

# 疫情激发中国电影产业的智慧升级

■文/张王虎

新型冠状病毒这一“黑天鹅”的突然来袭,带来2020年的举国之殇,并迅即在全球蔓延。自己每天反复在心情沉痛、感动流泪、担忧焦虑、斗志昂扬几种情绪中周而复始。党中央的坚强领导、全国人民的温暖支持、白衣天使们伟大的爱的奉献,让我们信心坚定,一定坚决打赢这场防疫战!

和全国的很多行业一样,电影行业也被按下了“暂停键”,整个春节,周边的朋友同事和业内同行,除了对疫情的关注,都在谈论同一个话题,中国电影未来怎么办?

## 1 全国抗疫,从《囡妈》事件,看春节电影市场肌体的“发热”

作为一名中国电影人,我是中国电影市场的一份子,在我眼里,中国电影市场像人的肌体一样,是一个统一生命体,电影市场这个生命体同样需要不断的提升自身免疫力,不断自我革新和进步。

在新冠肺炎疫情的肆虐之下,2020年春节档全面泡汤,所有电影都撤档了。181万,这是2020年大年初一的票房总额。对比2019年大年初一,单日票房总额为14.58亿,单日票房最高的《疯狂的外星人》斩获了4.11亿票房。徐峥导演的影片《囡妈》突然宣布转战“头条系”短视频平台(抖音/西瓜/火山)首播,引发了业内人士和广大观众的共同关注和热议。头条系提出的6.3亿元的采购价格,大幅超出了市场预期,导致出品方欢喜传媒股价飙涨。与此同时,国内头部院线、影投联合向《囡妈》的转网表示抗议。大年初一当天,在豆瓣上标记“观看过《囡妈》”的观众人数已经超过了19万(上映一个月的《叶问4》标记人数是11.9万);有数据显示,大年初一当天《囡妈》网络端的市占率超过了10%,高居电影类第一,《囡妈》成为这个春节最炙手可热的电影。很多人认为,这不但是头条系进军长视频和影视行业的象征,也是互联网行业对传统影视进行“革新”的象征。对于影院院线来说,除了

《囡妈》对院线端的“背信弃义”以及前期投入广告宣传等经济损失外,更叫很多业内人士担忧的是将来,担心《囡妈》转网是对中国电影市场多年建立起的受众基础的一种“破坏”。一时间众说纷纭,电影市场内“热度”喧天。

但其实,近年来电影市场的“发热”由来已久,只是一直是“低烧”,而这次《囡妈》的转网事件让“热度”一下突破了临界点。

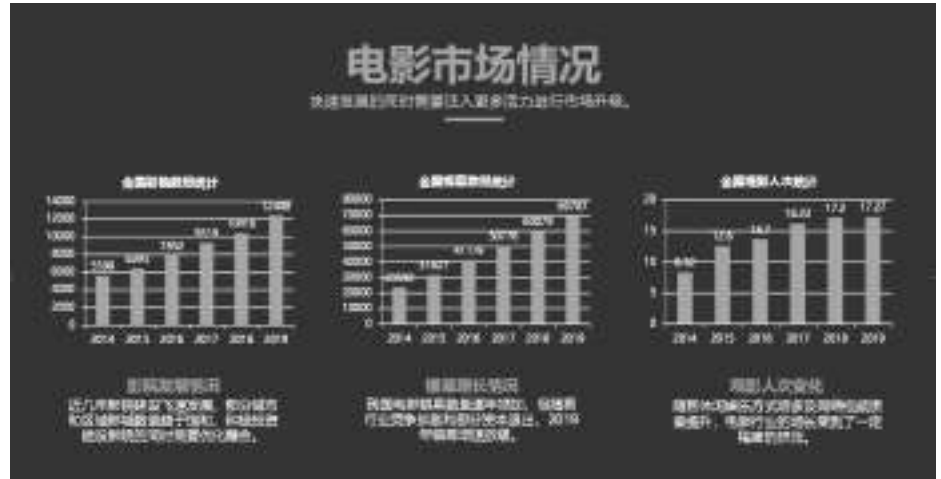
从数据上简单对比,近年来尤其是2019年,全国电影市场“发热”的主因是,电影市场影院数量增长速度超过了影院行业的平均利润增长速度,全国银幕数量的增长未能带动观影人次有效的增长,电影院的上座率不高,单座产出下滑。与此同时,部分电影院为了追求电影票房提高利润而提高电影票价的现象又伤害了观众的观影热情和习惯,区域影院质量差异大导致票价、服务、排片中恶性竞争甚至部分不法影院偷漏瞒报的现象交织,形成了互相博弈甚至“顾头不顾尾”的恶性循环。观众想看更多的影片、想有更多观影渠道体验的市场需求,与传统观影阵地能提供的相对简单固定的观影供给,越来越显得矛盾突出。

而《囡妈》事件突破的临界点,就在于两个点,一个是免费观影(没有票房,其实收费向产

业服务端后移),另一个是借机突破了电影内容的发行放映权和网络信息传播权分别定义的市场需求的所谓“窗口期垄断”。

但是,客观来说,《囡妈》能够大热,是受到新冠肺炎疫情、影院关门、春节放假等多方面因素影响的结果,具备很多偶然性。一方面,互联网先锋“头条系”在长视频上还没有探索出足够成熟的商业模式,不能指望每部片子都砸高价、优酷、爱奇艺、腾讯的经验已经证明了价格战是非良性的,因此便很难吸引其他大片去“改革”影院院线的固有模式;另一方面,也不是所有的影片都适合于“线上”渠道发行放映,很多电影尤其是视效大片还是需要影院播出才能凸显其品质。

综述之,《囡妈》事件并不是一个可被大规模复制的案例,更不是电影行业的一次变革,而行业的危机也并不是从这一刻才开始的。但《囡妈》事件却的确给传统影院和传统发行放映渠道敲了个警钟,中国电影市场的主要矛盾已转变为消费者对影片内容多样化的需求以及对观影服务渠道多样化的需求与电影市场建设不平衡不充分之间的矛盾。如果不能顺应这个矛盾的需求去引导电影市场的改革,那“发热”就会变成“高烧”,最终中国电影市场就会通过“吃药打针”,完成肌体免疫力强行升级而自救。



## 2 以问题为导向,试试“发热门诊”,看传统电影产业的“痛”

既然电影市场的肌体有了“发热”,我们能否试试通过电影产业的“发热门诊”,给传统电影产业找找“痛点”在哪儿呢?

(一)首先,从现有电影产业中各角色中单找找“痛点”:

1、对于片方或版权方来说,影片价值需挖掘。首先是版权保护的问题,其次是影院院线排片同质化问题,还有传统档期模式中票房瓶颈无法突破、影片内容的附加值如何延展甚至营销衍生品问题,等等。

2、对于发行营销方来说,电影市场需细分。新发行渠道的创新及衍生、发行放映体系的融合、“互联网+电影”的新媒体模式的延伸、票务及C端的消费者模块的突破,适配差异化发行的结算多样化、发行平台多元素的区块链协同合作,等等。

3、对于影院院线放映端来说,商业模式需拓展。影院之间的竞争越来越激烈,观影人次下降,上座率不充分,影院效益下滑,所谓“分线模式”突破困难,等等。

4、对于消费者来说,观影体验需提升。想看越来越多的影片,想要更好的视听效果,想要更便捷多样的消费体验,降低时间成本的同时想要更好的生活消费空间,等等。

(二)其次,以问题为导向,对症找药,进一步深挖电影市场肌体的核心“免疫力”。

1、电影市场的核心从来都在于创作出的优秀影片的价值。从广义经济学角度看,市场中的生产要素一般包括人的要素、物的要素及

其结合的因素。电影作为“特殊商品”的存在,是超出一般国民经济中普通商品的物质资料生产概念的。电影既是劳动(创作)者与生产资料的结合体,又是“源于生活高于生活”的具有能与诸多行业结合的高赋能价值的文化艺术形式。所以,随着基于用户体验的科技发展,现阶段电影市场的主要生产要素,除了资本(钱)外,更直接体现在影片(内容)和观众(消费者)两端。被广大消费者认可的影片带来的价值之和,一般就是电影市场的价值。但我们现在习惯性的对于电影市场价值的对比方式和数据只有一个:电影票房。靠各类影片的票房统计的叠加来说明市场直观价值,换句话说,我们统计优秀影片价值的方式和手段还比较简单的和粗放。

2、电影市场的生产力来自于优秀影片或优秀IP的持续创作,电影市场生产力的最大原动力来自于优秀影片的文化底蕴,中国电影市场的生产力来自于头部国产片创作的“自力更生”,最大原动力就是中华民族传统文化的博大精深。中国电影市场未来的繁荣发展应该是建立在规范化基础上的差异化经营的优秀影片的“百家争鸣、百花齐放”。

3、高质量发展是新时代中国电影市场发展的最核心的产业驱动力和基本准则。科技是第一生产力,用科技创新推动电影市场高质量发展是我们的主线。从电影产业的历史发展来看,电影行业发展至今的基础就是版权安全保障(制片创作的繁荣安定)和发行分账模式(公平共享的利益分配)共同作用的结果。电影产业需要与时俱进,需要创新电影新技术

新体系的广泛运用,新时代中国电影市场制片工业化体系以及发行放映工业化体系的构建就是电影产业高质量发展“技术革命”的应用突破。

《国务院办公厅关于印发完善促进消费体制机制实施方案(2018—2020年)的通知》中明确指出:“制定实施深化电影院线制改革方案,推动‘互联网+电影’业务创新,完善规范电影票网络销售及服务相关政策,促进点播影院业务规范发展。”

4、以人为本的经营核心和影片内容价值内核的双向互联的电影产业智慧升级是必然趋势。电影市场中,观众和影片两者之间的连接形成了智慧化发展趋势。根据价值目标和市场供求曲线模型,科技发展驱动能够实现“消费流量”的“变现能力”才是产业发展的突破口和落脚点。电影产业中的合理闭环的程式设置(公平共享的安全体系)、发行放映工业化市场体系的实现(区块链应用的互联互通)、消费者享受电影生活或电影快乐的消费习惯培养(会员流量或用户体验场景运用)三者结合的以电影内容为产业核心价值的开发,就是传统电影产业市场向“电影消费者”产业市场的转变,是电影产业走向智慧升级的必然。

从根本上说,中国电影市场肌体的“痛”恰恰来自于电影市场内部的自适“免疫力”的智慧升级需求同部分非健康肌体系统的矛盾,而该“免疫力”的核心恰恰来自于我们的文化自信和制度自信,我们已有的文化积淀、消费者市场以及技术水平已足够支撑电影市场肌体“免疫力”的升级,这就是我们信心的源泉。

## 3 痛定思痛,痛则通,继续找中国电影未来的“通”

中华民族是一个越挫越勇的民族,韧性不可估量,中国电影亦是如此。电影市场的“通”,源于文化自信,更源于我们共产党人对政府和市场关系之间协调统一的经济实践。

习近平总书记指出:“中国精神是社会主义文艺的灵魂。”经济基础决定上层建筑,但电影不止是一种商品或产品,它的魅力在于文化的力量以及影响人们生活的精神层面,不能等同于吃喝需求或一般的商品需求。中国精神是中国电影的魂,是灌注于中华民族和华夏文明发展史之中的实践认知总结和精神支撑,电影之于现在的中国,正是中国精神在政治、经济、文化三位一体产业中的实践。电影带给我们的力量,是让我们明是非、通古今,学会思考,追求理想,无畏艰辛,传递人与人之间的爱的力量,给世界带来更多的的美好,让人们可以更好追求美好生活的向往。未来电影市场的高速增长来自于内容和观众的双向成长,电影将成为文化传

播的主要途径。电影依旧是观众精神文化生活的“主食”,市场背后,体现着中国电影市场的一些新特点。即使是当下全国电影院集体停业的市场,也反映出,电影依旧在人民群众精神文化生活中发挥着重要作用,好电影可以迅速成为社会关注的热点,引发大众讨论。未来,中国电影当然应继续坚持以人民为中心的创作导向,用高质量的作品积极传递社会主义核心价值观,讲好中国故事,传播中国声音,从而解决电影市场发展不平衡、不充分与人民群众对高质量电影的需要之间的矛盾。

春节档“囡妈事件”,反映的只是中国电影市场价值与票房计算单一矛盾,也是目前传统电影市场不能满足老百姓对电影内容及服务多样化需求的矛盾。

实践证明,电影(时长在120分钟左右,不间断、工业标准较高的电影内容)天然最适合的场景是院线影院。任何一个时代、任何一种场

景都会产生独特的娱乐形式,生搬硬套的“跨平台移植”是没有出路的。传统的电影发行放映的产业和模式需要改革和前进,而不是电影院和电影市场的阵地“不行了”需要被取而代之,这已经是中国电影产业链革命性的一个阶段性开始。高价买断头部内容的商业模式,在网络视频行业已经被证明不可持续了。过去几年,三大视频平台无不巨额亏损,就是因为广告/VIP付费收入无法覆盖内容成本。即使互联网长视频行业要形成可持续的商业模式,也绝不能依靠天价内容采购。目前,比较成熟、有一定突围可能的商业模式有:依托PUGC+垂直专业内容+良好的社区氛围,实现较高的用户黏性和较好的成本控制,代表者中国的B站、美国的YouTube;完全抛弃非付费用户和广告收入,仅以高质量付费内容吸引VIP用户,并且深入到制作发行的每一个环节,代表者美国的Netflix。

## 4 中国电影产业的智慧升级就在当下

总而言之,规范化基础上的差异化影片供给,差异化的市场细分引领的电影产业或许就是未来。在未来机遇和传统变革的当下,我们大胆猜想:构建差异化影片的智慧发行渠道以及“智慧社区影院”或许会成为行业发展的重要趋势之一。

(一)构建差异化影片的“智慧发行”渠道。以技术创新引领行业变革,通过区块链、计次密钥、智能片库、智慧放映、智能结算、大数据分析等新技术打造电影发行放映智慧体系。

抗疫之后,以传统发行放映方式为主的电影院线影院的盈利空间被缩小,通过智慧发行进行差异化影片的供给,一是能帮助影院放映更多的影片,吸引观众,增加上座率,增加盈利;二是能帮助更多中小优秀影片的片方寻找市场,促进影片创作和发行的“百花齐放”;三是能帮助观众或消费者看到更多优秀的影片和享受更多的观影服务。在帮助传统影院渡过难关的同时,逐步实现标准建立及行业推广,为市场增活力,努力推进电影市场供给侧改革。

(二)新型“智慧社区影院”的构建。通过近年来的调研和市场实践,我们发现几个有意思的现象:1)电影院用地基本和房产相关,而房产行业中开发商大量社区商业存量资产需要盘活;2)大量主旋律影片需要播放渠道;3)网络院线与实体院线的竞争加剧,需要中间化院线产品;4)文化消费人群对便利型社区院线需求旺盛;5)社区文化艺术培训需求旺盛。

在发达国家,社区商业一般占社会商业总支出的60%以上,中国目前将近30%。丰富的社区人群画像决定了这些不同年龄、性别、职业、喜好、习惯的消费群体对于时间、空间的需求是多种多样的,经济型、便利型社区文化消费市场潜力巨大。正是基于以上的市场经验,以及近几年我们已有的工作基础,我们提出了新型“智慧社区影院”这一大胆的实践性想法。

新型“智慧社区影院”是在中国文化产业大发展的背景下,以弘扬中国优秀传统文化、推动社区文化消费升级为目标,满足现代化社区文化配套和优秀影片发行渠道需求的便民服务空间,打造以创新、品牌、经济、便利的电影放映为核心,集社区文化艺术交流、社区文化IP孵化、社区文化艺术培训、衍生便民服务配套于一体的新型社区文化中心。

依托“智慧发行”区块链技术的升级,

建立试点智慧社区影院,搭建基于区块链架构的计次发行放映结算平台。以电影创新发行为社区现代化改造赋能,打造新时代特色的智慧社区、文化社区。以社区为阵地弘扬中国优秀文化,坚定文化自信。通过“形成区块”和“各端上链”的区块链应用可以实现各权益端建立信任、共识共享,从而降低成本、提高效率、打造诚信环境;基于区块链共识共享数据的分析,平台化体系可以高效完成影片智能新媒体宣推、内容智能分发、影院智能放映;集合“小大正”的优秀影片形成正规版权库,通过网络分发送达全国各地社区形成差异化的本地小片库,满足不同的观影需求;创新的计次密钥技术和单次授权放映系统,实现标准化放映和控制,可追溯、可管控能够有效防范盗版、杜绝非法放映。

从具体经营上看,一方面,社区型影院的出现,大大节约了消费者观影的时间成本;其次,热门商业地段已经遭到了过度开发,而很多社区周围影院密度较低,租金相对较低,可人流量很大,开发价值和空间大;第三,新型“智慧社区影院”能发展复合型的业态发展模式,在基于“用户体验”成为电影行业核心竞争力之一的未来抢占制高点。

中国电影“通”在于实践,共产党人的精神血脉里就是实事求是,就是“撸起袖子加油干”,当下的电影市场需要敢于突破的开拓者。有了党和政府的政策支持,多一些真正的改革者和有识之士共同发展,大家共同努力,一定可以共克时艰,共同助力从电影大国到电影强国这一宏伟历史目标的实现。现在的时代特征已然变了,如果电影作为时代号角的文艺创作先锋,都不能满足老百姓对美好生活向往的需要,那必然倒逼改革。毕竟,谁都不能逆时代潮流而动。

中国电影的的未来和中国人民的精神一样,永不可动摇!中华民族是人类古老文明优秀的伟大传承者,中国人民从不屈服于任何艰难困苦或外来力量,突如其来的新冠肺炎疫情就像一记警钟,给高速发展的中国经济一个及时的提醒,也给了中国电影市场的发展升级一个提醒,提醒我们发展的同时要更加高质量,更加团结,更加注重文化与文明,更加健全我们的规范治理体系,更加注重人与人之间的信任与爱。一切偶然的背后都是必然,黑暗之后,迎来的就是光明。抗疫之后,迎来的将是