

中国电影艺术研究中心  
电影研究室专版

# 中国电影发行的瓶颈在哪里？

■文/赵军

中国电影产业遇到的瓶颈之一是大出品商找不到好的发行公司。2019年中国电影市场已经超过600亿,比去年提前了20多天;同时影片数量很多,多到已经为找发行公司犯愁了。然而事实却是真的很难找到好的电影发行公司,结果是很多影片制作完成之后迟迟未能进入市场。

影片进入市场之后会有票房好与不好的差别,这是很多因素造成的,但是对于大部分出品方来说,首先是期望能够进入市场,用行话说是进入院线。现在也很难说院线已经很多片子了,不需要再多的影片了。

非也,院线影城需要好影片、需要市场适销对路的影片,需要带来独有的发行角度和市场占有的影片。但是院线和影城自己不能做,唯一能够依靠的是好的发行公司。而现在的发行公司却多而不精,基本上不能胜任出品方的托付。

这是什么原因呢?以下是其中三个原因的分析。其一是大部分发行公司的工作都只是从套路出发,而非学会一把钥匙开一把锁的应用市场打法。

什么叫套路?就是一整套始终如一的发行办法,譬如作预算,买场次,影城地推,再买第三方平台想看数据,刷好看点数,塞钱给影城等等。这些做法形成的“套路”对于有钱做宣发的公司早已轻车熟路,而对于没有钱的宣发公司则变成了望洋兴叹的鸿沟。这就是当下的宣发。

宣发公司为何会多?因为这样的套路似乎人人都能去做,只要你做一遍,你就可以自己另组一家新的发行公司。事实是如此之公司都很短命。因为最终没有钱给你去走套路的出品方还是占据大多数。这个事说明,依靠套路去做宣发只能等待宣发费用从天而降,而守株待兔的公司经不起竞争和时间的消磨。

第二种情况是,宣发公司的套路中不仅千篇一律,而且重在面对院线和线上平台,俗称“TO B”。面对院线和影城的关键是拿场次,拿排片率。这就又回到上面说的套路。而对线上平台是很多宣传公司的基本功,即有了几篇软文,就对着成十倍的平台用钱去砸开。

TO B的打法不应该被怀疑,只是仅仅TO B就完事大吉了吗?譬如说影城院线的场次开出来了,但是没有上座率,排片率自然就会很快地跌落下来,场次就会迅速减少,这是不言而喻的。

相反的情形则是,开始的排片率不高,但是影片口碑合适,第二天场次就会上去。或者同档期的竞品影片不行,也会把场次让给你。这就是说,光有TO B是不够的,是明显有缺陷的。缺陷在于没有TO C。

TO B是针对机构而言的,是针对平台而言的;TO C则是对于终端而言的,终端就是消费者。如果我们的宣发能够直指消费者,TO B解决了机构问题,场次上去了,就会有观众。这就是TO C所带来的上座率。

这些年第三方平台所以能够成功,就因为它们是TO C的,微信、支付宝、猫眼等的TO C功能都是其核心竞争力,体现着互联网在消费领域的巨大作用,它们因此就成为了一个时代的坐标。

影片宣发当中如何做到TO C是一个亟待解决的问题,有的人说一定要创造出热搜的话题,这是思路,然而这个思路应该在宣发的哪一个环节产生呢?但是抓住TO C是对的。

其三是如何组建宣发团队。一支优秀的宣发团队要建立在几个想法和热爱创新的人员核心基础上,人是第一要素,这一点在当下人才奇缺的时候怎样强调都不为过。而且就目前所见,大部分宣发团队的人员结构都是不适合从事这项工作的,他们大都是尸位素餐的。

说都是问题,做才是结论。尸位

素餐者也许也是能说出套套的,但是,真正称得上创新的人,是行动的狂热者。他们听到发行就会脑门发光。这是宣发团队基本的素质。

中国电影发行的瓶颈就在这里。人和思路的传统及懒惰,知识结构的封闭和短缺,创新意识的冷淡和死板,我们触目所及,整个产业在市场运作的环节上与其已经具备的规模是不相配的。

成功的电影宣发首先要认识电影的特性,一切成功的电影都具有一个共同的特点:出人意外。从题材到故事,从人物到风格,从细节到道具,从台词到镜头,等等。没有以上出人意外的创造,这样的电影就是庸作。

遗憾的是目前这样的庸作占据大多数,用二八定律来评判产业的表现当然不过,但是,对于那些有想法的,不一定很成功的作品来说,认真而创新的宣发还是有机会出奇制胜的。宣发不仅仅指的是对于成功的电影的宣发,而且对于有诚意的年轻作品给予支持的宣发。

所以宣发的本质还是要针对一部电影的核心价值,宣发团队要具备挖掘核心价值的能力,而影片的核心价值是针对观众消费者的心智与价值观的。

每一部影片都像一把锁,每一把锁都要用一把钥匙。

我们举《哪吒》这部影片的宣传为例,它的核心价值——哪吒的精神世界是打动影迷和消费者的那句“我命由我不由天”,这句后来成为影片最好的广告语不是一开始就挖掘出来的,但事实上影片上映之后,“我命由我不由天”就被发现了。

这说明,一部好影片的宣传点是需要发现的。发现影片的宣传点,就是发现TO C的门径。电影发行首先不要考虑TO B,即不要首先想着去求院线给你多少排片,只要在针对观众的宣传上到位了,影片打动消费者了,你对院线影城的功夫才能奏效。

上座率优于排片率,这是电影发行的铁律,而宣发工作TO C优于TO B,同样是电影发行的铁律。

电影的出品方在寻找发行公司的时候,最重要的是于发行公司讨论如何认识这部电影,如何发现该影片的市场切入点即影片的核心价值和宣传特色。千万不要在讨论影片不深入的时候就拟就所谓宣发方案。

尤其是应该杜绝一般化的传统的套路宣发。在一部影片制作的时候,编剧、导演是灵魂,影片进入发行的时候,发行策划的创意是发行的灵魂。

通常说每一部影片都有它自己的命,准确地说,每一部影片都会有它发行的命。这个发行的命全在乎它是否真的交付到值得交付的发行团队的手上。

那些只懂得向院线影城要排片率的发行是不及格的发行,但是我们很多出品方却总是这样要求发行,结果往往便是造就了一大批只会用排片率忽悠出品方的发行团队。

“排片率——场次——花钱锁场——高排片、低上座率加很大的发行费用——低票房收场”,这是当下发行失败的一般公式。

成功的发行公式是这样的:“找出影片的宣传热点、核心价值——策划与投放带流量的平台——展开推广与社交活动——想看指数迅速升高——上座率良好——票房提升”。这才是发行的王道。

前一个是主打院线影城的,后一个主打消费者;前一个以高排片率自我满足,后一个以观众的认同与追捧打开市场。什么是发行,发行是营销;什么是营销,让消费者知道能够从影片中得到什么价值。

为观众创造价值才能为影片创造价值,为院线影城创造价值。为“C”创造出价值的影片发行,自然就能为“B”创造出价值。如此,中国发行的瓶颈才能打破。

周末观赏了两部引人瞩目的新片,分别是期待已久的《南方车站的聚会》(简称《南》)和《吹哨人》(简称《吹》),恰恰是代表了两种电影形态,前者是作者风格明显的文艺黑帮片,后者则是标准的好莱坞叙事商业片。二者都有一定的新鲜度,也都包含犯罪的元素,《南》上映两天票房破亿,确在预期之内;而《吹》上映两天仅仅抵达三千万,远远低于预期。由此可探知,当下观众已经发生了微妙的变化,对于文艺片接受的程的规模是不相配的。

看完《南》之后涌出很多表达欲,小城镇、动物园、血拼杀戮、瞬眸飞掉的脑袋,花瓶上唱歌的美女人头,闪着荧光的广场舞鞋,透明针刺穿敌手的身體……,那种凌厉怪诞的瞬间让人震惊,丰富细腻的环境场景,永远行进的人物走线,富有节奏感的音乐音响,夜色笼罩、雾气弥漫、影影绰绰,整个影片都散发着迷幻的味道,一如华辇电影中野梦一般的小镇气质,只不过刁亦男更接近本能的“动物凶猛”,相比之下华辇反而显得忧伤和清甜了。

与《南》游走在封闭小镇中血腥的底层火拼相比,《吹》呈现着另一种建立在工业水准之上的高概念制作的高阶层高技术操作,横跨澳洲、中国、非洲三地的全球化叙事,类型混搭爱情、悬疑、犯罪,挑战硬核动作戏:爆炸戏、飙车戏、追杀戏轮番上场,最后上演高智商合力逆袭,这对于薛晓路导演本人来说意味着一次全新的亮相和全面的升

就国内的情况来说,《南方车站的聚会》在制作方面称得上“黑色电影”的极致了。它在形式和风格方面做得宏伟、繁复,但人物的内心世界经营相对逊色,观众对于黑色人生的体会存有一些隔膜。总体上说,它还是有点景观化了,将精力都用在外部世界的刻画上了。但这一点在中国的局部电影历史上是有传统的,我觉得它和中国独立影像的某些方面颇有渊源。

但是《南方车站的聚会》还是有吸引粉丝的“硬核”。时至今日,我们对于“黑色电影”的形式趣味,已经颇为能够领略,中国的观众似乎越来越能够欣赏和接受“黑色电影”。一方面,这意味着观众对人性与美学关系的了解更为宽广,另一个方面也与时代的现实质感变化有关,就像“黑色电影”在北美和欧洲的制作和接受,都和当时的社会现实深深地联系在一起是一种情况。今天我们对于“黑色电影”的理解,往往更乐意读取其中的形式美学,顶多谈到“黑色电影”和人生本体的关系,而往往忽略其作为社会反应的文化机制。

《南方车站的聚会》里面有黑暗美学的极度铺陈,从场景气氛、美术灯光等角度来观察,这是最容易被观众感受到的。而一些情节元素比如犯罪和堕落、充满危险的城市街道,这些也很容易能够感受到。但我觉得“黑色电影”最为核心的,还是一种一路下沉的人生格局以及无可信赖的令人感到恐怖的人性呈现,这一点在《南方车站的聚会》里面的落实也非常直接明了。

只是问题在于这个部分的落实我觉得不够内在化,它们没有降落到观众的内心深处,我们看到了一些人性景观,但是却并不特别同情他这些人,所以能够对于黑色沉味的体会就不会那么深刻。

如果观看早期的“黑色电影”,这种问题其实是普遍存在的,认同感远没有建立得那么深入。我认为今天对于电影的要求大大提高了,电影技术

# “陪泳女”与“涉腐女” ——《南方车站的聚会》和《吹哨人》中的灰度女性

■文/周夏

如果说“北京遇上西雅图”系列把海外生子、海外移民买房等诸多新鲜现象编成故事搬上银幕,那么这次“吕汉遇上墨尔本”则把“跨国交易黑幕”和“海外吹哨人”的故事诉诸公众,题材敏感,身份陌生,导演主动突破禁区,不可谓不大胆。

有意思的是,两部影片虽然都涉及犯罪,但其中的警察都处于外围的状态,几乎全面失效,《南》中主要是城中村“黑吃黑”,《吹》中主要也是企业高层领导之间的内部斗争,最后都是靠“检举人”达成最终目标;《南》中击毙周泽农;《吹》中揭露飓风能源公司的黑幕。而达成目标的关键性人物都落在了神秘女性身上,《南》中是陪泳女刘爱爱,《吹》中是涉腐女周雯,而她们在影片里的共同特点即都呈现了美的瞬间、欲的表现、不良行为以及善的转变。《南》中桂纶镁所饰演的陪泳女是贯穿影片始终的人物,她和被通缉的盗车贼周泽农虽然刚开始是陌生人,但二人之间一直有一种不稳定的危险关系,在野鹅湖的船上情感暧昧发生关系,最美的镜头莫过于穿着橙条泳衣的桂纶镁在月光下的沉静瞬间,之后便陡转直下,刘爱爱被迫出卖了周泽农。和《吹》中的周雯一样,她们都是搅局者或者破坏者,怀着不可告人的秘密,为了钱和利益可以放弃道义,具有诱惑力和复杂度的灰色属性,在黑与白之间来回滑动,周雯深陷迷局,不惜把前任男友马珂拖下水,而二人的亲密关系也在事后曝光被对手利用,这类女性谈不上多么狠辣邪恶的蛇蝎,却一直是麻烦的制造者,不断将合力逆袭,这对于薛晓路导演本人来说意味着一次全新的亮相和全面的升

# 《南方车站的聚会》：从第六代电影到“黑暗美学”的转化

■文/王小鲁

的发展和历史经验的积累,往往可以让电影做到更为深入的认同,这就让观众自然产生了更高的要求。没有深入的认同的黑暗元素的铺陈,在一些并非带着“黑色电影”的粉丝激情和知识背景而前来的观众来说,这是让人昏昏欲睡的,这部分观众的内心没有被剧情带入进去。

《南方车站的聚会》的故事是一群黑恶势力的互戕。南方某城的盗车团伙为了地盘划分而发生纠纷,胡歌一出狱就被裹挟进去,他的小弟将对方打伤。为了平复纠纷,双方展开了盗车比赛。这个过程中,胡歌的小弟被铲车将头颅直接砍去,胡歌也在慌乱中将警察枪杀。

警方悬赏三十万捉拿胡歌,胡歌自知无法逃脱,希望让自己多年不见的妻子举报他,将这三十万作为对她的补偿。但盗车团伙为了争夺三十万,陷入了对胡歌的追杀中。

陪泳女刘爱爱受胡歌兄弟华华指使来会胡歌,并和胡歌发生了暧昧关系。华华在这个过程中被人杀害,但刘爱爱最终将胡歌举报,拿到了酬金,不过她打算将酬金和胡歌的妻子一起来分。

除了结尾和胡歌妻子分酬金,以及警察看到她们时陷入犹疑之外,这部电影几乎是一部“纯黑电影”。人性和环境的双重之恶被刻意渲染了。

胡歌作为本部影片中第一个可以让观众认同的人物,他的职业本身就是盗车,“黑色电影”不是一种电影类型,它往往借警匪片和犯罪片来显身。这是为什么?因为陷入犯罪中的人生往往是没有希望的,而被追杀的罪犯的内心则必然是绝望和崩溃的,所以的欢愉都将稍纵即逝。胡歌的职业是盗车贼,这一个没有光的职业不具备正面的人生意义,不能够作为人对于自身的肯定。

犯罪嫌疑人的人生况味中包含了人命命运中的某种极端心理结构,而这个心理结构成为另外一种灯塔,让我们的沮丧人生获得了更高的观照。

生了突变,陪泳女和涉腐女在最后一刻都选择了向善而为,选择了良心的救赎。《南》中刘爱爱和男主的妻子杨淑俊一起拿着悬赏的30万并肩前行;《吹》中最具有煽动性泪点的就是周雯带有自我牺牲精神的迷途知返,最终男主妻子Judy和死去的周雯一起完成了反间计得到了证据。所不同的是前者的女性脱离了男性约定的轨道,自行生长,呈现的是语义含混的开放式结局;后者的结局则非常明确,周雯虽然悔过自新,还是受到了最严苛的惩罚,成就了男主英雄梦,正义胜利,这也是主流商业类型片价值观的内在于要求。虽然两女一男的三角情感关系配置在《吹》中起到了一波三折的作用,但是最后明理识体的妻子对于丈夫还是选择了宽容、理解和支持,这样的忍辱负重在许多女观众看来多少有些意难平,而恰恰这是女导演给出的选择。《南》虽然以男性世界为主体,但男性之间的杀戮最终导致了死亡,表面看似弱势边缘的女性反而是绝望中的希望,这是男导演给出的答案。表面看这似乎有点矛盾,难以理解,可是从电影的形态属性可知,作为主流商业类型片的《吹》当然要符合主流价值观的需要,也就暗合了大多数人的社会集体无意识,这个社会集体无意识当然是男性的,这与导演本身的性别属性并无多大关联。而《南》在看透了男性社会中的残忍之后,把希望寄托于“她者”,也在自然情理之中。

更有意味的是,饰演陪泳女的桂纶镁和饰演涉腐女的汤唯在演技方面似乎遭到了一些质疑,反而是饰演妻子的万茜和齐溪的表现得到了肯定,表演隐忍又有张力,非常之稳定,除了自身演

技的突破,是不是角色本身的设定也带来了一定的影响呢?“妻子”无论对于家庭还是社会都是稳定性因素,是主流框架之内的身份,纯良无害又温暖;而突然闯入的“第三者”无疑是稳定秩序的破坏者,灰度的身份也使之游走在危险的边缘,对于观众是不被认可的角色,但对于男主来说,这又是有别于妻子的另类女性,她意味着另一重冒险和刺激。这不能简单地划归为“好女人”和“坏女人”的分类,其实所谓的不纯的“坏女人”也都是弱势群体,处于底层的刘爱爱随时被男人欺压,而似乎在高处光鲜的周雯也时刻在丈夫的掌控之下,甚至被丈夫派人追杀,男权社会的丛林法则并没有放过任何一个人。

两部影片中,灰度女性的人物变化线相当完整,是影片一抹独特的亮色,并且起了关键性转折作用,但不该忘记的是影片的核心人物都是男性,而且都带着传统文化的“英雄”底色,无论是《南》中的末路悲情英雄周泽农,还是《吹》中周思凉心中的“小马哥”、儿子心目中的“黑暗骑士”马珂,虽然他们都不是有权有势的大人物,也没有任何超能力,却都代表了理想主义的一面,周泽农放弃个人逃生想把悬赏金留给妻儿,马珂放弃稳定的海外中产阶级生活返回家乡,前者强调江湖上的个人情义,后者则担负着小家之外的社会责任,这种平凡英雄的塑造更切合观众心目中的理想形象,虽然“英雄”都有瑕疵,都有人性上的弱点,但骨子里都是正面的,符合主流道德价值观的,他们被动卷入却主动迎击,这恰恰印证了一个颠扑不破的真理:英雄主义在什么时候都不会过时,只是以什么样的面貌出现。

其实来自于对现实的提炼。擅长于描绘外部环境压力的“黑暗叙事”,曾经是中国电影最为常见的叙事风格。我觉得中国的“黑色电影”,与1990年代以来第六代引领的电影美学很相关。“黑色电影”对于中国人来说,还是一种新的文化品种,这个接受有一个历史的过程,而从第六代发轫的“黑色叙事”,却是对于“黑色电影”在中国的制作与传播接受,做了历史的奠基和文化的准备。

我们对于电影中黑色的熟悉,其实是很近的事。80年代电影要有一个光明结局,对于黑色元素的适应,大概要到1990年以后,尤其是从第六代导演开启的电影叙事里,我们逐渐看到了电影中更多的黑色的出现。并不是说第六代导演的早期电影是“黑色电影”。但是这种黑色调性的密集出现,的确是第六代开始的。这是一个巨大的变化。这个变化的文化意义今天的人也许认识不到了。

刁亦男导演被看做是第六代导演。第六代电影和“黑色电影”,从气息上是上可以做到前后贯通的,当然,刁亦男的“黑色电影”肯定要做改造。

《南方车站的聚会》这部影片的创作,从显性的创作意识来谈,并非是按照第六代美学惯例来拍的,而是按照“黑色电影宝典”或者“黑色电影指导手册”所载的ABC拍摄出来的。里面有很多套路,充满了大量发源于知识的电影意识和创作激情,我在其中看到了卡

罗尔·里德,看到了让·皮埃尔·梅尔维尔、德国表现主义,当然也有人看到了《霓虹恶魔》。纵然如此,我也并不能因此就否认这种美学趣味不是来自于导演个人的精神偏爱,一种深层次的人生领悟,以及现实感怀。

《南方车站的聚会》的黑色表达和某种若隐若现的现实指涉,我还是感觉到它的现实和历史的血脉,看到美学史的延续。中国“黑色电影”的西方移植和本土嫁接的关系非常有趣,也富有研究的价值。

这种非现实感和现实感的关系很微妙。但这种非现实的世界构造,其