

中国电影报

主管:国家电影局 主办:中国电影艺术研究中心 出版:中国电影报社 网址:www.chinafilmnews.cn 2020年06月10日 第22期 总第1654期 定价:3元

提高有效供给,激发市场活力 坚定信心推动电影全行业 持续健康发展

本报讯 目前,全国疫情防控阻击战取得重大战略成果,但全球疫情的蔓延、经济下行压力等多种因素叠加,将对电影产业格局、生产方式、经营理念带来深刻调整,产生全方位、持续性的深刻影响,也让电影产业未来的发展面临极大的挑战与压力。

在这样的大环境、大背景下,国家电影局不久前召开的电影系统应对疫情工作视频会议,给全行业释放了积极的信号,对于提振行业发展信心、助推行业提质升级起到了重要的作用。

新疆天山电影制片厂厂长高黄刚表示,天山厂将充分贯彻落实此次会议精神,在做好疫情防控工作的同时,植根于新疆这块沃土,聚焦新时代的火热生活,坚定信心,锐意进取,开拓创新,创作出更多讲好新疆故事的精品力作,助推中国电影产业取得高

质量的新发展。

中国电影家协会副主席、清华大学新闻与传播学院教授尹鸿认为,会议给了电影从业者以信心,也凸显了电影行业对于社会、文化的作用和地位。他表示,会议不仅给了业内从业者很多信心,更重要的是出台了一系列利好政策,为中国电影产业今后的发展进一步明确了方向。

会议指出,电影行业发展要坚持“内容为王”。对于电影产业而言,好的原创内容的可持续供应,是电影产业的立足之本。对于正在为复工复产做准备的电影行业,尹鸿充满信心,同时也提出了如院线影院需要有结构性调整、制片方面不仅要保持多样化创作,还要进一步提升有影响力作品的数量等诸多建议。尹鸿表示,电影市场的复工复产,需要有一批有影响力的大片来撬动。“一个消费习

惯的重新形成,需要一个强而有力的推动力。只有影响力的电影进入市场,才能够让市场重新有活力。”

高黄刚表示,如今新疆2500多万各族儿女将迈入全面小康社会。通过相关题材影片创作,我们能切身感受到新中国成立70年来,新疆这片热土发生的时代变迁、历史进步和社会发展;能切身感受到,现在新疆优美的旋律、动人的舞姿、幸福的笑脸和热气腾腾的现代生活;能切身感受到,新疆各族人民不负殷殷期望,像石榴籽一样紧紧抱在一起,各民族交往交流交融的真实现实。

在展望下半年时,尹鸿建议中国电影人首先要做的就是让本土市场恢复活力。在他看来,想要进一步增加观影人次,中国电影人就必须提供更多优质的影片内容。

首都华融电影院经理于

超表示,最近一段时间,他们向约5000名观众发放了一份调查问卷。“总体上看,其中90%的人有回到影院看电影的意愿,但是观众进到影院最关心的是安全性。”

想要尽快恢复市场活力,激发出观众的观影需求同样重要。“市场中一定要有观众真正想看的影片,观众才会走进影院。”在于超看来,消费信心、消费习惯和观影需求都是复工复产时要解决的问题。

作为影院的经营者,于超也呼吁可以尝试适当放宽影院经营的范围,让影院进一步探索经营多元化,用来提升影院自身的抗风险能力。“过去的这些年中,影院通过放映电影得到的收入相当稳定,因此电影院也缺乏动力去探索。经历了此次疫情之后,影院经营者们有了更多的危机感和反思空间。” (详见第2版)

新疆天山电影制片厂厂长高黄刚: 坚定文化自信,讲好新疆故事 在高质量发展道路上向电影强国目标迈进

本报讯 前不久,国家电影局召开电影系统应对疫情工作视频会议,传达学习习近平总书记关于统筹推进疫情防控和经济社会发展工作的重要讲话精神,分析疫情对电影行业带来的冲击和深刻影响,对下一步推动我国电影在疫后更好更快发展作出了安排部署。

天山电影制片厂厂长高黄刚表示,在全国疫情防控阻击战取得重大战略成果,但全球疫情的蔓延、经济下行压力等多种因素叠加对电影行业造成深刻影响的情况下,此次会议的举行可谓恰逢其时,不仅做出了“我国电影发展长期向好的条件和环境没有改变”的明确判断,也为提振行业发展信心,助推行业提质升级起到了“定海神针”的作用。正如王晓晖部长所说,冬天总会过去,春天已经到来,只要广大电影人坚定信心、团结一致,就一定

排除万难,再创中国电影新辉煌,在高质量发展的道路上向电影强国目标迈进。

2020年,天山厂已启动向“建党100周年”献礼、以脱贫攻坚为题材的影片《盘龙古道》,该片目前正在紧张的筹备阶段;生动展现新疆阿勒泰地区各民族少年儿童体育课“冬季滑雪、夏季骑马”这一独有亮点的青春励志儿童片《小马鞭》也已进入筹备阶段。目前,疫情的阴霾逐渐散去,天山厂也将继续做好“民族团结一家亲”电影《昆仑兄弟》以及青春歌舞片《歌声的翅膀》的全国宣传发行工作,通过这些影片的创作、生产、发行、上映,积极践行“为时代画像、为时代立传、为时代明德”的使命任务,也希望通过这些影片让更多的国内外观众切身感受到新疆之优美、新疆之大美、新疆之壮美。 (详见第2版)

擦亮上海电影制片厂品牌,打造产业创新项目矩阵 上影集团“十四五”新战略 瞄准内容创新和产业创新



本报讯 疫情重创之下的电影行业正在等待复苏,上海电影集团起而行之,以三个多月的“沉浸式思考”为基础,制定出台《“十四五”发展战略规划纲要》,以“内容创新”和“产业创新”为核心驱动力,以“机制创新”和“文化创新”为保障,全力奔向“铸造精品内容,应用创新科技,实现高质量发展,引领产业转型的综合影视文化集团”。

纲要明确了集团战略目标,阐述了“精品内容、大IP开发、产业转型”三大核心战略,梳理了创作制片、拍摄制作、发行放映、文化实业四大业务板块,并提出加速孵化“X”个创新项目,确立了人才专业化、组织生态化、机制

市场化、资本证券化、产业数字化五个方针。

上影集团党委书记、董事长王健儿告诉记者,习近平总书记在刚刚结束的全国两会上指出,我们必须在“一个更加不稳定不确定性世界中谋求我国的发展。对于电影行业,特别是对电影企业来说,如何审时度势,在不稳定中找方向,在大变局中觅新机,做到前瞻布局、有效应对,促使企业早日复苏,尽快走上高质量发展之路,已经成为当前的第一要务。上影新战略的推出,正是希望主动“突围”,在今后五年打一场“主动仗”。

(下转第2版)

特别策划

中国电影院线制改革发展回眸

本报讯 (记者 林莉丽) 今年是中国电影发行放映院线制改革走过的第18个年头,此时回顾曾经的改革历程,理性看待“后疫情”时代的中国电影市场,既不能低估影响盲目乐观,也要避免高估负面影响的消极悲观。中国电影院线制的改革实践是中国电影人智慧、勇气和担当的最好证明。冬天总会过去,春天正在到来。只要广大电影人坚定信心、团结一致,就一定能够迅速走出调整期,延续中国电影繁荣发展的势头,在高质量发展的道路上向电影强国目标迈进。

中国的电影发行放映体制是在长期的计划经济体制下形

成的,与北美电影市场相比,中国的电影院线制起步较晚。从1995年开始,上海、北京、四川、辽宁等地率先开展了发行放映机制改革和院线制试点。在充分借鉴世界电影产业大国多年形成的发行放映优势,总结我国电影院线改革试点经验的基础上,2001年12月18日,《关于改革电影发行放映机制的实施细则》的通知(广发办字[2001]1519号文件)印发,中国电影院线制改革启动。

按照1519号文件的表述,中国的电影院线制是“以影院为依托,以资本或供片为纽带,由一个发行主体和若干个影院组合

形成,实行统一品牌、统一排片、统一经营、统一管理”的发行放映机制。

作为一次自上而下的改革,院线制改革在改革初衷、改革方式等方面形成了有中国特色的探索实践轨迹。院线制的全面推行在实现中国电影低谷期的“触底反弹”同时,也激发了产业链上、下游的活力,为中国电影产业的良性、可持续发展奠定了基础。

截至2019年底,全国共有城市电影院线50条。根据投资主体的不同,可以分为国资院线和民营院线两大类。从内容和市场细分的维度看,可以分为商业院线、艺术院线和农村电影院线

三大类。根据资产联结方式的不同,城市电影院线可以分为直营型、加盟型、综合型三个类型。

据统计,2002年院线制改革以来,全国电影票房从当年的9亿元提高到2019年的643亿元,增长了71倍。2012年,中国内地电影市场以170亿人民币(27亿美元)的票房总量,一跃成为全球第二大电影市场。2016年,全年全国新增银幕9552块,银幕总量41179块,成为全球银幕数最多的国家。截至2019年底,全国银幕总数达到69787块,稳居世界首位,数字化水平全球领先,电影市场结构布局趋于合理。 (详见第3-7版)



从进口影片中的“中国元素”变迁 看中国市场的发展和如何讲好“中国故事”

本报讯 为了保护地球,大银幕上的汽车人追逐着邪恶势力一同来到中国,希望将他们彻底消灭……镜头一个个中国品牌的霓虹灯矗立在街头,市民一边惊吓着逃跑,一边用中文打电话向家人求救……另一边,由中国演员饰演的特勤小组,正在协助汽车人获得这场战争的胜利,他们没有放弃任何一位民众,不论国籍、肤色、民族,传统的东方价值观贯穿在他们的行动当中……

这样的场景越来越多地出现在进口大片尤其是好莱坞电影中,也就是我们常说的“中国元素”。比如中国题材,从《花木兰》到《功夫熊猫》,这类影片完全以中国文化和中国故事为主线;再如中国场景,《神奇四侠2》的战场以上海东方明珠电视塔为背景,《碟中谍3》等影片也在国内取景;第三是中国演员,成龙、李连杰、李冰冰、景甜等演员纷纷参演美国电影;还有关键情节,在电影《2012》和《地心引力》中,中国元素是推动故事情节发展的关键因素。在剧情中出现的中文俗语、中餐名

以及外国人学讲中文的桥段,更是不胜枚举。

所谓的中国元素,就是中国经历了漫长的演变与融合的过程中逐渐发展形成的、由中国人民创造的、可以充分反映中国民俗和精神的的文化结晶体。

好莱坞大片为何如此“迷恋”中国?毋庸置疑,近年来,随着我国电影产业的迅猛发展,中国迅速成长为世界第二大电影市场。因此,中国内地市场便成为了好莱坞商业大片不可割舍的重要市场。在此背景下,如何赢得中国观众则成为好莱坞大片走入内地市场需要考虑的最大问题。

由此,更多的具有“中国元素”的好莱坞电影问世。这些影片,不仅在取景上浓添东方色彩、在角色上不断注入华人面孔,更是从导演、幕后主创人员,到品牌植入、资本合作,再到中国故事、价值观等层面有了更深层的考虑。而这些年的合作与融合,让好莱坞电影越来越多了“中国味”。

(详见第8-10版)