

**中國電影盜版 網路與數位發展現況與管理政策分析：以制度觀點為例**  
**Analysis on Chinese film industry's market status and regulatory policy:**  
**Toward a perspective of institution of anti-piracy, internet distribution, and**  
**digital screening**

劉立行  
國立臺灣師範大學圖文傳播系

**摘要**

本文以歷時性觀點，討論盜版侵權、網路發行以及數位放映三個面向的中國電影市場現況與管理法規案例。本文主要以法規文本為經，以過去產業研究報告所提供之數據為緯，運用新制度論（New Institutionalism）的若干特徵做為分析框架，討論中國電影產業中屬於傳播科技發展的相關制度問題。討論後發現，在制定法規之外，改善盜版問題必須以執行法規的有效率方式，以及國際政體的持續壓力兩者並進。研究也發現，中國在網路版權秩序的媒介管理方面，已經進入全球化所規範的框架。中國政府對電影的數位轉換訂出時程，以及把數位放映分別做出高階與較低階的安排等措施，都彰顯了中國傳播科技制度創新的一面。

關鍵字：網路發行、數位放映、新制度論、國際政體、制度創新

**Abstract**

Focusing on the realm of China's film industry, the paper discusses diachronically such technological and regulatory issues as piracy, internet distribution, and digital screening. Using legal texts and literatures in public domain, the paper proposes some of the concepts of New Institutionalism as framework to analyze the market status and regulation of the above three dimensions. The findings of the paper are such that, in order to correct the piracy problem, an efficient way to carrying out regulatory stipulations, as well as a kind of consistent pressure from international regimes should be at hand. The study also finds that the Chinese government has been entering the normative system of globalization in terms of formulating its copyright laws and regulations. Furthermore, a unique phenomenon shines through the government's digital policy. The government takes up measures to differentiate high end and lower end types of digital screening, showing its institutional innovation with regard to its schemes of communication technology.

Key word: internet distribution, digital screening, New Institutionalism, international regimes, institutional innovation

## 壹 前言

1990 年代好萊塢曾預估，中國很可能超越歐洲年票房收入 44 億美元和日本的 16 億美元，而成爲世界上第二大電影市場（巴曙松，2006 年 1 月 3 日）。事實上，中國於 2001 年加入世界貿易組織後，其電影事業即不斷成長，至今國產電影產量僅次於印度與美國，居世界第三。2006 年中國電影市場整體票房收入高達 3 億 3,600 萬，幾乎 3 倍於 2001 年。銀幕文摘（Screen Digest）還預估，到 2010 年，中國電影市場的票房收入將會超過 7 億 2,000 萬美金（Scott & Hancock, 2007）。金融學家巴曙松等人（2005）將這種極具開發潛力的中國電影業稱爲是尙待開發的「鑽石礦」。

在這個蓬勃發展的市場背景下，本文指出傳統電影論述以外的侵權盜版、網路發行以及數位放映三個傳播科技發展面向，觀察此三類領域的管理法規及其市場現況案例。本文將以歷時性觀點、運用新制度論（New Institutionalism）的若干特徵做爲分析框架來進行對這個電影新興議題的討論。

過去文獻有關大陸電影的論文大多集中在歷史經驗的歸納，較偏重靜態的歷史陳述。新制度學派的代表人物 North（1994）則以爲，新制度論的動態分析方法可以提供產業進化與經濟表現的詮釋架構。這種詮釋架構以制度變遷或制度創新的觀點出發，試圖理解制度發展的意義。因此，本文在分析中國電影屬於傳播科技與管理制度發展的三個面向上，就以 North 的制度創新觀點補充全觀

（holistic）的歷史敘述途徑。以這種分析方式本文試圖解釋，中國電影行業的市場行爲及其政策環境之間的變項，如何構築今天中國電影傳播科技的發展面貌。

爲此，本文（1）確認制度構成的主要因素爲法規、非正式的意識形態成規、以及執行法規的特定方式（見 North, 1981, 1990, 1991, 1994）；（2）釐清推動科技管理法規創新的主體主要是由上而下進行制度變革的政府，以及帶有外部壓力因素的國際政體（international regimes）；（3）指出上述三大構面之制度變遷所涉及的因素爲企業在限制條件下追求利潤極大化（constrained maximization）、政策制定與制度執行時所須投入的交易成本（transaction cost）、政府或企業選擇制度時的理性侷限（bounded rationality）、政府對企業組織的財產權安排（property rights arrangement）、社會資本主義的兩層經濟（two-tier economy）。

本論文運用三類文獻資料，分別是（1）政府相關機構公佈的法規文本內容；（2）新聞媒體與網路轉載的新聞報導等次級資料；（3）產業研究報告和學術刊物。本文將法規條文及政府政策修辭之內容視爲第一手（primary）文件。新聞報導做爲本文說明行業活動時的參考資料。學術刊物（尤其是產業研究報告）則可提供數據佐證。

## 貳·侵權行為與反盜版政策

美商跨國電影聯合組織 MPA (Motion Picture Association) 最大的憂慮即是目前大陸嚴重的電影盜版問題。約翰·當寧與曹勇 (2004) 指出，電影在電影院放映的 1 到 2 天之內，甚至之前，在北京就可以用 1 到 2 美元的價格買到最新電影的 DVD (頁 89)。而根據 MPA 估計，2003 年正版發行影片在中國被盜版的數據高達 91%；這也是 2004 年 1 月百視達錄影帶出租連鎖店撤出北京的原因之一 (頁 90)。又根據 MPA 2006 年的估算，全中國所售出的影音光碟仍有約 93% 為盜版，造成電影業約 26 億美金的損失 (Landreth, 2007, May 31)。

除了影音光碟市場之外，即使是市級電視台也有從事電影侵權的怪現象 (見黃會清，2007 年 5 月 23 日)。種種盜版亂象又導致中國電影各級發行窗口的崩解。下一級市場一方面害怕盜版猖獗，一方面又急於立刻獲利，結果造成所有發行窗口俱傷的結果 (見以下作者所列舉的實例：尹鴻、王曉豐，2005 年 6 月 30 日；張江藝，2005 年 4 月 30 日；吳曉東，2004 年 6 月 22 日)。

盜版因此導致發行窗口的失序，影響整個電影產業鏈的經濟效益。一般而言，電影發行窗口的秩序都以電影院放映、家用市場之影音製品租售、付費電視播放、其他新媒介平臺的順序依次投放，每一窗口都預留充分時間間隔，以保證對每一級市場的充分佔有。好萊塢電影大片廠公司在 1986 年起就成功整合電影院與家用影音製品租售的發行環節。這種整合導致如今在電影 DVD 的發行上，握有版權的美商大片廠公司仍屬分成獲利的最大一方 (見理查·考夫，2002/2005，頁 260)。

中國發行業沒有能力整合各級窗口。在規模條件的限制下，2003 年 12 月 34 家院線公司業者在全國電影工作會議上發表了《北京宣言》，要求從 2004 年 2 月起，所有電影音像製品的發行必須在電影公映之日起 15 日後進行，以保護院線票房收入 (王素慧、通訊員、藍書平、王宇，2005 年 11 月 15 日)。然而王家衛的《2046》在 2004 年 9 月 28 日上映時，其碟版就在 3 天後的 10 月 1 日全國統一上市 (見吳曉鈴，2004 年 9 月 22 日)。這個結果顯然限制了利益極大化的制度創新誘因，從而使新制度無法持續。

因此有業者採取企圖調節發行窗口失序狀態的新方法。尹鴻與詹慶生 (2006 年 2 月 14 日 b) 指出，2005 年電影《無極》的製片方與音像發行商中凱公司就採取了一種合作模式。一部電影若能達到某一票房水準，音像製品的發行商也可參與電影的票房分賬。然而這種讓第二級市場也享有票房獲利的方式，因為所投入的交易成本過高，而並未形成一般作法。

其他的一些制度創新決定也都受限於理性參考值的不足 (例如資訊蒐集以及過去經驗)。過去盜版以光碟為載體、以批發零售為途徑。現在盜版則以數據為載體、以網路為途徑，將盜版帶入全新的「網路數位時代」。而總總盜版行為迫使製片公司在電影院放映電影片的同時就同步發行影音光碟，希望藉此減少盜版

對家用影音光碟市場的損失。然而正版光碟過早發行，卻又反過來降低觀眾進入電影院的動機。因此，盜版情勢一再惡性循環。

然而，因為中國政府只特許國內兩家業者壟斷外片發行與主導外片發行的分帳會計，因此進口影片映演票房越高，中國發行方的獲利就越高。因此，為了延續對財產權界定的主權，以及維護國內的映演業與發行業利益的增長，中國政府本身其實對電影版權保護非常在意。

2004年12月22日，中國最高人民法院與最高人民檢察院聯合發佈實施《關於辦理侵犯知識產權刑事案件具體應用法律若干問題的解釋》（見《最高人民法院、最高人民檢察院關於辦理侵犯知識產權刑事案件具體應用法律若干問題的解釋》，2004），對未經著作權人許可，複製發行其電影、電視、錄影等作品的人處3年以上7年以下有期徒刑（見《解釋》第5條第2項與第11條之規定）。

盜版也減損供片美方的利益，因此國際政體高度關切中國盜版取締的執行問題。1998年好萊塢大片廠公司在中國市場只獲得1,800萬美元收入，相當於在祕魯的所得。MPA估計，每年美國因為盜版而產生的損失高達1億2,000萬美元，是目前美國從中國得到的電影票房收入的6倍（Bates & Farley, 1999）。

2006年中國政府公佈了早在2000年進入世貿組織前所撰寫的《中國加入工作組報告書》（Report of the Working Party on the Accession of China）（2006）。為了與烏拉圭回合多邊貿易談判文件《與貿易有關的智慧產權協定》（Trade Related Intellectual Property Regime）的內容相一致，《中國加入工作組報告書》第5部分就有承諾電影著作權保護的相關內容。《報告書》中承諾，中國將於加入時即實施修訂後的《中華人民共和國著作權法》與《中華人民共和國著作權法實施條例》，並以此法律做為加強打擊侵犯智慧產權的基礎。

國際政體的壓力繼續導致2005年7月13日，文化部、廣電總局與MPA共同簽署《關於建立中美電影版權保護協作機制的備忘錄》（周瑋，2005年7月13日）。在政府的指示下，2005年8月29日，中國電影製片人協會、中國電影發行放映協會、中國城市影院發展協會、中國音像協會等行業組織在北京共同發起成立中國電影版權保護協會（Chinese Film Copyright Property Association〔CFCPA〕）（白瀛，2005年8月29日）。

CFCPA在2006年成立後，國務院接著頒佈《著作權集體管理條例》，希望各行業組織加快申請設立中國電影著作權具有法律位階的集體管理組織。根據廣電總局副局長趙實（2007年1月16日）的說法，電影著作權集體管理組織不但不影響權利人單獨行使自己的版權銷售，反而更能將著作權法所規定的表演權、放映權、廣播權、出租權、資訊網路傳播權、複製權等權利人難以有效行使的權利進行集體管理，並加以收費。

從以上分析看出，政府對管理電影侵權問題之各項措施都由上而下；儘管主管部門的理性抉擇有時受限，但目前法規的制定尚稱齊備。然而實際上，阻礙中國電影市場繼續擴大的盜版猖獗問題是否真能獲得改善，則有賴這些現存法規之執行是否徹底，更仰賴國際政體的壓力是否持續。

## 參 網路發行及其規範

Anderson (2004) 所提出的經典長尾理論 (long tail perspective) 表明, 只要通路夠大, 眾多非主流的、需求量小的商品「總銷量」也能夠和主流的、需求量大的商品銷量相抗衡。換言之, 許多小眾市場的商品, 在過去傳統商場因空間與時間的壓縮而不值得一賣。這些東西在提供大通路的網際網路中都由過去冷門商品變成龐大的銷售數字。

Anderson (2004) 舉 eMusic、eBay、亞馬遜網路書店等企業例子, 說明一些在過去的冷門商品之銷售比例正高速成長, 而形成利基市場 (niche market) 的原因。而長尾理論對電影業的啓示則是, 網際網通路夠大, 在第一級電影院需求量小的、非主流的商品, 在線上電影院仍可能創造無限商機。這是因為它沒有座位數、沒有時間壓力、沒有拷貝數量等等限制。在互動的功能下, 小成本電影中的某個話題被討論之後, 也有可能產生廣為人知的現象。

中國電影每年都有 2/3 國產電影片市場進入困難 (見尹鴻、詹慶生, 2006 年 2 月 14 日 a), 因此網路發行對普遍以小型製作為大宗的中國電影產業 (見尹鴻、詹慶生, 2007 年 2 月 27 日) 而言, 無疑是一個值得期待的新興通路。基於在線電影服務的市場前景, 2005 年號稱只播放正版電影的 24 小時在線影院聯盟「中國網吧院線」開始營運。目前網吧院線已經與多部國產影片簽約, 替低成本的國產片開啓另一種露出通路的可能 (尹鴻、詹慶生, 2006 年 2 月 14 日 b)。

2005 年 9 月, 中國寬頻娛樂綜合入口網站 21CN 也與影視節目製片商廣東巨星影業公司簽署合作協議, 由前者獨家買斷後者所有的電影、電視劇節目。中國網路大廠盛大公司也開始為購買電影片庫而與製片廠展開談判 (尹鴻、詹慶生, 2006 年 2 月 14 日 b)。

在網路電影經營的案例中, 仍發現白搭便車 (free rider) 的機會主義者, 夾帶侵權影片公開播映。這顯示管理者在此一領域的秩序仍未完善建立。MPA 的網路政策一直以來都採取法律與技術兩個途徑保護其著作權 (見 Cook & Wang, 2004)。以法律言, 美國一方面利用 WTO 之國際政體架構與各國進行雙邊談判, 另一方面, MPA 單獨在各國採取法律訴訟。2007 年 11 月期間, MPA 中的 5 大會員公司 (福斯、迪士尼、派拉蒙、哥倫比亞、環球) 開始第一次聯手控告中國捷報網營運商北京捷報互動科技有限公司所屬的「捷報網吧樂園」涉及侵權 (見徐尙禮, 2007 年 11 月 24 日)。

北京中國捷報網成立於 2004 年, 是中國第一家寬頻互聯網正版電影內容服務提供者; 捷報網旗下「捷報網吧樂園」也號稱是目前中國最大的正版線上影院, 擁有近 3 萬部正版影視作品的網路版權 (見捷報網網站: [www.jebo.com](http://www.jebo.com))。因此, 如果 MPA 這次勝訴, 中國其他網路電影業者中的搭便車者就可能面臨來自美商更大範圍的聯合起訴。

網路發行電影所涉及的範圍經濟 (economy of scope) 效益極為廣泛。隨著

寬頻網路基礎建設日益普及，所謂電影網路發行已經包括電信、數位移動電視（DVB-H）、數位有線電視、多媒體影音服務平台等傳輸服務（Block, 2006, May 27）。一旦網際網路播放成爲新進電影價值鏈的一環，一部電影的收益時效和範圍經濟也將因數位科技而大爲擴增。

網路發行電影也涉及新媒介平臺中最常被提及的手機電視。手機電視已被主管機關廣電總局正式命名爲「移動數字多媒體廣播」。中國自主知識產權的多媒體廣播技術標準（China Multi-Media Broadcasting〔CMMB〕）將成爲手機電視的國家標準。在這個標準的應用上，中國電影集團公司目前已經與源泉（R2G）達成合作協議，共同開發中影 500 部影片的原始視頻、圖片、音樂、鈴聲等無線增值業務（尹鴻、詹慶生，2007 年 2 月 27 日）。

由於手機電視有其自身特點，單純開發原有電影資源在手機平臺播放存在較大侷限。因此，未來爲新媒體提供客製化的電影內容是必然趨勢。尹鴻與詹慶生（2007 年 2 月 27 日）就指出，中博傳媒等內容提供商一直在致力於手機電影的拍攝。然而，目前電影內容運用網際網路在新媒介平臺發行的獲利模式尚不清晰。華誼兄弟公司的《功夫》、《夜宴》等片通過網路版權交易獲得的收益更是僅僅在百萬元上下。顯然不論是低價收費，還是免費但插播廣告的經營模式，現階段中國都還沒有一家寬頻網站實現大規模贏利。

然而爲了因應中國電影網路版權交易日益蓬勃的趨勢，也未了防範該領域所引發的法律問題，在政策的指導下，中國互聯網協會的行業自律組織--網路版權聯盟於 2005 年 1 月 28 日成立（見中國互聯網協會行業自律工作委員會「網路版權聯盟」在京成立，2007 年 4 月 29 日）。《中國互聯網版權自律公約》簡介（2005 年 9 月 3 日）曾提及，該協會在 2005 年 9 月 3 日在舉辦一項論壇後隨即發佈《中國互聯網版權自律公約》，用以規範電影在網路發行的市場秩序。

最後中國政府於終於在 2006 年 7 月 1 日正式實施《資訊網路傳播權保護條例》（中華人民共和國國務院令第 468 號）（2006）。該法案是目前有關電影版權在新媒介發行的最新管理工具。這項制度安排雖然較晚，但法規制定後卻給予 MPA 提起訴訟時的法律依據。這顯示中國在產業秩序的媒介管理方面，已跟上了傳播科技變化的腳步。

#### 肆 數位電影放映之兩層經濟

在政策支持下，2003 年 9 月 22 日，中國數字電影業第一個行業組織「中國數字電影產業推進聯盟」成立（劉世輝，2003 年 9 月 24 日）。2004 年 1 月 6 日，廣電總局宣示，2004 年爲廣播影視的「數字發展年」，開始全面推動從類比向數位的轉換（switch-over）（見《關於印發〈廣播影視數字發展年工作要點〉的通知》，2004）。在 2004 年 1 月所發布的《印發〈關於加快電影產業發展的若干意見〉的通知》（2004）中，廣電總局更明確將「加快電影數字化進程，促進電影產業升級」做爲中國電影產業化發展的基本要求之一。

除了政策修辭之外，主管機關也就具體時程訂出規範。《印發〈電影數字化發展綱要〉的通知》（2004）就表明，中國電影要在 5 至 10 年內完成由膠片放映向數字放映的過渡。2004 年底要建成 100 個高標準的數位放映廳，並爭取 3 至 5 年內建成 500 家以上標準統一的數字電影放映廳。而 2006 年則完成實現每年向數字影院提供 50 部以上的電影數字節目。

相對於各國電視數位化時程的規劃（例如有關歐盟各國無線數位電視進程的規畫，見 Iosifidis, 2006），電影數位化進程的技術依變數較小。換言之，這方面制度創新的成功僅繫於政府執行的決心。就技術規範的執行層面而言，目前有關數字電影放映最新的技術要求已被明定在 2007 年 7 月 31 日廣電總局發出的《廣電總局關於發佈〈數字影院（中檔）放映系統技術要求〉的通知》（2007），以及 2007 年 8 月 13 日發出的《廣電總局關於發佈〈數字影院暫行技術要求〉的通知》（2007）的兩個規定中。

上述兩個規定分別把影院及放映設備做了高階與較低階的安排。就管理的意義而言，主管機關這種區別兩種技術規範的制度安排在於實踐社會資本主義的兩層經濟。2005 年 7 月 19 日廣電總局實施《廣電總局關於印發〈數字電影發行放映管理辦法（試行）〉的通知》（2005）第 2 條就說明，城市專業數位影院（廳）是使用高階的進口數位電影設備；而城市社區、縣城以下（即農村）的所謂「二級電影市場」非專業放映廳及流動放映場所，則使用符合一般國產數字電影的設備。

因此，中國政府對數字電影的管理實際上是依循兩種技術分流，並實踐兩層經濟走向的理念。即現代化的電影院線及其所屬之電影院映演業者，可自行投資並申請補助高階放映設備之數字影院與設備。而所謂「二級電影市場」的數字電影開發及應用則由廣電總局來主導建制與發展。

在高階的商業數位放映方面，已有相當多的市場訊息，足以說明中國數位電影發展的現況與趨勢。例如劉世輝（2003 年 9 月 24 日）的報導就指稱，2004 年在全球已安裝的 162 套數字電影院放映系統中，中國即擁有其中 35 套，在數量上僅次於美國，成為全球第二大數字電影市場。

從最新的市場訊息中又得知（i.e. Landreth, 2007, May 31），目前中國正以國有資本全力建設數字電影院。例如中國電影集團公司與中國的製鋼龍頭首鋼集團合作，共同組建「中影首鋼環球數碼數字影院建設有限公司」。該公司將利用各自在數位技術與資本市場的優勢，建立數位電影網路管理營運中心，在全國推動數位電影放映並管理數位電影放映的資料傳輸。雙方宣稱將在 2008 年底前在全國建設 2,000 座數字電影院。

Landreth（2007, May 31）指出，根據尼爾森調查公司（Nielsen Co.）與銀幕文摘（Screen Digest）的報告，中國目前只有 3,000 座現代化的電影放映廳。在這些廳院當中，2004 年共有 93 個數位放映廳，而 2005 年數位放映廳增加至 124 個。要在這個基礎上再建設 2,000 座數字電影院應該只是一種經營上的抱負，但高階數字電影院的建設明顯將帶動數字電影的拍攝。據尹鴻與詹慶生（2006 年 2

月 14 日 a) 的調查，截至 2005 年 10 月底，全部領取電影片公映許可證的數字電影片超過 40 部。Landreth 也指出 (2007, May 31)，2006 年光是中影發行的數字電影就為 39 部，票房收入 1 億 2,000 萬人民幣。

在商業運作之外，主管機關主導推動城市社區、縣城以下（即農村）非專業放映廳及流動放映場所的數字電影放映發展。廣電總局電影局局長童剛在 2007 年初宣佈，中國政府預計從其電影特種基金中投入 3,000 萬元開辦資金，幫助社區、農村等二級電影市場的電影院更新。更新計畫包括建立電腦售票和連線管理，以及數字電影院的建設（國家廣播電影電視總局，2007 年 1 月 10 日）。

這種制度安排顯示，在市場經濟下，政府仍以公部門資源扶植「二級電影市場」的另一層經濟。已經建制好的第二層經濟措施早在 2004 年即開始啟動（見《印發〈電影數位化發展綱要〉的通知》，2004）。2006 年廣電總局也已經在浙江、廣東、江西、河南、陝西、湖南、吉林、寧夏等 8 個省（區）展開試點工作，成立 15 條農村數字電影院線。而各級政府在試點地區，用於數字設備資助和數字放映場次補貼的總經費共高達 1 億 2,680 萬元人民幣（見國家廣播電影電視總局，2007 年 1 月 10 日；趙實，2007 年 1 月 16 日）。

## 伍 結 論

2008 年中國與其它金磚三國（巴西、俄國、印度）將是娛樂及媒體產業（E & M）主要成長和吸引國際消費的地方（見國家通訊傳播委員會，2007 年 11 月 28 日，頁 21）。在這樣的趨勢下，對中國電影屬於傳播科技三大構面的討論，可以呈現中國市場榮景背後所存在的制度安排與制度創新管理問題。大陸主管機關對電影的傳播科技發展多採取積極介入政策（policy activism），而分析這些政策的內涵足以引發電影在數位時代的新議題的討論。

本文以法規與現象交互討論的行文方式，將此三大構面的傳播管理圖像勾勒一個清楚脈絡。論述結果發現，盜版侵權仍然猖獗、網路發行方興未艾、數字電影發展如火如荼。本文以歷時性之法規制定做為政策與現況互動討論的依據，再以新制度論之觀點論述。這種方法補足了屬於傳統電影論文中較少著墨的部份，因此具有一定程度的認識價值。

過去有關中國電影論文多以描述性方法分析電影組織層（organization layer）的行為（conduct），或產業層（industry layer）的市場結構，屬於個體經濟學論述，缺乏傳播科技與政策的環境層（environment layer）總體影響分析（有關社會系統之三層分析框架，見 Damgaard & Lyytinen, 1996）。文本針對中國電影市場之盜版、網路發行與數位建設的傳播科技現況與管理問題之探討，即專注於總體政治經濟的環境層案例。做為結論，本文發現以下事項：

一、盜版亂象導致中國電影各級發行窗口崩解，而其結果又反過來限制了利潤極大化的制度創新誘因，從而使新制度無法持續。有些企業採取某些制度創新方式，但因為所投入的交易成本過高，而並未形成制度化作法。而政府的一些制



度創新決定，也往往受限於理性參考值的不足，例如資訊蒐集成本過高，或者整合經驗過少等等。因此，盜版情勢一再惡性循環。但畢竟爲了延續對財產權界定的主權，以及維護國內映演業與發行業的利益，中國政府對電影版權的法規建置尚稱完備。但問題是，法規只是制度的一環，盜版問題真正獲得改善的關鍵還在於執行這些法規的方式，以及國際政體的壓力是否持續。

二、在政策的指導下，中國互聯網協會已經成立了一個行業內的自律組織，稱爲「網路版權聯盟」。但網路電影經營的案例顯示，夾帶侵權影片公開播映的機會主義者仍然存在。因此，MPA 在中國政府制定相關規範法規之後，於 2007 年開始採取法律訴訟途徑。這顯示中國在版權秩序的媒介管理方面，已經走進了全球化的框架。

三、除了政策修辭之外，中國對電影的數位化轉換竟然也訂出時程規畫，極爲特殊。事實上，中國政府對數位電影制度創新較特殊的一面，還包括她制定技術法規，把電影院及其放映設備分別做了高階與較低階的安排。可以發現，中國政府對數字電影的管理，實際上是依循著兩種技術分流，並實踐兩層經濟走向的理念。政府扶植高階數字電影院建設，企圖帶動的是中國商業數字電影製作的發展。以公部門資源直接推動較低階的數位化「二級電影市場」，則顯示政府企圖普及廣大縣城與農村民眾電影娛樂的用心。

## 參考文獻★

★：以下資料擷取日期已再做確認，因此不再標示瀏覽日期。

## 一 中文部分

《中國互聯網版權自律公約》簡介（2005年9月3日）。

<http://www.isc.org.cn/20020417/ca313278.htm>

〈中國互聯網協會行業自律工作委員會“網路版權聯盟”在京成立〉（2007年4月29日）。<http://www.isc.org.cn/ShowArticle.php?id=6882>

王素慧、通訊員、藍書平、王宇（2005年11月15日）。〈各發行商放下衝突 貫通整個電影產業鏈共對盜版〉。

<http://finance.sina.com.cn/chanjing/b/20051115/11302120377.shtml>

尹鴻、王曉豐（2005年6月30日）。〈2004年中國電影產業發展報告〉（摘自《2004～2005年：中國傳媒產業發展報告》）。

<http://www.china.org.cn/chinese/zhuanti/chuanmei/903519.htm>

尹鴻、詹慶生（2006年2月14日 a）。〈2005年中國電影產業備忘（一）〉。

[http://big5.china.com.cn/zhuanti2005/txt/2006-02/14/content\\_6120913.htm](http://big5.china.com.cn/zhuanti2005/txt/2006-02/14/content_6120913.htm)

尹鴻、詹慶生（2006年2月14日 b）。〈2005年中國電影產業備忘（二）〉。

[http://big5.china.com.cn/zhuanti2005/txt/2006-02/14/content\\_6120915.htm](http://big5.china.com.cn/zhuanti2005/txt/2006-02/14/content_6120915.htm)

尹鴻、詹慶生（2007年2月27日）。〈2006年中國電影產業備忘〉。

[http://big5.china.com.cn/culture/txt/2007-02/27/content\\_7874922.htm](http://big5.china.com.cn/culture/txt/2007-02/27/content_7874922.htm)

巴曙松（2006年1月3日）。〈權威發佈：2005年度中國電影產業投資分析報告〉。

[http://www.ce.cn/new\\_hgjj/jjxr/xuerenziliao/200601/03/t20060103\\_5712308.shtml](http://www.ce.cn/new_hgjj/jjxr/xuerenziliao/200601/03/t20060103_5712308.shtml)

巴曙松、劉孝紅、林宇靈、王文強、牛播坤、張旭（2005）。《2005年度中國電影產業投資分析報告》。國務院發展研究中心。

白瀛（2005年8月29日）。〈中國電影版權保護協會成立並發布宣言〉。

[http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/fortune/2005-08/29/content\\_3418852.htm](http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/fortune/2005-08/29/content_3418852.htm)

吳曉東（2004年6月22日）。〈正版、盜版音像製品與電影院線票房血拼遊戲規則〉。[http://www.cnave.com/news/viewnews.php?news\\_id=1814&year=2004](http://www.cnave.com/news/viewnews.php?news_id=1814&year=2004)

吳曉鈴（2004年9月22日）。〈《2046》碟片衝擊票房 院線密謀停放該片以抗議〉。<http://ent.sina.com.cn/2004-09-22/0742512131.html>

周瑋（2007年6月20日）。〈廣電藍皮書：06年 國產電影大片時代終於到來〉。

[http://news.xinhuanet.com/ent/2007-06/20/content\\_6265211.htm](http://news.xinhuanet.com/ent/2007-06/20/content_6265211.htm)

約翰·當寧、曹勇（2004）。〈全球媒介企業與中國〉。載於羅以澄、秦志希（主編），《新聞與傳播評論》（頁86-94）。武漢：武漢出版社。

徐尙禮（2007年11月24日）。〈好萊塢告捷報網侵權〉。《中國時報》，A16版。

理查·考夫(2005)。《文化創意產業(上)、(下)－以契約達成藝術與商業的媒合》(譯者：仲曉玲、徐子超)。臺北：典藏。(原著出版年：2002)

張江藝(2005年4月30日)。〈中國電影產業國際競爭力發展分析〉。

<http://www.filmsea.com.cn/focus/200504300003.htm>

國家廣播電影電視總局(2007年1月10日)。〈國家廣電總局電影局召開新聞通氣會〉。《政務訊息》。北京：作者。

<http://www.chinasarft.gov.cn/articles/2007/01/09/20070911140604770727.htm>  
1

國家通訊傳播委員會(2007年6月28日)。《通傳會新聞(NCC News)》，1(3)。

黃會清(2007年5月23日)。〈是誰阻礙了中國電影產業的“錢途”？〉。

[http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/focus/2007-05/23/content\\_6114387.htm](http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/focus/2007-05/23/content_6114387.htm)

趙實(2007年1月16日)。〈在2007年全國電影工作會議上的講話〉。《領導講話》，國家廣播電影電視總局。

<http://www.chinasarft.gov.cn/articles/2007/02/05/20070910154553820926.html>

劉世輝(2003年9月24日)。〈中國數字電影產業推進聯盟成立〉。《北京現代商報》[electronic version]。

[http://news.ccw.com.cn/zl/htm2003/20030924\\_10i2m.htm](http://news.ccw.com.cn/zl/htm2003/20030924_10i2m.htm)

## 二、法規部分

《中國加入工作組報告書》(2006)。中華人民共和國資訊產業部。

[http://www.mii.gov.cn/art/2006/03/07/art\\_1262\\_7610.html](http://www.mii.gov.cn/art/2006/03/07/art_1262_7610.html)

《印發〈電影數字化發展綱要〉的通知》(2004)。國家廣播電影電視總局。

<http://www.chinasarft.gov.cn/articles/2007/02/27/20070914165147430587.html>

《印發〈關於加快電影產業發展的若干意見〉的通知》(2004)。國家廣播電影電視總局。

<http://www.chinasarft.gov.cn/articles/2007/02/27/20070914165147430597.html>

《最高人民法院、最高人民檢察院關於辦理侵犯知識產權刑事案件具體應用法律若干問題的解釋》(2004)。

[http://www.chinacourt.org/flwk/show1.php?file\\_id=98384](http://www.chinacourt.org/flwk/show1.php?file_id=98384)

《資訊網路傳播權保護條例》(2006)。

<http://www.chinalaw.gov.cn/jsp/contentpub/browser/contentpro.jsp?contentid=co1561858433>

《廣電總局關於印發〈數字電影發行放映管理辦法(試行)〉的通知》(2005)。

2008年1月15日 取自國家廣播電影電視總局網站：

- <http://www.chinasarft.gov.cn/articles/2005/07/30/20070910105400220605.html>
- 《廣電總局關於發佈〈數位影院（中檔）放映系統技術要求〉的通知》（2007）。  
國家廣播電影電視總局。
- <http://www.chinasarft.gov.cn/articles/2007/08/03/20070908164429760936.html>
- 《廣電總局關於發佈〈數字影院暫行技術要求〉的通知》（2007）。  
國家廣播電影電視總局。
- <http://www.chinasarft.gov.cn/articles/2007/08/16/20070908165738710431.html>
- 《關於印發〈廣播影視數字發展年工作要點〉的通知》（2004）。  
<http://www.sygd.com/main/list.asp?unid=223>

### 三 英文部分

- Anderson, C. (2004). The long tail. *Wired Magazine*, 12(10) [ electronic version ] . <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>
- Bates, J. & Farley, M. (1999, June 13). Hollywood, China in a chilly embrace. *Los Angeles Times*, A1, A30.
- Block, R. (2006, May 27). Netflix back on track for 2006 online downloads. *Home Entertainment*.  
<http://www.engadget.com/2006/05/27/netflix-back-on-track-for-2006-online-downloads/>
- Cook, D. A. & Wang, W. (2004). Neutralizing the piracy of motion pictures: Reengineering the industry's supply chain. *Technology and Society*, 26, 567-583.
- Damsgaard, J. & Lyytinen, K. (1996). Government strategies to promote the diffusion of electronic data interchange (EDI): What we know and what we don't know. *Information Infrastructure and Policy*, 5(3), 169-190.
- Iosifidis, P. (2006). Digital switchover in Europe. *The International Communication Gazette*, 68(3), 249-268.
- Landreth, J. (2007, May 31). *China Film Group digitizing 2,000 screens*.  
[http://www.hollywoodreporter.com/hr/content\\_display/international/news/e3i68c5e512780ada31ce1258bf8d187343?imw=Y](http://www.hollywoodreporter.com/hr/content_display/international/news/e3i68c5e512780ada31ce1258bf8d187343?imw=Y)
- North, D. C. (1981). *Structure and change in economic history*. New York and London: Norton.
- North, D. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. New York: Cambridge University Press.
- North, D. C. (1991). Institutions. *Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 97-112.
- North, D. C. (1994). Economic performance through time. *American Economic*

*Review*, 84, 359-368.

Scott, D. & Hancock, D. (2007). Cinema and home entertainment in China. *Screen Digest* [ electronic version ] .

<http://www.screendigest.com/reports/07cinhomeentchina/readmore/view.html>