

# 现在是法国电影业的关键时刻

■编译/如今



《告别黑夜》

随着数字革命震撼到娱乐产业的基础核心,法国电影公司对此情况很敏感。由于法国女演员朱丽叶·比诺什(Juliette Binoche)是今年柏林电影节的主委会主席,法国电影业在柏林大力宣传了一把,法国影片《感谢上帝》(By The Grace Of God)、《同义词》(Synonymes)、《阿涅斯论瓦尔达》(Varda By Agnes)和《告别黑夜》(Farewell To The Night)都在柏林首映并入围主竞赛单元,同时有40家销售公司参加了“欧洲电影市场”的活动。

但无论是主流的还是小众的法国电影人均感受到来自持续数字化的压力,虽然已经经过谨慎的调整,并且有让其他国家羡慕的国家支持的电影电视生态系统。

法国电影业所面临的挑战包括当地艺术电影的票房下降,国家和私营广播电视公司因为来自全球平台竞争所带来的投资不确定性,以及如何更新严格的行业规则以适应数字时代。

好消息是,法国电影在本土的票房表现相对良好,根据法国国家电影中心(以下简称CNC)初步的数据显示,2018年法国本土影片的观影人次达到7700万,市场份额为39.3%,远高于美国电影公司作品市场份额占主导地位的欧洲邻国。

法国市场中的大赢家主要是主流喜剧片——《杜什一家3》(Les Tuche 3)、《东北一家人》(La Ch'tite Famille)和男子花样游泳队题材的喜剧影片《大浴场》(Le Grand Bain)引领市场,《大浴场》还在凯撒奖的提名中领跑。

在去年影院上映或直接进入DVD市场和视频点播平台的320部影片中,只有33部的观影人次超过50万,仅有11部超过100万观影人次。

“艺术影片中只有1部的观影人次超

过100万,也只有1部的观影人次超过50万,达到这一票房标杆的影片越来越少。去年还有《小农夫》(Petit Paysan)和《容基耶尔女士》(Mademoiselle De Joncquières)让人感觉惊喜。”Pyramide发行公司的艾瑞克·拉热斯(Eric Lagesse)说。

艾曼纽勒·莫雷(Emmanuel Mouret)的18世纪风俗喜剧《诱惑的艺术》(The Art Of Seduction)在法国吸引了超过54万观众。它正在多个平台上享受本土视频点播带来的成功,并被Netflix公司购买了除法国、比荷卢、瑞士和加拿大之外的所有国际地区的版权。拉热斯还将米夏埃尔·艾斯(Mikhael Hers)的讲述恐怖袭击后人们生活的剧情片《阿曼达》(Amanda)的成功当作例子,这部影片吸引了25万名观众。

但是这些影片,尤其是具有商业特性的,可能在十年前的法国票房会更好。“我认为《诱惑的艺术》在10年前会是一部观影人次达到100万的作品,”拉热斯说,“正是这些具有更广泛吸引力的电影——特别是在票房较高的市场领域——失去了观众。”

## 海外市场

法国电影在海外市场中的情况更为复杂。法语电影联盟的年度海外票房报告显示,2018年法国影片在海外市场中观影人次下降了52%,为4000万人。法语电影联盟的副主席吉尔·勒努阿尔(Gilles Renouard)指出,最近不错的数据主要是由吕克·贝松经营的EuropaCorp公司制作的英语长片和以家庭为目标观众群的动画长片贡献的,法语影片在海外市场上的上座率相对稳定,观影人次在3000万-4000万人次之间徘徊。

如何提升法国电影的国际影响力和市场表现是一个持续争论的问题。“我经常听到买家说我们的电影时长太长而且台词太多了。”法语电影联盟的总干事伊莎贝尔·乔尔达诺(Isabelle Giordano)去年接受《费加罗报》(Le Figaro)的采访时表示。

Doc & Film International公司的CEO丹妮拉·埃尔斯特纳(Daniela Elstner)也是销售代理公司ADEF的总裁,她并不认为法国电影已经“失宠”。她建议监控包括数字平台收入在内的所有收益,以便更好地看清每部影片的业绩。法国电影2018年的总销售收入尚未整理出来,目前能看到2017年的业绩为1亿9300万美元。

埃尔斯特纳还表示,Netflix将为大量法国中等投资的喜剧片配音——包括弗雷德·卡瓦耶(Fred Cavayé)的《无可隐藏》(Nothing To Hide)、埃莱奥诺尔·普利亚(Néonore Pourriat)的《男人要自爱》(I Am Not An Easy Man)和Kheiron的《甜蜜香草》(Bad Seeds)——这可能会改变游戏规则。

《甜蜜香草》里的凯瑟琳·德纳芙(Catherine Deneuve)或者《无可隐藏》里的贝热尼丝·贝乔(Bérénice Bejo)在小荧幕里有讲着美国口音,可能不会吸引法语爱好者,但这种策略可以吸引那些不愿意看字幕的英语观众。

## 不断变化的观众

传统法国电影制片人需要面临的一个主要挑战是年轻观众观看的电影和电视的内容正在发生变化。法国青少年有可能更喜欢在Netflix上播放英国剧集

《性爱自修室》(Sex Education)和美国青少年剧集《河谷镇》(Riverdale),或观看各种形式的YouTube内容,而不是去寻找像加斯帕·诺(Gaspar Noé)的《高潮》(Climax)这样的电影,这部影片去年在法国的播放量为6万。

最近的一份CNC报告显示,2017年至少有一次去电影院的法国人有4260万,其中有18.3%的观众年龄在3-14岁之间;15.2%的观众在15-24岁之间;35.8%的观众在25-49岁之间;50岁以上的观众占比为30.8%。

拉热斯说,当谈到艺术影片时,年龄的分层更为明显。“不幸的是,我们已成为服务于40岁以上甚至50岁以上的电影观众的发行公司了,”他感叹到,“我们失去了年轻的观众。我说的年轻指的是20-35岁这一年龄层。在智能手机上观看电影的观众会去大银幕上观看《黑豹》,但是艺术影片就难说了。”

“电视剧集是我们最大的竞争对手,”他继续说,“现在拍出了一些不错的剧集,培养了真正的人才,但剧集对于电影产业而言是一堵无形的墙。一个在电影院看着电影长大的成年人会喜欢好的剧集但不仅仅只喜欢剧集。而看着剧集成长的年轻人将不知道如何观看电影。”

但即便是这样,拉热斯也依然保持着坚定的乐观。他强调了CNC在确保法国电影与观众保持联系方面发挥的关键作用。“只要法国政府继续用CNC的宏观机器支持电影人,独立发行公司将能够继续发掘新人才并拍出各式各样的好电影。”他说。

还有许多人认为法国电影业已经开始接受不断变化的观众口味、观影习惯以及数字时代的经济学。

“法国电影在国际市场中发生了变化,现在这种变化的发展速度非常快。”电影融资和制片公司Logical影业的联席总裁弗雷德里克·菲奥雷(Frédéric Fiore)说。

Logical影业是2016年在戛纳成立的,在股权集中中筹集了2230万美元的融资用于制作和开发项目。此后,该公司拍摄了科拉莉·法尔雅(Coralie Fargeat)的惊悚片《复仇战姬》(Revenge)、阿德沃尔·阿吉纽依·艾格拜吉(Adelewe Akinmoye-Agbaje)的《耕耘》(Farming)和首部内容制作的《No Gods No Masters》——这是一部由Eric Cherié执导的中世纪动作片。去年,它还收购了曼努埃尔·奇切(Manuel Chiche)以类型片为主要业务的发行公司The Jokers的股份。

“我们看到越来越多的项目具有出口潜力,”菲奥雷说,“法国制片人和电影人越来越倾向于使用英语工作,而制片



《感谢上帝》

人正在将预算控制在更现实、风险更低的水平。自我们公司成立以来,我们收到的项目预算在三年内下降了约25%。”

另一个关键的变化是法国人对类型影片敞开了怀抱。去年,即便是CNC也推出了一个特殊的以类型片为重点资助对象的基金。

“法国人已经克服了将类型片复杂化的习惯,”菲奥雷表示,“成功的电影比如《复仇战姬》和《奏冥曲》(The Sonata)解放了他们。”

菲奥雷希望看到在影院保护期方面严格的法规有所改变。目前,他们分别在电影院、视频点播和订阅视频点播之间设置了不同的窗口期。

“影院和视频点播同一日上映非常合适类型片,比如《复仇战姬》,但根据现行法律,这在法国是不可能的,”菲奥雷说。

他说Logical影业正在讨论是否要为《No Gods No Masters》做影院发行。“这种电影不太可能产生巨大的票房,我们会问自己,是否值得为2.5万的观影人次放弃流媒体平台首发。”他透露道。

法国电影业充满活力,大银幕还是不是主要阵地这还有待观察。

## 窗口期新规低调出炉

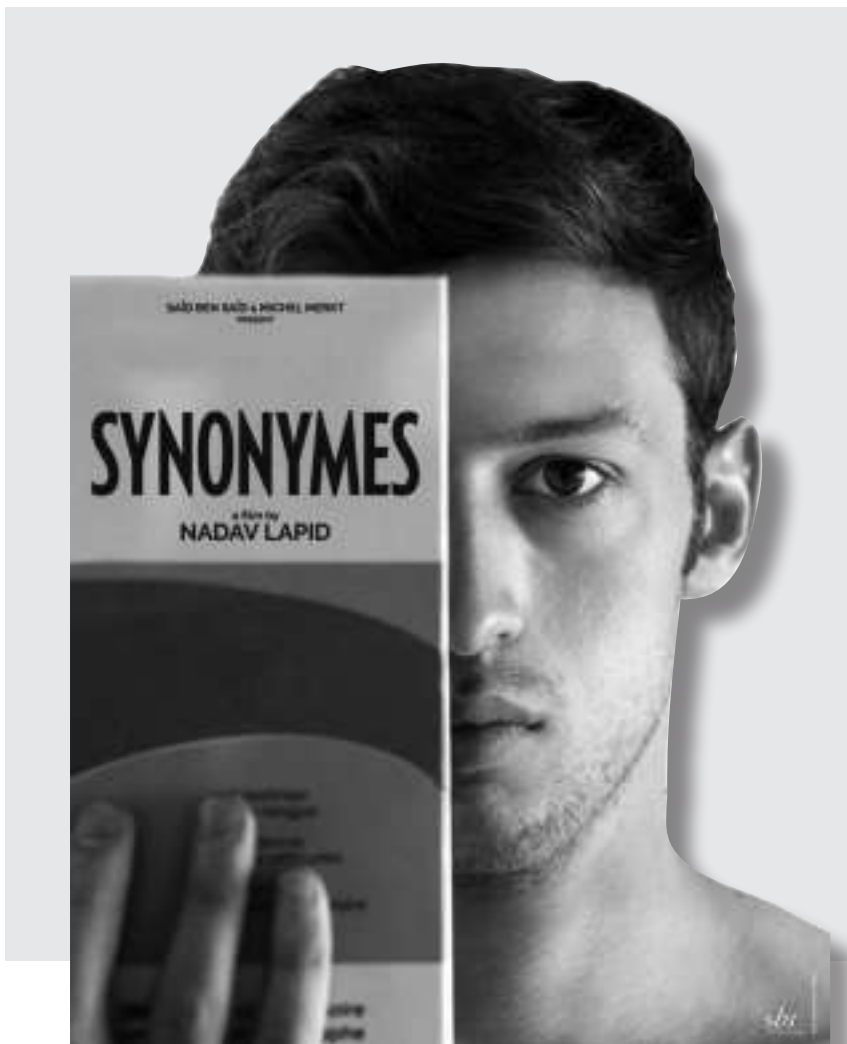
法国严格的放映窗口期相关法规

在2018年底进行了一些改革,旨在使该系统适合数字时代。这些法规在2018年12月21日引起了业界的轰动,主要是因为很少有人对这些规则感到满意。许多人认为这些变化还远远不够。

规则改变后,影院上映到视频点播之间的窗口期仍然是4个月。第一个付费电视频道播出的窗口期缩短到了2-8个月;但是免费电视频道想要播出依然要等22个月之后,虽然他们将3.2%的营收投入电影业。如果电影在影院放映的头四个星期的观影人次不足10万,可以在所有平台上比票房好的影片提前1-2个月播出。但是根据新法规,没有任何影院和流媒体平台同步上映的可能。

对于严格遵守义务和发行规则的“良性平台”,最重要的订阅视频点播的窗口期已经缩短至17个月。这些规则不太可能得到像Netflix或亚马逊这样的流媒体公司的认可,他们现在在法国被称为“非良性平台”,并将继续陷入长达36个月的窗口期的困境。

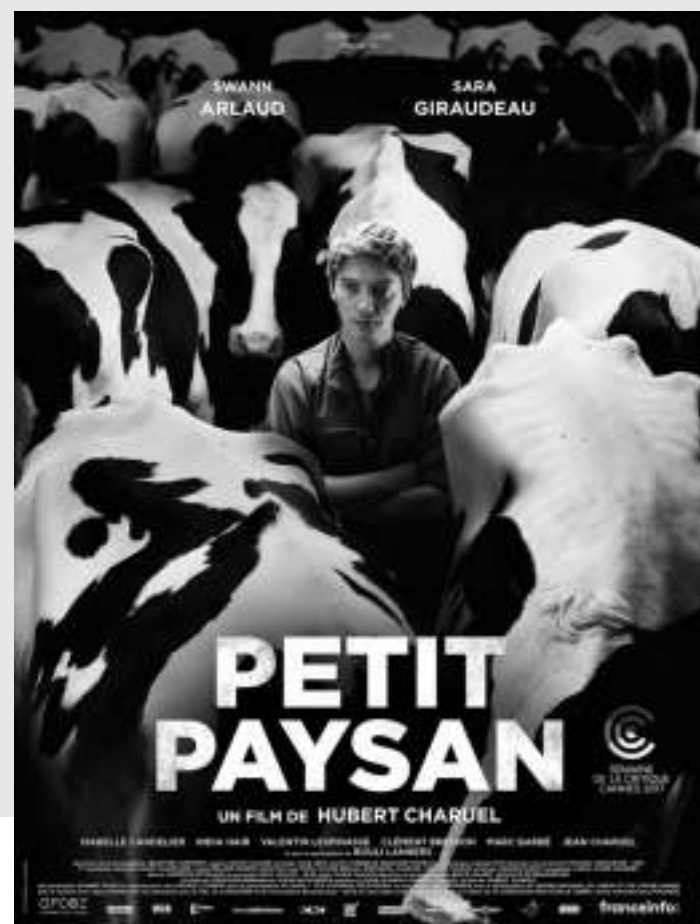
该法规出台后的两大赢家是Canal +和Orange电影公司,他们设法通过谈判减少6-8个月的窗口期,以换取他们在法国电影业上的大量投资。



《同义词》



《阿涅斯论瓦尔达》



《小农夫》