

Film Financing Policies and Cinema Industry Development; A Case Study of China*

Abstract

In order to develop and make the film financing methods more efficient, this study aims to propose new solutions by using the global experiences. The developments of the Chinese cinema industry in recent years have been investigated and various types of film financing methods have been analyzed. The research method in this article is descriptive and qualitative, and documentary method and library and internet sources have been used to identify and compile the findings. At first, a picture of the current state of China's cinema industry in recent years and the changes that have occurred in corresponding to the increase in film production and demand in this country, are presented; then trends and the main challenges of the China's cinema industry at the present are explained. Furthermore, in the discussion and analysis section of the article, the recently approved laws and regulations in the field of film production and financing such as Film Industry Promotion Act are reviewed. In the next section, the main institutions of film production and financing including China Film Group, as the biggest public film production company in the country, and Shanghai Film Group have been investigated and their mechanisms and procedures are explained. Finally, in the last section of the discussion, the different types of financing methods in the Chinese cinema industry have been examined and analyzed in details. According to the findings of the research, the success and growth of the cinema industry in China, in addition to financial resources, reflects the empowerment of the creative sector for the production of higher quality films in all aspects. Also, clarifying and standardizing the regulatory laws and strengthening the laws supporting the film industry and increasing the return rate of investment have encouraged the cinema industry to flourish more. In the field of sources and financing methods, more than ten different methods for financing films are identified. The most important of these methods are: direct financing through public and government budgets which includes funds like: special fund for the development of the national film industry, film and television mutual fund, imported film revenue fund, special film subsidy on major subject matters and other indirect and special financing for films which includes: production incentives such as tax credit, tax rebates, cash rebates and tax shelters; joint investment and financing between national production companies or with a foreign production company; crowdfunding in mostly new and online platforms; financing from the stock market; bank loans; financing funds from

Received: 04 Feb 2024

Received in revised form: 10 Aug 2024

Accepted: 20 Nov 2024

Masoud Naghashzadeh¹ [iD](#) (Corresponding Author)

Associate Professor, Department of Television, Radio and Television Production Faculty, IRIB University, Tehran, Iran.

E-mail: m.naghashzadeh@iribu.ac.ir

Mehdi Gharehnehdaghi² [iD](#)

M.A. in Film Studies, Department of Cinema, Faculty of Art, Soore International University, Tehran, Iran.

E-mail: mehdi660128@gmail.com

<https://doi.org/10.22059/jfadram.2024.371163.615845>

other industries; and pre-sale. Also, other methods such as private equity, sponsored financing, venture capital and hot money were also identified, which are relatively less important than the main methods. In general, it can be said that the diversity of financing sources in this country has increased film production and improved the diversity and compatibility of China's domestic cinema market. Among the main financing methods identified, direct investment by public or private companies, loans provided by financial or investment institutions, and foreign investment and joint productions are more important than others.

Keywords

China Film Industry, Cinema Economy, Film Production, Film Financing, Funding Body

Citation: Naghashzadeh, Masoud; Gharehnehdaghi, Mehdi (2025). Film financing policies and cinema industry development; A case study of China, *Journal of Fine Arts: Performing Arts and Music*, 30(2), 57-70. (In Persian)



Authors retain the copyright and the full publishing.

Publisher: University of Tehran.

*This article is derived from the second author's master thesis, titled: "A comparative study of financing practices in European Union and China cinemas" supervised by the first author at the Soore International University.

سیاست‌های تأمین مالی فیلم و توسعه صنعت سینما: مطالعه موردی چین*

چکیده

به منظور مطالعه‌ی زمینه‌های توسعه و کارآمدسازی شیوه‌های تأمین مالی فیلم در ایران، در این مقاله، شیوه‌های تأمین مالی فیلم و راه کارهای توسعه‌ی صنعت سینمای چین، به عنوان یک نمونه‌ی موفق واکاوی شده است. روش پژوهش این جستار توصیفی-تحلیلی است و برای گردآوری و تدوین یافته‌ها از روش اسنادی استفاده شده است. برای دستیابی به یک تصویر روشن، ابتدا چشم‌اندازی از صنعت سینمای چین و روندهای توسعه

و چالش‌های آن در سال‌های اخیر ترسیم شده؛ سپس قوانین و مقررات، نهادهای اصلی تولید و سازوکارها و رویه‌های موجود در صنعت سینمای چین، تبیین شده‌اند؛ و در نهایت انواع روش‌های تأمین مالی در صنعت سینمای چین واکاوی شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، موفقیت‌های اخیر سینمای چین، علاوه بر توسعه‌ی منابع و روش‌های تأمین مالی، به شفاف‌سازی قوانین نظارتی، وضع قوانینی برای حمایت از صنعت سینما، افزایش بازده سرمایه‌گذاری، توانمندسازی بخش خلاقه و تولید فیلم‌های باکیفیت‌تر، متکی بوده است. در این مطالعه، بیش از ده روش برای تأمین مالی فیلم‌ها شناسایی شد و نشان داده شد تنوع منابع تأمین مالی در سینمای چین، باعث افزایش تولید و بهبود کیفیت فیلم‌ها و سازگاری بازار داخلی سینمای چین شده است. مهم‌ترین روش‌های تأمین مالی، سرمایه‌گذاری مستقیم شرکت‌های دولتی و خصوصی، سرمایه‌گذاری سایر صنایع، وام‌های مؤسسات مالی، سرمایه‌گذاری خارجی و تولیدات مشترک هستند.

واژه‌های کلیدی

اقتصاد سینما، تولید فیلم، تأمین مالی فیلم، نهاد تأمین مالی، صنعت سینمای چین

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۱/۱۵

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۵/۲۰

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۳/۰۸/۳۰

مسعود نقاش‌زاده^۱ (نویسنده مسئول): دانشیار گروه تلویزیون، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران.

E-mail: m.naghashzadeh@iribu.ac.ir

مهدی قره‌جه‌داغی^۲: کارشناس ارشد سینما، گروه سینما، دانشکده هنر، دانشگاه سوره، تهران، ایران.
E-mail: mehdi660128@gmail.com

<https://doi.org/10.22059/jfadram.2024.371163.615845>

استناد: نقاش‌زاده، مسعود و قره‌جه‌داغی، مهدی (۱۴۰۴)، سیاست‌های تأمین مالی فیلم و توسعه صنعت سینما: مطالعه موردی چین، نشریه هنرهای زیبا: هنرهای نمایشی و موسیقی، ۳۰(۲)، ۵۷-۷۰.

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

نگارندگان، حق تکثیر و امتیاز کامل انتشار مقاله خود را حفظ می‌کنند.



* مقاله حاضر برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نگارنده دوم با عنوان «مطالعه تطبیقی شیوه‌های تأمین مالی در سینمای اتحادیه اروپا و چین» می‌باشد که با راهنمایی نگارنده اول در دانشگاه بین‌المللی سوره ارائه است.

از داده‌های اسنادی، به کشف، استخراج، طبقه‌بندی، تحلیل و ارزیابی مفاهیم مرتبط با موضوع پژوهش پردازد. شناسایی و بررسی منابع نیز با استفاده از روش‌های جست‌وجوی کلمات کلیدی، طبقه‌بندی اسناد استخراج شده و فیش‌برداری انجام شده و در مرحله آخر نیز از رهگذر پالایش منابع و تحلیل آن‌ها، پردازش داده‌ها صورت گرفته است. در این جستار، راه کارهای توسعه و شیوه‌های تأمین مالی فیلم در صنعت سینمای چین، به عنوان مطالعه موردی بررسی شده است. این پژوهش، از رهگذر بررسی اسناد مختلف، از جمله گزارش‌های آماری، اسناد دولتی، قوانین مصوب، و کتب و پژوهش‌های علمی، به مطالعه‌ی تحولات صنعت سینمای چین و واکاوی سیاست‌ها، شیوه‌ها، و سازوکارهای تأمین مالی فیلم در سینمای این کشور می‌پردازد و با توجه به نتایج آن، یک جستار کاربردی محسوب می‌شود.

پیشینه پژوهش

موضوع کلی اقتصاد سینما و روش‌های تأمین مالی در سینما، در برخی پژوهش‌های داخلی مورد توجه قرار گرفته است. صلواتیان و همکاران (۱۳۹۸) «تأمین مالی جمعی تولیدات بلند سینمایی در ایران؛ موانع، ظرفیت‌ها و الزامات» را در مقاله‌ای مورد بررسی قرار داده و به ملاحظات تأمین مالی جمعی در سینما پرداخته‌اند. کریمی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر اقتصاد سینما در ایران با استفاده از رهیافت اقتصادسنجی و سیستم دینامیکی»، بر پایه‌ی مطالعات کتابخانه‌ای، به تشریح مباحث نظری اقتصاد سینما و تأثیر تحولات رسانه‌های اجتماعی بر سینما پرداخته و ضمن تأکید بر سینمای ایران، با رویکرد تطبیقی، به شناسایی عوامل مؤثر بر اقتصاد سینما در سایر کشورهای جهان نیز پرداخته است. حسینیان و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله‌ی «نقش نهاد مالی تخصصی در جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در بخش فرهنگ، مطالعه موردی سینمای فرانسه»، بر اساس اطلاعات نهاد مالی تخصصی سینما در فرانسه طی دوره ۱۹۸۷-۲۰۱۶ به بررسی تأثیر این نهاد بر جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در بخش فرهنگ پرداخته‌اند. با این وجود، می‌توان گفت جامع‌ترین منبع فارسی در زمینه روش‌های تأمین مالی در سینما، گزارش پژوهش «تأمین مالی در تولید فیلم‌های سینمایی، مطالعه تطبیقی روش‌های متعارف و نوین در سینمای ایران و هالیوود» است. یاسمی (۱۳۹۹) در این طرح پژوهشی برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود، غیر از تبیین و تطبیق روش‌های متداول تأمین مالی در سینمای ایران و هالیوود، اساساً به تأمین مالی در سینمای سایر کشورها نپرداخته است.

پیرامون تأمین مالی در صنعت سینمای جهان به صورت عام، کتب، مقالات و پژوهش‌های فراوانی وجود دارد. در کتاب ۴۳ روش برای تأمین مالی فیلم بلند شما^۱ (Cones, 2008)، نویسنده در پنج بخش اصلی، شامل سوبسیدها، سرمایه‌گذاران، وام‌دهندگان، استودیوها و فعالان صنعت سینما، و تأمین مالی بین‌المللی، به معرفی و بررسی ۴۳ روش برای تأمین مالی فیلم می‌پردازد و مزایا و معایب هر یک را شرح می‌دهد. در کتاب راهنمای تأمین مالی فیلم از نگاه حرفه‌ای^۲ (Alberstat, 2004)، نویسنده با تأکید بر جنبه‌های حقوقی و قانونی تأمین مالی فیلم، انواع روش‌های تأمین مالی و ملاحظات حقوقی و قراردادهای مورد نیاز هر کدام از این روش‌ها را شرح می‌دهد. کتاب پول‌های پشت پرده^۳ (Chapman, 2022)، به بررسی تاریخی روش‌های تأمین مالی فیلم در صنعت سینمای بریتانیا در سه دوره‌ی تاریخی مختلف، بین سالهای ۱۹۴۵ تا ۱۹۸۵ می‌پردازد و

مقدمه و بیان مسئله

ساخت فیلم، مانند هر محصول دیگری نیازمند تأمین مالی است. پیش‌تر، تأمین مالی اغلب تولیدات سینمایی بزرگ در ایران، از طریق نهادها و شرکت‌های بزرگ دولتی انجام می‌شد. اما در سال‌های اخیر، و به دلیل تحریم‌های اقتصادی و کاهش منابع دولتی، چالش‌های بزرگی در این زمینه ایجاد شده است. همین امر، موجب شده، بخش دولتی از یک سو و بخش خصوصی از سوی دیگر، صرفاً در برخی گونه‌های خاص و تعداد محدودی فیلم سرمایه‌گذاری کنند و این به نوبه‌ی خود، منجر به از بین رفتن تدریجی اقتصاد سینمای مستقل و تنوع گونه‌شناختی در سینمای ایران شده است. از این رو، تأمین مالی تولید محصولات حرفه‌ای و متنوع سینمایی، به یکی از دغدغه‌های اصلی مدیران و متولیان سینمای ایران و همچنین تهیه‌کنندگان فیلم‌ها تبدیل شده است و نیازمند یافتن سازوکارها و روش‌های جدید و ترسیم چشم‌اندازی منسجم و مؤثر برای نظام تأمین مالی در سینمای ایران است.

یکی از رویکردهای مفید در نوسازی ساختار اقتصادی صنعت سینما و ایجاد یک نظام منسجم تأمین مالی برای تولید فیلم در ایران، مطالعه‌ی تجارب کشورهای پیشرو و تحلیل الگوهای موفق است. البته در هر کشور، ساختارها، سازوکارها و نهادهای فعال در صنعت سینما، و نیز روش‌ها و میزان حمایت از تولید فیلم‌ها، متفاوت است. برای نمونه، شیوه‌ی جذب سرمایه و تأمین سرمایه‌های کلان در سینمای هالیوود، متأثر از آموزه‌های اقتصادی سرمایه‌داری آمریکایی است که با روش‌های سرمایه‌گذاری و حمایت‌های مالی در سینمای کشورهایی مانند چین یا ایران، بسیار متفاوت است. همچنین در اغلب کشورهای اتحادیه‌ی اروپا، صنعت سینما، مستقیماً وابسته به سیاست‌های مالی و پولی دولت‌هاست. بنابراین، برای ترسیم چشم‌اندازی از رشد و توسعه‌ی صنعت سینما در ایران، بررسی سازوکار تأمین مالی فیلم‌های سینمایی در کشورهای مختلف، و شناخت ساختارها و نهادهای مؤثر در سینمای این کشورها، مفید و حتی ضروری به نظر می‌رسد. انتخاب صنعت سینمای چین برای مطالعه در این مقاله، به این دلیل است که در سینمای این کشور نیز مانند ایران (و بر خلاف هالیوود)، بخش عمده‌ای از فیلم‌های تولیدی، بازار داخلی دارد و اغلب فیلم‌ها به زبان ملی (چینی)، تولید می‌شوند. همچنین بودجه‌ی تولید فیلم در سینمای چین، در مقایسه با تولید فیلم در هالیوود، بسیار پایین‌تر است و صنعت سینمای چین، از منظر سیاست‌ها، سازوکارها، و منابع تأمین مالی، نیز مشابهت‌هایی با سینمای ایران دارد. از سوی دیگر، با توجه به مشابهت ساختارهای سیاسی و دولتی و نیز شیوه‌ی نظارت بر محتواهای فرهنگی و هنری، مناسب و مشابهت‌های بیشتری میان سینمای چین و ایران می‌توان یافت. علاوه بر این، با توجه به روابط سیاسی و فرهنگی دو کشور، این مقاله می‌تواند از رهگذر شناسایی الگوهای توسعه‌ی شیوه‌های تأمین مالی، منابع جدیدی برای تأمین مالی فیلم‌ها در سینمای ایران، معرفی نماید.

روش پژوهش

این جستار از حیث هدف کاربردی و از منظر ماهیت داده‌ها کیفی است. روش مورد استفاده در این مطالعه توصیفی تحلیلی است و برای شناسایی و تدوین یافته‌های مورد نیاز، از روش اسنادی استفاده شده است. روش اسنادی، نوعی روش کیفی است که پژوهش‌گر تلاش می‌کند با استفاده‌ی نظام‌مند

مقاله‌ای تحت عنوان «صادرات فرهنگ چینی: مدل‌های تأمین مالی در صنعت فیلم و تلویزیون»^{۱۴} (Keane, 2006)، نویسنده به بررسی تأمین مالی صنایع خلاق در کشور چین می‌پردازد که در این مورد هم رویکردهای نوین و تحولات اخیر سینمای چین مطالعه نشده است. بنابراین، حسب اطلاع نویسندگان می‌توان گفت، یافته‌های مقاله حاضر، در منابع فارسی بدیع و در منابع انگلیسی نیز، از روزآمدترین موارد محسوب می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

شناسایی منابع بالقوه و تأمین منابع مالی، همواره یکی از موضوعات مهم در فرآیند نوآوری و رشد و توسعه صنایع مختلف بوده است. در ساختار سرمایه‌ی صنایع مختلف، تلاش می‌شود تا ترکیب منابع مالی مختلف مورد استفاده در تأمین مالی فعالیت‌ها و سرمایه‌گذاری‌های مورد نیاز، تبیین شود (افشاری، ۱۴۰۰، ۳۰۶). اتخاذ تصمیم برای سیاست‌های تأمین مالی با توجه به ویژگی‌های داخلی و شرایط خارجی همچون شرایط اقتصادی، نرخ بهره، تورم و قوانین دولتی صورت می‌گیرد (علی‌نژاد و تارفی، ۱۳۹۶، ۱۶۰). برای درک مؤلفه‌های توسعه و تحول صنعت سینمای چین، لازم است نگاهی فراگیر به زمینه‌های توسعه‌ی کلان چین داشته باشیم. زیرا تاریخ، نظام سیاسی، و تحولات اقتصادی و اجتماعی چین، توسعه‌ی صنعت سینمای این کشور را به صورت آشکاری تحت تأثیر قرار داده است (Diao, 2020, p. 13) و صنعت سینمای این کشور همواره تحت تأثیر سیاست‌ها و رویکردهای دولت به این صنعت بوده است (Zhou, 2015, p. 240). سیاست‌های دولت در قالب مداخله در بخش‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی اعمال می‌شود (ابراهیمی و باقرزاده، ۱۳۹۱). بنابراین برای درک صحیح الگوهای رشد اقتصادی و وضعیت صنعت سینما در این کشور، بررسی دو عامل مهم سیاست‌های دولت و وضعیت کلی اقتصادی در چین معاصر ضروری به نظر می‌رسد (Zhu & Rosen, 2010). از آنجا که ویژگی مشترک بسیاری از تحقیقات مرتبط با رسانه‌ها و صنایع دیداری، شنیداری، چند بعدی بودن آن‌هاست (Doyle & Frith, 2004, p. 2)؛ در این جستار نیز به منظور ساخت یک چارچوب مفهومی برای واکاوی الگوهای تأمین مالی فیلم در سینمای چین، ابتدا باید عوامل تأثیرگذار بر این رسانه‌ها و از جمله سینما را تبیین کرد تا بتوان شناخت و تحلیل صحیحی از شیوه‌ها و سیاست‌های حاکم بر تأمین مالی فیلم‌ها به دست داد. در نمودار ۱، چارچوب مفهومی و عوامل تأثیرگذار بر روش‌های تأمین مالی فیلم‌ها در سینمای چین نشان داده شده است.

با مرور ادبیات موضوع، می‌توان دو عامل بسیار مهم و اثرگذار بر رویکردها و سیاست‌های تأمین مالی فیلم در چین را تشخیص داد. در واقع فضای کلی سیاست‌ها و رویکردهای تأمین مالی صنعت فیلم در چین و بسیاری از کشورهای دیگر، از برهم‌کنش این دو عامل پدید آمده است. اولین عامل، قوانین و مقررات حاکم بر صنعت سینما، و عامل دیگر، کارکرد نهادهای مرتبط با تولید و تأمین مالی فیلم‌ها و سازوکارهای این نهادهاست. بنابراین، پس از شناخت فضای کلی کسب و کار صنعت سینمای چین، ابتدا قوانین و مقررات مرتبط با تولید و تأمین مالی فیلم که در سال‌های اخیر تصویب شده و تأثیر قابل توجهی بر روندهای صنعت سینمای این کشور گذاشته بررسی شده و سپس نهادهای اصلی و تأثیرگذار در تولید و تأمین مالی فیلم‌ها و نیز سازوکار این نهادها، مورد توجه قرار گرفته است. در نهایت پس از شناخت وضعیت فعلی صنعت سینمای چین و عوامل و

روند تحولات تأمین مالی فیلم و انواع روش‌های موجود در این دوره‌های تاریخی را بررسی می‌کند. کتاب راهنمای تولید فیلم در اروپا: تأمین مالی، مالیات، قانون‌گذاری^{۱۵} (Andersen, 2006) به بررسی جنبه‌های مختلف صنعت سینما در پنج کشور اصلی این صنعت در اروپا یعنی فرانسه، آلمان، ایتالیا، اسپانیا و انگلیس می‌پردازد و جنبه‌های مختلف این صنعت از جمله روش‌های تأمین مالی در مراحل مختلف ساخت فیلم و شیوه‌ی دسترسی به این منابع را معرفی، بررسی و مقایسه می‌کند. همچنین در کتاب راهنمای کمک‌های دولتی در صنعت فیلم^{۱۶} (Murschetz et al., 2018) نویسندگان در سه بخش اصلی به بررسی مضامین علمی و ادبیات موضوع، تجربه‌های کشورهای مختلف و مسیرهای پیش رو در آینده، در حوزه‌ی تأمین مالی عمومی و دولتی فیلم پرداخته و به صورت جزئی و موشکافانه، این موضوع را از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار می‌دهند. در زمینه روش‌های جدید و در حال ظهور تأمین مالی نیز، نویسندگان مقاله «شکل‌های جدید جذب سرمایه و تأمین مالی در صنایع فرهنگی و خلاق»^{۱۷} (Loots et al., 2022) به بررسی روش‌های جدید و نوظهور در تأمین مالی فیلم و سایر هنرهای خلاق می‌پردازند که در اثر پیشرفت تکنولوژی یا روش‌های تأمین مالی جدید به وجود آمده‌اند. در مقاله‌ی دیگری تحت عنوان «تأمین مالی جمعی در حوزه‌ی نوآوری و هنرها از منظر اقتصاد فرهنگ»^{۱۸} (Handke & Dalla Chiesa, 2022) به بررسی موشکافانه روش تأمین مالی جمعی پرداخته و انواع مختلف آن و شیوه‌های بهینه‌ی استفاده از آن را در صنایع خلاق از جمله فیلم بیان کرده‌اند. مقاله دیگری تحت عنوان «تأمین مالی صنایع خلاق و فرهنگی از طریق تأمین مالی جمعی: نقش زمینه‌ها و سیاست‌های فرهنگ ملی»^{۱۹} (Cicchello et al., 2023) با مقایسه سیاست‌های دوازده کشور اروپایی، به بررسی تأثیر سیاست‌گذاری فرهنگی و پیشرفت‌های فناوری در میزان پذیرش و استفاده از روش تأمین مالی جمعی در هنرهای خلاق و از جمله سینما می‌پردازد. همچنین مقاله «کشف موانع احتمالی استفاده از روش عرضه اولیه ارز دیجیتال برای تأمین مالی پروژه‌های هنری»^{۲۰} (Knott et al., 2022) به معرفی روشی جدیدی برای تأمین مالی هنری با استفاده از تکنولوژی بلاکچین و ارزهای دیجیتال پرداخته و کارکردها، پتانسیل‌ها و موانع موجود برای استفاده از این روش نوین تأمین مالی را بررسی می‌کند.

مطابق بررسی نگارندگان، در زمینه‌ی تأمین مالی در سینمای چین مقالات و تحقیقات اختصاصی و معتبر چندانی به فارسی (و حتی انگلیسی) در دسترس نیست. با این همه، می‌توان به کتاب سینمای معاصر چین (اسکویی، ۱۳۸۴) که حدود دو دهه پیش توسط انتشارات بنیاد سینمایی فارابی منتشر شده اشاره کرد. اما داده‌های این کتاب، در حال حاضر نسبتاً قدیمی است و البته در سرفصل‌های آن، بخشی مختص تأمین مالی فیلم‌ها به چشم نمی‌خورد. در منابع انگلیسی نیز دو رساله‌ی دکتری در دانشگاه‌های کوئینزلند^{۲۱} و سنت‌اندروز^{۲۲} قابل ذکر هستند. رساله‌ی اول با عنوان «چین، تولید مشترک فیلم و رقابت در قدرت نرم»^{۲۳} (Peng, 2015)، بیشتر به ارتباط تحولات سیاسی با سینمای چین و حضور بین‌المللی آن پرداخته و رساله‌ی دوم با عنوان «صنعت سینمای چین، ویژگی‌ها و روندها، ۲۰۱۰-۲۰۱۶»^{۲۴} (Diao, 2020) نیز به ویژگی‌های صنعت سینمای چین در سال‌های مورد نظر می‌پردازد و اشاراتی کوتاهی به تأمین مالی نیز می‌کند. با این وجود، بسیاری از مطالب این پژوهش‌ها نیز، قدیمی و ناکافی است. همچنین در

در گیشه از ۳۳ درصد به ۶۰ درصد رسیده که سهم بالایی برای بازار داخلی یک کشور محسوب می‌شود (Aranburu, 2017, p. 16). با این حال، از آنجا که در سال‌های اخیر، چین به یکی از دو بازار بزرگ جهان از نظر فروش سینماها تبدیل شده است، تعداد زیادی از سرمایه‌گذاران خارجی و تهیه‌کنندگان بین‌المللی فیلم، برای همکاری با صنعت سینمای چین تمایل نشان داده‌اند. تولید مشترک، راهی برای ورود فیلم‌های چینی به بازارهای خارجی و متقابلاً دسترسی فیلم‌های خارجی به مخاطبان چینی است. تا سال ۲۰۱۵، نیمی از کشورهایی که به عنوان ۱۰ بازار برتر بین‌المللی در فروش گیشه سینما شناخته شده‌اند، قرار دادهای تولید مشترک با چین امضا کرده‌اند و به همین ترتیب، تعداد تولیدات مشترک در این کشور در حال افزایش است (Hou & Chung, 2016, p. 51). به همین دلیل، دست‌اندرکاران صنعت سینمای چین با الگوبرداری از صنایع فیلم کشورهای آسیایی دیگر از جمله هنگ کنگ، ژاپن و کره جنوبی که به طور مؤثری به مخاطبان خارج از قلمرو خود صادرات داشته‌اند، جاه‌طلبی‌های بلندپروازانه‌ای داشته‌اند (Leung & Lee, 2019, p. 199).

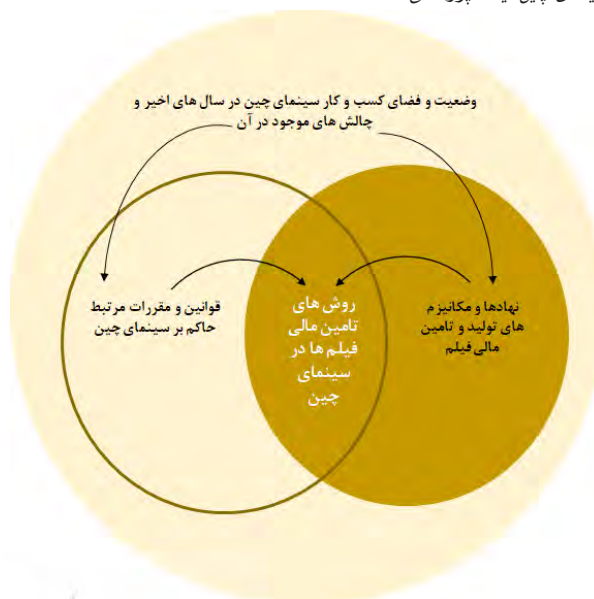
بر اساس گزارش سال ۲۰۲۱ شرکت انت گروپ^{۱۵} (شرکت مشاوره‌ای تحلیل داده‌های صنعت فیلم)، سینمای چین بیش از ۸۰ درصد درآمد خود را از فروش گیشه به دست می‌آورد. در مقابل، شرکت‌های فیلم‌سازی در ایالات متحده از فروش لوح فشرده، حقوق پخش تلویزیونی و حقوق تجاری دیگر به اندازه فروش بلیت درآمد دارند. بنابراین صنعت سینمای چین هنوز هم دورنمای بزرگی برای رشد و متنوع‌سازی شیوه‌های درآمدی دارد (Bar-raclough, 2021).

چالش‌های صنعت سینمای چین

با وجود پیشرفت‌های سینمای چین در سال‌های اخیر، تنها چند فیلم محدود توانسته‌اند مخاطبان بین‌المللی و بیش از همه غربی را جذب کنند. این امر با سرمایه‌گذاری‌های عظیمی که دولت چین در سال‌های اخیر در بازار فیلم و با هدف ترویج محصولات فرهنگی چینی در خارج از کشور انجام داده است، مغایرت دارد. مطابق بررسی‌ها دو دلیل وجود دارد که چرا فیلم‌های چینی نتوانسته‌اند به بازارهای بین‌المللی نفوذ کنند: دلیل اول، مشکلات فرهنگی و تکنیک‌های روایت و داستان‌گویی در سینمای چین و دلیل دیگر، مشکلات اقتصادی و تولیدی (مانند راهبردهای بازاریابی) است. البته دخالت‌های مستقیم و غیرمستقیم سیاسی و تبلیغاتی در روند تولید نیز می‌تواند دلیل مهمی برای شکست فیلم‌های چینی در خارج از کشور باشد (De Masi, 2012, p. 9).

یکی دیگر از اصلی‌ترین مسائل سینمای چین، چالش‌های نهادی و قانونی است. صنعت سینمای چین هنوز تابع یک سیستم نظارتی پیچیده است که شامل سانسور و محدودیت‌های واردات فیلم است. از مجموع ۶۳۸ عنوان فیلم تولید داخل چین در سال ۲۰۱۳، تنها ۲۷۳ فیلم در سالن‌های سینما نمایش داده شد؛ به عبارت دیگر، تنها ۳۹ درصد از فیلم‌های تولید شده داخلی، پخش شده است (Elliott, Konara, & Ling, 2018, p. 2). از سوی دیگر، علی‌رغم اینکه شرایط تولید فیلم در چین، احتمالاً در وضعیت بهتر و آزادانه‌تری از زمان ملی‌شدن صنعت فیلم در سال ۱۹۴۹ قرار دارد؛ اما می‌توان گفت صنعت تولید فیلم در چین، هم‌چنان تا حدودی توسعه‌نیافته باقی‌مانده است. یکی از دلایل این امر، کیفیت متغیر و نه چندان رضایت‌بخش فیلم‌های چینی، به واسطه‌ی کمبود نیروی کار

نمودار ۱. چارچوب مفهومی. عوامل تأثیرگذار بر شیوه‌های تأمین مالی در صنعت سینمای چین (یافته پژوهشی، ۱۴۰۳)



ساختارهای اثرگذار بر تولید، انواع روش‌های تأمین مالی فیلم‌ها در سینمای چین، تحلیل و جمع‌بندی شده‌اند.

۱. چشم‌انداز صنعت سینمای چین

چین از اوایل قرن بیست و یکم روند رشد قابل‌توجهی را در صنعت سرگرمی تجربه کرده است. چینی‌ها با سرمایه‌گذاری گسترده در استودیوها و کمپانی‌های تولید فیلم، به گونه‌ای برنامه‌ریزی کرده‌اند که محصولات داخلی، بیشترین مخاطب را در داخل کشور داشته باشند. اما اشتیهای سیری‌ناپذیر مصرف‌کنندگان چینی نسبت به محصولات بازار فیلم و سینما، و جوه دیگری از سیاست‌های کلان صنعت سینمای چین، و از جمله سطح دسترسی محصولات خارجی به این بازار میلیارد دلاری را مشخص می‌کند. بنابراین، برای تحلیل عوامل توسعه و موفقیت صنعت سینمای چین، درک کلیت صحنه‌ی فعالیت و بازار سینمای این کشور، از اهمیت حیاتی برخوردار است.

هرچند بخش خصوصی سهم عمده‌ای از بازار سینما و تلویزیون و سایر تولیدات دیداری و شنیداری چین را در اختیار دارد، اما قوانین حاکم بر این صنعت، به گونه‌ای طراحی شده‌اند که شرکت‌های بخش خصوصی، نهایتاً برای فعالیت‌های خود باید با دولت ائتلاف کنند و بر اساس سیاست‌های کلان حزب حاکم گام بردارند. این روندی کاملاً جدا از مسائل مالیاتی و نظارت‌های خاص است. بنابراین، در عرصه سیاست‌گذاری، شرایط به گونه‌ای مدیریت شده که حزب حاکم توانایی تسلط و کنترل تقریباً کاملی بر عرصه‌ی صنعت سرگرمی در داخل مرزها و قلمرو چین داشته باشد (Liu & Racherla, 2019, p. 26). از منظر اقتصادی نیز، از سال ۲۰۱۰ به بعد، فیلم‌های چینی موفقیت‌های بیشتری در سینماهای این کشور داشته‌اند. از ده فیلم پر فروش در سینماها، اکثراً تولید مستقل یا تولید مشترک استودیوهای فیلم‌سازی دولتی بودند و در سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ پر فروش‌ترین فیلم سال، توسط یک شرکت فیلم‌سازی چینی تهیه و تولید شده بود. در طول یک بازه پانزده ساله (۲۰۱۶-۲۰۰۳) سهم فیلم‌های داخلی

کلان ملی مطابقت دارند، حمایت می‌کند. همچنین در ماده ۴۰، دولت مؤسسات مالی را تشویق می‌کند تا برای مشارکت در فعالیت‌های سینمایی و بهبود زیرساخت‌های فیلم، خدمات مالی ارائه کنند و حمایت‌های لازم برای تأمین مالی و پیاده‌سازی تعهدات مالکیت معنوی فیلم را مطابق با قانون انجام دهند و از توسعه صنعت فیلم از طریق تعیین خطوط اعتباری و ابزارهای دیگر حمایت کنند. همچنین دولت مؤسسات بیمه را تشویق می‌کند تا بیمه‌های مورد نیاز توسعه صنعت فیلم را تأمین نمایند. همچنین، دولت مؤسسات تأمین سرمایه را تشویق می‌کند تا طبق قانون، ضمانت‌های تأمین مالی برای صنعت فیلم ارائه کنند و از طریق ابزارهای مختلف، ریسک صنعت سینما را با توزیع آن میان بخش‌های مختلف کاهش دهند؛ و نیز برای تولید فیلم‌هایی که مطابق این قانون، توسط اداره دولتی بررسی صلاحیت فیلم‌ها اعلام می‌شود، وام‌های درخواستی به فیلم اختصاص یافته و مدت وام و نرخ سود، طبق مقررات و مشوق‌های دولتی مرتبط با صنعت سینما، به طور منطقی تعیین می‌شود (National Film Administration, 2016).

همچنین با توجه به برنامه‌های اداره مرکزی تبلیغات و اداره ملی فیلم چین، صندوقی در سطح دولت مرکزی با عنوان صندوق ویژه توسعه صنعت ملی فیلم^{۱۸} وجود دارد که در آخرین گزارش موجود در وبسایت این نهاد تأمین مالی در سال ۲۰۲۲، این صندوق بر اساس مأموریت‌هایش از تولید، توزیع و تبلیغ فیلم‌های داخلی ارزشمند که اهداف چین معاصر را گسترش می‌دهند، روح فرهنگ چینی را تجسم می‌بخشند، و ویژگی‌های ایدئولوژیک، هنری و زیبایی‌شناختی را ادغام می‌کند، حمایت خواهد کرد. تمرکز اصلی این نهاد بر حمایت از پخش و توسعه فیلم‌هایی با موضوع بیستمین کنگره ملی حزب کمونیست چین، فیلم‌هایی با موضوعات تاریخ شکوهمند دوران جدید چین و روح مردمی آن، و نیز فیلم‌های ارزشمند از نظر ویژگی‌های فرهنگی و نوآوری‌های هنری خواهد بود. این نهاد همچنین، چندین نوع حمایت و کمک مالی برای فیلم‌هایی با مضامین و موضوعات فعالیت‌های تبلیغاتی و ایدئولوژیک، مضامین عمده انقلابی و تاریخی، نوآوری‌های هنری و فیلم‌های با بودجه کم و متوسط، ارائه می‌دهد. دفتر صندوق ویژه توسعه صنعت ملی فیلم، پس از بررسی، کارشناسی و تصویب حمایت از پروژه، ابلاغیه تأمین مالی پروژه را برای مؤسسه تأمین مالی صادر می‌کند و در صورت نیاز، مسئولیت‌های مربوطه مؤسسه تأمین مالی را روشن می‌کند. مؤسسه تأمین مالی نیز به نوبه خود، پس از دریافت وجوه کمک‌های مالی از این نهاد، رسید پرداخت کمک‌های مالی به تولیدکنندگان فیلم را ظرف ۱۰ روز کاری ارائه می‌کند (China Film Data Information Network, 2022).

همچنین «صندوق ویژه توسعه صنعت ملی فیلم» در دستورالعمل دیگری که در سال ۲۰۲۲ ابلاغ کرده است، انواعی از پاداش‌ها و کمک‌های مالی را به منظور تشویق پخش و نمایش فیلم‌های تولید داخلی و ملی در خارج از کشور نیز، ارائه می‌کند. اعطای این کمک‌ها و پاداش‌ها، به نسبت درآمد حاصله از نمایش و فروش کپی‌رایت فیلم‌های تولید داخل صورت می‌گیرد. دفتر صندوق، پس از بررسی و تأیید پروژه‌های متقاضی و انجام ترتیبات تأمین مالی، پروژه‌های واجد شرایط را مشخص می‌کند و با توجه به درآمدهای اثبات شده در بازارهای خارج از کشور، میزان پاداش و کمک‌های مالی به نسبتی از آن مبلغ، تعیین و پرداخت می‌گردد (China

متخصص و ماهر است. افراد شاغل در صنعت سینمای چین، عموماً فاقد آموزش رسمی و کافی برای ایفای نقش‌های تخصصی هستند. بنابراین، در حال حاضر تعداد متخصصان با آموزش و تجربه کافی برای حمایت از صنعت بزرگ تولید فیلم در چین، کافی نیست. در حالی که نرخ نیروی کار غیرماهر در صنعت فیلم نسبتاً بالاست، مشاغل مانند تکنسین‌های نور، گرمورها، صدابرداران و صداگذاران در حال حاضر با کمبود نیروی کار ماهر مواجه‌اند. بنابراین، چین به برنامه‌ها و امکانات آموزشی بهتر، مدارس فیلم و مؤسسات تخصصی‌ای که ویژه آموزش جنبه‌های فنی تولید فیلم هستند، نیاز دارد (Film Art Center of China Federation of Literary and Art Circles, 2018, p. 32).

صنعت سینمای چین از جنبه‌های اقتصادی نیز با چالش‌هایی روبروست و علی‌رغم روند روبه‌رشد، می‌توان گفت توسعه سریع و فوق‌العاده صنعت سینمای چین، دیگر ادامه نخواهد داشت. سینمای چین، مانند جامعه چین، احتمالاً در سال‌های آینده با پیچیدگی‌های فرهنگی و ابهامات بیشتری مواجه خواهد شد. عدم قطعیت وضعیت توسعه و اصلاحات اقتصادی - اجتماعی چین، محیط سیاسی و اقتصادی را برای فیلم‌سازان حساس‌تر و بی‌ثبات‌تر خواهد کرد. بنابراین، بهینه‌سازی ساختار صنعتی و بهره‌وری اقتصادی در صنعت سینمای این کشور، به منظور مقابله با چالش‌های موجود، بیش از پیش ضروری به نظر می‌رسد (Hong Yin, 2021, p. 323).

قوانین و مقررات تولید فیلم در سینمای چین

بررسی قوانین و مقررات سینمای چین، شناخت جامع‌تری نسبت به حمایت‌ها و نیز محدودیت‌های حاکمیتی در زمینه تولید فیلم و نیز تأمین مالی فیلم‌ها به دست می‌دهد.^{۱۹} «قانون ارتقای صنعت فیلم»^{۲۰} که در سال ۲۰۱۶ در بیست و چهارمین جلسه کمیته دائمی دوازدهمین کنگره ملی خلق چین تصویب شده است، یکی از مهم‌ترین قوانین حمایت از صنعت سینمای این کشور از جنبه‌های گوناگون تولید و پخش فیلم، و حمایت‌های مالی است. هدف از تدوین این قانون، ارتقای برنامه‌ی توسعه و شکوفایی صنعت سینمای چین، ترویج ارزش‌های سوسیالیستی، تنظیم بازار فیلم و غنی‌سازی حیات معنوی و فرهنگی مردم ذکر شده است. در این جا برخی از مهم‌ترین مواد این قانون را تشریح می‌کنیم: در ماده ۱۱ این قانون، دولت چین توسعه همکاری‌ها و مبادلات بین‌المللی صنعت فیلم را سودمند می‌داند و از حضور فیلم‌ها در جشنواره‌های سینمایی خارج از کشور حمایت می‌کند. در ماده ۱۴ این قانون نیز آمده است که افراد و شرکت‌ها یا سازمان‌های سینمایی خارجی، مجاز به فعالیت مستقل در عرصه تولید فیلم در چین نیستند و تنها راه حضور این افراد و سازمان‌ها در صنعت سینمای چین، همکاری در تولیدات مشترک است. البته در بخش‌های مربوط به الزامات قانونی تولید و نمایش فیلم و تولید محصولات دیداری و شنیداری نیز، مقررات زیادی از لحاظ انطباق فرهنگ و قواعد سانسور ذکر شده که شرایط سخت تولید و نمایش فیلم را منعکس می‌کند. ماده ۲۱ این قانون تصریح می‌کند، فیلم‌های تولید شده، تنها پس از اخذ پروانه نمایش عمومی فیلم می‌توانند در جشنواره‌ها سینمایی داخلی و خارجی شرکت کنند.

مطابق ماده ۳۶، دولت از صنعت فیلم و ساخت و تولید فیلم‌های دارای موضوعات عالی و مروج فرهنگ والای چینی و ارزش‌های اصلی سوسیالیستی، نوآوری‌های هنری، توسعه و رواج علم و فناوری، ترویج رشد و سلامت کودکان و خردسالان، و سایر فیلم‌هایی که با سیاست‌های

(Film Data Information Network, 2022).

تولید و تأمین مالی فیلم در سینمای چین

برخلاف نظام فیلم‌سازی در هالیوود که عمده‌ی فیلم‌ها، تحت سلطه شش کمپانی بزرگ تولید می‌شوند، تولید فیلم در چین، بین صدها کمپانی، توزیع شده و هیچ شرکتی وجود ندارد که بتواند ادعای انحصار صنعت را داشته باشد. از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۴، ده کمپانی برتر، یک چهارم تولیدات سینمای چین را به خود اختصاص دادند. در واقع، با توجه به رشد سریع بازار فیلم چین و پتانسیل آن برای توسعه‌ی بیشتر، این صنعت همچنان به جذب تازه‌واردانی که امیدوارند از یکی از پرسودترین صنایع چین، منافع مطلوبی به دست آورند، ادامه می‌دهد (Diao, 2020, p. 92).

نهادهای اصلی تولید و تأمین مالی فیلم

در سال ۲۰۱۳، بیش از ۴۰۰ تهیه‌کننده یا مؤسسات و نهادهای تولید فیلم، تعداد ۶۳۸ فیلم ساخته‌اند. مهم‌ترین کمپانی‌های تولید فیلم از بُعد تجاری، شرکت دولتی گروه فیلم چین^{۱۹} (CFG) و شرکت‌های خصوصی کمپانی رسانه‌ای برادران هوای^{۲۰}، رسانه روشن‌گری پکن^{۲۱}، و مؤسسه تصویری چشم‌انداز^{۲۲} هستند. مؤسسه تصویری وندا، گروه فیلم شانگهای^{۲۳} (SFG) و رسانه آسیا^{۲۴} نیز سهم قابل توجهی از بازار دارند. گروه فیلم چین (CFG) و گروه فیلم شانگهای (SFG) به‌عنوان شرکت‌های بزرگ تولید فیلم دولتی طبقه‌بندی می‌شوند، درحالی‌که سایر شرکت‌های دولتی، به‌عنوان شرکت‌های کوچک یا متوسط تعریف می‌شوند. شرکت‌های خصوصی تولید فیلم را نیز می‌توان با توجه به مقیاس شرکت، نفوذ و تأثیر اجتماعی و تعداد فیلم‌های تولید شده، به شرکت‌های بزرگ مقیاس و کوچک مقیاس، تقسیم کرد. بعضی شرکت‌های بزرگ خصوصی شرکت‌هایی هستند که ساختار آن‌ها مانند کمپانی برادران وارنر، به صورت عمودی سازمان یافته است؛ یا شرکت‌هایی که سابقه فعالیت طولانی دارند و فیلم‌هایشان تأثیر اجتماعی خاصی در چین دارند، مانند استودیوهای تصویر نوین پکن^{۲۵}؛ و یا شرکت‌هایی که از حمایت سایر بخش‌های صنایع رسانه‌ای برخوردارند، مانند شرکت فیلم‌های ران پکن^{۲۶}؛ و نیز شرکت‌هایی که دارای استودیوها و امکانات گسترده‌ی فیلم‌سازی هستند، مانند گروه فیلم هنگ‌دیان^{۲۷} (Motion Picture Association, 2015, p. 31). برای درک بهتر ابعاد تولید فیلم توسط کمپانی‌های بزرگ، متوسط و کوچک دولتی و خصوصی، میزان تولید فیلم این کمپانی‌ها بر اساس آخرین آمارهای رسمی و جامع در دسترس در سال‌های ۲۰۰۲ و ۲۰۱۱ در جدول (۱) مقایسه شده است. روند خصوصی شدن صنعت سینمای چین در طول قریب یک دهه و حمایت از

شرکت‌های خصوصی برای حضور و مشارکت در صنعت سینما، با مقایسه آمارهای ارائه شده در جدول زیر به خوبی قابل مشاهده است.

تا پایان سال ۲۰۱۶، بیش از ۲۳۰۰ کمپانی تولید فیلم و برنامه‌های تلویزیونی در چین فعال بوده‌اند. اکثر این شرکت‌ها کوچک مقیاس یا متوسط هستند و تنها حدود ده شرکت بزرگ مقیاس بوده و رشد و توسعه خوبی داشته‌اند. البته هر سال کمپانی‌های فیلم‌سازی جدیدی ظهور می‌کنند که دلیل اصلی این امر، قدرت بالای پخش تولیدات فیلم‌های چینی در سینماهای این کشور است. (Diao, 2020, p. 107)

برجسته‌ترین کمپانی تولید فیلم در چین، گروه فیلم چین است که از ادغام هشت شرکت و نهاد سینمایی سابق از جمله شرکت فیلم چین و استودیو فیلم پکن، در فوریه ۱۹۹۹ تأسیس شده است. در حال حاضر (سال ۲۰۱۵)، گروه فیلم چین با ۱۵ شرکت تابعه با مالکیت کامل و مالکیت اکثریت یا بخشی از سهام نزدیک به ۳۰ شرکت دیگر، از معدود شرکت‌هایی است که حق واردات فیلم در سرزمین اصلی چین را دارد. در سال ۲۰۱۳، گروه فیلم چین در تولید و توزیع ۲۵ فیلم، شرکت داشت. با این وجود، گروه فیلم چین حداکثر ۵٪ از کل تولیدات سینمای چین را در اختیار دارد؛ رقمی که به طور قابل توجهی کم‌تر از ۲۱،۶۵٪ تولید شده توسط کمپانی یونیورسال در بازار آمریکای شمالی است. گروه فیلم شانگهای نیز شرکت بزرگ دیگری است که از ادغام استودیو فیلم شانگهای، استودیو فیلم هنری شانگهای، استودیو دوبله شانگهای و چند شرکت دیگر تشکیل شده است. گروه فیلم شانگهای، دارای پنج شرکت بزرگ تولید فیلم، ۱۴ شرکت مرتبط با تولید فیلم و چندین استودیو بزرگ فیلم‌برداری، و همچنین اولین سینمای زنجیره‌ای در چین با عنوان شبکه متحد شانگهای^{۲۸} است (Motion Picture Association, 2015, pp. 24-25).

نهادهای شرکت‌های اینترنتی نوظهور

نرخ بالای رشد صنعت فیلم در چین، تازه‌واردان بسیاری را به این بازار جذب کرده است. در سال ۲۰۱۴ شرکت‌های اینترنتی بزرگ این کشور که با عنوان BAT (بایدو^{۲۹}، علی‌بابا^{۳۰} و تنسنت^{۳۱}) شناخته می‌شوند، وارد صنعت سرگرمی شدند و با این کار، ساختار صنعت فیلم و تلویزیون را به طور اساسی تغییر دادند و شیوه‌های سنتی تولید، پخش و نمایش را در صنعت سینمای چین دچار تغییرات اساسی کردند. این شرکت‌ها با معرفی روش‌های جدید و به روز مانند تأمین مالی جمعی، پلتفرم‌های ویدئویی آنلاین، انجمن‌های گفت‌وگوی طرفداران و تجزیه و تحلیل داده‌های کاربران تغییرات قابل توجهی ایجاد کردند (Diao, 2020, p. 112). با نفوذ هر چه

جدول ۱. مقایسه تولید فیلم توسط کمپانی‌های بزرگ، متوسط و کوچک دولتی و خصوصی سینمای چین (Diao, 2020, p. 105)

نوع شرکت	تعداد فیلم‌های تولیدی در ۲۰۰۲	تعداد فیلم‌های تولیدی در ۲۰۱۱	درصد فیلم‌های تولیدی در ۲۰۰۲	درصد فیلم‌های تولیدی در ۲۰۱۱
شرکت‌های بزرگ دولتی	۴۳	۴۳	۷،۷۱٪	۴۶،۷۴٪
شرکت‌های بزرگ خصوصی	۴	۲۲	۳،۹۴٪	۴،۳۵٪
شرکت‌های کوچک و متوسط دولتی	۲۸	۷۰	۱۲،۵۴٪	۳۰،۴۳٪
شرکت‌های کوچک و متوسط خصوصی	۱	۳۵۴	۶۳،۴۴٪	۱،۰۹٪
تولیدات مشترک	۱۵	۳۵	۶،۰۹٪	۱۶،۳٪

بهره‌مند شدند. ۱۴ پروژه در مرحله اولیه که شامل ۴ انیمیشن بود، تأمین مالی شدند؛ ۱۵ پروژه در مرحله توسعه فیلمنامه و ۱۷ فیلم هم به‌عنوان «پروژه‌های مهم» - که شامل مستند یک روز دیگر^{۳۵} درباره زندگی مردم چین در قرنطینه کرونا بود - تأمین مالی شدند؛ ۴ فیلم در مرحله توسعه اولیه برای ساخت توسط فیلم‌سازان جوان و ۷ فیلم هم در مرحله توسعه فیلمنامه تأمین مالی شدند؛ به ۱۰ فیلم به‌خاطر دستاوردهای شان از جنبه‌های گوناگون، جایزه نقدی پرداخت شد که فیلم‌های دریاچه غاز وحشی^{۳۶} (که در جشنواره کن حاضر بود) و فیلم/ایپ‌من^{۳۷} نیز در میان آن‌ها بودند؛ ۵ فیلم برای پس‌تولید تأمین مالی شدند؛ بودجه ۵ فیلم برای فیلم‌برداری در لوکیشن‌های شانگهای تأمین شد؛ در چارچوب فیلم‌های داخلی باکیفیت بالا، ۳ پروژه در بخش تبلیغات تأمین مالی شدند؛ یک انجمن مربوط به صنعت سینما برای ارائه خدمات مکان‌های فیلم‌برداری و مالکیت معنوی، بودجه دریافت کرد؛ ۴ سازمان آموزشی برای پروژه‌های آموزشی و توسعه آموزش بودجه دریافت کردند؛ یک شرکت برای راه‌اندازی یک برنامه استعدادیابی برای فیلم‌سازان جوان کمک مالی دریافت کرد؛ ۴ فیلم برای پخش و بازاریابی بودجه دریافت کردند؛ و یک پروژه هم که تولید آن در طول دورهی کرونا متوقف شده بود، برای فعالیت مجدد کمک مالی دریافت کرد (UK-China Film Collaboration Project, 2022).

بنابراین، در صنعت سینمای چین، تأمین مالی فیلم‌ها متنوع است و می‌تواند به اشکال مختلفی انجام شود. دوازده مورد از مهم‌ترین روش‌های تأمین مالی فیلم در صنعت سینمای چین، شناسایی و در نمودار (۲) نشان داده شده است.

نمودار ۲. انواع روش‌های تأمین مالی فیلم‌ها در صنعت سینمای چین (یافته پژوهشی، ۱۴۰۳)



تأمین مالی مستقیم از طریق بودجه عمومی و دولتی

به طور کلی، دولت چین بودجه قابل توجهی به صنعت فیلم اختصاص می‌دهد و مسئولیت مالی ایجاد و توسعه بخش‌های تولید و پخش فیلم در چین را بر عهده می‌گیرد. در حال حاضر بودجه‌ی دولتی برای تولید فیلم عمدتاً به کمپانی‌های دولتی اختصاص می‌یابد. بودجه‌ها و نهادهای تأمین مالی موجود که از سوی دولت مرکزی تأمین مالی می‌شوند، شامل صندوق ویژه توسعه صنعت ملی فیلم، صندوق سرمایه‌گذاری مشترک سینما و تلویزیون^{۳۸}، صندوق درآمد فیلم‌های وارداتی^{۳۹} (صندوقی که درصد معینی از درآمد فیلم‌های وارداتی را به خود اختصاص می‌دهد) و نیز یارانه ویژه

بیشتر شرکت‌های اینترنتی در صنعت سینمای چین، در سال‌های اخیر این شرکت‌ها مشارکت خود را در تولید فیلم نیز افزایش داده‌اند. به‌عنوان مثال فروش گیشه‌ای تولیدات اصلی علی‌بابا پیکچرز در سال ۲۰۲۰ به ۳,۲۸ میلیارد یوان رسید و تولیدات مشترک آن با شرکت‌های دیگر نیز به ۷,۴۵ میلیارد یوان رسید که در مجموع این رقم به بیش از ۱۰,۷ میلیارد یوان برای این شرکت در سال ۲۰۲۰ رسیده است. این رقم بیش از نیمی از بازده کل فروش گیشه سال ۲۰۲۰ را به خود اختصاص داده است. چهار فیلم از ۱۰ فیلم برتر در رده‌بندی فروش گیشه سالانه در این سال، توسط شرکت تائوپیاو پیائو^{۴۰} که از شرکت‌های زیرمجموعه علی‌بابا است، پخش شده‌اند (Hong Yin, 2021, p.308).

روش‌های تأمین مالی فیلم در صنعت سینمای چین

تأمین مالی در سینمای چین بخش بسیار مهمی از فرایند تولید است. تأمین مالی معمولاً در مرحله طراحی و توسعه صورت می‌پذیرد و عامل مهمی برای پاسخ به این پرسش است که آیا یک فیلم واقعاً ساخته می‌شود و چه کسانی در پروژه مشارکت خواهند داشت. منابع مالی و راهبردهای تأمین مالی، بسته به این که فیلم توسط یکی از استودیوهای بزرگ فیلم تولید می‌شود یا یک استودیوی نوظهور یا مستقل، متفاوت است. تأثیر و مشارکت منابع تأمین مالی در تولید و پخش یک فیلم خاص نیز ممکن است بسته به قدرت آن‌ها متفاوت باشد.

سازو کارهای تأمین مالی فیلم

تنوع سازو کارهای تأمین مالی در صنعت فیلم چین نیز روندی روبه‌رشد دارد. در سال ۱۹۹۵، دولت به سرمایه‌گذارانی (اعم از افراد حقیقی و شرکت‌های غیردولتی) که بیش از ۷۰٪ تأمین مالی فیلم‌ها را به عهده داشتند، اجازه داد به‌عنوان تهیه‌کننده فعالیت نمایند. سال بعد این میزان به ۳۰٪ کاهش یافت. باین حال، این شرط که استودیوهای فیلم‌سازی، باید سهمی از تولید آثار جریان اصلی (فیلم‌های تبلیغاتی بازتاب دهنده اصلاحات در چین) داشته باشند، باعث شد کمپانی‌های پخش‌کننده، فیلم‌های غیرسیاسی خارجی را برای درآمدزایی در گیشه ترجیح دهند (Keane, 2006, p. 5).

از طرفی، در حالی که تأمین مالی، برای اکثر فیلم‌سازان مستقل و استودیوهای کوچک یک چالش بزرگ است، برای پروژه‌های سینمایی بزرگ که معمولاً استودیوهای بزرگ درگیر آن هستند، کم‌تر مشکل‌ساز است. در این گونه فیلم‌ها، معمولاً تمام هزینه‌های توسعه و تولید توسط استودیوها پرداخت می‌شود و پس از آن به طور کامل مالک فیلم خواهند شد. در نتیجه، فیلم‌های کم‌هزینه و متوسط به طور فزاینده‌ای در بین استودیوهای فیلم‌سازی محبوب هستند، زیرا به طور بالقوه ریسک کم‌تری دارند. به‌عنوان مثال، یکی از اولین فیلم‌های موفق کم‌هزینه سنگ دیوانه^{۴۱} (۲۰۰۶)، یک فیلم کمدی بود که به طور گسترده‌ای مخاطبان چینی را جذب کرد و از انتظارات منتقدان نیز فراتر رفت. این فیلم با بودجه ۳ میلیون یوان (حدود ۴۶۹ هزار دلار) ساخته شد، اما در گیشه ۲۳,۵ میلیون یوان (حدود ۳/۷ میلیون دلار) به دست آورد (Diao, 2020, p. 117).

برای درک بهتر سازو کارهای تأمین مالی، شیوه‌های حمایتی بنیاد توسعه فرهنگی شانگهای را به‌عنوان نمونه، در یک بازه زمانی یک ساله بررسی می‌کنیم. این بنیاد به‌عنوان متولی صندوق توسعه صنعت فیلم شانگهای^{۴۲} اعلام کرد، در سال ۲۰۲۰ در مجموع ۸۹ پروژه از حمایت‌های این صندوق

صندوق توسعه فیلم و تلویزیون، مشوق‌هایی به مبلغ ۷۵۰ میلیون دلار (۵ میلیارد یوان) ارائه می‌کند. مشوق مالیاتی ۴۰ درصدی ارائه شده توسط واند و دولت چینگ‌دائو یکی از بزرگ‌ترین مشوق‌ها و بالاترین درصد تخفیف در تأمین مالی فیلم‌ها در قالب مشوق در جهان است که از مشوق‌های ۳۰ درصدی ارائه شده توسط ایالت لوئیزیانا (یکی از بالاترین مشوق‌ها در ایالات متحده) و مشوق ۳۰ درصدی ارائه شده توسط مالزی که یکی از بالاترین موارد در آسیا است، فراتر می‌رود.

سرمایه‌گذاری و تأمین مالی مشترک

در سینمای چین، تأمین مالی مشترک به عنوان ابزاری برای توجه بیشتر به فیلم و تسهیل نمایش فیلم‌های داخلی، به ویژه فیلم‌هایی که بودجه بیشتری دارند، تلقی می‌شود. همچنین رقابت را با سایر فیلم‌های تولید شده توسط کمپانی‌هایی که فیلم مشترک تولید کرده‌اند، به میزان مشخصی کاهش می‌دهد تا فیلم‌ها در هفته افتتاحیه خود به بهترین نتایج ممکن در گیشه دست یابند. تأمین مالی مشترک، به استودیوهای تولید کوچک‌تر نیز، برای گسترش فعالیت‌هایشان کمک می‌کند. در چین غیر معمول نیست که فیلم‌ها توسط بیش از سه کمپانی تولید، تأمین مالی شوند. برخی از کمپانی‌های بزرگ‌تر، فیلم‌هایی را با استودیوهای کوچک‌تر تولید می‌کنند و با این کار، از یک طرف میزان ریسک برای استودیوهای کوچک‌تر را کاهش می‌دهند و از طرف دیگر تضمین می‌کنند که فیلم حتماً کامل می‌شود.

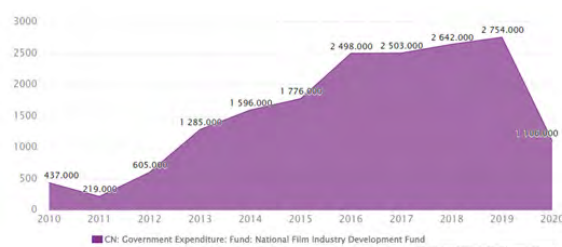
رویکرد دیگر در این زمینه تولید مشترک با سایر کشورهاست. به عنوان مثال، صندوقی تحت عنوان صندوق خطرپذیر هاتلند فیلم^{۴۱}، یک نهاد تأمین مالی فیلم تازه تأسیس در چین است که با استودیوی لس‌آنجلس - پکن (LABS) سرمایه‌گذاری مشترکی به ارزش بیش از ۳۰۰ میلیون دلار به عنوان سرمایه‌ی اولیه برای تولیدات مشترک میان چین و ایالات متحده، انجام داده است. (Epps, 2015) همچنین، در سال ۲۰۱۵ و در جریان سفر رئیس‌جمهور فرانسه به چین، صندوق سرمایه‌گذاری صنایع سرگرمی چین تحت عنوان صندوق فیلم و تلویزیون چین (CFATC) در تفاهم‌نامه‌ای با شرکت مستقل پخش فیلم اروپایی Wild Bunch، تأسیس صندوق مشترک فیلم چین-اروپا (CEFF) را اعلام کردند. قرارداد امضا شده، نهادهای ایجاد می‌کند که به توسعه و تأمین مالی تولیدات مشترک چینی و اروپایی اختصاص دارد. با جاهدطلبی CFATC و دانش و حضور Wild Bunch در اروپا، CEFF قصد دارد تا به یک بازیگر فعال و اصلی در همکاری بین صنایع فرهنگی چین و اروپا تبدیل شود و هدف اصلی آن سرمایه‌گذاری خطرپذیر پیشرفته با تمرکز بر فیلم‌ها، درام‌های تلویزیونی و همچنین سینماهای زنجیره‌ای و سرمایه‌گذاری در شرکت‌های مختلف حاضر در زنجیره ارزش صنعت فیلم و تلویزیون است. (AG, 2015)

تأمین مالی جمعی و شبکه‌ای

گروه‌های تأمین مالی شبکه‌ای، از جمله Zhongcou هنوز قدرت تغییر ابزارهای متداول تولید فیلم‌ها را ندارند، اما برای توسعه صنعت فیلم چین، شبکه‌ها و سکوها جدید تأمین مالی ارائه می‌کنند. به عنوان مثالی دیگر در تأمین مالی شبکه‌ای، می‌توان به سکوی Yulebao علی‌بابا اشاره کرد که مالکیت آن تا کنون سه بار تغییر پیدا کرده است. همچنین سکوی Baifay

فیلم برای موضوعات مهم^{۴۲} است. نهادهای دولتی محلی و منطقه‌ای نیز برای تأمین مالی فیلم‌ها، بودجه‌ای در نظر می‌گیرند. در نمودار ۳، بودجه‌های سالیانه دولت چین برای حمایت از نهادها و صندوق‌های عمومی فیلم در سال‌های مختلف نشان داده شده است. این بودجه به غیر از سال ۲۰۲۰ که همه‌گیری کرونا، تأثیر بالایی در صنعت سینما و ساخت فیلم برجای گذاشت، همواره با افزایش سالیانه روبرو بوده است. البته شتاب و درصد این افزایش‌ها از سال ۲۰۱۶ به بعد رو به کاهش گذاشته و تعدیل شده است.

نمودار ۳. بودجه سالیانه دولت چین برای حمایت از نهادها و صندوق‌های عمومی فیلم در سال‌های مختلف (میلیون یوان) (CEIC, 2022)



حمایت‌های مالی دولت، به عنوان ابزاری برای بازسازی اعطا می‌شود تا محیط سینمایی را به گونه‌ای توسعه دهد که از نظر تجاری مستقل شود و بتواند تحت شرایط بازار خود را حفظ کند. اساساً هدف نهایی حمایت دولت، حذف استفاده از بودجه عمومی است. در نتیجه، دولت تهیه‌کنندگان را تشویق می‌کند تا محصول خود را تجاری‌سازی کنند و سودمحور باشند. بعد از آن دولت می‌تواند برای بازگشت سرمایه خود، مالیات بر صنعت را افزایش دهد.

تأمین مالی غیرمستقیم و ویژه

سالن‌های سینما در چین مشمول پرداخت پنج درصد مالیات فروش بلیت هستند که این مبالغ به عنوان بودجه به صندوق ویژه توسعه صنعت ملی فیلم پرداخت می‌شود. بر اساس شیوه کارکردی این صندوق، اگر درآمد سینمایی فیلم‌های داخلی، بیش از ۵۰ درصد از کل درآمد گیشه آن‌ها باشد، آن‌ها واجد شرایط دریافت ۱۰۰ درصد تخفیف خواهند بود. اگر فیلم‌های داخلی بین ۴۵ تا ۵۰ درصد از کل درآمد گیشه یک سینما را تشکیل دهند، ۸۰ درصد تخفیف دریافت می‌کنند و برای کم‌تر از ۴۵ درصد، ۵۰ درصد تخفیف دریافت می‌کنند. علاوه بر این، اگر بیش از ۵۰ درصد از کل تعداد نمایش‌های یک سینما به صورت دیجیتال باشد، آن‌ها مشمول تخفیف ۱۰۰ درصدی از صندوق ویژه سینمای ملی به مدت سه سال خواهند بود. همچنین در فاصله زمانی بین ژانویه ۲۰۱۴ و دسامبر ۲۰۱۸، درآمدهای حاصل از فروش نسخه‌های فیزیکی فیلم، فروش کی‌رایت، درآمد حاصل از پخش فیلم و درآمدهای گیشه از سالن‌های سینمای واقع در مناطق غیر شهری، از معافیت مالیات بر ارزش افزوده برخوردار بوده‌اند.

همچنین به دلیل افزایش عملکرد و تأثیر مدیریتی دولت‌های محلی، آن‌ها می‌توانند از شرکت‌های فیلم منطقه‌ای و محلی خود حمایت کنند. به عنوان مثال، یک طرح تشویقی که با بودجه‌ی مشترک گروه وندا و شهرداری چینگ‌دائو ایجاد شده، تا ۴۰ درصد تخفیف مالیاتی برای پروژه‌های واجد شرایط در منطقه چینگ‌دائو در شرق چین ارائه می‌دهد. این تخفیف، برای متقاضیان چینی و بین‌المللی واجد شرایط است و از طریق

ouxi متعلق به شرکت بایدو نیز نمونه دیگری از این موارد است.

تأمین مالی از بازار سهام

بازار سرمایه‌ی چین در سال‌های اخیر نیز همچنان بر صنعت سینما متمرکز است. در سال ۲۰۲۰، کمپانی هوای فیلم با سرمایه‌گذاری مانند علی بابا فیلم و تنسنت، ۲٫۲۹ میلیارد یوان از بازار سرمایه جمع‌آوری کرد. واندا فیلم نیز در همین سال در مجموع ۲٫۹۳ میلیارد یوان جمع‌آوری کرد و رکورد بیشترین میزان تأمین مالی توسط یک شرکت رسانه‌ای در بازار سرمایه چین را ثبت کرد. همچنین پس از سه سال، عرضه‌ی اولیه سهام بونا فیلم^{۴۳} در بورس نیز مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. این شرکت اولین شرکت تولید فیلم و برنامه‌های تلویزیونی است که از زمان فهرست شدن سینماهای جینی^{۴۴} در اکتبر ۲۰۱۷، و همچنین شرکت رسانه‌ای عالی منگو^{۴۵} در سال ۲۰۱۸، در فهرست شرکت‌های درجه A بورس چین ثبت شده است.

وام‌های بانکی

دولت مرکزی چین، از سال ۲۰۱۰ مؤسسات مالی این کشور را تشویق کرد تا از توسعه صنعت فیلم حمایت کنند. به عنوان نمونه در سال ۲۰۱۱، بانک مین شنگ^{۴۶} با اخذ وثیقه‌ی حق کپی‌رایت فیلم، ۱۵۰ میلیون یوان وام برای تولید و بازاریابی فیلم گل‌های جنگ (۲۰۱۱) ارائه کرد. یاد در نمونه‌ای دیگر، گروه فیلم بونا^{۴۷} برای ساخت فیلم، با وثیقه‌گذاری فیلم‌ها و تجهیزات سینمایی خود، یک وام ۱۰۰ میلیون یوانی از بانک پکن دریافت کرد. در سال ۲۰۱۲ دولت محلی شانگهای، سندی با عنوان «ملاحظات پیرامون پیاده‌سازی روند توسعه و شکوفایی صنعت فیلم شانگهای» منتشر کرد که در آن، مؤسسات مالی این منطقه را تشویق می‌کرد تا از توسعه صنعت فیلم حمایت و شانگهای را به یک مرکز سرمایه‌گذاری و تأمین مالی فیلم بدل کنند. هشت بانک، از جمله بانک چین و بانک مسکن چین^{۴۸} در طول ۵ سال بعد از انتشار این سند، وام‌هایی جمعاً به مبلغ ۱٫۳ میلیارد یوان به صنعت فیلم ارائه کردند. همچنین شرکت‌های جدید رسانه‌ای، شروع به خرید سهام شرکت‌های فیلم‌سازی و سرمایه‌گذاری در تولید و پخش فیلم کردند. البته به دلیل ریسک بالای سرمایه‌گذاری در تولید فیلم، وام‌های بانکی در مجموع گزینه رایجی برای تأمین مالی تولیدات سینمایی در چین نیست. اما در سال‌های اخیر و به‌ویژه پس از سال ۲۰۱۰، تعداد زیادی از بانک‌ها به منظور حمایت از سیاست‌های دولت، در قالب شعارهایی مانند «صنعت مالی، حامی صنعت فرهنگی» و نیز به دلیل رشد صنعت فیلم، حاضر شده‌اند به تهیه‌کنندگان فیلم‌ها، وام ارائه دهند.

صندوق‌های تأمین مالی

صندوق‌های تأمین مالی فیلم نیز مانند سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز، سابقه کوتاهی در صنعت فیلم چین دارند. سرمایه‌گذاری صندوق‌ها و نهادهای تأمین مالی فیلم معمولاً توسط تیم‌های حرفه‌ای و بین‌المللی صورت می‌گیرد و این امر نه تنها پول، بلکه مدیریت حرفه‌ای و شفافیت عملیات مالی پروژه‌های سینمایی را نیز به همراه دارد. پذیرش این قبیل نهادها در بازار سرمایه چین نیز از سال ۲۰۰۸ آغاز شده است و تعداد نهادهای تأمین مالی برای فیلم‌ها رو به افزایش است. تا پایان سال ۲۰۱۳، در مجموع بیست و چهار صندوق و نهاد تأمین مالی در چین، بر سرمایه‌گذاری در صنعت فیلم تمرکز داشتند. صندوق سرمایه ملی فیلم^{۴۹} و صندوق سرمایه‌گذاری

فیلم هانی^{۴۹} بزرگ‌ترین نهادهای سرمایه‌گذاری چین در صنعت فیلم هستند.

پیش‌فروش

چهار حالت اصلی پخش فیلم توسط شرکت‌های پخش در صنعت سینمای چین وجود دارد: پخش به صورت مشارکت در سود، پخش به صورت خرید حقوق فیلم و سپس پخش آن، پخش به عنوان آژانس پخش فیلم و پخش به صورت کمک به بازاریابی فیلم. مشارکت در سود رایج‌ترین روش پخش در سینمای چین است. تهیه‌کنندگان، پخش‌کنندگان، سالن‌های سینماهای زنجیره‌ای و سایر سینماها پس از کسر هزینه‌ها، درآمدهای گیشه را با نسبتی از قبل مشخص شده، میان خود تقسیم می‌کنند. تقریباً تمام فیلم‌های وارداتی و اکثر فیلم‌های داخلی با بودجه‌های متوسط و بالاتر، از این روش پخش استفاده می‌کنند. هم در این روش و هم روش پخش به صورت خرید، شرکت پخش‌کننده با پرداخت بخشی از هزینه‌های تولید به تهیه‌کننده، در تأمین مالی هزینه‌های فیلم مشارکت می‌کند.

سایر روش‌های تأمین مالی

یک روند جدیدتر در صنعت فیلم چین، افزایش تأمین مالی از طریق حمایت مالی^{۵۰} بوده است که در آن فیلم‌ها توسط شرکت‌های خارج از صنایع سینمایی و خلاق، تأمین مالی می‌شوند و به آن‌ها اجازه می‌دهند بازاریابی یا تبلیغات مشخص محصول خود را در فیلم وارد کنند. به این معنا که فیلم‌ها در فرآیند طراحی و توسعه، شامل پیدا کردن جای مناسب در فیلم‌نامه برای تبلیغ محصولات می‌شوند که در آن برندها یا محصولات خاصی در داخل فیلم به عنوان روشی برای تبلیغات نمایش داده می‌شوند. نمایش یک محصول تجاری در فیلم، در حال تبدیل شدن به یک ابزار محبوب برای تأمین مالی تولید فیلم در چین است که در آن تهیه‌کننده می‌تواند از تبلیغ غیرمستقیم محصولات تجاری در فیلم‌ها، درآمد کسب کند و در عین حال هزینه‌های عملیاتی فیلم را نیز از این طریق نسبتاً پایین نگه دارد.

سرمایه‌گذاری در قالب سهام خصوصی^{۵۱} نیز منافع زیادی برای توسعه برخی از کمپانی‌های فیلم‌سازی دارد. کمپانی برادران هوای مثال خوبی در این زمینه است. این شرکت میزان قابل توجهی از تأمین مالی خود را از طریق صندوق‌های سهام خصوصی مانند تاییه مدیا، تام گروپ^{۵۲} و هورای^{۵۳} و نیز از افراد حقوقی مانند رئیس علی بابا، مدیرعامل فوکس مدیا و رئیس گروه وانگ ژیانگ جمع‌آوری کرد.

سرمایه‌گذاری خطرپذیر نیز تقریباً از سال ۲۰۰۷ در صنعت فیلم چین مورد توجه واقع شد. گروه فیلم بونا و گروه اسب تندرو پکن^{۵۴} کمپانی‌هایی هستند که با دریافت میلیون‌ها یوان سرمایه خطرپذیر به سرعت گسترش یافتند.

همچنین در سال‌های اخیر مقادیر زیادی پول «داغ» (پول‌هایی از منابع خارج از صنعت فیلم) به سینمای چین سرازیر شده است. در سال ۲۰۱۴ علی بابا غول تجارت الکترونیک، روش تأمین مالی جمعی برای فیلم‌ها را در چین معرفی کرد و یک سرویس مالی جدید به نام یولی بائو^{۵۵} راه‌اندازی کرد که به مردم عادی فرصت سرمایه‌گذاری در سریال‌ها یا تولیدات سینمایی می‌دهد (Peng, 2015, p. 43).

نتیجه‌گیری

در این جستار، چشم‌انداز تحولات صنعت سینمای چین و شیوه‌های

فیلم و نیز سرمایه‌گذاری خارجی در رشد و توسعه‌ی صنعت سینمای چین و افزایش کیفیت محصولات، بیش از سایر شیوه‌ها قابل مشاهده است. به واسطه‌ی همین حمایت‌ها و منابع مالی تزریق شده به صنعت، نه تنها تولید سالانه فیلم‌های چینی به طور چشمگیری افزایش یافته، بلکه روند بازاریابی فیلم‌ها در این کشور نیز رو به بهبود گذاشته است.

به منظور الگوبرداری از روش‌های تأمین مالی صنعت سینمای چین، باید روندهای آینده این شیوه‌ها را نیز تحلیل کرد. روش‌ها و منابع تأمین مالی در صنعت فیلم متغیر هستند و تأثیر برخی روش‌ها در آینده کم‌تر و روش‌های جدیدی مانند تأمین مالی جمعی، تأثیرگذاری بیشتری خواهند داشت. با توجه به موفقیت صنعت فیلم چین در چند دهه‌ی اخیر و وضعیت رو به رشد آن، سرمایه‌گذاری خصوصی در این صنعت به عنوان یک روش بالقوه پرسود شناخته شده و در نتیجه تعداد زیادی طرح‌های سرمایه‌گذاری و تأمین مالی خصوصی برای این صنعت شکل گرفته است. البته الگوبرداری از روش‌های تأمین مالی خصوصی و مشابه در کشورمان، نیازمند شفافیت و انسجام نظام‌های ارزیابی مالی و حقوقی و مطالعه سودآور بودن طرح‌ها و فیلم‌های ساخته شده است که با توجه به وضعیت موجود صنعت سینما در کشور، تحقق این امر را پیچیده‌تر خواهد کرد. با این وجود، سرمایه‌گذاری کمپانی‌های فیلمسازی هنوز هم به عنوان متداول‌ترین روش‌های سرمایه‌گذاری و تأمین مالی فیلم، بیشترین کاربرد را در صنعت سینمای چین دارد و بهبود استفاده از این روش در ایران نیز، نیازمند تجمیع و تقویت توان مالی شرکت‌های فیلمسازی از طریق حمایت‌های مالی مستقیم و یا حمایت‌های غیرمستقیم در قالب مشوق‌ها و معافیت‌ها و یا اعطای وام‌های ویژه است.

مختلف تأمین مالی فیلم در این صنعت، مورد واکاوی قرار گرفت. بر اساس چارچوب مفهومی، ابتدا تصویری از صنعت سینمای چین و چالش‌های پیش‌روی آن ترسیم شد. سپس برای شناخت دقیق‌تر شرایط این صنعت، قوانین و مقررات مهم تولید فیلم، مرور و در ادامه، نهادهای اصلی تولید و تأمین مالی فیلم‌ها و نیز سازوکارهای آن‌ها مورد بررسی قرار گرفت و سرانجام روش‌های گوناگون تأمین مالی در صنعت سینمای چین معرفی، مقایسه و تحلیل شد. بررسی تحولات صنعت سینمای چین نشان می‌دهد، رشد و توسعه این صنعت، به همان اندازه که به منابع مالی وابسته است، به توانمندسازی و آزادسازی بخش خلاق صنعت و تولید فیلم‌های با کیفیت‌تر در تمامی جنبه‌ها نیز متکی است. به همین دلیل در سال‌های اخیر، روند انعطاف‌پذیر شدن سیاست‌ها و قانون‌گذاری در حمایت از صنعت سینما، در این کشور شتاب بیشتری گرفته و این امر به نوبه خود منجر به توانمندی بیشتر این صنعت و نیز افزایش بازده سرمایه‌گذاری شده است.

این مطالعه نشان می‌دهد، در حال حاضر بیش از ده روش تأمین مالی متنوع و مؤثر برای تأمین مالی فیلم‌ها در سینمای چین وجود دارد. تنوع بخشی به شیوه‌های تأمین مالی، حکایت از اثربخشی سیاست‌ها و رویه‌هایی دارد که منجر به روند رو به رشد و بلوغ صنعتی سینمای این کشور شده است. زیرا گونه‌گونی شیوه‌ها و منابع تأمین مالی، موجب افزایش تولید فیلم، بهبود تنوع تولیدات، توانمندی بخش خصوصی و سازگاری فرهنگی با نیازهای بازار داخلی سینمای چین شده است. بنابراین، علیرغم تفاوت بسیار زیادی که در مقیاس صنعت و بازار سینمای چین و ایران وجود دارد، به دلیل ماهیت مشابه چرخه‌ی صنعتی سینما، توجه به این شیوه‌ها می‌تواند تأثیرات مثبت و قابل توجهی بر روند تولید و تأمین مالی فیلم‌ها و رشد صنعت سینما در ایران داشته باشد. تأثیر شیوه‌های تأمین مالی سرمایه‌گذاری خارج از صنعت

پی‌نوشت‌ها

17. Film Industry Promotion Act.

18. The special fund for the development of the national film industry.

19. China Film Group.

20. Huayi Brothers Media Corporation.

21. Beijing Enlight Media.

22. Le Vision Pictures.

23. Shanghai Film Group.

24. Media Asia.

25. Beijing New Picture Studios.

26. Beijing HaiRun Film Co.

27. Hengdian Film Group.

28. Shanghai United Circuit.

29. Baidu.

30. Alibaba.

31. Tencent.

32. Taopiaopiao.

33. Crazy Stone.

34. Shanghai Film Industry Development Fund.

35. One More Day.

36. Wild Goose Lake.

37. Ip Man 4.

38. Film and TV Mutual Fund.

39. Imported Film Revenue Fund.

40. Special Film Subsidy on Major Subject Matters.

41. Hotland Film Ventures.

42. Bona Film.

43. Jinyi Cinemas.

44. Mango Excellent Media.

45. Minsheng Banking.

46. BONA film group.

47. Hina Construction Bank.

48. National Film Capital.

49. Hony Film Investment Fund.

1. 43 Ways to Finance Your Feature Film.

2. The Insider's Guide to Film Finance.

3. The Money Behind the Screen.

4. The European Film Production Guide, Finance-Tax-Legislation.

5. Handbook of State Aid for Film.

6. New forms of finance and funding in the cultural and creative industries.

7. The art of crowdfunding arts and innovation: the cultural economic perspective.

8. Financing the cultural and creative industries through crowdfunding: the role of national cultural dimensions and policies.

9. Uncovering potential barriers of using initial coin offerings to finance artistic projects.

10. Queensland University of Technology.

11. University of St. Andrews.

12. China, Film Co-production and Soft Power Competition.

13. The Chinese Film Industry: Features and Trends, 2010-2016.

14. Exporting Chinese culture: industry financing models in film and television.

15. EntGroup.

۱۶. این قوانین و مقررات، به علت نبود منابع کافی و معتبر به زبان‌های فارسی و انگلیسی، از منابع رسمی چینی و با کمک نرم‌افزارهای مترجم، ترجمه شده‌اند.

- [gcpxfxm/202209/15/t02209 15 7348992.shtml](https://doi.org/10.1007/s10824-022-09452-9)
- Cicchiello, A., Gallo, S., & Monferrà, S. (2023). Financing the cultural and creative industries through crowdfunding: the role of national cultural dimensions and policies. *Journal of Cultural Economics*, (47), 133-175. <https://doi.org/10.1007/s10824-022-09452-9>
- Cones, J. W. (2008). *43 Ways to Finance Your Feature Film*. Southern Illinois University Press.
- Danaeifard, H. (2010). *Theorizing Strategies* [Rāhkārā-ye nazariyeh-pardāzi]. Tehran: SAMT Publications. (In Persian)
- De Masi, V. (2012). To Live or to Die - The Struggle of Chinese Film Productions' International Approaching. In: Chen Chwen, Chwen; De Masi, Vincenzo; Negro, Gian Luigi; Zhang, Zhan. *Chinese Culture on the World Stage*. Hong Kong: The Chinese University Press, Hong Kong, online.
- Dentons (2020). *Producing in Germany: A guide to German film, television and interactive digital media incentive programs*. Berlin: Dentons.
- Diao, J. (2020). *The Chinese Film Industry: Features and Trends, 2010-2016*. [Doctoral Dissertation, University of St Andrews].
- Doyle, G., & Frith, S. (2004). Researching Media Management and Media Economics: Methodological Approaches and Issues. *6th World Media Economics Conference*. Montréal, Canada.
- Ebrahimi, S., & Bagherzadeh, A. (2012). A look at the importance and dimensions of financing policies [Negāhi be ahammiyat va abād-e siyāsathā-ye tāmin-e māli]. *Economic Journal - Monthly Review of Economic Issues and Policies*, (6-7), 93-110. <https://ensani.ir/fa/article/315349> (In Persian)
- Elliott, C., Konara, P., & Ling, H. (2018). Behind film performance in china's changing institutional context: The impact of signals. *Asia Pacific Journal of Management*, (35), 63-95. <https://doi.org/10.1007/s10490-016-9501-0>
- Epps, P. A. (2015, 6 15). *China Fund is Hot for LABS*. <https://licensinginternational.org/news/china-fund-is-hot-for-labs/>
- Fanea-Ivanovici, M. (2019). Filmmaking and Crowdfunding: A Right Match? *Sustainability*, 3(11). <https://doi.org/10.3390/su11030799>
- Film Art Center of China Federation of Literacy and Art Circles. (2018). *2018 The research report on chinese film Industry*. China Film Association. <https://www.mpa-apac.org/research-docs/2018-research-report-on-chinese-film-industry/>
- Handke, C., & Dalla Chiesa, C. (2022). The art of crowdfunding arts and innovation: the cultural economic perspective. *Journal of Cultural Economics*, (46), 249-284. <https://doi.org/10.1007/s10824-022-09444-9>
- Hong Yin, Y. S. (2021). Analysis of China's Film Industry in 2020. *Journal of Chinese Film Studies*, 2(1), 295-328. <https://doi.org/10.1515/jcfs-2021-0029>
- Hosseini, H., Hosseini, S. M., & Haji-Amini, M. (2020). The role of specialized financial institutions in attracting foreign direct investment in the cultural sector: A case study of French cinema [Nagsh-e nahad-e mali-ye takhasosi dar jazb-e sarmayegozari-e mostaqim-e khareji dar bakhsh-e farhang: Motale'e-ye mowrdi-ye sinama-ye Faranseh]. *Quarterly Journal of the Iranian Association for Cultural and Communication Studies*, (61), 319-342. <https://doi.org/10.22034/>
50. Sponsored Financing.
51. PE.
52. Tom Group.
53. Hurray.
54. Beijing Galloping Horse.
55. Yu Le Bao.

فهرست منابع

- sinama'i dar Iran: Mavane', zarfiyyathā va elzāmāt]. *Scientific Quarterly Journal of Culture-Communication Studies*, 65-94. <https://doi.org/10.22083/jccs.2019.172924.2737> (In Persian)
- Salavatian, S., & Sabouhi, M. (2017). Value chain in media organizations: A case study of the film industry and television networks [Zanjireh-ye arzesh dar sazmanhā-ye resāneh: Motālē-ye mowrdi-ye sānsā-ye film-sāzi va shabakehā-ye televizioni]. *Media Management*, 20(47), 55-80. <https://doi.org/10.22083/jccs.2019.172924.2737> (In Persian)
- Statista. (2022, May 16). *Source of funding for their first film among young directors in China in 2019*. <https://www.statista.com/statistics/1118686/china-first-feature-funding-for-young-directors/>
- Torre, M. L. (2014). *The Economics of the Audiovisual Industry: Financing TV, Film and Web*. UK: Palgrave Macmillan.
- UK-China Film Collaboration Project. (2022, 5 16). 89 projects benefited from the Shanghai Film Industry Development Fund in 2020. <https://www.ukchinafilm.com/shanghai-film-fund-2020/>
- Wild Bunch AG. (2015, 11 3). *China Film and TV Capital and Wild Bunch create the first joint co-production fund between China and Europe*. https://wildbunch.eu/company_news/china-film-and-tv-capital-and-wild-bunch-create-the-first-joint-co-production-fund-between-china-and-europe/
- Yasemi, F. (2019). *Financing in film production: A comparative study of conventional and modern methods in Iranian and Hollywood cinema* [Tamin-e mali dar toolid-e filmha-ye sinama'i: Motālē-ye tatbiqi-ye raveshhā-ye sonati va modern dar sinama-ye Iran va Hollywood]. Tehran: Research Institute for Culture, Art and Communication, Ministry of Culture and Islamic Guidance. (In Persian)
- Zhou, Y. (2015). Pursuing soft power through cinema: censorship and double standards in mainland China. *Journal of Chinese Cinemas*, 3(9), 239-252. <https://doi.org/10.1080/17508061.2015.1049878>
- Zhu, Y., & Rosen, S. (2010). *Art, Politics, and Commerce in Chinese Cinema*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- ابراهیمی، سجاد و باقرزاده، آناهیتا (۱۳۹۱). نگاهی به اهمیت و ابعاد سیاست‌های تأمین مالی. *مجله اقتصادی - ماهنامه بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی*، ۷(۶)، ۹۳-۱۱۰. <https://ensani.ir/fa/article/315349>
- ابوجعفری، روح اله؛ الهی، شعبان؛ پیغمی، عادل و یآوری، کاظم (۱۳۹۳). تأمین مالی نوآوری مبتنی بر نظریه تأمین مالی مرحله‌ای: مطالعه موردی نظام مالی نوآوری در ایران. *فصل‌نامه علمی پژوهشی برنامه ریزی و بودجه*، ۱۹(۴)، ۱۰۹-۱۴۶. <https://doi.org/10.22519092.1393.19.4.8.8>
- اسکویی، آتوسا (۱۳۸۴). *سینمای معاصر چین (به مناسبت صد سالگی سینمای چین)*. تهران: انتشارات بنیاد سینمایی فارابی.
- انصاری، حجت‌اله؛ قنبرپور، روناک و ایدی، زینب (۱۴۰۰). بررسی نظریه رفتار ترجیحی در تصمیمات تأمین مالی شرکت‌ها در ایران. *فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری*، (پیاپی ۳۹)، ۳۲۰-۳۲۵. <https://www.magiran.com/paper/2322793>
- حسینیان، حسانه؛ حسینی، سیدمحمد و حاج‌امینی، مهدی (۱۳۹۹). نقش نهاد مالی تخصصی در جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در بخش فرهنگ، مطالعه موردی سینمای فرانسه. *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۶۱(۱)، ۳۴۲-۳۱۹. <https://doi.org/10.22034/jcsc.2020.103410.1846>
- دانانی‌فرد، حسن (۱۳۸۹). *استراتژی‌های نظریه پردازی*، تهران: انتشارات سمت.
- علی‌نژاد، مهدی و تارقی، ستاره (۱۳۹۶). تأثیر توانایی مدیریت بر سیاست تأمین مالی دانش [jccs.2020.103410.1846](https://doi.org/10.22034/jcsc.2020.103410.1846) (In Persian)
- Hou, P., & Chung, R. (2016). *New Era of China's Film Industry*. Deloitte China.
- Karimi, M. (2018). *Investigating and identifying factors affecting the economics of cinema in Iran using econometric and dynamic system approaches* [Barresi va shenasayi-ye avamel-e mo'asser bar eqtesad-e sinama dar Iran ba estefade az rahyafte eqtesadsanji va sistem-e dinamiki]. Cinema and Audiovisual Affairs Organization, Deputy of Technology Development and Cinema Studies. (In Persian)
- Keane, M. A. (2006). Exporting Chinese culture: industry financing models in film and television. *Westminster Papers in Communication and Culture*.
- Knott, M., Strich, F., Strunk, K., & Mayer, A.S. (2022). Uncovering potential barriers of using initial coin offerings to finance artistic projects. *Journal of Cultural Economics*, (46), 317-344. <https://doi.org/10.1007/s10824-022-09446-7>
- Leung, W.-F., & Lee, S. (2019). The Chinese film industry: Emerging debates. *Journal of Chinese Cinemas*, 3(13) 199-201. <https://doi.org/10.1080/17508061.2019.1678235>
- Liu, K.-C., & Racherla, U. S. (2019). *Innovation, Economic Development, and Intellectual Property in India and China-Comparing Six Economic Sectors*. Springer Open. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-8102-7>
- Loots, E., Betzler, D., Bille, T., Borowiecki, K., & Lee, B. (2022). New forms of finance and funding in the cultural and creative industries. Introduction to the special issue. *Journal of Cultural Economics*, (46), 205-230. <https://doi.org/10.1007/s10824-022-09450-x>
- Media Industry-Accounting Group. (2016). *Making sense of a complex world-Film financing arrangements*. UK: Price waterhouse Coopers LLP.
- Murschetz, P. C., Teichmann, R., & Karmasin, M. (2018). *Handbook of State Aid for Film*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-71716-6>
- Motion Picture Association. (2015). *China-International Film Co-Production Handbook*. China Film Co-Production Corporation.
- National Film Administration. (2016, July 11). *Film Industry Promotion Act*. https://www.chinafilm.gov.cn/xgk/zcfg/flfg/201611/t20161107_1460.html
- Oskoui, A. (2005). *Contemporary Chinese Cinema (On the Occasion of the Centenary of Chinese Cinema)* [Sinemā-ye mo'aser-e Chin (Be monāsebat-e sad sālegi-ye sinemā-ye Chin)]. Tehran: Farabi Cinema Foundation Publications. (In Persian)
- Peng, W. (2015). *China, Film Coproduction and Soft Power Competition*. , Queensland University of Technology. [PhD thesis, Queensland University of Technology].
- Poort, J., Hugenholtz, P., Lindhout, P., & Til, G. (2019). *Research for CULT Committee – Film Financing and the Digital Single Market: its Future, the Role of Territoriality and New Models of Financing*. Brussels: European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies.
- Salavatian, S., Ghanbari, S., & Nouri-Mahab, S. (2019). Crowdfunding for feature film productions in Iran: Barriers, potentials, and requirements [Tamin-e mali-ye jam'i baraye tolidat-e film-e boland-e

۸۰-۵۵. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1282969>
 کریمی، مجتبی (۱۳۹۷). بررسی شناسایی عوامل موثر بر اقتصاد سینما در ایران با استفاده از رهیافت اقتصادسنجی و سیستم دینامیکی. سازمان امور سینمایی و سمعی بصری معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی.
 یاسمی، فاطمه (۱۳۹۸). تأمین مالی در تولید فیلم‌های سینمایی، مطالعه تطبیقی روش‌های متعارف و نوین در سینمای ایران و هالیوود. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

حسابداری، ۸(۲)، ۱۵۹-۱۸۰. <https://sid.ir/paper/163407/fa>
 صلواتیان، سیاوش؛ قنبری، سعید و نوری‌محب، صابر (۱۳۹۸). تأمین مالی جمعی تولیدات بلند سینمایی در ایران؛ موانع، ظرفیت‌ها و الزامات. فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۲۰(۴۷)، ۶۵-۹۴. <https://doi.org/10.22083/jccs.2019.172924.2737>
 صلواتیان، سیاوش و صبوحی، میثم (۱۳۹۶). زنجیره ارزش در سازمان‌های رسانه‌ای: مطالعه موردی صنعت فیلم‌سازی و شبکه‌های تلویزیونی. مدیریت رسانه، ۳۳(۳)،

