

(上接第6版)

## 视听效果、观影氛围、社交属性无法复制 大银幕的优势地位依然不可替代

### ◎ 观众回归影院热情持续高涨 大银幕地位不可替代

一边是红火的在线放映市场,一边是处在煎熬等待中的影院人,在电影人呼吁影院尽早开业的同时,也有很多声音提出电影圈应当突破定式思维,把更多内容产品向线上平台开放。那么,在线放映真的可以替代影院放映吗?电影人为什么要保卫传统电影赖以生存的影院这个观影场?

北京市委宣传部影视处处长霍志静不久前在《光明日报》上刊发的文章指出,近10年来,在互联网高度发展和渗透生活的同时,线下电影市场规模体量一直保持持续快速增长,充分说明影院消费和互联网视听消费并不是非此即彼的关系,观看影院电影越来越成为消费者的刚需。

党的十八大以来,中国文艺创作持续繁荣,文化事业和文化产业蓬勃发展,中国电影产业始终保持高速发展的趋势。2012年-2019年,全国电影票房从170.73亿上升至642.66亿元,年城市观影人次从4.72亿增长至17.27亿人,全国银幕数也从1.31万块增长至近7万块,各项主要产业指标都呈现出喜人的增长态势。期间,电影人推出了《战狼2》、《流浪地球》、《红海行动》、《我和我的祖国》、《中国机长》、《我不是药神》等一批用心用情用力抒写伟大时代,反映中国道路、中国精神、中国力量,题材类型丰富、风格形式多样的电影作品,获得了业界口碑与市场成绩的双赢。

由猫眼娱乐发起的三期对“后疫情”时代观众观影意愿及需求的跟踪调查报告显示,3月至5月期间,期待回到影院的观众比例从七成提升至近九成。数据变化显示,人们对于影院观影的安全感和消费信心与日俱增。调查结果显示,近六成观众认为,五一假期电影院未复工,给自己的娱乐休闲“影响非常大”或“影响比较大”。

事实上,即便复工复产时期休息时间减少,观众仍保持着极高的观影量。5月,人均观影量(非影院)为6部,和3月持平。但线上观影很难满足大众观影需求。调查结果显示,3月疫情期间,期待去影院观影的观众比例在七成左右,如今这一比例增至九成。随着疫情受到控制,人们回到影院的需求也越发强烈。

中国电影评论学会会长饶曙光

认为,线上发行的确可能成为“新常态”,但不会太普遍,尤其是大体量电影,大银幕能够充分释放电影作为视听艺术的魅力,准确传递创作者的表达,且不太容易通过在线发行回收成本。线上发行是电影行业的增量,是一种有效补充,但不可能取代传统的影院发行模式。

饶曙光表示,影院发行仍是投资方最根本的资金回收渠道,同时拓展线上发行的可能,争取利益与效益最大化。这其中要有大家共同遵守的“游戏规则”,同时也考验着电影行业的治理体系。

首都华融电影院经理于超表示,《囡囡》等影片“转网”是特殊时期出现的特殊情况。如果这条路走通了,或许会逐渐完善网络平台的播放体系,拓宽制片方回收资金的机制和渠道,但电影的主阵地依然在实体影院。

霍志静认为,电影作为一个发展百年的成熟工业体系,其专业化程度、制作成本已经越来越高,美国大片如此,近年来一些现象级国产影片同样如此。大投入、精制作、长周期、高风险的影片如果仅靠互联网发行,回收成本甚至盈利几乎没有可能。

数据显示,电影《囡囡》在“字节系”平台的总播放量在14亿左右,可到了《大赢家》,播放量缩至4亿左右,而总体曝光量、引流强度、综合影响力等其他指标也都与前者相去甚远。

近日,“爱腾优”相继公布5月网络电影分账成绩。其中,爱奇艺无一部新片在当月破千万,优酷(《五龙锁棺传》)和腾讯视频(《倩女幽魂:人间情》)各一部新片在当月破千,相较于前4个月的成绩回落明显。从5月开始,当月破千万影片数量和影片分账数都直线走低。

可以见得,随着疫情的好转,不论是院线电影“转网”,还是单纯为网络平台定制的“网大”,都面临着播放量下滑的趋势。

除了制片方回收成本的层面,电影作为有着集体消费属性的文化娱乐方式,其自身视听魅力的呈现,大银幕也是必不可少的载体。

华夏电影首席技术专家李枢平表示,电影的视听属性、社交属性决定了电影院存在的必要性。在他看来,疫情过后,电影院不会消亡,依

然是电影放映的主要渠道,而电影未来一定要瞄准高端化的发展方向,才能带给观众线上观影无法得到的体验。

富海芳也谈到,如果是品质一般的电影,选择线上渠道和走进影院的体验区别不大,但如果是大体量、大制作、高规格的影片,大银幕带来的沉浸感,是线上观影所无法比拟的。

饶曙光是影院观影的积极倡导者,在他看来,走进影院不仅仅为了技术体验、视听体验和社交行为,还有无法被取代的、更深层次的人性感悟。“这其中包括人的心理原型以

及共同性的心理体验。”饶曙光说,“人是社会群体,需要共同心理的满足与宣泄,以证明自己是人的存在。从这个角度看,电影院所带来的心理认同和情感认同,是其他渠道无法实现的。”

霍志静认为,电影对社会共同精神价值的建构作用越来越突出,这种功能往往在电影院才能更好地完成。

她表示,如果说2012年《泰囧》得到12亿票房只是人们观影习惯以及电影娱乐消费重建和回归的一个标志,那么从2016年《湄公河行动》开始,一种通过电影创作来呼应

国家意识、建构主流价值的主动意识则在电影创作中逐渐成为自觉和主流。从《战狼2》、《红海行动》到《我和我的祖国》、《流浪地球》、《中国机长》,这些面貌全新的主旋律影片,以其高票房、高共鸣、高评价获得观众高度认同,其认同核心正是其中的共同价值观,它带动更多非常规观众追随进入影院,使得观看这样的影片成为一种潮流和内在需要,成为带有一定仪式感的行为,核心价值观的传播和深化通过影院电影找到依附载体、共鸣事件,并不断被确认和确信。(下转第8版)



《红海行动》的爆破场面



120帧《双子杀手》呈现完美的追车戏份



《战狼2》的飞车镜头

(上接第6版)

2011年,《龙门飞甲》呈现3D龙卷风视觉奇观

徐克导演总是喜欢尝试新鲜的事物,尤其是在电影拍摄的技术上,于是国内第一部IMAX-3D商业电影就诞生了——《龙门飞甲》。为了打造一部“真刀真枪”的3D影片,导演徐克成立了由美国、新加坡、韩国、中国香港和中国大陆3D人才组成的团队,这在中国电影史上还是首例。其中,龙卷风中双雄对决的打斗场面,给观众留下了深刻的印象。

2014年,《归来》开启文艺片4K之旅

为了追求极致的观影效果,张艺谋于2014年执导的文艺片《归来》采用了4K高视效制作技术,该片也是国内首部IMAX文艺片。由于人物身份,还有特定的历史背景,《归来》要求演员非常内敛的表演。但由于4K给大家呈现的细节,观众仍然能感受到情感充沛的表演所带来的震撼力。

2017年,《战狼2》点燃观众的民族自豪感

2017年暑期档,军事动作电影《战狼2》登陆电影市场,并最终斩获56.83亿票房,刷新内地电影市场单片票房纪录并保持至今。作为一部没有流量明星的影片,《战狼2》凭借各种打斗、爆炸场面看得人肾上腺素飙升;另一方面,故事本身又能唤起人们内心的爱国主义热情,观众同时得到了视觉和心理上的震撼。

2019年,《流浪地球》树立中国电影工业化新标杆

一部没有“小鲜肉”的国产科幻电影,从竞争激烈的春节档脱颖而出,足以说明在经历了“唯流量论”、“唯IP论”的发展阶段之后,中国电影进入了品质化、工业化的发展道路上。

《流浪地球》的拍摄,历经了15个月的设计、绘制、规划和搭建工作,使用了8座摄影棚,置景车间共加工制作了1万多种道具,置景延展面积近10万平方米,相当于14个足球场,其中运载车、地下城、空间站等都是实景搭建,精心呈现出中国首部“硬科幻”电影的高水准。

2019年,《我和我的祖国》引发全民的家国记忆

2019年是新中国成立70周年,在国庆档这样的特殊档期,《我和我的祖国》以小人物见证大时代,讲述普通人与国家之间息息相关的动人故事,形成了全民观影热潮。不少影院内,素昧平生的观众自发唱起影片主题曲《我和我的祖国》;在海外,全球华人都在排队购买电影票,一同感受新中国成立70周年庆典的欢乐氛围。

2019年,《双子杀手》带来3D、4K、120帧观影新体验

2019年10月,李安执导的新片《双子杀手》在内地上映,作为唯一能够放映3D、4K、120帧“顶配”版的放映系统,Cinity放映系统,让观众从身临其境的动作场面中,体验到颠覆式的感官刺激,晴朗的夜晚下沉睡的海面、月光下缓缓波动的水波、被火光覆盖的地下水塘……一幕幕极美的场景给观众留下了深刻印象。