

《捉妖记》票房夺冠引争议

国产电影何时打破“唯票房论”

师 烨 东

根据艺恩实时票房数据显示,截至9月11日15时,《捉妖记》上映59天,累计票房24.2671亿元,超过上映47日的《速度与激情7》的24.2655亿元,成为中国内地电影的票房新冠军。

在此之前,《捉妖记》被业内人士质疑“买票房”之事闹得沸沸扬扬。针对影评人提出的午夜场满上座率、《捉妖记》发行方安乐影业旗下院线同一银幕每隔15分钟便排片等质疑,安乐影业方面回应称满上座率为包场公益放映,而15分钟一场则是旗下院线的排片错误。

9月11日,《捉妖记》官方微博发表声明,称8月28日至9月11日期间,《捉妖记》公益放映票房为4042万元。笔者梳理后发现,这15天内,《捉妖记》的“公益票房”平均每天达到了269.5万元,尤其在后几日,该数据几乎占到了《捉妖记》当日票房的100%。

针对有人质疑其最近两周4000万元的公益票房,完全是片方为了成为票房第一而“买票房”的问题,安乐影业回应称,关于公益放映等事件,其已经在《捉妖记》官方微博有过回应,不再多做回应。

北京大学文化产业研究院副院长陈少峰认为,《捉妖记》的高票房说明国产电影的市场意识在不断提高。但是《捉妖记》在国产电影保护月内上映,且延长了不短的档期,其纪录仍然存在一定的水分。“国产电影更应注意的是影片质量如何能不断上升,而非如何靠非常规手段赢取票房。”

《捉妖记》包场内无人观看

实际上,早在8月25日,即安乐影业回应《捉妖记》开始公益播放放映的前3天,便已经有网友及影评人质疑安乐影业存在通过旗下院线刷、买票房的行为。

随后,微博上有加“V”影评人对《捉妖记》提出“票房造假”的质疑,并附上截图说明安乐影业旗下的百老汇院线对《捉妖记》进行了大规模的排片,时间多为早场或午夜场,但上座率却达到了100%,甚至有部分影厅上座率超过了100%。而长度超过120分钟的《捉妖记》,在同一影厅甚至还出现了每隔15分钟就有新排场的情况。

对于质疑,《捉妖记》官方微博在8月30日夜间发出官方声明作为解释。声明中显示,安乐电影公司的确使用了片方付款的方式进行包场,但目的是进行公益放映,给特定的观众群体进行免费观影。至于凌晨场次以及不到半小时就轮排的情况,则是因为总部与各地影院沟通时出现了问题。安乐影业表示,之后会要求各地严格执行总部的放映规定,也欢迎观众监督。

在安乐影业做出回应后,中央电视台电影频道针对《捉妖记》的公益放映做了专题报道。央视记者到《捉妖记》公益放映的影院进行了实地探访,却发现早、中、晚随机采访的3个场次中,

现场都没有任何观众。但安乐影业总裁张晗在回应央视的采访中表示,这些无人观看的公益场次票房也将计入总票房之中。

电影行业分析师陈斌称,自8月底以来,安乐影业下属的多家影院,屡屡通过全天超过100万元甚至200万元的票房进入全国院线票房单日百强榜,而其中部分影院主要的票房来源为《捉妖记》。“以公司旗下的杭州百老汇影城为例,在8月28日至30日的3天中,《捉妖记》每天的票房贡献度都在85%以上,平均票价在100元以上,场均人次却都在172人以上,甚至上座率都没有低于108%。”他说。

一位不愿透露姓名的电影行业咨询师说:“其实《捉妖记》在破了国产电影票房纪录之后,业内对于该片都是赞赏有加的。但是发行方后来的一些行为的确有点过分,引起了人们的反感。”微博上一名影评人亦评论:“冠军来之不易,但要取之有道。”

某影视咨询公司负责人则表示:“对于一些人采取的偷、买票房等行为,我们并不赞成。但是总体来看,《捉妖记》市场基数足够大,至于其最后冲刺阶段的买票房事件,放大来看意义并不大。”

监管缺失致票房乱象屡禁不止

实际上,《捉妖记》被曝出买票房并非个案,国内院线在票房上的不规范现象存在已久,尤其三、四线城市更是屡屡被曝出偷漏票房等问题——近两年,不时有网友在微博以及影视论坛上发帖吐槽观影时电影票被院线通过手写等手段偷挪票房。

而业界对于偷票房乱象也逐渐忍无可忍。8月28日,华谊兄弟传媒股份有限公司总裁王中磊就在微博贴出两张一早一晚的电影票房的截图,怒斥“票房都去哪了?请拿开脏手!”疑暗指由华谊出品的电影《三城记》票房被偷。

易观国际分析师郝茜表示,尽管现在院线都装有相关主管部门核准的计算机联网售票系统,但是由于受到利益诱惑,一些影院仍然会选择铤而走险。

“现在影院的投资成本并不低,一般收回成本需要七八年时间。而院线通过偷漏票房,或者通过不同分账比例的影片挪票房,可以少交税、基金或是少给片方分钱。”郝茜说。

而随着网络售票在院线的普及,一些影院偷漏票房手段也发展得五花八门。比如某院线曾在售票时售出自己分账比例较高的电影票,而后手写改为其他电影来逃分账。另有部分院线则销售爆米花“捆绑套餐”,将饮料、爆米花与电影票打包出售,将电影票设定为最低定价而独吞差价利润。

上述不愿具名的电影行业咨询公司负责人表示,实际上,偷漏买票房并不是近些年才兴起的,只是随着微博等自媒体的兴起及传播,才使得这些院线



《捉妖记》剧照

快 评

“唯票房论”可以休矣

卫 昕

《捉妖记》以屡破票房纪录的姿态成为国产电影关注的焦点。无论是业内,还是广大观众,都对于这部影片给予了赞赏和呵护。这部制作精良、具有开拓精神的优质国产片获得高票房原本当之无愧。但在“夺冠”之路上,以“公益”之名刷票房,却成为《捉妖记》画蛇添足的败笔。这一行为背后,其实暴露出国内电影界对票房神话的扭曲崇拜。

经历了上世纪末国产电影的票房滑坡、电影院门可罗雀乃至破产转行的苦日子,近10年持续高速增长票房,让电影人有了一种“翻身做主”的自豪感。在全球票房增速第一的背后,以票房论英雄的观念,也让高速发展的中国电影市场进入误区,票房神话刺激了某些不规范运作。如导演被票房绑架,电影成功了,导演

却“失败”了;如偷票房事件频频发生,网络水军成为职业;再如某些影片为追求高票房,把2D转制为伪3D……

在成熟的电影市场,更科学的统计数据不是票房,而是观影人次。在“唯票房论”思想指导下,电影创作者是在为谁创作?我们看到,现在中国电影市场规模越来越大,但电影类型和审美却越来越单一和僵化,具有开创性的作品越来越少。市场上充斥着各种“赚快钱”的跟风之作,而对《黄金时代》、《刺客聂隐娘》等原创作品的接受度、容忍度却越来越低。

电影界也到了转变“唯票房论”观念的时候。国产电影迅速崛起,但票房神话不应成为电影人追求的终极目标,丰富的类型、精良的制作、旺盛的原创力,才是中国电影真正的精气神。

的“小伎俩”逐渐被业内外所知。整体来看,目前随着主管部门逐渐加强了规范,偷漏票房等问题其实已相对前些年减少了。

近年来,监管部门亦加大了处罚力度。今年初,中国电影发行放映协会发布公告,通报了今年1月10家影院违规使用“双系统”售票,长期偷漏瞒报电影票房收入、截留票款等违规行为。据报道,由此前的案例可以看到,违规影院会收到30万元至100万元不等的罚单,

以及4至6个月的停片处理,国家电影专项资金管理委员会也将取消违规影院当年先征后返以及其他各项资助和奖励资格。

“虽然主管部门针对偷漏挪票房逐渐加大了处罚力度,但是其违规成本仍然较低。并且中国有数千家电影院,监管并不容易。另外买票房虽然也存在不少电影中,但是这一行为却并不违法,只能说买票房现象不太光彩。”郝茜说。

一周影话

网剧升温 质量需把关

近期最火的两部剧,一是《花千骨》,二是《无心法师》。前者是传统剧,即以电视作为主要播放平台;后者是网剧,百分百依赖互联网传播。一般来说,网剧再红,也很难与传统剧争夺舆论场,但《无心法师》的热度与《花千骨》相差无几,且口碑更胜一筹。显然,网剧崛起已是不争的事实。然而,目前网剧的生长依然呈现粗放的状态,尽管偶有佳作,但粗制滥造的产品还是占多数。

(来源:《辽宁日报》)



评:虽然网剧具有题材多样化、技术创新、想象力丰富等多种优势,是传统剧所欠缺的。不过,同时也应当看到,这些优势如果不能很好地加以利用,便可能产生负面效应。透过一些网剧的成功,应看到网剧的市场潜力,与此同时,也不要忘了从质量上来分析它受欢迎的原因。

好莱坞品牌系列电影的成功秘密

最近国内电影行业经常谈到“IP”,围绕它的讨论和争议让一个原本生涩的英文缩写迅速在业内蹿红。事实上,在北美,常常会用另一个词来形容具备品牌价值的电影,那就是:品牌电影。如今好莱坞电影正在全面系列化。近日,《碟中谍5》正在上映,美国“劳模”汤姆·克鲁斯十年如一日,利用“不可能的任务”继续获得稳定可能的票房。截至目前,2015年全球票房前10的电影中,有8部是续集电影,各自属于不同的系列。

(来源:凡影周刊)



评:观众的喜好在不断变化,没有哪个明星能够保证一部影片可以顺利获得高票房。然而品牌电影却可以让更多的年轻观众为之倾倒。如今,任何一部巨资电影都必须考量能否成为一个品牌,片方对电影风险可控的诉求日益高涨,电影的品牌化操作则提供了促成衍生收入增长的有效途径。

99元:“好妹妹乐队”尝试演唱会革命

当两个“80后”音乐人组成的中国民谣组合“好妹妹乐队”发起众筹,希望让市场和乐迷做主,助其在北京工人体育场举办万人演唱会时,许多人并不看好这次音乐与互联网的结合。然而,众筹项目6月上线后仅月余,两万张99元的预售门票就已全部卖出。近日,“好妹妹乐队”在北京工人体育场开唱。要知道,内地音乐圈之前能在工体场开个唱的明星,只有汪峰、凤凰传奇这样的大明星,而“好妹妹乐队”是登上工体场的第一个独立音乐人。

(来源:《新京报》)



评:其实,那些只在民间活跃且保有小而明确受众群的艺人,粉丝黏性一点都不逊于大牌艺人。“好妹妹乐队”选择将众筹票价定为99元,这个价格绝对是北京工人体育场有史以来的最低价格,甚至低于现在北京所有场馆演唱会的最低票价。但99元带来的实际意义却是,用低票价拉近了演唱会与实际消费群体的距离。

(素淡 整理点评)

影音资讯

大数据解读“喜剧之王”周星驰

本报讯 (记者于帆)9月12日,“今日头条”公司在北京发布“算数·中国电影之喜剧之王”数据,通过超过3000万全国日活跃用户的阅读大数据,全面扫描“喜剧之王”周星驰,“星爷”的方方面面第一次以数据的方式呈现出来。

通过对“今日头条”用户的调查统计,关注周星驰的群体中,占比最大的是18岁至23岁的年轻人群,“90后”是主力军,紧随其后的是24岁至30岁群体,年轻人对周星驰电影的喜爱非常专一。数据显示,在周星驰扮演的角色中,“唐伯虎”这一角

色以7.08%的相关率位居第一,而电影《大话西游》中观众所熟悉的“至尊宝”一角只以2.05%的相关率位居第四。值得一提的是,最受关注前五名的角色均为周星驰所扮演的纯喜剧角色,可见观众还是更加喜欢周星驰身上欢乐和幽默的一面。

久未露面的周星驰出席了当天的发布会,并透露由其执导的新片《美人鱼》将在猴年春节档上映。同时,永乐影业也带着由周星驰电影《长江7号》改编的动画电影《长江7号超萌特工队》登场,并宣布该片将于9月26日全国上映。

电视剧《小丈夫》诠释“爱情梦想”主题

本报讯 (记者于帆)9月10日,正在紧张拍摄中的都市爱情喜剧《小丈夫》在北京举办了一场主题为“粉红色爱情梦想”的发布会,编剧李潇、于淼,导演姚晓峰携主演俞飞鸿、杨玏、张萌、韩童生等演员到场。该剧由新丽传媒股份有限公司出品,是新丽传媒出品的热播剧《大丈夫》系列之二,由《大丈夫》原班幕后主创和演员携手拍摄。

电视剧《小丈夫》讲述了“魔王少年”杨玏与“女神姐姐”俞飞鸿恋

爱的同时,几家人之间发生的各种欢乐、纠缠的情感故事。该剧继承了《大丈夫》人物鲜明、角色关系交错复杂的特点,人物角色各有千秋和突破,情感关系复杂纠结。作为2014年电视剧市场中广受观众好评的都市爱情喜剧,《大丈夫》无论是收视率还是网络点击量都取得了不错的成绩,作为该系列的最新作品,《小丈夫》仍然定位为“主流商业剧”,不仅在话题上深挖情感关系,在创作上,其戏剧张力表现上也更精准。

有话就说

电影专资将达20亿元:使用需公开

张 鹏

在中国电影市场一片红火的形势下,实行了将近10年、用于支持电影事业发展的国家电影专项资金四成返还地方的政策,将于10月1日起正式改变。

财政部、国家新闻出版广电总局近日发布了将于10月1日起施行的《国家电影事业发展专项资金征收使用管理办法》(以下简称《办法》)。(《办法》规定:“电影专项资金按照4:6的比例分别缴入中央和省级国库”,也就是说,返还地方的比例将提高至六成。按照今年全国电影票房400亿元的规模测算,这一新政将涉及至少20亿元的分配和使用。

与2006年7月1日起施行的《国家电影事业发展专项资金管理办法》相比,修订版《办法》出现了不少与时俱进的内容:

10年前,中国电影事业可谓萎靡不振,县以下的影院几乎悉数改行。因此,当时征收电影专项资金的对象,只规定为“对县及县以上城市电影院电影票房收入,按5%的标准征收。”近年来,随着中国电影市场蓬勃发展,二、三线城市成为电影票房的新票仓,乡镇乃至乡村的电影院蓬勃兴起。为此,修订版《办法》取消了地域限制,规定只要是办

理工商注册登记的经营性电影放映单位,都应当按其电影票房收入的5%缴纳电影专项资金。《办法》还特别指出:“经营性电影放映单位包括对外营业出售电影票的影院、影城、影剧院、礼堂、开放俱乐部,以及环幕、穹幕、水幕、动感、立体、超大银幕等特殊形式电影院。”业内人士指出,环幕、穹幕、水幕、动感、立体、超大银幕这些新词,也折射出我国电影市场近年的新变化。

2005年,中国全年电影票房只有20亿元。截至今年9月,全国电影票房已超过300亿元,预计全年将突破400亿元大关。因此,虽然仍旧是按照电影票房收入的5%征收,但电影专项资金的总额已由2006年的1亿多元剧增至如今的20亿元。如此一来,资金的使用和监管将变得更为重要。和2006版《办法》相比,修订版《办法》更为强调将电影专项资金用于奖励优秀国产影片制作、发行和放映,同时还将适用范围扩大至重点制片基地建设发展和资助文化特色、艺术创新影片发行和放映,改变以往倾斜照顾影院的局面。更为重要的是,修订版《办法》第二十条首次规定:“国家和省级管委会办公室应当每年向社会公布电影

专项资金支出情况,接受社会监督。”

至于电影专项资金的分配方案,2006版《办法》中规定:“国家管委会依据各省份上缴数额的40%按季返还上缴省,由省级管委会安排使用。”而修订版改为“电影专项资金按照4:6比例分别缴入中央和省级国库。”这表明,返还地方的比例提高了两成。业内人士据此认为,这将为各地扶持电影事业的发展拓宽了资金来源。

由于国内影院的实际经营情况并不如想象得那么乐观,各种成本带来的经营负担不可小觑,且还需将近一半的票房收入交予片方,在影院经营压力达到一定程度时,或将引发影院和片方的票房分账之争。

据保利影业投资有限公司公共事业部总监刘建峰介绍:“票房是影院的主要收入,但票房中有8.3%需缴纳电影专项资金和相关税款,同时还需根据分账比例将剩余票房中的43%交付给片方和放映,同时还将适用于缴纳房租,而在最后仅剩的约20%票房中,还有水电、人力等成本,在这种情况下,影院单靠票房收入很难获利。”

“由于需要经历市场培育期,即使影院处于较好地地理位置或房租相对较

低,并能保证一定客流量,最快也需要两年左右的发展才能收回成本。”UME影城北京安贞店经理任辉说,鉴于市场实情,影院哪怕损失一点,都极有可能出现倒闭的结果。

由于影院持续受到经营压力,票房任何一点分配比例的变化都会引起市场的争议,比如2012年,中影集团、华谊兄弟等国内五大电影发行公司曾单方面将票房分账比例从43%提高到45%,受到院线方面的激烈抗议,其中27家院线还联合发布《中国电影院线市场协商宣言》,双方矛盾不断激化,经过10余天的谈判才使事件逐渐平息。

“如果让影院出让更多的票房收入,承担更多的成本,在压力达到一定程度后,则会再次引发院线和片方的票房分账之争。”刘建峰说。

而中国电影家协会秘书长饶曙光表示,此次《办法》的出台对电影市场产生了积极的作用,将此前没有涉及的小影院或特殊形式电影院也囊括到缴纳范围中,实现市场的平衡,同时该资金的使用也进一步进行规范,保证每一笔都落到实处,帮助弱势影院的经营,推动市场可持续发展。