

北京电影产业空间集聚与网络权力分布特征研究

文 嫣,张强国*,杜 恒,罗 芬

(湖南大学经济与贸易学院,长沙 410079)

摘要:论文选取2015年北京电影企业领衔出品的115部影片为样本构建了北京电影产业网络。在此基础上,使用核密度分析法分析了北京电影产业的空间集聚特征,并运用社会网络分析法测度了北京电影产业的网络权力分布。研究发现:①北京电影产业拥有4种类型的集聚区,前3种受市场机制下的路径依赖作用,位于城市核心老城区;第4种受政府规划作用,位于城市远郊区。②北京电影产业网络中权力的分布非常不平衡,4家国有电影企业占据了权力的核心。这4家国有电影企业与中国电影集团公司有着千丝万缕的密切联系,具有高度的组织制度邻近性,它们依托中国电影集团公司内部的股权网络,形成资本、人员、技术、信息交流的密切通道,并通过多种方式控制、协调整个北京电影产业网络的组织运营。

关键词:电影产业;空间集聚;网络权力;北京

随着科技的进步和生活水平的提升,中国电影产业发展势头迅猛。2015年中国国产故事片产量686部,票房收入440.69亿元,电影从业人员约65万,成为全球排名第3位的电影生产国和仅次于美国的全球第2大电影市场(中国电影家协会,2016)。中国电影产业地理空间布局具有高度的集聚态势,而北京无疑是中国最重要、最核心的电影企业集聚区。作为中国的政治、文化、经济中心,北京拥有深厚的历史文化底蕴、充裕的金融资本、得天独厚的政策环境;加之,北京电影学院、中央戏剧学院、中国传媒大学三足鼎立,大量著名艺术家、作家汇聚,为北京提供了充沛的创意人才。根据北京电影学院发布的产业竞争指数2004—2015年度数据,北京在全国31个省份(未包括港澳台地区)中,电影产业综合发展水平一直排名第1位(侯光明等,2016)。2015年,北京电影票房收入31.5亿元,名列全国各大城市之首;全国票房前20名的国产影片中,北京企业出品13部,占65%;全国票房超过10

亿元的5部国产影片中,北京企业出品4部,占80%;重点制片企业前10中,总部位于北京的有7家,占70%。因此,北京作为全国影视创意策划、制作生产、营销发行、国际传播的中心,影视企业总量、产业规模和发展水平居全国首位,它在中国电影产业中具有较强的代表性和巨大的影响力。

随着以电影为代表的文化创意产业成为拉动城市经济增长、促进城市转型复苏的新引擎(UNDP et al, 2014),它们吸引了地理学、经济学等众多学科学者的高度关注。学者们研究发现,“创意”的产生具有重要特质:差异化思考、思维交叉、异质性信息交流、多个主体间对话和反馈等等(Windeler et al, 2001; Ebberts et al, 2009)。因此,文化创意产业的运营高度契合当今产业组织“网络化”趋势:价值创造活动基于价值链垂直分离,企业间分工合作替代企业内分工协作,实现电影、音乐、绘画、书籍、软件等文化创意产品的生产。在此基础上,文化创意企业的空间集聚特征,以及基于权力分布的产业网络组

收稿日期:2018-12-27;修订日期:2019-02-18。

基金项目:国家自然科学基金项目(41571117, 41871117)。[Foundation: National Natural Science Foundation of China, No. 41571117 and 41871117.]

第一作者简介:文嫣(1977—),女,湖南长沙人,副教授,博士生导师,主要研究方向为产业网络视角下的地方和全球经济研究。

E-mail: wenhuhu@sina.com

*通信作者简介:张强国(1992—),男,江西上饶人,博士生,主要研究方向为产业网络与区域经济发展。

E-mail: zhangqiangguohunan@163.com

引用格式:文嫣,张强国,杜恒,等. 2019. 北京电影产业空间集聚与网络权力分布特征研究[J]. 地理科学进展, 38(11): 1747-1758. [Wen H, Zhang Q G, Du H, et al. 2019. Characteristics of spatial agglomeration and network power distribution of Beijing film industry. Progress in Geography, 38(11): 1747-1758.] DOI: 10.18306/dlkxjz.2019.11.010

织成为研究的热点。

第一,在空间集聚特征的研究领域,一些学者指出,文化创意企业为接近市场,或为获取资金和信息,或为寻求宽容、多元的文化氛围,倾向于集聚在城市最繁荣的中央商务区,或文化氛围浓厚的老城区附近(Drinkwater et al, 2016; 刘振锋等, 2016; Chapain et al, 2017; 王腾飞等, 2018)。另一些学者也指出,受政府政策的引导,或为了吸引创意人才,文化创意企业倾向于分布在人才密集的大学城,以及风景优美的旅游景区附近(朱华晟等, 2010; 黄江等, 2011; He et al, 2014)。还有一些研究指出,由于技术进步引起的城市去中心化,以及核心城区日益高涨的租金和生活成本,文化创意企业倾向布局在地价低廉的城市郊区(Flew et al, 2012; Gregory et al, 2018)。第二,在创意产业网络权力分布研究领域,大量国外学者基于问卷调查、企业访谈等数据研究指出,绝大多数产业网络的权力分布是不平等的,核心节点一定程度起到协调网络运转,引领经济活动开展的功能。如,Krätke(2002)指出,占据价值链前端的拍摄企业占据了德国波茨坦电影产业网络的核心位置;Johns(2010)的研究则表明,控制了资金渠道的影视投资公司在英国曼彻斯特影视产业网络中拥有最大的权力,由它们来组织生产;Foster等(2013)对美国马萨诸塞州电影产业的研究发现,“非营利性区域中介组织”——马萨诸塞州电影办公室(MFO)作为当地影视产业网络中的枢纽节点,扮演着中介者的重要角色,协调、联结创意人才、项目投资、后期制作公司、政府部门等要素。从以上研究可以看出,不同地域、不同制度文化环境下,占据网络权力核心的节点类型存在巨大差异。由于产业组织是围绕核心节点展开的,所以核心节点类型的差异也意味着产业网络组织和运作的不同。

综上所述,学术界对文化创意产业的空间集聚和产业网络权力分布,已经开展了丰富的研究,为后续工作奠定了良好的基础。但已有的研究也存在可以推进的地方。第一,上述地方创意产业网络研究均采用问卷调查、企业访谈等的传统方式采集关系数据(Krätke, 2002; Johns, 2010; Foster et al, 2013)。但此种数据获取方式受制于问卷填写人、或被访谈人的认知局限和保密性顾虑,所采集关系数据的全面、客观和准确性有待提升(文嫣等, 2014)。第二,相对于相对丰富的空间分布研究,国

内学者对产业网络权力的研究远远滞后,从而一定程度上缺失了与国外学者对话的机会。第三,国外学者的相关研究对文化创意产业“地方性”的“语境化”重视不够,而这些因素对于产业网络权力分布会产生重要的影响。电影作为一门现代的视听艺术,与生俱来包含着其创作土壤的意识形态特征。作为社会主义国家,中国有悠久的历史文化,也有着区别于美国、英国、德国等西方国家特有的电影产业制度文化环境。1949年以来,电影一直是党和各级政府弘扬时代主旋律和国家主流价值观重要的舆论宣传载体,政府对电影产业实施较为全面而严格的监管。因此,相对西方国家,中国电影产业不仅具有“商业属性”和“文化属性”,还有显著的“政治属性”。这一特殊的制度文化背景下的产业网络权力特征是值得深入探讨的。

电影产业网络化组织运营成熟。加之,每一部电影的字幕都提供了清晰、客观的企业合作关系数据信息,因此该产业为创意产业空间分布以及网络权力研究提供了良好的切入点。作为引领中国电影产业发展的高地,北京电影产业具有较强的典型性和代表性。北京电影企业具体集聚在什么区域,为什么会集聚在那些区域,由集聚形成的电影产业网络具有什么权力分布特征,这种权力格局如何影响北京电影产业网络的组织运营?本文拟以北京电影产业为研究对象,以2015年北京电影企业领衔出品的有据可查的115部电影为样本,并根据样本电影的片头、片尾和海报的信息获取每部电影中北京本地企业的名单及其合作信息来开展以上问题的研究。

1 数据来源与研究方法

1.1 样本选择

1.1.1 影片样本

2015年,北京电影企业^①共领衔出品了132部国产影片,占全国公开上映国产产品总数的47.48%(中国电影家协会, 2016)。经检索,有17部影片无法找到公开片源,不能进一步查询参与影片的企业信息。因此,本文选取其余115部北京电影企业领衔出品的影片作为影片样本。

1.1.2 电影企业样本

电影产业可细分为出品、拍摄、后期制作、发

^①本文中,北京电影企业是指注册地址在北京的电影企业,少数办公地址与注册地址不一致的电影企业则以其官网提供的总部地址为准。

行、营销推广、放映、衍生品开发7个价值链环节。其中,放映、海外发行以及衍生品开发没有统一、客观的数据来源,故本文不加以研究。基于价值链环节的分工,参与电影项目的企业又可大致分为5类:①制片企业,即以电影的出品和(或)拍摄为主营业务的企业;②后期制作企业,即以电影的后期制作为主营业务的企业;③发行企业,即以发行电影为主营业务的企业;④营销推广企业,即以电影的营销推广为主营业务的企业;⑤垂直一体化企业,指主营业务涵盖出品和(或)拍摄环节以及发行在内的多个价值链环节的电影企业。经整理,共有626家北京电影企业参与了本文选取的115部样本影片。其中,52家电影企业无法查询到详细的地址信息,故本文以其余574家电影企业为样本进行分析。574家电影企业样本中,包括241家制片企业、138家后期制作企业、28家发行企业、113家营销推广企业、54家垂直一体化企业。

1.2 网络构建

本文中,北京电影产业网络的构建过程如下:首先,根据样本影片的片头、片尾以及海报,整理出参与每部影片项目所有北京企业的名录;其次,运用EXCEL软件对115部样本影片的北京企业信息进行数据透视处理,合并得到“574×115”的企业-项目网络(矩阵A);最后,利用UCINET软件对矩阵A进行转换处理,得到“574×574”的以企业为节点的北京电影产业网络(矩阵B)。

1.3 研究方法

1.3.1 核密度分析法

本文采用核密度分析法对574家北京电影企业进行空间分析,以衡量北京电影产业的空间集聚强度。该方法在空间分析中运用非常广泛,可借助ArcGIS软件直接实现。其基本原理如下:以样本点为圆心,依据设置的搜索半径产生圆,圆心处的栅格单元密度值最高,离圆心越远密度越低,边界处的密度值为零(宋小冬等,2007)。具体操作为:第一步,通过北京工商行政管理局网站以及“天眼查”网站查询574家北京电影企业的具体地理位置;第二步,通过百度后台编程抓取每个企业的经纬度信息;第三步,利用ArcGIS软件将北京电影产业的空间分布进行可视化;最后,利用ArcGIS软件实现核密度分析。

1.3.2 社会网络分析法

本文运用社会网络分析法测度北京电影产业

网络权力分布特征,具体指标包括递推权力和递推权力的基尼系数。

(1) 递推权力(PC_i)。以往的研究多采用中心度(度数中心度、中介中心度和接近中心度)或结构洞来刻画单个节点的网络权力。但它们都没有同时考虑节点间的联系强度和间接联系对其权力的影响(Neal, 2011; 王成等, 2015)。鉴于此,Neal提出了递推权力的概念,用以测度节点的网络权力。具体计算公式如下:

$$PC_i = \sum_{j=1}^n R_{ij}/DC_j \quad (i \neq j) \quad (1)$$

式中:PC_i为节点*i*的递推权力;*R_{ij}*为节点*i*和节点*j*之间的联系强度;DC_j则表示与节点*j*有直接联系节点数量。

(2) 递推权力的基尼系数(Gini)。在递推权力的基础上,进一步利用递推权力基尼系数测度整体网络的权力结构。其计算公式为:

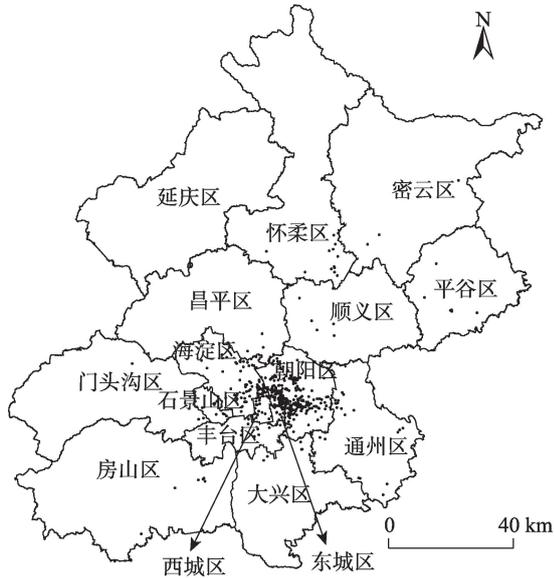
$$Gini = \frac{1}{2n^2\mu} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n |PC_i - PC_j| \quad (2)$$

式中:Gini为递推权力基尼系数;*n*是节点数量;*μ*是节点递推权力的均值;|PC_i-PC_j|是节点*i*和节点*j*之间递推权力的绝对离差(杨耀武等,2015)。参考联合国开发计划署关于收入基尼系数的规定:递推权力的基尼系数若低于0.20,表示节点间权力分布很均衡;0.20~0.29表示节点间权力分布比较均衡;0.30~0.39表示节点间权力分布不平衡;0.40~0.59表示权力分布很不平衡;0.60以上表示权力分布极不平衡。

2 北京电影产业空间集聚特征

如图1所示:一方面,北京电影产业的空间分布非常广泛,在地理空间上覆盖了北京15个市辖区,只有延庆区没有企业分布;另一方面,北京电影企业主要集聚于核心城区——朝阳区、海淀区和东城区。具体来看,285家电影分布在朝阳区,约占北京电影企业总数量的一半;84家电影企业分布在海淀区,约占电影企业总数的14.63%;东城区的电影企业数量为48,占比为8.36%,其余市辖区企业数量占比均在6%以下。

为了更精确地掌握北京电影产业在更小尺度下的空间集聚特征,进一步对其空间分布展开了核密度分析。如图2所示,北京电影产业的集聚区可



注:由于企业的地址信息精细度不统一,不同的企业在地图上可能呈现为同一个点。

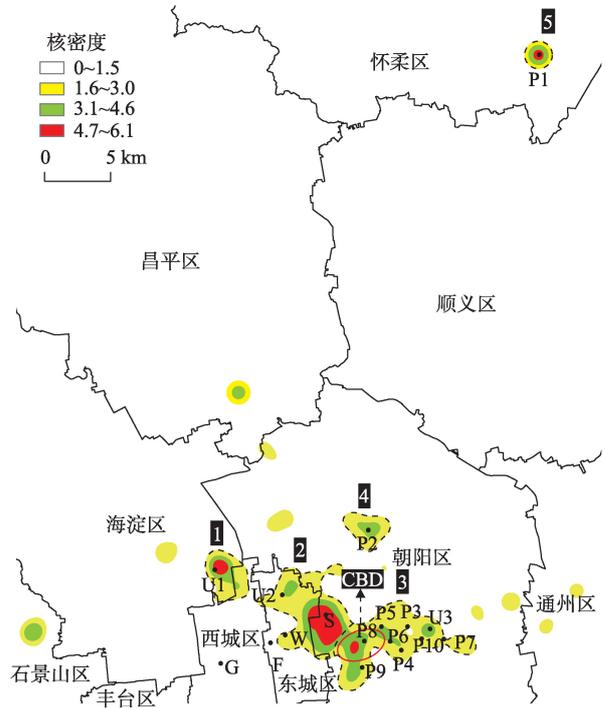
图1 北京电影产业的空间分布

Fig.1 Spatial distribution of Beijing film industry

分为5块(标记1、2、3、4、5),依据其集聚产生原因大致可以分为4类(表1)。

2.1 计划经济时代国有电影企业传统集聚区

第一类集聚区形成的时间最早,位于海淀区东南部与西城区北部的结合地带(标记1),带有明显的计划经济时期产业布局的痕迹。中国的电影产业一直具有强烈的政治色彩。新中国成立之初,党和国家将电影视为社会主义价值观最重要的舆论宣传载体:对外输出国家意识形态、增强文化影响力、塑造良好国家形象、维护国家文化安全;对内为政治目标营造舆论氛围,以维护社会秩序、稳固社会稳定。在这一时代背景下,中央政府在首都北京陆续成立了一批规模庞大的国有电影企业,并对它们



注:U1、U2、U3分别代表北京电影学院、中央戏剧学院和中国传媒大学,P1~P10分别代表10个文化创意产业园区,CBD为中央商务区(该区域为中央电视台和北京电视台的新址),F为故宫,G为广电总局,S为三里屯,W为王府井。

图2 北京电影产业空间分布的核密度图(局部)

Fig.2 Kernel density map of spatial distribution of Beijing film industry (partial)

实行统一规划,下达生产任务,提供运营资金。这其中,成立于1949年的北京电影制片厂、1951年的中国电影器材公司、1953年的中央新闻纪录片电影制片厂、1960年的北京电影洗印录像技术厂、1981年的中国儿童电影制片厂均集聚在海淀区东南部与西城区北部的结合地带,使得该集聚区成为了北京电影产业的起源地。不仅如此,该集聚区毗邻北

表1 北京电影产业集聚区的四种分类

Tab.1 Four categories of Beijing film industry cluster

| 标记 | 集聚区的类型 | 初始形成期 | 地理范围 | 代表性企业 |
|-----|-------------------|-----------|--------------------|---|
| 1 | 计划经济时代国有电影企业传统集聚区 | 1949年 | 海淀区东南部与西城区北部的结合地带 | 中国电影集团公司、华夏电影发行有限责任公司、中央新影集团 |
| 2 | 市场机制主导下民营企业自发集聚区 | 1994年 | 以三里屯为核心、涵盖东城和朝阳结合部 | 华谊兄弟传媒股份有限公司、光线传媒股份有限公司、博纳影业集团有限公司、星美传媒集团有限公司 |
| 3、4 | 市场为主导、以园区为依托的集聚区 | 20世纪90年代末 | CBD-定福庄走廊核心部 | 万达影视传媒有限公司、寰亚电影发行有限公司、合一影业有限公司、北京太空堡垒文化发展有限公司 |
| 5 | 政府主导建设的影视基地 | 2005年 | 怀柔区杨宋镇 | 中影电影数字制作基地有限公司、爱奇艺影业、乐视影业有限公司 |

京的核心文教区,区内1956年改制而成的北京电影学院是亚洲规模最大、世界著名的电影专业院校,被誉为“中国电影人才的摇篮”。

20世纪90年代,随着电视在中国家庭的普及,计划经济时代下的北京国产电影企业面临巨大的竞争与挑战,过强的行政干预使得中国绝大多数国有电影制片厂效率低下、濒临破产,影院萧条、国产电影票房一再萎缩,该集聚区笼罩着衰退的阴云。转机出现在1999年以后,随着中央推出的以院线制改革为代表的中国电影市场化运作的推进,该集聚区国有企业快速地展现出了新的生机,组建、新成立了在北京乃至在中国最具影响力的大型国有控股电影企业:第一,原国有电影企业重组并改制。①原中国电影公司、北京电影制片厂、中国儿童电影制片厂等8家单位合并组建成中国规模最大、产量最大的电影公司——中国电影集团公司。它成为中国最具代表的国有控股旗舰企业,拥有全资分子公司15个,主要控股、参股公司近30个。②由原中央新闻纪录电影制片厂和北京科学教育电影制片厂作为骨干企业的中央新影集团于2010年组建成立。第二,新组建国有控股电影企业。华夏电影发行有限责任公司于2003年成立。它是除中国电影集团以外,唯一一家拥有进口影片全国发行权的国有控股企业,专注影片发行、兼营制片和院线等影视业务,注册资本10亿元,共同投资的企事业单位有19家之多。今天,产业政策的倾斜、国家资本的雄厚,加之丰沛的影视人才汇集为该集聚区的发展注入了源源不断的活力。中国电影集团公司、华夏电影发行有限责任公司、中央新影集团三大国有企业是该集聚区的龙头企业。

2.2 市场机制主导下民营企业的自发集聚区

第二类集聚区主要以三里屯为核心,西邻故宫、东邻CBD,位于北京东城区与朝阳区的结合部(标记2),还涵盖工体娱乐圈。该集聚区历史积淀深厚、文化氛围浓郁、环境多元开放、商业资本充沛,拥有有利于创意企业发展的社会文化环境:第一,该地历史以来就是北京的传统文化、政治、经济核心区。它西邻故宫,汇集了元、明、清三代北京众多历史名胜古迹,如雍和宫、孔庙、国子监、地坛等,传统文化气息浓郁,各类传统文化艺术人才荟萃。第二,核心区三里屯集聚了大量外国驻华大使馆,人口流动大、文化多元性强。大量的异域风情酒吧提供了传媒工作者、演艺界人士、各种时尚人士的交

流和集聚场所。深厚的中华传统文化与西方文化通过创意人才的流动在这里交融、激荡。第三,中央戏剧学院位于该区域内,大量的影视专业人才供给充分。第四,区域内的北京工人体育场经常举行各类文化艺术活动,成为文化艺术爱好者集聚的中心。因此,随着20世纪90年代针对影视产业经营权政策的放开,富有活力的民营资本和境外资本快速涌入。大量主流民营电影企业在此萌芽、扎根,中国电影的事业开始向市场导向、利润驱动的产业转变。成立于1994年的华谊兄弟传媒股份有限公司、成立于1998年的光线传媒股份有限公司、成立于2001年成立的星美传媒集团有限公司以及2003年成立的博纳影业集团有限公司的总部均位于该区域。

2.3 市场为主导、以园区为依托的集聚区

第三类集聚区主要位于朝阳区中部(标记3),覆盖CBD—定福庄国际传媒产业走廊的核心部分。CBD—定福庄国际传媒产业走廊是以CBD播出交易平台、以中国传媒大学所在的定福庄人才为支撑平台,围绕影视传媒相关产业,企业先期自然集聚、政府后期跟进打造的一条产业带。

20世纪50—60年代,朝阳区CBD—定福庄区域为北京市主要工业基地,化工、汽车、纺织、机械等传统产业都集中在此。改革开放开使得价格机制推动土地用途的空间置换,伴随外资金融企业、民营服务业企业大量进驻,传统制造业企业开始撤离该区域。而广大敞亮又富有特色的工业厂房,快速吸引了电影、广播、电视、广告会展、新闻出版、网络动漫等创意类企业集聚。这里不仅有万达影视、合一影业、太空堡垒等民营影视企业,还吸引了时代华纳、迪士尼等国际知名影视企业的驻华机构,连中央电视台、北京电视台也迁入此地。2010年,在企业先期进入的基础上,北京朝阳区政府基于自身的资源优势和特点,立足于“政府引导、市场主导、企业主体”的原则,提出了“北京CBD—定福庄传媒产业走廊”发展构想,旨在依托文化创意产业园区的建设,运用财政政策、税收政策、土地政策、金融政策等措施引导产业集聚发展。在政策引导下,政府积极出让土地,民营企业投资建设运营,大量的创意产业园区快速成长(表2),并吸引了更多影视企业的集聚。如,在原国营电子厂的老厂房萌芽的798艺术区(标记4),起初发展零散、不成规模,2006年被纳入规划并予以重点扶持后,才步入繁荣发展的快

表2 第三类集聚区涵盖的文化创意产业园

Tab.2 Cultural and creative industrial parks covered by the third cluster

| 代码 | 产业园区名称 | 地址 | 立项规划年份 | 占地面积/m ² |
|-----|------------|---------------|--------|---------------------|
| P2 | 798艺术区 | 原北京国营电子工业老厂区 | 2006 | 69万 |
| P3 | 竞园艺术中心 | 原棉麻仓库 | 2007 | 10万 |
| P4 | 718传媒文化创意园 | 原北京石棉厂 | 2007 | 7万 |
| P5 | 莱锦文化创意产业园 | 原北京第二棉纺织厂 | 2009 | 13万 |
| P6 | 龙源文化创意产业园 | 朝阳区高碑店乡西店村 | 2009 | 2万 |
| P7 | 东亿国际传媒产业园 | 朝阳区高碑店乡高井村 | 2010 | 9万 |
| P8 | 东郎电影产业园 | 原北京印刷二厂 | 2012 | 2万 |
| P9 | 北京国家广告产业园 | 原东郊市场 | 2012 | 6万 |
| P10 | 铜牛电影产业园 | 原北京铜牛京纺物资公司库房 | 2014 | 2.5万 |

注:798艺术区在标记4处,不在“CBD-定福庄传媒产业走廊”内,但它也属于第三类集聚区。2015年以后成立的产业园不包含在内。

车道。2015年,CBD-定福庄区域年收入超600亿元,已初步形成了人才培养、内容原创、设计咨询、投资交易、内容传播等为一体的完整的传媒产业集聚带。

2.4 政府主导建设的影视基地

第四类集聚区(标记5)是政府主导下建设的影视基地——中国(怀柔)影视基地(P1)。其核心区域位于远离北京核心城区的怀柔区杨宋镇。2005年,中国(怀柔)影视基地经国家发展和改革委员会批准立项,当年12月正式开工建设;2006年6月,中国电影集团公司出资在此地成立中影电影数字制作基地有限公司,2 a内投入了20亿元,并于2008年正式对外营业。凭借中影电影数字制作基地搭建的影视后期制作平台,加之一系列政策优惠,中国(怀柔)影视基地迅速吸引了众多制片公司、影视器材租赁公司、服装道具租赁公司、后期制作公司入驻,从而逐步发展成为亚洲地区规模最大、技术最先进、设施最完善的影视制作基地之一。在本文选取的115部样本中,仅中影电影数字制作基地有限公司就参与了其中21部电影的后期制作。除中影电影数字制作基地有限公司之外,乐视影业有限公司和爱奇艺影业也是该集聚区的明星企业。如今,中国(怀柔)影视基地已经成功举办多届北京国际电影节、中国电影华表奖、北京电视节目交易会等影视文化品牌活动,影响力持续扩大。

3 北京电影产业网络权力特征

北京电影产业不仅具有显著的空间集聚态势,

而且地理的邻近性促进了电影企业间的项目合作,集聚已经发育成为了地方产业网络。经测算,北京电影产业网络共包含574个企业节点和4969条节点间连线(不包含重复联系数),网络连通度为8.66。这意味着,北京电影产业网络中平均每个节点拥有17条节点间联系。运用UCINET软件内置的NETDRAW绘制出北京电影产业网络拓扑结构图(图3)。它以节点为企业,企业间合作为连线,节点大小表示其网络权力,节点间连线的粗细代表企业间联系数量的多少,即联系强度。出于可辨识度考虑,不显示联系强度小于2的连线及其两端节点。

权力是西方政治哲学中的一个核心概念,指的是一方在与另一方的关系中获得对自己有利的交换条件的能力(Ahituv et al, 2007)。随着组织间关系研究的深入,权力逐渐被引入经济地理学领域。企业的网络权力是指它在特定的产业网络中对其他企业行为决策的影响力和控制力。它有助于企业协调网络关系,达成网络共识,共建网络契约和惯例。因此,所有网络都是围绕相对权力关系构建的。网络权力不仅是节点的内在属性,同时还体现了其所处社会网络的社会关系及结构属性。企业的网络权力越高,表明企业越处于产业网络的核心位置,控制产业网络中资源、信息流动的能力越强(朱查松等,2014)。

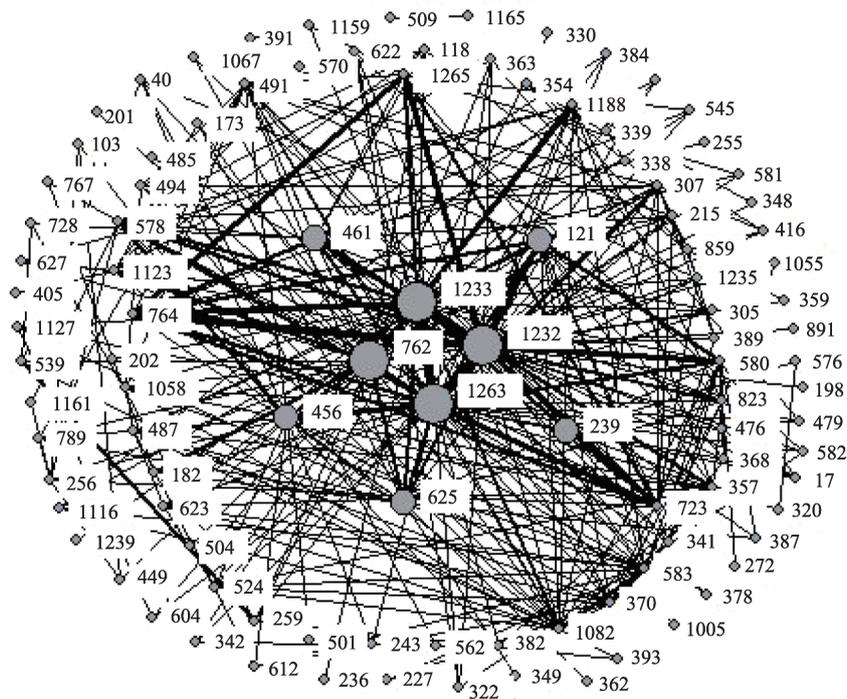
3.1 网络权力在企业层面的分布

本文选用递推权力及其基尼系数来分别测度单个北京电影企业的权力大小和北京电影产业网络总体的权力分布特征。经测算,北京电影产业网络中574个节点权力的均值为1.03,最大值为13.19,最小值为0.01,递推权力的基尼系数为0.403。这表明整体网络的权力分布非常不均衡。从图3直观可

以看出,北京电影产业网络呈现清晰的层级圈层结构:核心层是4个企业构成,它们的递推权力数值处于10.00~15.00区间;围绕核心层的第一圈层,由5个企业构成,它们的递推权力数值处于5.00~9.99区间(表3);而其他565个节点处于最外围,它们的递推权力数值处于0~4.99之间,大多在1附近徘徊。

从价值链所处环节来看,垂直一体化企业占据权力核心地位,而后期制作企业处于紧密围绕核心层的第一圈层。权力核心圈层中,有2家“垂直整合一体化”企业。这是因为电影业作为一种资本密集型创意产业,从其前期的创意、投资、拍摄、制作,到

后期的发行和营销推广都需要大量投入。往往是那些大制作、强宣发的电影更能吸引眼球,带来巨大市场影响力。因此,近10 a来,那些票房收入高的国产影片动辄投资过亿元,宣发成本也是上千万元。这非一般、只占据一个价值链环节的小企业所能驾驭,只有那些资本雄厚、业务涵盖整个价值链各个环节的垂直整合公司能够胜任。第一圈层5家企业中,有3家后期制作企业跻身其中。这是由于北京电影产业的后期制作环节出现相对较晚,该价值链环节的市场竞争格局趋向垄断竞争模式而造成。随着消费者对炫目和逼真的视听效果的追求,后期



注:数字为企业代码。

图3 北京电影产业网络拓扑结构图

Fig.3 Topology of the Beijing film industry network

表3 北京电影产业网络递推权力分布

Tab.3 Recursive power distribution of the Beijing film industry network

| 排名 | 权力圈层 | 代码 | 企业名称 | 递推权力 | 所有制 | 价值链环节 |
|----|------|------|----------------|-------|------|--------|
| 1 | 核心层 | 762 | 华夏电影发行有限责任公司 | 13.19 | 国有 | 垂直一体化 |
| 2 | 核心层 | 1233 | 中国电影合作制片公司 | 11.76 | 国有 | 拍摄(监制) |
| 3 | 核心层 | 1263 | 中影电影数字制作基地有限公司 | 10.76 | 国有 | 后期制作 |
| 4 | 核心层 | 1232 | 中国电影股份有限公司 | 10.15 | 国有控股 | 垂直一体化 |
| 5 | 第一圈层 | 625 | 电影频道节目制作中心 | 7.35 | 国有 | 出品、拍摄 |
| 6 | 第一圈层 | 461 | 北京天工异彩影视科技有限公司 | 7.24 | 民营 | 后期制作 |
| 7 | 第一圈层 | 456 | 北京太空堡垒文化发展有限公司 | 6.39 | 民营 | 营销推广 |
| 8 | 第一圈层 | 121 | PO朝霆VFX(北京) | 5.54 | 民营 | 后期制作 |
| 9 | 第一圈层 | 239 | 北京动音乐扬文化传播有限公司 | 5.37 | 民营 | 后期制作 |

制作对于影片票房成败的重要性日益显现。2015年,一部国产电影的后期制作费用大概占到总投资的15%~30%。然而,受限於发展历史,北京80%以上后期制作企业是只有几十人的小工作室,公司规模超过200人的不到10家,规模差异很大(中国电影家协会,2016)。市场被少数有规模效应的企业,如天工异彩、PO朝霆VFX、动音乐扬所瓜分。因此,这3家企业在中国电影产业网络的权力榜单上拥有一席之地。

从企业的所有制来看,国有和国有控股公司占据权力核心。排名前5的华夏电影发行有限责任公司(简称华夏)、中国电影合作制片公司(简称合拍公司)、中影电影数字制作基地有限公司、中国电影股份有限公司(简称中影股份)、电影频道节目制作中心都是国有电影企业。而且,上述5家企业都与中国电影产业的国家级航母——中国电影集团公司(简称中影集团)存在资本关联或隶属关系:合拍公司和电影频道节目制作中心分别是其全资子公司和下属事业单位,中影股份和中影电影数字制作基地有限公司超过2/3的股权均由其直接或间接控制,华夏超过1/4的股权也由其间接控制(图4)。因此,北京电影产业网络的权力核心节点具有高度的组织邻近性特征,中影集团是北京电影产业网络的真正主导者。

3.2 网络权力在空间层面的分布

根据前文分析,北京电影企业主要集聚在朝阳区、东城区、海淀区、西城区和怀柔区(图2)。下面进一步从市辖区层面分析网络权力分布特征。首先,根据北京电影企业所属的市辖区(东城区、西城区、

海淀区、朝阳区、丰台区、门头沟区、石景山区、房山区、通州区、顺义区、昌平区、大兴区、怀柔区、平谷区、延庆区、密云区),形成“574×16”的企业-辖区网络(矩阵C);其次,将矩阵B与矩阵C相乘,得到矩阵D;最后,利用矩阵C的转置矩阵乘以矩阵D,便得到了“16×16”的北京市辖区层面的电影产业网络(矩阵E)。

如表4所示:首先,朝阳区以高达234.03的递推权力无可争议地成为网络的权力核心。朝阳区是北京电影企业第二类集聚区(市场机制主导下民营企业自发集聚区)和第三类集聚区(市场为主导、以园区为依托的集聚区)的汇集地,企业分布的密度最高,民营企业数量最多(图2)。其次,海淀区以121.79的递推权力排名第2位。虽然海淀区所集聚的企业数量远不及朝阳区,但作为计划经济时代国有电影企业传统集聚区,有影响力的国有电影企业多汇集于此。然后,东城区、西城区、怀柔区分别以72.55、71.10、49.53的递推权力紧随其后,在北京市辖区电影产业网络中占据了一席之地;最后,通州区、房山区、石景山区等其他11个市辖区随着递推权力的锐减,处于北京市辖区电影产业网络的边缘(表4)。总而言之,随着中国电影的商业化转型,大量民营企业迅速崛起。虽然单个企业的网络权力大多不及国有企业(表3),但它们数量众多、联系紧密、影响力逐渐扩大,从而使得其主要集聚地——朝阳区成长为北京电影产业的核心区域。

3.3 权力核心企业对产业网络组织的影响

以中影集团为首,由华夏、合拍公司、中影电影数字制作基地有限公司、中影股份等组成的电影

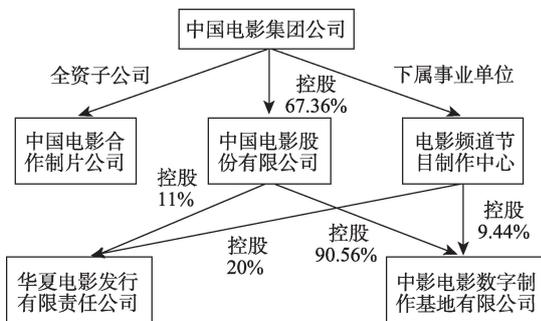


图4 中国电影集团公司与网络权力核心企业关系^②
Fig.4 Relationship between China Film Group Corporation and network power core enterprises

表4 北京电影产业网络权力的空间分布

Tab.4 Spatial differences of power distribution of the Beijing film industrial network

| 排名 | 市辖区 | 递推权力 | 排名 | 市辖区 | 递推权力 |
|----|------|--------|----|------|-------|
| 1 | 朝阳区 | 234.03 | 9 | 平谷区 | 19.77 |
| 2 | 海淀区 | 121.79 | 10 | 丰台区 | 12.70 |
| 3 | 东城区 | 72.55 | 11 | 门头沟区 | 7.47 |
| 4 | 西城区 | 71.10 | 12 | 顺义区 | 4.00 |
| 5 | 怀柔区 | 49.53 | 13 | 密云区 | 2.65 |
| 6 | 通州区 | 24.10 | 14 | 大兴区 | 2.30 |
| 7 | 房山区 | 23.07 | 15 | 昌平区 | 2.29 |
| 8 | 石景山区 | 21.62 | 16 | 延庆区 | 0 |

② 2010年12月,经中共中央宣传部、国家新闻出版广电总局批准,中影集团将旗下制片制作、电影发行、电影放映及影视服务等主体业务整合,发起、成立了中国电影股份有限公司。2016年8月10日,中国电影股份有限公司成功登陆A股市场。

“国家队”在北京电影产业网络中拥有最高的权力。它们通过多种方式影响整个北京电影产业网络的组织运营:

第一,权力核心企业与国家新闻出版广电总局(简称广电总局)关系亲密,是电影产业政策坚定的实践者。中国电影产业的行政主管部门——广电总局拥有左右影视产业发展的强大职能^③:它贯彻和执行党和国家的政策与指令,负责拟定影视创作的方针政策,把握舆论导向;以审查、许可制度为手段对国产电影实行监管,并协调广播影视创作的题材规划^④。核心节点企业与广电总局关系亲密。其董事长或总经理均由广电总局直接任命,并具备相应的行政级别^⑤。作为中国电影产业国家力量的代言者,它们是贯彻和执行党和国家产业政策与指令的排头兵,甚至在参与制定北京乃至中国电影产业政策上拥有一定的话语权。

第二,权力核心企业掌控发行渠道,吸引民营企业积极合作。为了保护本土电影产业不会受到进口片的冲击,国家只批准中影集团作为国外电影进入中国的唯一渠道,而进口片发行资质也由中影股份、华夏2家企业所独占。这使得中影股份和华夏在发行自产影片时有着无法比拟的权力:各地院线在为影片安排放映时段时,如果不优先考虑中影、华夏的影片,可能会在进口片上映时受到中影对其拷贝数量或密钥期限的限制(李云灵,2014)。加之,中影股份通过参股、控股的方式组建了7条电影院线,票房占全国市场份额1/3左右;华夏的股东中也有6条电影院线,票房占全国市场份额1/5以上(中国电影家协会,2016)。这意味着各条院线排片权事实上都受到中影股份和华夏的影响。因此,大量的民营制片公司争相与中影股份、华夏保持密切合作:①通过转让部分投资份额让其入股,让它们作为联合投资出品方参与到电影项目中来,以期影片能顺利通过广电总局各项审查,并在院线排片过程中获得较佳的档期和更长的档期保护(张汉澍,2014)。在本文选取的115部样本中,中影股份出品了10部,其中7部是联合出品;华夏出品了7部,其

中4部是联合出品。②为了获取院线的优先排片,会积极邀请中影股份、华夏参与影片发行。在本文选取的115部样本中,华夏参与发行了21部,其中13部是联合发行;中影股份参与发行了18部,其中12部是联合发行。

第三,权力核心企业拥有对电影产业的监督、管理职能。例如,合拍公司是经中国电影主管部门授权的、负责中外合作摄制电影(简称合拍片)的管理、协调和服务的企业。它的主要业务是受理合拍片的立项申报和审查合拍片样片等。因此,严格意义上它是承担中央政府管理职能的专门机构,在合拍片领域有着强大的控制力。出于对国产电影的保护,中国对于进口片引进有严格的数量限制。由于相对于进口片,合拍片享受的是国产片票房分账比例待遇^⑥,且无配额限制。这一优势对海外制片企业有着强大的吸引力。21世纪以来,海外制片企业纷纷通过合拍片进入中国市场;到2014年底,好莱坞六大电影公司全部在北京设立了办事处(艺恩,2015)。然而,要获得《中外合作摄制电影片许可证》并不容易,要向合拍公司提交立项申请,并接受其重重审查。本文选取的115部样本中,合拍片共有24部,占比超过20%。

第四,权力核心企业是新科技引领者,是北京中小电影企业的衍生母体。如,中影股份市值稳定在200亿元以上,员工总人数超过4000^⑦。强大的综合实力和作为国有企业的责任和使命,使它成为国内影视科技产品自主研发的排头兵:它牵头、联合国内科研单位自主研发的“中国巨幕”、“中影光峰”和“中国多维声”等影视科技产品,提升了影院网络系统的技术保障能力,推进了国产影视设备的创新产出,大幅降低了影院采购成本;它与好莱坞顶级电影服务提供商DELUXE合作,在洛杉矶建立“中国巨幕”母版制作实验室;并与欧洲第一大电影技术和设备服务提供商YMAGIS集团展开深度合作,共同研发“高格式银幕”影院(中国电影股份有限公司,2017)。技术的变革带来新的市场机遇,这些核心节点自身不断剥离、衍生出新的企业。中影

③ 2018年国务院机构改革后,电影的管理部门从广电总局升级为中央宣传部。

④ 资料来源于广电总局官方网站(<http://www.sapprft.gov.cn/sapprft>)。

⑤ 如,中国电影集团公司的现任董事长兼党委书记是副部级干部,中国电影股份有限公司以及中影电影数字制作基地有限公司的现任董事长均为原国家广电总局电影局副局长。

⑥ 从票房分账比例上看,进口片中制片方分账比例为票房的13%。自中美2国2012年签署《中美双方就解决WTO电影相关问题的谅解备忘录》以来,美国制片方分成也不过只提高到了25%,远低于国产片制片方43%的分账比例。

⑦ 数据资料来源于“天眼查”网站(<https://www.tianyancha.com/>)。

股份在北京对外投资了25家电影企业,华夏在北京对外投资了13家电影企业。上述38家电影企业不仅涵盖了出品、拍摄、后期制作、发行、营销推广、影院放映6大环节,还涉及了影院投资、演艺经纪、市场咨询、影视科技、音像出版、海外推广等细分业务,为北京电影产业的发展繁荣注入了源源不断的新鲜活力^⑧。

4 结论与讨论

一个社会越是具有历史、文化、制度的独特性,越容易独立于其他社会来演进,其经济组织的模式也就越特殊(Castells, 2002)。北京电影产业空间集聚特征和网络权力分布都展现出其所在地域制度文化环境高度相关的鲜明特征。

(1) 北京电影产业的空间分布共呈现出4种类型的集聚形态。第一类、第二类、第三类集聚区均位于北京的核心城区,且呈现出高度的地理邻近性;而第四类集聚区则位于远离核心城区的郊区。因此,北京展现出与其他城市非常不一样的创意产业空间集聚特征,它同时涵盖了创意产业空间分布的2种主要类型:核心区、郊区。

新中国成立初期,计划经济时代的产业布局孕育而生北京第一类电影企业集聚区,遵循着产业发展的先发优势和路径依赖,该集聚区所在核心区资源禀赋条件日益突出:资本充沛、人才汇集、文化多元、开放包容,非常适合资本密集、创意至上的电影企业发展。故在市场机制作用下,电影民营企业首先在核心区快速成长,地方政府在此基础上也积极规划扶持,第二类、第三类集聚区先后孕育而生。显然,这3类集聚区的空间分布特征与一些研究结论高度一致——文化创意企业集聚在城市的中央商务区或老城区(Drinkwater et al, 2016; 刘振锋等, 2016; Chapain et al, 2017; 王腾飞等, 2018)。而第四类集聚区处于城市远郊,是政府实施产业空间规划的结果,承担政府使命的国有企业率先入驻,成为该集聚区中小企业成长的平台。这类郊区分布型集聚区产生的原因,与现有学者的研究并不一致:驱动电影企业集聚郊区的根本原因既不是技术进步引起的城市去中心化,也不是核心区日益高涨的租金和生活成本(Flew et al, 2012; Gregory et al, 2018),而是政府的干预。

北京电影产业所展示出来的集聚特征,源于电影产业相对其他文化创意产业而言所独有的多重属性:“文化”和“商业”属性驱动电影产业在城市核心区集聚,而其“政治”属性则意味着电影产业布局具有较强的政府规划特征,往往出现偏离核心区的特点。

(2) 北京电影产业网络中权力分布非常不均衡。在区域层面,具有大量电影企业集聚的朝阳区、海淀区、东城区、西城区、怀柔区获得了较高的网络权力;在企业层面,华夏、合拍公司、中影电影数字制作基地有限公司、中影股份占据了权力的核心。这4家国有企业与中国电影集团公司有着千丝万缕的密切联系,具有高度的组织制度邻近性。它们依托中国电影集团公司内部的股权网络,形成资本、人员、技术、信息交流的密切通道,并通过多种方式控制、协调整个北京电影产业网络的组织运营。与国外学者对德国波茨坦、英国曼彻斯特、美国马萨诸塞州电影产业权力分布的研究结论截然不同,北京电影产业网络的权力中心,既不是占据价值链前端的拍摄企业(Krätke, 2002),抑或控制资金渠道的影视投资公司(Johns, 2010),更不是扮演中介者的非营利性组织(Foster et al, 2013),而是具有组织制度邻近的国有电影企业。

然而,国有企业的权力主要来源于垄断性的政策资源,而非市场竞争。这不仅使得它们自身对变化莫测的市场需求的适应性不足,还一定程度上挤压了民营电影企业的成长空间。以华夏和中影股份为例,一直以来它们公司最大的核心竞争力并不来自于其主营制片业务,而是来自于政府赋予垄断势力的进口电影发行业务。而随着中国电影市场的逐步开放,市场机制将发挥更大的作用,国有电影企业所享有的政策优势正一点点消失。因此,促使国有电影企业积极进取、锐意创新,全力提升自身的运作效率,将引领和带动北京电影产业持续健康发展。

参考文献(References)

- 侯光明, 刘正山. 2016. 中国省市电影产业指数研究2015 [J]. 电影艺术, (4): 94-98. [Hou G M, Liu Z S. 2016. Research on film industry index of Chinese provinces and cities in 2015. Film Art, (4): 94-98.]
- 黄江, 胡晓鸣. 2011. 创意产业企业空间分布研究: 以杭州市为例 [J]. 经济地理, 31(11): 1851-1856. [Huang J, Hu X

^⑧ 数据资料来源于“天眼查”网站(<https://www.tianyancha.com/>)。

- M. 2011. Spatial pattern of creative industry: A case study of Hangzhou. *Economic Geography*, 31(11): 1851-1856.]
- 李云灵. 2014. 强势韩三平卸任中影掌门 [N]. 东方早报, 2014-03-18(11). [Li Y L. 2014. Han Sanping stepped down as the head of CFGC. *Oriental Morning Post*, 2014-03-18(11).]
- 刘振锋, 薛东前, 庄元, 等. 2016. 文化产业空间尺度效应研究: 以西安市为例 [J]. *地理研究*, 35(10): 1963-1972. [Liu Z F, Xue D Q, Zhuang Y, et al. 2016. Space scale effects of cultural industries: A case study of Xi'an. *Geographical Research*, 35(10): 1963-1972.]
- 宋小冬, 钮心毅. 2007. 地理信息系统实习教程 [M]. 北京: 科学出版社: 71-75. [Song X D, Niu X Y. 2007. A tutorial on Geographic information systems. Beijing, China: Sciences Press: 71-75.]
- 王成, 王茂军, 柴箐. 2015. 城市网络地位与网络权力的关系 [J]. *地理学报*, 70(12): 1953-1972. [Wang C, Wang M J, Chai Q. 2015. The relationship between centrality and power in the city network. *Acta Geographica Sinica*, 70(12): 1953-1972.]
- 王腾飞, 马仁锋. 2018. 宁波老工业区创意空间孕育机制研究 [J]. *地理科学进展*, 37(11): 1567-1580. [Wang T F, Ma R F. 2018. Cultivation mechanism of creative spaces in the old industrial districts of Ningbo City. *Progress in Geography*, 37(11): 1567-1580.]
- 文婷, 桂亚娜. 2014. 嵌入性视角下创意产业发展研究述评 [J]. *地理科学进展*, 33(3): 389-398. [Wen H, Gui Y N. 2014. Review of creative industries from perspective of embeddedness. *Progress in Geography*, 33(3): 389-398.]
- 杨耀武, 杨澄宇. 2015. 中国基尼系数是否真地下降了? 基于微观数据的基尼系数区间估计述 [J]. *经济研究*, 50(3): 75-86. [Yang Y W, Yang C Y. 2015. Did China's income Gini coefficient decline? An interval estimation based on micro survey data. *Economic Research Journal*, 50(3): 75-86.]
- 艺恩. 2015. 2014年中国电影市场影响力研究报告 [R/OL]. 2015-01-06 [2018-12-15]. <http://www.entgroup.cn/report/66-0.html>. [Entgroup. 2015. 2014 Research report on the influence of Chinese film market [R/OL]. 2015-01-06 [2018-12-15]. <http://www.entgroup.cn/report/66-0.html>.]
- 张汉澍. 2014. 韩三平成就被指靠垄断优势: 中影就像中石油中石化 [N]. 21世纪经济报道, 2014-03-19(17). [Zhang H S. 2014. The achievement of Han Sanping is blamed on monopoly advantage: CFGC is like CNPC or Sinopec Group. *21st century business herald*, 2014-03-19(17).]
- 中国电影股份有限公司. 2017. 中国电影股份有限公司2016年年度报告 [EB/OL]. 2017-05-04 [2018-12-15]. <http://www.zgdygf.com/WebVirtualImages/UpLoadPDF/20170504115438>. [China Film Co., Ltd. 2017. 2016 Annual report of China Film Co., Ltd. 2017-05-04 [2018-12-15]. <http://www.zgdygf.com/WebVirtualImages/UpLoadPDF/20170504115438>.]
- 中国电影家协会. 2016. 2016中国电影产业研究报告 [M]. 北京: 中国电影出版社: 3-294. [China Film Association. 2016. The research report on Chinese film industry in 2016. Beijing, China: Chinese Film Press: 3-294.]
- 朱查松, 王德, 罗震东. 2014. 中心性与控制力: 长三角城市网络结构的组织特征及演化: 企业联系的视角 [J]. *城市规划学刊*, (4): 24-30. [Zhu C S, Wang D, Luo Z D. 2014. Centrality and control: The organizational characteristics and evolution of the urban network structure in the Yangtze River delta: The perspective of enterprise connection. *Urban Planning Forum*, (4): 24-30.]
- 朱华晟, 吴骏毅, 魏佳丽, 等. 2010. 发达地区创意产业网络的驱动机理与创新影响: 以上海创意设计业为例 [J]. *地理学报*, 65(10): 1241-1252. [Zhu H S, Wu J Y, Wei J L, et al. 2010. Creative networking in developing countries: A case study of design industry in Shanghai, China. *Acta Geographica Sinica*, 65(10): 1241-1252.]
- Ahituv N, Carmi N. 2007. Measuring the power of information in organizations [J]. *Human Systems Management*, 26(4): 231-246.
- Castells M. 2002. Local and global: Cities in the network society [J]. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie (Journal of Economic and Social Geography)*, 93(5): 548-558.
- Chapain C, Strykiewicz T. 2017. Creative industries in Europe [M]. Springer International Publishing: 65-94.
- Drinkwater B D, Platt S. 2016. Urban development process and creative clustering: The film industry in Soho and Beyoğlu [J]. *Urban Design International*, 21(2): 151-174.
- Ebbers J, Wijnberg N M. 2009. Latent organizations in the film industry: Contracts, rewards and resources [J]. *Human Relations*, 62(7): 987-1009.
- Foster P, Manning S, Terkla D. 2013. The rise of Hollywood east: Regional film offices as intermediaries in film and television production clusters [J]. *Regional Studies*, 49(3): 433-450.
- Flew T, Gibson M, Collis C, et al. 2012. Creative suburbia: Cultural research and suburban geographies [J]. *International Journal of Cultural Studies*, 15(3): 199-203.
- Gregory J J, Rogerson C M, Szymańska D. 2018. Suburban creativity: The geography of creative industries in Johannesburg [J]. *Bulletin of Geography: Socio-economic Series*, 39: 31-52.
- He J L, Gebhardt H. 2014. Space of creative industries: A case study of spatial characteristics of creative clusters in Shanghai [J]. *European Planning Studies*, 22(11): 2351-2368.
- Johns J. 2010. Manchester's film and television industry: Project ecologies and network hierarchies [J]. *Urban Studies*, 47(5): 1059-1077.

- Krätke S. 2002. Network analysis of production clusters: The Potsdam/Babelsberg film industry as an example [J]. *European Planning Studies*, 10(1): 27-54.
- Neal Z P. 2011. Differentiating centrality and power in the world city network [J]. *Urban Studies*, 48(13): 2733-2748.
- UNDP, UNESCO. 2014. The creative economy report 2013 [R/OL]. 2014-01-15 [2018-12-15]. <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-en.pdf>.
- Windeler A, Sydow J. 2001. Project networks and changing industry practices collaborative content production in the German television industry [J]. *Organizational Studies*, 22(9): 1035-1061.

Characteristics of spatial agglomeration and network power distribution of Beijing film industry

WEN Hu, ZHANG Qiangguo*, DU Heng, LUO Fen

(School of Economy and Trade, Hunan University, Changsha 410079, China)

Abstract: This study examined the characteristics of spatial agglomeration and network power distribution of Beijing film industry. We mapped the Beijing film industrial network by choosing 115 films produced mainly by companies in Beijing based on relational data among film companies from the titles, acknowledgments, and campaign posters of the films. We assigned companies to 16 districts of Beijing and outlined the film industrial division network of districts in Beijing. Then we analyzed the network's characteristics of spatial agglomeration with kernel density analysis and measured network power distribution and spatial differences by social network analysis. The results show that: 1) There were four kinds of clusters. The first was at the juncture of southeastern Haidian District and northern Xicheng District. The second was located at the juncture of Dongcheng District and Chaoyang District with Sanlitun being the core, facing the Imperial Palace on the west and CBD on the east. The third was in the middle of Chaoyang District, covering the core area of the CBD-Dingfuzhuang international media industry corridor. The fourth was a film and television base—the Huairou Film & Television Industry Park, Beijing, China, whose remote location was decided by recent city planning. The former three, due to path dependence with market mechanism, were situated in the old city. 2) Beijing film industrial network power distribution was extremely unbalanced. Four state-owned film enterprises occupied the center of power. They had highly organizational and institutional proximity, being closely related to China Film Group Corporation. They formed the passage for capital, personnel, technology, and information exchange with dependence on the equity network within the China Film Group Corporation as well as controlled and coordinated operation of the whole film industrial network of Beijing in various ways, such as implementing industrial policies, exercising administrative supervision, taking control of releasing channels of films, and leading innovation in science and technology. The power center of the Beijing film industrial network was neither producers nor investment companies or non-profit organizations, but state-owned film companies with high organizational and institutional proximity. However, the power of state-owned enterprises came from monopolized political resources instead of market competition. With the gradual opening of the Chinese film market to the outside world, market mechanism will become more important. The policy advantage of state-owned enterprises is gradually vanishing. Thus it is of great importance to boost the development of state-owned enterprises and improve their efficiencies, which will lead to the sustainable development of film industry in Beijing. 3) Network power distribution of Beijing film industry had obvious differences in space. The network power focused on five districts of the city: Chaoyang District was the core region of the network, while Haidian, Dongcheng, Xicheng, and Huairou Districts were sub-centers and the other 11 districts were on the periphery.

Keywords: film industry; spatial agglomeration; network power; Beijing