

风景缘何这边独好?

——中国电影在疫情后复苏的经验、价值与启示

■文/胡孝汉(指导) 王丹(撰稿)

◎ 疫情暴发后中国电影行业的发展情况

2020年初以来,新冠肺炎疫情全球大流行使世界大变局加速变化,国际经济、科技、文化、安全、政治等格局都在发生深刻调整。百年大疫和百年变局不期而遇、叠加共振,改变了世界和人类生活的方方面面,电影也不例外。

2020年1月22日起,为配合疫情防控总体大局,全国影院暂停营业,至7月20日复工,共停业历时180天。但受国内疫情防控成效的利好,复工后的中国电影快速走出了一条激昂上扬的曲线,票房、观影人次等多项指标均高于全球多个电影大国。在全球电影市场不景气的背景下,中国电影2020年全年票房累计达204.17亿元、城市观影人次5.48亿、影片总产量650部,同时,全年新增银幕5794块,全国银幕总数达到75581块。至2021年春节,党和政府倡导“就地过年”,全国人民积极响应,看电影成为过节欢庆的重要形式。2021年的春节档在这一背景下交出了一份世界瞩目的答卷,在7天假期内近十部国产新片的票房超过180亿,创下历史新高。这不但击碎了各种关于影企大范围倒闭的猜测和传言,而且证明了投资没有离场、人才没有离场、观众没有离场的市场整体发展趋势。

这些亮眼的数据背后,是抗击疫情的决战胜利,是凝心聚力的行业贡献。其内外原因若何?业内业外、国内国外均展开了思索和讨论。我们分析认为,中国电影的复苏是在国家、行业、人民力量的三重保障和推动下,实现了有计划重启、快速复苏,恢复过程好于预期、快于预期,证明了国家制度政策优势、行业健康运行的基础和行业信心仍在、广大观众对电影的需要,证明了中国电影发展的整体趋势依然向好,并督促我们从危机中总结经验、提高认识、抓住机遇迎来重生,以坚定的信心、坚实的底气、坚强的毅力面对今后各种挑战,不断推进中国电影事业健康持续发展,为打造电影强国、实现建设文化强国战略目标贡献才智、凝聚力量。

一个大变革的时代,呼啸而来。中国电影人,正在用中国经验、中国价值、中国优势,交出自己的答卷。

自2020年1月22日起至4月28日,是紧急冰冻期。新冠肺炎疫情暴发后,响应国家防疫形势总体安排,中宣部、国家电影局、行业协会快速反应,陆续推出各项管控政策,全国影院陆续关闭。《唐人街探案3》、《姜子牙》、《夺冠》等7部电影陆续宣布退出春节档,《囧妈》选择线上播映。电影人组织捐物捐资,用不同的方式投入抗击疫情前线。

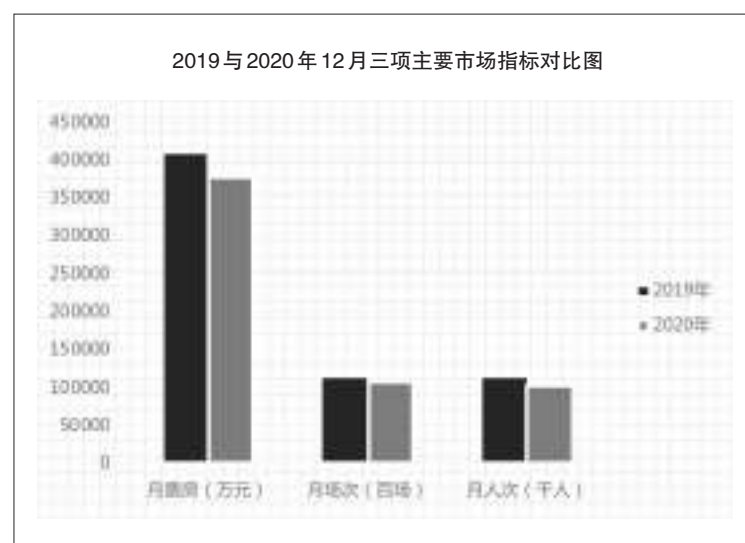
扶持纾困期:2020年4月29日,国家电影局组织召开全国电影系统应对疫情工作视频会议,传达学习习近平总书记对电影工作作出的重要指示批示精神,分析当前电影行业面临的困难和形势,对下一步推动电影复苏作出安排部署。随之中央、各地一系列举措陆续出台,通过免税、补贴、贷款、扶持等一系列手段,帮助行业解困纾困、共度难关。

启动复苏期:2020年7月20日,全国影院暂停营业的180天后,随着防疫形势全面好转,在国家电影局和行业协会的统筹安排下,全国影院启动了全面复工。首先预热市场的是44部复映影片,观众随即报以极大热情,复映片《误杀》取得了过亿元的好成绩。随后《八佰》入市引爆市场,票房31亿,成为年度冠军。随后的十一国庆档上映《我和我的家乡》、《夺冠》、《姜子牙》、《一点就到家》等多部国产新片,加之10月23日上映的《金刚川》将观影热度推至高潮,档期票房达到近40亿元,中国电影复苏快于预期。

爆发增长期:自2020年11月21日至2021年春节档结束,中国电影市场迎来爆发式增长,随着上座率限制从50%调整至75%,这一阶段总票房合计高达180亿。2020年末贺岁档上映了《除暴》、《拆弹专家2》、《紧急救援》、《送你一朵小红花》、《温暖的抱抱》等一系列优质影片,档期票房37.7亿。今年春节档上映了《你好,李焕英》、《唐人街探案3》、《刺杀小说家》、《人潮汹涌》等多部新片佳作,档期总票房达到近80亿,堪称“史上最佳春节档”,全行业信心大大增强。

总结分析疫情后电影业复苏的主要原因,有以下四个方面:

1、行业受损情况严重,但局部加速



优胜劣汰。

行业遭受冲击程度仍较严重。受疫情影响,在全国电影市场全面停摆180天的情况下,中国电影市场票房、人次、产量三项指标同比大幅下跌。中国城市院线电影总票房达204.17亿元,同比下降68.23%;城市院线观影人次5.48亿,同比下降68.27%;全年共生产电影故事片531部,影片总产量为650部,同比分别下降37.5%和37.3%。即使是作为电影行业头部的约20家上市公司,2020年前三季度的业绩披露,大部分是亏损状态,而大部分中小影视公司更是面临巨大生存考验。

但疫情后留下来的将是更能抵御风险的影视企业,影视行业的市场门槛、专业性将得到有效提升,电影投资将更加审慎理性。同时,疫情也加速了经营不善的影院的离场退市,长期亏损的院线将被并购或淘汰,行业集中度将得到进一步提升。能坚持下去的行业主体必将迎来更为广阔的发展空间。疫情是“危”也是“机”,疫情成为行业高质量发展的一个契机,加速行业淘汰冗余产能、挤出“泡沫”。

2、经济形势下行,但投资并未离场。

2020年中国经济在年初呈现断崖式下滑,下半年逐渐回暖,投资增速稳步回升,进出口增速持续攀升,贸易顺差较去年同期大幅上升。人民币汇率

一波三折,呈现先升后贬再升的“N”字走势。虽经济形势下行,但投资并未离场,2020年1-11月电影行业私募股权融资达27次,接近2014年水平。其中典型的案例是,11月9日,万达发行A股股票募资金额达29.3亿元;11月18日,中国文化产业投资母基金在北京正式成立,资金规模达500亿元。电影行业年内共成立九只基金,影视行业融资向中后期布局,战略投资数量多。

从供给侧来看,至2021年1月,国家电影局年内共公示备案各类影片2145部,是2019年同期的93.3%,未因疫情出现大幅度衰退。其中,故事片同比高达98%,行业内容储备仍在稳步推进。从放映市场端看,银幕数仍然逆势增长,新增银幕5794块,全国银幕总数达到75581块,银幕总数同比增长7.67%,银幕增速8.3%。可见市场主体和投资者对行业仍有很大信心,电影行业后市发展仍然在淘汰冗余后具备厚积薄发的潜力。

3、观影习惯面临线上竞争,但观众并未离场。

由于疫情期间影院暂停营业,《囧妈》等多部影片选择在网络平台进行首映。“院转网”可促使电影营收多元化,在一定程度上降低投资风险,或可成为部分影片长期采用的商业模式。同时,疫情背景下加速了观众线上观影的习惯形成,数据显示,

2020年6月,中国网络视听用户突破9亿,网民使用率达95%。

疫情催生了长期以来的院网之争。但从数据可见,观众对电影内容的需求依然旺盛。中国电影家协会于2020年4月撰写的一份调研报告显示,观众在疫情后重回影院的愿望强烈,影院观影体验无法替代。9月举办的中国金鸡百花电影节金鸡电影论坛上,首次集结了院线、网络端行业精英共同探讨院网一体化发展模式,与会代表共同认为,中国观众观影习惯成熟,线上线下观影人群高度重合,线上线下已经构成命运共同体,行业将在疫情后共同携手做大产业市场,“差异化”、“精细化”整合消费模式,共同借疫情之机,打开电影发展的新窗口。

4、国际电影行业形势依然严峻,但国产影片价值凸显。

2020年,全球电影市场受疫情影响降幅明显。业界估算全球电影票房约为100亿美元,同比下降约75%,美国是全球跌幅最大的电影大国,跌幅高于全球均值和各国。电影诞生125年以来,人们从未如2020年这般感受到电影是人类命运共同体的重要组成部分。美国电影业的长期停摆,直接导致几大电影市场损失1/3以上票房;各国电影作品和影人交流的不畅,也使得各种文明间的对话变得疏离。8月7日《派拉蒙法案》被废止,是北美电影业态发生变革的标志。拥有4000部影视作品版权的米高梅以市值55亿美元宣布寻求出售,预示着好莱坞电影市场将面临不可知的未来。

受益于有效的疫情防控措施,中国市场首次位列全球电影市场票房首位。这虽是特殊时期,但也接近本质。中国市场不仅为2020年全球电影业贡献了近三成票房,本土战争大片《八佰》还以中国市场31.09亿元人民币票房、全球市场4.61亿美元的票房摘得本土及全球电影市场年度票房冠军。中国电影市场票房前十由国产片包揽,并且204亿元年度总票房中,有84%来自国产片,这一比例高于往年近20%。这些数据也展现出中国市场应对外部环境巨大变化的弹性和潜力优势。

◎ 疫情后中国电影快速复苏的深层原因分析

疫情暴发后,面对极度困难的形势,电影界在党中央的坚强领导和社会各界的大力支援下,团结一心、齐心协力、多措并举、共渡难关,并随着抗疫取得重大战略成果而快速复苏,彰显了中国道路、中国精神、中国市场、中国文化的独特优势。

1、党和国家及时推出正确抗疫政策,集中体现了“中国道路”的制度优势。

疫情暴发后,在党中央的正确坚强领导下,全国合力的疫情防控工作取得重大成果,生产生活秩序快速恢复,为电影行业复苏营造良好环境。电影行业主管部门大力协调相关部门,制定出台相关政策、纾解行业痛点,政策制定与执行在艰难中探索前行。有研究结果表明电影业受损程度排名在所有产业中居第8位。党中央、国务院统筹推进疫情防控和经济社会发展,累计共推出8个方面90项政策措施。从2020年5月12-13日密集出台的3份支持电影行业复苏的文件来看,可以说电影获得了其它文化事业产业门类无可比拟的重视。这一方面体现了党中央和国务院

对电影工作的大力支持,一方面也表明电影是广受人民群众喜爱的艺术和娱乐门类,其复苏和健康发展牵动亿万观众的民心安定。

2、中国电影人服从大局、团结一心,集中体现了“中国精神”的集体优势。

全国一盘棋,集体办大事。面对全民抗疫大局,在各级电影管理部门领导下,广大电影工作者认真贯彻中央决策部署,砥砺前行、开拓创新。全行业全力开展抗疫宣传,积极做好复工复产各项准备工作,耐心等待。在复工复产期间,仅用3个月时间完成的《金刚川》、《最可爱的人》等影片,充分体现了电影人的良好精神风貌和高度的责任感使命感。疫情期间,的确局部出现了人才离场的困境。但行业复工后,随着剧组陆续开机,电影制作类人才快速“归队”。影院复工后,随着大片上映观众回流,一些暂时流失到其他行业的人才也陆续回岗,行业对人才的吸引力并未减弱。复工后行业协会积极发挥作用,通过各种形式把脉行业纾解痛点,组织了多场研讨、

影展、论坛等活动,将影人、影企紧密团结在一起,群策群力,促进行业快速复苏。尤其是2021年春节档期间,响应党和政府就地过年的号召,广大电影人服从大局、顾大体,为市场奉献了多部制作精良、题材丰富、类型多样的精品力作,广大观众报以热情的回应,走进影院约会亲友,爆发了7天近80亿的观影高潮,把疫情后的电影市场推向历史新高,极大提振了行业信心。

3、电影产业化改革打下的坚实基础,集中体现了“中国市场”的规模优势。

中国电影产业化发展经历了从2003年以来的短短18年时间,在这一阶段,中国电影业在党和国家的理论和政策的指引下,开放市场,解放生产力,不断探索新模式新经验,取得了亮眼的成绩。截至疫情前的2019年,中国电影票房从10亿升至突破600亿元大关,银幕建设逼近8万块,观影人次达到人均1.7次。中国电影市场是世界最大的电影市场,中国拥有最大的观影人群,中国电影年票房产量位居世界第二。这个成绩内在证明了电影行业通过产业化

改革苦练内功,已经取得了实质性成功。疫情后电影市场恢复好于预期、快于预期,证明了中国电影市场潜力大、能力强、后劲足,未来依然可期。

4、电影事业坚持高质量发展,集中体现了“中国文化”的价值优势。

内容是电影观众的“刚需”,只有用优质的电影产品,才能真正拉动市场。在疫情后上映尤其是初期上映的影片,国产片唱了绝对主角。票房数据向我们有力证明,中国电影坚持以人民为中心的创作导向,赢得了观众用行动支持。2020年,国产优质影片在市场恢复期承担着“四梁八柱”的作用。票房前十的影片合计取得了121.567亿元票房,占全年票房的59.5%,且排名前七位影片均是复工复市后上映的。其中,《八佰》、《我和我的家乡》、《姜子牙》、《金刚川》、《夺冠》等排名前五。此外,现实题材的市场契合度不断提高。既有《一点就到家》、《沐浴之王》等中小成本现实题材,也有《一秒种》、《气球》、《第一次的离别》等诗意的现实主义作品。

(下转第7版)