

影院发展触底反弹

专题采写 本报记者 倪自放

电影十年
夕阳产业重生

2013年伊始,《泰囧》《西游降魔篇》两部国产电影的票房都过了12亿元,很多人乐观地估计,今年国产片过12亿元的绝不会只有这两部。

国产片单片票房过12亿元是个什么概念?2001年,中国电影票房创1978年以来最低,为8亿元,2002年为9.5亿元,2003年为11亿元。也就是说,《泰囧》或者《西游降魔篇》的单片票房,比十年前中国全年的电影票房还多。

这是我们回望中国电影十年的意义所在。从2003年跌入低谷,到2013年的拔足狂奔,中国电影本身就是一部跌宕起伏的大片,政策、资本、创意……是什么令中国电影起死回生、聚拢人气、风云再起?

十年前,中国电影被称为即将死掉的“夕阳产业”,那时候,中国的电影银幕只有1000多块;十年后,所有人都称中国电影是“朝阳产业”,内地电影银幕接近1.5万块。几乎所有的受访者都同意,十年,一个产业的重生有很多原因,但很重要的原因在终端,那就是现代化影院撒豆成兵般在全国蔓延。而现代化影院的崛起,仰赖的是中国电影从数量到质量的增加与提高,以及进口片配额的增加。中国电影已经从古装大片的“高仿时代”,进入了类型片的快速成长期,中国电影正在走向产业化。

出品:文娱新闻中心
统筹:张宇
美编:晓莉 娟丽
组版:韩舟

近日在北京电影节举行的电影论坛上,国家新闻出版广电总局电影管理局长张宏森表示:十年前,全国只有1000多块银幕,但到2012年底,银幕数量已经达到1.38万块,截至目前接近1.5万块。在中国电影票房从2002年的9.5亿元增至2012年的171亿元的变化过程中,影院的触底反弹,对中国电影的发展起了至关重要的作用。

院线制改革激活影院

“中国人有个习惯,青年男女谈对象,比较喜欢看场电影,但在十年前,谁敢到老式影院谈对象,准黄!”谈到十年前的中国电影,山东新世纪电影城有限公司总经理刘芝宝这样告诉记者。

2003年,山东绝大多数老式影院在电影经营上基本处于“候鸟状态”:不能保证全年放电影,在部分大片二轮放映的时候勉强能维持一段时间,其他时间或者没生意,或者出租。大多数老式影院是上世纪80年代建立的,硬件环境太差,在不少地方老式影院甚至成为脏乱差的代名词。

山东影院十年前的状况,只是十年前中国电影产业的一个缩影。上世纪80年代末90年代初是中国电影的巅峰时期,1996年前后开始走下坡路,1999年走入谷底,此后数年都在低谷里。

所谓触底反弹是2002年开始,中国实行电影院线制改革,发行公司和制片单位直接向院线供片,全国必须

在2002年夏天之前形成院线,否则将停止进口分账片的供应,最终建立由一个发行主体和若干影院组合形成的院线,实现统一品牌、统一排片、统一经营、统一管理。

院线制改革不断深化,彻底打破了行政区域垄断,确立了以影院为中心的发行放映格局,激活了终端即影院的积极性,城市影院加速建设。2002年院线改革之初,加入院线的影院总数为1024家,银幕数为1843块;2003年,加入院线的影院共1140家,银幕数2285块;2006年影院建设出现第一次高潮,影院数猛增至1325家,银幕数高达3034块,平均每天诞生一块银幕。

银幕数量的迅猛增长一直持续到现在,电影管理局长张宏森透露,今年电影市场正以每天增加10块银幕的速度在健康、快速地发展,1月至今共新增了1000多块银幕。

商场影城与地产合谋成长

过去十年,多厅影院与现代商业中心捆绑成为主流,传统老影院也纷纷加入改造热潮。2003年以前,全国的现代化影城只有杭州的庆春和四川的太平洋。2003年,城市商场影城崛起,当年潍坊泰华影城的建立,第一次为我省带来了商场影城的概念:建在商场的顶层,而不是单独的一座楼;场地是租用的,而不是投资建一座新楼;多厅、小厅,每个厅最多150个座位,而不是像老式影院的大厅那样一下子能装好几百人。但因为规模尚小,当时泰华带来的仅仅是概念上的冲击。

2004年9月28日,山东新世纪电影城泉城路店开业,以11个现代化豪华小厅成为山东首个现代化商场影城,时至今日,该店仍是山东票房第一的影城。现代化豪华商场影城崛起,让十多年没有进过影城的观众重新走进影城,2003年以后新增的影城基本上都在大商场。

电影学者李超这样解释商场影城的崛起:影院要的是人气,观众要的是舒适,商场影城让二者很好地结合起来。商场是城市人气比较集中的地方,

影城实际是在借力。另外,进过新式影城的人,都会发现新式影城的音响、座椅等硬件都在向“星级”发展。有一个细节,以往观众进影城大多吃瓜子,2003年后新建的影城只卖爆米花和饮料,不让带壳食品出现,影城越来越注重自己的档次。

商场影城崛起的另一不容忽视的大背景是,中国房地产产业疯狂而野蛮的生长,为大型商业地产项目搭配影院和超市成为地产商的标准程序,不但一次性出租了大面积场地,更重要的是能借此招揽大批客流。地产业的粗略估算,电影观众的观影消费,相较于候场、散场时连带的购物、餐饮、电玩等消费,比例大约是1:10。

新式影城改变文化消费习惯

电影学者尹鸿表示,在影院建设比较快的城市,票房的增长更加明显,“北京2011年票房占全国票房总量的13%,主要原因是,北京是全国院线、影院、银幕数量最多的城市。过去长期位居全国市场第一的上海,由于近年来影院建设缓慢,已经被北京票房所超越。北京很早就已成为全国第一个年均观影人次达到一次的城市,证明了影院建设是促进电影市场发展的重要手段。”

新式影城建设也带来电影消费习惯的变化,刘芝宝说:“很多年以前,影院一度成为青年男女谈恋爱的场所之一,那是因为当时老百姓文化娱乐消费的形式和场所都非常单一,

不得不选择影城。现在看电影的观众不管是在中国还是在全世界范围内,年轻人所占的比例仍然是最大的,中国电影观众的平均年龄为21岁左右,就很能说明问题。但根据我们几年来对观众群体的调查,一家三口和中老年电影观众所占的比例一直在增长中。”

这种文化消费的形成与改变,也体现在过去十年全国电影票房的增长上,2003年遭遇“非典”,全国影院停业两个多月,全年总票房仍高达11亿元;2004年全国电影票房增至15.2亿元,2005年总票房突破20亿元,随后,中国电影票房的增长率一直保持在30%的高位,2012年达到创纪录的171亿元。

