

优质内容将成为5G时代电影产业链的核心

◎ 消费升级、政策助推，“双核”驱动产业高速发展

■李卫强

文化娱乐产业是中国消费升级驱动下新经济的重要代表。根据《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》,“十三五”末文化产业将成为国民经济支柱性产业。2018年中国文化产业实现增加值38737亿元,比2004年增长10.3倍,2005-2018年文化产业增加值年均增长18.9%,高于同期GDP年均增速6.9个百分点;文化产业增加值占GDP比重由2004年的2.15%、2012年的3.36%提高到2018年的4.30%,在国民经济中的占比逐年提高。

电影产业是文娱产业中市场化程度最高、规模发展最快的领域。目前,中国

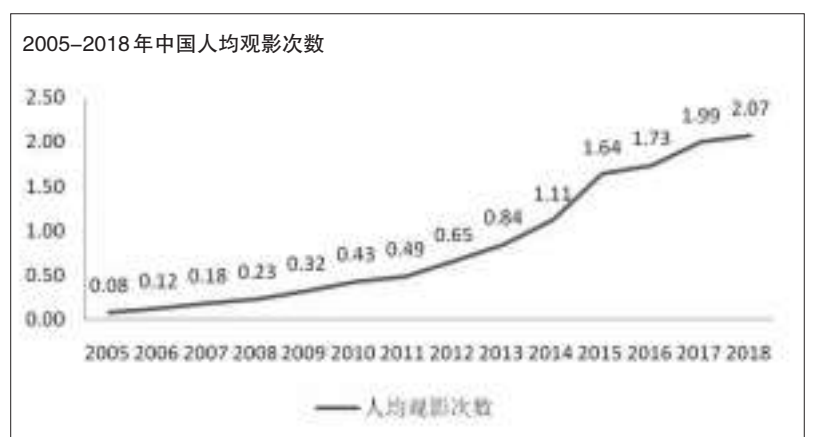
已是全球第二大电影市场,银幕数量、观影人次均位居世界第一。但要清醒认识到,我国在电影产业收益、产业链完善度等方面,与世界电影强国仍有差距,同时也存在巨大潜力。在网络技术与数字通信飞速发展的时代,更需把握电影产业发展新机遇。

与此同时,国家政策也在推动中国电影产业蓬勃发展。2018年3月21日中共中央印发《深化党和国家机构改革方案》,决定将国家新闻出版广电总局的电影管理职责划入中央宣传部。这表明国家有意将电影推上舆论主阵地的地位,势必会立足于此阵地,使中国

电影成为国家核心价值输出的重要手段,对于未来电影行业而言是长期利好。

近年来出台的《关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》、《电影产业促进法》等政策法规,推动电影市场充分引入竞争机制,形成新老电影公司百舸争流、竞争奋进的局面。电影工业基础不断夯实,技术水准不断提升,各类数字影视制作基地纷纷建立,数字影院普及到县,我国3D银幕数量稳居世界第一。通过“一带一路”交流、电影节、国际展映等方式,我国电影产业的国际影响力稳步提高。2018年中国观影人次17.16亿人,人均观

影次数2.07次,但与北美等成熟市场人均近4次/年相比,仍有一倍的提升空间。从城市结构来看,四五线城市仍保持较快增长。2016年以来中国四五线城市电影票房仍能保持年均15%-20%的增长。若剔除春节档,四五线城市票房随大盘增速均有所放缓,但仍明显高于一二三线城市。人均观影次数,2018年四五线城市仅为0.5次左右,提升空间巨大。此外,国产影片的竞争力也不断增强,截至目前中国电影票房总榜前十中,国产影片占据八席,其中前三依次为《战狼2》、《哪吒之魔童降世》、《流浪地球》,均为国产影片。



(图中数据来自保利影业)

◎ 资本充裕、内需扩大,中国电影迎来多项利好

国内资本充裕有利于电影行业加速发展。目前,国内资本较为充裕,且外部资本投资电影行业的意愿较强,对高度依赖资本投入的电影行业形成了有利发展环境。投融资渠道拓展,不仅有利于电影制片产业发展,为电影企业进一步延伸产业链提供了重要支持。相关统计显示,目前全国影视公司超过1.2万家,讲好故事、演好角色、打动人心、赢得口碑,已逐渐成为电影市场的创作主导。全行业将更加注重电影的社会效益,良好口碑将带来可观的经济效益和电影产业的良性循环。

城市化进程加速为电影产业发展提供新机遇。伴随全国城市化进程和城市基础设施建设的推进,城市文化产业建设也迎来大发展的黄金期,这将为电影产业的发展和繁荣提供源源不断的动力。截至2019年9月30日,全国银幕数量67060块,其中全国县级城市影院共有5541家,县级影院银幕24161块,分别约占占比46%、36%。随着向四五线城市加速下沉,最近三年每年新增银幕数量均超过9000块。

扩大内需政策有利于带动电影产业发展。我国文化产品和服务需求旺盛,但文化产品缺口巨大,为电影产业创造

了宽广的市场拓展空间。受益于人民群众日益增长的文化需求,中国电影总票房持续保持增长态势,2018年达到609.76亿元,用不到十年时间从全球票房不足1%的市场份额上升到超过20%,成为全球仅次于北美的第二大电影市场主体,同时与北美2018年约119亿美元票房相比,差距也在逐渐缩小。2019年由于国庆档《我和我的祖国》、《攀登者》、《中国机长》三部主旋律大作齐发力,拉动票房在10月3日已突破500亿元。在银幕数量和观影总人次方面,中国已经超过北美,居全球首位。

国家知识产权保护力度逐渐加大有利于电影行业健康发展。随着改革开放政策的进一步实施,中国知识产权的保护范围和水平已逐步同国际市场惯例接轨。在知识产权得到良好保护的前提下,电影企业投资制作大电影、音像制品、电视及网络播放等收入渠道也将得以进一步拓宽,有利于我国电影行业的持续健康发展。

受资本驱动,国内院线公司市场集中度逐年提升,而影投公司更加分散。据统计,2019年上半年,国内院线公司CR10(前十大的总市场份额)为68.6%,呈逐年小幅提升态势,但与美国2017年

CR3已经达到50%相比,国内市场集中度仍然偏低;影投公司由于中小型企业仍处于快速扩张期,CR10仅为36.4%,且近年来持续下降,相对更加分散。

但是,2018年有2578家影院年票房低于平均租金成本,营业压力较大。仅2018年上半年,退出市场的影院数量就达到167家。影院无序扩张带来的分流作用不断削弱原有影院的单银幕产出,票房低于租金成本的影院数量逐步增加,在经营压力不断增加下,落后产能开始加速出清。国家电影局下发《关于加快电影院建设 促进电影市场繁荣发展的意见》意见要求,“到2020年,全国加入城市电影院线的电影院银幕总数达到8万块以上,鼓励电影院线公司依法依规并购重组。同时还提出成立电影院线公司须控股影院数量不少于50家或银幕数量不少于300块;年度合计票房收入不低于5亿元。该政策主要强调对影院的集中管理以及抬高院线设立门槛,从而抑制行业的无序扩张,进而提高影院资产效率。在政策的推动下,行业整合有望进一步加速,而头部公司具有较高的资产效率和整合能力,整合优势明显。

中国电影票房结构,头部影片集中趋势明显。由于黄金时段和场次资源有

限,影院市场排片会向头部大片倾斜,多数中小体量影片排片空间和票房受到挤压。2018年上映影片共542部,其中票房10亿元以上的17部。CR10票房占比40%,同时有331部电影票房收入在1000万元以下,合计票房占比仅为0.9%,两极分化严重。头部影片集中反映的其实是优质内容匮乏。如果说2012年《泰囧》,作为首部票房突破10亿的国产影片,是中国电影粗放式发展享有红利红利的起点,那么到2017年《战狼2》实现近57亿票房,则是体现了日益成熟的观影群众对于优质内容诉求的开端。



(图中数据来自保利影业)



《太阳升起的时候》10月25日上映 全新预告汇集老中青三代“实力派”



战争影片《太阳升起的时候》即将于10月25日上映,影片日前在京首映,黄金制作班底首度全面曝光。据介绍,本片由曾获“五个一工程”奖、华表奖、金鸡奖的国家一级导演安澜执导,谈及影片安澜表示:“这是一部全新的战争片,全片90分钟共3300余个镜头,战争镜头2700余个,特效镜头2500余个。从战略布局到战役指挥到战场决斗,始终以敬畏的心态去还原战争的本来面目。”

影片近日发布了60秒全新预告片。飘扬的红色旗海中,毛主席站在天安门城楼上宣布中华人民共和国成立。开国大典的号角声下,前线年轻的士兵们在战场上冲锋陷阵,誓将红旗插到敌人的阵地上。天安门广场上欢乐的鼓乐声与战士们的心遥相呼应,生动刻画了中国共产党领袖和战士们的初心与使命。

全新预告片震撼来袭 再现男人的担当与血性

《太阳升起的时候》以唯一横跨开国大典的“衡宝战役”为背景,呈现国共两党两军顶层信仰与智勇的

较量。从全新曝光的预告片来看,1949年10月1日下午3点,听到毛主席在天安门城楼上宣布中华人民共和国成立的一刻,奋斗在衡宝战场上的人民解放军战士们无不为之振奋,他们高举手中的旗帜,吹响前进的号角,穿过枪林弹雨义无反顾向前冲,让天安门上的红旗和战场上的战旗遥遥相对。

一部用心的影片背后,是主创团队持之以恒的钻研和付出。军史专家肖裕声将军评价道:“影片拍摄起来具有一定难度,怎样通过小人物、小故事来反映重大历史活动,如何将年轻士兵们的喜怒哀乐和梦想,与解放全中国的伟大事业紧紧联系在一起,怎么用有序、科学、历史的手法展现人民军队的战略战术及章法等都面临拍摄挑战。”导演安澜曾在采访中表示:“《太阳升起的时候》有时要用十余台摄像机共同拍摄十几辆坦克扑面而来,演员、坦克、炸弹等所有激烈的场景融到一起,最终才拍摄出高潮迭起,宏大的战争场面。”

刻画“小人物”战士群像 影像传承民族英雄精神

《太阳升起的时候》在塑造小人物上面,没有将角色脸谱化,细节呈现值得推敲。导演安澜说:“在拍摄小人物故事时采用逆向思维的方法,他们性格不一,但是在战场上同仇敌忾,都愿为新中国的明天将生死置之度外。”猎户出身的“尖刀连”

狙击手刘三柱、舍生取义的“机灵鬼”小喇叭、大智大勇的连长李树青、勇敢的大个子李大憨、精通刀法的陈铁勇、勇于成长的文书“眼镜”、美丽聪慧的战地报道员贺小麦等怀抱赤诚之心的英雄们,他们的爱情、友情和亲情故事在战火纷飞的岁月中熠熠生辉。

“拍电影不忘初心是根本,一个不敬畏英雄的民族是没有希望的民族,我们要用电影这项伟大的艺术,把中华民族的精神发扬出去。”安澜说,“衡宝战役是新中国成立以后最惨烈的一仗,中国人民解放军第四野战军主力与国民党精锐展开了智与勇的生死较量。影片借助有血肉联系的年轻战士们不惧生死、不畏前行,最终取得战争胜利的历史瞬间,传达那个时代年轻人的担当与血性,将革命精神在今天年轻人的身上传承下去。”

《太阳升起的时候》用细节讲述中国故事,在丰富同类型电影的表达方面走出了一条具有创新性的主旋律电影之路。该片由广东盛世文化影视有限公司、中国电影股份有限公司出品,扬州广播电视总台、珠江电影集团有限公司、潇湘电影集团有限公司等联合出品。国家一级导演安澜执导,唐国强特邀领衔主演,金鑫、谢园、王晖、姚居德、刘劲、王伍福、娜仁花、潘雨辰友情出演,任帅、刘之冰、姜峰、路晨领衔主演,蓝飞洋、释臣伟、马子洛、杨俊生、王安江联合主演,10月25日全国上映。(木夕)

◎ 优质内容的创作与开发将成为5G时代电影产业链的核心

优质内容的创作与开发是未来整个电影产业链的核心。近年来国产电影涌现了一批口碑票房俱佳的作品,但腰部电影仍然缺乏。要解决这个问题,需要形成多种具有固定套路的类型片。借鉴北美电影市场发展经验,公式化情节、定型化人物、图解式的视觉形象是类型片的基本特征,在此基础上进行创作可以确保内容的基本质量。虽然今年《流浪地球》和《哪吒之魔童降世》的成功为中国科幻和动画电影注入了一剂强心针,但是整体创作平均水平仍进一步提升。此外,类似于北美成熟的西部片,中国同样可以形成具有“中国特色”的类型片。比如之前《战狼2》、《红海行动》,以及今年国庆档三部主旋律影片的成功,为探索中国主旋律类型片奠定了坚实基础。

此外,在IP系列化开发方面,目前的中国电影还有极大的可挖掘空间。近几年,中国电影在IP商业价值开发上做了一些探索和努力,如《战狼2》、《唐人街探案2》、《前任》系列等,都属于IP系列作品开发,但仍比较初级。再深入一些,中国五千年历史长河中沉淀下来的文学巨著,作为一个大IP,都可以挖掘出一系列小IP。例如《西游记》、《三国演义》等大IP,无论是影视作品还是游戏,一直在被挖掘,呈现手法和角度各异,但是在电影领域仍比较碎片化,缺乏商业视角立体开发的系列作品。另外,与北美市场相比,中国目前在IP后端衍生品市场开发方面,也有较大差距。北美成功的IP衍生品,大多都具有系列化特征,从而保持了热度的连续性,如全球衍生品收入排名第一的《星球大战》,系列电影有十部之多,全球总票房64.9亿美元,衍生品收入超过320亿美元。类似于迪士尼主题公园和环球影城这样的综合IP实景娱乐场所开发方面,目前国内一些公司也做出了个别优秀项目,但由



于IP比较碎片化或者不够硬核,因此规模相对较小且复制难度大,尚未形成强大品牌影响力。除了对优质内容的打磨,在互联网、大数据、线上线下交互快速发展的今天,高效智能的宣发模式对于电影票房助力也是功不可没的。发行企业要及时研究受众观影心理与分层的变化,多样化地进行电影宣推,及早做好老电影、复映电影、文艺电影等分众电影市场渠道。同时,电影宣发要“走出去”,抓住推广机遇,讲好中国故事,抢占被忽略的“冷”档期,细分观影市场。

不仅如此,5G建设发展也将为电影产业带来新的发展机遇。目前来看,变化可能主要体现在电影呈现形式和渠道上,如借助VR设备,或者发展线上电影院等。由于3D和IMAX技术的发展,电影呈现形式已经从平面到立体,未来随着5G浪潮对VR技术的推进,电影在视觉感官体验上浸入感会进一步加强。在渠道上,5G解决了高品质影音信号传输速度问题,由此可能衍生出线上电影院模式,通过家庭投影或大屏设备,同步接收高品质电影数字信号。点播电影院的出现以及网络电影的发展对于行业重新

制定标准提出了新的要求。

综上,电影行业未来巨大的发展潜力,对于保利影业也是难得的机遇,作为世界500强央企——中国保利集团的重要板块,保利影业将深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,紧紧围绕打造品牌文化央企的目标,落实公司“四商”战略,做精品影城运营商,通过资源整合,努力跻身影投公司第一方阵,为广大人民群众提供优质的观影服务;做特色内容出品商,传承保利军旅文化精神,承担央企社会责任,聚焦宣传正能量和弘扬主旋律的题材创作,为广大人民群众提供优秀的内容作品;做科技娱乐融合商,将大数据、人工智能、虚拟现实与电影有机结合,利用保利集团的综合优势,研发电影院5G传输设备、物联网影院等打造超级综合娱乐业态,为广大人民群众提供丰富的娱乐体验;做电影文化传播商,主动融入“一带一路”倡议,讲好中国故事,加强中外电影交流,展现真实、立体、全面的中国,为中国电影发展贡献自己的力量。

(作者为保利影业董事长,图表数据来自保利影业)