

支持民营电影企业健康发展做大做强 推动电影产业高质量发展

■ 文/本报记者 李霆钧

据猫眼专业版初步统计,截至7月23日,中国内地年度票房折合约48.71亿美元,与北美的53.32亿美元,相差不到5亿美元,而排在第三位的日本电影市场仅为6.29亿美元。业界人士表示看好在暑期档结束时,中国内地年度票房即可超越北美重回全球第一。目前票房排名前五的影片分别是《满江红》《流浪地球2》《消失的她》《八角笼中》和《熊出没·伴我“熊芯”》,正在热映的《长安三万里》即将很快超越《熊出没9》。值得一提的是,这几部影片都有民营电影公司广泛而深入的参与。

7月19日,中共中央、国务院发布《关于促进民营经济发展壮大的意见》(以下简称《意见》),指出民营经济是推进中国式现代化的生力军,是高质量发展的重要基础,是推动我国全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标的重要力量。

《意见》提出,持续优化民营经济发展环境,加大对民营经济政策支持力度,强化民营经济发展法治保障,着力推动民营经济实现高质量发展,促进民营经济人士健康成长,持续营造关心促进民营经济发展壮大社会氛围。

从建立社会主义市场经济体制改革,到实现电影产业化发展等改革措施,从《关于当前电影行业机制改革的若干意见》《关于改革电影发行放映机制的实施细则》《国务院办公厅关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》,到《中华人民共和国电影产业促进法》《关于加快电影院建设 促进电影市场繁荣发展的意见》《“十四五”中国电影发展规划》《关于促进民营经济发展壮大的意见》等清晰的政策指引,民营电影企业在改革的春风下逐渐成长,不断发展,已成为电影产业发展的重要力量。

近年来,博纳影业、光线传媒、万达影业、开心麻花、嘉映文化、华谊兄弟、星皓影业、联瑞影业、新丽传媒、华策影视、华强方特、追光动画等一批民营公司始终保持创作活力,由民营电影公司主控、参与出品创作的《长津湖》《长津湖之水门桥》《红海行动》《中国机长》《你好,李焕英》《人生大事》《万里归途》《哪吒之魔童降世》《长安三万里》《消失的她》《独行月球》等影片获得了业界和观众的认可;万达、金逸等院线公司实现稳步发展,旗下影院为观众提供了沉浸式的观影体验;猫眼、淘票票等电商票务平台为观众提供了便捷的购票模式,与腾讯视频、爱奇艺影业、阿里影业等具有互联网基因的电影公司一起,为电影行业植入“互联网思维”,在电影制作、宣发层面做出了全新探索;墨境天合、天工异彩等公司在虚拟拍摄、后期制作等方面为中国电影工业发展贡献力量。

《“十四五”中国电影发展规划》指出,推动创作、摄制、发行、放映等产业链各环节协同高效发展,统筹电影事业和电影产业、传统业态和新兴业态、国有企业和民营企业、国内市场和国际市场,促进中国电影高质量发展。

《规划》同时指出,支持民营电影企业健康发展,鼓励民营电影企业做大做强,在公平竞争中整合资源、加快发展。鼓励民营电影企业参与重点影片的创作生产和宣传发行。鼓励中小微电影企业走专、精、特、新的路线,实现特色化、差异化发展。引导民营电影企业坚持社会效益优先原则,坚持规范经营。

业界认为,民营电影企业做大做强,能够进一步激发电影产业、市场的活力,促进市场机制的高效运行。国有电影企业与民营电影企业应进一步加强合作,培育出一批具有强大资金实力、创意能力、社会责任感乃至具有世界性品牌价值的大型电影公司乃至跨界的传媒集团,为电影强国建设提供坚实保障。

◎ 探索主流电影商业化类型化 在开放竞争中不断赢得观众

截至7月24日,由追光影业、阿里影业、猫眼微影等共同出品的动画电影《长安三万里》累计票房突破12亿元,成为暑期档带给观众的一大惊喜。影片以唐朝史实作为时代背景,用唐诗贯穿全篇首尾,168分钟的精彩画卷重现了流光溢彩的大唐盛景,也触动了观众内在的文化基因。

近年来,一批影片从时代之变、中国之进、人民之呼中提炼主题,萃取题材,展现中华历史之美、山河之美、文化之美,书写了中国人民奋斗之志、创造之力、发展之果,从不同侧面、不同角度、不同方位展现了当代中国进入社会主义新时代的壮丽画卷和精神气象。

这其中,由博纳影业出品,讲述抗美援朝战争期间我军基层官兵不畏强

敌、敢打必胜、英勇顽强、牺牲奉献、充满爱国主义和革命英雄主义精神的影片《长津湖》和《长津湖之水门桥》,上下两部影片的总票房达到98.41亿元,创造了国产系列电影票房的新纪录。

从《智取威虎山》开始,到《湄公河行动》《红海行动》《中国机长》《中国医生》《烈火英雄》,再到《长津湖》系列,博纳影业不断探索主旋律题材与商业类型的融合,通过人物塑造、叙事策略、拍摄手法的创新,主旋律题材影片逐渐找到了一条通向大众的途径,得到了本土观众情感和价值层面的认同,也获得了良好的社会效益和经济效益。

博纳影业总裁于冬在回顾《长津湖》系列电影的创作过程时谈到,从拍摄到公映的三年,经历了疫情最吃紧

的时期,怀着对人民英雄志愿军无比崇敬的心情,在抗美援朝精神的激励下,博纳影业带领一大批优秀的电影人,我们奋战在创作的一线,在拍摄期间经历了异常的艰辛和难以想象的困难。

据于冬介绍,《长津湖》有多达1.2万人的台前幕后工作人员,超7万人次的群众演员参演,所有工作人员在零下30度的寒冬中夜以继日地拍摄,以及86家后期特效制作公司。“我们在影视的寒冬中为中国电影市场打出了一个‘翻身仗’。”于冬说。

不仅如此,《长津湖》系列电影运用现代电影的拍摄手法以及富有科技含量的后期制作,体现当下中国电影工业的制作水准,在整体性、特效、技术、艺术表现多个层面实现了战争史

诗类型片上新的探索和表达。于冬表示,在这场全民观影热潮中,集体记忆、情感共振、家国情怀得到了激发和释放。

除《长津湖》系列外,博纳影业等出品的《红海行动》累计票房达36.52亿元,联瑞影业等出品的《人生大事》票房超17亿元,华策电影等出品的《万里归途》票房达15.93亿元,坏猴子等出品的《奇迹·笨小孩》收获票房13.79亿元,嘉映春天影业等出品的《夺冠》累计票房也达8.36亿元。这些民营公司主控、主投的电影作品注重用电影语言讲好中国故事,塑造出丰富多彩、鲜活感人的银幕形象,润物无声地体现了社会主义核心价值观的自觉融入和艺术表达,从而受到最广大的观众欢迎称赞。

◎ 多类型影片融合发展 实现创造性转化和创新性发展

优秀的电影作品不拘于一格,不形于一态,不定于一尊,既有阳春白雪,也有下里巴人;既有大江东去,也有小桥流水。

近年来,一批由民营电影公司主要投资、策划、制作的电影作品注重题材、类型、制作的探索与创新。如《夺冠》《峰爆》《八角笼中》等书写伟大出自平凡、英雄来自人民的新诗篇;《奇迹·笨小孩》《送你一朵小红花》《我的姐姐》《人生大事》等表现年轻一代的自强不息奋斗创业和人间自有真情在的温暖关爱;《你好,李焕英》《我爱你!》等聚焦家庭亲情,突出中国式情感叙事的审美特征;《唐人街探案》系列、《满江红》《飞驰人生》《独行月球》等喜剧化的表达方式,给观众带来愉悦和欢乐;《哪吒之魔童降世》《熊出没》系列等动画电影已成为代表中国文化符号的动漫品牌。

这些影片题材广泛、内容丰富、形式多样,积极观照现实,不断提升制作水准,在思想高度、艺术创新、市场指标等多维度实现突破,代表主流中国电影正在实现创造性转化和创新性发展。

于冬表示,博纳在注重宏大主题创作的同时,也聚焦现实题材的创作,注重表达普通人的情感,致力于关注社会现实和致敬新时代各行各业平凡英雄。无论是表现缉毒警察、海军陆战队战士,还是民航机组成员、消防员,以及搜救员、医生护士等各种职业,在选题及人物刻画上,博纳始终从真实的生活出发,发扬中国电影极具东方美学特性的叙事传统,兼具现代电影制作的类型突破和现代技术现代语境的表达,以小切口折射大主题、以小人物呈现大时代、以小故事映照大图景,走出了一条新

主流大片的创新之路。

翻看近年来各大民营影视公司出品的片单不难发现,平庸低俗、只图挣快钱的短视之作少了,而反映时代精神、传播主流价值并在形式上寻求突破的优质作品越来越多。近一段时间,多家民营公司发布了全新的片单计划。

博纳影业未来三年会形成“三大片,三小片,三剧集”的创作生产格局,即每年推出三部大片征战春节档、暑期档和国庆档三大档期,另外每年三部中小成本影片满足小长假档期和周末档期,以及每年推出三部剧集。其中重点电影项目包括《少年时代》《爆裂点》《红楼梦之金玉良缘》《刀尖》《传说》《红海行动2:虎鲸行动》《克什米尔公主号》《人鱼》。

北京精彩的新作包括动画电影《雄狮少年2》、古装动作传奇大片《敦

煌英雄》、喜剧电影《远大前程》《不躺平俱乐部:婚庆之王》、音乐歌舞片《一闪一闪亮晶晶》、科幻电影《太空春运》、军事动作科幻片《蜂鸟行动》等。

此外,华谊兄弟出品的《非诚勿扰3》已经开机拍摄,田羽生导演的“前任”系列续作《前任4:英年早婚》已经杀青,《特殊的礼物》、《网中人》、《平行任务》、《少年火箭》、《超级玛丽》等多个电影项目也正在加紧筹备开机。

第二十五届上海国际电影节开幕论坛上,光线传媒董事长王长田透露,公司当前规划中的电影有30多部,计划每年上映3部。其中,《哪吒之魔童降世》的续作《哪吒2》计划将于明年上映,“中国神话宇宙”的首部作品《小倩》也有望在明年与观众见面。

◎ 民营公司“广布局谋发展” 为电影全产业链贡献力量

在制片上游发力之外,在后期制作、发行放映、营销宣传、海外推广、市场调研、后产品开发等环节,都活跃着众多民营电影企业。

万达院线多年来始终保持票房占有率市场第一。2022年,万达院线产出票房46.2亿,观影人次1.13亿,放映场次超1000万场,三项数据均位列全国52家城市院线首位。

万达电影执行总裁陈洪涛提出,针对观影人群,万达对亲子家庭、学生、女性、银发及大客户逐一研究,多业态联动,多产品组合,开展精准营销活动,想方设法将观众拉回影院。同时,万达将打造宣发体系,深挖影片潜力。借助万达线下及多场景、万达大数据、新媒体矩阵及电影行业头

部直播间,助力猫淘平台及头部影片宣发,同时对腰部影片宣发提供直接支持或赋能。

近几年,随着猫眼、淘票票等电商购票平台的入局,电影宣发模式正在悄然改变。目前,电影观影用户的线上化率已经达到85%以上,成为中国电影市场的基本特征之一。

应该说,电影电商平台是行业共生的产物,目前的发展得益于行业各方的密切配合与多年积累。猫眼娱乐CEO郑志昊提出,猫眼将打造全球领先、开放透明、精准实时的数据体系,为行业提供全方位的专业服务,致力于成为电影创作、宣发的得力助手。一方面,通过海量的数据分析,帮助观众找到想看、爱看的电影;另

一方面,运用实时数据帮助评估预测影片的潜在观众,在影片的内容策划与生产阶段辅助决策;在影片的宣发、上映阶段,通过对实时数据的挖掘和使用,实现“一片一策”“一城一策”“一日一策”的精准营销,帮助影片“破圈”,带来票房增量。

在2019年取得了《关于加快电影院建设促进电影市场繁荣发展的意见》出台后的第一张电影院线牌照后,博纳现在已经覆盖了包括电影投资、发行、院线及影院的全产业链业务。

于冬表示,要真正解决市场问题,还是要拿出更好的作品,向市场要效益,这就要求我们心无旁骛抓创作,只有创作才是真正的源头活水。

需要电影艺术家和电影行业的企业家们紧密团结,克服困难,加快影片投产,让更多的大片、好片进入电影市场。

猫眼专业版数据显示,截至2023年7月24日,全球电影票房已达171.13亿美元,其中中国内地票房48.35亿美元,仅比北美地区相差3亿美元左右。截至2023年7月22日,暑期档票房已超过100亿人民币。未来一段时间,《热烈》(儒意影业)、《巨齿鲨2:深渊》(华人影业)、《孤注一掷》(坏猴子影业)、《少年时代》(博纳影业)、《我经过风暴》(猫眼影业)等民营公司主导的影片即将上映,中国内地电影市场加速复苏、稳步前行的态势明显。