

从有限空间到跨界融合

——中国民营电视剧制作业的历史嬗变

潘娜

摘要：改革开放以来，中国电视剧行业逐渐出现产业经营要素，民营电视剧制作业适应时代发展应运而生。民营电视剧制作主体从20世纪80年代萌芽起始，经过90年代的限制性发展，至2003年正式获得市场主体资格进入繁荣发展阶段。2009年以后，随着视听新媒体的快速崛起，民营电视剧制作业格局发生深刻变化，与互联网深度融合。本文通过全面梳理民营电视剧制作业的历史嬗变与主要特征，以期为其未来发展路径提供历史借鉴。

关键词：民营电视剧制作业；历史嬗变；主要特征

民营电视剧制作业是中国电视剧产业发展的重要主体要素，厘清其发展轨迹与嬗变逻辑，有利于更好把握其在中国电视剧产业格局中的主体身份定位与未来发展趋向。本文将中国民营电视剧制作业的发展历程分为四个阶段：萌芽阶段（1978~1991年）、限制性发展阶段（1992~2002年）、蓬勃发展阶段（2003~2008年）、转型发展阶段（2009年至今）。各个阶段的监管政策与主要特征，反映了电视剧行业产业化路径的深刻变革。

一、萌芽阶段（1978~1991年）

1. 从“积极组织社会力量发展电视剧”到“禁止私人制作电视剧”

1978年至20世纪90年代初是民营电视剧的萌芽阶段。这一时期，从“积极组织社会力量发展电视剧”的宽松环境到实行电视剧制作许可证制度，电视剧制作主体的准入门槛逐步抬高，监管政策日益规范。

1979年8月18日至27日举行的第一次全国电视节目会议为了解决国产电视剧短缺的问题，中央广播事业局号召要“大办电视剧”，在会议精神的指导下，全国有条件的电视台都开始大办电视剧。然而，电视剧产量仍然十分不足，这主要有两方面原因。其一，在“四级办电视”的方针下，全国电视台数量大幅增长，播出需求增多。其二，全国电视机的社会普及率快速提高：从1978年的300万台增长到1982年的2761万台，电视观众逾亿；到1988年，全国电视机社会拥有量已经达到1.43亿台。电视剧产量难以满足大幅增长的电视观众的需求。在电视剧要出成效的要求下，电视剧文艺单位的人力、物力、财力严重不足的情况十分突出。基于这种形

势，1983年12月，广播电视部委托电视艺术委员会、中央电视台、中国电视剧制作中心召开了“1984年全国电视剧选题规划会议”，强调“采取两条腿走路的方针，在加强电视系统生产电视剧力量的同时，积极组织社会力量发展电视剧”。这是政策上首次明确提出鼓励社会力量参与电视剧生产制作。由此，系统内外的企事业单位、社会影视公司、社会团体以及个人，纷纷加入到电视剧的投资制作队伍当中。例如，较早成立的陕西华山影视公司，在1984年制作了《水浒传外传》等电视剧作品。

20世纪80年代中后期，民营电视剧在宽松的政策环境下快速发展。有评论称，“‘民间’电视剧生产越来越兴旺，冲击着官方的电视剧生产”。然而，随着生产规模和产量的迅速扩大，电视剧的质量问题成为突出矛盾。观众普遍反映不满意，有报刊上的文章指责是由于社会上的公司不负责任导致电视剧质量下降。在缺乏有效制度约束的条件下，社会制作公司良莠不齐，部分制作者受到经济利益驱使背离了艺术创作的初衷。为了规范电视剧制作，管理部门决定加强管制，收紧电视剧制作的准入门槛。1989年10月31日，广播电影电视部颁布实施了广发录字〔1989〕821号文件《关于实行电视剧制作许可证制度的规定》，其中，第三条明确提出“禁止私人制作电视剧”，第十条规定“许可证不得涂改、出卖、租借、转让。持证单位不得以任何方式让不具备制作条件或无许可证单位制作电视剧”。随后，1990年8月4日，广播电影电视部又发布了〔1990〕520号文件《关于实行电视剧制作许可证制度的规定的补充规定》，对《关于实行电视剧制作许可证制度的规定》中所称的“电视剧”进行了解释，明确了监管范

围。于是，刚刚兴起的一批民营电视剧制作公司或是倒闭，或是转以投资、合作、挂靠等形式继续生产制作。

2. 萌芽阶段中国电视剧制作业的主要特征

第一，从无到有，由小变大。民营电视剧制作主体的出现，首先得益于改革开放的时代大潮和个体私营经济的快速发展。更重要的是，在中国电视恢复发展初期，电视剧这种艺术形式不仅确立了艺术的主体性，而且成为重点发展的电视节目种类。在电视台面临着严重“节目荒”的情况下，民营电视剧制作业的发展一度在政策上得到鼓励与支持。但是，随着发展规模的快速增长，民营电视剧制作公司不断暴露出一些问题。

第二，“影视合流”助推民营电视剧制作主体的发展。20世纪80年代中期，“影视合流”在一定程度上促进了民营制作公司的发展。这一时期的电视剧基本按照电影的手法进行拍摄制作，电影人纷纷投身电视剧制作领域，在制作运营方面比较灵活。一些电影人利用业余时间自行拍摄电视剧，如《为了孩子》《众手浇开幸福花》《道路就在你脚下》等电视剧。

第三，销售渠道增多，为民营电视剧制作主体发展提供动力。20世纪80年代末期，录像带进入平常百姓家。录像市场的蓬勃兴起和电视剧产品销售利润来源的增多对民营电视剧制作行业的持续生产产生了一定的拉动作用。

二、限制性发展阶段（1992～2002年）

1. 政策口径有限宽松，一批优质民营电视剧制作主体蓄积实力

这一阶段，广电行政管理部门原则上仍不允许个人、私营企业设立影视制作经营机构，但鼓励社会各界以投资、资助的方式参与制作电视剧。可以说，20世纪90年代至21世纪初是民营电视剧制作公司真正开始增强实力、发展壮大的重要阶段。上千家民营制作公司打着“广告”“文化传播”“策划咨询”等旗号相继成立，以“挂靠”“协助”“承制”“合作”等形式参与电视剧的投资、制作。由于整体数量少，形式又很隐蔽，发展很不成气候，但这些公司成为后来电视公司的雏形。今天行业内制作实力最强的公司大部分是在这一时期相继成立的，如海润影视制作有限公司、金英马影视制作有限公司、北京鑫宝源影视投资有限公司、慈文影视制作有限公司、上海新文化广播电视制作有限公司等。这一阶段，民营电视剧制作公司逐渐开始找准定位，市场竞争力明显增强，并且随着电视剧交易市场的逐渐形成，民营影视拍摄基地开始建立，民营电视剧制作公司的经营和生存空间大大拓宽了。

1995年9月1日，广播电影电视部令第16号《影视制

作经营机构管理暂行规定》颁布实施，这是第一个专门针对影视节目制作经营机构的管理规章。其中第五条明确规定“个人、私营企业原则上不设立影视制作经营机构”^①。1995年10月18日，广播电影电视部令第17号《电视剧制作许可证管理规定》^②颁布实施。17号令删除了821号文件里面的“禁止私人制作电视剧”和“赞助单位或个人不得干预编、导、摄、录工作”条款。^③虽有严格的规定和种种限制，但第16号令和第17号令与1989年的相关规定相比，明显放松了管理口径：有关部门对民营影视机构“挂羊头卖狗肉”的行为，睁一只眼闭一只眼，并未较真。^④这可视作对当时正处于起步成长阶段的民营电视剧制作公司的一种默许：国家在推动国有电视剧制作机构提高制作水平和提升经营能力的同时，有限制地为民营电视剧制作公司的生存发展留有空间。

1997年8月1日，国务院第61次常务会议通过了国务院令第228号《广播电视管理条例》。该条例第35条对设立电视剧制作机构作出规定：“设立电视剧制作单位，应当经国务院广播电视行政部门批准，取得电视剧制作许可证后，方可制作电视剧。电视剧的制作和播出管理办法，由国务院广播电视行政部门规定。”^⑤随后，广播电影电视部颁布《关于清理整顿电视剧生产单位和影视制作经营机构的通知》（广发社字〔1997〕457号文件）和《关于对广播电视节目制作经营单位重新审核登记的通知》（广发社字〔1997〕881号文件）。^⑥在1997年8月至1998年3月间，管理部门根据全国电视剧生产单位和影视制作经营机构的数量、结构、性质、制作情况重新确定了电视剧制作单位资格。同时，各省级广播电视厅局重新审批影视制作经营机构。1998年10月2日，广电总局颁布了《国家广播电影电视总局关于核发广播电视节目制作经营许可证和电视剧制作许可证的通知》（广发社字〔1998〕653号文件）^⑦，规定电视剧制作许可证分甲、乙两种：甲种证是长期许可证，有效期为三年；乙种证是临时许可证。可申领《电视剧制作许可证》的机构包括省会市（含）以上电视台（或电视剧制作中心）、电影制片厂、音像出版单位和有专门制作电视剧机构的专业宣传、文艺单位。这基本确立了当前中国电视剧拍摄制作以及经营活动的管理、运行机制。这一时期“隐形”存在的民营电视剧制作机构没有申请电视剧制作许可证的资格，但是相关的规章、规范性文件也未再提及“禁止私人制作电视剧”或“个人、私营原则上不设立影视制作经营机构”，这并非政府管理部门对此问题的忽视，而是一种默许的态度，限制性发展。

此外，这一时期的海外和境外引进剧，特别是港台剧火爆荧屏，引起了社会各界的担忧。为了规范电视剧

播出秩序,繁荣国产电视剧,加强对引进、合拍电视剧的宏观调控,广电总局发布了《关于进一步加强电视剧引进、合拍和播放管理的通知》(广发社字〔2000〕5号文件)^⑤,严格控制引进剧的播放比例和播出时段。此通知一出,引进剧的数量迅速由原来的近3000集锐减到1000集以内,政策引导效应显著。在这种形势下,国产电视剧的市场空间大增,使艰难发展的民营制作公司获得了宝贵的历史发展机遇期。

进入21世纪以来,民营电视剧的产量大幅增加、品质不断提升,逐渐成为电视剧行业的重要制作力量。2000年6月15日,国家广电总局令第2号《电视剧管理规定》^⑥颁布实施。其中第二章第十九条明确提出“国家鼓励社会各界以投资、资助的方式参与制作电视剧”^⑦。同时,次年又制定颁布了该规定的实施细则《关于实行广播电视节目制作、发行行业准入制度的实施细则(试行)的通知》(广发办字〔2001〕1476号文件),其中第二条明确规定“未取得制作经营许可证的机构或个人不得从事任何广播电视节目的制作业务”^⑧。这一系列规章、规范性文件体现出了政府管理部门的两难之处:一方面,希望国有制作机构向社会融资,扩大生产规模;另一方面,出于国家文化艺术安全的考虑,又将个人、私营、股份制的民营制作企业继续挡在电视剧制作的大门之外。不过,民营公司事实上获得了更多机会参与电视剧的投资拍摄。随着制作实力的增强、经营理念的成熟,民营电视剧制作公司逐步发展壮大。

2. 限制性发展阶段民营电视剧制作业的主要特征

第一,一批实力雄厚、市场竞争力强的民营制作公司逐渐发展壮大,民营渐成品牌。到20世纪90年代中后期,随着行政管理部门对《广播电视节目制作经营许可证》的发放逐渐放宽,一大批民营电视剧制作公司纷纷成立,并且呈现出地域聚集的特点,其中以北京、广州、浙江、陕西等地区居多,一些实力雄厚、市场竞争力强的民营电视剧制作公司发展起来,成为电视剧制作领域中不可忽视的力量。

第二,主体身份尚未真正确立。这一时期,虽有上千家各种名目的民营影视制作公司相继成立,但都以投资、挂靠、合作、承制等方式进行电视剧的拍摄制作。同时,这一时期由于电视剧直接或间接带来了丰厚的电视广告收益,从事代理业务的广告公司也凭着得天独厚的优势开始大规模地投入到电视剧的制作中来。

三、蓬勃发展阶段(2003~2008年)

1. 民营电视剧制作公司正式获得市场主体资格,渐成行业主力军

党的十六大第一次将“文化事业”与“文化产业”

这两个概念区别开来,这标志着中国文化体制改革进入到了一个新的历史阶段。2003年12月31日,国务院办公厅颁布《关于印发文化体制改革试点中支持文化产业发展和经营性文化事业单位转制为企业的两个规定的通知》(国办发〔2003〕105号文件),其中第十条明确规定,“鼓励、支持、引导社会资本以股份制、民营等形式,兴办影视制作、放映、演绎、娱乐、发行、会展、中介服务等文化企业,并享受同国有文化企业同等待遇”。在民营影视机构管理方面,2003年8月,广电总局向八家民营电视剧制作公司颁发了电视剧制作许可证(甲种)^⑨。2004年6月16日,又有16家股份制及民营电视剧制作公司获发电视剧制作许可证(甲种)。这意味着民营影视制作公司正式获得了市场主体资格,与国有制作单位享有平等身份,国有制作单位在中国电视剧制作业“高人一等”的日子正式宣告结束。从此,民营企业转为“正规军”,民营电视剧制作公司从此脱掉“隐身衣”,名正言顺地发展起来。

2004年2月20日,国家广电总局正式颁布实施《关于促进广播影视产业发展的意见》(广发办字〔2003〕1407号)^⑩,指出“允许各类所有制机构作为经营主体进入除新闻宣传外的广播电视节目制作业”^⑪。2006年4月6日,国家广电总局印发了《关于印发 电视剧拍摄制作备案公示管理暂行办法 的通知》^⑫,取消原有的“电视剧题材规划立项审批”制度,实行“电视剧拍摄制作备案公示管理暂行办法”。^⑬可以说,此举改变了计划经济时期的管理思路:从直接行政干预逐渐向“隐形”引导的方式转型,这对民营制作公司的良性竞争具有积极作用。

2. 蓬勃发展阶段民营电视剧制作业的主要特征

第一,民营电视剧制作公司市场主体资格获得正式确认。国家广电总局向具有一定制作实力的民营影视公司发放电视剧制作甲种许可证,可以调控国有制作机构与民营影视制作公司之间的力量制衡,发挥“鲶鱼效应”,活跃电视剧制作市场,壮大电视剧制作主体实力。整体来看,这一阶段在中国电视剧制作行业的第一梯队里,民营电视剧制作公司的比重有所增加,并呈现出以北京为龙头、地方迅速发展的态势。民营电视剧产品数量逐年递增,在国产电视剧中所占的比重日趋加大。

第二,民营电视剧制作企业之间差距悬殊,“马太效应”凸显。随着广播电视节目制作门槛的不断降低,从2004年到2008年,持有《广播电视节目制作经营许可证》的机构增长了1714家。按照估算,在这些新增的广播电视制作公司中,民营公司占到了80%以上。但是,这些如雨后春笋般诞生的广播电视节目制作公司真正有实力独立拍摄电视剧的并不多。总体而言,这一阶

段民营电视剧制作公司整体上存在着“小、散、乱”的特点。随着电视剧产量逐年增加,出现了大量低品质、同质化的电视剧产品。少数能够找准定位、运营有道的公司逐渐彰显出竞争优势,迅速获得了相当的市场份额。华谊兄弟传媒有限公司就是后来居上的范例。

第三,民营电视剧制作业呈现出以北京为龙头、区域快速发展的特征,集聚效应明显。大部分制作实力雄厚的民营电视剧制作公司聚集在北京。此外,随着东南沿海地区民营经济的快速发展,浙江、江苏、广州、上海等地的民营电视剧制作业也同样呈现出快速发展的势头。电视剧拍摄制作的区域聚集特征,带动了影视产业链以及观光旅游、衍生产品等延伸产业链的形成。

四、媒介融合背景下的转型发展阶段(2009年至今)

1. 视听新媒体成为民营电视剧制作业发展突破口,跨界融合创造新生态

近年来,以网络视频为主的视听新媒体快速发展,用户规模“井喷式”增长,并呈现出从PC端向移动视频终端转移的趋势。2009年,广电总局对网络视频行业进行规范,民营视频网站经过优胜劣汰和“洗牌”,涌现出几家大型视频网站,占据相当一部分市场份额。2009年年底,几大民营视频网站高调宣布推动网络视频正版化,斥亿元巨资购买影视剧网络播出权,电视剧的网络传播从盗版猖獗、几千元的低价直线上升至几万元每集甚至是十几万元每集的价格,电视剧的版权价值得到提升,民营电视剧制作公司的议价能力有所增强。^②

然而,随着版权内容积累的逐步完成,民营互联网企业开始深度介入影视内容制作业,近年来出现了网络剧、微电影等新的节目类型。2012年7月,广电总局、国家互联网信息办公室联合印发了《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》。2014年1月20日,又下发了《关于进一步完善网络剧、微电影等网络视听节目管理的补充通知》,确立了“先审后播、自审自播”的管理制度,其核心要义即“谁办网,谁负责”,比传统电视剧审查制度更为灵活,自主性更高,对传统电视剧的艺术形态、制播模式、运营机制等方面带来更深层次的影响。

2. 转型发展阶段民营电视剧制作业发展的主要特征

第一,民营电视剧成为名副其实的“主力军”,跨地区、跨所有制发展,“马太效应”凸显。实力雄厚的民营电视剧制作公司跨地区投资制作、跨所有制发展的特征明显。此外,“一剧两星”等政策新规使电视剧投资制作的风险增大,加快了电视剧制作机构的“洗牌”速度,小的制作公司在竞争中进一步萎缩甚至倒闭。

第二,国家支持力度加大,民营电视剧制作公司上

市融资连现亮点。继2009年10月底华谊兄弟传媒股份有限公司率先登陆深圳证券交易所创业板之后,2010年10月26日,有“电视剧第一股”之称的浙江华策影视股份有限公司也于深交所创业板正式挂牌上市,成为国内第二家成功登陆证券市场的影视公司。此后,连续有民营电视剧制作公司上市融资。截至2013年年底,已有5家民营电视剧制作公司成功上市。上市融资不仅在一定程度上弥补了资金短板,更有利于完善公司治理结构,有利于增强社会知名度和品牌信誉度,有效带动金融资本和社会资金进入民营影视制作业,对中、小型民营电视剧制作公司的成长起到间接拉动作用。

第三,跨界融合加速,互联网企业成为民营电视剧制作业的“黑马”。2010年1月,中国“三网融合”进入实质性推进阶段。2014年4月17日,中国广播电视网络有限公司正式成立。目前,广电面临着大规模受众群、投资商向互联网转移的危险,显示出互联网传播管道对卫星、有线传播管道的强烈替代效应。^③互联网巨头企业正加快布局进入电视剧制作业,资本市场与业界翘楚结合,将进一步加快民营电视剧制作业的结构调整和转型升级。互联网思维、创新技术、金融资本,与具有创新意识的民营电视剧制作主体相结合,将有可能实现民营电视剧品质的极大飞跃。^④

注释:

刘习良主编《中国电视史》,第168页,中国广播电视出版社2007年版。

杨伟光主编《中国电视论纲》,第1页,中国广播电视出版社1998年版。

吴素玲:《中国电视剧发展史纲》,第190~191页,北京广播学院出版社1997年版。

江长录、徐喆:《华山银花异奇峰——华山影视公司成立剪彩侧记》,《当代戏剧》1985年第1期。

本刊记者:《多方位的探讨:“电视剧艺术理论研讨会”纪实》,《现代传播》1988年第4期。

该文件于1995年10月18日废止,由广播电影电视部第17号令《电视剧制作许可证管理规定》替代。

《中华人民共和国国务院公报》1989年第27期。

柏荫萱:《北影厂电视片 道路就在你脚下 开拍》,《电影评介》1982年第4期。

刘远军:《中国民营电视公司的运营现状研究》,第56页,四川大学出版社2010年版。

该文件于2004年8月20日废止。详见国家广播电影电视总局令第48号《关于废止部分法规性文件的决定》。

① 《中华人民共和国国务院公报》1995年第25期。

②③ 《中华人民共和国国务院公报》1995年第27期。

④ 陆地:《中国电视产业启示录》,第78页,上海交通大学出版社2007年版。

⑤ 国家广播电影电视总局法规司:《中华人民共和国广

浅议中国电视剧艺术的对外交流历史进程

张 婧

摘 要：中国自古有对外交流的历史传统，但明清后逐渐萎靡。随着技术与艺术水平的不断提高，以传媒为载体的文化艺术交流成为国家间交流的有效途径之一，也成为衡量国家综合实力的重要因素。中国电视剧艺术的对外交流自1978年始，至今将近40年，受经济、政治、文化等多方面的影响，呈现出不同的时代特征，据此可分为萌芽、开拓、发展、兴盛四个阶段。作者通过对中国电视剧艺术对外交流历史分期的梳理和分析，意欲补充这部分研究的空白，为今后的电视剧交流研究提出历史角度的参考。

关键词：中国电视剧；对外交流；历史进程

“交流”一词在《辞海》中的解释为：彼此把自己有的供给对方。对外交流，就是与外界的彼此沟通，互通有无。中国的对外交流自古有之，兴起于秦朝及两汉时期，在唐宋时兴盛，到明清时期逐渐萎靡。历史上国家间的对外交流涉及政治、经济、思想、文化、宗教传播及战争等，大多是官方贸易，并不以营利为主要目的，而重礼仪和友谊。随着全球化不断加深，传媒不仅成为传播信息的有效途径，也成为传播国家文化的有力支撑点。电视剧艺术作为传媒文化的一部分，已成为融合一个国家的传统文化与现代文化、“走出国门”对外交流、塑造一国文化形象的重要“软实力”。

根据中国电视剧对外交流的特征，笔者将其划分为四个阶段，分别是：第一阶段，1978年至1980年的萌芽时期；第二阶段，1981年至1991年的开拓时期；第三阶段，1992年至1999年的发展时期；第四阶段，2000年至今的兴盛时期。

[接上页]

生产甲种证》，《北京青年报》2003年8月15日。

⑬ 这两个规范性文件均于2010年11月12日废止。详见国家广播电影电视总局令第65号《关于废止部分广播影视部门规章和规范性文件的决定》。

⑭ ⑮ 该文件于2009年1月20日废止。详见国家广播电影电视总局令第58号《关于废止部分广播影视规章和规范性文件的决定》。

⑯ 该规定于2008年1月1日废止。详见国家广播电影电视总局令第55号《关于废止部分广播影视规章的决定》。

⑰ 《中华人民共和国国务院公报》，2001年第16期。

⑱ 该实施细则2001年12月17日颁布施行，2004年8月20日废止。参见http://www.gov.cn/gongbao/content/2005/content_64182.htm

⑳ ㉑ 郑叶：《海润影视等八家民营影视公司喜获电视剧

一、中国电视剧艺术对外交流的萌芽时期（1978~1980年）

1978年12月十一届三中全会后，国家工作重点转移到“以经济建设为中心”，实行改革开放；在解放思想的大背景之下，文化体制也做出一系列探索和改革。这一时期政策的转变为文化艺术对外交流萌芽的产生奠定了基础，同时为中国电视剧艺术创作与对外交流提供了良好的外部环境。

1978年5月1日，原北京电视台更名为中央电视台；1979年5月18日，北京市成立北京电视台，并正式开播；同年7月18日，中央电视台通知，再开放河南、南京、武汉、湖南、河北、四川6家电视台向北京传送节目。随着电视台的逐步增多，其对电视节目的需求量也进一步增大。当时包括央视在内的电视台主要通过剧场转播与租放电影拷贝来充实荧屏，但由此造成的利益

生产甲种证》，《北京青年报》2003年8月15日。

㉒ 该文件于2010年11月12日废止。详见国家广播电影电视总局令第65号《关于废止部分广播影视部门规章和规范性文件的决定》。

㉓ 《国家广电总局 关于促进广播影视产业发展的意见（摘要）》，《中国广播电视学刊》2004年第3期。

㉔ 参见http://www.gov.cn/zwggk/2006-04/11/content_250700.htm

㉕ 潘娜：《三网融合背景下民营电视剧的版权交易与保护》，《视听界》2011年第1期。

㉖ 彭文胜：《互联网广播影视融合发展的新尝试：以湖南广播电视台为例》，《广播电影电视决策参考》2014年第5期。

（作者单位：中国社会科学院当代中国研究所）

（责任编辑：樊丽萍）