

## 影视基地之新型模式探究 Research on the New Model of Film and Television Base

许鸿山<sup>1\*</sup> 王泉月<sup>2</sup> 姜逸茗<sup>2</sup> 曹洋<sup>3</sup>  
Hong-Shan Xu Quan-Yue Wang Yi-Ming Jiang Yang Cao

### 摘要

文化产业作为第三产业中最具综合性、最有市场前景的产业，正在成为我国产业结构升级转型的重要风标。伴随着影视产业的蓬勃发展，影视基地不断显现出大量问题，影视基地不仅可为当地带来经济效应，也可增加文化软实力，发展影视基地刻不容缓。本文就目前国内外影视基地的建设及经营方式等方面为参考，分析其发展的弊端，结合“五位一体”和“六新”，以厦门影视基地的发展为研究，提出创新的影视基地发展模式。

**关键词：**影视基地、发展研究、发展模式

### Abstract

As the most comprehensive industry with the most promising market prospect in the tertiary industry, cultural industry is becoming an important beacon for the upgrading and transformation of China's industrial structure. With the vigorous development of the film and television industry, the film and television base constantly presents a lot of problems. The film and television base can not only bring economic effect to the local area, but also increase the cultural soft power, so it is urgent to develop the film and television base. Based on the current construction and operation mode of film and television bases at home and abroad, this paper analyzes the disadvantages of their development, combines the "five-in-one" and "six new", takes the development of Xiamen film and television base as the research, and proposes the innovative development mode of film and television base.

**Keywords:** The Film and Television Base, Development Research, Development Model

## 1. 研究背景说明

### 1.1 研究背景

#### 1.1.1 厦门影视产业现状

影视文化是文化产业的重要内容。厦门综合实力不断提升，2018 年地区生产总值 4,791.4 亿元，财政总收入达 1,283.3 亿元，三种产业结构为 0.5 : 41.3 : 58.2，形成以先进制造业和现代服务业为主体的现代产业体系。持续打造 12 条千亿产业链，其中软件信息、文化创意、旅游会展等 8 条产业链达到千亿级，获评全国首批服务型制造示范城市、“中国软件特色名城”等称号（厦门市人民政府，2019a）。中国金鸡百

<sup>1</sup> 厦门大学嘉庚学院国际商学院 2018 级国际经济与贸易专业 664462789@qq.com\*通讯作者

<sup>2</sup> 厦门大学嘉庚学院国际商学院 2018 级国际经济与贸易专业

<sup>3</sup> 厦门大学嘉庚学院国际商学院 2019 级国际经济与贸易专业

花电影节长期落户厦门，获得未来十年的举办权，为其影视文化发展提供新契机，特有的自然人文外景，吸引无数剧组前来拍摄。但由于专业化水平低、后期制作不足、影视产业链不够完善等问题，厦门未能成为影视拍摄发展的中心，幸而这些问题引起了相关部门的注意，开始逐步探索厦门影视发展的新模式。厦门现有的大型影视基地包括同安影视城、正在建设中的影视拍摄基地（集美区杏林西路）、东南国际影视中心。



资料来源：厦门微新闻

图 1. 厦门影视产业未来发展规划

1.1.2 相关政策

厦门市影视产业正随着中国金鸡百花电影节的长期落户开启发展加速度。8月16日，《厦门市进一步促进影视产业发展的若干规定》正式出台，这是厦门市首个影视产业专项扶持政策，共15条，其中第三条：鼓励影视企业落户厦门。在本市新设立的影视企业，不涉及新增用地的，自缴税年度起，按其缴纳的企业所得税和增值税地方留成部分，给予前2年100%、后3年80%的奖励。对年度地方财政贡献扣除各项奖励后首次达到100万元以上的影视企业，一次性给予10万元奖励；达到500万元以上的，给予50万元奖励；达到1,000万元以上的，给予100万元奖励。对引进全国知名影视企业和影视产业链重要环节的企业，或涉及新增用地的企业，可另行商议支持方式（厦门市人民政府，2019b）。

1.2 研究目的及意义

1.2.1 研究目的

目前大部分影视基地的建设形式主要有景观型与剧本型，围绕基地周边景观及建筑，因地制宜建立设施，开展游览式参观及影视拍摄。这两种经营方式具有普遍性、地域性，但目前影视行业愈加成熟，随着互联网和跨界企业的进入，降低了影视行业的准入门槛，以至于现在的影视行业不仅要拼实力、资本，更要拼创新、市场把握度。国内很多影视基地盲目跟风，缺少自身的合理性规划，以至于基地“供过于求”，惨淡经营。影视基地作为影视拍摄的基石，只有不断改进完善，才能拍摄制造出更优异的影视作品，为影视行业提供精良服务，亦提高基地自身的社会价值。

### 1.2.2 研究意义

影视产业是一种特殊的文化产业，也是文化价值传播的重要渠道。以厦门特有的人文、自然环境，使不同基地本土异化发展。利用新技术与方法探索厦门影视基地，提高影视作品的品质，创造巨大收益。结合政府对影视行业发展的规划，推动影视产业高质量发展，将厦门打造为新时代中国影视产业高质量发展的典范城市。

## 2. 影视基地的发展痛点

### 2.1 影视基地的发展

影视基地最早起源于美国的好莱坞。好莱坞制片公司特意把拍摄电影的外景留下来，既供以后拍片重复使用，又让观众参观游览，以获得电影票房之外的收益，影视基地由此兴盛起来。我国影视基地最早起源于于上世纪二十年代各大影业公司的片场、摄影棚和外景地，三、四十年代在上海、长春等地已见雏形。改革开放以来，中国影视事业取得辉煌成就，影视业发生了深刻的历史变革，听广播、看电影、看电视已经成为广大人民群众精神文化生活的重要组成部分，成为改革开放给中国百姓带来的最显著、最愉悦的实惠之一。短短十几年间，中国电影已从计划经济的僵硬体制中彻底走出来，以商业化运作实现了与国际接轨。据数据显示，2017 年中国电影票房达到 559.17 亿元，电影荧幕数量达到 5.08 万块，这是首次超越北美。2018 年中国电影票房接近 610 亿，同比增长 9.1%。中国影视市场迅速扩大，影视拍摄服务需求旺盛，旅游市场持续增长，中国是世界上娱乐媒体业增长最快的国家。从上世纪 80 年代后期开始的 20 多年间，我国掀起了影视基地的建设热潮。影视基地的建设首先是得到了当地政府在政策、土地等方面的支持，并给予了一定的优惠条件。将影视剧及明星效应与伴生的旅游产业效益相互依托，是我国影视基地发展的重要特征（张黎等，2012）。部分影视基地已经成为当地著名的旅游景点，是当地经济的重要助推器。

### 2.2 影视基地的痛点

#### 2.2.1 盈利模式单一 效益低下

靠收取场租费和发展旅游业是目前最主要的盈利模式，但仅仅依靠影视剧的拍摄来吸引游客的简单粗放的盈利模式，在众多主题乐园的刺激下，已经基本失去了生存空间；游客们并不会为现有的影视城特色买单，导致院内旅游业发展不起来，许多投资商纷纷撤资，因果循环产生了现有的发展困境。

#### 2.2.2 盲目投资 重复建设

近年来各地企业和政府纷纷看好影视基地，大兴建造大型影视基地之风。按照国家旅游局统计显示，全国 2,000 余家各类主题公园赢利者仅一成，亏损占七成，2/3 投资难以收回，被各种影视城项目套牢的资金保守估计有上百亿元；院内存在问题种类繁多，导致投资者继续投资希望改变现状，只是错上加错，院内盲目投资，重复建设，但是依然解决不了我国影视城发展的问题。

#### 2.2.3 风格雷同 缺乏特色

目前国内影视基地面临的一个重要问题是风格雷同，缺乏特色，这是由于盲目投资、重复建设导致的后果。这点是在上一点的基础上存在的，重复的建设导致国内的影视城千篇一律，很少能够有存在自己产业特色的影视城，所以风格上大同小异，游客们去了一家便不会去第二家，所以旅游业常年衰败。

#### 2.2.4 技术人员生活垃圾的不合理处理 对影视城旅游的环境造成影响

游人的蜂拥而至,造成影视景点原始风貌和周围生态环境的破坏。影视拍摄剧组的导演、演员、剧务、技术人员生活垃圾的不合理处理,对影视城旅游的环境造成影响。

#### 2.2.5 影视城发展导致周边淳朴民风丢失

随着众多影视城的建立以及发展情况的不良或不顺利,众多影视城在本来就亏钱的基础上,更加以利益为基础发展影视城旅游业,并且开发不同地域特色以赚取利益,导致当地淳朴的民风被利益化金钱化。芙蓉镇、九寨沟等著名影视城景点,在经过了影视作品的大力宣传后,旅游也蓬勃的发展起来,但由此在当地衍生了众多歌舞厅、美容院、电子游戏厅等娱乐场所,导致整个景区成为了一个“四不像”。

#### 2.2.6 影视城失去固有的文化底蕴

为了把横城古城建为影视城,当地部门不惜破坏清代以来保存完好的城池,并将城池中的农户全部清理出去,古城面貌荡然无存。影视城搭建对传统文化的破坏,为了将百年老宅董府打造成影视城拍摄基地,拍摄组在未经自治区文物局批准的情况下,就在院内搭满了农家小院式的“土风景”,例如茅草房、石碾子、石磨;门、柱、窗上下半部刷了棕色的漆,上半部还残留着原来的斑驳的朱红漆,青砖拱门上涂了黄泥,老墙上钉着角铁,整个董府完全变了味道,影视城旅游的开发和宣传中也因此失去了其独具优势的文化内涵。

### 3. 成功影视基地的分析

#### 3.1 好莱坞的优势分析

1912年由卡尔·莱默尔在好莱坞建立第一家制片公司,历尽多年发展,现在已发展为美国文化、影视中心。上世纪60年代初,环球制片公司成立,1963年它将部分摄影棚改建成环球影视城对外开放,现已发展成世界上最大的电影、电视制片基地及以电影题材为主的主题公园,城内有舞台演艺、影视演艺、实景演艺等多种形式的游乐项目,每年吸引着世界各地2,000多万游人来参观游玩。而对好莱坞环球影视城进行深入研究,也可发现许多对我国文化旅游市场建设极为有益的启示(范安祺与范惠闵,2012)。

##### 3.1.1 并蓄的多元文化

环球影城是多元文化的综合,将不同的文化种类、形式、层次的内容融合改造,以游戏、实景、动漫、舞台的形式表现出来,满足前来参观游览的游客需求。节目脱胎于影视大片,又不同于影视本身,多种文化的整合给游客心灵的震撼、冲击和思索。环球影城以文化为主线,在造型、动态等多角度重新设计、改造、编排游乐节目,使游乐活动更具立体感、时代感,赋予了强大的生命力。节目内容反映人与自然、人与人关系,唤起人们更深层次的思考,这样始终抓住游客的眼球和心灵,保持影视城的吸引力。

##### 3.1.2 穿越时空的故事题材

游乐节目把时间和空间作大跨度的交错跳跃,内容情节异想天开又合情合理,浓缩演绎漫漫时间长河发生的故事情节,让它们在短时间内精彩释放表现,反映对人的过去、未来的探求,给游客带来无限惊奇和享受。游客在回忆中可以想起以往清晰可

爱的故事、轻松愉悦的生活情节。

### 3.1.3 推陈出新不断挑战感官极限

环球影城不断推出新内容，合理淘汰旧节目，在内容情节与技术上有新突破，才能克服审美疲劳，不断吸引游客前来游玩。影视城从早期的静态摄影棚、简单的道具、场景，参观拍摄内容发展到大型互动、整合配套的节目。从光效、音效、LED视屏和大型机械装置等先进舞台景效等的大投入，以电脑合成、精密控制技术、微型紧凑的电动和气动系统的综合运用，配合水、雾、气味创造引人入胜的场景。

### 3.1.4 发挥品牌优势延长产业链

Universal 是环球影城的著名商标，影视城作为成功的一种经营管理模式。环球公司把这一品牌输出，作为经营模式推广，输出了管理和服务。在美国建有奥兰多环球影视城，还在日本、新加坡等建了大型影视城，推销印有环球城标志以及明星头像体恤衫、运动鞋、眼镜、帽子，制作了多种多样的造型人物、卡通作为商品出售，它们成为深受游客欢迎的旅游纪念品，为影视城带来大量的财源。围绕着影视城，从旅游、服务、交通等行业形成更长的产业链，其中包括广告、发行、印刷、信息、出版、网络传输、视频制作、影视制作等企业。通过优化整合这些资源，延长产业链，扩张经营范围规模，实现资本最大限度增值，并伴随着影视业、娱乐业的兴盛，而形成更大的消费市场。

### 3.1.5 精细管理优质服务

优良的管理、优质的服务是每一个成功企业共有的管理风格，作为以文化旅游的影视主题公园还有它的特殊性。影城无论是引导员、票务还是设备操作人员，都具有高专业性，工作高标准，服务到位。公园内环境干净整洁，各种器械的保养维护严格细致，细节完善。对游客的提问、引导游玩自然随和，表现出良好的专业素养、敬业精神、职业道德。影城在服务、管理、环境、设施、安全等方面有严格的规章制度，对游客排队的线路安排、游车线路、货物运送都有精心的计划和安排，并通过摄像机、广播等随时监控、调度、疏导人流，调节节目场次和时间。

## 3.2 横店的优势分析

横店影视城，是集影视、旅游、度假、休闲、观光为一体的大型综合性旅游区，以其厚重的文化底蕴和独特的历史场景，而被评为国家 5A 级旅游景区。横店影视城位于浙江省金华市东阳市横店镇，处于江、浙、沪、闽、赣四小时交通旅游经济圈内。横店影视城已成为全球规模最大的影视拍摄基地，中国唯一的“国家级影视产业实验区”，被美国《好莱坞》杂志称为“中国好莱坞”。深入探究横店的经营方式优势可以对未来新的影视基地发展提供有力的帮助。

### 3.2.1 审时度势，不断探索创新模式

从 1996 年建成之初起，横店在经营模式上采取传统的租赁场地的盈利模式，但经济效益不佳。从 2000 年以后，横店实行影视拍摄免收场租的策略，迅速吸引了大批剧组和影视文化企业进驻，在此基础上又成立了横店影视管理中心，统一管理运营制景、道具、服装、化妆、车辆、设备租赁、演员队伍等配套服务，使横店成为国内管理服务最规范的影视拍摄基地，于 2004 年被确定为国家首个影视产业实验区，在

全国诸多影视城中率先实现了影视拍摄基地向影视产业基地的转变。随后，在全国一些影视基地开始免费接待拍摄的情况下，横店影视城及时转变，依托影视基地带来的宣传效应，创造性地整合各景区营销队伍，成立统一的旅游营销公司，围绕影视基地高标准策划开发了《汴梁一梦》、《始皇登基》、《梦回秦汉》等文艺演出节目以及游客与剧组的互动体验节目，为游客提供了丰富的影视体验产品，游客接待数量和经济效益逐年提升，2010 年被评为国家 5A 级旅游景区，实现了从影视拍摄基地向影视旅游主题公园转变。

### 3.2.2 集群化发展与多元的发展

横店影视产业城全面整合了影视、旅游和服务资源，集聚相关资金与企业，打造完整的影视产业链，在所有拍摄基地免收场租的同时，为前来拍摄的剧组提供从场景搭建、道具制作、演员中介到餐饮、住宿等的一系列配套服务，将整个横店镇建成了一个庞大而完备的影视产业配套和后勤服务基地，构建了策划、融资、制作、展示交易以及产品开发等五大体系，不但带动了与文化直接相关的产业，也带动了包括教育、医疗卫生和体育等在内的大文化产业，以及信息、金融、商贸、物流、服务等第三产业发展。横店影视城通过在相对集中的空间中打造的秦王宫、清明上河图、明清宫苑、梦幻谷等十多个影视拍摄基地，建设贵宾楼、国贸大厦、影星酒店等多层次的星级酒店，成立影视管理服务公司、制景公司、营销公司、旅游商品公司、产品管理开发中心等多元化的公司体系，链条化地满足了影视拍摄和影视旅游的系列化需求，全域性地提升了横店作为影视旅游目的地的整体形象。

### 3.2.3 社会融资

横店影视城的主要投资主体为横店集团，该企业是全国知名的特大型民营企业，经济实力雄厚。自 1996 年以来，横店集团累计为横店影视城投资 80 多亿元，占到影视城总投资额的三分之二，其余三分之一主要来自于国内外其他文化影视企业的合作投资。民营资本的聚集注入是横店影视城发展的核心力量，与此相匹配的是民营资本在横店的发展壮大，也吸引了金融和投资机构的积极介入。在横店影视城内，共有上百家商业银行分支机构、民间金融机构和风险投资公司，为进驻横店影视城的影视文化企业提供了充足的资金支持。2017 年 10 月 12 日，横店影视正式登陆上海证券交易所，公开发行 5,300 万股，发行价为 15.45 元/股，公开发行股份数量占本次发行后公司总股本的 11.70%。

通过以上的分析不难发现，一个成功的影视基地需要有足够成熟的供应链和相应的配套资源甚至是人才，并且必须要长远不断的创造更新的文化和创新，利用长尾效应不断扩大自己的盈利产品以及自身的特色，建立自己的核心竞争优势，不断扩大自己的优势并且同时承担社会责任。最后需要顺应时代发展，不断的完善发展创新。

## 4. 对于厦门的影视基地的探索

根据以上的问题分析和案例分析，我们将提出一种初步的模型—“五位一体”和“六新”。“五位一体”分为摄影、旅游、教育、融资、文化五个部分，也对应着我国职能；“六新”是指新内容、新平台、新人才、新渠道、新品牌、新技术。

### 4.1 五位一体

摄影—主要是提供摆设的场地和相应的配套资源及服务。对于拍摄我们的需要一



条成熟的供应链，成熟的供应链将会大大的提高拍摄的效率和效能，主要包括运营制景、道具、服装、化妆、车辆、设备租赁、演员队伍，酒店入住，食物等配套服务。不断完善供应链，提供优质的服务将是影视基地的重要职能。

旅游-将拍摄的场地合理利用，供人参观旅游。影视基地的旅游业成为影视基地的重要收入。在“五位一体”的模式中，我们要主张“文化+旅游”的主题公园，以“文化主题”为中心，“体验文化”和“娱乐”为重点开展旅游业-按照场景的特点意义，合理规划利用组成并且通过一些娱乐措施和服务，充分发展旅游业。文化旅游将成为影视基地的重要收入源。

教育-在发展过程中提供大量的人才（管理、拍摄、化妆、表演等）和在主题公园中提供社会教育。为了保持其影视基地的良好发展，需要大量的人力资源-与周围院校合作，培育人才。由影视基地保证人才输入，由院校保证人才输出，共同发展；利用旅游的资源进行教育，开设“学习”+“体验”的教育模式，增加影视基地的社会文化底蕴和社会地位，而教育将成为影视基地的重要部分。

融资-将合理的资源与经济相应的合理兑现达到盈利和发展的投资手段。影视制作企业融资创新研究有助于影视产业发展，整合更多的融资机会，吸引多元化的资金与参与影视产业发展，提高资源配置效率。合理的配置影视的版权，合理分化股权的分配，合理施行评估制度，使融资市场处于健康化、透明化、公证化。本模式将使用区块链技术来使辅助融资，而融资是使影视基地焕发活力的重要因素。

文化-影视基地精神与物质文化的体现。文化是任何事物在一段时间后成功的沉淀，影视基地可以将我们的文化具体呈现出来到大家的面前，并具有一定的文化观赏价值，潜移默化地影响着下一代。本影视基地将以“火”作为文化象征，其寓意为革命时期艰苦奋斗，勇于开拓，自力更生的红色精神，在取他人精华的使我们的文化更加的多元，向着发展中的“地球村”迈出坚实的步伐。

这五个点相辅相成，互相反馈。拍摄是影视基地的基本职能，通过拍摄影视产品，增加自身的知名度，从而吸引他人旅客进行游玩。在游玩的过程中进行教育科普，并且还可以通过和高校的合作，保持人才输入输出。通过拍摄提高知名度，旅游通过经济价值，教育通过社会影响力，吸引其他企业投资，以及管理影视产权。摄影、旅游、教育、融资都体现出影视基地的文化特色，并且会有正反馈与摄影、旅游、教育和融资。

## 4.2 “六新”

### 4.2.1 新内容：发掘内涵，创新表现手段，实现情感共鸣

厦门影视基地首先要做到内容为王，深刻的发掘传统文化的内涵，再加上现代化的表现形式，将现代观念与消费者的情感相融合，把文化资源转化为产业资源，使得消费者在这个影视旅游过程中产生情感上的共鸣。以美国迪士尼公司拍摄《花木兰》为例，花木兰的故事在中国众所周知，而迪士尼就利用这一古老的文化资源，即花木兰替父从军的故事，加入一些美国的文化元素，利用技术转化为动漫。除了发掘本土文化内涵，还可以拓展中国特有的文化，加之以现代化的表现手段，通过各类渠道引起消费者的共鸣，增强自身的竞争力（孙雨，2019）。

### 4.2.2 新平台：打造平台，产品系列开发，文化和旅游有机结合

中国有很多的产品交流会、展览会，厦门影视基地应充分利用会展地域优势，积极开发和推广文化产品。另外，通过政府的优惠政策，将影视文化和旅游相结合，从

这两方面入手，鼓励企业对于文化创意产品的开发，文化中有着旅游的气息，旅游中不乏文化的内涵。在此过程中，首先要充分了解和把握市场的发展动向，通过互联网大数据等技术整合消费者的消费需求，向消费者提供更加符合其消费的产品。营销和销售是产品推广的两个重要环节，线上线下双管齐下，广告媒体齐头并进，将影视旅游产品更好更广泛地推向市场。

#### **4.2.3 新人才：人才引进，规范管理体制，发展培养全方位人才**

影视旅游产业是一个服务型产业，规范的管理体制，保证服务人员既有一定的文化涵养又掌握一定的旅游知识，提高接待和服务水平。通过多种方式和途径来引进人才，通过激励等机制实施人才战略，定期组织培训或者外出学习，发展和培养全方位人才。也可以通过和各大高校合作，定期引进优秀的学生进行实习，在此过程中考察学生，着重培养优秀学生。或者直接和高校合作开办定向专业，由高校优秀老师进行委培优质人才。

#### **4.2.4 新渠道：着眼市场，探索营销渠道，优化产业结构布局**

市场是不断变化的，关注市场动态、观察消费水平、提高市场意识，使得厦门影视基地的文化旅游产品与时俱进、不断的升级。在营销方面，首先要打破传统文化的单向传播的旧模式，借助微博、豆瓣、知乎等平台加强与潜在客源的联系，利用携程、去哪儿、飞猪等平台推广影视旅游产品。除此之外，可以定期举办各种活动，让消费者先从体验出发，在体验的过程中产生参与式消费。与此同时，根据市场数据来分析，在影视旅游中各个分支产业的比重，不断地优化影视旅游中各产业比重，实现影视旅游资源的优化配置，提高经济效益。

#### **4.2.5 新品牌：维护品牌，完善整体形象，提高市场竞争力**

在品牌发展的过程中，首先要保证我们的品牌是沿着积极的方向发展，时时刻刻要想着品牌的维护。因为文化品牌能够产生集聚、拓展、带动等效应，以此为基点，带领着产品、企业、社会不断进步和创新。不能出现或者要极力遏制负面的影响，完善提高企业的整体形象。此外，一定要立足文化，大力地发掘各类文化，使其融入到整个影视旅游产业中。在影视旅游的开发延伸过程中，政府应加强引导，加大扶持力度，企业利用现有的资源，举办电影节等活动，建立起良好的市场形象，并充分利用文化产业集群的优势使得行业形成合力。

#### **4.2.6 新技术：基于5G，结合区块VR，探索影视新革命**

勇于使用新技术，合理运用在影视的各个方面。在影视基地中引进VR馆，亲身体验革命先辈的所处环境，触碰先烈历史，培养青少年和成年人的使命感，进行红色教育；与此同时，增加虚拟的情景游戏，以著名的历史事件为背景，体验老一辈的生活方式，让孩子们亲身扮演其中角色，可以使他们更加直观的了解中国历史；适当地加入枪战游戏，结合VR结合重大战役情节，模拟其场景，让参与者在参与中体验红色革命；还可以引进退休的教官，开展扩展活动，让青少年与家长在游戏中体会红色精神。在学习中玩，在玩中学习，实现“红色教育”和“玩”的结合，提升青少年学习的积极性；在影视基地融资市场中，运用区块链技术合理的配置影视的版权，合理记录分化股权的分配，公开记录评估过程细节，使融资市场处于健康化、透明化、公正化；在影视基地中引入5G虚拟技术，配备最新的设施设备，将影视的制作推向新的道路，其虚拟技术可以发展大型的科幻作品，与世界的科幻片接轨等。



## 5. 总结

文化影视的繁荣发展是我国文化软实力的重要体现。近年来，影视产业的野蛮生长暴露出许多弊端，其中影视基地是发挥影视在文化产业中核心作用的重要环节。影视基地的转型势在必行，相信本次探索将会对未来影视基地发展有益。

### 参考文献

1. 厦门市人民政府(2019)。厦门影视产业发展规划 2019-2025。XM00100，02，02，123。
2. 厦门市人民政府(2019)。厦门市进一步促进影视产业发展的若干的规定。厦府240。
3. 张黎、林方亮、张武琪(2012)。我国影视基地发展研究。现代电影技术，5，38-40。
4. 范安祺、范惠闵(2012)。浅析好莱坞环球影城的成功之道。现代经济：现代物业中旬刊，3，150-152。
5. 孙雨(2019)。浅析影视旅游产业的运营和发展-以横店影视城为例。现代商业，13，47-48。

收稿日期：2020-09-22

责任编辑、校对：吴鹭瑶、柯郁馨