

差异化发行促「冷门」影片创票房佳绩

■文祁海

解析电影发行改革的一批成功案例

又点,接上地气。假如《夜袭》在全国的发行都主打“青春励志”的口号,收入也会很可观!

不久前上映的《开国将帅授衔1955》(简称《开国将帅》),沿袭常规的发行模式,票房收入很低。我认为该片虽不是精深之作,但艺术质量也达到中等水平,有两个对口市场。该片据史实描写许多将帅主动申请自降一级的“让衔”故事,这种高风亮节,与当下某些人热衷于争权夺利,形成鲜明对比,因此,该片比许多党风建设题材电影更有新意。青宫影城发动各基层单位党组织包场,重点宣传“让衔”,得到热烈响应,许多党员看后都认为很感人。广州是原大军区所在地,有很多老干部当年曾参加评军衔,其后人多在广州。青宫影城专门在老干部后人的微信群宣传《开国将帅》,这些老革命后代对这个题材有特别感情,呼朋唤友自费包场看该片。在青宫影城,一线明星主演的商业片《刀尖》只收2.8万元,《开国将帅》可收3.1万元。《开国将帅》在全国的发行,若重点争取以上两类观众,并以当年十大大军区所在地的大城市作为发行重点,票房收入会比现在高得多!

二、区域发行

区域发行,是借助地利优势的分众发行。中国是大国,某一个区域的人口也不少。一些低成本小片若以某些省市为重点,精耕细作,能以一当十。首部广东潮汕方言小片《爸,我一定行的》,全国票房收入4700万元,其中4000万元来自潮汕人较多的广东六个市,这部小片的制作成本才500万元,盈利丰厚。许多小片在全国推出,销售面似乎很广,票房只有几万元。

发行选择重点区域,不是只看影片讲哪个地区的故事。

《1894:甲午大海战》(简称《甲午大海战》)描写清末北洋水师将领邓世昌在山东黄海抗击日本海军。该片的第一大市场应该在哪里?许多人认为当然是山东,错了,应该在另一个“东”——广东。山东没有一家影院放《甲午大海战》能过7万元,但该片在广州青宫影城可收14.5万元。

《甲午大海战》为什么在广州特别卖座,突破口是许多人想不到的一个资源——主人公的籍贯,邓世昌是广东人。

主人公是广东人的电影在广东就一定卖座?非也!《甲午大海战》在粤热销,和当代广东人特有的社会心理有关。

由于广东人多有海外关系,在改革开放时代又先富起来,容易被人误以为“崇洋媚外,只会赚钱,没有阳刚之气”,广东人对此很不服气,平日特别爱看歌颂广东人爱国的新闻和文艺作品。

于是,青宫影城推介《甲午大海战》,重新设计宣传品,强调民族英雄邓世昌是广州人的骄傲,请尚健在的邓世昌侄孙邓权民先生出席《甲午大海战》首映礼,广州的新闻传媒大力报道,这就给这部并非讲广东故事的影片注入广东元素,令广东人引以为荣,倍感亲切。假如《甲午大海战》发行方将广东作为重点,卖座的影院就不止青宫影城。

确定发行重点区域,其依据不限于影片内容。

《中国乒乓之绝地反击》(以下简称《中国乒乓》)在全国的票房勉强过亿。该片在广东许多影院的票房收入仅在1万上下,但在青宫影城可高达11.6万元,在广东影院中排名第一,主要靠三个非广东的地域资源。

第一个资源是江西。主演邓超在南昌上中学时,正处于青春叛逆期,走过一段弯路,后来在老师的引导下,成为一名好学生,长大后成为优秀演员。描写运动员为国争光电影,如今在广州中小学很难组织包场,因为已屡见不鲜。青宫影城宣传邓超中学时代的成长故事,是一个新的宣传角度,有利于学校将青少年“追星”引上正道,许多中学乐意包场。

第二个资源是河南。在广州,来自河南省的白领和外来工数量庞大。青宫影城向他们宣传《中国乒乓》描写五虎将之一的侯卓翔,其生活原型是河南籍优秀运动员刘国

梁。前些年,有人胡编一些恶意丑化河南人的段子到处流传,令河南人很愤慨!河南历史上涌现出老子、杜甫、韩愈、白居易、岳飞、吉鸿昌、杨靖宇、许世友等优秀名人,今天,刘国梁在体坛为国争光,又一次大长河南人的志气!青宫影城发动河南籍观众观看《中国乒乓》,得到积极响应,有的河南籍人士出钱包场请乡亲们看该片。

第三个资源是福建。《中国乒乓》的制片人陈辉是福建恒业影业公司董事长,他的经历很励志。他最初承包电影院,成功之后介入电影发行,成功之后又介入制片,从拍小片到拍《战狼》《京城81号》和《误杀》系列等大片,都很卖座,他的公司被评为“福建文化企业十强”之一。青宫影城向在广州经商的福建老板宣传陈辉的创业史,引起了他们的共鸣共情,他们爱屋及乌,都愿意包场看《中国乒乓》。

假如《中国乒乓》发行方在赣、豫、闽大力宣传邓超、刘国梁、陈辉的成长故事,可以开辟三个大市场。

许多人以为影片只要挤进北、上、广、深,就会大赚,其实,四大票仓是“兵家必争之地”,竞争更激烈。

都市青春片《无极限之危情速递》(以下简称《危情速递》)的制作质量不差,该片出品方确定发行重点区域是北、上、广、深,派人前去促销,收效甚微。

我认为,《危情速递》发行方应集中力量主攻黑龙江和湖南。该片主演张翰在齐齐哈尔出生长大,他主演湖南卫视拍摄的热播青春偶像剧《一起来看流星雨》而崭露头角,张翰在以上两省有较大的粉丝群。黑龙江的观众会为家乡出了人才而感到自豪,湖南新闻传媒会大力宣传张翰主演的新电影,显示湖南培养新人的成果。《危情速递》制作成本不高,在这两个省便可收回成本的大部或全部,可惜该片的发行选错突击方向。

三、多轮次发行

多数小片的密钥有效期都是一个。其实,许多小片的生命力并不是那么短。

多年来,许多儿童片首映档期限于“六一”儿童节及节后两三天。儿童片《海洋朋友》在2006年“六一”节首映,在全国票房惨淡。我发现该片有“感恩父母”的内容,便在第二年复映,设计了一个适合家长带孩子观看该片的长线档期,在“五一”黄金周就首映,在五月中旬的母亲节、“六一”儿童节和六月中旬的父亲节都继续放映,该片的排片跨四个有利于开展“感恩教育”的节日,可连放两个月,在青宫影城票房突破10万元,碾压美国高科技娱乐片《大白鲨:致命武器》(3万元)。

《红色满洲里》描写1928年的满洲里地下党员护送中共六大代表出国开会,2006年在全国首映,票房收入不高,在广州是零票房。一年之后,青宫影城再次推出《红色满洲里》,该片立即起死回生,放23场就收4万元!奥妙在于第二年是2007年,要召开党的十七大,全国各地都热烈欢迎出席十七大的党员代表上北京。而79年前的六大代表只能悄悄地秘密越境去莫斯科开会,因为在白色恐怖年代,六大不能在国内召开。两次全国党代会的境遇大不相同,是很有意义的对比呼应,称《红色满洲里》是十七大献礼片,很贴切,广州各基层单位都踊跃包场。

有一部描写小孩子杂技的儿童片《杂技小精灵》,可在青宫影城放映3年,在2009—2011年期间,每年“六一”节都上映,2009年收12.2万元,2010年和2011年还能分别收3.5万元和4.5万元,三年共收20.2万元!

推行差异化发行,电影营销人员必须具有较高的政治文化素质,眼光独到,信息灵通,知识广博,脑筋灵活。要多出快出这方面的人才,不能光靠大声疾呼,还必须建立长效的激励机制。电影的评奖,要破除“重产不重销”的旧观念,既要奖励创作人员,也要奖励优秀的营销人员,让这些无名英雄也受到社会的尊重,获得应有的荣誉和待遇,才能吸引更多的精英才俊加入电影营销大军。

(作者为广东省电影行业协会驻会副会长)

(上接第5版)

张丕民:故事框架完整,属于市场稀缺类型

(中国电影基金会理事长、原国家广电总局副局长)

首先向主创团队和关心朱枫故事的参与者们表示感谢。这个剧本我看了三遍,看了以后感到现在太需要这样的影片。

作为老电影工作者,有这样的情结。从剧本来讲,我没有太多的建议,我觉得它的框架是基本完整的。大的框架不要动摇,是谍战片的框架,非常清晰。这部谍战片里边以朱枫为主角,把这段故事告诉给观众,可以做得更好一点。这类的片子怎么做?从市场上来讲,要做好一点的策划。现在的剧本还是差点火候,需要再磨一下,把大家的意见再吸取一下。

秦振贵:真人真事要大胆“戏剧化”

(中宣部电影剧本中心主任)

这部剧包括选题,整个剧本的基础都很好,也特别高兴能够参加这样的会议。我以前在电视台做电视剧,看过《朱枫传》,做电视的时候就以朱枫为原型,写朱枫不写吴石,就觉得有点突兀。怎么处理她和吴石、蔡孝乾的关系,把这点处理好,就找到了点。

首先,我感到片名不是特别的理想,可以在毛主席的“五言诗句”里边找,《无悔英雄》指向不是特别明确。片名太重要了,片名决定生死。在片名提炼过程当中,也是在找全片“魂”的过程。现在的剧本来看,它的阅读感很强,很快能够看完,很成熟也很完整。

从观众的角度来看,包括对朱枫了解那么多,朱枫这个人物的丰富性现在不是很多,在结构不动的情况下,接受任务到那去,最后牺牲,作为一个闭环结构没有问题。因为电影的手段太多,我比较倾向于把它变成人物传记,不是简单罗列。不动结构的情况下,也是在她整个人生经历串起来。朱枫之所以成为朱枫,要找到她的魂。

因为是真人真事,所以要大胆戏剧化,类型化,但并不是说不要观赏性。这个片子追求的是张力,来自于几个对比。一是她和蔡孝乾的对比,蔡孝乾参加过长征,他的理想坚定不容质疑,为什么蔡孝乾会叛变?为什么朱枫坚贞不二,最后壮烈牺牲?这是对比和反差,戏剧效果就出来了,吴石将军在这里面的重要性还没有完全突出出来。从这个角度来讲,形成稳定的三角形人物关系,从结构来讲,包括对朱枫性格的塑造也会更强。

要处理好几种关系。一是忠和奸的关系;二是生和死的关系;三是安危的关系;四是文和武的关系。

高雄杰:需要突出人物的独特性

(中央戏剧学院电影电视系主任、教授、编剧、导演)

我是浙江人,此前我主持新党员、预备党员的宣誓仪式,我在宣誓仪式的讲话上就讲到朱枫。我拿到剧本之后看了两三遍,考虑它的立意。如何找到朱枫的独特性?题材独特性有了,如何把人物的独特性突出出来?具体的做法也很多,比如人物的身份,她是浙江人,是温文尔雅的,既是地域的独特性,也是人物身份的独特性。

类型是一定要确立,类型不确立,最后会跑偏,片子就会摇摆。统战这个因素完全可以做,而且具备统战价值,又具备谍战的因素。

类型叠加复合是一种有害

的方法,有的片子既是历史片,又是人物传记片,又是动作片,也有战争场面,夹杂到一块就会撕扯。剧作的结构形态方面有特别强烈的感受,我有一个建议,闪回太多,可以考虑A故事和B故事的运用问题。A故事是面子,B故事是里子,其实就是潜台词,观众要看的是A故事,其实里子是有血有肉英雄。

韩志君:谍战片要营造层层追险、步步升级的气氛

(长影集团原总经理、国家一级编剧)

杭州锦绣时代文化发展有限公司作为出品方,任加林先生作为投资人决定要拍这部作品非常有政治眼光,也非常有艺术眼光。朱枫、吴石这两位共和国黎明时分英勇牺牲的英烈,他们的事迹多年来一直吸引着我,激励着我,当年我担任长影分管文学创作的领导时,就曾经多次打过这个题材的主意。由于各种各样的原因,一直没能够成功。昨天翻开这个剧本,一看到朱枫和吴石的名字,我眼前一亮。现在这个剧本一是题材好,写“破晓风云”,写了隐蔽战线惊心动魄的斗争,有情节,有张力。浙江省电影局的初审意见有几句话很有特色,“作品强调了壮丽恢弘的生命意向,热情讴歌了生命的高贵与尊严”,这并不是溢美之词。

朱枫和吴石身份特殊,经历独特,富有传奇色彩。情者文之经,这些生离死别的感情戏会深深感染观众。拍摄的场景丰富,香港、上海、台湾、舟山,这都非常有利于影像塑造。

总的来说,这是一部有希望的剧本。当然剧本还有提升的空间,谍战片最重要的就是营造层层追险,步步升级的气氛,建议编导在拍摄和后期剪辑中从这个方面多多下功夫。

江平:生活是创作的源泉

(中国夏衍电影学会会长、资深电影监制)

我看了剧本之后,被深深地吸引住。我青年时代有幸能够见到陈修良老人,她讲的故事惊心动魄。我接触到地下党的前辈,包括电影圈的很多前辈本身就和中的人物有千丝万缕的联系。生活就是创作的源泉,有很多细节要注意。

有的情感戏可以写足。比如1950年元月1日,1949年12月31日,中国共产党发了一条新华社的新闻,“一定要解放台湾”。毛泽东是1949年3月提出来,“我们一定要解放台湾”。12月31日,新华社专门有文章出来,都可以把它用进去。就目前剧本来说,细节、台词上要下功夫。要写人,说人话,办人事,出人情。

今天进行了一次很生动、很生活,同时很精彩、很精确的交流,我相信主创方面很有收益。

潘倩:全力为艺术创作保驾护航

(本片制片人、画家、主持人)

我很激动,觉得今天不仅是一场剧本研讨会,也是一次对革命先烈的追思、对红色历史的回忆。我一定如履薄冰,做好制片工作,为艺术创作保驾护航。

张鑫:很受鼓舞,二度创作会汲取建议

(国家一级导演、画家)

听了大家的发言,很受鼓舞、很受教育。我和我的团队会在二度创作中兢兢业业,汲取大家的建议,把朱枫电影拍成精品佳作。

(按发言顺序整理)



姜瑞佳



潘世静



安一萌



樊荟



任加林



张鑫



潘倩