

2016年中国电影产业热点述评

范志忠 范静涵

摘要：2016年，中国电影年度票房高开低走。如何促进和提高电影管理的科学化、法制化水平，实现从数量型向质量型转变，成为中国电影产业的年度热点话题。

关键词：2016年；中国电影产业；热点话题

作者简介：范志忠，男，教授，博士生导师。（浙江大学 传媒与国际文化学院，浙江 杭州，310018）

范静涵，女，艺术硕士生。（杭州师范大学 人文学院，浙江 杭州，310018）

中图分类号：J992 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552（2017）02-0075-05

2016年，中国电影票房为457.12亿元，超越2015年的440亿，但距离年初定下的600亿美梦相去颇远。中国电影多年以来保持的高增长态势，也戛然而止。

长期以来作为文化产业“排头兵”和“风向标”的中国电影产业究竟怎么了？中国电影产业存在什么问题？中国电影下一步发展的对策是什么？这些问题，虽然长期存在，但是，2016年随着中国电影产业发展增长态势放缓，人们对此的关注显得格外焦虑，并形成了诸多值得探究的热点话题。

一、票房高开低走之争议

根据国家电影专项资金办公室的数据，“2016年第一季度（1月1日—3月31日）全国共计放映超过1708万场，同比2015年增长39%；累计票房144.96亿，同比增长51%；观影人次4.19亿，同比增长57%，三项数据均刷新了历史新高。前三个月票房分别为：38.4亿、68.8亿、37.58亿，同比增幅分别为49%、67%、31%，2月单月票房突破10亿美元关口，”^[1]超过了北美市场同期票房，首次登顶全球单月最高票房市场。

2016年春节档电影市场的强势，一方面与日益增长的观影人次和全国银幕数增长相关，另一方面也有赖于热门影片的突出集中表现。春节档类型片十分丰富，既有《寻龙诀》《西游记之孙悟空三打白骨精》这类科幻魔幻片，也有如《恶棍天使》《万万没想到：西游篇》《唐人街·探案》等由青年导演拍摄的中小成本的喜剧片，《老炮儿》这样硬汉热血的剧情片，动画电影《熊出没之熊心归来》等。周星驰《美人鱼》以环保为思想内核的喜剧爱情片，通过“情怀营销”和“饥饿营销”的宣发策略，主打周星驰这个“王牌IP”，自2016年2月8日大年初一春节档首映以来，便以2.81亿的单日票房刷新由《港囧》创造的首日2.11亿的华语单日票房纪录，并同时创下春节档单日票房最高、最快破亿华语片、最快破两亿华语片的纪录，最终以超33亿的票房一举超越2015年的现象级大片《捉妖记》，成为内地影史票房冠军。

春节档的这种“爆发”，让人不由对2016年中国电影抱有美好期待。有业内人士乐观地认为，中国超越北美成为世界第一大电影市场，“只是时间问题”。业界也一致喊出年度票房600亿的口号。

第一季度票房破百亿仅仅用了54天，然而接下来第二个百亿的记录却走得十分艰难，无法打破传统“票房淡季”的魔咒。“五一档”票房虽然侥幸没有下滑，甚至小涨5.77%，但这个变化幅度却是

“五一档”成型后的9年来最小的。《北京爱上西雅图2》一片独大,在百度糯米电影的联合发行保驾护航下,单片档期内票房占比50.61%,最终票房定位在78699万元,侧面证实了“五一档”上映影片整体质量偏弱的事实。6月份,好莱坞进口大片“轮流坐庄”,漫改巨制《X战警:天启》、超级IP《魔兽》、迪士尼动画《海底总动员2:多莉去哪儿》以及《独立日:卷土重来》等影片的上映使票房趋势出现逆转,“单月38.1亿的票房达到近五年来同期最高,较去年同比上涨13.6%,比4月、5月分别高出6.9亿、6.7亿。”^[2]

第三季度,万众瞩目的“暑期档”票房与2015年基本持平,几年来首次出现“零增长”。据官方数据统计,“2016年6—8月暑期档票房为125亿,电影票房吧和艺恩智库统计数据则为124.3亿,均基本与去年暑期档的124.3亿成绩持平。其中7月跌幅达18%。”^[3]冷清的暑期档后,接棒的中秋档也欲振乏力。“2016年中秋三天票房分别为2.09亿、1.8亿、1.23亿,累计5.12亿。较去年仅两天的中秋档票房6.06亿,下降15.6%,少了近一个亿。”^[4]

中秋档有《大话西游3》《反贪风暴2》《追凶者也》和《七月与安生》四部电影同时上映;三日票房分别是2.06亿、1.74亿和1.25亿,总计5.12亿元;其中中等成本青春片《七月与安生》以其细腻精准的表现力在青春片领域做出突破,两位主演周冬雨和马思纯也凭借对角色的精彩演绎双双摘得第53届金马奖最佳女主角奖。国庆档中,手握一众流量明星的《爵迹》,在前3天口碑走低后,票房“断崖式下跌”,再次印证了“内容仍旧是电影的黄金属性”。根据真实事件改编,反映边境缉毒警察事迹的《湄公河行动》成为最大黑马,其“中国式英雄”的塑造为主旋律电影开拓出全新的格局,并最终11.8亿元拿下国庆档票房冠军。

11月份虽有全年单月最多的影片上映,并有李安和冯小刚两大导演的影片加持,依旧没有在票房上给我们带来惊喜。截至11月28日,单月票房产出23.69亿,为近两年来第二低的成绩。技术参数3D/4K/120帧的李安新作《比利·林恩的中场战事》,其1.65亿的成绩可谓差强人意。当初抱着“把原本不热的11月市场焐热”心态选择11月18日上映的《我不是潘金莲》,也因为时长和题材方面的限制,在票房表现上低于行业预期。有关专家指出:《比利·林恩的中场战事》和《我不是潘金莲》在类型上都有些偏文艺,在接近年末的时节,观众需要相对轻松的作品。

2016年贺岁档,几乎是近几年“大片”数量最少的一次。尔冬升、徐克两位大导演合作的3D武侠片《三少爷的剑》成为贺岁档第一炮。张艺谋新片《长城》上映10天,累计票房达到8.3亿,票房已经超越2011年的《金陵十三钗》,成为张艺谋导演生涯中票房最高的电影。《罗曼蒂克消亡史》导演在电影细节处对结构、构图、台词、音乐等元素的艺术化呈现,营造出一种沉郁浪漫、富有质感的格调。资本将一个纯粹的文艺片剧本打磨出商业大片的气质。12月月度票房约39.8425亿,与2015年12月42.51亿的纪录还有近2.7亿的差距。

2016年票房高开低走,引起了众多议论。有人把问题的症结归之于所谓的“票补”退潮。光线传媒总裁王长田透露了一项数据:2015年中国电影市场的“票补”大约在40—50亿元,约占票房总额的10%。“票补”主要是指来自于制片方或发行方的票房补贴,例如电影的原有票价是39.9元,进行补贴后,消费者可以购买到9.9元的低价电影票进入影院,这一策略,扩大了观众基数,特别是三四线城市的“小镇青年”们。随着2016年“票补热”的退潮,一方面影院失去适应了低价票的一部分消费群体,另一方面,失去票补的观众在面临高票价时会更多考虑影片的质量是否能吸引他们进入影院,选择更加理性。

虚假票房是导致中国电影票房泡沫的又一原因。2015年的《捉妖记》就曾出现过“幽灵场”问题,但是没有相关的法律规范,《捉妖记》逃过一劫。2016年3月上映的《叶问3》却没有这么幸运,因为票房造假,根据11月份颁布的《中华人民共和国电影产业促进法》,《叶问3》被开出巨额罚单。

在这样的威慑下，中国电影市场逐步走向规范，虽然隐性的票房造假行为依然存在，但是这类行为遭到打击却是事实，从而挤出了电影市场尤其是电影票房中存在的泡沫。

除去“票补”和“票房注水”这些客观原因之外，视为票房的保障和致胜法宝的IP电影，在2016年集体“哑火”，也是年度票房持续走低的重要原因。根据票房榜总结，“2016年动作片贡献全年1/3票房，奇幻片紧随其后，部均票房4.5亿，远超其他类型。今年新型国产IP电影共96部，是去年的3倍，但质量良莠不齐，部均票房不足去年的1/3。”^[5]如暑期档上映的国产影片，多以近年来最为吃香的“IP+颜值”格局进行打造，但是诸如《微微一笑很倾城》（2.75亿）、《夏有乔木雅望天堂》（1.52亿）、《致青春·原来你还在这里》（3.36亿）等，均表现平平且口碑也不尽人意。仅有一部《盗墓笔记》勉强票房突破10亿，却还是没有达到发行方的预期。“对于粉丝向的IP电影，粉丝只能保证一部分的消费，最终能带来多少票房，还是要回归到电影本身，由影片整体质量来决定。”^[6]随着观众审美水平的提高，仅靠IP和粉丝经济拉动票房的影片已不能满足观众的需求，势必要被市场淘汰。电影质量的好坏决定票房走势。2015年暑期档正是因为有《捉妖记》《西游记之大圣归来》等几部高品质影片创造了新票房纪录。2016年在影院数、银幕数、人次均有增长的前提下，票房却没有同比例增长，其原因恰恰在于影片质量难比去年。即使2016年暑期档九十多部影片争相上映，但却没能出现口碑与票房双丰收的“现象级”影片。张宏森在国家新闻出版广电总局电影局组织召开的座谈会上强调“工匠精神”；“要用十年磨一剑的精神，要用精雕细刻的精神，来提高中国电影的质量和水平。”^[7]在2016年上海电影节一场论坛上，李安导演的一席话还回荡在耳畔：“中国电影不能一味追求速度，可以慢点成长，别让本该慢火细炖的上海美食变成了速食面。如果大家都追求热门去拍大同小异的作品，最后的结果可能就是观众连去电影院都觉得不重要了。”^[8]

二、艺术电影突围以及艺术院线的成立

艺术电影是与商业电影相对立的一种电影类型，属于电影类别的两个概念。电影不仅是一种商业活动，而且也是一种艺术活动，这是艺术电影得以产生和发展的基础。艺术电影的倡导者们大多认为电影的艺术性是力图通过电影活动展示电影作为艺术的魅力，以及表达电影创作者自己独特的个性。“而商业电影和艺术电影的区别，并不在于前者有商业性而没有艺术性，后者又只有艺术性而无商业。只要是电影，它在本体属性方面总是同时具有商业性和艺术性。区别只在于这两种属性在不同类别中各自表现出强势与弱势，形成不同组合，因而导致影片在精神结构、叙事策略、形式特征等方面更细致的分化。”^[9]

2016年5月6日吴天明导演遗作《百鸟朝凤》上映，制作人方励在一次直播平台上下跪，跪求影院经理为影片增加排片量。方励这一跪，给电影市场带来强有力的震动效应，也显露了长期以来艺术电影市场的尴尬处境。

近年来，中国艺术电影在其发展过程中涌现出不少佳作。从早些年的《观音山》《桃姐》《一代宗师》，再到2014年张艺谋导演的《归来》，获得德国柏林国际电影节金熊奖的《白日焰火》；2015年侯孝贤导演的《刺客聂隐娘》、贾樟柯的《山河故人》双双入围第68届戛纳电影节主竞赛单元；2016年的小成本电影《路边野餐》一举斩获第68届瑞士洛迦诺国际电影节当代影人竞赛单元“最佳新导演”及“最佳处女作特别提名”两项大奖。在商业电影占领主流市场的形势下偏重于挖掘故事内里，在表现形式上有所深入的“小众”艺术电影突出重围，受到越来越多观众的喜爱。如何为艺术电影找到观众，为观众找到艺术电影，成为推动中国电影多样化发展的重要命题。因此，业界对早日建立艺术院线的呼唤也是历久不息。

作为世界第二大电影市场，中国银幕总数已达41179块，超过美国位居世界第一，逐渐形成了市场

分层化、创作多样化、观众需求个性化的新态势。国家新闻出版广电总局电影局局长张宏森表示,在这样的大环境下,市场对于多样化电影的包容度和接受度也有所扩大,“近年来,像《狼图腾》《白日焰火》《刺客聂隐娘》等具有较好艺术品质的影片不仅登上了大银幕,还在市场中收获了从几百万到上亿的票房,这些在以前是难以想象的,观众的细分也为中国的艺术电影迎来了前所未有的发展机会。”^[10]

2016年11月8日,由中国电影资料馆联合华夏电影发行有限责任公司、上海暖流文化传播有限公司、万达电影院线股份有限公司、安乐电影有限公司、北京微影时代科技有限公司6家单位共同发起组建的“全国艺术电影放映联盟”(以下简称“联盟”),公布了100家艺术影厅布局和八大展映主题,预备在国内掀起一场艺术电影的放映风潮。

“之前艺术片和商业片、动画片都在一个渠道里发行,今天我们有条件在这么多终端影院发行公司的帮助下,让庞大的市场进一步细化,这给了艺术电影导演一个找到观众的机会,也给了观众一个固定观看艺术电影的窗口。”^[11]中国电影资料馆馆长孙向辉向媒体透露,联盟未来放映的影片主要分为三类。第一类是中外电影史上的经典影片,比如《教父》《西部往事》等;第二类是已在国内院线上映过、但放映量还不够,同时艺术水准比较高的影片,比如《路边野餐》《心迷宫》等;第三类就是新创作的艺术电影。“联盟的目的,正是要让中国的艺术电影可能有合理的回报率,这才意味着产业上的成熟,也是艺术电影往前迈步的基础。”^[11]

这种尝试代表了来自影院经营者的自觉,对电影文化多样性的市场支持,政府的鼓励同等重要。如果能够两方相互配合、彼此形成合力,不管是艺术院线还是放映联盟,都能启蒙市场,从而最终实现艺术电影在影院放映体系的“星火燎原”。

如何对艺术院线进行可持续的运行,片源问题是放在首位的。中国电影家协会秘书长饶曙光认为:“艺术电影的片源有限,是艺术院线发展的一个巨大的结构性矛盾,也是核心问题。目前中国电影增速放缓,主流观众群体在发生快速变更,有必要推动电影市场差异化的发展,不断培育、引导、提升观众的欣赏。”^[12]既然在片源方面国内一时间无法原创那么多新片,“或许可以通过和各大国际电影节合作,包括中国金鸡百花电影节国际影展合作获得更多片源;可以进行主题性、专题性影展策划,如大师系列、少数民族电影展映等等;还可以与中国电影资料馆合作进行经典影片放映与交流。”^[13]毫无疑问,根据当前的市场情况推进艺术院线建设,人才方面需要既懂艺术又懂经营的专业策展人,根据观众的需求进行有选择性、针对性的策划。事实上,艺术院线建设既不能盲目,更不能急功近利、立竿见影,需要比商业院线经营更多的耐心、细心和专心,需要更多的手段、途径、方法以及更多的社会关爱和支持。

三、院线和电影发行公司间的博弈

如今国内电影行业飞速发展,随着院线资源的进一步整合,包括万达、华谊兄弟等在内布局影视产业的公司,都将全产业链作为自己的发展方向,旗下涵盖制片、发行、院线等多个业务。众多资本接连布局,每年产出的电影作品数量也不是个小规模,市场竞争会愈发激烈。随着市场资源集中在同一家公司,就容易引发一些不平等的竞争。

2016年11月8日,冯小刚导演出于对其影片《我不是潘金莲》排片率的不满,在微博上公开致信万达老总王健林,以剧中潘金莲的口吻直指万达院线,称“该片在全国其他院线排片平均值为40%以上,在贵集团的排片率仅为10.9%”,意指万达刻意打压其影片的排片率。王健林之子王思聪在微博中予以反击,称是不看好影片而降低排片。据猫眼电影的数据显示,“《我不是潘金莲》上映首日在国内的排片占比分别为39%,同时不少院线将自身40%以上的排片均给了《我不是潘金莲》。反观万达院线

的排片可以发现,《我不是潘金莲》在该院线的排片只是市场情况的1/3左右,上映首日的排片占比只为13.5%。”^[14]

冯小刚导演的《我不是潘金莲》影片的出品方共有5家,总投资在1亿元左右,其中,耀莱文化占20%,北京文化—摩天轮投资占30%,华谊兄弟、华谊兄弟电影和美拉传媒共占50%。另外,耀莱文化承诺保底发行5亿元,这从耀莱国际影城给《我不是潘金莲》70%以上的排片占比就可看出。美拉传媒于去年底成为华谊兄弟的控股子公司,根据双方对赌协议,冯小刚等两名股东保证2016年净利润为1亿元。而2016年上半年,美拉传媒净利润只有3535万元,华谊兄弟2016年以来包括《摇滚藏獒》《陆垚知马俐》等多部投资影片的票房并不理想,因此,《我不是潘金莲》的票房成绩对冯小刚完成2016年的业绩承诺至关重要。市场分析人士指出,以《潘金莲》保底票房5亿计算,如果正常排片,万达院线应该能贡献1个亿左右,对于还差着6000多万的业绩承诺的冯小刚来说,院线的实际排片率的确是非常关键。这其中的道理也同样适用于电影《长城》与《罗曼蒂克消亡史》;万达旗下传奇影业主导出品、张艺谋导演的《长城》,与华谊兄弟独家出品、发行的《罗曼蒂克消亡史》于2016年12月16日同步上映。作为电影《长城》的国内发行方之一,乐视影业也加入了战局之中。《长城》系乐视影业股东张艺谋导演的年度重磅作品,其票房收入甚至排片情况,既关系到公司分账营收,也将对投资者态度和乐视网股价产生直接影响。在两部影片的对垒中,万达和中影旗下的院线力挺《长城》,乐视影业也在其他院线端同华谊展开争夺。随着“战况”愈演愈烈,电影排片背后电影发行公司与院线之间的隐形利益博弈,也日益暴露在公众面前。

对于此次《我不是潘金莲》因排片引发的争论,现阶段院线对公司涉及影片在排片采取倾斜的情况并非个例。比如由万达影视出品的电影《快手枪手快枪手》上映时,恰逢华谊兄弟出品的《陆垚知马俐》同日上映,据预排片数据显示,“《快手枪手快枪手》在万达院线的排片占比为32.57%,《陆垚知马俐》则为5.24%,而当时《陆垚知马俐》在全国整体市场的排片占比为24.3%,《快手枪手快枪手》为16.74%。”业界人士断言,“目前因市场资源集中而出现对其他影视公司不公,导致不公平竞争的问题已经初步显现。”^[14]

很显然,中国电影行业在未来发展,必须要加强建设规范市场秩序,完善相关法律,促进整个市场的公平竞争。在这一方面,美国电影产业经验或有可以借鉴之处。在1948年前,美国大片场都拥有自己或合作的院线来放映自己出品的电影。早在1920年代,著名电影公司派拉蒙就控制了全美一千多家影院;大片场雇佣导演、编剧、演员和制片人作为其员工,利用对其整个流程的垂直垄断,通过自己的影院进行发行放映,在供不应求的市场谋利。1948年5月,美国最高法院根据反托拉斯法对“派拉蒙案”做出裁决,判定大制片厂垂直垄断为非法,要求制片公司放弃电影发行和电影院放映的业务。这个裁决之后,放映方可以自由选择放映任何一家制品厂或者独立制片人出品的电影。票房租金的减少切断了大公司的主要财源,迫使公司大幅度减少影片生产,各个片场之间竞争激烈。美国的派拉蒙法案可谓是彻底改变了好莱坞电影的生产、发行和放映模式。从消费者的角度来看,派拉蒙法案的实施可以为观众带来更多、更好的作品;而从生产和发行的角度来看,这也给了那些独立的制片人出头的机会,使得他们可以自由制作自己的电影。竞争激发了电影公司的创造性,从而保证了电影产业的可持续发展。

2016年11月7日,《电影产业促进法》颁布,标志着中国电影在如何促进和提高电影管理的科学化、法制化水平方面,已经迈出了具有重要战略意义的一步。中国电影产业历经高增长之后,是电影产业淘汰劣质产能的冷静期;挤走行业泡沫,扎实提升品质,才能够实现从数量型向质量型转变,才能够从电影大国真正发展成为电影强国。

(上接第 79 页)

参考文献:

- [1] 卢扬, 郑蕊. 电影票房增速放缓背后的冷思考 [N]. 北京商报, 2016-11-13.
- [2] 行研君. 2016 第二季度内地电影市场大数据 [EB/OL]. 时光网, 2016-07-04.
- [3] 马庆云. 盘点 2016 电影档期看冯小刚能否烧热 11 月? [EB/OL]. 千龙网, 2016-11-26.
- [4] 行研君. 2016 第三季度内地电影市场大数据报告 [EB/OL]. 时光网, 2016-10-16.
- [5] 祖薇. 内地电影市场初现急刹车 2016 票房增幅创十年来最低 [N]. 北京青年报, 2016-12-30.
- [6] 笑三少. 2016 年 IP 电影市场回顾 & 展望 [EB/OL]. 时光网, 2016-09-19.
- [7] 张宏森. 张宏森: 怎样看待中国电影 2016 年的增速放缓? [EB/OL]. 每经网, 2016-09-07.
- [8] 何小沁. 2016 暑期影视观察: 作品扎堆结局惨烈 [EB/OL]. 新浪娱乐, 2016-09-21.
- [9] 周留军. 中国电影的突围之路兼谈艺术电影与商业电影的特点 [J]. 电影评论, 2008 (7) 5-6.
- [10] 李俐. 艺术院线在影市“寒冬期”来了 [N]. 北京晚报, 2016-10-26.
- [11] 鲁博林. 全国百家影厅八大展映主题艺术电影的春天到了吗 [N]. 光明日报, 2016-11-12.
- [12] 杜子栋. 光影之侧——艺术电影的创作与生存之路高峰论坛综述 [J]. 电影艺术, 2016 (5): 158-159.
- [13] 饶曙光, 刘晓希. 艺术电影“现象”与艺术院线建设的“冷思考” [J]. 当代电影, 2016 (11): 125-126.
- [14] 卢扬, 郑蕊. 冯小刚万达“互撕”: 隐形利益诱发争斗谁在左右电影排片 [N]. 北京商报, 2016-11-21.

[责任编辑: 华晓红]