

随着国民平均收入的显著上升，人们对文化娱乐等相关产品的需求越来越高，中国的文化产业正迈入一个蓬勃发展的黄金年代。同时中国内地与香港、台湾地区亦更加重视当地文化产业的发展，例如国务院于 2009 年通过《文化产业振兴规划》，将文化产业列入国家战略性产业；香港特区政府把文化产业列为六大优势产业之一；台湾地区更打算通过其《发展文化创意产业计划》把台湾打造成亚太文创产业汇流中心。未来中国内地与香港、台湾地区还将存在着更多合作与发展的空间和机会。

## 迎接影视业的黄金年代

文 / 周锦昌 李美虹

随着中国的经济快速发展以及各地区文化产业政策的积极扶持，中国文化产业正步入一个蓬勃发展的黄金年代。

### 一、中国内地与香港、台湾地区文化事业发展速度各不相同

2012 年中国内地人均 GDP 已接近 6100 美元，处于消费结构转型的重要转折点。根据较发达国家消费发展的一般规律，人均 GDP 超过 4000 美元便是一个文化类消费大幅上升的标志性起点，然而中国目前文化类产品的供给尚存在较大缺口，因此未来十年将是中国内地文化产业繁荣发展的十年。在此同时，中国香港和台湾地区人均 GDP 早已超过 12500 美元，进入高等收入水平，文化消费正处于繁荣发展阶段。未来十年香港和台湾地区的文化产业也会继续向周边地区辐射，并保持稳定的发展速度。

通过调查三地的文化细分市场的发展情况，可以发现内地在影视、游戏和广告等行业均保持较高的发展速度，整个文化产业正向上攀升（见表1）。而香港和台湾地区的文化市场也随着经济好转在不断复苏，但他们都将内地作为未来文化产品输出的重点地区之一。

表1 三地文化细分市场 2012 年同比增长对比

	内地	香港	台湾
出版业	2012 年增长 14%	2012 年出口量下跌 11%	2012 年增长仅 0.2%
电影业	2012 年票房增长 30%	2012 年票房增长 12%	2011 年票房增长 25%
游戏业	2012 年增长 22%	不适用 / 不可得	2012 年增长约 4%
广告业	2011 年增长 34%	2011 年增长 16%	2011 年增长 9%

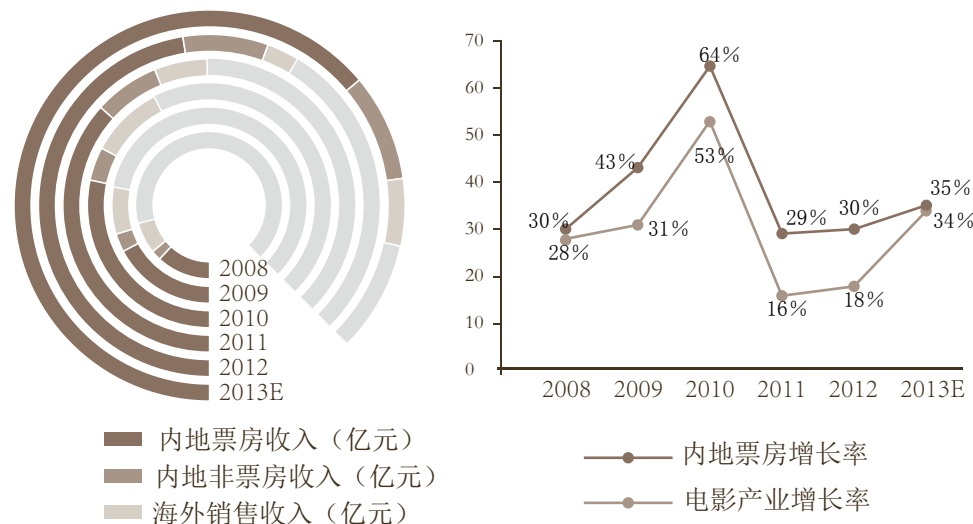
资料来源：德勤研究。

## 二、中国内地影视市场现状

### （一）未来 5 年复合增速达 30% 以上，产业成熟度仍待提高

2012 年中国内地电影票房年收入达到 171 亿元人民币（约合 27 亿美元），同比增长 30%（见图 1），目前票房已经超过日本，位居世界第二位，但距离美国 108 亿美元的票房收入仍差距较大。艺恩咨询预计 2013 年内地票房收入将达到 230 亿元人民币，同时电影产业市场规模将达到 282 亿元人民币，未来 5 年行业复合增长率有望保持在 30% 以上。

图 1 2008 ~ 2013 年中国内地电影市场规模及票房收入



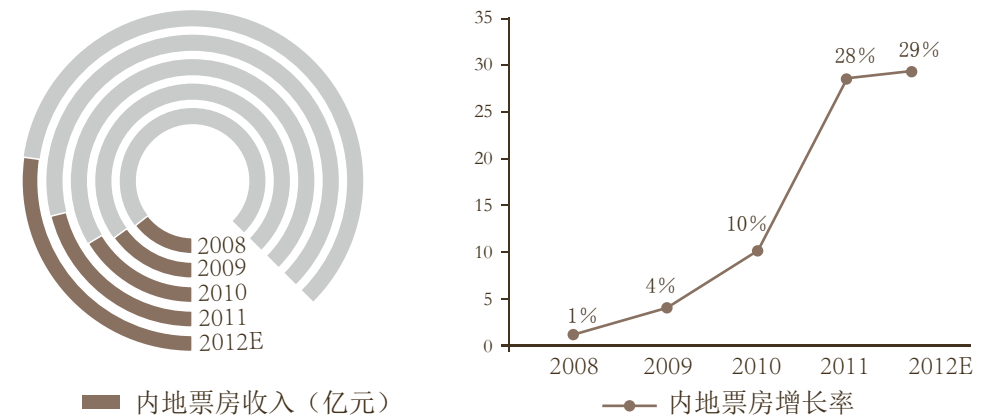
资料来源：艺恩咨询。

不过目前中国内地电影产业仍不成熟，票房占电影总收入的比重呈逐年递增的趋势。在美国等电影产业发达的市场，票房、品牌合作、电影版权及衍生品的市场各占盈利的 1/3。票房的一次性收入只是反映了公众对于该部电影的喜爱程度，利用这种喜爱进行二次开发所产生的游戏、图书、音像制品、主题玩偶等带来的可持续性收入才是电影商业运作的成熟体现。目前中国内地电影产业规模的 80% 仍由票房构成，整个产业的成熟度仍待提高。

### （二）电视剧行业飞速发展，兼并重组即将到来

随着电视媒体广告收入的不断攀升以及视频网站等新媒体的强势崛起，电视剧交易市场依然火热。内地电视剧的交易金额从 2008 年的 52 亿元人民币增长到 2012 年的 98 亿元人民币左右（见图 2），交易金额的增长主要是精品剧播映时间的增加和电视剧单价的提升所引起的。

图 2 国产电视剧交易总额及增长率



数据来源：艺恩咨询。

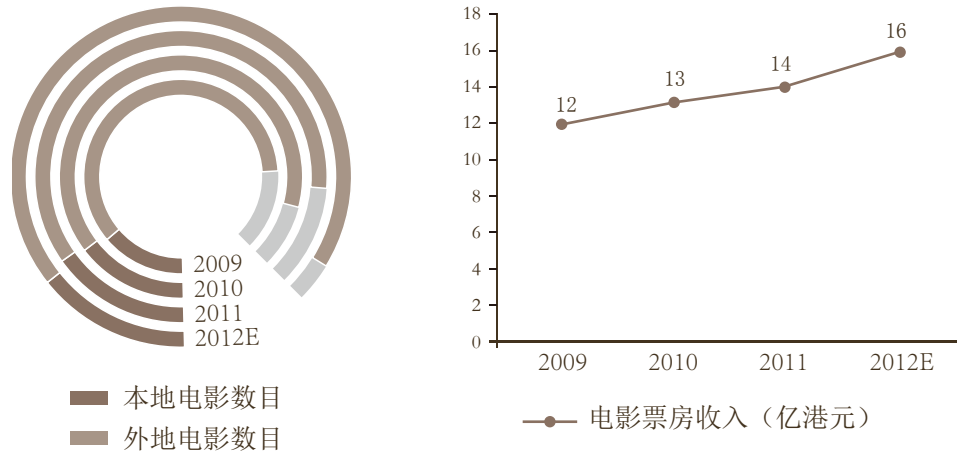
电视剧行业集中度较低，未来兼并重组案例将会不断发生。目前内地排名靠前的民营电视剧制作机构有海润影视、华谊兄弟、华策影视、新文化、华录百纳等，一些规模较小、抗风险能力差的制作机构将被淘汰，市场分布将向那些规模大，制作实力强，资金充裕且与各大卫视合作紧密的大厂家进一步集中，而“限广令”的发布势必导致电视台更加注重对精品剧的采购，从而加速这一过程。

## 三、中国香港地区影视市场现状

### （一）电影票房仍平稳增长，但本地电影占比减少

以人均电影产量计算，中国香港地区在亚洲高居首位。据香港影业协会数据显示，2012 年香港上映的影片总数达 303 部，票房总收入达 16 亿港元，较 2011 年增幅分别达 10% 及 12%（见图 3）。不过，于全年上映影片当中，海外影片较 2011 年增加近

图3 香港地区电影票房及电影数量



资料来源：香港影业协会，政府统计处。

14%，达250部，相反本地影片仅占53部，按年减少5.4%，表现落后。鉴于香港本土市场规模有限，本地电影业主要依赖海外收益，令香港成为全球最大的电影出口地之一。

### （二）内地与香港合拍电影成主导，带动影片出口数目

香港电影业萎缩，迫于资金及市场压力，加上CEPA对影视业的一系列开放政策，香港电影导演及制片人均北上发展。内地与香港合作拍制的电影于2011年达37部，较2008年的23部增加6成，占同年电影制作总数量的一半多。2011年中国内地最卖座的十大华语影片中，更有6部是两地合作电影。过去两地合作拍制的电影票房表现理想，即使部分在港难以回本的电影，在内地放映却不乏支持者，为香港电影业带来生机，势必吸引更多电影从业者北上发展。香港电影业人才辈出且获奖无数，港产片对海外电影商具有一定吸引力，加上随着中国电影市场规模日增，以及两地合作渐趋频繁，香港电影产量可望逐步回升，并带动本地影片出口数量。

### （三）电视业竞争激烈，内容投资逐年增高

香港电视业竞争趋白热化，亚视及无线已承诺于2010~2015年分别投放24亿和63亿港元用于购置及提升数码制作及广播设备，以配合高清电视节目制作需要。至于本地收费电视服务市场，除有线电视在其2011年度业绩公告中指出将资本投资额由2010年的2.51亿港元减少至2011年的1.99亿港元外，电讯盈科2011年度对电视及内容业务的资本投资额达1.62亿港元，按年增加26.6%。

随着香港特区政府计划于未来增发免费电视牌照，本地电视业现有格局可望扭转。竞争加剧迫使本地制作的电视节目必须兼顾外销性与市场性，形成一个商业导向的良性循环，而其产出将继续回馈、投入于电视节目的生产，增强本地影视节目的制作能力与电视台的片库资产，使得香港成为一个以输出为导向、影视人才汇集的创意制作中心。

## 四、中国台湾地区影视市场现状

### （一）自制电影复兴热潮

中国台湾地区的电影产业自2002年以来一直呈现低迷的状态，虽偶有佳作，但多为昙花一现，相形之下台湾观众对好莱坞电影的接受度较高（见表2）。而2007年开始的美国次贷危机，影响了好莱坞片厂的资金筹措，市场低迷导致好莱坞电影大片的投入减少，对台湾观众的吸引力减弱，这给了台湾地区的电影产业一个机会，加上台湾地区适时地将文化创意产业列为重点发展产业，大力扶植电影产业成为台湾地区的旗舰级产业，台湾地区的自制电影在多位新锐导演的努力与政策支持下，获得亮眼的票房成绩。如2008年魏德圣执导的《海角七号》成功后，台湾观众开始对本地自制电影重拾信心，开始了这一波复兴的浪潮。

表2 台湾地区电影票房统计

年份		台湾自制影片	内地及香港影片	其他地区影片
2011	部数	36	38	404
	票房 (亿新台币)	7.1	3.7	30.1
	百分比	17.5%	9.1%	73.4%
2010	部数	38	37	367
	票房 (亿新台币)	2.3	1.6	27.0
	百分比	7.3%	5.3%	87.4%
2009	部数	28	30	311
	票房 (亿新台币)	0.6	0.6	26.0
	百分比	2.3%	2.1%	95.6%
2008	部数	26	29	343
	票房 (亿新台币)	3.1	1.8	20.4
	百分比	12.1%	7.0%	80.9%
2007	部数	22	20	354
	票房 (亿新台币)	2.0	0.6	24.4
	百分比	7.4%	2.2%	90.4%

资料来源：台湾电影网。

### （二）电视媒体市场破碎，压低制作成本

根据中国台湾地区“国家通讯传播委员会”的数据显示，台湾地区目前的电视

频道(境内节目与境外节目)超过250个,服务2300万人,频道数量之多为亚洲之冠,相较于韩国只有70个频道服务4000万人口,台湾地区的电视媒体市场相对破碎。电视频道多代表着平均服务的人口数量相对减少,势必会影响收视率与广告营收,众多的频道分食固定的广告量,导致收益降低,电视制作成本跟着降低。在资金与援助不足的状况下,台湾地区自制节目的质量要有显著的提升实为不易,这也成为台湾电视产业发展的隐忧。

同时,在台湾地区竞争激烈、营收有限的影视产业中,特殊领域如特技、武术等方面的人力投入少,无法累积相关的经验,如何长期培养专业影视人才,并提供人才发挥的空间是台湾影视产业目前面临的重大课题。

### (三) 内地市场的磁吸效应

中国内地市场一年有超过10亿人的收视群体与充裕的资金,对台湾影视人才有着强烈的磁吸效应,不少制作公司开始投入内地国产剧的代工或是双方合拍剧的拍摄,除了导演与演员外,剧组人员包括服装、化妆、道具、摄影的所有创作团队都有逐步前往内地发展的态势。

## 五、中国内地与香港、台湾地区的影视发展比较

从20世纪90年代初期,中国内地与香港、台湾地区便开始在影视剧方面进行合作,至今已经有20多年的时间。从三地的影视业情况来看(见表3),内地的优势在于广阔的市场空间;而香港地区在电影产业已经筹得丰富经验,特别是在电影特效制作等方面走在亚洲前列;台湾地区则凭借多年的琼瑶剧和偶像剧在东南亚市场有着广

表3 中国内地与香港、台湾地区经济、人口及电影票房对比

统计类别	内地	香港	台湾
2012年人均GDP(美元)	6049	35961	19888
人口	截至2012年,内地总人口约为13.5亿人	截至2012年,香港地区总人口为717.4万人,增长不足1%	2011年台湾地区人口总数约为2300多万人
电影票房收入(人民币元)	2012年票房为170亿元,同比增长30%	2012年票房为12.8亿元,同比增长12%	2011年票房为8.5亿元,同比增长33%
制片发行与院线分账比	广电总局指导意见*:制片方和发行方43%,院线和影院57%	40:60(制片方40%中的10%需给予电影发行商)	戏院与片商五五分账,片商逐周下降5%
电影屏幕数	13118块	198块	115家戏院 / 592厅

\*大部分国产影片分账比例都在38%~40%之间浮动,只有极少数国产商业大片可以拿到41%以上的比例。资料来源:德勤研究。

泛的影响力。加之香港和台湾本土市场较小,必须依靠影视出口来获得持续发展空间。所以中国内地与香港、台湾地区之间在未来影视方面的合作和借鉴可以走得更远。

### (一) 利用香港特效技术优势,提高影片视觉水平

在香港电影产业的科技特效方面,从2004年推出的特效电影《功夫》(内地票房1.7亿元人民币),到2013年初推出的3D电影《西游降魔篇》(内地票房12.4亿元人民币),两部电影除去引人入胜的情节外,科技特效也极大地拉升了影片的视觉水平,甚至可以与美国一些特效大片相提并论,而内地和台湾电影则在此方面相距甚远。

此外,新的技术将带动新的市场。目前中国内地的视频网站发展迅速,为三地的影视剧播出市场带来更广阔的空间。加之现在移动智能终端的普及率不断提高,毫无疑问,未来视频网站将促使更多影视剧产品深入中国内地各级城市。

### (二) 利用香港、台湾地区出口市场,拓展影视剧销售渠道

据国家广电总局电视剧司数据,2012年中国内地电视剧产量已达1.7万集,居世界第一位。但与美、韩等电视剧强国形成反差的是,中国电视剧海外销售量下降趋势明显。以韩国为例,2011年韩国以电视剧为主的文艺产品出口额达到7亿美元,而中国内地电视剧出口额仅在1亿元人民币左右徘徊。如果中国内地电视剧能够打开出口市场,无疑将极大地提高电视剧投资回报率。在这方面,香港和台湾地区都经历过电视剧出口的高潮期,有较为丰富的营销创意和运营人才。如果内地制片机构能够提高自身的国际视野,向香港、台湾地区借鉴海外出口渠道方面的经验,加深三方的合作深度,未来内地的电视剧市场还会有更广阔的发展空间。

简言之,中国内地与香港、台湾地区未来能够在电影和电视产业方面的合作还有很多。目前合拍模式已成潮流,尽管仍存在文化背景不同以及审批手续繁杂等挑战,但是相互借鉴成功经验,提高影视剧的影响力并降低影视投资风险,必将仍是未来三地影视发展的主要方向。

周锦昌 德勤中国审计合伙人 | 科技、传媒和电信行业主管合伙人  
李美虹 德勤中国研究与洞察力中心经理 | 科技、传媒和电信行业研究员

德勤中国版权所有。未经许可,不得以任何形式转载。