

泰国影视业发展的 SWOT 分析

史婷

(长安大学 政治与行政学院,陕西 西安 710064)

摘要:利用 SWOT 分析法分析泰国影视业状况,认为泰国影视业的发展具有旅游、文化、政府支持,设施完备等优势,也有环境污染、相互压价、法律法规不健全等劣势。泰国影视业的发展应以“市场转换市场”的形式改变规划策略,将影视营销与旅游行业相结合,注重传统文化,提高制作水平,改变创作思路。

关键词:SWOT 分析;泰国影视业;竞争优势;竞争劣势;市场机会;市场威胁

中图分类号:G113

文献标志码:A

文章编号:1671-6248(2014)04-0059-04

中国引进泰国影视作品最早可追溯到 21 世纪初,中央电视台开播的《俊俏女佣》,使泰国的异域气息弥漫到中国^[1-7]。2011 年,泰国电视剧在中国的风靡程度达到顶峰,中国中央电视台、省级电视台纷纷将泰国影视作品作为自己的主打节目。泰国影视作品瞬间以快速之势打开中国国门,以其精湛的制作,浪漫、柔和的想象力以及充满异域风情的色彩画面构筑起令人向往的奇异风景图画,迅速捕获中国观众芳心。尤其以恐怖片、泰拳武打动作片和泰国风格青春偶像片这 3 种独具泰国风情的影视作品受到大众的欢迎^[8]。越来越多的泰国影视作品在中国影视行业绽放异彩,成为继韩剧后国内荧屏上的新宠儿。

一、运用 SWOT 分析法分析 泰国影视业情况

SWOT 分析法是一种企业战略分析方法,它根据企业自身的既定内在条件进行分析,找出企业的优势和劣势,并在对外部环境分析的基础上找出企业面临的机会和威胁,将这 4 个因素进行匹配,寻找

适合企业战略目标实现的经营策略的一种方法。其中,S 指 Strengths(优势),W 指 Weaknesses(劣势),O 指 Opportunities(机会),T 指 Threats(威胁)^[9]。经过发展和完善,SWOT 分析法成为现在企业和社会分析环境中运用最多的方法。运用 SWOT 分析法时应当按照以下的分析思路来研究:第一,分析其内外因素。对企业的内部要素系统进行分析,找出相对于其他竞争对手存在的优势(S)和劣势(W),即企业自身存在的积极和消极因素。分析企业内部能力因素主要是从它所拥有的资源状况来分析其优势和劣势。然后对其所处的外部环境进行分析,找出企业自身发展中面临的机会(O)和威胁(T)^[10]。对外部环境的分析主要从宏观的政治、经济、社会文化和微观的竞争者、投资者、合作者等方面来分析。第二,在找出内外部因素的基础上构造矩阵。在这一过程中,列出相关要素后,对其进行匹配分析,从而更深层理解环境,进行内外资源整合,提出相关对策。SWOT 分析法的主导思想是在全面把握组织内部优势 S、劣势 W 以及机会 O、威胁 T 的基础上,制定符合组织长期发展的战略目标,以发挥优势,克服不足,抓住机会,规避威胁,使组织以可持续发展

收稿日期:2014-03-09

作者简介:史婷(1988-),女,陕西延安人,管理学硕士研究生。

战略的方向前进。

(一) 泰国影视业的竞争优势

第一,旅游资源。泰国有丰富的旅游资源和天然的自然风光,曼谷城市、芭提雅和普吉岛更是人们向往的地方^[11-15]。关于泰国名胜古迹的调查报告《你心中魅力泰国之所在》显示,泰国有很多外国人关注的魅力之所,如皮皮岛、芭提雅沙滩、巴东海滩和皇宫等。泰国影视大多都以这些自然风光为背景进行拍摄,可以吸引更多观众和影迷。

第二,个性文化。泰国个性文化包括:泰文泰语、泰式服装设计等。泰国人将佛教作为他们主要的宗教信仰,佛教对泰国文化的各个方面都有深远的影响,例如泰国的艺术作品富有佛教文化韵味。泰国影视作品将这些个性文化融入到里面,充分展现了泰国的民族风情,使这些影视作品与众不同,独树一帜。

第三,优越的地理位置。泰国位于东南亚的中心,优越的地理位置为泰国经济文化的发展打开了数条通道,包括和多数国家之间便捷的交通。这能够将泰国的影视文化辐射到各个国家,扩大市场,扩展他们影视文化传播渠道。

第四,政府全力支持影视文化业发展。泰国政府大力支持发展泰国的影视业,政府提高办理临时签证的效率,对来自自由贸易区以及和泰国有合作关系的国家的人民实行免收临时签证费用。同时,还鼓励其他国家在泰国拍摄和制作电影,主张泰国成为大型国际活动主办方,使得泰国影视文化传播速度加快。

第五,为影视业发展提供了完备的基础计划和便利的设施。为了提供便利条件,泰国不断调整各项基础计划,例如建设现代化的素万那普机场。泰国也为拍摄影视作品提供了多样化选择,在每个地方都提供到位的服务。泰国纪念品的出售也为泰国影视文化创造了无形的价值。

(二) 泰国影视业的竞争劣势

第一,旅游业兴起导致的环境污染。随着旅游业的发展,外国游客也逐渐增多,对环境资源的消耗也就越来越严重,环境问题面临严重挑战,环境的衰退给影视业带来了负面的影响,也在一定程度上影响观众视觉效果。

第二,价格大战导致互相压价。泰国影视文化产品没有标准规划,所以产生了激烈的竞争,导致服务和产品质量双线下滑,使得部分影迷或观众对服务和产品都不甚满意,从而陷入了恶性循环——经

营者对商品不重视,没有品牌意识,没有意识到影视业的发展潜力,无限度地限制价格,通过降价来恶性竞争。

第三,影视行业的法律法规尚不健全。目前泰国没有明确的机构直接处理相关事宜,无论是专利申请的还是保护文化遗产的相关法律,都缺乏和相关机构的有效合作,需要进一步完善法律体系。

(三) 泰国影视业的市场机会

第一,世界经济复苏。亚洲部分国家经济发展非常迅速,尤其是一些新兴市场,例如中国、印度、菲律宾、印度尼西亚等,亚洲地区的经济呈现出稳步前进的态势,这都是泰国影视业的潜在市场。

第二,开辟了新市场。印度和中国这两个新兴国家值得关注,经济的持续发展使这两个国家的国民收入不断增加,人们生活水平不断提高,购买力也不断增强。中国是泰国影视发展的巨大市场,中国人口众多,到国外旅游的浪潮也随着收入水平和生活水平的提高日益高涨,影迷数量也逐渐增多。

第三,使用新技术为影视发展提供服务。新技术为位于世界各个角落的观众提供了方便,在影视业中发挥着至关重要的作用。如果影迷想了解影视作品背景、演员或者相关信息,就能够利用互联网查询网络信息。影视管理者也能够有效地帮助影视企业减少开支、降低成本,还能够便捷地管理预定系统,有效地进行商品、服务等方面的广告宣传。

(四) 泰国影视业的市场威胁

第一,国际影视市场竞争日益激烈,泰国也在不断促进影视行业的发展,世界贸易组织指出,影视业是能够持续发展的行业,亚太地区的影视业在国际影视市场上占据着重要的位置,这也让多个国家的影视市场得以开拓。

第二,政治局势动荡不安。从2006年开始,泰国的政治局势一直处于不稳定状态,经常发生游行示威活动,2008年泰国再一次发生素万那普机场关闭事件,2009年曼谷又发生暴乱,这些政治事件都对泰国的经济、文化发展造成了负面的影响,甚至阻止其发展。

第三,流行病。流行病始终是泰国影视业发展的一个障碍,艾滋病、非典、禽流感等流行病都对泰国影视业的发展造成了一定的影响。流行病的迅速传播导致泰国流失了大量对外合作项目。

第四,自然灾害。2004年印度洋海啸引起的损失惨重,在海啸中丧生的人很多是外国人,也导致外

国人对不可预见的自然灾害感到惧怕^[14],国外客户或企业的数量也因此减少,对泰国各项行业的信任度也因此下降。

二、泰国影视业发展的 对策和建议

综上所述,研究泰国影视业竞争优势、劣势、市场机会和市场威胁,是为了创造更多的机会以更好地发展泰国的影视业。

现阶段发展泰国的影视业,应该采用SO策略、WO策略、ST策略、WT策略。其中SO策略是指发挥内部优势,抓住外部机会。这种策略能够充实内部实力、革新泰国影视业,并且能够扩大与外部的联络。发展影视市场,对影视市场进行需求管理,提升影视业发展所需的资源及产品影响力,增强客户满意度,让游客愿意来泰国旅游,从而带动泰国影视业发展。

泰国还应采用WO策略,即企业发展中的规划策略加强泰国影视行业知识产权安全保护的措施,改进服务的方式,提高企业服务的质量,培养专业人才,增加影视业务的知识,加强高校和地方政府的合作。泰国不同地区的影视项目应策划各具特色的影视广告,建立泰国影视行业每个地区的信息数据库,根据不同特色进行合作。

ST策略是利用自己内部优势,规避外部威胁。此种策略强调增强泰国影视产品的多样性,建立和提升影视价值,除了提供相应的影视文化产品之外,还应建立泰国影视文化产业,以泰国影视为基础来提升影视价值,如生活方式、地域特色、风俗习惯,这些因素都应融合到泰国影视作品里面,也能够产生长期的效益。

WT策略主要是指为了防御各种危机,尤其是使用各种严格的标准和工作程序来防止不能预测的危机,通过各种媒体和宣传资料加强游客对泰国的安全信任度,如宣传册子、艺术海报、各类广告、印刷资料、广播、电视,以及其他能够对影视产生益处的宣传手段,利用科学技术提高影视行业管理效率,避免负面消息夸大,同时也能够为观众提供完备的相关资料。

根据上述分析,笔者认为应从以下几个方面促进泰国影视业发展。

第一,以“市场转换市场”的形式改变规划策略。旅游能让外国人直观了解泰国,加深国家彼此

之间的沟通,增进友谊,促进文化交流与融合,扩大影视消费市场,因此要注重管理和完善泰国的旅游行业体系,保持泰国国内政治局势稳定,消除人们对自身的安全担忧,使人们在泰国的旅游过程中,加深对影视作品印象,吸纳来自世界各地的影视投资商到泰国。此举不仅能够带来潜在的消费商机,同时也能够产生更好的连锁反应,从而使旅游市场转化为影视市场,带动其发展。

第二,影视营销和旅游行业相结合。泰国影视剧在拍摄时应该有意识地配合或投资当地旅游景点,利用名胜古迹来宣传影视作品,达到营销影视作品的目的。地方政府可以把影视内容融入主题公园、建立休闲娱乐场所,随着主题公园的发展,影视内容也在不断丰富,不断发展。

第三,善于东西结合,注重传统民族文化。泰国影视业应抓住机遇,迎接挑战,打开国门,积极学习或借鉴国外先进技术,将欧洲视听语言以及叙事风格运用到本国影片中。在经济全球化的语境中,国际化水平的影视制作也能使外国影迷更好地了解泰国本土影视作品,从而实现跨国度、跨文化的影视文化传播。泰国还应注重东西方文化的结合,在运用先进影视技术的基础上突显民族特色,善于利用本土民族文化优势,将带有泰国民族风俗的影视作品呈现在观众面前,只有以不断开放的文化态势,相互吸取、交流融合,才可以推陈出新。

第四,提高制作影视作品水平,加强精品意识。优质的影视作品是吸引观众眼球的前提,也是推动影视文化发展的重要动力。以往的泰国影视作品呈现快餐化倾向,影视作品中的故事和人物结构都很相似,只要出现一部优秀作品,就会出现起姊妹篇的情况,直接导致了影视作品竞争力的弱化。因此,在今后的影视创作道路上,影视制作人要提高影视制作水平,加强影视精品意识,争取创造出思想内容深刻、人物感情丰富、艺术精湛,具有强烈感染力,在整个社会中产生积极向上的影视精品。

三、结语

通过分析泰国影视业竞争优势(Strengths)、竞争劣势(Weaknesses)、机会(Opportunities)和威胁(Threats),制定符合泰国影视业长期发展的战略目标,以发挥泰国影视业优势,克服不足,抓住机会,规避威胁,使泰国的影视业朝可持续发展的方向前进。

参考文献:

- [1] 任一雄. 传统文化的张力与泰国威权政治的前景[J]. 学术探索,2002(2):42-45.
- [2] 段立生. 当代泰国政治经济发展轨迹剖析[J]. 东南亚研究,2002(1):45-51.
- [3] 阳坚. 泰国工业化的历史透析[J]. 世界经济研究,1989(5):43-49.
- [4] 陈清霞. 潮剧在泰国的发展和流变研究[D]. 重庆:重庆大学,2012.
- [5] 张长虹. 移民族群艺术及其身份:泰国潮剧研究[D]. 厦门:厦门大学,2008.
- [6] 薛谋洪. 80 年代的泰国经济[J]. 国际问题研究,1991(1):33-42.
- [7] 刘云春,刘波维. 近年泰国影视热播的文化艺术探析[J]. 中华文化,2013(3):174-179
- [8] 段召阳. 泰国影视热趋势对中国赴泰出境旅游的影响[J]. 中国科技传媒,2011(12):108-110.
- [9] 申彧. SWOT 分析法的应用进展及展望[J]. 知识经济,2009(8):76.
- [10] 金丽丽,黄琦,田兵权. SWOT 分析法在项目风险管理中的应用[J]. 科技与经济,2007,20(1):55-58.
- [11] 王春华. 泰国影视业现状及对我国的启示[J]. 中国电影市场,2013(12):31-32.
- [12] 潭山. 东西文化合璧与融会:泰国文化之掠影[J]. 中学政治教学参考,2006(4):57-59.
- [13] 陆镜如. 从泰国影视剧看泰国文化[J]. 鸭绿江:下半月版,2014(5):236-238.
- [14] 高关中. 泰国文化的发源地:素可泰[J]. 百科知识,2013(7):58-62.
- [15] 李欧. 泰国文化的中国源流[J]. 南风窗,2010(2):79-81.

SWOT analysis of development of Thailand film and television industry

SHI Ting

(School of Politics and Administration, Chang'an University, Xi'an 710064, Shaanxi, China)

Abstract: The condition of Thailand film and television industry is analyzed by SWOT analysis in this article, whose result shows that Thailand film and television industry has the advantage of tourism, culture, government support, complete facilities and others, and also has the disadvantage of environmental pollution, mutually forcing price down, incomplete laws and regulations and so on. Thailand film and television industry should change the planning strategy in the form of “market transforming market”, combining the film and television marketing and tourism industry, paying attention to traditional culture, improving the level of production, and changing the thought of creating.

Key words: SWOT analysis; Thailand film and television industry; competitive advantage; competitive disadvantage; market opportunity; the threat from market