

REPORT ON OVERSEAS  
MARKET AND CULTURAL  
COMPETITIVENESS OF CHINESE FILM

中国电影  
**海外市场**  
与文化竞争力研究报告  
**(2021)**

张宗伟 主 编

 中国电影出版社  
2022 · 北京

©张宗伟，2022

图书在版编目(CIP)数据

中国电影海外市场与文化竞争力研究报告. 2021 /  
张宗伟主编. —北京：中国电影出版社，2022. 7  
ISBN 978-7-106-05425-0

I . ①中… II . ①张… III . ①电影事业—国际市场—  
市场竞争—研究报告—中国—2021 IV . ①J992

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第114571号

责任编辑：杜若冰 宋 楠  
装帧设计：联创睿合  
责任校对：林 娜 贺一鸣  
责任印制：赵匡京

出版发行 中国电影出版社(北京北三环东路22号) 邮编：100013  
电话：64296664(总编室) 64216278(发行部)  
64296742(读者服务部) E-mail: cfpbjb@126.com  
印 刷 中国电影出版社印刷厂  
版 次 2022年7月第1版 2022年7月北京第1次印刷  
开 本 787mm×1092mm 1/16  
印 张 14.25  
字 数 280千字  
定 价 78.00元

# 目录

<b>第一章 中国电影海外市场概况</b>	1
第一节 中国电影产业政策	2
第二节 海外市场表现	4
一、上映数量及地区	4
二、票房情况	5
三、题材类型	6
四、受众口碑	6
<b>第二章 中国电影文化竞争力的评估指标与要素分析</b>	9
第一节 评估指标	10
一、价值引领力	10
二、产品生产力	18
三、受众认同力	28
四、产业影响力	39
第二节 要素分析	47
一、价值引领力要素评估	47
二、产品生产力要素评估	57
三、受众认同力要素评估	67
四、产业影响力要素评估	78
<b>第三章 中国电影海外市场及文化竞争力案例分析</b>	91
“白蛇”系列海外市场及文化竞争力分析	92
一、影片概况	92
二、海外放映与票房情况	95

三、影片海外口碑	96
四、媒体报道	100
五、流媒体传播	101
六、市场总结及文化竞争力总结	102
《唐人街探案 3》海外市场及文化竞争力分析	104
一、影片概况	104
二、放映日程及地区	106
三、票房情况	106
四、知名网站口碑	107
五、海外主流媒体报道分析	108
六、社交媒体发文分析	108
七、《唐人街探案 3》海外放映情况及竞争力总结	110
《悬崖之上》海外市场及文化竞争力分析	114
一、影片概况	114
二、放映日程及地区	115
三、票房情况	116
四、知名影评网站口碑分析	117
五、主流媒体报道分析	119
六、社交媒体发文分析	120
七、《悬崖之上》市场表现及文化竞争力总结	121
《你好，李焕英》海外市场及文化竞争力分析	125
一、影片概况	125
二、放映日程及地区	126
三、票房情况	126
四、知名影评网站口碑分析	127
五、海外主流媒体报道分析	129

六、海外社交媒体发文分析	130
七、《你好，李焕英》市场表现及文化竞争力分析	131
《新神榜：哪吒重生》海外市场及文化竞争力分析	134
一、影片概况	134
二、票房分析	136
三、知名影评网站口碑分析	136
四、媒体报道分析	140
五、社交媒体发文分析	144
六、市场表现及文化竞争力总结	147
《怒火·重案》海外市场及文化竞争力分析	150
一、影片概况	150
二、海内外宣传发行	150
三、海外放映范围	152
四、海内外票房	152
五、海外媒体报道评论	153
六、影评网站口碑分析	154
七、《怒火·重案》市场表现及文化竞争力总结	156
《刺杀小说家》海外市场及文化竞争力分析	157
一、影片概况	157
二、海外放映与票房情况	159
三、票房情况	160
四、影片海外口碑	161
五、海外媒体报道分析	162
六、社交媒体分析	163
七、海外市场与文化竞争力总结	164
《人潮汹涌》海外市场及文化竞争力分析	166

一、影片概况	166
二、放映日程及地区	168
三、票房情况	168
四、知名影评网站口碑分析	169
五、主流媒体报道分析	170
六、社交媒体发文分析	170
七、《人潮汹涌》市场表现及文化竞争力总结	171
《你的婚礼》海外市场及文化竞争力分析	173
一、影片概况	173
二、票房分析	176
三、影评网站口碑分析	176
四、媒体报道	177
五、《你的婚礼》市场表现及文化竞争力总结	178
<b>第四章 中国电影海外传播过程中的问题与对策</b>	181
一、中国电影在海外传播的特征与问题	182
二、中国电影在海外传播的对策研究	189
<b>附 录</b>	199

## 第一章



### 中国电影海外市场概况

2021年是“十四五规划”的开局之年，聚焦电影强国建设，中央和地方政府一方面延续为电影行业纾困解围的扶助政策，另一方面进一步规范文娛事业的相关法律法规，保障文化产业的持续健康发展。受新冠肺炎疫情影响，中国电影近两年来走出去的步伐有所放缓，同时由于中国愈渐强大的内需市场，导致一部分创作者的目光局限于本土市场，缺乏走出去的动力。总体来看，2021年中国电影在海外市场的票房表现虽不尽如人意，但细察其在价值引领力、产品生产力、受众认同力、产业影响力等方面的表现，仍有较好的经验值得总结和借鉴，也有不足之处有待弥补和提升。

## 第一节 中国电影产业政策

2020年，受新冠肺炎疫情影响，全球各个国家和地区的电影业都受到了前所未有的重创。根据Comscore统计，2020年全球总票房122亿美元，同比下跌71%；北美本年度累计票房22.5亿美元，同比下跌80%，创北美影史四十年来历史新低。<sup>①</sup>中国电影业的情况同样不容乐观，备受期待的2020年春节档迎头遇冷，紧接着是长达178天的影院“停摆”，从制作、发行到放映的各个环节都遭受重创，2020年中国电影总票房仅有204.17亿元人民币，同比下降68.17%。自新冠肺炎疫情暴发以来，中国采取了一系列有力措施遏制疫情蔓延。在疫情防控向好的形势下，影院终于在7月20日有序恢复营业，各级政府又进一步采取积极的复工复产政策，从补贴和减免两个渠道帮助电影业尽快步入正轨。

2020年度各级政府在中国电影产业发展方面出台的政策主要是为电影行业纾困解围，推动复工复产。4月9日，国家电影局召开电影应对疫情工作视频会议，传达学习习近平总书记在统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作部署会议上的讲话精神，积极指导各地出台政策措施，推动电影行业纾困发展。北京、浙江、广东、四川四省市的电影局参与交流，给出了切实可行的纾困帮扶措施。除此之外，上海、江苏、湖南、广西、山东、重庆、辽宁都以提供扶持资金、专项补贴、税收优惠等方式支持电影业的复工复产。5月14日，国家电影局又进一步出台了《关于暂免征收国家电影事业发展专项资金政策的公告》和《关于电影等行业税费支持政策的公告》。公告中指出，为了支持电影行业的发展，国家对提供电影放映服务的纳税人免收增值税，延长2020年度电影制作、发行、放映等企业的亏损转结年限，除此之外，更免征文化事业建设费。7月16日，国家电影局下发《关于在疫情防控常态化条件下有序推进电影院恢复开放的通知》，自7月20日起，低风险地区在各项防控措施落实到位的前提下，可以有序恢复营业。同时，自2020年1月21日到12月14日，国家版权局陆续颁布了八批重点作品版权保护预警名单，虽然2020年国产故事片产量较2019年产量降低了37.5%，但是国家明显加强了对电影作品版权保护的力度，同时加重了对票房偷漏瞒报行为的惩罚力度，一些延期上映的影片为防止提前泄露或出现盗版影片纷纷选择延期密钥期限的方式保护自己的权益。

为了弥补2020年度中国电影行业在疫情期间遭受的巨大损失，各级政府和电影管理部门适当延长了相关的税收政策红利。2021年3月5日，财政部、国家税务总局发布

<sup>①</sup> 尹鸿、孙俨斌：《2020年中国电影产业备忘》，《电影艺术》2021年第2期。

《关于电影等行业税费支持政策的公告》，将税费优惠政策延期至2021年12月31日。6月9日，国家财政部下达《2021年国家电影事业发展专项资金补助地方资金预算的通知》，全年共计下达专项补助资金3.64亿元。税务部门充分发挥税收职能作用，认真落实文化产业税费优惠政策，同时辐射至影视动漫行业，对于一些小微企业更是通过普惠性减税、提高小规模纳税人增值税起征点等一系列措施来支持这些企业。

除了延续实施应对疫情的税费优惠政策以外，为促进文娱事业的健康发展，国家电影局继续贯彻落实《关于深化影视业综合改革促进我国影视业健康发展的意见》，对“影视行业乱象”重拳出击。2021年6月15日，中央网信办在全国开展为期两个月的“清朗·‘饭圈’乱象整治”专项行动。9月，中央宣传部印发《关于开展文娱领域综合治理工作的通知》，严厉打击“阴阳合同”“天价片酬”等偷税漏税等违法行为，对“低俗信息炒作”“饭圈”乱象以及言行失德甚至违法的“劣迹艺人”等加大整治力度。除此之外，对于影视行业协会、公司等倡议抵制的“短视频侵权”问题，国家电影局配合国家版权局加大了对短视频侵权的打击力度，会同公安、版权等部门，持续打击电影盗录、盗播等违法行为，为电影行业良性健康发展保驾护航。

2021年6月1日新版《中华人民共和国著作权法》正式实施，这是继2001年、2010年之后的第三次修订与实施。新版《著作权法》进一步加强了对原创作品的保护力度，在作品署名、作品登记制度、惩罚性赔偿制度、侵权举证、“互联网+智力成果保护”等方面进行了实质性的调整。加强对知识产权的保护有利于我国文娱事业的良性发展，对实现文化强国的战略目标具有直接推动作用。

2021年11月9日，国家电影局正式发布《“十四五”中国电影发展规划》，“十四五”发展规划为中国电影未来五年的发展制定新的布局。在“十四五”发展规划的发展目标中，对“中国电影的海外传播”提出了新的要求，要努力实现“以国产影片为主导的电影市场规模全球领先，电影产业体系和公共服务体系更加完善，培养造就一批世界知名的电影艺术家，中国电影在世界电影格局中的话语权和影响力大幅提升”。<sup>①</sup>习近平新时代中国特色社会主义现代化建设的一项重要任务是建立与我国综合实力、国际地位相匹配的国际传播能力，电影作为中国文化产业的急先锋，肩负着建构国家形象、传播优秀传统文化，讲好中国故事的重要使命，对于增强中国话语的国际传播能力、提高国家文化软实力具有不可或缺的重大作用。“十四五”发展规划中明确提出，要提升中国电影的国际影响力，通过讲好中国故事、拓宽国际发行网络、深化国际交流合作来建立一个属于中国电影的、完善的国际传播体系，实现从电影大国向电影强国的迈进。

<sup>①</sup> 《“十四五”中国电影发展规划》，《中国电影报》2021年11月17日。

## 第二节 海外市场表现

根据国家电影局发布的数据显示，2021 年度中国电影总票房达 472.58 亿元人民币，同比上涨 131.46%，贡献了全球票房总额的 30.9%<sup>①</sup>，北美地区票房约为 286.9 亿元人民币<sup>②</sup>，较疫情前下降近六成，中国电影市场在世界电影市场格局中的重要性毋庸置疑。中国电影产业在疫情防控常态化形势下显著复苏，2021 年我国影片总产量为 740 部，除动画、纪录电影以外，共生产故事片 565 部，国产片总票房达 399.27 亿元人民币，占总票房的 84.49%<sup>③</sup>，国产电影影响力稳健提升。受国际疫情反复影响，只有 48 部影片出口海外<sup>④</sup>，中国电影海外总票房为 1753.71 万美元，涉及北美、澳大利亚、新西兰、新加坡、俄罗斯、英国等国家或地区。

### 一、上映数量及地区

2021 年共有 48 部中国电影在海外上映，其中包括海外流媒体上线的影片，与 2020 年相比，同比增长 60%，但是相较于 2019 年海外上映的数量，未能恢复到平均水平。综观 2016 年至 2021 年中国进出口影片数量（见图 1-1），2019 年成为一个重要转折年份，进口影片数量高达 144 部，被称为“批片大年”，但海外上映影片数量却成倍下跌，同比下降 42.55%。虽然在遭遇疫情的 2020 年，进出口数量的逆差缩小，但是并不能说明电影进出口贸易不平衡的问题得到了缓解，只能显示出中国电影走出去在国际贸易、投资环境、政府政策等因素的影响下，不确定性因素增多。

从上映地区来看，2021 年的中国电影远销北美、一带一路沿线国家、澳新、欧洲、南美洲、非洲等 23 个国家或地区（见图 1-2），上映范围不再仅局限于亚洲、欧美等地，但是从上映数量上看，出口市场分配不均的情况仍然存在。中国电影在“一带一路”倡议布局中找到了新的传播路径，上映数量仅次澳新地区，从 2021 全年的票房情况来看也较为可观。

① 数据来源：艺恩 2021 年中国电影放映市场报告。

② 数据来源：拓普 2021 年中国电影市场研究报告。

③ 数据来源：国家电影局。

④ 根据 IMDb 显示的“上映地区”统计，包括 2021 年海外网络发行的中国内地电影，不含中国港澳台地区。