



中国第四代导演领军人物吴天明遗作《百鸟朝凤》，上映6天票房仅有300多万元，面临下线危险。影片发行人方励通过网络平台向全国影院经理下跪“求排片”，从方励下跪后至今两周多的时间里，《百鸟朝凤》票房增至7300多万。方励一跪，跪出票房7000万，引发人们对其行为是情怀还是道德绑架的热议，也再次暴露了中国文艺电影生存的尴尬。



这一跪， 跪出票房7000万

本报记者 倪自放

都是“钱眼”惹的祸？

《百鸟朝凤》是一部比较特殊的电影，因为它的导演是吴天明，也因为电影讲述的内容。

2014年去世的吴天明是中国第四代导演的领军人物，他提携的张艺谋、陈凯歌、黄建新、顾长卫等人是第五代导演中的代表，因此他也被称为中国第五代导演的“教父”，其导演代表作是《老井》《人生》。《百鸟朝凤》是吴天明最后一部导演作品，讲述的是新老两代唢呐匠对艺术的坚守，在浮躁的时代里，坚守匠人精神的焦三爷处境尴尬。饰演焦三爷的陶泽如说：“这部戏很多地方都太像吴天明的精神了。”

就像片中老艺人焦三爷的遭遇一样，由张艺谋、贾樟柯、冯小刚等人做宣传的电影《百鸟朝凤》，上映后处境仍然尴尬。电影5月6日首映，当日票房仅为27.7万元，排片占比2%，每场放映平均只有3人观看。截至方励“下跪求排片”的5月12日当天，《百鸟朝凤》上映6日票房只有322万元。

《百鸟朝凤》在电影市场上的遭遇，并非新鲜的个例，文艺电影在市场上的弱势早已是老生常谈的话题，若非方励一跪

引发关注，《百鸟朝凤》很可能早就在市场上消失了。对于文艺片遭遇的尴尬，业内很多时候是无奈。国内一位著名电影导演在微信朋友圈写道，“刚看完吴天明导演的《百鸟朝凤》，不得不感叹：中国的电影人不能没有良心！中国的银幕不能昧良心！都是‘钱眼’惹的祸……”

是情怀还是道德绑架？

方励下跪求排片，效果非常明显。随着事件的发酵，《百鸟朝凤》从5月13日1.1%的排片，53万票房，陡升到17日排片达到7.5%、1296万票房。截至本周末，该片票房已突破了7300万。这一算的话，方励一跪，求来了至少7000万票房。5月27日，《百鸟朝凤》发布信息，影片的放映日由之前的5月6日至6月6日，延长至7月6日，业内乐观估计，《百鸟朝凤》票房有可能过亿。

文艺片主创通过社交平台“求排片”的现象屡屡可见，王小帅导演多次抱怨文艺片遭漠视的言论也屡屡见诸媒体，但像方励这样惊天一跪的情形，对中国电影来说还是第一次，自然引发争议。“情怀说”是其一，比如著名导演贾樟柯就表示，“（下跪求排片）这种方式是不是合适我不知道，但他一定

是有情感的。这可能是方励对吴天明导演个人情感的表达。”

但“道德绑架”“扰乱市场”等负面声音也不绝于耳。有网友认为，“赚钱本来就是商业影院的最大需求。规则不能随意被破坏，在商言商这事方难道不懂？”

山东艺术学院副教授、电影学者刘强告诉记者，方励的精神值得褒奖，但对于电影市场而言，这种行为不值得提倡，“用道德绑架观众、影院，这是违反市场规律的。一部宣发投入非常少的文艺片取得超过自身市场价值的票房，这对宣发投入庞大的商业电影不公平。”

艺术院线建立尚不现实

由于题材较冷，缺乏明星、宣传费用紧张，文艺片面临着“营销难”的困境，无奈之下，只得打出“情怀牌”“同情牌”。早前《闯入者》上映时，导演王小帅写公开信，请求“我的观众，请你挺我”；《少女哪吒》上映时，导演李霄峰也专门撰文透露，是亲友友情包场，利用“众筹反推排片法”才让影院排出场次来；《山河故人》上映时也打出“每个人只能陪你走一段路”等“文艺情怀牌”。

刘强认为，“情怀牌”无法

拯救文艺片，文艺电影有市场诉求，必须展开更为系统、专业的宣发，“贾樟柯在《山河故人》时就有了专业宣发团队，他奔赴全国十几个城市巡回宣传，还找来李宇春演唱主题曲，整个宣发投入资金不少，最后3000多万的票房虽然比不上商业大片，但在文艺片里算是比较理想的。”刘强表示，文艺片宣发的另一种做法是要打好明星牌，比如《归来》做的是“巩俐、张艺谋再携手”这个点，《老炮儿》重点宣传冯小刚和一批小鲜肉主演。“另外，文艺片找准定位也非常重要，《白日焰火》因为登顶柏林金熊奖而受到关注，但真正让其票房成功的还是其‘犯罪爱情片’的精准定位，商业性、可看性立刻就出来了。”

在文艺片屡屡市场受挫的过程中，艺术院线的缺席被认为是主要原因之一。刘强告诉本报记者，艺术院线不是文艺片的依靠，“影院是一个市场主体，让一个市场主体去放映盈利能力不足的小众艺术片，这是违反市场规律的，艺术院线的建立必须依靠政府的专项资金。”虽然国内电影市场的规模已位居世界第二，但绝大多数观众的基本观影需求仍没有得到释放，主流观众依然集中在商业片上，目前建设艺术院线尚不现实。

