

院线排片真有潜规则吗

先考虑的是生存,再考虑情怀

因万达所属影城对电影《我不是潘金莲》的排片率远低于全国水准,该片导演冯小刚近日以公开信形式炮轰万达搞垄断,也揭开了电影院排片的“潜规则”。抛开万达与《我不是潘金莲》出品方华谊的私下恩怨不说,对于普通观众而言,我们到影院里能看到什么影片,到底是谁决定的?影响影院排片的“那只看不见的手”到底来自哪里?

本报记者 倪自放

“院线指导”是特殊现象

济南新世纪电影城泉城路店副经理李言鲁介绍,影院如何排定电影场次,一般有两种模式:“一种是院线指导,就是院线根据市场需要作出排片决定,由影院执行;另一种是院线只提出参考建议,具体排片由影院经理根据市场需要自主决定。”

冯小刚的新作《我不是潘金莲》上周上映,首周末全国万达影院排片率10%左右,远低于全国其他院线40%左右的排片率,业内人士称,万达排片就属于院线指导模式。据介绍,这种院线指导模式存在于全国为数不多的几个院线,并不是普遍现象,“现在有些院线也参与影片的出品和发行,自己院线出品或者发行的影片肯定会尽力要求旗下影院增加排片场次,比如上影集团出品的影片,作为利益关联方的上海联合院线肯定会要求旗下影院多排片。万达与《我不是潘金莲》出品方华谊因为人员变动等产生了私怨,因而出现了冯小刚指万达压低影片排片场次。”

济南百丽宫影城经理董文欣认为,这次《我不是潘金莲》片方与万达院线的矛盾被冯小刚公开化,可能会促进业内对院线自主发行的尝试,“现在一部新片上映几乎是全国的院线一起发行,全国影院都放映一部片子。院线自主发行如果能够发展成成熟,就会出现某些影片只在某几个院线所属的影院上映,影院放映影片会在一定程度上形成差异化,观众可以看到更多元化的影片。”

“看不见的手”是市场

对于大多数影院来说,影院经理自主排片是普遍现象。所有接受记者采访的影院经理都表示,决定影院经理给某部影片排多少场次的“那只看不见的手”,只能是市场。李言鲁表示,每部影片上映前,影院经理都会对这部影片进行基本评估,包括演员阵容、话题热度,初步估算影片可以分到多少份额的场次。估算的一个有力根据,就是影片的预售情况,“影片在上映前的预售情况,从一定程度上反映了观众对影片的期待。”

现在有些影片制片方为了提高预售数字,可能会联合一些电影垂直售票平台自己买一部分票,以造成影片火爆的表象。不过多数影院经理认为,这种情况下,预售仍然有参考价值。

预售情况对排片的影响基本上首周末三天,影片上映三天后,前期的宣传攻势已经奏效,制片方对影片的补贴会停止,影院经理对排片的场次也会进行调整,调整的主要依据有可能是影片的口碑,但最根本的还是电影的上座率,“上座率高的此后会得到更多排片场次。比如国庆档的《湄公河行动》,上映后不仅口碑好,而且上座率高,影院经理自然给加场次。如果单单是口碑好而上座率不高,场次也不会得到增加。”

近几年,国内知名电影发行公司基本都在全国主要城市设立了驻地发行人员,他们的主要任务就是让自己发行的影片在影院多排些场次。多位接受采访的影院经理表示,人情关系对影片排片场次的增加有正面影响,但这种影响微乎其微,“关系好的人员发行的影片,我们看情面会多排一些,但根本上还是看影片的市场表现,市场表现不好,给的场次可能会是周一白天这样的垃圾场次。”

影院经理口味决定排片?

去年,王小帅的以三线建设为背景的电影《闯入者》与商业片《何以笙箫默》差不多同档期上映,《闯入者》的排片和票房都不尽如人意,当时有学者撰文称,“影院经理口味决定了排片数量。”对此,多位接受记者采访的山东影院经理表示,“我们不背这个锅。”青岛一位影院经理在接受记者采访时表示,影院经理排片时确实会有一点自己的喜好,但这对排片数量的影响非常小,“我喜欢的影片如果市场表现不好,我也会果断调整场次。”

在同等宣传力度下,好莱坞大片在影院里获得的排片场次多于国产影片,是大概率事件,对此有指责称影院经理迷信好莱坞大制作。李言鲁表示,好莱坞大制作一年内能够引进中国的也就三四十部,基本上是从几百部好莱坞年度作品里选出来的市场表现抢眼的作品,这些优中选优的大片面对的是没有经过淘汰的四五百部国产片,平均竞争力肯定强于国产片。

大多数受访的影院经理表示,因为3D影片和2D影院的票价并不像传言中有那么大的差距,所以3D影片不会受到影院经理的额外青睐。青岛一位影院经理表示,“看起来好像3D影片在市场上强势一些,实际上还是看上座率,上座率不行的3D影片,排片场次会很快被下调。”在上座率差不多的情况下,时间相对较短的影片会受到影院经理的青睐,李言鲁说,这也是市场的调节,“特别是春节、圣诞这样的热门档期,同时上映的有竞争力的影片比较多,但每个影院的厅数是固定的,在上座率相差不多的情况下,一部90分钟的电影,比一部120分钟的影片,一天差不多能多放映两三场,票房贡献当然多。”

当情怀碰上生存压力

院线电影还需要情怀吗?每当一些文艺气息浓厚的作品在影院遭冷遇之后,这样的话题就会被提及。今年郭敬明的《爵迹》影院排片场次很多,而同期上映的部分文艺片却难见场次时,对影院的指责就出现了。山东一位从事了20年电影发行放映工作的影院经理告诉记者,虽然电影在影院里是商品,但一个影院经理一年经手的电影达三四百部,说影院经理没情怀不懂好电影是非常不公平的,“有情怀的好电影,我们总是给出机会,好电影不会被埋没,比如前段时间陆川的电影《我们诞生在中国》,情怀满满,全国排片率只有2%,但一直有影院经理给这部影片排片,最终影片票房达到六七千万,成绩很理想。”

济南百丽宫影城经理董文欣说:“好的有情怀的作品,影院会全力支持,但前提是对影院的收入不能有太多负面影响,比如在上午时段,放商业大片上座率也不高,影城在这个时段可以尽量为有情怀的好电影保留一个场次,但有些时段放映商业大片一场能挣5000元票房,放映某些文艺片只有100元的票房,这时候你要求影院停掉商业大片放文艺片,是不现实的。”

多位受访的影院经理表示,作为市场主体的影城一直有盈亏的压力,在济南、青岛这样的城市,如果一个影城一年的票房达不到1000万左右,相对来说生存很难。烟台、济南、东营等地,最近一年都有影城因为亏损严重关门。对影院来说,肯定要优先考虑生存,再考虑情怀。



相关链接

《我不是潘金莲》3天票房破2亿

本报讯(记者 倪自放) 冯小刚新作《我不是潘金莲》上映首周3天票房破2亿,截至11月22日晚间,影片票房达到2.2亿,成为11月唯一一部首周票房突破2亿的国产电影,影片同时打破历年来国产电影11月的首周票房纪录。

今年以来电影市场增速放缓,在11月这个影市淡季,《我不是潘金莲》

凭借影片扎实的故事、不一样的幽默表述、众演员惟妙惟肖的神演技和特殊画幅的绝佳观赏体验,在冷门档期中成功突围。影片名列前茅的上座率,鼓励影院经理不断为该片增加场次,从11月18日上映至11月22日,《我不是潘金莲》获得接近40%的排片率,贡献了每日接近50%的票房。

保底发行5亿,耀莱排片高达8成

本报讯 冯小刚18日怒斥万达打压《我不是潘金莲》的排片,万达并没有调整《我不是潘金莲》的排片,而参与保底发行的耀莱则在排片上给予不遗余力的支持。

18日,万达给《我不是潘金莲》的排片率是13.5%;19日,在电影整体排片率下降的情况下,万达排片率略上升至13.8%,但仍与全国平均排片率相差甚远。

一边是万达的低排片,一边则是耀莱国际影城不遗余力的支持。据悉,《我不是潘金莲》被华谊垄断给耀莱做5个亿的保底发行。有保底任务在身,耀莱旗下的影院给出了《我不是潘金莲》超高的排片率:18日,该片在耀莱排片率达到77.6%,票房占比94.8%;19日,排片占比上升到86.4%,票房占比95.1%。(综合)