



中国现在是欧洲电影的头号国际市场

■ 编译如今

长期以来,鉴于欧洲对好莱坞的长期影响,北美电影观众一直是欧洲电影的主要外国观众,反之亦然,这一点并不令人惊讶。但是,根据欧洲视听观察机构日前发布的一项研究,中国比美国有更多观众在观看欧洲电影。

欧洲电影在中国的观影人次首次超过美国。2017年是有数据的最后一年,有3580万中国观众购买了欧洲电影票。与2016年相比,这一数字增长了69%,占欧洲以外欧洲电影所有观影人数的37%。相比之下,北美的观影人次略有下降,2017年为2710万人次,占全球欧洲电影在非欧洲地区观影人次的不到三分之一(28%)。紧随其后的是拉丁美洲,购买了2370万张欧洲电影票,占总数的24%。

由于票价昂贵,2017年北美依然是欧洲电影最赚钱的市场,占欧洲电影在欧洲以外的票房收入的41%,为5.87亿美元(5.28亿欧元)。

2017年,吕克·贝松(Luc Besson)的《星际特工:千星之城》('Valerian and the City of a Thousand Planets)在欧洲以外的地区售出了1940万张电影票,其中有许多是在中国售出的。

根据欧洲视听观察机构(European Audiovisual Observatory)的一项新研究显示,2017年欧洲电影在中国的观影人次飙升69%,达3580万人次,而欧洲电影在北美地区的观影人次为2710万。

欧洲电影在欧洲之外的最大受众不再是美国,而是中国。



中国市场繁荣对欧洲电影意义重大

欧洲电影行业认为,中国市场的繁荣意义重大。欧洲视听观察机构统计,2017年欧洲电影年度观影人次从8000万增加到9700万,完全归功于中国。鉴于欧洲电影能够得到中国发行公司以及观众认可的并不多,所以这一点更令人印象深刻。2017年有不到30部欧洲电影在中国上映,而同年在北美上映了223部欧洲电影。

总体而言,欧洲电影的全球受众一直在稳步增长。欧洲视听观察机构发现,2012年到2017年这五年中每年平均增长10%。

在全球其他市场中也是一样的,欧洲电影是一个受欢迎的业务。一部电影——吕克·贝松的科幻冒险影片《星际特工:千星之城》2017年在欧洲以外的地方售出了1940万张电影票,占其全球总票房的20%。《星际特工》在中国的合作伙伴基美影业(Fundamental Films)的帮助下,其中大部分是在中国售出的。排名前10名的欧洲电影占国际观影人次的61%,前50名占87%,前100名占95%。2017年其他欧洲制造的国际热门影片包括英国制造的鲨鱼恐怖片《鲨47》(47 Meters Down,欧洲以外的观影人次为740万);Studio Canal的家庭电影《帕丁顿熊2》(Paddington 2,欧洲以外观影人次650万)和西班牙惊悚片《看不见的客人》(Contratiempo,欧洲以外观影人次550万)。

法国和英国出品的影片占据了国际市场的主导地位,在欧洲以外地区销售的电影票总数的三分之一是法国和英国电影收获的。但是,法国-英国的双头垄断比前几年稍弱(2016年,欧洲电影在非欧洲地区的观影总人次中有72%是来自两个国家之一的)。西班牙电影在2017年表现尤为出色,非欧洲地区观影人次达到1210万。俄罗斯排名第四,非欧洲地区观影人次有510万,

德国影片在非欧洲地区观影人次为450万人。

中国的市场前景继续对欧洲电影有利,最有可能受益的欧洲电影是能够得到中国多元化观众喜爱的作品:喜剧影片、动作惊悚片和适合全家观看的动画影片。除了这些类型鲜明的影片之外,娜丁·拉巴基(Nadine Labaki)法国-黎巴嫩合制影片的影片《何以为家》(这部奥斯卡提名影片在中国收获票房超过4000万美元)在中国的惊人成功表明欧洲艺术影片也有机会超越主流。

中国巨大的票房潜力也有可能成为欧洲电影在非欧洲地区的市场依赖。

中国能拯救苦苦挣扎的欧洲艺术影片吗

随着全球艺术影片市场的萎缩,欧洲电影制片人越来越多地开始关注如何进入中国市场的问题。一位知情人士说:“中国将成为全球最大的艺术电影市场。”

2014年,当中国的悬疑剧情片《白日焰火》(Black Coal, Thin Ice)在柏林电影节上斩获金熊奖时,全球艺术影片从业者随即看到了这部影片所展示的诱人的未来。这部由刁亦男执导的艺术影片从电影节回到中国上映时,收获了1650万美元的票房——在这之前中国电影市场一直是商业化程度比较高的,这一成绩在映前很难想象。

从那时起,中国艺术影片的市场化发展开始加速,因为新兴的中国电影人才,欧洲艺术影片公司的资深人士看到了充满活力的跨境合作是共享未来的关键。

“中国的人口如此巨大,即使我们的影片只占很小的一部分观影人次,中国也将成为世界上最大的艺术影片市场。”侧重于艺术影片制作的中国制片人杨成说。

近年来,全球艺术影片行业已经陷入困境。欧洲多家以艺术影片为主要业务的独立制片、发行公司破产、转型或者被收购,这些行业动态

给独立电影业带来了挥之不去的阴影。再加上Netflix和亚马逊等流媒体服务的兴起已经摧毁了作为艺术影片业务支柱的DVD销售。但艺术影片在中国市场中的提升可能成为一条新的生命线。

全国艺术电影放映联盟为欧洲艺术电影“开路”

2016年10月,中国政府为支持艺术影片的放映建立了全国艺术电影放映联盟,这是一个由中国电影资料馆管理的长期放映艺术电影的组织,并在成立伊始就得到了商业连锁影院的支持。这条放映艺术影片的特殊院线,为中国观众带来了低预算的中国电影和其他地区的艺术影片,同时也为国际艺术影片公司提供了参与中国电影市场历史性崛起的途径。

全国艺术电影放映联盟成立之初只有100家影院,每家影院固定一个影厅作为艺术影厅,保证每天至少放映4场艺术电影(其中1场为黄金场放映)。在发行了《海边的曼彻斯特》、《阿飞正传》等11部影片后,该联盟的市场认可度迅速攀升,仅仅过去了30个月,其加盟影院增加到了3135家。虽然目前还没有那么多票房收入,但对于想要在中国市场中放映的艺术影片而言这是一个非常有希望的开始。

中国的流媒体平台公司也开始表现出对独立票价的兴趣。爱奇艺是比较早重视艺术影片的中国流媒体公司,作为第一批尝试者,爱奇艺的选择是购买上了中国院线的进口艺术影片的网络播放权,比如《只是世界尽头》、《海边的曼彻斯特》等。

能否在有知名度的电影节上获奖,对是否能够在市场中获得成功是有一定影响的,所以想要通过中国市场“获救”的欧洲艺术电影得到电影节认可可是至关重要的。

“参与电影节活动是获得关注的非常重要的途径。”业内人士说,“如果你的影片获奖,那么它将在中国媒体上出现。”

瑞士电影业可以从流媒体平台获得现金支持

■ 编译如今

瑞士电影业每年可获得额外690万美元(合650万瑞士法郎)的现金支持,作为其电影法修订建议的一部分,该法案将要求Netflix和亚马逊等在线平台投入4%的年营业额用于当地制片生产。

在最近的洛迦诺电影节上,联邦

文化办公室(Federal Office of Culture)的负责人伊莎贝尔·沙索(Isabelle Chassot)宣布,除了每年由国家和地区电影机构和瑞士公共广播公司SSR为当地提供的现有6100万美元(合6000万瑞士法郎)之外,这将为瑞士独立制片提供10%的额外融资。

她解释说,690万美元的数字是基于视频点播和瑞士流媒体服务公司的总体营业额为1.68亿美元(合1.64亿瑞士法郎)估算而来的。

“流媒体服务公司的投资可以采取授权、委托制作项目或共同出资制作项目的形式。这是投资的义务,和德国一样不是强制征收的征税。流媒体服务公司可以自由决定投资项目。”

该法律草案是“Kulturbotschaft 2021-2024”协商程序的一部分,该程序涵盖瑞士文化活动的各个方面。

瑞士政府的这一举措旨在为线上和非线上服务公司之间以及瑞士和其他国家制片公司之间创造一个公平的竞争环境。

与此同时,虽然瑞士不是欧盟成员国,但这对电影法的修改也反映了去年对视听媒体服务指令(AVMSD)的修订,该指令要求在线平台为欧洲作品的制作提供财政捐助。

迄今为止,法国、德国、意大利、丹麦和比利时法兰德斯地区(Flemish Community of Belgium)都要求提供按点播视听媒体服务的非本土公司有为欧洲电影和电视制作提供特定投资义务。

德国视频点播服务公司缴纳的第一笔制片投资为其年度收入2000万欧元的1.8%,其后为年收入超过2000万欧元的2.5%。虽然亚马逊公司已经向德国联邦电影委员会(German Federal Film Board,简称:FFA)付款,但Netflix公司一直在争论这种征税的合法性,直到去年夏天欧洲法院驳回其诉讼为止。今年2月,在柏林电影节期间,Netflix公司宣布将从2019年9月开始向FFA支付电影税。

同样,瑞士政府希望遵循经修订的视听媒体服务指令裁决的规定,并要求在线平台公司确保其电影片目中至少有30%由欧洲内容组成。

与此同时,瑞士联邦委员会负责文化和媒体政策的联邦委员阿兰·贝尔塞特(Alain Berset)表示,当新计划于2021年开始时,瑞士将寻求机会重新加入欧盟的“创意欧洲媒体”(Creative Europe MEDIA)子计划。

在瑞士人于2014年2月投票支持新的移民限制措施之后,过去五年瑞士电影业无法从目前的媒体计划中受益。

自那时起,瑞士政府提供了所谓的补偿措施,为项目开发、发行和专业人员培训提供资金。2018年,为各种活动提供了423万美元(合413万瑞士法郎)的资金,但瑞士电影专业人士在过去年中一直错过了与欧盟同行在“创意欧洲媒体”计划支持的项目中建立联系的机会。

