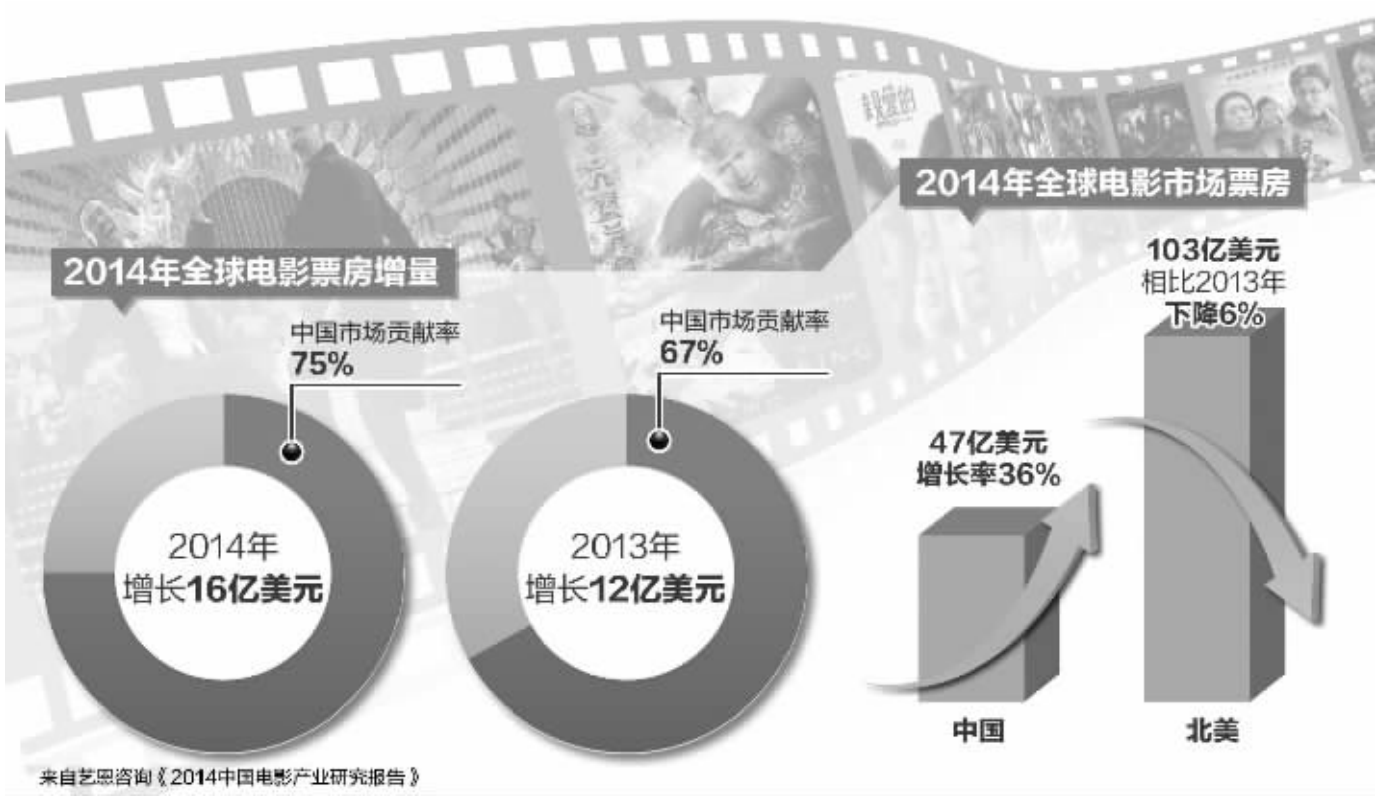
新动力

票房背后的力量角逐

——专访国家新闻出版广电总局电影管理局局长张宏森

本报记者 金 晶

2014年，中国电影发展令人振奋，总票房达到296.39亿元，同比增长36.15%，比2013年的增长率高出近10个百分点，净增票房78.7亿元。中国已成为世界第二大电影市场，并在不断缩小与北美市场的差距，迸发出强劲活力



产业迸发强劲活力

国产影片票房占总票房的54.51%，应对进口片挑战的能力在增强

记者：新年伊始，中国电影交出一份漂亮成绩单。如何评价2014年中国电影市场和电影产业的发展？

张宏森：2014年中国电影的发展令人振奋。有几方面的数据能很好体现去年电影市场的亮点：

一是2014年中国电影总票房达到296.39亿元，同比增长36.15%，比2013年的增长率高出近10个百分点，净增票房达78.7亿元。2010年时，中国电影票房仅为100多亿元，2013年刚突破200亿元，2014年就站到了300亿元的门口。这样快速的增长，超出了人们的预期和经验判断。

二是国产影片票房占到总票房的54.51%，稳稳占据半壁江山，说明国产片应对进口片挑战的能力正在增强。要知道，2014年，《变形金刚4》、《星际穿越》等好莱坞大片密集推出，且绝大部分都进入了中国市场，好莱坞电影在全球市场占比平均超过70%。在这样的背景下，国产影片在国内市场还能占据相对主体地位，获得161.55亿元的票房，确实来之不易。

中国电影的快速发展，还体现在影院建设和观影人次的快速增长上。2014年，全国新增电影院1015家，这意味着每天约有3家电影院开门营业，每天增加约15块银幕。全年城市影院观众人次比上一年增加1.5亿人次，达到8.3亿，同比增长34.52%。

中国已成为世界第二大电影市场，并在不断缩小与北美市场的差距，电影业迸发出一股强劲活力。2014年全球票房为375亿美元，美国占27%的市场份额，中国占13%，比2012年提升5%。英国、法国、德国、日本、韩国、印度、澳大利亚和俄罗斯等8个国家的票房占比均不超过5%。我国电影市场取得的成绩令人振奋。

文化魅力凝聚人心

大电影生态将加速富有活力的东方电影市场景观的呈现

记者：中国电影产业的强劲发展不但聚集着全社会的目光，也吸引着很多行业与其融合发展。2014年，电影产业的自身改造，以及与互联网、金融、科技等领域的融合发展令人感触颇深。您认为我国电影产业的发展趋势是怎样的？未来大电影产业的生态将呈现出怎样一番情景？

张宏森：一个产业只有迸发出一种强劲的活力，才能够吸引其他关联产业与其接近和融合。2014年，电影产业和几个系统都发生了密切关联，譬如以BAT（百度、阿里巴巴和腾讯）为代表的互联网行业进军电影界，参与到制作、发行等诸多环节。2014年，《关于支持电影发展若干经济政策的通知》出台，银行业向电影领域放大了开放的幅度，与电影产业开展了大范围合作，为电影产业提供了版权抵押融资等多种形式的金融支持。科技方面，2014年，国家投入3亿元支持6家国有重点制片基地发展，包括新兴技术的升级改造。另外，我们对高新格式影片一直实行补贴。

关于大电影生态在未来的呈现，第一个场景是一个新兴电影市场的崛起。中国正在从电影大国向电影强国迈进，中国电影产业正在经历从发展关键时期向“黄金十年”的跨越，中国电影市场将成为和北美电影市场同等重要的、影响世界电影格局的市场。不久的将来，中国电影市场将呈现出巨大而富有活力的景象。

第二个场景是电影生态系统的成型。中国电影产业将以版权为核心关联起许多产业，形成一个庞大的产业系统。以电影版权为核心，通过拉动电视版权、网络版权、游戏版权、衍生品版权的发展，电影产业将辐射带动旅游项目消费、餐饮消费、购物消费等的快速发展。电影产业在国民经济中的贡献率将越来越大，关联领域越来越广。

第三个场景是拉动就业。每一部电影的拍摄都提供大量直接就业岗位。用人最少的剧组提供岗位一般不低于200人，大剧组则要动用几千人，譬如《太平轮》剧组前期人员就超过1000人。去年，我国拍摄各类影片约800部，这些就业数据累计起来相当可观。而每增加一个影院，提供的就业岗位保守估计也在30人左右，建设影院同样需要人工完成，此外还有相关餐饮、停车等配套服务人员。现在，中国电影业直接拉动的就业岗位约为50万个，美国约为150万个，我们相信有一天中国也会达到并超越这一水平。

最重要的是电影还有凝聚人心的文化魅力。电影是聚集性的集体观赏仪式。当大家聚集到影院坐下，一束光打在大银幕上，银幕之光和人们的心灵之光就进行“光合作用”。好的影片能让观众的情感得到释放，价值得到升华，获得审美和娱乐的双重消费体验。这也是电影经久不衰的魅力所在。

“内容至上”潜力可期

中国电影业未来将呈现出开放竞争的市场格局

记者：中国电影未来发展潜力在哪里？2015年，中国电影产业有哪些新的期待和关注点？

张宏森：我们对电影产业的前景充满信心，中国电影市场远远没有达到天花板。

首先，中国现在城市人口是美国的两倍以上，而电影银幕数远远少于美国，有继续增长的巨大潜力。

其次，中国城镇化进程的推进为电影市场创造了更加有利的空间，为电影产业带来福音。文化消费是城镇化进程中一个重要组成部分，电影又是文化消费中最直观、最简洁、相对廉价的消费模式，因此也将成为城镇化过程中最为活跃的消费模式之一。

重要的是，将来电影产业会有大量的优秀作品做支撑。这些年，中国电影创作与时俱进，类型品种不断丰富，质量水准不断提高，人们需求不断得到满足。坚持以人民为中心的创作导向，不断创新讲述中国故事的方式方法，不断提高艺术质量和水平，电影作品今后将更加百花齐放，更有亲和力和喜闻乐见，更接地气，传播正能量。

中国电影业还将呈现出开放竞争的市场格局。目前，我国以分账形式引进进口片的配额已提高到34部，基本上已把好莱坞质量较高的大片都引进来参与票房竞争。今后，随着开放竞争格局的日益扩大，电影市场比拼会愈加激烈，对提高影片水准的需求也会越来越强烈。相信未来，国产电影将在开放竞争环境中不断增强自身实力，提高质量和水平，同时会有越来越多的中国电影走向世界舞台，同世界对话。

在合拍片上，2015年我们将继续鼓励扩大合拍项目，加大对外合作力度，通过合拍扩大双方市场，学习技术经验，传播中国精神和中华文明。目前，我国已经和10个国家签署了合作拍摄协议，还将与更多国家开展合作。

提到2014年电影业并购热潮，我们认为2015年还将持续。未来的目标是打造一批成规模的、有集成化功能的、产业链完整的大型电影专业公司，适应中国电影产业和电影市场发展需要，这也是电影业发展的必然趋势。此外，各类资本也将进入电影业，紧紧依靠内容这张“王牌”，增加电影公司的艺术含金量、产业完整性和市场成熟度。电影需要资本助力，但过于逐利的资本只是个案，不是普遍现象，也不会成为普遍现象。这是由电影的创意产业属性决定的，即“内容为王”。前面我们也提到，未来电影市场竞争将更加开放而激烈，观众的观影选择也将日益成熟，那些没有优秀内容支撑的电影注定会被市场淘汰，越来越多制作精良的优秀影片将脱颖而出，获得市场认可。

文化人评

国产影片须提升文化价值

尹 鸿

2014年，中国电影市场的票房增长速度令人瞩目，电影产业格局加速重组。中国电影走向多元化发展的同时，如何量质兼备，成为有待开拓的全新课题

刚刚过去的2014年，从票房数据来看，仍然是中国电影的“大年”。297亿的全年票房，在全球市场稳稳地“坐二望一”；54%的国产电影票房占有率，显示出国产电影的市场份额优势；23699块银幕，继续扩展着中国电影的观众人群；66部过亿票房的电影，使电影亿元俱乐部平均每个月增加5部以上新成员；《心花路放》和《西游记之大闹天宫》两部国产片票房双双超过10亿元；《爸爸去哪儿》、《分手大师》等8部国产片票房均超5亿元；《变形金刚4》在中国内地的票房成绩甚至超过其在美国本土的纪录；这一切都证明了中国电影市场的含金量。36%左右的票房增长速度，可以用一个词汇来表达：中国式增长。

与此同时，中国电影产业格局也在市场蓬勃发展的大格局下加速重组。虽然市场化的电影产业与体制内的传统媒体之间的整合由于制度障碍很难进行，中国目前还难以产生电影、电视、平面媒体等聚合在一起的中国式的“时代华纳”、“迪斯尼”、“新闻集团”、“维亚康姆”；但是，同样是市场化的互联网企业反而成为这场整合的最大推动者。百度、阿里巴巴、腾讯三大巨头，全部介入影视行业，成立影视公司或者收购、参股影视企业，使得中国电影甚至会比美国更早地进入互联网时代。互联网思维、互联网气质、云计算、大数据、粉丝、社交化、用户至上、整合营销这些概念涌入电影行业，“网生代”电影企业、电影导演、电影题材、电影观众一时间让中国电影风云突变。

在互联网新锐的影响下，曾几何时还是中国电影顶梁柱的第五代突然就变得“out”了。大制作的《太平轮》、《一步之遥》风光不再；反而是一些非专业型的导演，如韩寒、郭敬明、肖央、邓超，突然成为了电影行业的风流人物。粉丝就是生产力，偶像就是票房，用户就是上帝，一方面为中国电影带来了更多的草根气息和逆袭狂欢，另一方面也使国产电影似乎远离了经典叙事和美学精致。一些看起来不那么像电影的电影，例如《爸爸去哪儿》这样的电视纪录片，却让那些看起来像电影的电影在票房上难以比肩。互联网的推动、二三线城市观众的兴起，正在让电影更加具有“小镇青年”的气质。

这一年，票房飘红的电影不少，被人们记住和赞誉的影片却不多。倒是几部票房上并不特别火爆的影片，如陈可辛的《亲爱的》、许鞍华的《黄金时代》、张艺谋的《归来》、刁亦男的《白日焰火》各具艺术特色，而且也都在市场上取得了数千万甚至数亿的票房成绩，显示了中国电影市场蛋糕做得越大，电影文化的多样可能性也会越大的趋势。成熟的电影观众、差异性的审美需求、习惯性的观影方式，会为中国电影带来更多的选择和机会。市场的巨大诱惑在很大程度上会用一种磁铁般的力量将电影资源吸引到快餐化的电影行为中，但是中国电影人还是会有自己的坚守。

在具备高票房的文化产品的同时，缺乏有文化价值的电影作品也是当下中国电影从大国到强国之间的“一步之遥”。在电影走向多样化的时代，如何为电影创作提供更加宽松自由的创作环境，如何通过电影政策和电影批评去营造更加鼓励创新的开放体系，如何推动电影观众、电影创作者、电影产业链各相关环节在文化多样性上达成更多共识，都是中国电影是否能够从市场繁荣走向创作繁荣的重要条件。

可见，如何让电影市场蛋糕的味道越来越好，将是中国电影发展面临的新课题。

（作者为清华大学教授、中国文艺评论家协会副主席）

电影人说

上海电影集团董事长任仲伦：

努力做到三个10%

本报记者 李治国

“2014年，中国电影市场有三股力量。一是以《变形金刚4》为代表的美国高科技大制作的科幻大片，这部影片票房近20亿元，成为中国电影票房最新标杆；二是像《小时代3》、《后会无期》这样的粉丝电影，先后赢得不错的票房，客观上助推了市场发展；三是2014年下半年集中上映的一批新片，包括上影出品的《触不可及》、吴宇森的《太平轮（上）》、徐克的《智取威虎山》等。”上海电影集团董事长任仲伦谈起2014年的中国电影时这样说。

在任仲伦眼中，中国电影市场今后不再成为进口大片的主场，粉丝电影是一种现象，也是一种商业模式。从世界电影发展来看，商业和艺术兼备的类型电影应该是主流。“不论电影市场如何变化，上影的制片原则有两条，一为提升竞争力，二是体现价值观。提升竞争力，就要拍摄有质量和票房的电影，也就是体现历史进步和现实变革的作品譬如上影出品的《大灌篮》、《锦衣卫》等。”

任仲伦表示，今后上影发展的重点是“2+1”。“2”是进一步加强两个核心竞争力，即创作能力和市场控制力；“1”是现代片场的改建。“我们期望在三年内，努力做到三个10%：院线票房占全国票房10%，影院提供的票房占全国10%，发行份额占全国10%。若达成目标，上影的核心竞争力将极大增强。”

记者还了解到，上影实现“2+1”的突破，也是在争取上影股份的上市，强化上影现代企业制度和市场主体建设。“上影股份囊括其下属的影院、发行、院线、营销和影院投资等主业，是市场形态相当完整的企业，其在资本市场的前景将被看好。”任仲伦说。

博纳影业集团董事长于冬：

带着使命感拍电影

本报记者 金 晶

《澳门风云》、《后会无期》、《白发魔女传之明月天国》、《智取威虎山》……一年内为中国电影贡献近10%的票房，博纳影业集团2014年的表现可谓不俗。当记者和这位博纳影业集团创始人、董事长兼CEO于冬聊起电影时，他提到更多的是电影人的担当，以及拍电影的使命感。

“这些年，博纳一直坚持主流电影的创作方向，带着使命感拍主流电影。”于冬说。在他看来，主流电影是那些具备基本的主流价值观、大众情感的电影。从当年的《十月围城》到如今的《智取威虎山》，博纳倾力打造的多部重量级影片，都有这样的理念贯穿其中。

拍好主流电影，支撑主流市场，是件知易行难的事情，尤其在当下沉浮摸爬、鱼龙混杂的电影市场中，坚守更需要内心的踏实和笃定。如何让电影更易于被年轻一代主流观影人群接受？如何拍出打破年龄界限、能被更多人喜爱的电影？每一点经验的获得都需要经过反复实践和思考。

于冬手上有两大“法宝”：一是将过去脸谱化的人物形象还原为活生生的普通人，拉近影片与观众心灵对话的距离；二是应用现代先进的电影技术，完成过去不可能完成的影像画面，呈现独特的视觉体验。

以《智取威虎山》为例，这部在2014年年末上映的红色经典主流电影，以血肉鲜活的人物塑造、融合侠气英雄和战争温情的感人故事情节，采用好莱坞大片的制作方式，加入3D特效拍摄技术，实现了商业、技术、艺术和人文情怀等多种元素的有机统一。141分钟的精彩演绎，勾起了影院中老中青不同年龄层观众的情感、回忆与交流。

“电影中的‘老虎’特效不输《少年派的奇幻漂流》，‘飞机’特效不输《碟中谍》。”于冬说，为了将最好的电影效果呈现在观众面前，于冬和导演徐克铆上一股劲儿。譬如，《少年派的奇幻漂流》上映后，徐克延期拍摄，潜心钻研“做虎”。如今展现在观众面前的《智取威虎山》，先后经历5年筹备、2年拍摄、8个月后期制作。影片推出两周，票房就突破7亿元，并获得口碑和市场双丰收，可谓铁杵磨针，苦尽甘来。

“我更乐于见到的，是影片上映后有许多年轻人带着父母走进影院的那种合家欢景象。”于冬欣慰地说。通过观影，许多家庭老少成员间的情感得到有效的融合和沟通，“这也达到了我们拍摄电影的目的——成为几代人感情沟通的纽带，实现影片价值。”

日前，历时8个月的2014中国梦（浙江）微电影大赛在杭州举行颁奖典礼。由浙江省新闻出版广电局、浙江广播电视集团等主办的2014中国梦（浙江）微电影大赛启动以来，最终34件作品获奖，产生了最佳导演、最佳编剧等5个单项奖。 新华社记者 徐 昱摄

本版编辑 李 亮 梁剑箫