



去年还能经常在电子购票平台上买到9.9元、19.9元的低价电影票,今年却明显减少,电影票价几乎都在三四十元的价位上,白菜价的电影票越来越难觅踪影。多位业内人士透露,今年上半年中国电影票房总和为246亿元,增长速度远低于业内预期,票房疲软和电商平台电影“票补”逐渐减少有很大关系。

“票补”本无罪,奈何经念歪

白菜价的电影票今年不见了

“票补”吸引人气 培养观众

所谓“票补”,本是电子购票平台的营销手段。在每部电影上映之前,片方和影院会商定最低票价,一般在30元到40元之间,此前影迷能从电子购票平台买到低至9.9元的电影票,这其中的差价多数是由电商售票平台及片方补贴,简单地讲,也就是“掏钱请观众看电影”。

在电影业内,不少人把“票补”比喻为超市的“开业酬宾”。对片方来说,通过预售、超低价的形式,可以提前锁定一定票房,吸引部分观众,然后利用口碑效应带动话题,扩大声势。在电影评论资深撰稿人龚进辉看来,“票补”之所以在中国电影行业流行,与优步、滴滴等打车

软件通过补贴异军突起带来的启发不无关系,其本质是一种资金杠杆游戏,希望通过小投入来撬动大票房。

2014年,宁浩导演的喜剧片《心花路放》上映前,猫眼电影在平台上以9.9元和19.9元的价格提前预售,预售票房高达1亿元。口碑效应下,更多人走进影院,该片最终票房破了10亿元。看到巨大的市场价值,在线票务平台迅速掀起一场史无前例的“票补”大战,百度、阿里、腾讯三巨头与猫眼、格瓦拉、时光网等混战不休。2015年的春节档《天将雄狮》上映3天,仅猫眼一家的“票补”金额就达到5000余万元,大手笔让人咂舌。

大量砸钱 堆出虚高票房

本是促销手段的“票补”,

在中国电影市场却成了一本被念歪了的经。2015年,在全球电影票房增长5.2%的情况下,中国票房暴涨51.2%,媒体人查森直言不讳地指出,“票补”无疑为2015年的中国电影打了一针强心剂,但不能忽视的是“票补”背后的巨大泡沫:一张显示30元的电影票,消费者出9.9元,片方和票务平台出20.1元,但票房仍以30元计算。“2015年中国电影的440亿元票房中,有30亿到50亿元来自‘票补’。”一位业内人士估算。

随着电影市场的发展,电商和片方之间的“票补”形式也越来越复杂。阿里影业一位人士介绍,去年暑期档淘宝电影与《小时代4》进行合作,淘宝电影承诺《小时代4》前3天票房达到2.5亿元,那么他们为《小时代4》投入的“票补”将作为宣发费用收回;如果完不成,这笔

费用就极有可能“打了水漂”。最后《小时代4》前3天票房达到了2.5亿元。

为引导观众和让影院增加排片,一些“奇葩”电影越陷越深,直接钻“票补”的空子,出钱买票房,虚假排片,制造电影很热的假象。今年上映的《叶问3》就是这种情况,片方采用了大规模买票房的方式。最终事情败露,《叶问3》片方也受到了相关部门的处罚。

阻止“票补”烂片 提高电影质量

从事电影创意开发的夏凡认为,电影“票补”骤减,说明大家不再盲目烧钱了,“毕竟做生意不是请客吃饭,不会有人一直主动赔钱。”他也表示,“票补”减少,票价提高,

短期内观众的观影热情必然会受到影响,电影行业的数据也势必比不上往年好看。不过,从长期来看,“票补”减少意味着水分减少。他打了这样一个比方,“你会相信一个在超市长年处在3折区的商品质量过关吗?没了‘票补’这个神器,很多垃圾电影将会无所遁形,电影市场的公正也会得到保障。”

“票补”退潮,还和在线购票平台行业的调整有很大关系。格瓦拉的现金流出了问题,导致公司元气大伤,格瓦拉不得不与微票儿合并;美团大众点评分拆猫眼电影业务,让“新猫眼”成为一家完全独立运营的公司。阿里影业的一位营销人员指出,过了跑马圈地的时代,如今在线购票平台的整体格局发生了变化。

(徐颖哲)



鹿晗吴亦凡终止与SM纠纷

漫漫“互撕”路,今日终和解

本报讯 韩国SM娱乐有限公司与旗下组合EXO前成员、人气偶像鹿晗、吴亦凡解约纠纷已经闹了两年多,SM公司以擅自脱离SM公司及团体的吴亦凡、鹿晗以及谋求此等人员非法演艺活动的相关企业为被告,向中国法院提起共计14起诉讼。虽然回国后的两位小鲜肉事业如日中天,但是“老东家”的不依不饶还是两人心头的一块阴影。21日,两人工作室同时发表声明,与SM公司达成

和解,终止纠纷,两人将按照现有模式在中国自由开展演艺工作,彻底挣脱了牢笼。

7月21日下午,鹿晗工作室发声明称鹿晗已经和SM公司专属合同无效一案达成和解,至此,鹿晗将按照现有模式在中国自由开展演艺工作。当天,吴亦凡工作室也发布声明,宣布与韩国最大娱乐公司SM合同纠纷正式解除。声明中表示,吴亦凡今后将在全世界范围内除日本、韩国地区以外拥

有自由开展演艺工作及自行委托第三方开展经纪业务的全部权利。

吴亦凡与鹿晗分别在2014年5月与2014年10月先后向SM公司提出了解约诉讼,主张他们与SM公司的所属协议无效,而SM公司则主张公司与吴亦凡、鹿晗两人的协议有效,要求法院驳回吴亦凡、鹿晗的诉状。过去两年,法院对双方进行了多次调停,但都未能促使双方和解。

(综合)

同类题材多到市场不能消化 石钟山给IP泼冷水

本报讯 日前,在2016年中国数字出版年会上举办的“IP一体化共创多赢生态高端主题论坛”,吸引了出版、影视、游戏、动漫等产业链众多大咖的到来。著名作家、编剧石钟山会上给IP热泼冷水,直言IP将变泡沫。

石钟山的多部小说曾被改编成电视剧,像《激情燃烧的岁月》《军歌嘹亮》《幸福像花儿一样》等都颇有影响。面对IP这个已不算新鲜的词儿,石钟山“知耻后勇”,特意上网搜了一下。结果,他搜索出的结果和随后不断从业内获取的信息,让他得出了一个不算乐观的结论:“要照目前这个做法,最后我们会把自己做死。”

石钟山认为,很多影视公司都以为只要有点点击量,有故事,就赶紧买来,再将这个IP进行打造,肯定没错。他甚至听某公司大老板放下话说,“既然有IP,就不需要大牌编剧了。”石钟山很担心,

当一众同类题材大量汇聚到市场不能消化时,IP将变成泡沫。“其实我们现在已看到,所谓IP改成的网剧、电视剧、电影,最后不少都死在网络、电影院里了。”

事实上,正是因为IP太热,石钟山变得沉寂了,“概念化的东西太多,让我分不清良莠。”他说,自己一直在观望,所以这两年都没拿出新作。他认为讲故事、讲人物、讲情怀,才符合自己的创作原则,不想随意改变,“我要打造自己心目中的IP。”

石钟山预判,目前市场正在悄悄转向,纯文学图书出版在增加,新老作家都纷纷推出新作。这说明有思想、有内涵、有深度的作品依然受大众欢迎,他也觉得自己等到了该拿出新作的时候。“一年前创作了一部描写维和部队的军旅题材小说《像太阳的爱情》,预计今年9月将面世,并有计划拍成电影。”石钟山说。

(路艳霞)