

从专业逻辑到资本逻辑： 中国电影生产主体的社会网络分析 ——基于2004-2014年电影制片人和导演的合作关系

李彪 陈璐瑶

摘要

本研究采用社会网络分析方法分析了2004-2014年国内片票房较高的电影职员表中的电影制片人和导演的合作关系，通过分析发现和2004年相比，2013年电影生产者关系网络的密度、度数中心性和中间中心性都保持了上升。同时，一部分制片人群体逐渐占据了网络中的中心地位。说明电影制片人的角色回归，电影生产主体关系网络越来越走向不均衡和中心化、集权化，电影生产关系网络以少数电影公司为核心形成不同的“圈子”。以资本为逻辑的“跨业”、“跨界”和协同生产的电影生产机制逐步形成。

关键词

电影生产、资本逻辑、社会网络分析、生产霸权

作者简介

李彪，中国人民大学新闻学院讲师，中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员。电邮：libiao@ruc.edu.cn。本成果系“中国人民大学科学研究基金项目明德青年学者计划”（资助编号：14XNJ025）的部分成果。邮编：100872

陈璐瑶，中国人民大学新闻学院研究生。电邮：clydechen1990@foxmail.com。

From Professionalization to Capitalization: the Social Network Analysis on Movie Makers in China based on the Partnership Between Movie Producers and Directors from 2004 to 2014

LI Biao CHEN Luyao

Abstract

Based on staff tables of chosen films from 2004 to 2014, which represent the partnership between movie producers and directors, this paper uses social network analysis to study

changes of cooperative relation in from 2004 to 2009 and 2013. The results show that compared to 2004, the network density and centrality are higher. Meanwhile, some movie producers' point centrality and betweenness centrality gain a significant increase, which means they start to occupy the core positions in the network. The logic of capitalization is also the deep factor that leads to producer-centered production mechanism and company-cored production network. In the future, more trans-boundary production and collaborative production will appear. The boundary among different media industry will also tend to be blurred.

Keywords

film production, capital logic, social network analysis, production hegemony

Author

Li Biao is a lecturer at School of Journalism and Communication, Renmin University of China, and faculty of Journalism and Social Development Research Center. Email: libiao@ruc.edu.cn. Funding: part of the achievements of "Renmin University of China Department of Science Research Fund for young scholars of Ming De plan" (Grant No.: 14XNJ025).

Chen Luyao is a graduate student at School of Journalism and Communication, Renmin University of China. Email: clydechen1990@foxmail.com.

一、研究缘起

自2003年中国电影业开启产业化进程,近十年来,中国电影产业正逐步走向成熟和完善,因此,研究中国电影产业的生产机制及流程很有必要。电影产业中不同生产机制的形成和变动,会对电影产品的内容生产带来或阻碍或促进的影响。以美国的好莱坞为例,从20世纪初到20世纪二三十年代,好莱坞的电影产业经历了高景气、爆发式的成长,电影生产成为了可以按“配方”投入资源、按流水线设置分工、从而大规模制造电影产品的“工业”。在这样的背景下,一种新的电影生产机制——“制片人中心制”——开始形成。正是在制片人中心制及培养的大批职业导演的支撑下,好莱坞电影产业进入了发展的“黄金时代”(林天强, 2011:110-116)。

因此,本研究的问题为:中国电影产业发展至今形成了什么样的电影生产机制?在电影的生产过程中,电影(内容)生产者之间形成了什么样的关系?这种关系有什么特征,其中的权力结构又是如何?形成这些特征和结构的深层次原因又是什么?

二、文献综述

根据人类学家鲍得尔梅克(Powdermaker,1950:19)对好莱坞的研究,好莱坞的电影生产者实际上不喜欢“圈外”社交,在日常生活中接触得更多的是同样做着电影生产工作的人——他们一起工作、吃饭、聊天和娱乐。那么,在一定程度上,电影生产者之间的工作关系支撑并形成了其大部分的社交网络。

关于电影生产者之间的关系。国外已有学者在对20世纪30年代的好莱坞的研究中提出了一种结构性的假设。罗斯滕(Rosten,1970:60-6)首先以社会学的视角将好莱坞视为一个动态的社会实体,并将好莱坞的社会阶层划分为“同心圆”结构。在“同心圆”结构中,处于最中心的“圆”所代表的“圈子”是“电影精英”——根据罗斯滕的说法,他们处于电影业权力和声望的中心,由少数知名制片人、导演、演员和编剧组成;第二个“圈”是除了电影精英之外那些参与好莱坞社会和职业生活的制片人、演员、导演和编剧等等;最外层的“圈”则包括了大量的电影底层工人和技师。

罗斯滕对好莱坞社会阶层结构的划分具有开创性,但是他划分的标准主要是基于各个电影生产者的收入。比如,他将好莱坞电影精英的标准设为“每年至少挣七万五千美元”,在这个标准下,好莱坞的精英由大约250个人组成——包括制片人、管理人员、演员、导演、编剧等各式各样的关键人物——其中大部分是制片人。鲍得尔梅克(Powdermaker,1950:19)也认为,在好莱坞的地位是由收入和权力决定的,电影生产者之间关系的不平等可以通过对名字的使用可以看出:处于权力结构上层的人对所有在他们地位之下的人都“直呼其名”,而那些处于权力结构下层的人反过来则不会这么做。还有学者发现,好莱坞电影工业中存在按照“创意性劳动”和“技术性劳动”的标准将电影工作者分别划分“线上”(above the line)和“线下”(below the line)的现象(Scott, 2011:71-73)。“线上”阶层的工人拥有更多的特权——他们有较强的议价能力,能够和雇主单独协商报酬,并且企业对他们的支出都被明确地列为预算项目;“线下”阶层的工人则不具有单独议价的能力,他们常常是通过集体谈判与雇主协议薪水,并以集体的形式从工会获取收益。这些带有政治经济学视角的研究为提供了极大的借鉴,虽然获取电影生产者的收入水平资料存在难度,但我们可以从工作关系入手,研究电影生产者,如制片人和导演之间在生产机制中所形成的关系及其结构特征。有学者(Sullivan,2009:39-53)指出,这种关系网络,在一定程度上也是社交网络,在电影群体的构建中发挥了重要作用。

此外,电影生产者的关系结构还会受到其他经济、政治、文化等因素的影响而呈现出不同的特征。比如,电影产业中电影人隶属公司的不同;各个产业链环节中各公司的发展、联盟和兼并;电影生产者群体的私人社交(受到个人性格、兴趣、职业、地域等影响)等等。

在实际研究中,收集上述资料,特别是诸如收入水平、社交圈子这些私人性的资料可能存在一定的难度。而民族志方法,如奥特纳(Ortner, 2009:175-189)所分析,可能存在“进入”的困难。然而,电影的生产过程必定存在着“深层文本”(deep texts)——或是“完全嵌入式”(fully embedded);或是“半嵌入式”(semi-embedded)或“公开显露”(publicly disclosed)——记录着电影生产实践(Caldwel, 2009:121-124)。本研究认为,电影的职员表就是一种嵌入了电影生产过程的“深层文本”,中国电影产业的生产机制实践可以通过电影职员表在一定程度上展现出来。比如,职员表的职位名称、分工、排序以及合作关系等细节,可以在一定程度上反映出电影生产者群体的关系结构。因此,本文采用社会网络分析方法分析电影职员表,试图呈现出电影生产者的合作关系网络,并进一步探究其中的关系结构和深层因素。

三、研究假设

本研究利用2004-2014年中国电影票房数据、职员表中制片人、导演等数据,运用社会网络分析方法对其进行分析,从而对电影生产者合作关系网络的变化和结构进行系统性的观察。本研究将对以下假设进行检验:

在电影产业刚起步的2003年,在导演中心制的影响下,电影生产实践常常是制片人和导演固定搭配保持稳定合作,以降低“生产成本”。各主要导演和制片人之间的合作缺乏流动性。随着电影产业的发展,生产机制由导演中心制向制片人中心制发展,制片人群体在市场化中走向职业化,成为专业的制片人群体,牵头、参与更多电影的生产过程。这可能会导致制片人和导演(或其他制片人)之间产生更多的合作关系。因此,本研究假设电影制片人和导演合作关系随着时间的推移,合作的密度增加,从而使合作关系网络的密度上升。

H1: 2013年电影制片人和导演合作关系网络的密度超过2004年和2009年。

从导演中心制向制片人中心制的发展实际上也是一个权力逐渐集中到核心制片人群体上的过程。制片人群体将成为电影生产实践中的中心群体,协调起电影生产的各个环节。因此,本研究假设随着时间的推移,中国电影制片人和导演关系网络

将逐渐走向不均衡和中心化、集权化。

H2: 2013年电影制片人和导演合作关系网络相较于2004年更加不均衡和中心化。

如果中国电影生产机制从导演中心制发展成为了制片人中心制,那么制片人将在网络中占据越来越核心的地位。

H3: 2013年电影制片人和导演合作关系网络相较于2004年,制片人群体在网络占据了更为核心的位置。

电影工作者隶属公司的不同,以及各个公司之间的合作与结盟可能是影响电影产业中关系网络形成不同“圈子”的主要因素。因此,本研究假设近几年随着电影产业走向成熟,电影制片人和导演关系网络中会存在不同的以公司或公司联盟为核心的“圈子”,即合作子网络。

H4: 2012-2014年电影制片人和导演合作关系网络以电影公司为核心形成不同的“圈子”。

随着电影市场商业化运作的成熟,电影公司的运营越来越规范化和有序性,在电影产业中的作用和角色日益突出,独立的电影制片人和导演越来越依附于这些电影公司,形成了一个圈群。

四、研究方法

(一) 数据来源

本研究选择2004年至2014年作为研究的时间跨度,选择2004年、2009年和2013年当年度票房排名前15名的国产电影的职员表数据,分析其中电影制片人和导演形成的合作关系。年度电影票房排名参考“电影票房数据库”¹。中国电影票房数据库主要来源于<http://58921.com/>,该数据库是国内目前比较权威和全面的电影票房数据库。

在按照票房排名选择电影的过程中,本研究剔除了内地电影制片人或导演没有主要参与摄制的影片,保留了内地电影制片人、导演有主要参与的影片,包括内地电影制片人和香港、台湾、澳门等导演合作合拍的影片。

其中,因电影数据库中2004年符合上述要求的国产电影数量不足,最终只入选了13部(该年度香港电影占据了国产电影票房排行榜大部分的席位,且多数是以香港方为主创,故予以剔除)。2004年、2009年和2013年进入名单的国产电影的票房合计分别为3.857、23.14和68.06亿元,占当年度国产电影票房总额的比例分别为46.75%、65.87%和53.31%,均在50%左右或超过50%,可以较好地代表当年度国产电

影的生产状况。

根据名单中电影的职员表及相关资料,本研究整理出其制片人、导演名单。在电影制片人和导演名单方面,一部分电影(特别是电影产业发展早期,如2004年的电影)的职员表并没有专门设置“制片人”一职。针对这个情况,本研究选择其职员表的“监制”名单作为替代(监制在电影生产实践中承担着与制片人相类似的职责)。而一部分电影的职员表中,除了“制片人”之外,还设有“执行制片”、“制片主任”、“联合制片”等职位。有学者指出,制片工作实际上并非一个制片人的工作,而是制片团队的工作。中国当下的制片人的概念、内涵与职责都颇为复杂,通俗来说,制片人或总制片人是“老板级”,执行制片人和监制也常常承担大部分制片人工作。对此,为统计方便,若在职员表中存在多名与“制片”相关职位的情况下,本研究统一选择“总制片人”或“制片人”纳入统计。此外,对于职员表中的一部分不重要的港澳台制片人,本研究予以剔除。

此外,本研究试图探究、剖析电影生产者之间的关系结构特征。考虑到上述所收集的2004年、2009年的数据距今较为久远,且这些纵向数据仅是为展示一种历时性的变化过程,而无法较为真实、全面地反映出当前尤其是近几年中国电影产业电影生产机制的状况。因此,本研究按照上文设定的标准另收集2012年和2014年的电影数据。

其中,2012年和2014年进入名单的国产电影的票房合计分别为48.14和87.75亿元,占当年度国产电影票房总额的比例分别为58.19%和54.32%,均大于50%,可以较好地代表当年度国产电影的生产状况。根据名单中电影的职员表及相关资料,整理出其制片人、导演名单。

(二) 数据处理和分析

本研究利用UCINET6软件对所收集数据形成的矩阵进行社会网络分析。

将上述所收集的43部电影制片人和导演名单构建成分别代表2004年、2009年、2013年和2012-2014年四个不同时间段,电影制片人和导演合作关系网络的邻接矩阵,其邻接矩阵规模为别为 33×33 、 33×33 和 31×31 。矩阵中的一个点表示该列所在的制片人或导演对该列所对应行的制片人或导演的一次合作关系。构建出的邻接矩阵为无向度的对称矩阵。

除了数据分析之外,本研究还将利用其它或“完全嵌入式”或“半嵌入式”或“公开显露”的文本,如公开新闻报道、产业资料、公司材料、案例资料等作为补充资料,相互结合分析。

五、数据结果

(一) 电影制片人、导演网络历时性分析

1. 2004-2013年电影制片人和导演合作关系网络

利用UCINETv6.199自带的NetDraw工具对构建出的2004年、2009年和2013年电影制片人和导演合作矩阵进行可视化处理,形成的制片人、导演合作关系网络如下。其中,以“三角形”图标为标记的行动者代表制片人(在部分电影中是“监制”);以“圆形”图标为标记的行动者是导演;以“正方形”图标为标记的是在一部电影中同时担任制片人和导演的个体。行动者之间合作次数越多,连接行动者的线条越粗(统计出最大的合作次数为2次)。

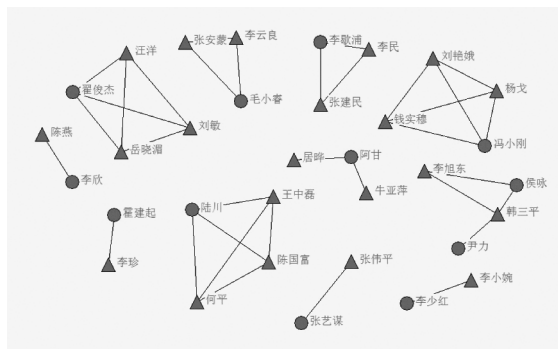


图1 2004年中国电影制片人、导演合作关系网络

可以看出,2004年中国电影制片人、导演合作关系网络出现了一些上文所述的、明显的“制片人-导演”固定组合,比如张伟平和张艺谋。同时,存在一些导演和多位制片人合作了多部作品,比如导演阿甘(刘晓光)与制片人牛亚萍和居晔等人分别合作了《天黑请闭眼》和《时差7小时》两部作品。

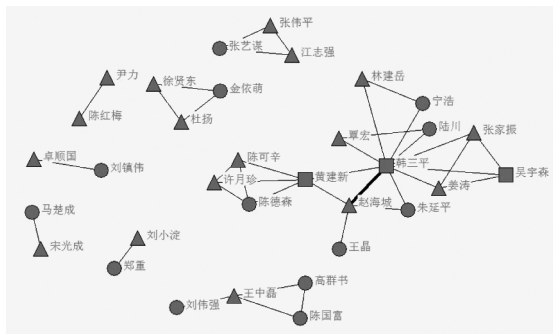


图2 2009年中国电影制片人、导演合作关系网络

从直观上可以看出,相较于2004年,2009年电影制片人和导演的合作关系网络中出现了规模较大、联系紧密的子网络。在这个子网络中,韩三平、黄建新和赵海城三位制片人(韩三平还兼任导演)成为了核心。而在另一个规模较小的子网络中,制片人王中磊成为了核心。

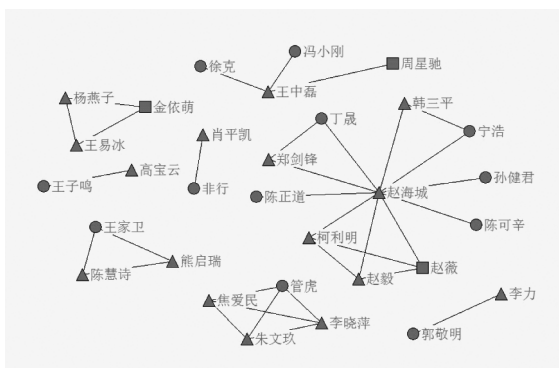


图3 2013年中国电影制片人、导演合作关系网络

2013年电影制片人和导演合作关系网络延续了2009年的特征,在网络中存在规模一大一小的子网络,分别以赵海城和王中磊为核心。同时,更多的电影制片人和导演与这两个子网络产生了合作关系。

2. 2004—2013年电影制片人和导演合作关系网络分析

(1) 网络密度

在社会网络分析方法中,密度(density)指标被用来测量网络中各个行动者之间连接的紧密程度。密度值一般介于0到1之间,值越接近1,则代表彼此间关系越紧密;值越接近0,则代表彼此间关系越不紧密。总体来说,如果网络密度越大,那么该网络可能对其中个体的态度、行为等带来越大的影响。联系紧密的网络不仅为网络中的行动者提供各种各样的资源,同时也可能成为束缚其发展的力量(刘军,2009:11)。

经过计算,2004年电影制片人和导演合作关系网络的密度为0.0644,2009年为0.0693,2013年为0.0710。可以看出,从2004年到2013年,随着时间的推移,网络密度也不断上升。研究假设H1“2013年电影制片人和导演合作关系网络的密度超过2004年”得到验证。

(2) 度数中心性

“中心性”是指网络中权力集中的程度,即网络的集权程度如何?权力在网络中是

如何分配？行动者在网络中处于什么样的权力位置？行动者之间的权力关系是如何？

经计算，2004年电影制片人和导演合作关系网络的度数中心势为3.13%，2009年为25.60%，2013年为28.05%。可以看出，从2004年到2013年，电影制片人和导演合作关系网络的“度数中心势”显著上升。这意味着，随着时间的推移，电影制片人、导演合作关系网络不断趋于“集权”，即中心化和不均衡化。研究假设H2“2013年电影制片人和导演合作关系网络相较于2004年更加不均衡和中心化”得到了验证。从上文对网络的直接观察可以推测，网络中的权力正不断向制片人集中。

节点的中心性体现了节点在网络中的权力地。本研究选择“点的度数中心度”作为衡量节点中心性的指标。如果一个点与其他许多点直接相连，则认为其与其他联系广泛，具有较高的度数中心度，在网络中处于核心位置，并拥有较大的权力。

由于本研究构建的代表2004年、2009年和2013年电影制片人和导演合作关系网络的三个邻接矩阵规模不太相同，分别为33X33、33X33和31X31，从而网络规模也不同，无法直接对比点的绝对度数中心度。因此，本研究进一步选择“相对度数中心度”作为衡量指标。同时，由于所构建的邻接矩阵皆是无向度的，所以可以不考虑中心度的流向问题。

	2004年		2009年		2013年	
	制片人 或导演	相对度数中 心度（%）	制片人或导演	相对度数中 心度（%）	制片人或导演	相对度数中 心度（%）
1	陆川	9.375	韩三平	31.25	赵海城	33.333
2	刘艳娥	9.375	黄建新	15.625	管虎	10
3	冯小刚	9.375	赵海城	12.5	王中磊	10
4	陈国富	9.375	陈可辛	9.375	柯利明	10
5	钱实穆	9.375	许月珍	9.375	赵毅	10
6	刘敏	9.375	陈德森	9.375	赵薇	10
7	杨戈	9.375	姜涛	9.375	焦爱民	10
8	韩三平	9.375	吴宇森	9.375	朱文玖	10
9	翟俊杰	9.375	张家振	9.375	李晓萍	10
10	岳晓涓	9.375	王中磊	9.375	韩三平	6.667

表1

经过计算可得出上表，可以看出，2004年中国电影制片人、导演合作关系网络中各个制片人和导演的相对度数中心度差异不大，但到了2009年和2013年，一部分制片人韩三平、赵海城、黄建新的相对度数中心度显著占据前列，大幅度高于其他制片人和导演。这说明，随着时间的推移，某些大牌制片人开始成为整个生产合作

关系网络的核心。经过进一步整理可以得出下表（兼任制片人和导演的个体分别纳入制片人群体和导演群体计算）：

	制片人群体平均相对度数中心度（%）	导演群体平均相对度数中心度（%）	两者差值
2004年	6.845	5.729	1.116
2009年	8.438	7.422	1.016
2013年	8.519	5.111	3.408

表2

可以看出，制片人群体的平均相对度数中心度从2004年到2013年基本保持上升，与导演群体的平均相对度数中心度的差值也基本保持扩大（虽然2009年略有下降）。这在一定程度上可以说明，从2004年到2013年，制片人群体在电影制片人、导演合作关系网络中的地位逐渐上升，占据了越来越核心的地位。这些都进一步证实了研究假设H3“2013年电影制片人和导演合作关系网络相较于2004年，制片人群体在网络占据了更为核心的位置”。

需要说明的是，数据中王中磊的相对度数中心度变化不大，可能是因为入选的部分年份中华谊兄弟部分电影因票房表现不佳而未进入国产电影前15名，从而未进入数据采集范围。

（二）电影制片人、导演网络现状分析

1. 2012-2014年中国电影制片人、导演合作关系网络

为了研究中国电影制片人、导演合作关系网络的现状，进一步探究电影生产者群体之间的关系结构特征，本研究将“研究方法”章节中所构建的2012-2014年中国电影制片人和导演合作关系矩阵加以整合，利用UCINET自带的NetDraw工具进行可视化。

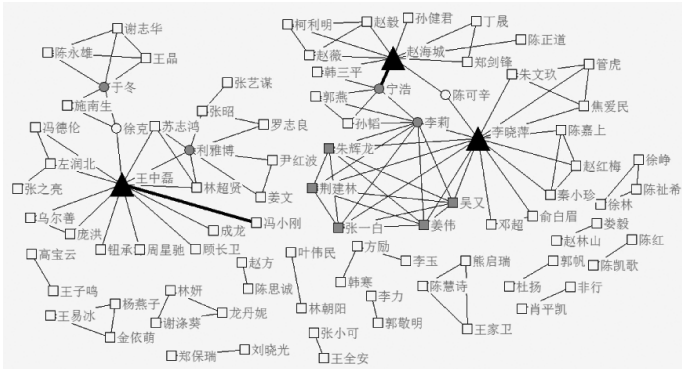


图4 2012-2014年中国电影制片人、导演合作关系网络

由于网络规模较大，本研究对网络中节点的度数中心度和中间中心度进行了排序处理，并将这两个属性的排序可视化。其中，节点的形状按照节点中间中心度的大小进行了分类（具体数值如下表），三角形节点的中间中心度大于圆形节点，圆形节点的中间中心度大于正方形节点，中间中心度最大的前三个节点（即图中的三个三角形节点）的大小在网络中被放大。可以看出，下图居于网络边缘地位的大部分是正方形节点，居于核心地位的多是三角形和圆形节点。

	2012-2014年	
	制片人或导演	相对中间中心度（%）
1	王中磊	6.121
2	李晓萍	5.373
3	赵海城	4.397
4	利雅博	2.700
5	陈可辛	2.580
6	徐克	2.539
7	李莉	1.965
8	于冬	1.684
9	宁浩	1.537
10	左润北	0.615
11	张昭	0.615
12	方励	0.027
13	其余人	0

表3

同时，节点的颜色还按照节点度数中心度的大小进行了分类，节点颜色越深（黑色），其中心性越大；节点颜色越浅，其中心性越小。另外，线条较粗表示节点之间的合作达2次。

从图4可以看出，2012-2014年中国电影制片人、导演合作关系网络中存在三个较为明显的核心，即图中的三个三角形节点：王中磊、赵海城和李晓萍。三人皆是主要制片人（王中磊在部分电影中担任的是监制一职）。这进一步验证了研究假设H3。

网络中，中间性和中间性都相对较大的节点（表现为节点颜色介于黑色与白色

之间,节点形状为圆形或正方形)包括利雅博、宁浩、于冬、李莉、陈可辛和徐克等人,其中大部分为制片人,而陈可辛和徐克有导演、制片人和监制等多重职位身份。这些节点围绕“第一核心”——王中磊、赵海城和李晓萍——形成了次核心,成为“第一核心”对外连接中的重要节点和网络中的“次核心”。

网络中还存在上文提及的一些现象,比如,导演“跨业”制片人、制片人“跨业”导演和明星“跨业”导演。比如,曾在2004年电影制片人、导演合作关系网络中出现过的导演阿甘(刘晓光)在2014年以制片人的身份与香港导演郑保瑞合作了《西游记之大闹天宫》;曾在2009年担任《十月围城》监制的陈可辛,在2013年、2014年又分别执导《中国合伙人》和《亲爱的》;演员邓超在2014年执导兼主演《分手大师》。同时,业外人士“跨界”现象也比较明显。比如,在年轻群体中颇有影响力的作家郭敬明和韩寒进军电影业,分别执导《小时代》系列和《后会无期》;而一些电视节目导演和制片人也跨入电影业,比如龙丹妮担任制片人,谢涤葵、林妍执导的《爸爸去哪儿》。

2. 网络中的凝聚子群分析

利用UCINET软件取 $n=2$ (距离最大不超过2)、网络规模最小为4(宗派中至少存在4个节点),得出网络中存在以下11个“2-宗派”:

(1) 李晓萍 赵红梅 陈嘉上 秦小珍 李莉 陈可辛 朱文玖 焦爱民 管虎 邓超 俞白眉 姜伟 吴又 荆建林 朱辉龙 张一白

(2) 李晓萍 李莉 宁浩 赵海城 陈可辛

(3) 宁浩 赵海城 柯利明 赵毅 赵薇 陈可辛 郑剑锋 丁晟 孙健君 韩三平 陈正道

(4) 王中磊 成龙 庞洪 乌尔善 冯小刚 利雅博 左润北 冯德伦 钮承泽 苏志鸿 林超贤 周星驰 徐克 顾长卫

(5) 王中磊 张昭 利雅博 罗志良 苏志鸿 林超贤 尹红波 姜文

(6) 王中磊 于冬 徐克 施南生

(7) 王中磊 左润北 冯德伦 张之亮

(8) 张昭 利雅博 罗志良 张艺谋

(9) 李晓萍 孙韬 李莉 郭燕 宁浩 姜伟 吴又 荆建林 朱辉龙 张一白

(10) 孙韬 李莉 郭燕 宁浩 赵海城 韩三平

(11) 于冬 陈永雄 谢志华 王晶 徐克 施南生

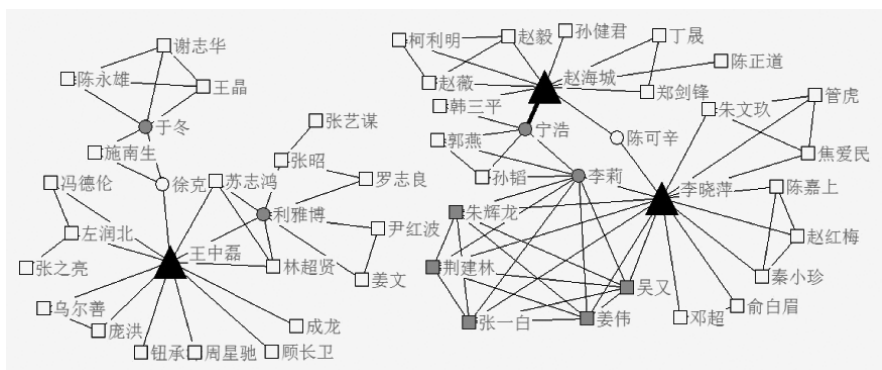


图5 2012-2014年中国电影制片人、导演合作关系网络中的11个“2-宗派”

根据Lambda集合分析结果，进一步剔除掉在上述11个“2-宗派”中不占重要地位的制片人和导演，以及相互重叠的2-宗派后，可以将上述11个“2-宗派”简化为以下7个：

- (1) 李晓萍 赵红梅 李莉 朱辉龙 朱文玖 焦爱民 姜伟 吴又 荆建林
- (2) 赵海城 韩三平 宁浩 柯利明 赵毅 陈可辛
- (3) 李晓萍 赵海城 李莉 宁浩 陈可辛
- (4) 王中磊 庞洪 冯小刚 利雅博 左润北 张昭
- (5) 于冬 陈永雄 谢志华 王晶 徐克 施南生
- (6) 王中磊 于冬 徐克
- (7) 赵海城 韩三平 孙韬 李莉 郭燕 宁浩

结合产业资料和新闻报道分析上述7个宗派，可以发现各个“2-宗派”具有鲜明的公司隶属和联盟特征。

宗派1中，李晓萍是度数中心度和中间中心度最高的节点，成为该宗派的核心。李晓萍是光线传媒的常务副总裁，可以视其为光线传媒的代表。在电影产业链中，光线传媒在电影的宣传和发行方面具有较强的实力，曾经制作出《人再囧途之泰囧》的票房“黑马”；赵红梅是安徽广播电视台原副台长，安徽卫视（安徽广播电视台卫星频道）出于资源互补的考虑，一直与光线传媒保持良好的合作关系，2012年，双方联合出品了电影《四大名捕》；朱辉龙是优酷土豆集团副总裁、集团下属电影公司“合一影业”首席执行官。优酷土豆与光线传媒2014年一直有业务合作，比如联合打造了电影《分手大师》同名网剧。而阿里巴巴在2014年和2015年分别以12.2亿美元和24亿元入股优酷土豆和光线传媒，资本的连结更是将两者结成了

更为巩固的联盟。此外,在该宗派中还聚集了其他一些民营影视文化公司的代表,比如凤凰联动影业总经理吴又、北京钛友文化传播有限公司总经理荆建林、引力影视投资有限公司执行董事姜伟、北京世纪伙伴文化传媒股份有限公司高管朱文玖等。其中,北京世纪伙伴文化传媒股份有限公司已被A股上市公司北京京西文化旅游股份有限公司完全收购。而其全资子公司北京摩天轮文化传媒有限公司也曾和光线传媒合作联合出品过《同桌的你》。因此可以看出,宗派1具有较为明显的“光线传媒系”特征,即以光线传媒为核心形成了联系较为紧密的“圈子”。

宗派2中,赵海城是度数中心度和中间中心度最高的节点。赵海城是中国电影股份有限公司副总经理、中国电影集团公司总经理助理、中国电影集团公司制片分公司总经理。韩三平担任过中国电影集团公司、中国电影股份有限公司董事长。韩三平已于2014年退休,可能因此在退休前几年即2012-2014年逐渐淡出了核心群体。另一位核心黄建新虽也曾在中影集团任职过(黄建新担任过中国电影集团第四制片公司经理),但近几年可能因转向互联网微电影或主要做监制而未进入本研究所收集2012-2014年网络的核心群体中。宁浩是近年来凭借中小成本影片崛起的导演,经常与不同的制片人合作,在早期与中影有较深渊源,是韩三平着力培养的导演新人。赵毅是华视影视投资有限公司副总经理。柯利明则是北京儒意欣欣影业投资有限公司执行董事,是新近崛起的影视制片人。代表作品有《致我们终将逝去的青春》《老男孩猛龙过江》《北平无战事》。陈可辛是出名的导演、监制和制片人,与黄建新在2009年共同成立“我们制作电影工作室”,并同时与保利博纳电影公司组建“人人电影公司”。韩三平也参与了“人人电影公司”的启动仪式,并代表中国电影集团和人人电影公司签署战略性联盟。这些电影公司和中影皆有多次合作关系。因此可以看出,宗派2具有较为明显的“中影系”特征,即以中影集团及其下属公司为核心形成了联系较为紧密的“圈子”。

宗派4中,王中磊是度数中心度和中间中心度最高的节点。王中磊是华谊兄弟传媒集团总裁。华谊兄弟因每年投资冯小刚导演的贺岁片而声名鹊起,随后全面进入传媒产业。庞洪曾担任宁夏电影集团副总裁,现在是上海麒麟影视传媒有限公司首席执行官,庞洪是“制片人中心制”的推崇者,《画皮》系列电影就是其推行制片人中心制的代表作品。其中,庞洪与王中磊合作了《画皮2》。宗派4中聚集了较多以利雅博(香港英皇电影行政总裁)、张之亮、冯德伦、林超贤、成龙、苏志鸿、周星驰等为代表的香港电影人,充分说明了华谊兄弟与香港电影业建立起了紧密的联系。左润北是西安电影制片厂制片主任,也多次与香港导演张之亮、冯德

伦合作参与国内及内地和香港合拍片的制作。宗派4也具有较为明显的“华谊兄弟系”特征,即以华谊兄弟为核心,形成了联系较为紧密的“圈子”。在“华谊兄弟系”中,公司合作关系拓展得更加广泛,不仅有内地的乐视影业、麒麟影视,还有香港地区诸多电影公司。

在宗派5中,于冬是度数中心度和中间中心度较高的节点。于冬是博纳国际影业集团创始人及现任总裁。在“下海”之前,于冬曾任职于北京电影制片厂(后被整合进中国电影集团公司)和中国电影集团公司,在“中影系”的工作经历为其积累了丰富的资源,在1999年与他人共同创立了北京博纳文化交流有限公司后,发行的第一部电影就是黄建新导演的《说出你的秘密》。博纳国际影业依靠发行起家,在香港电影在内地的发行方面成绩斐然。在发行领域取得成功后,博纳转而进入电影产业的制片产业链环节。观察与于冬发生直接联系的节点可以发现,其中大部分是香港电影工作者,如香港导演徐克、王晶。因此可以看出,宗派5具有较为明显的“博纳影业系”特征,即以博纳影业为核心形成了联系较为紧密的“圈子”。

在宗派7中,除了中影的赵海城外,李莉也是度数中心度和中间中心度较高的节点。李莉是北京小马奔腾文化传媒股份有限公司董事长、小马奔腾创始人李明的姐姐。2014年年初,小马奔腾前董事长李明因突发心肌梗塞去世,李莉取代李明妻子金燕接任小马奔腾董事长。小马奔腾以广告代理业务起家,2009年进入电影行业,与中影等合作密切,投资了其多部电影,包括《建党伟业》《黄金大劫案》《无人区》。另外也不乏一些内地与香港的合拍片。郭燕和孙韬皆是小马奔腾管理层,宁浩与小马奔腾合作密切。在小马奔腾刚进入电影业之初,李明就率先找新锐导演宁浩合作。因此,宗派7可以视为中影系和小马奔腾紧密合作关系的“圈子”,赵海城为“圈子”的核心,李莉为“圈子”的次核心。

宗派3和宗派6实际上也是不同宗派间的合作关系所形成的“圈子”。宗派3由合作关系网络中具有较高中间中心性的五人组成,将“光线传媒系”和“中影系”相互联系起来。宗派6主要由关系网络中具有较高中间中心性的另外三人组成,将“博纳系”和“华谊系”两个宗派相互联系起来。另外,制片人之间的“私人隔阂”可能会阻碍两者合作关系的形成。以张伟平和韩三平来说,虽然张伟平和张艺谋此前的《英雄》《十面埋伏》《满城尽带黄金甲》有和中影系的发行公司进行合作,但张伟平曾在2009年公开“炮轰”中影利用对市场资源的垄断打压国产片,并斥责韩三平就像搞个人崇拜的“坐山雕”。这种个人之间的纠纷(或许实际上也是市场竞争冲突的外在反映)在一定程度上阻止了此后两人在业界发生合作关系。

通过上述分析可以看出,在电影制片人和导演合作关系网络中,一些较小的电影公司,围绕中影集团、光线传媒、华谊兄弟、博纳影业这些较大的电影公司,形成了相互合作、联系与重叠的“圈子”。各个“圈子”中还有一些正在崛起的较小的电影公司,如小马奔腾、麒麟影视。这些较小的电影公司同时形成了自己的“小圈子”,或附属或围绕于各个“圈子”,或与多个“圈子”建立起了合作关系,反而成为各个“圈子”之间的中介(图4呈现的合作关系并不完全,各个“圈子”在现实中可能存在更多的合作关系)。这基本验证了研究假设H4“2012-2014年电影制片人和导演合作关系网络以电影公司为核心形成不同的‘圈子’”。

六、结论与讨论

(一) 以制片人群体为中心的电影生产机制

本研究基本验证了提出的研究假设H1、H2、H3。本研究发现随着时间的推移,合作关系网络的密度上升,以度数中心度和中间中心度衡量的网络中心性也基本保持上升。这充分说明,电影生产者关系网络中行动者的联系越来越紧密,且趋于“集权”,出现了占据网络中心地位的电影生产群体。在这个群体中,制片人群体占了大多数,且在制片人群体中,又存在少数几个掌控网络资源流动的核心制片人。

在电影产业发展早期,以导演中心制为特征的电影生产机制,使得导演群体在电影生产过程中是分散且相互间缺乏合作的。而制片人群体与导演群体之间形成的固定搭档,在一定程度上也阻碍了制片人群体之间产生合作关系。因而其网络密度、中心性皆较低。随着电影市场规模扩大,市场化逻辑开始贯穿于电影产业中的各个环节,在市场化的专业分工逻辑下,制片人群体的地位回归。职业制片人成为电影生产过程中的协调人,统筹制片、发行等各个环节,同时参与多部电影的生产过程,在不同制片人和导演群体之间建立联系,提高了网络的密度和中心性。一些制片人在此过程中成长为网络的核心节点,在电影生产关系网络中具有掌控资源流动、根据生产目标调动和分配资源的权力。

(二) 以少数电影公司为核心的电影生产者关系结构

本研究发现,围绕核心制片人所形成的子群体具有明显的公司隶属与联盟特征,其中的核心电影公司为中影集团、光线传媒、华谊兄弟、博纳影业;次核心的电影公司为小马奔腾、乐视影业、麒麟影视、我们制作电影工作室等等。

好莱坞所形成的制片人中心制实际上也是一种权力关系结构,是电影市场中的

垄断结构在电影生产机制上的反映。罗斯滕以一种政治经济学的视角指出, (当时的) 好莱坞被八个主要的公司组织所支配, 这八个主要公司共同占据了美国电影总产值的80%左右, 支配着电影制作、分销(发行)和在院线中的放映——当时好莱坞电影产业的一体化是彻底的。在八大电影公司中又存在主要四个核心公司, 而“好莱坞和整个电影产业的权力和名望, 都分布于这四个主要公司管理者的周围”(Rosten, 1970:60-64)。从产业组织理论的SCP分析框架来看, 市场结构决定厂商的市场行为, 在垄断的电影市场下, 形成以制片人(核心制片人是垄断公司的高管)为权力中心的“垄断”的电影生产机制也是理所当然。

根据艺恩咨询《2013-2014年中国电影产业研究报告》, 2013年电影制片公司市场份额前10名中, 中影占5.0%, 排名第一; 光线影业占3.3%, 排名第二; 华谊兄弟占2.8%, 排名第三; 博纳影业占2.0%, 排名第七。2013年电影制片公司市场份额前10名与2012年相比有较大的变化, 民营电影公司的市场份额波动尤其明显。这在一定程度上说明, 中国电影制片公司的发展还未进入成熟的垄断阶段, “与市场发展稳定的好莱坞六大制片公司相比, 还存在相当大的差距”。

(三) 以“资本”为主导逻辑的“跨业”、“跨界”行为

本研究发现2004-2013年电影生产者合作关系网络的中间中心势经历了一个先升后降的过程。经过计算, 这与2004-2013年节点相对度数中心度排名前10中制片人所占比例(2004年为76.92%, 2009年为80%, 2013年为69.42%)的走势保持了“同步”。结合相关数据分析这种先升后降的变化可能是因越来越多的“跨业”电影生产者进入网络的核心群体而导致的。

2012-2014年电影制片人和导演合作关系网络的核心群体中就包括了一些“跨业”人士, 比如陈可辛、徐克。而一些制片人如黄建新、韩三平本身也是“跨业”人士。这些“跨业”人士一般除了担任导演外, 还具有担任制片、监制的专业能力。然而, 另一些“跨界”的业外人士进入电影业担任导演或者制片人却依然获得了成功, 这可能说明, 拥有“多面手”的专业能力可能并非进入核心群体的主要因素。如在韩寒执导的电影《后会无期》的生产过程中, 电影制片人路金波并没有影视业的经验。于是, 负责商务和外联的路金波为韩寒找来了另外两位制片人——方励和于冬——分别负责制片和电影的宣传发行。路金波和方励还是《后会无期》的投资方。最终, 《后会无期》获得了电影票房上的成功。

在这个案例中, 韩寒并非一个专业导演, 甚至在电影的拍摄过程中, 还展现出了种种“不职业化”的行为。路金波也并非专业制片人, 但是, 他通过自己的社会

关系为韩寒联系到了两位分别负责制片和电影宣发的“职业”制片人。

因此,本研究认为,市场化专业分工逻辑下的“制片人中心制”虽然已经成为中国电影生产机制的主流,但并非电影生产机制的核心逻辑。可以说,市场化下的“制片人中心制”倡导的生产分工培养出了大批职业制片人和职业导演。但实际支配和协调这些“职业化工人”的背后力量是“资本”(资本的拥有者)。类似“跨业”、“跨界”的业界现象,实际上是资本逻辑开始占据主导的表现。

从资本逻辑出发,可以更好地理解其他“跨业”和“跨界”现象。明星的“跨业”行为可以说是依托了其个人的社会资本和知名度。而一些出版业或电视业人士的“跨界”,一方面依托的是社会资本,另一方面依托的则是其拥有的“知识产权”这一无形资产。优质的知识产权是优质的无形资产。很多电影,如《匆匆那年》《北京爱情故事》,以及电影《三体》《甄嬛传》皆是从原版小说或电视剧改编的、围绕知识产权的开发项目。如果各类资本能够更紧密地结合,那么“跨界”和“跨业”变得会更加普及和容易。在资本逻辑下,处于非核心地位的职业制片人和职业导演实际上也成了附属“工人”。比如张艺谋在与过去的制片人搭档张伟平“分道扬镳”后,最终签约了乐视影业,成为乐视旗下众多职业导演中的一个。当然,张艺谋本身也具有一定的无形资产,如其个人依靠多部影片所积累起的品牌影响力。这或许能使其与一般的职业导演区别开来。但在2012-2014年的关系网络中,张艺谋已经处在网络的权力边缘位置。

(四) 资本逻辑下电影公司的市场地位

由于传媒产业作为一种精神文化产业,产业链相对复杂,在媒介融合的背景下,已经从过去的价值链运作慢慢演变成成为各种软硬件批次支撑的产业价值系统,而且与社会外部资源联系紧密(喻国明等,2004:294-295)。因此,即使电影公司在电影某个产业链(价值链)环节中不处于核心地位,若其具有较大的产业价值,仍可能成为产业中的核心。

因此,摆脱单一产业链视角,从电影全产业链的角度来分析各个电影公司的市场地位,实际上,在电影发行环节,中影、光线传媒、博纳影业和华谊兄弟具有较高的市场集中度。根据艺恩咨询2012-2014年《中国电影产业研究报告》,2012-2014年电影发行排名前10的电影公司总共分别占据了89.18%、66.14%和86.28%的市场份额,根据经验法则判断其市场集中度指标CR4和CR8,均属于高度集中。这种在制片市场分散而在发行市场集中的状况,实际上是“纵向一体化的表现”。科茨(Corts, 2001:509-528)就指出,共同属于同一个发行公司的多个制片公司之间

不像是互为竞争对手,而更像是一个一体化的公司。即使制片公司与发行公司没有“多对一”的隶属关系,但通过产业结盟与合作,具体来说即“联合制片”的方式,可以形成类似纵向一体化的效果。在政治经济学学者看来,这实际上也是公司权力集中的表现(莫斯可,2013:212)。因此,从电影全产业链价值的角度审视这些电影公司的市场地位,可以认为其在电影产业中占据了强势的地位。这是形成以少数电影公司为核心的电影生产者关系结构的市場基础。

中国电影产业开启产业化进程以来,这些电影公司就没有停下过在全产业链布局的步伐。其中一个突出表现是,2009年才正式进入电影业的小马奔腾,在2011年就宣布成立北京小马奔腾影院投资有限公司,开始涉足院线建设。民营电影公司的灵活性,使得其相比于中影、华影等国营电影公司在资本运作上更具优势。虽然中影、华影具有行政赋予的天然垄断权(垄断了进口分账片的全国发行权,但最近这种权力被削弱了),但民营电影公司通过IPO上市、兼并收购等资本运作,在自身主业的基础上进一步向上下游扩张。比如,华谊从电影制片向发行的扩张,博纳影业、光线传媒和万达影视从发行向制片的扩张。一些在发行领域占有较大市场份额的电影公司,如华影,由于在全产业链上缺乏布局,因而不具有产业价值优势,从而在电影生产者关系网络中失去了自己的地位。电影生产作为一种高风险的生产活动,贯穿于整个生产过程中的产业价值对其可能尤其重要。

随着中国电影产业日趋成熟,具有较高社会资本的制片人及其背后的电影公司成为电影生产者关系网络中的中间人,掌控了资源分配的权力。在表面上,这表现为电影生产机制向“制片人中心制”的转型,但实际上,“资本”运作的逻辑——在生产过程中综合运用个人社会资本、企业社会资本和公司产业价值,早已开始逐渐取代“制片人-导演”的分工逻辑而成为主导。

未来,在电影市场规模不断增长的情况下,围绕着资本逻辑,电影生产中将出现更多“跨业”、“跨界”和协同生产的现象:更多优质的无形资产——知识产权将成为开发项目,被改编成电影,从而带动其他领域的生产团队进入电影业;更多具有社会资本和金融实力的个体或组织将进入电影业,调动起专业化分工培养出的职业制片人和职业导演;而电影业内,更多具有广泛社会联系和较高产业价值的个体或公司,也将“跨出”电影业,在更广泛的业态寻求商机;更多优秀的电影知识产权也将在。在资本逻辑主导下,在媒介融合的背景下,传媒各个产业的边界也将越来越模糊。

(责任编辑:杨雅)

注释 [Notes]

1. 中国电影票房数据库主要来源于<http://58921.com/>，该数据库是国内目前比较权威和全面的电影票房数据库。

引用文献 [Reference]

- 林天强 (2011). 从制片人中心制、电影作者论到完全导演论——对好莱坞、新浪潮和中国电影新生代的一个模型推演. 《当代电影》，(2)，110-116.
- [Lin, Tianqiang (2011). From the producer system, film author theory to complete a deduction of the director of the Hollywood model, new wave and new generation of Chinese film. *Contemporary Film*, (2), 110-116.]
- 刘军 (2009). 整体网分析讲义——UCINET软件实用指南. 上海：格致出版社.
- [Liu, Jun. The Whole Network Analysis Software: UCINET Practical Guide. Shanghai: Scientific Press.]
- 莫斯可 (2013). 《传播政治经济学》(胡春阳等译). 上海：译文出版社.
- [Mosco, V. (2013). The Political Economy of Communication (Trans.). Shanghai: Shanghai Translation Publishing House. (Original work published 1996).]
- 喻国明等 (2009). 《传媒经济学教程》. 北京：中国人民大学出版社.
- [Yu, Guoming et al. (2009). *Media Economics*. Beijing: Renmin University of China Press.]
- Caldwell, J. T.(2009). Method: artifacts and cultural practices in production studies. In Caldwell, J T. (ed). *Production culture: industrial reflexivity and critical practice in film and television*. Durham:Duke University Press, 121-124.
- Corts, H. S.(2001). The strategic effects of vertical market structure: common agency and divisionalization in the US motion picture industry. *Journa l of Economics & Management Strategy*, 10(4),509-528.
- Ortner, S. B. (2009). Studying sideways: ethnographic access in Hollywood. In Mayer, V., Banks, M. J., & Caldwell, J. T. (eds.). *Production studies: cultural studies of media industries*. Routledge, 175-189.
- Powdermaker, H. (1950). *Hollywood, the Dream Factory*. Boston: Little Brown.
- Rosten, L. (1970). *Hollywood: the Movie Colony, the Movie Makers*. N.Y.:Arno Press.
- Scott, A. J. (2005). On Hollywood: the Place, the Industry. New Jersey: Princeton University Press.
- In Mayer, V. (ed). *Below the line: producers and production studies in the new television economy*. Durham: Duke University Press Books, 71-73.
- Sullivan, J. L. (2009). Leo C. Rosten’ s Hollywood: power, status, and the primacy of economic and social networks in cultural production. In Mayer, V., Banks, M. J., & Caldwell, J. T. (eds.). *Production studies: cultural studies of media industries*. Routledge, 39-53.