

今天当我们听到“电影”这一伴随中国观众整整110年且早已习以为常的文化名词时,人们的第一反应仍然千差万别,但对于当下的中国电影导演来说,其第一反应一定是票房。电影界在面对中国电影票房不断创造的奇迹时没有兴奋,反而人人危机四伏,从编剧到导演到制片人,都有种不安的感觉,电影人把创作心思都用在怎么才能有票房上。

越是繁荣发展的事物,也随之会伴随问题的出现,惟票房本身就是中国电影在快速发展中存在的突出问题,如果沿着惟票房的思维创作下去,中国电影有可能第一完全走向商业化,少有人再去创作具有艺术情怀的电影;第二完全走向单一化,只给一个年龄层拍电影;第三完全走向模式化,比如最近电影的魔兽奇幻化叙事的一窝蜂倾向。

被称为文艺片“一面旗帜”的导演贾樟柯,感慨今年有艺术追求的《推拿》《闯入者》都是好电影,但票房却都不理想,所以贾樟柯带着他的《山河故人》开启了19个城市的路演。他坚持一路跟下来,理由是因为已经9年没有见到观众了。贾樟柯的这番话,听着有点凄凉,也有点委屈的味道。我听得出来他不是对自己,他是对中国艺术电影整体命运的一种担忧、一种坚持,甚至是一种无奈的挣扎。借着和商业类型片格格不入的《山河故人》《一个勺子》《喜马拉雅山天梯》等影片的公映之时,围绕推进电影市场体系结构性调整的话题进行一个深度探讨,是需要做一篇文章的时候了。

在决定做这篇对话时,我首先想到了请中国影协秘书长饶曙光。除了经常拜读他在各大媒体上发表的影评理论文章之外,在沟通最便捷的微信上,几乎每天都能读到他对中国电影很有见地的观点,我在点赞的同时和他交流最多的就是尽快建立差异化影院的话题。

——主持人题记

高小立:中国每年生产六七百部电影,电影市场已成为全球第二大市场,每年都有票房破纪录的影片,但每年也有很多电影只能“一日游”,甚至一些电影根本进不了院线。写下六七百部的数字,的确让人有些纳闷儿,我们在院线看到的电影离这个数字差得太远了,如果问起观众,能回答出来的电影恐怕也就是创下票房奇迹数得过来的几部商业片,这是否意味着能进入院线的基本是商业电影,大量的电影不能和观众见面呢?

饶曙光:笔者从事电影工作已经超过30年了。说老实话,过去根本就没有想过有朝一日中国电影市场能够超越美国。中国电影市场成为全球第二大电影市场,不仅是中国电影界的一件大事,而且也是整个中国文化界的一件大事,是当下中国一个非常突出的文化现象。中国电影市场的空间和容量不断被拓展,超越北美电影市场成为全球第一大电影市场,比以前绝大多数人的预测都要早。但是,笔者依然坚持中国电影、尤其是中国电影市场还处于初级阶段。事实上,这个初级阶段存在的各种问题和矛盾不断凸显和暴露;同时,由于新的结构性变化如互联网对电影的影响等等,又引起和激发了新的问题和矛盾,并且呈现出相互叠加、相互交织、相互制约的格局。

有一个问题需要我们深入和反复思考:为什么中国电影如此高速发展,但却面临着越来越强大、越来越激烈的批评乃至指责?一言以蔽之,就是结构不合理,特别是电影市场层面,同质化、单一化、过度迎合观众的娱乐性需求、过度追求票房指标和经济效益。高票房的电影在内容选择上注重话题性、社交性、互动性,在呈现方式上注重快节奏、强刺激、情绪化,与传统的审美方式、审美心态也都有了很大的距离。明白了这一点,也就不难理解为什么吴宇森、陈凯歌、冯小刚等大导演作品的市场表现不尽如人意,像《破风》那样在类型上有重大拓展的电影票房也不理想。

所有生产的影片都必须或者都有可能公开上映,严格意义上说是计划经济体制的产物,即使是电影传播体系相对完善的美国,也不可能是每一部生产的影片都有机会公映。现在我们每年大概生产650部左右的影片,能够公开上映的影片有一半左右,而且,随着银幕数的不断增长,公开上映的影片数量也在不断增多,呈现出一个比较好的态势。我们人均观影很长一个时期差不多停留在年均0.5、0.6次,或许今年可以达到每人每年一次。如果问起观众,他们能回答出来的电影恐怕也就是创下票房奇迹数得过来的几部商业片。从这个意义上说,我们人均观影与发达国家美国、韩国、法国相比处于比较低的水平。不过,有些不能公开上映的影片也有自己的出口,或者说回收乃至盈利渠道,但不管怎么说,生产出来的影片不能公开上映无论是对于投资还是资源都是一个很大的损失和浪费。

高小立:如果能一一打开这六七百部电影,从电影类型上看,可能商业电影占比较大,但整体上一定是题材丰富、类型多样的电影创作风貌。因工作关系,我就看了大量的纪录电影,少数民族题材电影、儿童电影,在六七百部电影中,质量肯定参差不齐,但不乏有值得看的好电影。

饶曙光:我个人看了大量的纪录电影、少数民族题材电影、儿童电影、戏曲电影以及农村题材电影。以少数民族电影为例,近年出现了品质相当不错的影片如《西藏天空》《诺日吉玛》《德吉德》《家在水草丰茂的地方》《我的旗》《遥远的锡林郭勒》《伊犁河》《漫翰调》等等。笔者前几天给《光明日报》写了一篇文章就认为:当前的少数民族电影已形成较为系统的创作,可以说进入了一个新的“黄金时代”,并呈现出新发展、新格局的态势。不过,估计很多人没有机会看到,以至于金鸡百花电影节“金鸡奖”最佳女主角给了《诺日吉玛》的女主演巴德玛引起一片哗然。

## ■关注

# 加快推进电影市场体系结构性调整

□主持人:高小立 嘉宾:饶曙光

笔者多年来一直呼吁推进全面差异化市场体系建设,希望所有的人都来关注、关爱在市场层面处于相对弱势状态的电影如纪录电影、儿童电影、少数民族电影、戏曲电影、农村题材电影,使得中国电影市场更加合理,生态更加优化,发展也更加平衡,更加具有包容性和可持续性。如果我们每个人都能够以实际行动对处于相对弱势的电影付出一点爱,情形就一定会有所改观。电影的每个环节重要的不是批评别人,而是从我做起,从现在开始。

高小立:特别想探讨的一个问题就是:究竟是院线不排商业片之外的类型题材,还是观众不看商业片之外的类型题材,这似乎是鸡生蛋还是蛋生鸡的问题。我个人认为,从观众审美取向的差别来判断,观众需要观赏差异化风格的电影,问题在于院线武断地不给观众提供观赏的平台,或者给你排一两天就下线。比如我刚得知《推拿》《闯入者》的公映消息就已下线了,近日叮嘱自己千万别忘了去看《山河故人》,一看仅有一场排在晚上11点。我顺便问了第二天的排片,中午12点、下午5点都是饭食时间的VIP厅,一场普通厅是晚上9点30分,看一场艺术电影要么“废

的努力,纪录电影创作和生产或许就会出现新的气象、新的格局。以笔者关注和呼吁支持少数民族电影创作和生产的经验看,也许就是一件水到渠成或者说渠成水到的事情。偏小众的文艺片的春天将会到来,而且一定会到来。黄金年代,我们更应该关心“好人”,关心“故人”,关心“勺子”,关心“喜马拉雅天梯”。

高小立:我承认作为商家经营的电影院线一定以盈利为目的。但我又在想,作为做电影的商家,可不可以有点艺术情怀,一个院线十多个影厅,就拿出一个影厅,专门放映艺术电影、儿童电影或经典电影。况且现在的院线都很挣钱的,拿出一个厅回报一下观众,就当做慈善事业了。观众在于培养,从长远看,艺术电影院、儿童电影院未必赔钱,一定是盈利的。其实我们有大量文艺片的观众,今年北京国际电影节展映了多个国家的电影,多数是艺术片,还是老片子,据说观众对今年北京国际电影节的最大抱怨就是一票难求。这些观众可能不在创造电影《捉妖记》票房奇迹的行列中,他们创造的可能是中国电影的另一奇迹,中国电影的发展不能人为地让他们成为“非观众”。另外进口艺术片可否增加,有更多的

率已经低于国际水平,空置现象应该引起我们的警惕。“向管理要效益”、“以差异化经营实现差异化发展”应该成为电影院新的努力目标。

未雨绸缪,或许我们可以利用这个结构性变化的时机,着力从电影院层面推进差异化电影市场体系建设。比如上午时间绝大多数影厅处于闲置状态,我们可否采取半公益放映方式进行放映,让更多的中老年观众进电影院看电影,让中老年观众群体获益?再进一步,我们现在绝大多数都是多厅影院,是不是可以考虑拿出一个厅进行差异化放映、差异化经营?总之,如何有效对接和满足不同群体尤其是更大观众群体的欣赏和消费需求,让更多的人群共享中国电影改革繁荣发展的成果,将会考验全体中国电影人的智慧及其应变能力。

高小立:在国外都有艺术影院,一部电影可能连续放几个月不下线,想看艺术电影的观众不用看预告,抬腿就可以走进艺术影院满足一下自己的观影需要。国内建艺术影院的呼声已很多年了,近年也有消息称有的院线设立了专门的艺术影院,但没过多久又恢复放映商业电影了。人们常说一句话:时间能说明问题。做艺术影院没有



《闯入者》



《山河故人》

寝”,要么“忘食”。我第二天现去买票,结果只剩第一排的票了,但我挺高兴,证明我们有文艺片的观众。包括《一个勺子》,我观看那天一场下午5点15分,一场晚上11点。我选了5点这场,观众满员。

饶曙光:贾樟柯导演的新作《山河故人》上映时,笔者正在四川省北部的巴中、南充、广元、剑阁等地调研区县基层电影情况。10月30号晚上到了大巴山深处的普安镇,发现惟一的一家电影院也在同步上映《山河故人》。尽管观看影片的只有三个人,但还是让笔者惊喜不已,毕竟区县的观众也能够与北京、上海观众同时看到新上映的影片。相对于2006年的《三峡好人》,《山河故人》迄今为止已经获得了3000多万的票房,创下了贾樟柯电影票房的最高记录。只要有人精耕细作,只要在北上广深、省会城市、计划单列市等大中城市努力寻求并且有效对接自己的观众群体,像《山河故人》这样高品质的偏小众的文艺片达到5000万票房应该不会只是一个梦。据笔者的观察,偏小众的文艺片的潜在观众数量还是不少的,至少在北上广深、省会城市、计划单列市等大中城市是如此。关键环节还是在于有效对接和互动。

王小帅导演的《闯入者》票房惨败最直接、最显性的原因是影片排片非常低,人们也很容易把矛头对准负责排片的影院经理。但客观地说,在现行的影院商业经营体制以及放映规则下,换上任何人去做影院经理都可能甚至是都必须那样做,否则就会因为经营不力或者末位淘汰而失去工作和饭碗。

再推论下去,影院经理之所以排片如此低,是因为他们判断观众不愿意进电影院观看。事实上,当下中国电影观众、尤其是年轻观众看电影追求的是放松和娱乐,而不愿意进电影院去思考。但是,我们也同样不能简单的把影片票房惨败的原因归结为观众。电影理论批评有责任提醒观众、引导观众尤其是年轻观众不能将自己的欣赏水平永远停留在单纯娱乐的层次上,要努力提升到审美层次。

高小立:今年的纪录电影也在突围,据说有很多观众绕着北京城找放映纪录片《喜马拉雅天梯》的影院。

饶曙光:《喜马拉雅天梯》的出现,或许可以改变人们对当下纪录电影创作的看法和认识。令人欣喜的是,影片票房已经超过了1000万。按照笔者的说法,如果该片的票房能够达到3000万,《山河故人》能够达到5000万票房,中国电影市场结构就走向了相对合理、相对优化。应该说,随着中国电影市场银幕数超过3万块,并且仍然以相当高的速度持续性增长,这个估量一点也不过分。笔者转岗到中国电影家协会工作后,一直想推动成立中国电影家协会纪录电影工作委员会,目的是为纪录电影发展和质量提升搭建平台,积聚和整合队伍,引起电影业界、管理部门及其社会各界更加关注、关爱纪录电影。如是,经过几年



《诺日吉玛》

片源支持艺术影院。这可能是国家对于电影政策方面的问题。

饶曙光:商业片与文艺片的截然划分,非此即彼及其二元对立模式对中国电影产业造成了不小的消极影响。从这个意义上说,二元对立模式必须被打破,否则中国电影市场难以获得更加良性的发展。这将是一个极其艰难、反复曲折的过程,不可能一蹴而就,我们必须有打“持久战”的心理准备以及“方法论”准备。

众所周知,中小成本电影因为票房压力、经济压力相对较小,艺术表达和呈现的空间相对自由,艺术想象的空间可以得到有效发挥,所以具有相对较高的艺术品质和艺术感染力。过去我们对中小成本电影的支持更多停留在创作层面、舆论层面,而关键在于市场层面给予应有的支持和保障。现有的主流商业院线体系经营模式、盈利模式是大一统的、同质化的,缺乏差异化经营手段、经营策略以及相应的政策支持、政策保障,所以中小成本电影很难进入主流商业院线。即使是勉强进入,也往往成为“一日游”、“一场游”,成为市场的某种点缀。

高小立:中国正在加速进入老龄化社会,庞大的中老年观众当年是伴着电影长大的,他们的骨子里是有电影情结的,但广场舞成了他们现在的惟一。举例在北京,一般出门十几分钟就有一条院线,看场电影非常方便,中老年人仍不进影院的理由就是没有他们可看的电影。当然还有嫌票价过高的。其实我认为票价不是主要原因,去年我80岁的老父亲主动要带我他去电影院看了《归来》《黄金时代》,令我感受颇多。欧洲一些国家包括日本的电影院里,老年观众占了相当的比例。

饶曙光:现在“80后”、“90后”观众贡献了电影票房的85%;一个纠结的问题应运而生:一方面,貌似惟有为“80后”、“90后”观众群体打造 的电影才能获得票房成功,才能获得良好的经济效益和投资回报;另一方面,理智也告诉我们,中国电影如果只是为“80后”、“90后”观众群体打造电影,其后果肯定也是很严重的。当前,电影院、银幕数量经过多年超高速度的扩张和发展,上座



《一个勺子》

足够的坚持,是很难做成功的,第一你要让观众知道有这样的影院需要时间,第二培养更多的观众喜欢上艺术电影需要时间。在中国推不动的原因可能是多方面的。

饶曙光:笔者大概在2011年就写文章提出了电影市场体系差异化建设的问题。其实,早在2009年,国务院颁布的《关于促进电影产业发展的若干意见》就提出要推动特色化、差异化影院。笔者多年来也一直不遗余力地大声疾呼推进艺术院线,认为中国电影从电影大国走向电影强国的关键环节和步骤。现在我们的银幕数达3万,可以说是万事俱备只欠东风。换句话说,现在不仅是推进电影市场体系结构性调整的有利时机,同时也是时不我待。再不出手,也许不仅会失去有利时机,甚至有可能悔之晚矣。

在中国,建设艺术院线,也需要有更多的想象力,需要有更多的创意,需要有更多的智慧和“方法论”。中国艺术院线、艺术影院建设既不能照搬好莱坞模式,也很难简单复制和克隆法国艺术电影的模式。我们需要“拿来主义”,我们更需要本土化改造以及现代化转换。因为按照法国艺术院线、艺术影院的经营模式,除了政府补贴、税费减免等优惠政策之外,还需要足够的片源。在目前情况和条件下,数量可观的片源是无法得到有效解决的。或许,这就是呼吁了多年难以有效推进和实施的根本症结所在。笔者并不愿意使用艺术院线、艺术影院概念,而是使用特色化、差异化院线、影院概念。毫无疑问,当下中国电影的正务之急就是要推动特色化、差异化院线、影院的建设,尽快实现并且逐步完善差异化电影市场体系,为多类型、多品种、多样化的电影提供有效的市场出口和出路。

高小立:11月6日,上海出台的《关于促进上海电影发展的若干政策》中第八条:支持新建多厅数字化影院;第九条:支持优秀国产艺术电影的放映、展映和活动,明确了政府对建差异化影厅和放映艺术电影的扶持。但我认为不能长期指望政府的扶持,关键是营造出一个多元的、健康的观影文化氛围。真正的电影市场是观众说了算,不是院线经理主观意志下的市场。

饶曙光:我们在差异化电影市场体系建设和推进中,能否通过顶层设计,通过制度化安排、政策性保障鼓励电影发行和影院探索差异化经营办法并且实现自身的盈利模式,有效保护、保障所有参与者的投资热情和利益?笔者相信,只要我们综合采取市场、经济以及行政等多种手段,就能有效推进差异化电影市场体系建设。具体说就是要在顶层设计的基础上通过政府推动、公司经营、社会参与、全民互动,全方位推进差异化电影市场体系建设,就像当年全面推动电影产业化改革一样,包括建立在高科技基础上的多样化电影传播体系,建立在人民的、历史的、艺术的、美学的基础上的包容性影评评价体系。

正如你所说,我们不能长期指望政府的扶持,关键是营造出一个多元的、健康的观影文化氛围。但关键在于,如何让普通的观众心甘情愿的走进电影院去看电影。因此,必须不遗余力地推进电影文化体系建设,包括制度性的国民影视教育,逐渐改变普通观众单纯追求轻松、娱乐的观赏心态。这个工作绝对是一个长期的过程,就像足球一样必须从娃娃抓起,必须有前瞻性思维和战略性思维。

中国电影从电影大国走向电影强国不仅依赖有情怀的艺术家,依赖能够欣赏不同类型电影的新的观众群体,尤其是高端观众群体。中国电影的未来,在很大程度上也是取决于中国电影与中国电影观众。

高小立:分众是电影产业发展的必然,如果电影市场一直这样只迎合“80后”、“90后”的观众群,中国电影市场只能越走越偏,有电影人就在担心现在中国电影市场已经做成青少年专卖店了。我一直说全家五口人分别各看一部不同类型的电影和一个人看五部同类型电影,所带来的电影影响力是不一样的。就像一位法国导演说的,人数不说明问题,一亿个观众看同一部电影,虽然人数庞大,但还是一个大脑。

饶曙光:如果电影市场一直这样只迎合“80后”、“90后”的观众群,中国电影市场只能越走越偏,这个问题值得反复说。毫无疑问,出现这种情形与当下中国电影市场观众的结构性调整 and 变化有关,具体说就是“80后”、“90后”观众贡献了票房的80%,而且还有不断上升的态势。“00后”观众群体也在崛起,很快就会成为中国电影、中国电影市场观影的主力人群、主流人群。而在他们的眼中,“80后”已经是“老人”了。中国电影尤其是创作层面如何适应观众群体的新变化,又如何有效满足更大观众群体、不同观众群体多样化的文化需求,挑战绝对是前所未有的。

当务之急是要抓住中国电影市场空间充分打开、市场基础不断夯实的有利时机,加强顶层设计,采取政府推动、市场运作、社会参与的方式全面深化差异化、特色化、多样化市场体系建设,全面推进电影文化体系建设,有效提升观众的观赏水平,培养足够量的高素质、能够欣赏不同类型电影的观众群体。只有这样,中国电影生态才能逐步走向良性和优化,差异化、多样化、特色化的电影才能够 在市场层面获得应有的发展空间和机会,中国电影的整体发展、综合效应才能是可持续和健康的。

高小立:票房不等于观影效果。我们现在评判一部电影的观影效果时,标准就是票房,只要谈电影就要说票房。但在国外统计的是总的观影人数,比如一部电影免费在社区放映,或免费在学校放映,这都是观影统计的一部分。其实,每年有很多中国电影是免费为基层百姓观看的,农村放映就是一大块,这都应该是观影效果。为了鼓励中国电影的多类型可持续发展,应该合理实现电影题材类型与放映的对接,比如大量的爱国主义题材电影,可以加大在学校的低票价甚至免费放映。

饶曙光:2014年由电影所带动的整体电影产业规模超过687亿元,直接和间接消费约436亿元,间接提供不少于50万个就业岗位,对国民经济贡献日益提升。对于位于世界前列的好莱坞电影来说,电影票房只占其收入的四分之一,大部分收入都来自其版权经济衍生产业,比如相关的图书、音乐、衍生品等。在网络整合性作用的助力下,中国电影或许可以突破单一的盈利模式,围绕内容IP开发图书、游戏、网剧、音乐等相关文娱产业,通过网络院线、视频点播实现多窗口销售,继而拓展到电商平台和线下实体店,最终形成一整套以品牌内容IP为核心的娱乐产业链,从单纯的票房经济上升为以版权经济为核心的“大电影产业”。

在现代社会中,电影作为一种高科技、工业化、大众化、故事化艺术,无论对于民族传统文化的传承,还是对于民族文化的现代化融合及其创新,都具有决定性、方向性的意义和价值,决不是单纯的票房指标所能涵盖的。同时,电影对于国民经济转型及其增长的推动、贡献,也远远超越了票房乃至单纯经济效应的边界。而在大国博弈、现代文明竞争乃至构建新的世界秩序过程中,电影能发挥的软实力都是别的任何东西都无法替代的。至于在学校层面通过制度性设计、制度性安排放映大量的爱国主义题材电影,是保证国家文化安全、国家长治久安所必须的。