭义的影视产业指影视作品的生产传播，相关主体如影视公司(工作室)、影视基地、院线以及近年兴起的视频平台等，但查阅《文化及相关产业分类(2018)》，并无对应的影视专门类别，只有“广播影视节目制作”(中类)最为贴近(但不完整)。其他影视相关的常见业态如影视旅游，学理上属于影视衍生产业，但统计时仅小部分可算入《文化及相关产业分类(2018)》的“景区游览服务”(中类)，主要还是纳入到《国家旅游及相关产业统计分类(2018)》。由此一来，文化产业规范口径下影视产业的体量就十分有限。

3. 影视文化产业。介于上述两个概念之间、缺乏权威定义但实践中多有应用的概念。如 2004 年国家广电总局批设“横店影视产业实验区”，2012 年浙江省委、省政府批设“浙江(横店)影视文化产业实验区”，名称上多了“文化”二字，但从当地管理机构发布的统计数据情况看，名称更改后的统计范围主要是拓展了影视旅游部分。进入集聚区发展阶段，当地进一步研究深化了“影视文化产业”的内涵，将其定义为以影视创作生产和传播为核心的文化产业，主要包括影视核心产业(上游的创意策划、中游的拍摄制作、下游的宣发衍生)和四大增长极(涉及拍摄资源、数字文化、文化制造、文化旅游融合等)。

对横店而言，影视文化产业这一概念的提出帮助解决了一系列现实问题。如统计问题。由于文化产业和狭义影视产业的统计范围大小过于悬殊，相关数据的指导性、针对性不强，而影视文化产业这个概念恰好解决了这个问题。政策制定问题。影视文化产业既可用于统称影视与相关区域原有优势资源和产业融合后所产生的综合形态，而不必拘泥于学术或官方定义，有利于政策制定者思想的解放。新业态兼容问题。近年涌现并迅速流行的短视频很难归类为传统意义上的影视作品，但其专业化制作传播方式又与网络影视作品高度雷同，均可统称为影视文化作品。

二、形势：“政策+供需”观测视角

政策面。新中国成立后，国家着重突出文化的意识形态属性，在社会主义市场经济语境下文化体制改革走向深入，国家政策不断放开搞活，社会上则逐渐形成文化事业重社会效益、文化产业重经济效益的预期。文化产业生产力得到极大解放，如影视方面，我国在短短十余年间跻身全球电视剧制播和电影银幕数第一大国。但与此同时，进入文化领域的资本逐利倾向日趋明显，甚至滑向唯利是图的极端，泡沫化、庸俗化、娱乐至死现象饱受诟病，而影视领域又堪称重灾区。2018 年，以影视公司“阴阳合同”事件为导火索，国家监管部门迅速联合开展了力度空前的整顿行动，从税务、明星片酬、作品题材等方面精准发力，强势推动影视业快速回到“把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一”的正轨上来。在教育文化卫生体育领域专家代表座谈会上，习近平总书记强调，“衡量文化产业发展质量和水平，最重要的不是看经济效益，而是看能不能提供更多既能满足人民文化需求、又能增强人民精神力量的文化产品”。可以预见，中性趋严的政策环境将成为影视行业监管常态。2019 年，全国政协领导和国家电影局、广电总局主要负责人密集调研横店，与地方政府和企业代表进行深入交流；同时，省市县地方政府和横店集团密切对接，积极思考因应之策。

供需两侧。从供给侧看，技术应用下的影视生产方式变革尤其值得关注。2019 年贺岁片《流浪地球》的巨大成功让青岛东方影都及其所代表的高科技电影工业模式备受瞩目。VR/AR/MR 和 5G+4K/8K 等关键技术 in 视频领域的应用方兴未艾，前景十分广阔。与技术应用相适应，影视拍摄将更多地现代化摄影棚而非实景中进行，影视基地的建设运营、管理方式均发生重要变化，这给传统影视基地带来重大挑战。需求侧变化同样引人注目。一是市场潜力巨大。如国内总票房和单部作品票房纪录一再被刷新，近两年，虽受疫情冲击，但国家电影局数据显示，截至 2021 年底国内电影银幕总数达 82248 块，比 2019 年底增加 12461 块，市场保持快速扩张态势。二是影视文化消费全面触网。庞大的用户群体支撑网络影视作品日趋精品化，如智库“艺恩数据”统计发现 2021 年播映指数前 50 名剧集中，网络剧占 60%；短视频异军突起，如中国互联网络信息中心数据表明，截至 2021 年 6 月我国短视频用户规模达 8.88 亿人，占网民整体 87.8%，短视频稳居移动娱乐消费各门类首位。三是进一步向衍生品消费拓展。以授权商品为例，根据中国玩具和婴童用品协会《中国品牌授权行业发展白皮书(2021 年)》测算，2020 年国内源于影视等娱乐 IP 的授权商品零售额 647 亿元，随着相关潜力持续释放，影视文化领域将迎来不亚于拍摄制作本身的重大发展机遇。

三、愿景：从“大”向“强”迈进

“大”的表现。一是基地之大。经过 20 多年的发展，横店已建成 30 个大型实景基地和 100 余座专业摄影棚，其中近年落成的圆明新园更是占地达 7000 余亩的超大型项目，“全国每年大约有 70% 的剧组来横店拍戏，四分之一的电影、三分之一的电视剧出自横店。累计已接待剧组 2500 多个、拍摄影视剧 6 万余部(集)、接待游客超过 1.6 亿人次”。二是集群之大。2018 年，横店官方报告已注册影视公司和工作室合计 1867 家、总营收 268 亿元，尽管 2019 年之后不时爆出全国影视企业“关门潮”等新闻，但官方报告横店新注册影视企业数量仍在持续增长。是因为横店能抓住上一轮影视扩张的机遇，善用政企两方面的优惠政策。当地政府实行超大力度财政奖励政策，横店(集团)影视城采用“拍摄基地免费使用一吸引剧组和流量一从旅游等相关服务业创收”的经营模式。三是体系之大。横店集团在影视领域广泛布局，涉及拍摄基地建设运营、电影院线(国内排名前八)、影视版权交易中心(“横交所”，号称国内首家)、影视职业学院以及经纪、服装道具化妆、旅游等配套服务。当地政府设立影视专门管理机构，具备承接完成片审查等省级权限下放的条件。因此，横店打出了“拿着剧本来、带着片子走”的宣传语。

“强”的差距。横店尽管具备显著的规模优势，但对照其提出的“全球最强”目标愿景，仍然存在一系列问题和短板。文化内涵方面。存在“设施过硬、内涵缺失”的现象，外界评价中更多是被视为影视生产“大工地”而非影视文化制高点。影视文化产品结构对其文化影响力的提升形成制约：快餐式、低质量剧集的产量过大，一定程度上遮掩了《西游记之大圣归来》等优秀作品的光芒；电影工业实力相对不足，能够出品亿元级票房电影的入驻企业仅有华谊兄弟等少数几家。生态优化方面。外来影视企业实体化落地进展偏慢，“引不走”目标仍缺保障。横店集团在当地影视业起步和扩张阶段起到关键支撑作用，但进入深化提升阶段，需协调处理好龙头企业的主导地位与构建开放、包容、公平市场环境之间的张力。业态更新方面。对电视台等传统播放平台和销售渠道仍有较高依赖度；面向网络影视和短视频拍摄剧组的服务体系有待健全；线上视频传播渠道方面的话语权不够；大

型高科技摄影棚建设虽初见规模，但尚无重大作品问世。影视 IP 资源开发不足、交易平台影响力有限，影视和当地“制造+市场”的多重优势尚未融合并落实到影视衍生品产业的快速发展。人才支撑方面。受城市能级等条件限制，对影视创意、后期技术等方面高层次人才的吸附力不足。近年来按工种推进的编剧村、导演村等人才项目实际成效不显著。影视专业院校的层次较低且短期内通过新建或改造的方式实现跨越式发展的难度较大，导致影视文化产业链上游以及影视前沿技术应用等领域的发展受到限制。标准建设方面。虽然已主导制定影视基地建设等若干硬件建设国家标准，但相比发达国家，软件标准建设仍欠缺，如美国数十万影视从业人员可分为上百个工种，几乎每个工种都能找到对应的工会，相关组织通过集体谈判形成制片方必须采用的基础协议，而包括横店在内的国内影视基地在这方面仍有待探索。

四、策略：推进以生态为要义的五大工程

（一）突出“基地—生态”建设

持续巩固提升在影视拍摄基地建设方面的巨大优势，同时下大力气从提供拍摄场地的“房东式”思维向打造产业综合生态的“平台式”思维转变。加快重大产业项目落地，建成一批国际领先水平的数字化摄制车间，满足虚拟拍摄需求；对照国际一流水准，精细化完善影视文化作品全过程拍摄服务体系。同时，合理学习借鉴好莱坞在影视细分工种协会方面的有益经验，通过培育专业和公正的行业自治力量，与政府、龙头企业相辅相成，为协调各方利益、构建可持续发展生态提供支撑。

（二）统筹“项目—人才”攻坚

有关部门在继续抓好常规人才工作的同时，也应积极探索人才工作创新，探索以项目带人才的“捆绑式”人才工作方式，力争在项目落地的同时达到强化内容、技术等方面人才支撑的目的。以内容类为例，实践中能让影视作品顺利出产的关键人物可以是影视企业负责人、制片人、导演、编剧、演员等，并不局限于某个工种，因此，与其分门别类建“村”，不如与招引项目相结合，做到人才与优质项目一体争取、一并见效。

（三）完善“技术—渠道”布局

深化国家级文化和科技融合示范基地等相关重大平台建设，加快在影视文化前沿技术应用方面的布局，借助影视数字技术研发应用，实现影视后期制作产业的跨越式发展，引领大影视文化概念下的业态、模式创新。加强渠道建设布局，线下着重提升自有电影院线在适应电影技术迭代方面的能动性和影院经营业态的多样性，线上着重加强与头部视频平台战略合作，提升渠道话语权。改进节展举办思路，跳出过去以形象宣传为主的模式，更加注重提供业内前沿信息交流的平台。

（四）深挖“版权—衍生”潜力

进一步解放思想，树立“影视内容生产侧重文化担当、经济效益更多依靠衍生产业”的新理念，既响应和贯彻宏观政策，又更好满足市场主体发展壮大需求。以做强版权板块为基础，强化影视知识产权保护刚性约束，依托“横交所”积极争取开展影视证券化等创新性业务。以高附加值的文化制造为落脚点，发挥所在区域制造业和专业市场运营的双重优势，借助杭州等周边大城市的文创设计力量，力争引领国内影视 IP 授权相关产业发展。

（五）做强“政策—服务”品牌

构建多层次政策体系，在当前以财政奖励为重点的基层政策基础上，积极争取强化省级政策支持，如结合农村要素市场化配置改革，加大影视用地支持；整合影视文化事业和产业政策，更加充分发挥电影专项资金、文艺精品扶持等政策工具作用；深化“最多跑一次”政务服务改革，尤其加大影视省级审批权限下放力度；在会计、税务、题材等方面加强前置指导服务，帮助重点

企业、重点作品进一步做好风险防控。

参考文献:

[1]李向民, 杨昆. 新中国文化产业 70 年史纲[J]. 福建论坛·人文社会科学版, 2019(10).

[2]朱国贤. 用心用情用力推动影视业高质量发展[N]. 浙江日报, 2019 年 2 月 14 日第 5 版.