

# 卢米埃影业公司创始人、董事长兼CEO胡其鸣： 中国电影市场千载难逢的机遇

目前中国在国际上敢挺直腰杆说“厉害了”的行业非电影市场莫属。本次疫情,正是中国电影市场在国际上脱颖而出的大好机会。

## 中国具有巨大的市场潜力

2019年中国电影票房达到了创纪录的642.66亿。但是按照观影人次17.26亿和城市有效居住人口来计算,平均每人年观影人次约1.2次,与美国的4.7次尚有较大差距。2019年共上映影片556部,而实际有效影片量也就300余部。

根据美国MPAA年报,2019年美国电影票房114亿美元,中国票房93亿,差距在22%左右。美国2019年上映了786部影片,比中国多了230部。

## 短期小目标:两年内提高票房20%,超越美国成为世界第一

由于疫情,中国可能只需要提高15%就可以取得世界第一的位置。关键是扩大有效片源,提高上座率。采取的措施是盘活国内现有片库,国际上“团结一切可以团结的力量”,放映各国的优秀影片,借此树立起中国在国际电影界的统治地位。如果平均年观影人次达到2.0,则观影人次将达到28亿,以目前市场数据统计,中国的票房将轻松达到1042亿人民币。

## 中国具有最高配置影院的基础

2019年2月底,导演卡梅隆带着他监制的影片《阿丽塔:战斗天使》来到中国做推广活动。该影片做了3D 10FL高亮调光版。这相较于标准4.5FL,银幕亮度提高了一倍多,国内观众看了10FL版本后都大呼过瘾。后来卡梅隆告诉我,这个10FL的版本全世界只在中国发行了,因为全世界只有中国有这么高配置的影院。

随着电影院技术的不断发展以及顶级导演的力挺,高亮(3D 6FL以上,2D 14FL以上)、高帧率(60fps)、高动态范围(HDR)、宽色域(REC2020)、巨幕等已经成为吸引观众进电影院看电影的动力。这些视听效果是家庭影院一时半会儿无法达到的。目前,卢米埃影城的LD+、中影力推的CINITY标准都具有绝对的领先优势。目前中影在美国的制作中心将提供CINITY标准的影片制版,这将让观众亲身体验高配置电影的享受,同时,也催化了高配置影院的发展速度。

中影光峰独立开发研究具有自主知识产权的荧光粉激光技术(ALPD)性价比非常好,中国目前使用其激光光源的放映机的数量接近20,000个,激光放映占有率绝对世界第一。

现在和未来,中国将是国际高端影片的首



选市场。

## 中国有世界最大量的流媒体用户

2020年3月美国电影管理者协会NATO预言,未来电影市场的增长点是流媒体(Streaming)。

中国流媒体平台的代表爱奇艺目前拥有5亿用户,其他视频网站如抖音用户量也有超过了4亿。利用好中国流媒体用户是提高电影上座率的关键。

前面谈到,增加中国电影票房的关键是扩大有效片源,提高上座率。

疫情给中国国产影片造成的负面影响是不言而喻的。2021年甚至2022年的国产制作都会受到此次疫情的影响。因此,中国电影市场有必要“合纵连横”,多引进国际优秀影片,特别是非好莱坞制作的影片。由于历史原因,中国观众是最容易接受世界各国影片的。只要有字幕,什么国家的影片都看得进去。2019

年,黎巴嫩电影《何以为家》(Capernaum)在中国票房超过3亿元(54,315,149美元),占其全世界收入(64,413,178美元)的84%,令全世界刮目相看。

欣闻中影公司将建立“中央片库”,将所有电影局批准上映的影片都放在云端服务器上。这片库将包括众多国营电影制片厂的“修复升级”影片,如上海美影的4K“大闹天宫”和“神笔马良”等。利用中国领先全世界的5G通讯技术,下载一部影片也就是瞬间的事。

“拼团采购”模式在中国消费者中非常普及。开发“拼团预约”看电影的小程序,对接“中央片库”管理平台,自动生成KDM(密钥),利用流媒体平台做宣发,倒流观众进入影院,将起到“以点带面”的效果。针对过去大面积“正面作战”的宣发模式,“拼团看电影”虽属



## 导演张唯： 《空巢》表达了对特定群体的人文关怀

■文/本报记者 林琳

由张唯执导,祝希娟领衔主演的电影《空巢》已于5月10日起在快手短视频平台上线。导演张唯表示,这是一部为母亲节打造电影,聚焦了高龄空巢老人该如何幸福地过好晚年生活这一社会话题。

## 人物:空巢老人与年轻务工者的碰撞

《空巢》这个名字已经点明了导演会将镜头对准空巢老人,但影片中还有一个群体的代表——青年务工者。影片中的空巢老人在物质生活上并没有太多困难。“在我们的了解中,许多空巢老人最大的困难并不是经济上,而是精神上的孤独。”

张唯告诉记者,影片中空巢老人赵一梅的物质生活很富裕,并且还是一名知识分子,“她生活中最大的困境其实是和亲人之间的隔阂,以及精神世界的贫瘠。”

影片中的另一位主角是外地打工者雷小丁。张唯表示,和老人相比,雷小丁的物质生活十分艰苦。“我有意安排了这‘一老一少’、‘物质与精神’这样的对照角色,让故事在真实中加强戏剧张力。”

## 表达:“生活流”加上戏剧冲突

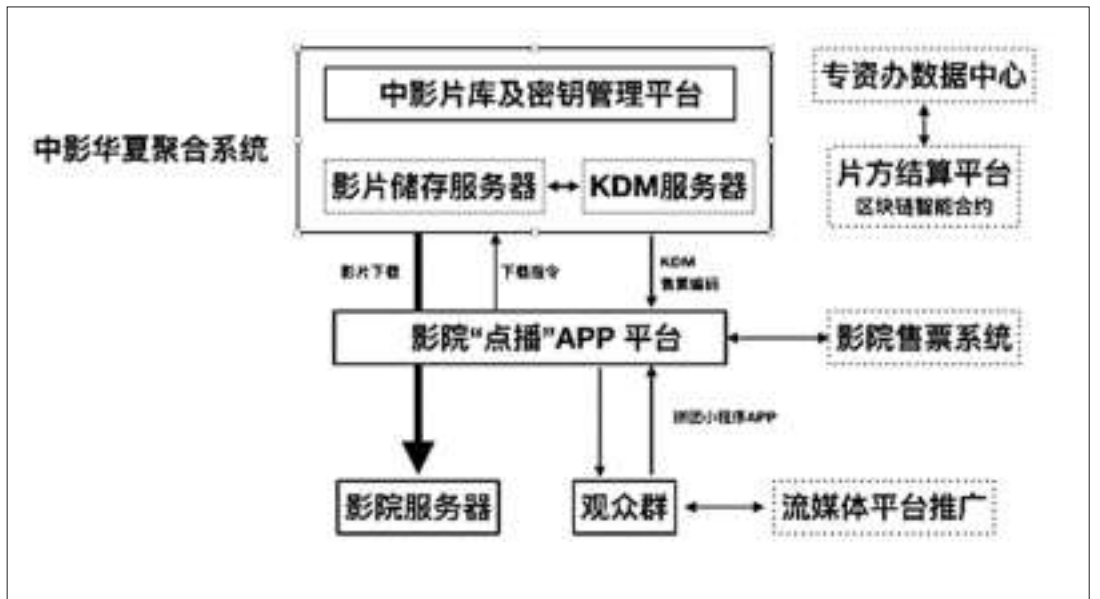
影片的前半部,张唯利用极其生活化的手

法表现了赵一梅和雷小丁的相知和相熟的过程。用张唯的话来说是“生活流”。“之所以选择这种表现方式,一方面是想体现出真实性,让影片更加接近真实生活;另一方面,我希望让影片后半部的高潮部分更加具有戏剧冲突。”

张唯告诉记者,在影片的高潮部分,一方面体现了老人对年轻人的原谅,同时也表现了年轻人的悔改之心。

“无论是赵一梅,还是雷小丁,这两个人物在故事中都有成长。”张唯表示,雷小丁虽然参与了诈骗,但他并不是十恶不赦。“雷小丁同样有善良的一面,他在陪伴老人赵一梅时,也是发自内心的想让老人不再孤独。而故事最后,意识到错误的雷小丁充满了自责,并真心想要改过。”

与此同时,此前与家人有隔阂的赵一梅也学会了原谅他人,甚至是爱别人。“影片最后,赵一梅前往雷小丁的农村老家去看望雷小丁的奶奶,寓意着赵一梅终于走出了自己的精神世界,更愿意和外界进行沟通。”



于“游击战争”,但它可以盘活小众类型电影,打一场“人民战争”。票房贡献不会少!2019年的场均人次为13.55人,假设“拼团”的有效标准定在25-30人,则“拼团”观影的上座率相当于提高了一倍!

中国的线上流媒体平台和线下的影院将会是长期并存的状态,中国将在全世界为线上与线下的合作作出榜样。线上推广的“拼团预约”宣发模式将把大批观众倒流进电影院。

## 整合规范电影院市场

现阶段,影院的发展和经营良莠不齐。在12000余家的影城,年票房收入低于300万的影城有数千家。这些影城的经营不规范,不仅没有贡献应有的票房和税收,还经常在局部地区挑起价格战,使得票房的整体缩水。长此以往,将出现劣币驱逐良币的结果。因此,利用这次疫情暴露的问题,正好可以整顿市场,去粗取精,淘汰一批不规范经营的影院。

## 盘活电影后期制作产业链

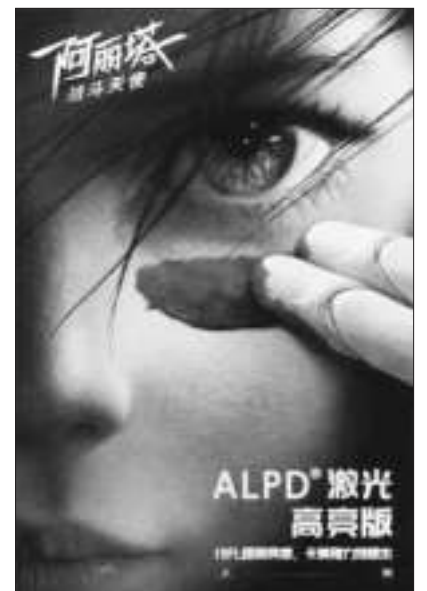
经典影片的“修复升级放映”在中国做了很好的实践。由于现代观众对视觉听觉的要求越来越高,老影片的视听效果肯定不够吸引人。2019年,经典影片《海上钢琴师》经过4K画质修复,在影城进行了有限发行,并取得了1.4亿票房的优异成绩。如果中影的“中央片库”计划得以实施,相信会有大量的资金投入对经典影片的画质和声音进行修复。这不仅盘活了老制片厂片库闲置的大量影片,同时由于市场的需要,会有大量的电影后期制作中心被启动进行影片的修复工作。

## 引领国际电影制作和影院配置标准

有了统一的行业标准,大家才可以“劲往一处使”。试想,如果手机没有IOS和安卓这两个主要的操作系统,目前智能手机绝不可能普及得如此迅猛。制定行业标准,一是靠行业组织的推动,如DCI制定了数字影院除了音效之外的所有标准。二是靠市场占有率,在沉浸式或者全景声方面,杜比的Atmos无疑是行业的标准,得到了几乎所有制片公司和导演的认可。由于电影院是还原电影制作的地方,因此,没有电影制作人的支持,任何先进的技术都不可能得到普及。而电影制作人是否采用某种技术,肯定要看看技术是否有足够多的影院支持。韩国CGV推行的所谓ScreenX三面投影的技术在国际上惨败,其主要原因就是没有人拍这类的影片。要破解这个“先有鸡还是先有蛋”的困惑,最直接的方式就是普及。我相信,由于中国高配影院(如CINITY)的普及,高亮(3D 10FL以上)、高动态范围(HDR)、高帧率(HFR)、宽色域的影片会得到相当普及,因为目前的摄影机已经完全具备了这些功能。

## 巨大的市场潜力和能接受世界文化的电影观众

中国有着巨大的市场潜力和能接受世界文化的电影观众。疫情虽然对国产影片的制作产生了很大的影响,但是中国可以趁机扩大引进国际优秀影片,特别是非好莱坞影片,以此确保影片的供应量,同时确立中国在世界电影市场的统治地位。利用中影建立的“中央片库”和中国领先世界的5G信息系统,通过流媒体平台小成本宣发推广“拼团预约观影”模式,盘活中国电影制片厂的库存,盘活小众类型影片。“大兵团”宣发的“正规作战”与拼团预约“游击战”模式并存,院线因影片的增量自然形成“分线放映”。中国电影市场达到年



票房2000亿绝对不是狂妄的臆想。

由于疫情,美国等国际电影业受到了严重的影响,这给了中国与世界第一电影市场缩小差距的机会,中国电影市场可能增长15%就会取得世界第一的地位。在中国这个大市场的吸引下,更多的电影制作者会采用中国高配置影院的标准,从而带动电影行业全产业链的新的繁荣。