

亚洲卖家考虑 在线戛纳电影节策略



往年的戛纳电影节市场活动

在过去的几个月中,随着新冠肺炎病毒大流行席卷美国和欧洲,亚洲电影行业中拥有国际合拍业务的制片人、电影销售代理商和制片人都在惊恐地观望。

中国以及东亚其他国家是最早受到新型冠状病毒影响的,但是尽管这些地区的疫情危机还在防控阶段,但感染和死亡人数并未像西方国家那样具有毁灭性,许多地区的行业已经完全解除隔离。

电影院已在中国香港、韩国和日本重新开业,并且中国香港、韩国和中国大陆的电影制作正在逐渐重启。

但是,这些地区最大的电影节市场活动——香港国际影视展(Filmart)已从中国香港、韩国和日本重新开业,并且中国香港、韩国和中国大陆的电影制作正在逐渐重启。

亚洲电影公司用来宣传和销售电影的许多其他电影节和电影节市场活动——包括翠贝卡电影节、西雅图电影节、洛迦诺电影节和乌迪内的远东电影节——都已经取消或变成虚拟线上活动。就像世界上其他任何地方一样,亚洲的电影销售商在应对混乱的国际新形势的同时,还要应对电影院关闭和制片生产延误的后果。

有好几部亚洲电影是今年已转线上的戛纳电影节主竞赛单元的入围影片,包括延尚昊(Yeon Sang-ho)的《釜山行2:半岛》(Peninsula)、寰亚娱乐公司向“胶片”致敬的短片集《七人乐队》(Septet: The Story Of Hong Kong)、河濑直美(Naomi Kawase)的《晨曦将至》(True Mothers)和黑泽清(Kiyoshi Kurosawa)的《间谍之妻》(Wife Of A Spy)。这些电影的幕后团队现在必须决定是否利用“戛纳2020”标签,希望威尼斯电影节和多伦多电影节能够以实体活动的方式举行,或者想出另一种完全不同的策略。

以往资源都非常丰富的亚洲电影业要想从这种混乱中看到影片销售的路线图,还需要一段时间。但现在,随着新的电影节巡演的清晰画面开始出现,包括在线的戛纳电影节(6月22日-26日)和CAA主导的在线平台(6月22日-28日)的详细信息公布,亚洲地区的主要电影卖家开始对他们未来几个月的业务有了一定的预期和规划。

韩国

韩国电影销售公司依然拥有相

当成熟的购片网络,他们已经能够通过电子邮件、各类及时消息传递应用程序、电话和在线放映机与有购片意向的公司进行业务往来,因此许多人质疑是否需要在戛纳电影节虚拟在线市场上注册,然后在其平台上从事同样的业务。但是大多数人出于好奇而选择加入,因为费用不高。

“我们之前是准备在实体市场上设立一个摊位。现在我们无法确定下一个线下市场何时能够举办,但是我们在下半年有即将上映的电影,因此我们参与了戛纳的线上市场活动。”Showbox公司的国际业务主管朱迪·安(Judy Ahn)表示。

“我们对这种新形式的电影节市场活动感到好奇。我认为在家工作可能会变得更加普遍,所以这将使我们了解如何在线上工作。但并非我们所有的买家都参与其中,他们问我们是否真的需要付费参加这个虚拟市场,尤其是在我们彼此已经通过电子邮件和WhatsApp保持联系的情况下。”Finecut公司国际业务总监金润贞(Yunjeong Kim)说,她估计约有一半的买家将使用戛纳电影节的在线市场平台。

通常在戛纳国际电影节国际村布展韩国馆的韩国电影振兴委员会(The Korean Film Council,简称Kofic)决定在线上市场中设立一个虚拟馆,以继续宣传韩国的电影和电影节。

“我们听说只有注册了线下市场活动展位的卖家才有资格获得虚拟展位,而最初来加入我们Kofic展位的中小型公司的申请不被接受,因此我们也将为他们提供帮助,就像对其他电影界人士一样,他们本来打算使用Kofic的展馆进行活动。”国际关系团队经理詹姆斯·南(James Nam)说。

处理时差将是一个问题,金说她正在考虑为不同地区留出不同的日子。“也许我会为所有亚洲买家安排一天,再为所有欧洲买家安排一天。我正在考虑如何使这个在线市场充分发挥作用。”这位Finecut公司的高管说。市场放映将在不同地区进行,每个时区的买家都将同时观看电影,因此对于某些人来说,安全性比时差更重要。

“我们需要为电影加水印,但是对于某些在他们的计算机旁边安装摄影机并盗版电影的行为则无能为力,因此我不确定是不是值得为市

场放映冒这个风险。我们可以选择像往常一样私下为受我们信任的买家提供放映链接。”

韩国卖家还对无法在线下交流的负面影响表示担忧,尤其是对于新“步入式”的买家的认识以及缺乏在实体市场上可能出现的随意即兴的信息共享。

“当你在实体市场上时,你可以在另一个销售摊位前突然出现,询问他们是否认识某个买家——你可以看到人们在会议之间的时间会去哪个摊位——但进行虚拟业务时,你无法在他们可能很忙时,真正让他们及时看到你在KakaoTalk上给他们发的消息。”金说,“在线搜索买家与从其他卖家那里获得的参考信息并不相同。”

Contents Panda公司的国际业务总监丹尼·李(Danny Lee)指出,“实体会议还有其他优势:销售就是建立关系的过程。在任何情况下,我们都会对步入式购买者的报价非常谨慎。与他们会面以了解他们的意图很重要,并且我们需要亲自交谈,以期在达成交易之前互相了解。”

他补充说:“你需要五种感官来判断一个人是否值得信赖,而你不能通过视频聊天来做到这一点。”

韩国没有采取完全隔离的防疫方式,而是选择了勤勉的病毒检测方式,接触者追踪、检疫隔离和自愿地保持社交距离,这些措施也适用于制片生产。尽管有些项目的制片生产延期了,但是与政府的建议和自愿的预防措施是保持同步的,卖家面临的更大问题是,他们不能确定影片在韩国发行的日期,甚至在其他地方的上映日期也无法确定。

“由于许多国家的电影院关闭或表现不佳,买片方发现难以按计划发行,而且手头的资金紧缩。”K-Movie娱乐公司的国际销售主管西尔维·金(Sylvie Kim)说。

到目前为止,没有一家韩国销售商可以肯定地说下一个实体的市



场活动举办的时间,香港国际影视展、多伦多电影节和AFM美国电影节市场都在他们的考虑之中,尽管他们也担心该病毒在欧洲和北美的流行,他们必须在检疫上花费很长的时间。

韩国卖家和韩国电影振兴委员会都表示,如果市场活动开放,他们将参加釜山电影节,但问题是买家是否也可以参加。

日本

5月中旬,日本正式终止了自4月中旬以来在许多地区实施的紧急封闭状态,这是其与新冠病毒作战的一部分。该国比大多数亚洲邻国采取隔离措施的时间晚,一直等到正式宣布将东京奥运会推迟到2021年夏季之后才开始隔离,但病毒似乎仍处于控制状态。

与其他亚洲地区一样,在部分隔离期间,影视制作处于停顿状态,电影院关闭。但现在影院已经开始重新营业,放映先发行的影片并采取保持社交安全距离的措施。5月14日,行业团体日本电影制作家协会(Eiren)宣布了重新开始制片生产的安全措施。

日本今年拥有川濑直美和黑泽清两部受关注的新片,它们有望在戛纳电影节上首映,现在正在重新考量他们的选择。日本制片公司和制片人比大多数国际制片公司和制片人更不喜欢被盗版的风险,不太可能选择将高关注度或预算大的影片做在线首映。

几个主要的日本制片公司,包括松竹影业、Gaga公司和日活电影公司,都已经注册了戛纳在线电影节,尽管大多数人都反对使用虚拟的线上摊位。

他们虽然将为线上市场推出一些日本的新作品,但大多数公司都将重点放在先前已经宣布的作品上。

“对于我们来说,要重返真实的业务,6月初还为时过早。”日活电影公司的Emico Kawai说,“制片生产和发行的时间表都已被推迟,因此我们需要重新开始跟踪所有内容产品。另一方面,某些市场又回来了,他们需要内容产品,尤其是家庭娱乐产品、互联网/视频点播和电视剧集或者节目。因此,这可能是目录销售的好时机。”

Unijapan是在戛纳电影节线上市场活动期间设置了一个虚拟的日本展馆,该馆将提供销售公司、制片人和电影代理的目录,而不是卖方的名单。如果任何一部日本电影获得“戛纳2020”标签,它们都将分别在日本馆中展出。

继戛纳电影节之后,日本卖家表示,他们仍不确定下一个市场活动是什么,“我们尚未决定去其他的市场活动,例如香港和釜山。如果东京国际电影节(TIFF)能够举办正常的市场活动(日本东京国际电影节影视节目展,TIFFCOM),我们肯定会有一个摊位。”松竹影业的销售

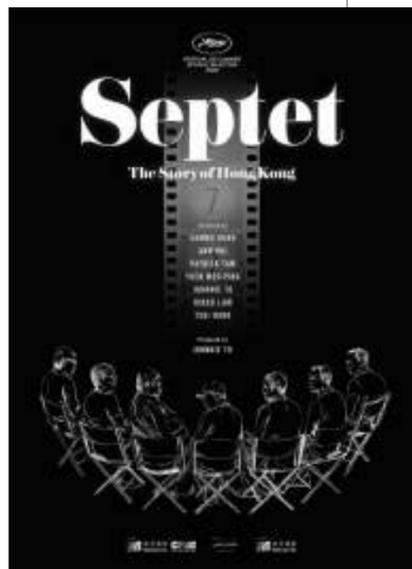
■编译/如今

主管Shion Komatsu说,松竹影业正在重新安排其在全球多个地区的100周年回顾展。

与亚洲其他地区一样,日本卖家对戛纳电影节在线市场平台和CAA主导的虚拟平台都很感兴趣,想在上面观看新电影并获得最新项目的最新消息,尽管与亚洲其他国家一样,他们同欧洲有时差。

►主要亚洲电影节市场活动时间表:

- 香港国际影视展——8月27日至29日
- 韩国釜山国际电影节——10月7日至16日
- 亚洲内容与电影市场(Asian Contents & Film Market),韩国釜山——10月10日至13日
- 日本东京国际电影节——10月31日至11月9日
- 日本东京国际电影节影视节目展——11月4日至6日



《七人乐队》



《间谍之妻》