

疫情致个别影片转档无碍长期播映格局 拥抱互联网也需保证影院权益

■文/本报记者 姬政鹏

1月31日,爱奇艺与电影《肥龙过江》出品方共同宣布,因新冠肺炎疫情影响,原定于2月14日全国上映的动作喜剧电影《肥龙过江》正式提档至2月1日进行爱奇艺超前点映。此前,定档大年初一的院线电影《囧妈》也因疫情影响宣布通过线上免费播出的方式与观众见面。

两部之前目标院线市场的电影绕开影院改为通过网络放映,引发了行业的关注和讨论。有观点认为院线电影转档网络存在法律问题,也有人觉得即使在互联网和新媒体的冲击下,影院放映依然不可替代。

那么,在疫情影响下院线电影改为网络上映是否构成违约?今后院线电影绕开影院进行网络播映会不会成为常态?影片的院线播映窗口期要如何保障?在新技术和新渠道的冲击下,以院线和影院为代表的放映端乃至整个电影产业该做出哪些努力甚或调整?记者带着这些问题采访了法律人士、从业者和有关专家。

◎“从法律角度讲,不可抗力影响下,解除合同的一方可部分或全部免责”

电影《囧妈》上线后,曾引发不少影院从业者的质疑,焦点之一就是影片绕开院线进行网络播映是否违反了《电影片分账发行放映合同》。

一位发行公司的人士告诉记者,在中国的院线电影发行活动中,电影片方(或发行方)需要和院线签订《合同》,版权方和放映端分别按照合同内的相关条款享受权利、履行各自义务,其中就有相应的规定条款。

“合同里会对双方的授权范围、利益分配、物料交付、权利义务、承诺保证甚至影片的发行渠道、发行区域、发行范

围、票价结算等方面进行详细说明规定,比如版权方需要保证影片已经过审,遵守影片上映的‘窗口期’,提供相应宣传物料等,放映端则需要配合影片宣传,保证放映质量,承诺上报真实的票房数据等。”

记者拿到了标准版的《电影片分账发行放映合同》。

《合同》中对于甲方(即版权方)的权利与义务有明确规定:自影片首映之日起至约定时间结束之前,甲方不得自行或许可第三方出版电影的音像制品,且不得自行或许可第三方将电影片通过

有线电视、无线电视、网络以及其他任何媒体进行播放。在甲方的承诺与保证中也写明:本合同签署之日至发行期限结束之日,甲方需承诺不会再授权第三方在发行区域内发行影片。

也就是说,正常情况下,在影片选择院线上映并签订合同后,应尊重影片在院线放映的“窗口期”,不能在“窗口期”内提供给包括网络平台在内的第三方播映,否则就会构成违约,需要承担相应责任。

但今年的情况有些特殊,因疫情影响,2020年1月24日起全国影院陆续暂

停营业,主要放映渠道缺失,相关影片也自然无法在合同规定时间于院线上映。

对于疫情期间的合同履行,全国人大常委会法工委发言人、研究室主任臧铁伟表示,当前我国发生新冠肺炎疫情,为了保护公众健康,政府部门也采取了相应疫情防控措施。对于因此不能履行合同的当事人来说,属于不能预见、不能避免并不能克服的不可抗力。根据合同法的相关规定,因不可抗力不能履行合同的,根据不可抗力的影响,部分或者全部免除责任,但法律另有规定的除外。

河南经源律师事务所副主任任亚斌

对合同履行中遇到不可抗力或出现情势变更情况时该如何处理给予了说明。他表示,遇到此次疫情事件,原则上来讲,片方或发行方首先应尽到相关告知与注意义务,并就此次事件与相关各方积极进行协商,以防止违约责任及不必要的纠纷发生。

但在记者的采访中,有来自院线的反馈表示,上述两部影片在转为网络播映之前,院线和影院方事前并未收到片方或发行方的告知,“大家都是看新闻知道这件事的”。对此任亚斌认为,从法律层面来讲,在疫情等不可抗力影响下,如

果合同履行不能达成一致、合同无法继续履行或无法实现合同目的时,一方也可以通知另一方解除合同。

“按照流程,若在合同履行期间发生不可抗力事件,双方应首先就合同履行立即进行协商并尽快达成一致,如果双方未就合同履行达成一致,并且像此次疫情这样,不可抗力情况持续时间较长的,任何一方都可以通过书面形式通知对方解除合同,在这种情况下,解除合同的一方可根据不可抗力的影响大小主张部分或者全部免除责任。”任亚斌如是说。

◎“本次院线电影转网络播映只是个例,不具备常态化基础”

在《囧妈》和《肥龙过江》此次因全国影院暂停营业而进行网络播映的事件中,院线和影院等放映端更为担心的是,这两部影片会不会“开了一个不好的头”。

一位北京的影城排片经理告诉记者,这种行为如果被默许,日后对放映端冲击极大,“不仅因为网络播映会造成观众的分流,而且片方和发行方有了另一个放映渠道,在分账比例等问题上也就有了更多的谈判砝码,会对放映端的收益和发展造成极为不利的影响。”

但记者在采访中发现,业内人士普遍认为,这次院线电影转网络播映并不会“颠覆传统的影院生态”,不必过度反应。

中国电影资料馆馆长、中国电影艺术研究中心主任孙向辉告诉记者,之前

有些投资比较小的影片由于在院线市场没有放映空间,会选择转到网络平台进行播映,但已经宣布定档的影片,临时改为网络播映这还是头次出现。她同时也表示,这种情况只是疫情影响下的特例,短时间内不具备常态化基础。

清华大学教授、中国电影家协会副主席尹鸿也在社交媒体上表示,电影《囧妈》提前上线新媒体平台是一个特例,“疫情所迫与新媒体的商业利益需求共同促成了这一特例”。欢喜传媒负责人也告诉记者,电影《囧妈》于疫情影响下在春节期间上线网络播映是“不得已而为之,是个特例”,《囧妈》还会在疫情平复之后择期与全国观众在影院见面,“我们的初衷是希望能在疫情影响下的春节期间,给全国观众带去欢乐,丰富大家的假期生活,当然也有出于资金回收等方

面的考虑,但这次是疫情之下不得已而为之的特例,在疫情平复之后,《囧妈》还会登陆院线和喜爱这部电影的观众们见面。”

中国电影评论学会会长饶曙光认为,受到疫情影响,全国影院暂停营业,春节档及2月份已定档影片集体撤档,这些情况虽对电影行业有一定影响,但是一次性的,未来随着疫情结束,行业会逐渐恢复常态。

饶曙光还表示,在当下,影院放映还是影片尤其是大体量影片实现成本回收最重要的途径,“到目前为止,有1万多家电影院、7万块银幕和现有分账比例、‘窗口期’规定支撑的影院放映模式依然是影片尤其是大体量影片回收成本最重要的途径。”

此次为院线电影网络播映“买单”的

是字节跳动、爱奇艺和腾讯视频等互联网企业。一位在视频平台负责版权采购的人士告诉记者,《囧妈》免费播映的背后,除了字节跳动和欢喜传媒达成的长期合作关系之外,通过此次合作,欢喜传媒实现了资金回收和股价上涨,字节跳动在淘宝和快手双双冠名2020年央视春晚的背景下,找到了吸引用户、流量和广告的方法,签约双方实现了双赢,是一次成功的战略决策;而《肥龙过江》在爱奇艺和腾讯视频上则为传统的“保底加分账”模式(会员点播6元一次,非会员12元一次),除了时间上“超前”,和之前院线电影在视频平台上线的操作并无区别。

“但这两种模式都无法做到长期坚持。首先,字节跳动这种高投入的战略决策不可能是常态,钱是一方面,ROI(投

◎“窗口期是电影行业的基本游戏规则,不能轻易被颠覆”

院线放映窗口期也是此次院线电影网络播映事件中整个行业所关注的重点。有人担心,网络平台过早上映院线电影会分流影片的影院放映收益。面对这种担心,罗天文告诉记者,在成熟的市场机制下,以网络播映为代表的电影版权收入是版权方的重要补充,但只有给各个“窗口”留足发挥空间,才能实现各方的收益最大化。

“在好莱坞,影片首先会在影院上映三到四个月;随后开始开放大概六到八个月的录像带、DVD或网络视频市场,在这期间各平台可以进行付费

点播或下载;然后是为期一到两年的有线电视播放市场;最后会进入长期的包月观看和免费观看阶段。”罗天文说。

也有相关影片发行人告诉记者,在中国,目前以优酷、爱奇艺、腾讯视频为代表的在线播映平台对于院线电影的播放窗口期也相当注重,“正常来说,为了保证影片在院线放映的收益,院线下映才能在网络上放映,如果遇到密钥延期,网络上映还要顺延。但也都可以通过沟通,比如一些小成本影片,可以在院线上映一周后,没有什么

排片的情况下,在网络平台上映,这已经是底线了,前几年还有想挑战院线网络同步上映的片子,但都遭到了院线的强力抵制,近两年这种操作已经基本没有了。”

记者发现,之前发布的“爱奇艺原创电影”计划,其中特意强调了“自制影片不会绕过院线、也不会大幅度缩减院线窗口期以服务于自己的网络平台”,而对于此次《肥龙过江》的超前点映,爱奇艺方面也向媒体表示,此次超前点映是疫情期间采取的特殊处理方式,《肥龙过江》的院线发行权仍然在

博纳影业,以便日后院线上映等事宜的安排。

饶曙光表示,新技术和载体的发展必然会对实体影院产生冲击,在这种冲击下,保证影院放映窗口期是合理的,“窗口期是电影行业发展到今天所形成的基本游戏规则,不能轻易被颠覆”。尹鸿也认为:这次特例不会是常态,影院不必过度反应,“电影依然需要影院窗口创造仪式感、现场性和议程设置。”

在中国电影的发展过程中,相关法律和规章制度也在不断规范,对于

院线放映窗口期的保护也逐渐成熟,除了前文中提到的《电影片分账发行放映合同》中对窗口期有明确规定外,相关行业协会也签署了公约来保证行业利益、维护行业生态。

2019年4月,中国电影制片人协会、中国电影发行放映协会共同制定签署《关于影片进入点播影院、点播院线发行窗口期的公约》,公约中明确约定窗口期为影片在电影院线首轮上映档期的两倍。

但也有影院的从业者向记者表达了他们的忧虑,“公约来自行业协会而

不是相关部门,点播影院和点播院线也并不等于在线播映平台,并且公约里也没有明确的惩戒措施,缺乏强制性,说白了就是全靠自觉,还是希望主管部门关于窗口期问题,能够制订或出台硬性规定,方便大家遵守。”

尹鸿则建议,属于市场的问题,可以通过市场机制自行调节,“这次事件属于特例,电影行政管理部门也不必要把特例当作全行业已经存在的问题来看待。即便是所谓的窗口期,行政可以干预一时,但归根结底是市场决定的,不以人的意志为转移。”

◎“积极拥抱互联网的同时,努力提升影院观影的不可替代性”

在《囧妈》和《肥龙过江》上线网络平台播映后,在各大评分网站和社交媒体上口碑平平,“过年家中吵闹,很难专心投入影片”,“家里没有智能投影,屏幕太小影响观影体验”,“音响视效基本可以忽略不计,没有影院的沉浸感,情绪很容易被打断”等对于影院观看和网络端观看在观影体验上差别的“吐槽”也在评论区多次被提及。

对此,孙向辉认为,院线电影在整个创作阶段的努力都是为了在大银幕

上映,和网络电影还是有区别的,“要让影片在流媒体上吸引观众,需要创作者在前期的制作过程中就进行相应准备。如果本来为了影院放映而制作的影片,放在手机和平板电脑上看,传播载体和观影环境的差异不仅会让观众有抽离感,而且很多创作人员的良苦用心观众也感受不到。”孙向辉说,她本人就是在厨房边准备做饭边架着手机看的《囧妈》,其实也就是看了个故事而已,和看“电影”风马牛不相及。

孙向辉还表示,就目前来看,影院在大场面、大制作,声画视听效果上的优势依然明显,手机、平板电脑以及其他流媒体播放端暂时取代不了。罗天文也坦言:“一直以来电影产业都伴随着科技发展一同进步,也和各个时期的前沿科技有着紧密结合,行业要对磨合成熟的院线电影生态有信心,对多年积累的观众观影习惯有信心,在积极拥抱互联网的同时,提升服务水平,规范市场秩序,努力提升影院观影

的不可替代性。”

他同时也表示,随着5G时代的来临,新媒体和互联网与电影产业会有越来越多结合的可能性,但新媒体和互联网的贡献更多集中在传播渠道和内容载体的多样化和便捷化上,电影产业归根结底是创意产业,观众对于优质内容的需求没有改变,内容为王也是电影创作始终不变的铁律。

“无论院线电影、网络电影还是其他形式,产出为观众所喜爱的高质量内

容才是实现商业回报的前提,而且随着渠道的便捷化和多样化,观众观影水平和观影口味的提升和改变会越来越快,这也对创作者们提出了更高的要求。”

而对于院线和影院的未来,孙向辉的观点是,在新传播技术和载体的竞争下,院线和影院先要努力修炼好“内功”,特别是在目前影院还不能复映的日子里,要做好如何在服务和体验方面进行升级的准备。饶曙光也认为,在中国电影的产业结构条件下,互联网对电

影产业的影响非常之大,要努力树立互联网思维,通过电影和互联网的结合来实现自身的可持续发展。

“传统院线和电影院应该和新兴电影企业尤其是互联网电影企业在内容为王的层面上达成共识,同时也要从中国电影的整体利益、长远利益和根本利益出发,通过充分的协商对话,在法制和理性的轨道上解决相关的冲突问题,最终实现双赢、多赢和共赢。”饶曙光说道。