

电影院如何自寻卖座片源?(一)

——广州青宫电影城增收诀窍之一



祁海接受记者采访

什么影片能卖座?许多影院人士认为只有大明星大导演担纲的商业大片,或是有强劲包场红头文件的主旋律大片,才能卖座。

影院需要大片,但若是完全依赖大片,又会陷入被动。

大片数量并不多。黄金档过后,影院常遇无大片撑市的淡季。这几年,中外电影生产受新冠疫情影响,要恢复元气尚需时日,大片就更稀缺。

放映大片,也未必能引客上门。如今影院太多,都在争抢观众。如广州青宫电影城(以下简称青宫影城),周边半径300米范围内还有7家影院,观众到这个地段看大片,不一定进青宫影城。

没有大片,影院就要挨饿吗?不!影院有一条“找米下锅”的自救之路,就是在非热门的国产小片中巧掘卖座片源。

一些无名小片质量并不差,有票房潜力,但许多影院没有发现。假如哪家影院善于推销这些小片,可开拓新财源。若捷足先登甚至独家上映,就不用与同行抢食,这就是差异化经营。

小片也能卖座?有成功的例证吗?青宫影城敢于探索,创建了全国独一无二的“国产小片高产试验田”,主动自选了23部在全国不卖座的国产小片,还有4部在北方卖座但在广州市场水土不服的国产大片,自创新的推广策略重新包装。这27部没有包场红头文件的影片,在青宫影城都热卖!

2006年,青宫影城独家上映一部发行七年仍默默无闻的老片《大进军·大战宁沪杭》,仅花150元宣传费,放65场可收13万元,超过青宫影城同年上映的4部最新美国大片(5万-11万元)。

《喋血孤城》在青宫影城周边300米的两家影院放映,仅收50元和635元,但该片在青宫影城放134场可收25.4万元!

儿童片《杂技小精灵》可在青宫影城放映3年,在2009-2011年每年“六一”节都上映该片,共放141场收20.2万元!

戏曲片《柳毅奇缘》在青宫影城也能卖座,放56场可收10.3万元,平均上座率高达88.1%,高于多数商业故事片。

北方题材文艺片《归来》在广州火不起来。但该片在青宫影城放315场可收40.4万元,高于周边4家影院放映该片的票房收入总和(37.1万元)。

除了27个影响较大的成功案例,还有多部国产小片在青宫影城的单片票房收入也有一两万元,聚沙成塔。青宫影城开业第七年,年票房收入高达5169万元,三次夺取全国影院年上座率冠军,国产小片为此做出了贡献。

小片没有明星效应和黑科技,没有包场红头文件。影院营销人员推销小片,就不能只会随大流做常规的事务性工作,要眼光独到,知识广博,信息灵通,才艺精湛。

以新观念细察本地社情民意

不少影院人士在本地生活多年,还是不了解本地观众,只看到一些表象,对本地民众的地域个性和社会心理缺乏研究。

许多国产小片能在青宫影城打

响,是因为营销人员真正了解广州人。

广州人观影的独特需求之一:

《1894:甲午大海战》(以下简称《甲午大海战》)描写清末北洋水师在山东黄海抗击入侵的日本海军。今天,广州多数年轻观众对甲午战争和邓世昌都很陌生。《甲午大海战》的故事发生在一百多年前的北方,似乎离当代太遥远,离广东太遥远。

《喋血孤城》再现抗日将领余程万在湖南指挥“常德保卫战”的真实历史,地名、战役以及指挥官更缺乏知名度,多数广州观众前所未闻。

这两部非广东出品的影片,不是一线明星名导加盟的商业大片,也无政府包场文件做靠山,在商业化大都市广州,似乎很难打开市场。

青宫影城却看好这两部影片,突破口是许多人想不到的一个资源——主人公的籍贯。青宫影城营销人员平日饱读史书,早就知道《甲午大海战》主人公邓世昌和《喋血孤城》主人公余程万,都是广东人,分别是番禺籍和台山籍。

由于广东人多有海外关系,又先富起来,容易被误以为“崇洋媚外”,只会赚钱,没有阳刚之气”,广东人对此很不服气。于是,广东人平日特别爱看歌颂广东人爱国的新闻和文艺作品,这是广东人特有的社会心理。

但是,多数广州观众并不知道邓世昌和余程万是广东老乡。

为此,青宫影城推介《甲午大海战》、《喋血孤城》,自行设计图文宣传品,宣传口号特别强调:“广东是抗日英雄邓世昌(余程万)的故乡,邓世昌(余程万)是广东人的骄傲!”

向观众宣传邓世昌指挥弹尽援绝的“致远”舰勇撞日军旗舰,威震敌胆!宣传余程万率部浴血坚守孤城十六昼夜,八千抗日将士仅生还八十三人,美国总统罗斯福闻讯也肃然起敬。邓世昌和余程万之壮举充分体现了广东人的爱国情怀,可激发广东观众的自豪感。青宫影城独家举办《甲午大海战》首映礼,邀请邓世昌侄孙邓权民老人出席,青宫影城向邓老赠送广州青年书法家敬录前人赞颂邓世昌的名联“此日漫挥天下泪,有公足壮海军威”,邓老感动落泪,场面十分动人。广州多家新闻媒体都大力报道,反响强烈。

这两部非广东题材影片注入了广东元素,令广东人引以为荣,倍感亲切,《甲午大海战》、《喋血孤城》在青宫影城的票房立马飙升,分别收14.5万元(91场)和25.4万元(134场),远超影片故事发生地山东、湖南的任何影院。

广州的许多影院人士不了解历史人物邓世昌和余程万,平日也不关注本地社情民意,就不会借力促销。广州多数影院放这两部影片,一部仅收几千元甚至几十元。广州的邓世昌纪念馆附近就有两家影院,其中一家放《甲午大海战》只收4690元,另一家没有放该片。

广州人观影的独特需求之二:

《花腰新娘》、《红高粱》(复映片数字版)分别描写当代云南少数民族农村生活和上世纪三十年代北方农民生活,乍一看“土”得掉渣。

《夜袭》、《天安门》分别讲述八路军奇袭日军机场和1949年开国大典前夕如何改建天安门城楼的历史,乍一看是政治教育片。

这四部影片要在毗邻港澳的开放城市广州打响,难度特别大,难在如何缩短乡村与城市、历史与现代、政治与市场之间的隔阂。

青宫影城营销人员胸有成竹,他们认为,正因为广州是开放城市,这四部影片更适合广州观众的口味。生活在开放地区的广州人,普遍有建功立业的愿望,又很务实,因此非常崇敬成功人士,希望从他们获胜的先例中汲取精神力量和可行经验,对文艺作品的要求就不再停留在娱乐消遣,特别欢迎励志作品。《花腰新娘》等四部影片稍加包装,就可以突出自尊自强的励志精神。

《花腰新娘》描写乡村女孩李凤美敢想敢干,冲破当地只许男人舞龙的旧习俗,领头组织一支出色的女子

舞龙队,不仅赢了村里的男子舞龙队,还能勇闯北京大展奇技,市民们都惊叹不已!青宫影城宣称这些阳光女孩不是普通的土妹子,是连城市人也佩服的成功人士,令广州观众感到新奇振奋,这就突破了城乡界限。

在广州,青宫影城以外的全市数十家电影院放《花腰新娘》共收730元,《花腰新娘》在北京全市和上海全市的票房分别收5000元和2.2万元,但该片在青宫影城放103场可收4万元,超过京、沪两大城市放映该片的票房总和。

《夜袭》描写抗战时期的山西战场,中方没有制空权,敌机狂轰滥炸。放牛娃出身的八路军小队长陈锡联不畏强敌,出奇兵摧毁山西的日军机场,创造了陆军打败空军的奇迹。陈锡联一战成名,年仅22岁就成为杰出将领。

《天安门》描写一群没有大专业学历,没学过装修设计解放军文工团舞美人员敢想敢干,将古代皇官门楼改造成壮丽的新中国标志。

青宫影城宣称这两部影片说明“低学历的年轻人也能做大事”,就接上了当今的地气,对年轻一代颇有启迪和鼓舞,革命传统与现代精神找到了交叉点。

青宫影城以外的广州全市数十家影院放《夜袭》共收2.5万元,北京的影院上映《天安门》最有地域优势,票房第一名收9万元。但这两部小片在青宫影城的票房都超过10万元(前者45场,后者48场)!

青宫影城营销人员认为《红高粱》是老片,反而有卖点。第一卖点不在银幕上,而在银幕下。导演张艺谋、演员巩俐和姜文、摄影顾长卫当年拍该片时,平均年龄只有28岁,便一飞冲天,拍出中国第一部在A类国际电影节获大奖的电影,该片又是1988年十大卖座片之一,成本只需70万元。于是,青宫影城推销《红高粱》打破常规,宣传重点不是影片的故事人物,而是大谈《红高粱》主创团队“丑小鸭变天鹅”的奋斗史,广州观众更感兴趣,便想看看他们的成名作。

《红高粱》于2014年在全国复映,放该片能收1000元的影院都很少见,但《红高粱》在青宫影城放11场可收3.3万元,场均收入(超3000元)高于多数新片。

影院挖掘国产小片的卖点,最注重的应是社会性和实用性,而不是娱乐性。影片若能切中当下的社会热点,反映民众的呼声,可引起观众的共鸣共情,这就是极好的卖点。

■文/祁海

「相约俄罗斯」电影主题活动 在莫斯科举办

本报讯 莫斯科时间1月23日,由中国电影博物馆主办的“相约俄罗斯”电影主题活动在俄罗斯莫斯科举办。

“相约俄罗斯”电影主题活动由启动式、主题展览及主题展映构成。启动仪式上,中国电影博物馆馆长陈玲做线上致辞。俄罗斯联邦外交部第一副司长妮娜·纳鲁特金诺娃、俄罗斯联邦外交部第一司司长顾问

帕维尔·拉宾、俄罗斯联邦外交部第一司司长顾问艾仁娜·加娃、俄罗斯外交部国际信息安全司司长奥尔加·梅利尼科娃、俄罗斯国家中央电影博物馆馆长瑞莎·芭哲诺娃、俄罗斯电影导演和编剧、俄罗斯电影导演协会主席尼古拉·列别捷夫等多位外交界代表、文化艺术界人士以及多位演员、导演、电影制片人、作家、电影学者和电影评论家、俄中友好协会代表参加启动式。

启动式结束后,活动嘉宾共同参观主题展览。主题展览通过图文展板全方位展示中国电影的发展历程,以及中国电影史上各个时期的重要代表作品和杰出影人,展现了中国电影人对电影艺术和技术的追求探索。

本次展映活动集中展映近些年国产优秀影片,题材多样,类型丰富,展映影片有《流浪地球》、《我和我的祖国》、《哪吒之魔童降世》、《水月在手》、《悬崖之上》。活动得到俄罗斯电影业界及观众的极大好评。俄罗斯连锁影院“莫斯科电影”(Moskino)总经理塔季扬娜·莫克里茨卡娅说,这场活动让俄罗斯人更好地认识中国及其文化,了解中国的历史,进一步加深两国人民的友好关系。

本次活动在莫斯科获得巨大成功并引起强烈反响,在莫斯科的三家电影院和莫斯科戏剧院大厅举办了电影放映,信息覆盖总量超过2500万人次,参观展览的人数超过2000人,观影人数超过4000人,共计播出7条电视新闻和100篇媒体报道。其中,塔斯社、俄新社、俄罗斯文化、CGTN、苏联国立电影学院、TV BRICS等多家俄罗斯媒体展开报道。(郎雷)

《这么多年》发布 张新成孙千“情人节大片”



此次发布的18张胶片由摄影师亦卷古月拍摄。夕阳下,张新成和孙千无论是面对、依偎、还是拥抱,都甜蜜到糖分超标,像极了记忆中泛着光的初恋。近距离之下,两人的眼神和呼吸彼此交缠,令人脸红心跳,不由自主去幻想背后的故事。在一张照片中,孙千吻着张新成的手,张新成则闭着眼睛仰头微笑,仿佛是并肩经历了漫长时间那种由衷的依恋和心安,不失为完美的情人节恋爱范本。

《这么多年》将于5月20日同观众见面。

《这么多年》已于5月20日甜蜜上映。

《被我弄丢两次的王斤斤》 宣布檀健次张婧仪主演

本报讯 2月14日,由韩琰执导,改编自郑执同名短篇小说的电影《被我弄丢两次的王斤斤》联合时尚芭莎杂志,发布了一组情人节大片,公布影片的男女主角阵容为檀健次和张婧仪(按姓名首字母排序)。日前,影片已阶段性杀青完成青岛部分拍摄。

影片主演檀健次和张婧仪此番出演为首度合作,自开拍以来一直在角色中努力摸索前进。檀健次曾凭借《猎罪图鉴》、《你安全吗?》等多部作品获评“整容式”演技而惊艳四座,媒体盛赞其突破不断,不但勇于挑战各类跨度极大的复杂角色,实力层面也是愈发游刃有余;张婧仪则刚刚在前不久上映的电影《无名》中惊艳亮相,其早先作品中的角色如《我要我们在一起》中倔强执着的凌

尧,《风犬少年的天空》中品学兼优的安然,都曾因她外柔内刚、情感丰沛的演绎而打动无数观众,令人过目难忘。

《被我弄丢两次的王斤斤》宣布檀健次张婧仪主演



《我要我们在一起》中倔强执着的凌尧,《风犬少年的天空》中品学兼优的安然,都曾因她外柔内刚、情感丰沛的演绎而打动无数观众,令人过目难忘。(影子)

