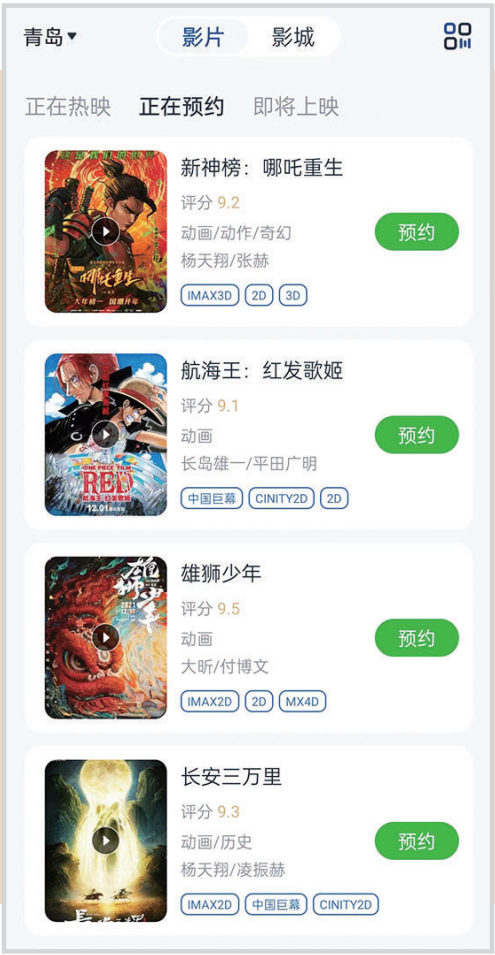


想必很多人都曾有过这样的观影感受:每当热门影片上映,电影院千篇一律地放映着同样的电影,它们占据了大多数排片,想看其他的影片,要么排片很少,要么集中在非黄金时间。“千院一片”不仅带来同质化竞争局面,也让观众们在观影时无法实现自由选片,并不利于影视行业的高质量发展。当下,这一境况也为越来越多的影视从业者所关注,他们提出了电影分线发行的倡议,并在协同各方力量积极入局,对于普通观众来说,也有望在观影过程中告别“大锅饭”。

看电影,即将告别“大锅饭”



【相关新闻】

预约看电影 你会去吗?

分线发行的讨论如火如荼,由此带来的变化也在悄然发生着:10月26日,在第一届全国电影交易会上,《再团圆》《没问题》《红猪》《小行星猎人》等24部实行分线发行影片的制片方和发行方,与达成合作意向的院线进行了签约,去年6月上映并取得超过17亿元票房 的电影《人生大事》的复映也参与了分线发行签约。

与此同时,“预约看电影”的模式也在越来越多的电影院线推出。记者在采访中了解到,2022年,万达院线与中影联合推出了“预约放映”全新观影模式,目前“预约放映”已经在各个影院开启。新一轮的“预约放映”覆盖中影、上影、万达、横店等六家公司的全国1500余家影院,放映周期自今年10月26日至11月30日,这是中影开展区域化、差异化的供片和发行放映模式,也借此开启分线发行的尝试。目前,多地影院已公布预约放映活动相关细则。观众可与影院沟通、购票,在预约该影片达到一定人数后,影院可放映相应影片。

以青岛为例,打开万达电影小程序,即可看到在常规的“正在热映”与“即将上映”板块之外,新增了一个“正在预约”的板块。目前在青岛万达院线可以预约的电影包括有《新神榜:哪吒重生》《航海王:红发歌姬》《雄狮少年》《长安三万里》四部影片。“‘预约放映’其实就是在为分线供片做探索,后续还会把‘预约放映’范围做得更大,观众、地域、内容更细化。”青岛万达影城相关负责人刘天宇接受记者采访时表示,影院也需明确自身的观众属性,并投放符合影院观众属性的内容,才能获得更多收益。通常说来,预约放映的人数达到影厅承载人数的8%即可安排正常放映,“从目前的预约情况来看,影片之间的差异比较大,一般国产动漫片预约的人数会更多一些。”同时,刘天宇也表示,分线发行对于整个行业带来的是增量,但也意味着挑战。“对于院线来说,分线发行后院线需要的能力不仅仅是排片和结算,我们需要很强的内容选择、内容的判断以及内容的营销能力,需要有不创新的精神。过去我们向规模化要效率、要产出,今天我们要向精细化、市场化、差异化要产出。分线发行是未来中国电影更好地市场化、精细化,更好地鼓励百花齐放的一个起点。”刘天宇表示。

分线发行、预约观影带来观影新气象。

现状

“千院一片”埋没优质影片

现如今最为流行的电影发行模式,通常采用统一上映、统一投入、集中上映的方式,“千院一片”甚至“万院一片”成常态。尤其是在春节档、暑期档、国庆档,影院往往会在热门时间段排映同一部热门影片,一定程度上“扼杀”了大家享受多样文化生活的选择权。日前,在第二十四届全国电影推介会暨第一届全国电影交易会上,不少与会人士指出了这等行业怪现状。

以近几年上映的影片为例,《阿凡达:水之道》2022年12月16日上映首日排片率逼近80%,意味着全国有八成的银幕同时在放映这部电影。2019年4月24日上映的《复仇者联盟4:终局之战》首日排片高达82.6%,次日进一步升至83.8%。其他热门影片首日排片率超过50%也较为普遍。

大量排映空间给了少数影片后,留给低成本、中小体量影片的排映空间就不多了。许多影片甚至根本没有登上大银幕的机会,一批优质影片可能就此埋没。过去就曾出现过不少导演、片方求影院增加排片的故事。其中备受关注的当属2016年,电影制片人方励为文艺片《百鸟朝凤》跪求排片的往事。当时,《百鸟朝凤》上映时遭遇的对手主要是《美国队长3》和《西雅图不眠夜》。上映第一天,《百鸟朝凤》只有1.9%的排片量,票房自然非常可怜,而《美国队长3》第一天就获得了接近2亿的巨额票房。上映一周之后,制片人方励发布视频,跪求各大院线经理多给《百鸟朝凤》排片。方励的理由一是因为这是老导演吴天明的遗作;二是这部影片讲的是中国传统文脉的传承和发展,值得让更多人看到。怎料,方励这一跪,还真奏效。上映一周之后,《百鸟朝凤》排片率明显增加,最高时一度接近10%,而《百鸟朝凤》的最终票房也停留在了8000万元,这对于一部小成本影片来说,已是不错的票房成绩。

“当下影院排片资源浪费是比较严重的。影院资源被浪费的同时,有很多优质的中低成本电影在大档期被‘周末游’或者‘一日游’,基本上没有太多的排片空间。”中国艺术研究院高级教授支菲娜就曾直言不讳地指出,今年的暑期档看上去似乎特别热闹与蓬勃,但就整个电影行业来说,距离理想状态还有比较远的距离,“当前,我们银幕数、影院数已经足够庞大,但是差异化的经营是缺少的,就像我们旅游中去到的仿古街,里面的每一个店,他们的口味都是一样的,就像我们吃够了的预制菜,每个店里的水煮鱼都是一个味道。”

出路

分线发行 精准投放

所谓的分线发行,就是不同的院线上映不同的电影。在此模式下,片方和影院可以根据待放映影片的特点、辐射区域的受众喜好等维度进行个性化排片——理想状态下,你想看的电影会被排在你习惯看电影的时间段放映,上映该影片的电影院也在你的日常活动区域内。

实际上,分线发行并不是新鲜话题。在北美和日本市场,分线发行模式已经较为成熟。国内也进行过尝试,早在2011年12月15日,《金陵十三钗》和《龙门飞甲》两部大片同时上映,博纳系影城就尝试了同时上映、分线发行模式,当时部分博纳系影院仅排映《龙门飞甲》。

“有了分线发行,才有更多的片方愿意拍电影,因为他们知道他们拍的电影有机会在影院放映,而不需要去春节档、暑期档和国庆档跟大体量的电影争夺排片空间。对于电影消费者而言,再也不用在影院吃‘大锅饭’了,一些优质片方的中、小体量的影片也能更方便与目标受众‘见面’。”业内人士对此大多持积极态度。

此外,借力于分线发行的东风,偏小众的文艺类型片也有望迎来新风口。目前,许多文艺片上映后,仅在几家院线下的影院中能够有少量排片,排片时间大多集中在上午时段或夜间时段,被大体量商业片挤占排片空间。尽管有许多制作精良的文艺片接踵而至,但残酷的生存现状让这些影片无法充分释放价值,在发行竞争中败下阵来。

青岛本土资深影迷张彬期待着借助分线发行这股东风,能够让艺术电影院线得到更为长足的发展。“现如今,随着短视频等兴起,能够耐心看电影的人越来越少了,走进影院看电影的都是真正的影迷。”张彬认为,与其探讨商业大片的分线发行,倒不如潜下心来多打造几条艺术电影院线,“不光是新片,还有更多借助新技术修复的老电影,以及影展同步放映等片子,都需要找到专门的放映院线,此前有消息称著名导演侯孝贤因病息影,很多人就想走进影院重温他拍摄过的经典影片,但这样的艺术院线太少了。”