

# 电影票钱该怎么分?

韩方航

今年“五一”档,能够与火爆的好莱坞电影《速度与激情7》(以下简称“《速7》”)比肩的国产电影只剩下黄晓明和杨冪主演的《何以笙箫默》。虽然这部电影被吐槽成剧情狗血、台词矫情,但仍阻止不了这部电影成为《速7》之下的幸存者,三天收获票房1.69亿元。

可以想见,黄晓明应该可以凭《何以笙箫默》赚上一大笔。因为黄晓明在该片中不仅是主演,而且还是投资人,他能够收获的不仅是演员片酬,还可以直接参与到票房分账当中。

这两年,直接作为投资方参与到电影项目中的导演和演员越来越多,比如徐峥投资了《人再囧途之泰囧》、范冰冰投资了《观音山》,还有姜文投资《一步之遥》,目的就是为能直接参与票房分成,多赚些钱。不过,票房分账并不简单。

## 从一个官司说起

前不久,电影《西游·降魔篇》的导演、编剧兼投资人周星驰把电影的另一个制作方华谊兄弟告上了法庭。周星驰方面认为,根据双方达成的协议,如果《西游·降魔篇》的票房超过5亿元,华谊兄弟就会支付给周星驰方面票房分成。而该片的总票房是12.48亿元,所以华谊兄弟应该支付周星驰方面1.7亿元的票房分红。但是,华谊兄弟方面却认为,虽然总票房是12.48亿元,然而分到华谊兄弟的票房收入却不到5亿元,并不满足票房分红的条件,也就用不着向周星驰支付票房分红。

票房收入应该是按12.48亿元算还是按不到5亿元算呢?为什么明明总票房是12.48亿元,华谊兄弟却说只收到了不到5亿元呢?这背后牵扯到的问题就是票房分账。

## 一部电影到底怎么分钱

电影生产是一个复杂的过程,首先,需要由投资方为电影投资,其次需要由制片方来生产电影。然后,制片方会找发行方,而发行方会和各大影院、院线沟通并且确定电影的档期和放映场次。最后,院线和影院负责放映电影。在这一过程中出了力的公司,都可以参与分账。

现在中国票房分账的基本原则是:首先,需要在总票房中扣除5%的电影发展专项基金和3.3%的营业税。剩下的

钱当中,作为放映场所的影院拿走57%,制作方和发行方拿走43%。然后,制片方会根据事先的约定支付发行方一笔费用。剩下的钱扣除成本了之后,制作方和投资方再按约定分成。

以电影《后会无期》为例,该片总票房为6.5亿元,需要先缴纳3250万元的电影发展专项基金以及2145万元的营业税。剩下的5.96亿元票房中,院线拿走3.4亿元,然后需要交给发行方3000万元的发行费,再扣除制作成本5100万元,剩下1.75亿元。这些钱,才能轮到制片方和投资方分。

## 为什么电影公司和影院都觉得吃亏

从上面的例子中可以看出,票房分账主要在“拍电影”的电影公司和“放电影”的影院之间进行。不过这个比例并不是一成不变的。

1994年之前,中影集团向各大制片厂以90万元一部的价格收购买断电影,再由中影集团向各个省的发行单位发放拷贝。中影集团从总票房中拿走70%,其余部分的24%留给各个省的发行单位用作影院建设,剩余的6%上缴各省的财政。

1995年,国产影片《红樱桃》开了票房分账的先河:在每100元票房中,首先要上缴5元的国家电影发展专项基金以及3.3%的营业税,剩余部分再由制片方和影院双方按35%和65%的比例分账。

随着张艺谋的异军突起,《英雄》和《十面埋伏》等电影的票房成功增加了制片方的话语权。制片方开始和院线重新商讨票房分账的规则。随后的2006年,《满城尽带黄金甲》上映,制片方的票房分账比例被提高到了42%。最终,2008年和2011年,国家新闻出版广电总局电影局发布文件,规定制片方原则上不低于43%、影院一般不超过50%。

虽然分账的原则被确立下来,但是电影公司和影院对这个分法都不满意。据悉,全国851家于2012年开业的影院中,有70%的影院在2013年处于亏损状态,因为这些影院每年卖出去的电影票都无法弥补自身的运营成本。而在那些收益还不错的影院中,在全部的票房收入中,扣去将近一半交给制片方。剩下的钱里,有10%至20%用来缴纳房租,还有12%至19%的固定成本费用,最后留给影院的利润可能只占到票

房总收入的3%至10%。

再来看看电影公司的难处。演员片酬上涨,电影营销费用增加,都让近年来的电影制作成本越来越高,制片方想要盈利变得越来越困难。以近年来的几部大片为例,《太平轮》和《一步之遥》的成本都在3亿元左右,《一九四二》也达到2.1亿元,按照43%的分账比例,这些电影最终都未能收回成本。

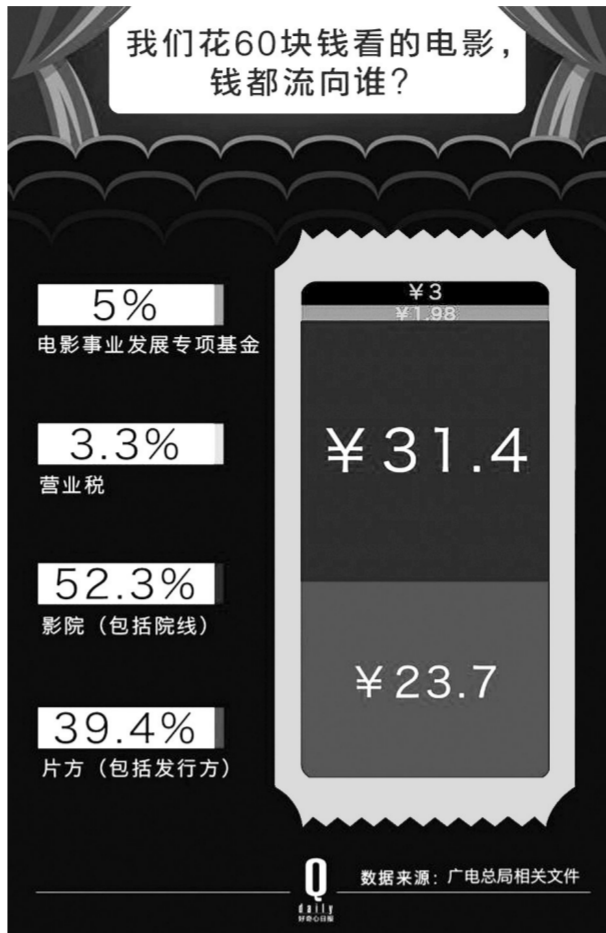
## 好莱坞如何分账

在好莱坞,有三种分账模式可以选择。第一种是和中国一样的固定比例分账。第二种是影院会支付一笔费用给制片方买断影片,然后这部影片的全部票房都归影院所有。第三种,是好莱坞最流行的分账模式,也就是阶梯式分账:在好莱坞制片商的一些大片上映的第一周,制片商可以拿走80%的票房而影院只能拿走20%,这样制片方就能尽快趁着影片的热度收回成本。但随着影片上映时间变长,制片商分到的票房会越来越小,第二周、第三周在60%左右,到了第四周可能就只有20%。

举个例子,《变形金刚4》在北美上映的第一周取得1亿美元票房,该片制片商派拉蒙就能从中获得8000万美元的票房分成,可以助其收回接近1/3的制作成本。

这种阶梯式分账模式的好处在于制片方能够尽快收回大片的制作成本,从而能够有效降低制片方大制作电影的风险。而对于影院来说,如果这部大片足够吸引人,即使在影片上映的第四周、第五周也能吸引到足够的影迷,那么影院也能够获得不错的收益。

参照好莱坞的这一分账模式,陆川



王诗韵 制图

导演的电影《王的盛宴》曾经在2012年贺岁档试水过阶梯式分账模式,即上映首周片方分成比例为43%,次周片方分成比例为41%,再次周片方分成比例下降至39%直至影片下线。

而电影《一九四二》的分账模式显得更加特立独行,3亿元票房之内发行方与院线方按照43%和57%进行分账,超过3亿元票房的部分将按照45%和55%进行分账,超过8亿元票房部分按照47%和53%进行分账。

不过,国内电影公司采取阶梯式分账模式的出发点和好莱坞并不一样,其实是为了“以收入换市场”,通过给影院更高比例的分账来换取排片,争取更高的票房。对于华谊这样的上市公司,与高票房带来的话题、提高的股价带来的收益相比,那点票房分成的损失根本不算什么。



5月13日,第68届戛纳国际电影节在法国南部海滨城市戛纳拉开帷幕。法国女导演艾玛纽埃勒·贝尔克作品《高昂的头》作为开幕影片,在简短的开幕仪式后进行了放映。图为在法国戛纳,电影《寻龙诀》剧组出席电影节开幕式。

新华社记者 陈晓伟 摄

## 有话就说

# 国产电影需要的不只是排片

素淡

《速度与激情7》(以下简称“《速7》”)刚以近25亿元的票房,让中国电影体验了一把“速度与激情”,接力的《复仇者联盟2》(以下简称“《复联2》”),又在中国上映首日席卷了2亿多元票房。人们一方面感叹中国电影市场的繁荣,另一方面也有这样的疑问:什么时候国产电影也能有这样辉煌?

令国内影人羡慕的,恐怕不只是好莱坞大片获得的超高票房,还有先后被《速7》和《复联2》刷新了中国电影市场排片纪录——在周二这个时间点,通过近九成的排片,《复联2》完成了首映零点场3000多万元的票房佳绩。在尝到了《速7》的甜头之后,想必院线也不会介意再来一场票房狂欢,因此《复联2》在今后一段时间仍会占据各大院线的排片头名。

来势汹汹的《复联2》的高排片率,除了影片自身的特效、大制作以及影迷的期待等因素,也与近期国产影片整体

势头偏弱不无关系:与《复联2》同期的几部国产片《何以笙箫默》、《左耳》、《赤道》的排片占比分别只有3.35%、1.62%和1.18%。至于文艺片《闯入者》和《念念》,基本上已经从影院中消失。

对于好莱坞大片在中国电影市场的强势地位,忧虑似乎是电影行业的普遍情绪。有导演认为,是中国电影不争气,从内容到制作到营销,都与多数海外大片存在着不小的差距,排片被嫌弃是必然的;也有影人认为,是这个市场过于功利,对于民族影业、文艺影片的保护力度不够,不利于现阶段中国电影的发展。比如,近日针对电影市场中这种压倒性的排片方式,《闯入者》导演王小帅就公开表示抗议,称这是“商业电影最好的年代,也是严肃电影最坏的年代”。

王小帅的“抱怨”不无道理。相对于好莱坞等海外市场成熟的电影制作和包装、营销机制,中国在商业电影领域,依然扮演着学徒角色。而中国电影

市场整体急功近利的大环境,也不利于国产电影的健康成长。不管是院线,还是制作方,说起一个好电影,首先谈到的不是这个故事本身有多好,而是营销做得如何,是否包装得漂亮。虽然《速7》在票房上令其他影片难以企及,但其故事情节简单也饱受影评人诟病,而因为影片的包装和营销为其票房成功助力颇多,这一点反而成为不少投资方、制片方所认为的一部影片成功的关键环节。

于是我们看到当前的国产电影在营销手段上花样层出不穷,线上线下、新媒体、微信平台,无一不利用到了极致,然而即使这样,为何院线仍不买账?笔者曾参加过多部国产影片制片方和院线之间关于排片问题的对接研讨,现场制片方用尽了“拜托”“请求”等姿态,院线方代表也纷纷拍胸脯保证要支持国产电影,会多给国产电影安排场次。然而回到现实中,在残酷的市场竞

争和可观的票房收入面前,基于常规的排片经验,国产电影大多数时候依然只能扮演陪太子读书的绿叶角色。原因无他,正如一些院线负责人在对接会上敞开心扉时所说的,“你的故事讲得还不够好。”实际上,产业链的上下游对于行业的认知不统一,直接造成了市场的天平向更为成熟的海外大片倾斜。

笔者也注意到,《复联2》硝烟散尽后,暑期档银幕大战将很快拉开大幕。早在年初,由于这个暑期档好莱坞大片云集,就被影迷和媒体封为“史上最强大片年”。群雄混战的背景下,虽然《复联2》的高排片很难再现,但国产电影,尤其是中小成本影片,其排片难度用“夹缝中求生存”来形容丝毫不为过。此种情况下,倘若国内影人不能在如何发展国产电影上达成一致,依然是心口不一,各玩各的,对于整体市场的持续繁荣可能暂时影响甚小,但对于产业生态的健康发展,无疑埋下了一颗地雷。

## 一周影话

### 视频网站:带你看一场在线演唱会

去年8月,汪峰和张惠妹先后把演唱会开到线上,一个是收费模式,一个是免费直播。以“明星”为切入点,这是目前在线演唱会最简单粗暴且直接有效的模式。虽然乐视早在2012年就开始做Live生活项目,但直到直播汪峰鸟巢演唱会才火起来。腾讯视频则在主办了张惠妹《偏执面》演唱会之后,似乎也找到了在线演唱会的“命门”,一发不可收拾。截至目前,腾讯视频Live Music已经举办了29场在线演唱会,观看人数覆盖1880万,单场在线人数最高达219万。今年,Live Music全年将直播50场以上演唱会。(来源:钛媒体)



评:视频网站做在线演唱会最直接的原因就是对内容的需求。除此之外,更重要的是在线音乐这块不可忽略的市场。现在唱片业的情况不理想,唱片商一直在减少,而互联网尤其是流媒体和音乐的结合,对广告主、用户以及音乐产业来说都是很好的机会。

### TFBOYS为什么这样红

越来越多的人发现,他们避不开一个两年前还不存在的名字:TFBOYS。他们的人气盖过微博上大多数的公共话题,一些娱乐圈前辈当红时,也发出了尴尬的感慨。TFBOYS的微博数据非常出色——2014年下半年后,三位成员的平均转发都在20万次上下,近期的峰值达到了千万级。这种传播力度几乎是全部主流媒体加起来的总和。但是,他们出色的传播目前只在微博上令人印象深刻。(来源:《综艺报》)



评:为什么TFBOYS在中国拥有这么多粉丝?实际上,类似EXO等新兴明星或团体,与传统的明星“挖掘—培训—出作品—制造热点—媒体跟进”的走红模式不同,他们是通过互联网等渠道,直接诉诸垂直的粉丝群。互联网,就是这些偶像赢得“90后”特别是“00后”这些网络原住民粉丝的手段。

### 《复仇者联盟2》首映排片创新高

《速度与激情7》在国内上映获得了25亿元人民币,创下历史票房新高,紧接着,好莱坞大片《复仇者联盟2》以3D、IMAX 3D、中国巨幕等版本在中国上映,该片能否席卷20亿元票房成为影市的一大看点。据专业网站“实时电影票房”发布的数据显示,《复仇者联盟2》上映首日的全国预排片占比达86.43%,达到历史新高,受此影响,其他影片排片大幅被压缩。据悉,《速度与激情7》首日排片也不过才63%。(来源:《中国广播影视》)



评:这个月,堪称“好莱坞月”,有人预计《速度与激情7》与《复仇者联盟2》两片将卷走50亿元票房。在两部大片的夹击下,国产小成本电影几无生路,只好“见缝插针”。业内笑称,选择在本月上映,迎战好莱坞大片的国产影片都是勇气可嘉的英雄。那么,“英雄”何时才能不用在夹缝中求生存,恐怕是国内电影行业需要考虑的问题。

(于帆 整理点评)

## 影音资讯

### 《于无声处》聚焦国安无名英雄

本报讯(记者赵凤兰)近日,中国电视艺术委员会在北京举办了电视剧《于无声处》专家研讨会,与会专家对该剧的艺术性及创新性给予了充分肯定。

《于无声处》是江苏中天龙文化传媒有限公司继《国家机密》系列剧后,推出的又一部现代国安题材大剧,由高满堂编剧,阎建钢导演,演员胡军、左小青等主演。该剧以上世纪80年代核潜艇、航母反谍为背景,讲述了一场跨度为30年的国家安全保卫战,诠释了

国安人员对国家的忠贞和对理想信念的坚守。

研讨会上,中国艺术研究院影视研究所所长丁亚平表示:“这部电视剧以小见大,通过看似平常的小故事表达了国安人员坚守底线、忘我牺牲的职业责任。作为一部谍战剧,它没有一味主打枪战、密码破译这些老一套情节,而是把谍战和家庭、情感等普通人的生活结合在一起,赋予作品更多的人情味、历史感和思想厚度,体现出自身独特的艺术追求和人文表达。”

### 电影《十二公民》上映获赞

本报讯 根据经典之作《十二怒汉》改编,由徐昂执导,汇集了何冰、韩童生等人艺老戏骨的电影《十二公民》于5月15日登陆大银幕,正式同观众见面。该片上映前在北京举行了大规模点映以及首映式,电影业界人士给予了很高评价。

《十二公民》改编自好莱坞经典电影《十二怒汉》,是继俄罗斯版《十二怒汉》、日本版《十二个温柔的日本人》之后,世界影坛又一次将好莱坞经典本土化尝试,也是话剧导演徐昂的电影导演处女作。由于中国和西方的法律制度不同,《十二公民》在

剧情的前提设置上与《十二怒汉》有很大差别——《十二怒汉》是12名真正的陪审员在讨论真实的案情,他们讨论的结果将决定被告小男孩是否有罪。《十二公民》则是一个模拟的西方法庭,他们进行的也只是一场模拟的讨论。

导演徐昂在首映式上表示,他希望《十二公民》这部影片能够表现国民心态,不仅表现当下国民“桌子上”的语言,更展现他们“桌子下”的生活。主演之一的何冰强调,徐昂将北京人艺几十年积累下的“语言”经验,在这部电影中提炼并沿用,因此本片称得上是“言值爆表”。(于帆)