

澳大利亚视听产业发展 与政策调整

周松

【提要】澳大利亚人口较少,却是视听产品生产和消费大国。产品生产数量多,国际贸易数量大,国内消费量高于许多发达国家。从上世纪70年代以后,政府出台了多项扶持本国视听产业的生产、国际贸易、国际交流的措施,特别是新世纪以来,根据产业发展的新态势,在机构改革、资助力度和其它各项优惠政策等方面进行了比较大的调整。

【关键词】澳大利亚 视听产业 版权贸易 扶持政策 税收优惠

【中图分类号】G210 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1000-2952(2014)01-0120-06

澳大利亚统计局(ABS, Australian Bureau of Statistics)在文化艺术产业统计和服务业统计中也把生产经营电影、电视节目、音像制品等媒介产品的行业归类为视听产业。所以,澳大利亚的电影机构管理的范围也就包括这些类别的产品的各个环节。

澳大利亚的视听产业相对比较发达,产品生产数量多,品种丰富,同时,作为一个仅有2100多万人的小国,澳大利亚还是世界上最大的视听产品消费市场之一。但在巨大的消费市场的映衬下,澳大利亚的视听产业的生产能力就显得很低下,特别是与美英等视听产业强国的文化背景差异小,本国的文化贸易壁垒也非常低,国际视听产业巨头造成了较大冲击。2007年以来,澳大利亚政府在视听产业政策方面做了许多调整,以期能对本国的视听产业生产能力有较大的促进。考察澳大利亚视听产业的状况和政策,或许对我国的视听产业发展有所裨益。

一、澳大利亚视听出版产业发展情况

澳大利亚统计局最近的一次服务业统计显示,^①在2006/07财年,澳大利亚的视听产业生产活动总产值达120

到了18.82亿澳元,比2002/2003财年增长26.1%,产业增加值8.86亿澳元。电影和音像生产,后期制作服务^②等收入所占比例达到了50%,约9.36亿澳元,有2500多家企业,提供就业岗位13800多个。电视播放服务收入68.12亿澳元,产业增加值21.5亿澳元,提供就业10000多个。整个视听行业总产值超过140亿澳元,提供就业超过5万人。

(一) 澳大利亚的视听产品生产

自1999/00到2006/07财年,澳大利亚平均每财年生产电视剧(包括澳大利亚独资生产和合作生产的电视、电影、电视连续剧、系列剧等)900多小时,纪录片300多小时。这些视听产品出口到全球许多国家。2000年以来,共生产电影225部,其中不乏《澳大利亚》、《幸福脚》这样的全球重量级票房电影。2006/07财年的服务业统计显示,2006/07财年电视节目生产达55546小时。虽然不及美国、英国等视听产品生产大国,

^① 即2006/07财年的服务业统计,目前为止,澳大利亚统计局共进行了五次服务业统计,其它四次是1993/94,1996/97,1999/00,2002/03财年。

^② 澳大利亚的视听后期制作服务是全球一流的,面向本土和全球开放。

但考虑到其人口水平和 GDP 全球排名，也算是全球重要的视听产品生产国，且艺术水平相对较高。

表 1 99/00~06/07 财年度电视剧与纪录片生产的小时数

财年度	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07
电视剧	1061	1132	970	888	799	806	742	853
纪录片	364	280	240	289	344	331	285	406

数据来源：ABS (Australian Bureau of Statistics)

表 2 2000 年~2010 年澳大利亚电影生产数 (部)

年份	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
电影产量 (部)	22	27	22	23	16	27	29	26	33	32	37

数据来源：AFC (Australian Film Commission)①

(二) 澳大利亚视听产品的国际贸易

澳大利亚是全球重要的视听产品贸易国。据澳大利亚统计局 (ABS) 统计，1999/00 财年到 2008/09 财年，产品出口额年均 7964 万澳元，版权出口额年均 3.27 亿澳元。其中 2000/01 财年的出口额为 1.46 亿澳元，为历年最高，主要是因为 2000 年悉尼奥运会出售电视节目版权费 1.03 亿澳元。澳大利亚的视听产品出口以电视节目所占比重最大，年均 1.1 亿澳元。

表 3 澳大利亚视听版权出口类别与金额 (百万澳元)

财年度	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08
影院电影	26	9	8	22	13	2	6	5	9
电视节目	134	81	93	89	130	94	129	87	129
音像	np	6	2	8	6	3	1	3	5

数据来源：ABS (Australian Bureau of Statistics)

表 4 澳大利亚视听版权进口与金额 (百万澳元)

财年度	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08
影院电影	144	85	90	80	76	78	85	96	65
电视节目	444	456	532	481	526	610	539	538	572
音像	125	111	146	159	170	170	225	235	271

数据来源：ABS (Australian Bureau of Statistics)

澳大利亚的主流文化是西方文化，生活方式同欧美相似，再加之本国生产能力不足，其视听产品消费主要依靠进口。据澳大利亚统计局 (ABS) 统计，1999/00

财年到 2008/09 财年，澳大利亚的视听产品进口额年均 2.62 亿澳元，贸易逆差为 1.82 亿澳元。版权进口额年均 8.14 亿澳元，年均贸易逆差 4.82 亿澳元。澳大利亚视听版权贸易中，进口类别最多的是电视节目版权，1999/00 财年到 2007/08 财年，年均总额为 5.22 亿澳元，占进口总额的 66.1%，其次是音像产品版权，1.79 亿澳元，占总额的 22.7%，影院电影占总额的 11.2%。

表 5 澳大利亚视听版权进出口对比 (百万澳元)

财年度	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	平均
出口	217	1460	127	211	205	149	215	168	215	329.7
进口	721	674	777	732	776	867	869	925	984	813.9

数据来源：ABS (Australian Bureau of Statistics)

从英美等国大量进口，满足了国内旺盛的视听产品消费需求，促进了视听产业的消费市场的发展，也有利于本国产品出口到国外。但是，国外视听产品的大量涌入抑制了国内生产，造成国内视听消费市场本土产品份额过于低下。

(三) 澳大利亚的视听产品消费

澳大利亚的视听产品消费市场非常大，许多指标都居于世界前列。

首先，澳大利亚有发达的视听产品消费的基础设施。2008 年，澳大利亚电影院数量达到 493 座，座位数 45.6 万，银幕 1980 块，每万人拥有银幕数 0.94 块，仅次于美国。澳大利亚三大主要本地收费电视集团目前有超过 90 个英语电视频道可供观众选择，其中 75 个提供特别订购服务 (unique subscription-only services)，8 个提供时移电视 (Time-shifted TV，即可快进、暂停、选择几天前的电视节目的互动电视服务) 订购服务，有 7 个免费转播电视服务。澳大利亚全国各地有数千家音像零售店和租赁店，各种销售和租赁渠道非常便利。2007 年，澳大利亚通讯与媒体管理局 (Australian Communications and Media Authority) 调查结果显示，澳大利亚有孩子的家庭 97% 都至少有一台 DVD 播放机，孩子每天花 24 分钟观看音像产品。捷孚凯市场调查有限公司 (GfK, Gesellschaft für Konsumforschung) 的一项报告指出，过去 5 年里澳大利亚每年至少销售 200 万台 DVD 播放机。2007 年拥有计算机的家庭达到了 73%，使用互联网的家庭达到了 64%。这些基础设施为澳大利亚人消费视听产品提供了极大的方便。

① 澳大利亚新的电影机构的统计方式是按照财年进行的，不是自然年度，所以后面几年的没有列出。

表6 澳大利亚视听产品进出口对比(百万澳元)

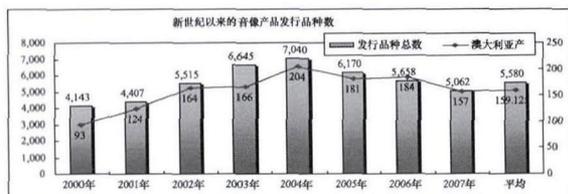
财年度	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	平均
出口	44.4	67.1	85.2	100	95.8	102	89	81.4	60.8	71	61	80
进口	218	210	221	327	293	281	292	255	253	267	197	256

数据来源: ABS (Australian Bureau of Statistics)

其次,澳大利亚人喜欢视听产品消费。2000年~2008年,澳大利亚国内总票房平均8.35亿澳元,年均观影人数达到8710万人次,人年均去电影院观看电影4.3次,仅次于美国。澳大利亚三大电视运营商在2007年末订户达到216万,2006/07财年,商业电视台运营收入68.13亿澳元,付费电视服务运营收入22.83亿澳元。2007年澳大利亚视像软件经销商协会(Australian Visual Software Distributors Association, AVSDA)给零售店销售了822万盘音像拷贝,销售额11.36亿澳元,给租赁店销售了1320单位拷贝,销售额2.11亿澳元。2008年游戏硬件和软件零售额达到了19.64亿澳元,其中软件零售额11.26亿澳元,分别比2007年增长47.8%,50%,增长速度远远大于其他视听产品。

再次,进口产品主导了澳大利亚的视听产品消费市场。由于国内生产能力不足以及对英美等国的文化产品消费的依赖性有根深蒂固的历史渊源,澳大利亚视听消费市场主要以英美的进口产品为主。2000年~2008年,澳大利亚共发行电影2619部,其中从美国进口电影1567部,占总量的59%,从英国进口电影226部。澳大利亚本土电影的年票房收入大约占总票房的4%左右。2000年~2007年,澳大利亚音像产品平均每年发行品种5580种,其中澳大利亚产的只有159种。英美进口的视听产品在澳大利亚的视听消费市场上占有绝对优势。

图1

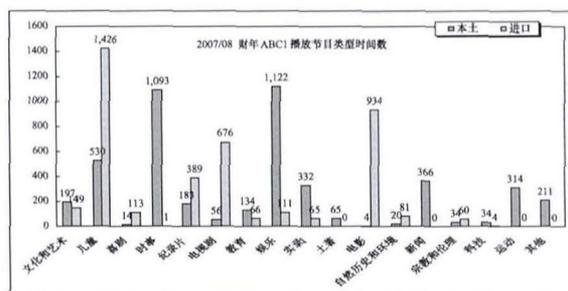


数据来源: ScreenAustralian

澳大利亚的电视台播放国内和进口的电视节目时间基本相当,但艺术类节目对进口的依赖度还是比较大。以澳大利亚广播公司1台(ABC1, Australia Broadcasting Corporation)2007/08年度播放节目为例,全年共播放各类节目8784小时,其中进口节目4075小时,占46.4%,其中,儿童节目、电视剧、教育类节目和电

影等类型的进口节目播放时间都超过了本土节目播放时间的50%以上;本土节目主要集中在新闻、娱乐、时事等类型。计算机游戏也大部分来自英美国家,1995/96~2000/01财年在澳大利亚分级的计算机游戏有44%来自美国,23%来自英国,而澳大利亚本土产的只有4%。

图2



数据来源: ScreenAustralian

二、澳大利亚的视听产业政策调整

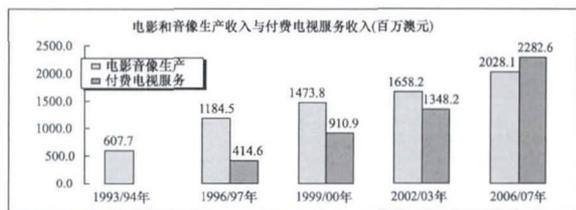
澳大利亚当局认识到严重依赖于进口产品会影响到澳大利亚人的文化认同和澳大利亚的文化宣传。自脱离英联邦以来,为了促进本土视听产业的发展和澳大利亚文化的传播,澳大利亚政府出台多种相关政策。早在1975年就成立了澳大利亚电影委员会(AFC, Australian Film Commission),采取多种政策扶持本土的视听产业的发展。

澳大利亚的视听产业政策主要采取的是经济扶持措施,在1990/91到2006/07财年的17年中,联邦政府给所属的电影机构(Film Agency)的财政拨款为21.1亿澳元,在1994/95到2006/07财年的13年里,^①地方政府给所属电影机构总共提供了4.256亿澳元的拨款,联邦政府和地方政府的财政拨款总计达到了25.36亿澳元。这些资金用以资助本土的视听产业发展,使得本土的视听产业生产和营收都有了很大的进步。比如电影和音像产品生产收入从1993/94财年的6.08亿澳元增加到2006/07财年的20.28亿澳元,14年增加了233.6%,付费电视服务

^① 这些年份的记录是完整的。

收入从1996/97财年的4.15亿澳元，增加到了2006/07财年的22.83亿澳元，10年间增加了450%。

图3



数据来源：ABS

但是由于文化上的特殊依赖性和市场的完全开放性，在美英等国的视听产品的强大的冲击之下，政府的政策资助并没有使得澳大利亚的视听产业发展壮大起来，特别是近些年来视听产业的生产能力等各方面表现不佳。一份递给环境遗产和艺术部的报告认为，澳大利亚的视听产业有世界一流的设备、人才，但因为民间投资不够，没有坚实的资本基础，生产水平和票房等波动比较大，制片人不能够建立实力雄厚的创意企业，整个产业投资偏低，不能同英美等国的产品抗衡。以电影为例，据MPAA (the Motion Picture Association of American) 的统计，2007年，主要好莱坞制片公司的平均电影制作成本是7080万美元（1亿澳元），平均营销费用3590万美元（6000万澳元）。小型的美国制片公司平均制作成本4920万美元（6980万澳元），营销成本2570万美元（3900万澳元）。而澳大利亚电影包括合作制片的平均制作成本是650万澳元，相差极为悬殊。

因此，2007年以来，澳大利亚政府对本国视听产业的机构和政策进行了许多调整，增强政府对视听产业的领导力，继续增加扶持力度，主要通过人才和企业的扶持，调整税收政策等来鼓励国内外资本对视听产业的投资。

（一）机构调整

首先是对在澳大利亚视听产业中发挥重要的行业指导作用的电影机构（Film Agency）进行了改革。2008年7月1日把原来的澳大利亚电影委员会（AFC，The Australian Film Commission）、电影澳大利亚（Film Australia）、澳大利亚电影融资有限公司（FFC，The Film Finance Corporation Australia）合并成立银幕澳大利亚（Screen Australia），这三个最大的联邦电影机构的所有业务^①由其全面接管，目标是支持澳大利亚视听产业的多样化发展，成为一个生机勃勃的成功产业，吸引、发展国内外观众，宣传澳大利亚文化。机构整合之后，银幕澳大利亚全局性地统筹全国视听产业发展的综合协调能力大大增强，新的机构更重视视听产

品的澳大利亚文化含量和艺术品位，更加注重产业的可持续发展，以应对进口产品，特别是美国产品的竞争与挑战。

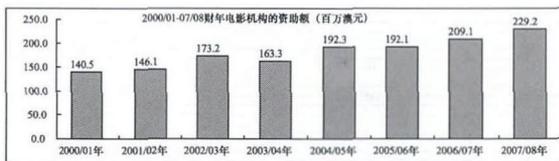
经过2008年的整合，澳大利亚联邦的电影机构实现了功能性的机构调整，基本形成了国内发展机构（银幕澳大利亚）、国际业务扶持机构（澳影）、档案机构（国家音影档案馆）、人才培养机构（澳大利亚广播影视学院）和特别部门（SBS）等功能明晰、相互独立、重心突出的分布格局。视听媒体的发展整合统一管理，避免了过去功能交叉重复，拨款分配难以整体规划的弊端，大大加强了国家对于视听产业的领导力，能够快速应对国际国内的机遇与挑战。

澳大利亚的地方政府的电影机构（各州或北方领地政府所属的电影机构）基本保持不变。

（二）加大资助

澳大利亚电影机构平均每年有大约1.6亿澳元左右的资助资金，用以扶持本国的视听产业发展，其资助额近几年逐年增加，2007/08财年达到了2.29亿澳元。调整之后的主要资助项目有发展项目（development）、企业项目（enterprise）、生产项目（production）、本土项目（indigenous）和市场营销（marketing）等几大块。

图4



数据来源：ScreenAustralian

发展项目包括：人才扶梯项目、创新项目、单个发展项目（故事片和纪录片的发展项目与国际脚本工作室）。

人才扶梯项目主要是帮助从业者的技艺发展和职业发展能有战略性进步。这个项目旨在帮助经验比较少的专业人士认识他们的职业，规划职业发展，给新的从业

① 澳大利亚电影委员会（AFC）是澳大利亚政府电影机构，主要任务是扶持电影、电视和交互式数字媒体等视听项目发展和培养视听产业人才。电影澳大利亚（Film Australia）也是一个政府的电影机构，制作和发行电视纪录片和教育节目，资助创意、生产和发行表现澳大利亚国家利益，表现澳大利亚人生活风貌的节目。澳大利亚电影融资有限公司（FFC），也是一个政府的电影机构，通过参与投资，同视听产业的参与者，如发行商、销售代理、广播公司和私人投资者进行合作，支持长片电影、电视电影、电视连续剧和纪录片的发展。

者提供专业的顾问、市场知识指导,积累经验;帮助熟练的职业人士认识到国内国际迅速发展变化的视听产业概况,继续提升他们的技艺,鼓励他们参与实践并提高实践能力。其中的短片项目旨在战略性地扶持有才华的生产者、作家和导演的职业发展,为一些创意突出的短片电影提供资助,帮助他们完成制作。

创新项目主要是扶持前卫和有远见、探索新形式新方法而其他机构不乐意扶持的项目,促进传统媒体和新媒体的融合,促进各种学科的团队之间的合作,如与网络工程师、纪录片工作者、游戏开发的编剧和导演的合作。

单个发展项目包括长片电影、国际脚本工作室和纪录片项目。其中长片电影发展资助是为个人的长片电影计划提供资助,同企业项目提供的资助是完全不同的,包括动画片、真人拍摄等所有类型的项目都可以申请。其宗旨是帮助能够吸引澳大利亚和全球观众的,有市场前景和文化内涵的作品的制作。经验不足的生产者可以申请这个项目,但是他们必须有一个经验丰富或有管理能力的生产者对这个项目负责。国际脚本工作室是扶持作家、编剧、导演和生产者的,其资助包括可以为写作者、生产者、导演、编剧,法律顾问或部门领导支付酬金,其申请对象是包括作家、导演和生产者在内的个人。

企业项目主要扶持业务发展良好的生产公司,按照营业额多少、项目的范围和数量或业务活动的范围进行资助,增强公司的可持续发展能力。其宗旨是扶持正常运营的企业走向发展的下一阶段,鼓励新的企业合作者和联盟,扶持澳大利亚视听企业能够在国际市场上有很突出的表现,保证高质量的澳大利亚项目和人才更好地发展。企业项目还鼓励在项目发展、生产和营销战略中使用数字媒体(如网络、移动电话和数字发行等)。只有澳大利亚人拥有、控制、注册的公司和澳大利亚生产者有权利申请企业项目的资助。

生产项目有纪录片项目、成年人电视剧项目、儿童电视项目等。纪录片项目旨在鼓励给国内外观众展示澳大利亚文化和国际文化的澳大利亚视角。包括国家纪录片项目、国际合作项目、特别纪录片项目,其资助面向个人的纪录片项目发展,主要申请对象是经验丰富的纪录片制作者,意在促进能够制作吸引国内国际观众的优秀项目的发展。儿童电视项目旨在给澳大利亚儿童和全球儿童提供高端的娱乐节目,传播澳大利亚文化。

本土项目主要是识别、培养、帮助澳大利亚本土的人才,鼓励他们加入到影视互动媒体等视听行业的生产,保证澳大利亚视听产品的本土内容的成功,其具体

执行的门类包括在发展、生产、企业等项目中。

营销项目包括影院资助、创新发行、市场扶梯、扩展观众和国际宣传(包括国际巡展和参加国际电影节),帮助完成制作的视听产品探寻多样创新的发行策略,利用网络或其他辅助平台以增强电影的广告宣传和营销效果,提高发行和营销澳大利亚电影的能力。

这些资助项目的资助金额按照项目的大小和资助者的实际情况而有所不同,从几千澳元到数十万澳元不等,由澳大利亚的电影机构进行评审、发放和监管。

澳大利亚电影机构资助资金的主要来源是联邦政府和地方政府的财政拨款,1990/91到2006/07财年,联邦所属的电影机构总收入为26.1亿澳元(每年统计数的累加,即实际货币,下同),其中,联邦政府的财政拨款为21.1亿澳元,占总收入的80.9%,投资返还(re-coupment on investments)^①也是一个重要来源,占总收入的12%。这些资助政策都是针对澳大利亚本土视听产业发展的实际情况制定的,澳大利亚的长片电影、电视剧、儿童电视的生产都是重点资助对象。1990/91~2006/07财年,长片电影生产资助总计5.67亿,占资助总额的39.9%,其次是电视连续剧4.04亿,占28.4%,纪录片2.61亿,占18.4%。

另外,澳大利亚政府也非常重视视听产品的出口资助,如联邦政府给通过出口市场发展补助计划(EM-DG, the Export Market Development Grants Scheme),给寻求出口市场的企业提供财政资助,由澳大利亚贸易委员会管理,2006/07财年的出口支持达到873万澳元。

(三) 增强税收优惠

除了资助政策,澳大利亚政府还通过税收优惠,对在澳大利亚境内的国内外视听产品拍摄、后期、数字和视觉效果制作(PDV,即Post-Production, Digital and Visual Effects)等活动的开支进行15%或更多的税收补偿,如电影许可投资公司计划,外景拍摄补偿,制片人补偿和PDV补偿等政策规定。2007年税法修正案又增加视听产业税收优惠的条目和提高税收补偿比例。

新的生产者激励规定里,符合条件的澳大利亚电影生产者可享受40%的可偿还折扣,其他媒体生产者可获得20%折扣,外国生产者能享受符合条件的开支的15%的折扣。

^① 澳大利亚电影机构从发展项目投资、生产和后期生产投资中要收取一定比例的回报,详细情况参见AFC的网页(www.afc.gov.au/downloads/recoup_policy.pdf)。

表 7

2007 新法律	2007 新法律生效前的法律
生产者补偿	
长片电影提供 40% 的税收返还补偿，非长片电影提供 20% 的税收返还补偿	没有对应项目
场景补偿	
提供 15% 的可返还税收补偿	税收补偿为 12.5%
PDV 补偿	
提供 15% 的可返还税收补偿	没有对应项目
逐步淘汰旧法律规定的投资者税收激励办法	
自本法案通过之后，不再接受《1936 年个人所得税评估法》的 10B 和 10BA 条款规定的申请。依照《1936 年个人所得税评估法》的 10B 和 10BA 条款确认的补偿有效期至 2009 年 6 月 30 日	10B 在两年内为澳大利亚居民提供税收补偿。对外国人获得通过可评估收入的澳大利亚电影的版权所产生的资本支出提供税收补偿。 10BA 对澳大利亚居民在获得电影最初版权利润产生资本支出进行税收补偿。

政策的转变给澳大利亚的视听产业投资带来了一些变化。一些在依照旧的税收法律办理了税收补偿申请的生产需要赶在规定日期完成投资，2006/07 财年在澳大利亚境内的澳大利亚独资、合资和外资的影视剧生产开支达到了 6.3 亿澳元，比上一财年增加了 2.58 亿澳元。2008/09 财年澳大利亚电影代理机构的机构改革刚刚完成，依照旧法律的办理税收补偿的生产提前完成，在新

法律的鼓励之下，境内的影视剧生产开支增加到 6.88 亿澳元。

结语

澳大利亚从上世纪末以来一直推行的视听产品的扶持保护政策，在遵守国际贸易规则的前提下，有效地保护了本国视听产业的发展，特别是能够根据国际、国内的各种形势的变化不断调整各种相关政策，在产业保护与扶持方面起到了巨大的作用。

中国视听产品市场需求旺盛，高质量产品的生产能力不足，每年为数不多的进口大片就几乎能占去电影票房的近半壁江山，电视节目生产数量庞大，精品不多，影像制品行业近几年萎缩严重。视听产业整体国际出口量小，国际影响力不大。政府的各种政策法规不完善，一些条例、暂行规定替代法律行使权力，特别是资助政策，能真正发挥促进产业发展作用的不多。通过考察澳大利亚视听产业的现状和政策，给我们国家的视听产业发展带来了很多启示。比如重视视听产业行业机构的重要作用，加大政府对视听产业的扶持力度，改革扶持方式，以文化共同性为基础，在中华文化圈加快推进中国视听产品走出去战略；同时也以文化差异性为基础，增强文化吸引力，在全球范围内加快推进中国视听产品走出去的步伐。

本文是国家社会科学基金重点项目“我国文化产业政策研究”(09AZD032)的阶段性成果

本文作者：西南政法大学全球新闻与传播学院讲师、四川大学文学与新闻学院博士
责任编辑：马 光

The Development and Policy Adjustments of Australian Audiovisual Industry

Zhou Song

Abstract: Australian has a small population, but it is big country of audiovisual products production and consumption. The production quantity, number of international trade is large, and it's domestic consumption is higher than many developed countries. Since the 1970's, the government introduced a number of measures to support national audio-visual industry production, international trade, international communication. Especially since the new century, government made several relatively big adjustments on the institutional reform, preferential policies, financing and other aspects according to the new situation of industrial development.

Keywords: Australia; Audio-visual industry; copyright trade; supporting policies; tax incentives