



储钰琦：改革开放40年中国电视剧产业探索之路

来源：中国艺术报 2018-11-30 浏览量：331

分享到：

电视剧与时代变迁紧密相连，在改革开放40年波澜壮阔的历史进程中，它是社会发展的见证者和记录者，也是产业发展的探索者和践行者。改革开放40年，市场经济就像只“看不见的手”，开启了中国电视剧市场化、产业化发展的探索之路：从“事业”阶段迈入“产业”阶段，从过去的“政治宣传品”过渡到“艺术作品”，再发展成如今的“文化产品”，其产业发展经历了孕育、形成、转型、升级的变化过程。这一探索之路既享受了机遇红利，也经受了严峻考验，如今中国作为电视剧第一生产大国、第一播出大国的地位日益巩固，电视剧更是成为最受欢迎、最被关注、最普遍作用于人民群众美好生活需要的精神食粮。回顾中国电视剧产业40年走过的路，其市场变迁、产业轨迹之脉络清晰可辨。

在转型中孕育

1978年至1992年是中国电视剧产业孕育期。1978年党的十一届三中全会吹响了我国改革开放的号角，商品经济和市场经济力量逐步渗透到各行各业。1979年1月28日，上海电视台播出了我国第一条电视广告，电视的产业属性初露端倪。以往单纯依靠国家财政拨款已不能满足电视事业发展的需要，电视剧作为最主要的电视节目类型，在市场化、产业化探索方面承担起了重要角色：有以企业赞助、贴片广告为主的商业融资，有电视台与电视台之间的无偿交换（物物交换），有电视剧制作机构与电视台之间的有偿交换等，全国性电视剧交易市场网络初步形成。不过这些商业运作并不以换取实际的市场回报为目的，不求利润，交易价格与价值不对等，具有明显的简单商品经济特征，可以说，电视剧正处于一个市场意识相对薄弱，市场化程度较低产业初级发展阶段。

1986年4月《关于实行电视剧制作许可证制度的暂行规定》颁布后，电视剧的制播关系由“制播合一、自制自播”向体制内的“制播分离”衍变，专业化及社会化分工不断深化，开始朝着工业化生产、社会化大生产方向发展。此时的电视剧已具备精神与商品双重属性，成为了一种特殊的文化产品，这是中国电视剧市场化、产业化发展的前奏。

在扶持中形成

1992年至2003年是中国电视剧产业形成期。当电视剧作为商品的观念越来越成为共识，电视剧市场化、产业化的条件就越趋于成熟。1992年2月，北京文化艺术音像出版社投资200万元制作了电视剧《爱你没商量》，中央电视台以350万元购买了该剧的播映权，首次实现了以现金购买电视剧播映权的交易形式，充分体现了市场特征，电视剧的交易价格与价值趋于接近，这是中国电视剧史上第一部获得利润的剧集，也标志着中国电视剧产业的开端。

伴随着国家对文化体制改革和文化产业发展的利好政策，电视剧行业经历了市场意识和产业理念上的根本性转变，从单纯生产型迈向生产经营型，生产电视剧不再是为了无偿交换（物物交换）、有偿交换或象征性交易，而是为了实现扩大再生产。

为了更好地培育和扶持电视剧市场，政府发挥市场引导与调控职能，相继出台《电视剧制作许可证管理制度规定》《关于实行国产电视剧发行许可证制度的通知》等管理条例。制作准入方面，允许部分社会资金进入到制作领域，推动了电视剧社会化、市场化、规模化发展；发行准入方面，明确审查标准和流程，确保进入流通环节的电视剧符合国家主流意识形态的舆论导向。由此，中国特色的双准入式电视剧制播体系基本成型，促进了市场健康有序，涌现了一大批兼具社会效益和经济效益的电视剧精品。

在规范中升级

荆学民：坚定政治自信，
中国网络空间安全协会
百校代表研讨艺术与传
理工学部中文新闻自动
我校脑科学与智能媒体
理工学部举办“科研改
2016中韩传媒产业论坛
全国百所示范性高职院
2016第三届音乐产业高

课题大观

中国特色政治传播理论与策



摘要：巨
《中国传
体系研
传播为
课题，世

中国影视文化软实力提升的战
存储产品及系统性能测试评价
分布式宽带业务制作协同环境
基于统计模型与运动基的物体
新一代宽带无线移动通信网
媒体大数据内容聚合、分发和

2003年至2012年是中国电视剧产业升级期。2003年8月，政府第一次向全国8家民营电视剧制作机构核发了《电视剧制作许可证（甲种）》，从此民营电视剧制作机构获得了与国有电视剧制作机构同等的法律地位，实现了体制外的制播分离，不再是以往体制内的制播分离，电视剧市场从无序向规范的调整，正式拉开电视剧产业升级的帷幕。此外，在数字技术和信息技术的渗透下，网络视频成为电视剧播出新平台，彻底改变了以往电视台的单一播出平台，由“渠道为王”转向“内容为王”电视剧产业触角得到延伸与升级。

以资本和新媒体为代表的各种力量涌入电视剧行业，全方位推动电视剧产业升级，逐步形成了涵盖创作、生产、购销和消费四个环节在内的创作方、投资方、制作方、发行方、播出方（购买方）、观众和广告主等多方参与的基本完善的产业链形态。

2013年全年生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的电视剧总量首次突破1万集，并以年均1000集左右的速度增长，不论市场规模、产业效益，还是资本趋向、行业前景，电视剧已成为整个电视领域产业化程度最高的节目类型。不过，市场调节的盲目性和滞后性带来了国产电视剧产能过剩、质量滑坡、同质竞争等问题，由追求数量增长向追求质量提升转型迫在眉睫，内容品质竞争成为电视剧产业升级的助推器。

在变革中繁荣

2012年至2018年是中国电视剧产业繁荣期。自2012年起，国家相继出台了《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的通知》《〈广播电视广告播出管理办法〉的补充规定》《关于进一步加强和改进境外影视剧引进和播出管理的通知》《关于进一步落实网上境外影视剧管理有关规定的通知》、对卫视综合频道黄金时段电视剧播出方式进行调整、《关于支持电视剧繁荣发展若干政策的通知》等一系列政策、法规、条例，通过多项举措鼓励电视剧精品创作生产，营造电视剧品质制胜的健康氛围。这些新政新规是电视剧产业生态进入新拐点的重要风向标，电视剧市场迎来新一轮变革，电视剧产业进入了黄金机遇期。

电视剧的传统制播市场探索制播“新模式”，定制剧、IP剧、长剧、周播剧等荧屏“新剧”轮番试水，一大批艺术与商业双赢的现象级电视剧作品涌现；电视剧的新兴网络市场彰显合作“强潜力”，从“先台后网”到“台网同步”，再到“先网后台”，台网关系在博弈中深度融合，催生更多元的商业模式；电视剧的海外版权市场实现拓展“多突破”，出口总量稳步增长，传播范围逐步扩大，传播渠道不断创新，目前已销售遍及100多个国家和地区。

2010年以来，中国电视剧保持着每年15000集左右的产量，平均每天制作完成45集。2017年全国全年电视剧制作投资额达到242.26亿元，国内销售额达到265.41亿元，电视剧的广告收入、付费收入、海外收入总计达到1020亿元。政府规制、行业自觉、业界共识、市场调节等多方力量都在助力中国电视剧产业繁荣发展。

中国电视剧产业取得的成就倾注了数代中国电视剧人勇于探索、敢于创新的精神。总结规律与经验，可以发现不论在产业发展的哪一阶段，处理好政策与市场、数量与质量、制作与播出、生产与消费、引进与输出这五大关系是中国电视剧产业探索的重要命题。

习近平总书记在文艺工作座谈会上强调“文艺不能当市场的奴隶”。电视剧亦是如此，它作为一种文化产品必然要通过市场实现价值，然而，经济效益要服从社会效益，市场价值要服从社会价值。产业发展的最终目的是要更好地服务产品的内容，生产既能在思想上、艺术上取得成功，又能在市场上受到欢迎的电视剧产品是中国电视剧产业探索的核心驱动力。

如今站在改革开放40年的历史节点上，站在中国特色社会主义进入新时代的历史机遇上，中国电视剧产业整装待发、焕发新气象，推动质量变革、效率变革、动力变革，加快新时代电视剧高质量发展，正努力实现中国从世界电视剧大国迈向世界电视剧强国。

（编辑：曹琬晨）



[关于我们](#) [友情链接](#)

版权所有 © 中国传媒大学 / 京 ICP 备 10039564 号 京公网安备 110402430031 号

地址：北京市朝阳区定福庄东街一号 / 邮政编码：100024 / 技术支持：中国传媒大学信息化处 苏迪科技