

《2012中国电影产业研究报告》发布——

成绩与问题并存 行业发展拐点来临

本报记者 于帆

5月16日,中国电影家协会《2012中国电影产业研究报告》(下称《报告》)在北京发布,报告作者、专家学者、业界代表等出席了活动。与会嘉宾从各自领域出发,回顾了2011年中国电影产业发展状况,重点剖析当前出现的问题与症状,为国片把脉。

据《报告》中数据显示,2011年,中国全年电影票房总额为131.5亿元,在全球仅次于美国和日本居于第三位,这一数据超越了任何一个欧洲国家,甚至超越了核心欧盟国家的票房总和。然而,中国电影产业真如数字显示的那样繁荣吗?

数字背后的问题

《报告》中称,2011年我国电影故事片产量为558部,总体看来,电影投融资依然呈现火热的态势,但据业内人士介绍,其中近300部电影投资规模在100万元以下,可见如此的投资决定了电影的艺术价值和技术优势无法体现,电影质量偏低,使得大多数影片无法进入市场,投资成为无效投资,而这部分资金估计每年超过2亿元。而在进入票房市场的电影中,估计一半以上的影片制片投资无法收回,因此《报告》称目前国内电影投融资领域“虚火”成分较高,风险高。

《报告》的作者之一、北京电影学院图书馆馆长刘军在发布会上透露,2011年,全国城市影院数量突破2800家,全国城市影院统计观众人次超过3.68亿,同比增长29.5%。银幕以每天8.3块的速度增长,总数突破9200块,其中90%具备数字放映条件。然而刘军同时提出,当新影院如雨后春笋般遍地开花时,影院经营也面临同质化现象。在票价、片源、设备、服务、经营模式和服务理念上能否找到差异化的竞争力,成为影院之间较量的关键。《报告》中也提到中国电影产业发展战略的弱点之一,即表现在影院和银幕建设爆炸性增长的速度能否保持,各大院线投资商的激烈竞争,推高了影院地产的租金,使影院的资本回收期延长。此外国内一些中心城市的影院和银幕密度接近饱和。

发布会上,刘军依然提到了这几年一直备受各界质疑的票价过高问题,对此刘军认为电影票价需要降低到与居民生活水平相适应的标准。北京华星影院总经理陆遥表示,票价高和影院经营成本相关,同时也源自价格机制的混乱,“影院的挂牌价是高价,但问题是没有多少观众是按挂牌价买票,他们可以通过各种渠道以低于挂牌价的价格买到票,比如会员卡、团购券、兑换券等,这种混乱的价格机制,当然会导致很多问题,比如影院与片方结账的时候,就会遇到不少麻烦。”

《报告》中称,2011年我国电影故事片产量为558部,总体看来,电影投融资依然呈现火热的态势,但据业内人士介绍,其中近300部电影投资规模在100万元以下,可见如此的投资决定了电影的艺术价值和技术优势无法体现,电影质量偏低,使得大多数影片无法进入市场,投资成为无效投资,而这部分资金估计每年超过2亿元。而在进入票房市场的电影中,估计一半以上的影片制片投资无法收回,因此《报告》称目前国内电影投融资领域“虚火”成分较高,风险高。

产业发展拐点到来

结合近期国产电影遭遇好莱坞大片夹击的现象可以看出,国产片当下正遭遇盈利能力下降的困境,新影联院线副总经理高军

在发布会上表示,今年截至目前国产电影票房收入仅占总票房的38%左右,制片业的生存压力越来越大。

资深电影市场研究专家刘嘉直言,虽然从数据上看,中国电影产业在2011年达到了一个很高的高度,但如果把中国电影产业放在经济全球化大的背景下来看的话,这个总量在全球化市场中还是比较弱的。从《报告》上看,2011年大片市场表现乏力,几乎走进了“只热一周”的轮回,首周热映后昙花一现,次周跌幅超过50%。而中小影片的市场表现相当不错,在刘嘉看来,这样的变化体现了国内电影市场逐步开始进行受众的细化,开始注重营销目标的准确性和观众的多元化。因此,专家认为,中国电影产业的拐点已经出现,值得引起重视。

《报告》中指出,中国电影产业长期依赖于靠投资扩张的外延型增长发展模式已近于瓶颈。影院银幕增速远超票房增速,对此陆遥说:“票房增幅之所以赶上银幕增幅,最直接的原因就是影院建设投资过热,盲目投资偏多,以低于挂牌价的价格买到票,比如会员卡、团购券、兑换券等,这种混乱的价格机制,当然会导致很多问题,比如影院与片方结账的时候,就会遇到不少麻烦。”

刘嘉坦言,国产电影的“走出去”之路举步维艰,“外国人都想进入中国市场,但我们把自己的电影发行到国外却很难,中国电影的对内影响力还是很小。”对此,中国电影资料馆副馆长饶曙光表示,中国电影目前的确存在缺乏人文关怀、缺乏美学

的作用应更加体现出来。

对于中小影片的异军突起,刘嘉表示,制片业应转向,在注入新鲜血液的同时,还要找到贴合市场、贴合受众群体的新的消费力量。最后,刘嘉表示,建立新型的发行体系,创新发行模式对目前国内电影市场的变化有着重要意义。由于市场逐渐转为靠内生性增长模式,发行的精细、产业链条的完整都是开拓电影市场的关键。

中国电影“走出去”的关键

尽管中国电影产业发展中存在一些问题,行业在发展进程中需要不断调整产业结构,创新商业模式,然而不可否认的是,中国拥有巨大的电影市场,其未来发展潜力不可估量。刚刚过去的第二届北京国际电影节,电影洽商交易总额创中国电影展交易额新高,再次证明了“当今的中国是电影发展的最好时期”。而日前,博纳影业对外宣布,将引入新闻集团的战略投资;万达院线斥资收购美国第二大院线集团AMC的消息也引起了业内人士关注。可见随着中国电影市场的繁荣,许多公司也加紧向海外进军。

不过,刘嘉坦言,国产电影的“走出去”之路举步维艰,“外国人都想进入中国市场,但我们把自己的电影发行到国外却很难,中国电影的对内影响力还是很小。”对此,中国电影资料馆副馆长饶曙光表示,中国电影目前的确存在缺乏人文关怀、缺乏美学

追求等现象,电影存在文化短板。有业内人士认为,中国电影“走出去”的关键在于能否创作出更富有全球视野和普世价值的作品,否则像万达并购AMC这样的事件,并不能成为中国电影走向海外的机遇。看来,高质量的内容,仍是中国电影产业发展的基础。国内电影作品质量问题,究其原因,刘军在《报告》中写道,我国的高级电影创意和创作人才队伍薄弱,世界级的电影精品为数不多,电影人才的培养存在一定的片面性。而且电影产业的科研技术独创能力不够,政府对于电影产业的自主和支持政策还不够完备、具体和透明。

但从近期国内电影业界出现的新现象来看,中国电影“走出去”的传统模式或许将得到改变。新闻集团全球资深副总裁、中国投资与战略发展首席执行官高群耀谈到与博纳的合作时表示:“中国电影市场迅速崛起,已经成为美国本土市场之外最受重视的第二市场。我们选择与中国最优秀的电影企业合作。博纳上下游全产业链整合的业务模式,完全不同于其他中国电影公司。我们看好博纳的市场领导地位,企业定位以及未来成长前景。这也是吸引新闻集团战略投资博纳的主要原因。”博纳影业董事长于冬表示:“合作同时也说明,博纳影业集团的财务状况、盈利模式和未来前景,得到了行业和资本市场的认可。将不仅帮助中国电影走向世界,也利于民族企业国际化的进程。”

影视人语

王小帅:拍电影绝不仅仅为票房

在第65届戛纳国际电影节的主竞赛单元,华语电影又一次缺席,只有姜文的《浮城谜事》入围“一种关注”单元,章子怡的新片《危险关系》入围了“导演双周”单元。中国电影在今年戛纳上遇冷,导演王小帅直言:“那是应该的。每年都是这样,到比赛时就临时抱佛脚,管什么用呢?到现在,很多电影人都还搞不懂,拍电影绝不仅仅是为了票房。”

当被问到是否今年的中国电影真的没有一部够得上戛纳的要求的问题,王小帅表示,从源头上来说,目前的中国电影存在一个根本性的问题,那就是到底由谁来判定中国电影的好与坏,是官方还是老百姓,中国电影是拍给谁看的,中国电影存在的价值是什么?是赚钱的机器,还是中国老百姓真正需要的精神食粮?拍一部电影能赚到钱很重要,但王小帅也发出疑问:“赚了钱就意味着是部好电影吗?看看那些经典的超级国产大片吧,有几部是真正接地气为老百姓拍的?有多少片子是观众边骂边看的?”王小帅认为,现在很多中国电影人不明白拍电影本身意味着什么,这样的情况下拍出的电影,能在世界的专业电影节上拿到奖项吗?遇冷那不是应当的事吗?

(来源:《东南快报》)

石川:国产片戛纳遇冷应以平常心处之

导演王小帅对中国电影在戛纳电影节上遇冷表达了自己的看法,对此上海电影家协会副主席石川在微博上表示,西方影展向以“发现新大陆”为已任。上世纪八九十年代中国作为新兴国家被西方视为“文化新大陆”顺理成章,这与后殖民语境密切相关。但今天,西方视中国为全球二号霸权国家,继续给予关注和青睐的理由已经完全丧失,国产片受冷落是大势所趋,个别品质特别突出的除外。对此国内影迷应以平常心泰然处之。

另外他认为,反观国内出征西方影展的策略也有改变。20年前,五代、六代导演凭借电影在西方影展获奖返销国内。而当下国内市场已具雏形,返销策略失效。因此国产片西征的目的更多在于诉求广告效应,志在抢眼而非获奖。石川认为,这也是如今红毯秀、时装周等电影之外的元素大行其道,而影片内容风格品质反趋边缘化的原因。

(来源:新浪微博)

焦雄屏:中国电影需在“盛世”有所反省

北美电影市场连续两年衰退,总票房创10年来最低。相反,华语电影市场票房年年创新纪录,“亿元导演”逐年增多,一片欣欣向荣。台湾著名电影学者、影评家焦雄屏近日在文章中对中国电影目前的发展表达了自己的看法。文章中她提到,卡梅隆在接受媒体访问时对中国电影市场的发展以“疯狂”来形容,“这个快速增长的市场,跳过了20世纪,直奔21世纪。”每天增加8块银幕,且以数字影院为主的快速增长方式,正像“天堂”一样在召唤着好莱坞的商人们。对此,焦雄屏认为,的确,大陆的电影市场是直接“跳过了20世纪”,但中国电影忽略了文化和品位的累积,抛弃传统、拼命追求新,“结果就是现在的乱象,扰人耳目的新花样——电脑特效、高价位却不能保障票房的明星,缺乏考究的服装造型——越来越多,但是电影的文化品位却并不见提高。

焦雄屏也在反思,“这几年我觉得真正好看的华语电影是什么?数来数去也数不出几部,华语电影到了盛世,我却更加怀念《童年往事》、《阮玲玉》、《阿飞正传》和《盗马贼》、《黄土地》那个物质匮乏但是精神饱满的年代。”同时,焦雄屏也在感慨:戛纳电影节上,一堆人哀叹竞赛单元不见华语片身影,原因还用说吗?老百姓用钱支持了华语片,但产业回报他们的是什么?

(来源:《南方都市报》)

(于帆 整理)

影音资讯

《生死罗布泊》在人民大会堂首映

本报讯 由国土资源部、新疆维吾尔自治区党委宣传部、天山电影制片厂等联合摄制完成的电影《生死罗布泊》日前在北京人民大会堂举行首映式。该片已入选中宣部、国家广电总局向党的十八大大献礼影片之列,定于5月22日在全国院线同步上映。

电影《生死罗布泊》以地质工作者寻找我国稀缺资源钾盐为背

景,讲述了我国几代地质勘探工作者勇于担当、不畏艰险,在“死亡之海”罗布泊历经艰辛、排除万难,最终为国家寻找到了罗布泊钾盐储藏地的故事。

担任《生死罗布泊》导演的是国家一级导演董玲,2011年曾凭借电影《杨善洲》夺得第14届中国电影华表奖优秀故事片奖。

(钟和)

公益微电影《寻找失去的孩子》即将上线

本报讯 (记者白炜)5月24日,微电影《梦想的力量》之公益系列《寻找失去的孩子》在北京举行上线启动仪式。本次活动由中华社会救助基金会与合润传媒联合主办,邓飞以“微博打拐公益基金发起人”及“微电影《寻找失去的孩子》监制”双重身份出席,用“微电影——《寻找失去的孩子》”这一影像记录形式向全社会分享了微博打拐的成功经历,同时启动“微博打拐公益基金”,以号召更多力量支持

这项公益行动。邓飞宣布,由他与韩寒“零费用”共同监制的这部公益微电影将于5月28日在新浪、乐视首播,该片一共8集,用独特的视角,记录了多个家庭与个人,在经历拐卖儿童事件背后不为人知的故事。

据了解,《寻找失去的孩子》作为纯公益性的纪实微电影,所筹善款将全部定向用于资助给正在寻找丢失孩子的人以及帮助他们寻找孩子的志愿者。

1643部影片角逐上海国际电影节金爵奖

据新华社消息 (记者许晓青 孙丽萍)第十五届上海国际电影节组委会5月23日揭晓,入围影片包括《奢侈日记》等,其中来自海峡两岸及香港新锐导演的作品《甜蜜十八岁》等影片多角度呈现出华语电影新生态的活力。

据悉,将于6月16日至24日举办的上海国际电影节,将首次举办“上海发布”专场活动,独家公布“电影摇篮”上海的产业进展和最新政策。

“民族影展”展映21部民族题材影片

据新华社消息 (记者白瀛)由北京市民族事务委员会与中国电影资料馆共同主办的“民族影展”5月22日在中国电影资料馆艺术影院启动。为期1个多月的展映期间,将放映21部民族题材影片。本届民族影展以“民族文学与电影”为主题,放映影片包括《永生羊》、《唐卡》等影片。启动仪式上,北京市民委向中国电影资料馆颁发了“民族团结教育基

地”的授牌。

中国电影资料馆馆长傅红星说,中国电影资料馆将通过与中国少数民族作家学会和《民族文学》编辑部的合作,挖掘、培育少数民族个性化、多样化的人文资源,激发少数民族作家的原创力优势。进一步推动少数民族文学创作与民族影视的有机结合,搭建二者相互转换、相互依存、相互激励的桥梁。



5月22日,在第65届戛纳国际电影节上,美国影片《深藏地杀死他们》主创人员、美国演员布拉德·皮特(右二)及其他主创人员出席拍摄照。影片改编自自传·V·奇金斯创作于1974年的小说《柯根的交易》。该片与其他21部影片角逐金棕榈奖。

新华社记者 高梅 摄

有话就说

“美食,是可以吃下去的幸福记忆”

素淡

日前,一套大型纪录片《舌尖上的中国》在央视热播,令人没有想到的是,每晚全国各地的观众守在电视机前,坐等这部纪录片播出。

有媒体称这是“全国各地的吃货坚守一场盛况空前的集体自虐”,因为该片算是大半夜播出的美食片,其以精巧细腻的画面,将大江南北的中华美食浓香扑鼻、闪闪发亮地摆到观众面前,让正饿着的夜猫子们垂涎欲滴。这部纪录片几乎创造了一个奇迹——片子播出时刻,不知道有多少观众锁定频道在关注,就在微博上,也随着节目播出时刻都有用户以“舌尖上的中国”展开话题。有网友在微博上写:看《舌尖上的中国》,看到泪流满面。究竟是什么原因让这么一部在非黄金时间播出的纪录片,重新回到观众的视野?并迅速成为一个话题?

笔者在看罢《舌尖上的中国》后终于理解网友的那句感受——看到泪流满面,正是因为片中所讲的美食,除了在深夜令人神往而不可得的遗憾之外,还因为那些美食同时也是我们的记忆,正如有人写:“美食,是可以吃下去

的幸福记忆”。我们的吃法,同时也是我们的活法。

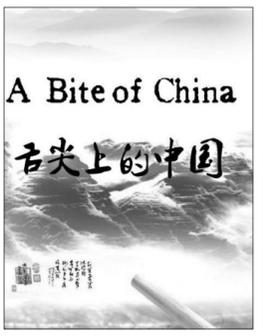
其实,中国纪录片一直面临着一种尴尬,出于政治宣教功能而拍摄的一些文献纪录片虽然不乏精品力作,但却难以赢得大批的观众群体,尤其是年轻人。而《舌尖上的中国》带有浓烈的生活气息和草根气息。有看过该片的观众表示,这部纪录片并非只是对名家名菜、菜系流派的简单展示,它像讲故事一般将个人记忆放入其中,以食材、味道、工艺将历史和文化串起来,令人感受到市井邻里的亲切,同时也感受到浓厚深沉的历史人文气息。这样令人感到温暖的纪录片,一下子就走进了观众心里,看电视剧成为一种集体期待,也成为一场集体怀念,期待一种美食,怀念一种味道。

笔者在看《舌尖上的中国》时,脑海里不断浮现出一部电影——《饮食男女》,当时导演李安将传统家庭伦理关系用做饭、吃饭这样的隐喻来表现,贴切地体现出中国人之间的微妙关系与食厨相连。这与《舌尖上的中国》不谋而合,它从文化角度所探讨

的问题并不只是“吃”这么简单,从传统劳作到食物创新,生活的艰辛和几代人的智慧结晶,中国人“吃”的传承和变化已经逐渐凸不显出它特有的国民气质。《舌尖上的中国》顾问沈宏非在接受采访时表示,很多年轻人不知道食物来自哪里,也不了解草根人民怎么吃东西,这部片子重视的还是人和食材的关系和状态。“其实它讲的不是美食,而是深入美食背后讲文化传承,是现今社会中人要如何善待食物,与大自然和谐相处。”文化学者胡野秋如此评价。

《舌尖上的中国》不仅引发众多观众关注,一个有趣的现象也在随着节目的播出出现了——这部美食纪录片带火了淘宝网。据了解,片中介绍的美食让淘宝上的相关卖家大赚了一回。有网友爆料,每晚只要片子快播出的时候,自己就会一边开着电视,一边打开淘宝,时刻搜索着片中提到的美食以及地方小吃。据淘宝的数据显示,5月14日《舌尖上的中国》开播至今,淘宝零食特产的搜索量超过400万次,环比增长13.54%,共成交5823954件。纪录

电影导演张同道看过该片后笑言,看罢发现原来是一个专业的食客终于以合法的名义专业地饕餮中国,活色生香,诱人至深!不知引得多少食客垂涎欲滴,建议商业部给剧组颁发“拉动消费奖”。这当然是剧组在拍摄该片之外并没有想到所带来的影响力,然而而这充分说明这部纪录片的成功。“通过中华美食的多个侧面,感受食物给中国人生活带来的仪式、伦理、趣味等方面的文化特质,这是我们拍摄这部纪录片的。”(《舌尖上的中国》总导演陈晓卿说道。



在一部纪录片里寻找中国人的历史、智慧以及审美,在清雅绵长的旁白中不断回味,这样的纪录片带来的感动,真是久违了。有评论说,这部纪录片片之所以走红,是因为其真诚。是的,一部真诚的纪录片同时也反映出中国人真诚的生活方式,正如片子最后所说:“一位作家这样描述中国人淳朴的生命观:他们无论是在埋头种地,还是在低头吃饭,总不会忘记抬头看一看天。”

