

近日,中影数字电影发展(北京)有限公司发布了关于影片《美人鱼》密钥延期的通知,宣布密钥延期至6月8日23时59分,这意味着在春节档2月8日上映的《美人鱼》将足足放映4个月,创下近年商业电影延期的新纪录

# 一部电影放多久,谁说了算?

本报记者 于帆

接连创造中国电影市场票房纪录的《美人鱼》,日前其片方又宣布将公映密钥延期至6月8日,从而创下国产影片密钥延期新纪录——在影院放映达4个月之久。与此同时,与《美人鱼》同在2月8日上映的其他两部影片——《澳门风云3》宣布密钥延期至3月20日,《西游记之孙悟空三打白骨精》宣布密钥延期至4月8日。

其实,密钥延期并非新鲜事,近年来已经有越来越多的电影在票房反应良好的情况下申请延期密钥。不过,像《美人鱼》这般将密钥延期3个月,在业界还是头一遭,此举也在业内引发了争议——有业内人士表示,《美人鱼》片方延长放映期限是为了冲击更高的票房。片方则称,这是几家出品公司共同商议决定的。

那么,究竟什么是密钥?什么样的电影可以延期密钥?延期密钥是否就一定可以成为一部电影票房的助推剂?

## 解密“密钥”

中国发行放映协会技术分会副会长马秉超曾将密钥比喻成“一部电影在一台放映机上放映时所对应的钥匙”。其实,为了保护电影版权安全,院线在影片公映前获得的是加密的数字拷贝文件,自带时间属性,可控制影片在影院的放映时间,当前多数影片的密钥有效期为一个月。

记者了解到,在国内,密钥制作的专门单位只有两家——国家新闻出版广电总局电影数字节目管理中心和中影数字电影发展(北京)有限公司(以下简称“中数”)。电影上映前,中数会将密钥公布于官网的下载区,供电影院下载。而密钥延期,则需要经过发行方、制片方以及中数多方沟通,并经国家新

闻出版广电总局同意后,再花费额外的延期服务费重新制作密钥。

记者观察到,影片密钥延长各不同,比如这次《澳门风云3》延长了1个多月,《西游记之孙悟空三打白骨精》则延长了两个月,之前《捉妖记》也曾延长1个月,而去年贺岁档的热门电影《匆匆那年》则只延长了两周。另外,每部影片密钥延长的次数也不尽相同,目前大部分影片只做一次延期,但《泰坦尼克号(3D)》曾进行了3次密钥延期。

那么,究竟满足什么条件的电影可以申请密钥延期?

其实,通过以上提到的延长上映期限的电影不难看出,一部电影之所以可以延期,主要依据其在市场上的表现——只要电影在市场卖得火,电影版权方便可以向密钥制作方申请为延期而重新制作密钥。

## 为票房?还是为市场?

其实,密钥延期并非今天才有。在使用电影拷贝的时代,延长放映时的加洗拷贝和如今数字时代重新制作密钥是同一个概念。当一部电影的“热度”在通常的1个月放映期后仍保持着较好的势头,片方往往会希望以延期放映的方式来延长电影的“生命力”。在业内人士看来,这是符合市场选择的合理行为。

动画电影《西游记之大圣归来》在进行密钥延期时,该片发行方、影联传媒首席运营官付泉平表示,他们觉得片子的生命力未到下映的时候,“片方希望把这部影片做成一个类型化的标杆,能冲多高就冲多高。”

“冲多高”的最直接指标,当然指的就是电影票房。所以当一部影片宣布延长放映的时候,人们不难想到,片方此举就是冲着高票房去的。实际上,当初电影《捉妖记》延长放映时,即有分析人士就其再上映1个月后的票房算过一笔账——如果这1个月仍以每日票房

进账2000万元的速度,那它延期下线将有可能赶超《速度与激情7》24亿元的票房。果然,《捉妖记》不负众望,最终以总票房24.4亿元收官。

这也是《美人鱼》宣布延长放映3个月后很多人的第一反应——票房33亿元还不够吗?再放映3个月,难道票房要冲击50亿元?

根据CBO中国电影数据统计,记者发现,3月9日,也即《美人鱼》上映的第31天,单日票房为703.3万元,位列当天票房榜第三名。延期第一天就有如此好的票房表现,这看起来,该片选择了密钥延期也在情理之中。对此,也有业内人士表示,按照市场规律来看,一部影片本来就应该是在放映到没有观众看才下线。

事实上,在欧美确实有不少影片放映长达两三个月才下线。在北美,一部电影能在影院停留多久,由市场说了算。一般来说,一部口碑正常的电影上映时间超过2个月,如果影片确实卖座,上映时间超过3个月的情况也不少见,像《少年派的奇幻漂流》在北美部分影院上映长达250天。当然,如果电影口碑不好,其上映时间就会相应缩短。

对比全球电影市场最成熟的北美,有业内人士指出,延长放映意味着一部影片的口碑和票房表现都很好,并且院线愿意为其安排更多的放映空间。从这个角度来说,目前国内实施的密钥延期规则也同样是在尊重市场的基础上。

当然,延长放映时间并不是所有影片都能享受的待遇,更多影片即使收获了一定的市场热度,仍然会在1个月的规定时间后下线。如果真是根据市场反应来安排影片上映周期,那么为何大部分影片还是只能放映1个月?

究其原因,还在于中国的影院银幕数还不够多,电影票房收入占据了影院收入的绝大部分。由此导致影院放映的空间相对狭窄,只能选择热门、票房

表现好的电影,而放弃市场表现不尽如人意的电影。实际上,这也是业内人士所指出的中国电影产业在发展中需要不断改进的地方。

## 延期下线的背后

在院线方面看来,一段时间内某部影片延长放映也说明了后续上映的影片质量不够过硬,场次上占不到多数。拿《美人鱼》来说,在其后上映的新片只有《疯狂动物城》和《叶问3》口碑和市场反响不错,单日票房排在其前面,至于其他大部分新片的票房则远远被甩在后面。根据CBO中国电影数据,截至3月9日,《美人鱼》排片占比仍高达12.67%。不过,后续随着《荒野猎人》、《飞鹰艾迪》等多部好莱坞大片陆续上映,《美人鱼》的排片比例势必降低,再想要获得更高的日票房就并非易事了。这也是业内人士将其放映延长的时间称之为“象征意义的时间”的原因,因为一旦佳片云集,院线是不会给延长放映的片子施舍排片的。

所以,一些业内人士强调,延期并不适合每部影片,客观上观众能不能够接受这个片子,还是要看市场。从这一角度也可以说,延长放映并不一定催生高票房,因为市场才是起决定作用的。

那么针对越来越多的影片选择密钥延期,不少院线人士认为,只要观众还有观影需求,新片又无法满足市场需求,就会有更多的影片延期,这样能带动市场良性竞争。

而在一些影评人看来,虽说当下的中国市场,院线成为考验一部电影究竟是否成功的考场,票房成为了检验的唯一标准,但若是如此,就没有因为某个考生答卷答得漂亮,监考老师就给他延长考试时间道理。当下中国电影市场应该给予消费者足够的选择权,影片再好,一直上映也会产生审美疲劳。

运动喜剧电影《飞鹰艾迪》将于3月18日在国内上映。3月9日,该片主演休·杰克曼、塔伦·埃格顿、影片主人公原型英国滑雪名将艾迪·爱德华兹来到北京,出席了影片发布会及主创交流活动。

《飞鹰艾迪》自宣布引进以来,受到了众多影迷的关注,该片讲述了英国跳台滑雪名将“飞鹰”艾迪·爱德华兹的生平事迹,被誉为英国版《阿甘正传》。故事有笑有泪,小人物追求大梦想以及坚持不懈、努力拼搏的奥运精神极具感染力,片中表达的对于梦想与成功的思考,让许多看过影片的影评人赞誉有加。发布会上,影片主演、曾经饰演“金刚狼”的演员休·杰克曼和电影《王牌特工》主演塔伦·埃格顿与现场影迷和滑雪爱好者进行了互动。

活动当天,北京奥运城市发展促进会副会长蒋效愚、二十世纪福斯中国董事总经理刘思汝共同宣布,《飞鹰艾迪》成为北京国际体育电影周特约展映影片。蒋效愚表示:“该片的上映将让更多中国人认识和享受冰雪运动的魅力。”图为该片主演休·杰克曼(右)、塔伦·埃格顿(左)与“飞鹰艾迪”原型艾迪·爱德华兹在发布会现场。

本报记者 于帆 摄影报道



## 有话就说

# 资本玩电影 不能突破诚信底线

陆绮雯

“朝阳群众”又出动了,他们发现,看《叶问3》的观众都爱坐第一排!可大家都知道,第一排的观影效果是很不理想的。

《叶问3》在中国内地上映短短三天,近5亿元的票房怒刷存在感,也引发“朝阳群众”的强烈关注。3月5日下午,有群众贴出北京美嘉欢乐影城(三里屯店)多个场次《叶问3》的出票情况,齐刷刷的第一排被买空。同一时间,3月6日该影城多个场次的《叶问3》出票情况如出一辙,中间的“黄金座位”没售出,前排后排都满座。先买走第一排的“垃圾座位”,被视为典型的刷票房行迹。

3月6日凌晨1时,又有群众在豆瓣贴出一张武汉中影国际影城(光谷天河店)的实时售票图,图中显示,该影城在0时56分开始,每隔10分钟排映一场《叶问3》,票价高达203元。

“我不知道这5个亿的票房里有多少水分。照理说,《叶问3》在香港票房也达到6000万元,几乎是香港地区排得上号的卖座片了,但当地对此片的影评

甚少,这很奇怪。”业内人士娜娜(化名)说,她是拿着赠票去看的,一同观影的几乎都是赠票观众,放映厅上座情况稀稀拉拉。

事实上,从《捉妖记》、《港囧》到《美人鱼》,随着国内电影票房以前所未有的速度屡创新高,几乎每一部高票房大片都会露出足以被质疑“刷票房”的蛛丝马迹,电影产业中的“金融炼金术”也日益浮出水面。有的造假欺瞒市场的手段已经到了令人无法容忍的地步。

娜娜透露,当热钱涌入电影圈,票房数字变得愈加华丽似乎已是业内“公开的秘密”。比如说,首日票房是一定要冲的,因为这会影响到影片在市场上的影响力及口碑;再比如,大量卖9.9元的低价票,这个价格片方是赚不到钱的,但对于冲票房效果很不错,因而能看到很多电影效仿这一做法。

谈到《叶问3》,娜娜认为,该片受到热议和其从筹备到上映始终与资本紧密结合有关。由于其背后的上海快鹿在发行上也采取了不同以往的“互联网

金融”方式,也就是说,绝不是简单的和《港囧》、《捉妖记》等类似的“刷票房”,《叶问3》的资本运作显然走得更怪异,偏离了文经结合推动电影业健康发展的正确道路。

《叶问3》片方对影片全周期的金融“运作”早就受到不少业内人士的议论,娜娜从发行渠道了解到,影片上映前,其与全国的1000个影院达成合作,买断一个月的票房,每个厅的成本在20万至30万元之间,单以这笔开销算,就高达3亿元。

投入那么多,片方如何盈利?显然片方的账不是这么算的,票房高,股价才能高,这或许才是醉翁之意的真正所在。娜娜对《叶问3》的制作水准评价不差,但她认为,片方这种极端的运营方式可能反而会伤害影片本身,“电影毕竟是艺术产品而非金融产品”。

和其他高票房影片与不少上市公司捆绑一样,上海快鹿相关的上市公司也早已渗透票房权益。挂在快鹿官网上的新闻稿这样表述:“上海快鹿投

资集团目前是港股上市公司十方控股、A股上市公司神开股份的实际控制人。公告显示,目前十方控股已向上海合采影视收购《叶问3》中国大陆票房净收入的55%。神开股份也公告称成立《叶问3》电影票房收益权投资基金,并将通过该片未来票房收益分配获取投资利润。”

上市公司与票房直接产生关联,不难联想,片方的如意算盘应是高票房带来的股价刺激。票房好成绩,是相关上市公司拉升股价的绝对好题材。相对炒作股价的暴利,自掏腰包刷票房那还是十分划算得体的事情。

作为影视行业从业者,娜娜在看到中国电影票房节节突破的时候一点都高兴不起来:“这种玩法对电影行业杀伤力很大,就像平衡的生态圈中出现‘外来物种’,对食物链的破坏可能是毁灭性的。”当更多从业者倾向于多花工夫在“金融炼金术”而不是修炼影片内功上时,国内电影产业的未来是否会被资本玩坏?

## 一周影话

### 电影票退改签:一场艰难的博弈

从汽车票的退改签到火车票与飞机票的退改签,都已经实现了无条件限制。但是,电影票却长期遵循“一经售出,概不退换”的行业铁律,成为观众心中的痛点。可喜的是,不久前猫眼订票APP平台在部分影院推出了电影票免费在线改签的服务。然而,电影票退改签想要全面实现,依然存在重重阻力,甚至屡遭业内人士泼冷水。(来源:《工人日报》)



评:从服务角度来说,无论是电商还是影院都应该根据观众的需求,以优质服务赢得观众的青睐。电影市场需要电影票退改签,互联网电商也本应积极研发退改签软件。然而,现阶段电商和影院却只在意因电影票退改签增加的成本由谁来承担这个问题,实际上,在退改签难以实现的背后,是电商和影院之间艰难的博弈。

### 中国式续集电影如何叫好又叫座

近期上映的《卧虎藏龙2:青冥宝剑》虽然有著名武术指导袁和平执导,又有杨紫琼、甄子丹等顶级功夫巨星主演,更辅以3D特效,却遭遇了市场的冷风和口碑差评,不少影评人甚至用“狗尾续貂”来形容这部续集电影。在市场上,中国的续集电影无论在数量上还是质量上都不令人满意,虽然此前也有《画皮》、《无间道》、《窃听风云》等系列电影阵仗很大,但整体在票房和口碑上并没有形成气候。让人不得不冷静沉思,中国的续集电影到底症结何在?(来源:《深圳特区报》)



评:对于续集电影来说,需要面对的是品牌的经营。续集电影走的是可持续发展之路,需要运作层面和各项工种的配合,这对电影工业体系的要求很高。比起成熟的好莱坞续集电影,中国的续集电影更像是处于蹒跚学步的小孩。在可见的未来,中国续集电影仍然只能处于蓄力的阶段。

### “限娃令”致电视台数十亿元收入打水漂

近日,影视圈盛传国家新闻出版广电总局“限娃令”,即除了更加严格管控未成年真人秀节目外,还特别提及“明星子女参与的节目不再制作播出”。据悉,近期确有相关文件出台,相关综艺节目也在进行调整。一位湖南卫视系统的内部人士表示,湖南卫视旗下明星亲子节目《爸爸去哪儿》第四季将有所调整。值得注意的是,目前“爸爸”系列真人秀节目广告收入动辄数十亿元。业内人士分析称,“限娃令”可能直接影响相关节目的品牌价值 and 广告收入。不过,目前在国家新闻出版广电总局官方网站上没有看到正式文件。(来源:《北京青年报》)



评:自2013年第一季《爸爸去哪儿》火爆以来,出现了诸多同类型或相近类型节目。实际上不用“限娃令”,观众也已经对此类真人秀产生了观赏倦怠。要不要“限娃”,一方面可以从对未成年人的保护方面看其积极的影响,同时也要看到,“限娃令”的最大功用是给打算跟风制作的机构提个醒:此类节目已饱和,且处于快速衰退期,不要再盲目跟进复制了。(素淡 整理点评)

## 影音资讯

### 优酷“三通”开拓多屏文化娱乐消费市场

本报讯(记者程丽仙)3月10日,“影·享2016——优酷会员品牌战略发布会”在北京举办,会上公布了优酷会员2016年的战略方向和储备内容,并宣布了与阿里多条业务线的合作。

据介绍,今年优酷在会员业务上将继续大力投入,以100亿元打造优质付费内容,将推出超过50部定制剧,电影片单将覆盖95%的院线大片。其中,海外版权包括韩剧《任意依恋》和《步步惊心:丽》、美剧《夜班经理》、《神探夏洛克》,动漫产品有《一拳超人》和《无限界的怪灵世界》,以及类型多样的定制网剧《寻秦记》、《暗月六族》、《虎鹤》等。发布会上,阿里影业副总裁徐远翔宣布阿里影业多部电影如《三生三世十里桃花》、《摆渡人》等都将在优酷会员频道上线,阿里体育COO余星宇宣布与优酷合作引入多项赛事,双方还将联合提供欧洲杯及奥运会票务、体育主题旅游和体育衍生品服务。

“90后”是版权意识觉醒的一代,有积极良好的付费意愿、付费能力和付费习惯,他们已渐渐成为文化娱乐消费的主流。”优酷土豆BG联席总裁兼阿里数娱总经理魏明表示,2016年视频付费业务发展有破竹之势,与阿里的协同增效只是开始,优酷将致力于用户、数据、服务全方位打通的“三通”战略,全面开拓多屏文化娱乐消费市场。

### 《刺客聂隐娘》登陆法国院线

据新华社消息(记者高翔)去年为中国台湾导演侯孝贤赢得戛纳电影节最佳导演奖的电影《刺客聂隐娘》3月9日登陆法国院线,这部曾被法国媒体一致评价为“画面太美”的影片将直接“对话”法国观众。

根据法国专业电影票房网站CBO发布的消息,在法国上映的《刺客聂隐娘》时长1小时45分钟,影片从3月9日开始在法国83家电影院放映。《刺客聂隐娘》取材自唐代短篇小说集《传奇》里的一篇。由舒淇扮演的刺客聂隐娘幼时被一道姑拐走,13年后被送回时已是一名技艺高超的女刺客,而师傅送她回来的目的竟然是刺杀青梅竹马的表兄……《刺客聂隐娘》从项目正式启动至最终上映持续了整整十年,影片的拍摄周期也长达一年半。作为主竞赛单元参赛影片,该片参加了2015年夏天举行的第68届法国戛纳国际电影节,最终为侯孝贤赢得了最佳导演奖。