

2018年中影股份两个效益双丰收 中影出品影片票房超80亿领跑全行业

（一）中影科技震撼世界

2018年,是全面贯彻落实党的十九大精神的开局之年,是改革开放40周年,是决胜全面建成小康社会、实施“十三五”规划承上启下的关键一年,也是中影股份在新时代开启新征程、续写新篇章的积极作为之年。中影股份作为党领导下的国有文化企业,深入学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,紧紧围绕国家宣传文化工作大局,不忘初心,牢记使命,牢固树立“四个意识”、坚定“四个自信”,自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务,坚持正确政治方向,认真履行国有文化企业的责任和义务。在中共中央宣传部、国家电影局的亲切关怀和正确领导下,在公司全体干部职工的共同努力下,中影股份在30多家国有制片公司中一直保持领跑地位,各项业务指标始终名列前茅,两个效益喜获丰收,行业地位和影响力得到进一步加强和提升。

（一）票房超80亿！中影出品辉煌市场

2018年对于中国电影而言,是极不平凡的一年,中国电影行业迎来了历史性的重大变革——为更好加强党对电影工作的全面领导,更好发挥电影在宣传思想和文化娱乐方面的特殊重要作用,发展和繁荣电影事业,党的十九届三中全会决定调整和完善电影管理体制,由中央宣传部统一管理电影工作。中国电影也在这一年里迈上了新的台阶——全年票房超过600亿元,再次显示出中国电影强劲的增长动力和大有可为的未来前景。

中影股份作为国有电影企业当中的旗舰,在习近平新时代中国特色社会主义思想的指引下创作,生产了一大批新时代的精品力作,也创造了一系列新时代的骄人成绩。

紧紧围绕党和国家中心工作、重大时间节点组织创作和生产

2018年是贯彻党的十九大精神的开局之年,是改革开放40周年,也是决胜全面建成小康社会、实施“十三五”规划承上启下的关键一年。中影股份出品的《厉害了,我的国》作为十九大精神宣传的影像读本,成为2018年年初舆论、口碑和市场的热点,不仅多次登上《新闻联播》,成为两会上代表、委员交口推荐的优秀作品,而且一举刷新国产纪录电影的票房纪录。该片在90分钟高度浓缩的时间里,为中国电影在新时代“如何讲好中国共产党治国理政的故事、中国人民奋斗圆梦的故事、中国坚持和平发展合作共赢的故事”完成了一次生动并且十分成功的创作实践。

为庆祝改革开放40周年,中影股份以年轻、新锐的班底创作了故事片《中国合伙人2》,讴歌了改革开放浪潮下互联网创业者所代表的一群时代英雄。中影股份同时也以该片为年轻的中国电影“新力量”提供了一个极为难得的高起点、大舞台,以此为中国电影“由大做强”孵化和输送着更多人才。

在故事片之外,中影股份在献礼改革开放40周年的创作上,还创造性地以系列微电影形式展现改革开放四十年社会和普通人的生活变化,2018年末在全国9000多家影院贴片上映,从而让每一个走进影院的观众都能在正片开始之前的三分钟时间里感受40年改革开放带来的获得感、幸福感,同时还创新性地把“庆祝改革开放40周年系列微电影”投放于央视综合频道、央视财经频道、央视新闻频道及电影频道全天多个时段轮播,以及包括央视网、爱奇艺、腾讯视频、优酷、搜狐视频等各大视频网站,为电影企业实践媒体融合发展提供了鲜活的实践案例。

在2018年第二十一届中国上海国际电影节“电影频道之夜”上评选出的40部“纪念改革开放40周年”年度影片中,有14部影片由中影出品,于中影而言,真正是无愧于“中国电影”的企业名称,也无愧于为中国创作电影、为时代生产电影的历史使命。

2019年,中影股份的影片创作生产仍将一如既往地紧紧围绕党和国家中心工作、重大时间节点组织创作和生产,正在制作和筹备开发中的有:庆祝2019年新中国成立70周年的《百万雄师》,为2020年全面建成小康社会献礼的《伟大征程》、《中国汽车人》,庆祝2021年建党一百周年的《初心》等。

2018年上映影片业绩领跑“国家队”,品类覆盖全面,类型创作多样

中影股份在2018年上映的出品影片15部,票房合计超过80亿元,占比国产影片票房五分之一强,在全行业处于领先地位。

《无间·西东》从开发到上映前后历时七年,中影股份以精益求精的创作态度最终收获了市场的满堂喝彩,为青春片打开了更加深远的历史纵深以及更加清明的文艺格局。

《唐人街探案2》是2018年春节七天的票房冠军,同时也成为了2018年全年票房榜探花。该片除了商业意义上的成功之外,其与好莱坞电影工会的深度合作,也为中国电影工业化的探索迈出了坚实而有开创性的重要一步。

在品类覆盖上,中影股份2018年上映影片的成绩单上包括了故事片、纪录片、动画、微电影,几乎覆盖了全部的电影类型;类型上亦是百花齐放,主旋律、青春、悬疑、魔幻、奇幻、科幻、动作、儿童、喜剧等等,显示出中影股份作为行业领先制片企业蓬勃旺盛的创作力、生产力,以及为中国电影拓宽和开掘更广阔图景的进取精神。

华表奖大赢家,海内外载誉而归

2018年,中影股份携出品影片参加了42个国内外电影节(展),获得37个提名、斩获19个奖项。

2018年第十七届中国电影华表奖上,中影股份出品影片大放异彩,共收获五项大奖、八项提名,在最为重要的十部优秀故事片奖上,中影股份出品影片《大唐玄奘》、《建军大业》、《战狼2》荣膺三席,颁奖现场中影股份董事长喇培康作为十部优秀故事片奖获得者代表致辞。

2018年中影股份在包括大众电影百花奖、上海国际电影节、北京国际电影节、北京大学生电影节、长春电影节等国内其他重要电影节(展)上均载誉而归。

站在全新的历史方位之上,荣誉的满载意义重大,这是对中影股份的充分肯定,也是对中影股份迈向中国电影新时代提出了更高的要求。

2018年,中影股份出品的《建军大业》、《空天猎》、《战神纪》、《伊阿索密码》在多个海外电影节(展)上收获殊荣,这既是对中影股份的褒奖,也是对中国电影的赞誉——中国电影正在成为中国走向世界、融入世界的一张生动的“国家名片”,中国电影也正在把中国人民热爱和平、勤劳友善的形象以及人类命运共同体的理念传播到世界,让外国观众从电影中更加了解全面真实的中国和中国人。

除电影创作外,2018年中影股份电视剧和网络电影创作方面也取得了较好成绩。电视剧方面,由中影股份出品的电视剧《蔓蔓青萝》、《巴清传》(原名《赢天下》)、《重耳传奇》顺利取得发行许可证。电视剧《我的青春遇见你》(原名:《城里的月光》)于2018年1月2日作为开年大戏在湖南卫视黄金档及优酷视频网同步播出,始终稳定在全国收视前三甲,收视率破1,市场占有率破4,优酷视频点击破20亿,取得了优异的收视成绩,同时获得人民日报点赞好评。电视剧《热血勇士》于2018年1月24日首轮上星于贵州卫视和辽宁卫视黄金档播出,相较于同等量级作品在相应卫视的收视表现,取得了突破。电视剧《人生若如初相见》于3月2日登陆腾讯视频独播,点击破30亿。超级网剧《原生之罪》2018年底登录爱奇艺独家播出,点击率位居榜首。已播出的网络剧《限定24小时》(第一季)播放量达3.2亿,其它项目《超能学院》、《干掉老板》、《乱世奇门》、《三无姑娘翻身记》、《废材前台》等以及网络电影《悬探包拯》,正在开发、制作过程之中。网络大电影《杀手世界杯》于7月登录爱奇艺独家播映,点击过千万。

2019年,中影股份的出品计划依然满满当当:为庆祝新中国七十周年,中影股份将推出重点献礼影片《百万雄师》;即将在春节档上映的科幻大片《流浪地球》或将开启中国电影科幻元年;同期上映的《新喜剧之王》携周星驰和原作的票房号召力亦将肯定有不俗的表现。接下来,热门IP改编电影《最好的我们》、儿童片《动物出击》、《好小子,好功夫》、科幻片《希望岛》等十余部影片将在2019年各个档期与观众见面。

新一年的中影出品仍将给中国电影带来荣誉,以及一个又一个温暖的中国故事。

电影艺术的发展离不开电影技术的发展。党的十九大指出:“创新是引领发展的第一动力,是建设现代化经济体系的战略支撑”、“科技是核心战斗力”。当下的中国电影比以往任何时期都更加迫切地需要科技创新的支撑和先进技术的引领。中影股份清醒意识到要发展,就必须建立现实,谋划长远,打造中国电影技术的民族品牌,提升中国电影在世界电影舞台上的竞争力。中影股份2018年在电影高新技术方面取得了重大突破,为中国电影的发展提供了重要的保障。

习近平总书记在十九大报告中指出:“满足人民过上美好生活的期待,必须提供丰富的精神食粮”,要“高度重视传播手段建设和创新”。毋庸置疑,新时代中国特色社

会主义快速发展的电影产业不能离开高新技术的推动和支持。电影进入中国110多年来,几乎所有的关键技术都来自国外。中影股份作为国有电影企业,深感自己有责任向电影的高新技术发起冲击,打造中国电影技术的民族品牌,提升中国电影在世界电影舞台上的竞争力。2018年,中影股份在集中精力创作生产优秀电影作品的同时,向电影技术的新领域、新高峰发起了主动冲击。

中影股份拥有自主知识产权的激光数字放映技术设备(简称ALPD),在国内安装上线已突破13000套,市场占有率占全国激光放映设备的近90%。2018年8月,中影股份与美国德州仪器、GDC环球数码公司共同合作开发推出中国首款自

主研发符合DCI认证的激光数字电影放映机CS,成功打破了国外放映机厂商的垄断局面,使中影成为全球第四家使用DLP技术符合DCI标准的数字电影放映机厂家。也使中国成为第四个拥有数字放映机生产制造技术的国家。这无疑是中国电影技术史上一次新的突破。

中影股份拥有自主知识产权的中国巨幕放映系统在7年时间内,已完成了5次系统升级、2次革命性的技术创新,2018年再度成功推出了“中国巨幕”5.0系统,实现了中国巨幕品牌战略及技术的又一次飞跃。2018年,中国巨幕先后与恒大、鼎龙达、苏宁等重要合作方签署战略合作协议,就未来几年共同在全国范围内建设高端巨幕影城达成合作。以上这些公司共同合作开发推出中国首款自

主研发符合DCI认证的激光数字电影放映机CS,成功打破了国外放映机厂商的垄断局面,使中影成为全球第四家使用DLP技术符合DCI标准的数字电影放映机厂家。也使中国成为第四个拥有数字放映机生产制造技术的国家。这无疑是中国电影技术史上一次新的突破。

为推动“中国巨幕”放映技术和ALPD激光放映技术的“走出去”,中影股份联合全球最大数字放映机制造商比利时巴可公司巴可、光锋等公司合资成立了“全球高端影院解决方案”公司。2018年10月17日,在中共中央政治局常委、国务院总理李克强和比利时首相查尔斯·米歇尔的见证下,在布鲁塞尔签订了设立全球高端影院解决方案公司 Cinionic 合作协议。这对提升我国电影技术在全球影院市场的品牌影响力,在推动影院放映技术的研发及应用将起到重要的作用。



（二）中影发行放映掌握市场主动权

2018年,中影股份全力以赴宣传好、发行好国产影片,特别是重点国产影片,打造出一个业内独一无二的电影发行综合管理服务平台,使中影股份发行板块在技术上和硬件上都处于全国领先地位,确保国产影片在中国市场上的主导地位。2018年,中影股份发行共计发行影片约620部,总票房近260亿元,其中国产影片近500部,票房近135亿元,超过同期国产片市场份额的三分之一;发行进口影片120余部,票房超过120亿元,超

过同期进口影片市场份额的55%,在国产、进口影片发行领域均取得不俗的业绩。

为了更好地发行国产影片,中影股份对影片发行技术平台进行升级和保障,进一步调整和完善了“中影发行结算平台”,同时对现有影片母版密钥下载和素材下载的网站平台进行了升级整合,在原基础上开发了“中影发行放映服务平台”。新的平台包含了影院院线管理、影片管理、宣传品管理、密钥管理、设备管理、物

流发运系统和广告系统等,投入使用后将大大减少影院业务人员的工作强度,同时增强了对院线、影院和中影设备的管控能力,为发行工作提供更有力的技术保障,为国产影片的发行提供更优质的服务。

2018年,中影股份加大影院及院线建设,截至2018年年底,中影股份在营业控股影城130余家,银幕超过950块,单银幕票房领先于全国平均水平。中影股份参投控股的七条院线票房合计占全国票房份额的三

分之一。其中,公司控股的中影数字院线、中影南方新干线、中影星美院线在全国院线位列前十,继续保持领先优势。

2018年,中影票务平台——云平台不断拓展和完善中影票务云平台建设和使用功能,2018年9月引入了新股东中国电影发行放映协会,注入了中国电影一卡通资源,“中影通卡”升级为“中国电影一卡通”。截至12月底,中影云平台共上线六千余家影院,覆盖全国60%以上的市场份额。

（三）中影“走出去”取得实效

党的十九大报告指出:“文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴国运兴,文化强民族强。没有高度的文化自信,没有文化的繁荣兴盛,就没有中华民族伟大复兴”。在新的历史时期,中影股份深刻认识到自己所肩负的文化使命。在加强和改进中华文化走出去工作方面,取得了比较喜人的成绩。不论是优秀影片在国际电影节舞台上所获得的殊荣,还是民族电影技术在世界电影技术发展中的高歌猛进;不论是用电影化的手法发扬中华优秀传统文化所获得社会的广泛认可,还是在世界电影文化交流方面的活跃身影和卓有成效的往来,都彰显了中影股份作为国有文化企业所具有的文化担当。中影股份始终坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信,拓展渠道平台,创新方法手段,向世界阐释推介和开展更多具有中国特色、体现中国精神、蕴藏中国智慧的优秀影片、技术和活动,打造靓丽的“中国名片”。

2018年,中影股份的“中影剧场”已签约了110家电视频道,其中100家已实时播出。2018年10月,在中国驻洛杉矶总领馆与中国电影节组委会共同主办的“中美影视合作研讨会”上,中影股份与美国鹰龙传媒隆

重举行“中影剧场”美国开播揭牌仪式。这标志着“中影剧场”正式登陆美国城市电视台,进入了美国的千家万户。“中影剧场”推向美国这一全球最大的影视市场,对推动中国电影“走出去”、加强中美两国电影文化交流、增进美国民众对中国的了解具有重要意义。

在2018年戛纳电影节上,中影股份出品的影片《南哥》被国外电影发行公司包场展映。在影片放映的过程中,由于影院设备故障导致放映一度中断了十分钟。但全场观众并没有因此离开,而是耐心等待,直到影片最终放完了长长的结束字幕,全场观众纷纷起立鼓掌为影片喝彩。2018年5月12日,在第七十一届戛纳国际电影节上举行了影片《南哥》(海外片名为《平民英雄》)与美国TriCoast Worldwide公司签约全球发行仪式。根据合同,影片以保底发行,十年分账的形式出版权。签约仪式共有中国、德国、美国、意大利、韩国、瑞士、法国、西班牙、英国、比利时、奥地利、日本、马来西亚、新加坡、以色列、塞尔维亚、土耳其、瑞典、俄罗斯、南非、澳大利亚、荷兰、波兰、印度等30余个国家和地区120余名发行商及文化官员参加,近20家国外及中国媒体

对此签约仪式进行了报道。业内人士认为,作为一部讲述中国扶贫模范人物题材的小成本电影,该片能入围欧洲三大国际电影节之一的戛纳电影节展映名单,并获得海外发行公司的青睐,实属难得。不同于其他英雄题材电影,《南哥》将扶贫英雄刻画为“暖男”形象,在表现“南哥”攻坚克难致力于扶贫事业的同时,也在细节之处融入“家庭、亲情”等温馨元素,拉近了英雄人物与普通观众的距离。影片更从视觉、听觉等多角度展现出广东区域元素,不仅让故事和角色更加立体多元,也体现了“南派电影”的美学特征。正是这样一部讲述中国基层干部真实故事的小成本电影,得到了众多国外电影人和观众的首肯。实践证明,“小投入、大情怀、正能量”的作品一样可以征服不同国家的观众,“因为艺术是相通的,人类情感是相通的。”影片《南哥》也为中国电影的海外推广,尤其是主旋律影片的海外推广提供了可资借鉴的成功范例。

在中国与波兰建交即将迎来70周年之际,为促进两国在电影文化方面的交流与合作,2018年6月中影股份为配合“走出去工程”出访波兰,波兰电影家协会特别举办了“中国现代

电影周”,期间放映了《狼图腾》、《大唐玄奘》、《我的战争》、《飞跃老人院》等10部有代表性的中国现代影片,在当地引起极大反响,受到波兰观众热烈欢迎。其中中影股份出品的影片《伊阿索密码》在华沙荣获波兰电影家协会颁发的“最佳长片”奖。2018年11月18日至25日由中影股份主办的“波兰电影周”展映活动在北京隆重举办。

未来,中影股份将加强国际传播能力建设,精心构建对外话语体系,发挥好新兴媒体作用,增强对外话语的创造力、感召力、公信力,讲好中国故事,传播好中国声音,阐释好中国特色。

2019年,中影股份将以习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神为引领,在中宣部和国家电影局的坚强领导下,坚持党的领导,坚持以人民为中心的创作导向,坚持高质量发展,自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务,讲好中国共产党治国理政的故事,中国人民奋斗圆梦的故事,中国坚持和平发展合作共赢的故事,以高质量影片供给增强人们文化获得感、幸福感,推动我国从电影大国向电影强国迈进。