

# 影院排片少、优质片源不足 艺术影片能否劈开“荆棘”之路

“闪映”“放一年”均可

“今天刚看完,数次眼眶湿润,真想不到能在电影院欣赏这部1932年的经典影片,更想不到这部85年前的电影表现力和镜头语言如此厉害。”9月17日,影迷bridge看完电影《奋斗》后,难掩激动,在艺联的公众号上写下这样一段留言。这是艺联在当天组织的一次“闪映”活动:全国78个城市的386块银幕,在同一天放映了这部1932年的中国经典默片。当全国4.9万块银幕都在放着同样的商业片时,能让观众在影院看到一部小众、偏艺术风格甚至是数十年前的影片,这就是艺联正在做的事情。

艺联正式成立于2016年10月17日,是由中国电影资料馆牵头,联合国内主要电影院线、电影创作领军人物、网上售票平台等多方面力量,共同发起的长期放映艺术电影的社团组织。经过一年多的发展,目前已有全国145个城市433家影院的579个影厅加盟。预计到2018年春天,加盟银幕将达到1000块。

如何让中外艺术电影在影院与观众见面,艺联在这一年里尝试了不同的发行方式。艺联运营负责人英琦介绍,有的影片只通过艺联放映,在没有加盟艺联的影院里看不到,比如斩获两项奥斯卡大奖的《海边的曼彻斯特》;有的影片即使在全国院线上映,艺联也会参与辅助发行,确保更高的排片量,比如去年金马奖最佳影片《八月》、张艾嘉的新片《相爱相亲》。一些经过时间检验的经典影片比如《甲方乙方》《一江春水向东流》会在艺联重映;有些艺术片第一次上映时可能票房不好,在艺联也能获得再次上映的机会,比如《钢的琴》;有的影片可能他们只放一天,比如《奋斗》;有的影片一直有观众想看,艺联就会考虑长线放映,比如忻钰坤的《心迷宫》,断断续续在中国电影资料馆放了一年多还有很多观众来看。

今年8月25日上映的《海边的曼彻斯特》,完全由艺联负责推广,最终拿下818万元票房,这一数字尽管只是那些商业大片的零头,但对于这样一部小众艺术片来说已足够令人欣喜,而且,该片的国内票房在全亚洲排名第一。业内人士透露,该片出品方环球影业对此非常满意,并由此开始重视艺术片在中国的市场。艺联推出的“意大利辉煌艺术”主题影展,尽管只在全国20家影厅展映半个月,但几乎场场爆满,还有不少观众要求买“过道票”“站票”。

“有时票房很差很差”

尽管有观众的热情,但排片量上不去、片源少,仍然困扰着艺联。

“每家影院固定一个影厅作为艺术影厅,保证每天至少放映4场艺术电影(其中1场为黄金场放映)。”这是艺联成立时对加盟影院的要求。但在实施过程中,许多影院根本达不到这一要求。保利院线发言人刘建锋直言,艺联只是一个联盟性质的组织,比较松散,对加

拿到两座金马奖杯的国产片《老兽》正在热映,尽管目前累计票房只有161.6万元,但这样一部小成本独立影片,能被全国观众看到,已是艺术影片的胜利。《老兽》能大规模上映的背后,有全国艺术电影放映联盟(以下简称“艺联”)的努力。这个专门以推广发行艺术电影为己任的组织刚成立一年,就将《八月》《海边的曼彻斯特》等艺术片成功推向观众。面临排片少、片源不足的艺联,能否为艺术电影劈开荆棘之路?



盟影院的排片并没有强制性要求,具体排多少场、怎么排,还是影院根据自身情况来定。他表示:“实施起来困难太多了。影院以商业利益为目的,观众又没有完全形成分层级的观影习惯,一部《变形金刚》有40%的上座率,《海边的曼彻斯特》只有4%的上座率,算算账就能理解,为什么艺术片拿不到排片。”

英琦也坦言,所谓“每周4场艺术电影”目前还是一个未来规划,需要用两到三年时间培养艺术电影的放映环境。艺联目前正在对完成排片的影院给予奖励,达到甚至超过承诺场次和放映时间,或者上座率高、宣传活动做得好的,都可能得到奖励。不过,奖金数额并不大,更多是出于一种鼓励。

缺乏足够吸引市场的片源,则是制约艺联发展的另一大隐患。在艺联推广的这些影片中,只有《八月》《海边的曼彻斯特》《老兽》是刚出炉的新片,其他影片要不就是已经上映过的,网络资源一大堆;要不就是几十年前的黑白老电影,受众面极为狭窄。卢米埃影业业务副总监谢超说,这些老电影的票房“很差很差”“基本没人买票”,“一九三几年的片子,谁会去看?老年人不会自己花钱去,年轻人也不会带父母去。我们本着契约精神还是会给排片,但好多空场,放了三四天后没产出,就不排了,艺联也知道。”

坚信文艺片会爆发

对于艺术片片方而言,是选择走普通的院线发行渠道,从商业大片嘴里抢一点儿排片,还是选择艺联,精准找艺术片受众?“走院线的好处是,市场盘子大,全国两千多家影院,即使排片没优势,总量还是很可观的;走艺联,目前只有400多家影院,这些影院有更青睐艺术电影的受众。院线发行的投入高,相比之下,走艺联只用维护好这400多家影院就行。”刘建锋说。

向片方争取到更多好片源,也是艺联未来的着力点。在英琦看来,这反而是艺联的独有优势:“现在很多艺术影片的问题不是怎么发行,而是拍完后根本上映不了。艺联至少给他们一个机会,可以让导演拍出来的作品被观众看到。”他说,对一些好的艺术影片,艺联会自掏腰包帮助发行。目前,艺联处于亏损状态,艺联负责人、中国电影资料馆馆长孙向辉深知“艺联三年之内可能都不会盈利”。英琦说,支撑他们做下去的信念是——文艺片迟早会爆发。

根据业内人士的概括,未来,中国有可能形成艺术院线与商业院线泾渭分明的电影市场。到那时,经常放艺术影片甚至只放艺术影片的影院,就能在市场中获得一席之地。

当然,反对的声音也有。一位不愿透露姓名的电影发行人说,目前国内影院还在快速建设中,艺术片的创作也远未达到足够多、足够好的水平。“院线和影院得先吃饱饭,下一步才能去讨论艺术。”

(袁云儿)

迪士尼主创来济

指导少儿画插画

本报讯(记者 黄体军) 12月16日,由中国版协城市出版工作委员会、山东省版权局等主办的全国少儿插画版权创意大赛在济南市图书馆正式启动。活动主题是“我为诺奖大师画插画”,美国当代著名迪士尼大师级艺术家斐罗·巴恩哈特现场作画,并和孩子们面对面对话,指导插画创作。

斐罗·巴恩哈特曾创作设计了许多迪士尼电影产业的关键主人公形象,如《美人鱼》《美女与野兽》《黑色的大锅》等,把美好动人的故事带到了世界各个角落,打动了无数观众的心。“你可以先学习迪士尼动画的形象,然后创造性地画出自己的东西。”斐罗告诉孩子们。如何把生活中一些美好的想法、感悟画出来?如何画出一个美好的故事?“画之前先设想出一个蓝图,然后再慢慢添加自己的东西,无论你想什么,都可以画出来,只要开始画就好了,关键是要不停地画,不停地练习!”

作为世界娱乐界巨头,曾创作出米老鼠、唐老鸭、美人鱼、爱丽儿公主和小熊维尼等众多经典动画形象的迪士尼公司,是如何做到一直紧紧抓住儿童观众心理的?“迪士尼不惜花费功夫,坚持用最强的艺术创新力,通过儿童喜欢的色彩、构图及各种艺术手段,不断奉献出最好的卡通形象。”

担任此次大赛评委的济南市美术家协会副主席、著名画家李兆虬特别强调了儿童插画创作学习民族传统插画的重要性。“插画是儿童们喜闻乐见的艺术形式,它可以培养孩子们的想象力、自由表达能力和动手能力,我们希望孩子们既要吸收现代艺术的精华,同时还要着重培养民族传统插画艺术及审美意识,关键是要让孩子们早一天动起手来!”

据介绍,此次活动每个复赛选手将以“诺贝尔文学大师的儿童作品集”丛书内容为命题进行创作,为了培养孩子们的原创能力和版权保护意识,自觉抵制非法出版物和不良出版物的危害,此次活动要求每个参赛选手均要签署承诺书,保证参赛作品是自己原创,无代画等舞弊行为,无抄袭他人作品等侵犯他人知识产权的行为。优秀的原创作品将在组委会的帮助下正式注册版权。