



圈

闻

2020

娱乐圈



找记者 上壹点

A07-09

齐鲁晚报

2020年12月27日  
星期日

卓  
然  
于  
心  
悦  
享  
娱  
乐

□ 美编：继红  
□ 编辑：孔昕



# 历经“浮”与“沉” 影市重燃希望

突如其来的疫情，让影院经历了178天的“冰封”期，好在7月20日影院复工后，影市迅速重启，票房破亿影片持续不断，好片口碑、热度双赢；“十一”假期终于掀起今年电影市场的高潮，《八佰》领衔，当月电影市场斩获63亿票房，给从业者带来极大激励；岁末大片云集，即将迎来电影扎堆上映的黄金窗口期……

回头看2020年这个特殊年份，电影行业可谓经历了前所未有的波折和变化，在牵动人心的“沉”与“浮”之变中，影视行业逐渐寻回信心，重燃希望。盘点2020年电影行业和电影大事件，离不开这些关键词。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 师文静

关键词

撤档  
“院转网”

受疫情影响，2020年1月23日一天内，包括《夺冠》《急先锋》《紧急救援》在内的7部春节档电影发布撤档声明，宣布退出春节档，预售票房已超3亿元的2020年春节档瞬间被抽空。与此同时，为大家健康着想，不少影院也宣布退票、暂停营业，大家等待与电影的再次相遇。集体撤档是中国电影有了“春节档”概念以来的首次。

在春节档大片悉数撤离春节档的关口，1月23日，电影《囧妈》迅速宣布放弃院线发行，在大年初一上架抖音等视频软件，观众可以免费观看。导演徐峥发文称“如愿以偿为观众服务”，这一举动获网友一致好评。售价数亿元，被网友称赞，《囧妈》瞬间名利双收。但是，“第一个吃螃蟹”的“院转网”操作惊呆了整个电影行业，处在焦虑中的院线、影院从业者们集体声讨《囧妈》，浙江数万名从业者发声明希望停止该片的互联网首播行为，否则抵制电影出品方欢喜传媒和徐峥。不过，“抵制”事件并未大面积发酵，《囧妈》如期上线，前3天播放量破6亿，影片口碑毁誉参半，评分不高。

从欢喜传媒的业绩公告来看，《囧妈》的“院转网”虽饱受争议，却是一次商业回报丰厚的交易，徐峥本人获益超八千万元，欢喜传媒终获4.4亿元可观收益。现在回头看，这一场“历史首次”在线观看春节档的电影操作，就是2020年全球影市频频出现的“院转网”的预演。转网、上线流媒体，成为疫情下全球影市的一次自救，探索电影发行新模式。

上半年，国内影院逐渐复工之前，《肥龙过江》《大赢家》《空巢》《我们永不言弃》《春潮》《婚姻故事》等原本计划院线上映的影片纷纷网播。下半年仍有《冷血狂宴》等影片网播。8月，从迪士尼宣布《花木兰》放弃北美院线改为线上放映开始，院网关系成为全球影市行业共同面对的话题。而在11月，华纳兄弟宣布《神奇女侠1984》将取消“窗口期”实现北美院线和流媒体同步上线，并明确2021年包括《黑客帝国4》《沙丘》在内的17部大片都将院线、线上同步。此举让超级大片线上放映、线下播出再无时间差，影院优势受影响，流媒体影响力平台迅速扩张。新型的院网关系将给影市带来何种冲击，还需要时间去验证。

关键词

178天  
《八佰》领衔

1月23日至7月20日，178天。在这半年时间里，暂停营业的影院除了各种途径积极自救，就是做好消杀迎接复工通知。7月16日，电影从业者的希望终于来了：在疫情防控常态化条件下，低风险地区电影院可于7月20日有序恢复开放营业！在满足实名预约电影票，每场上座率不超30%、每场观影时长不超两小时、戴口罩观影等条件下，电影行业正式迎来复工，影市开始慢慢复苏。

7月20日低风险地区影院复工首日，《第一次的离别》以150万元票房领跑，首日全国总票房达到350万元。《战狼2》《误杀》《寻梦环游记》等老片纷纷重映，为新片上档做预热。8月21日电影《八佰》上映，首日斩获1.2亿元票房，电影市场升温。《八佰》口碑持续爆棚，票房优势保持一个多月，取得振奋人心的31亿元票房，成为复工后影市的一颗定心丸。

9月底，在影院上座率放宽到50%后，再提升至75%。等待电影行业的是影院复工后的首个观影高峰——“十一”假期。《我和我的家乡》《姜子牙》《夺冠》《一点就到家》等大片纷纷在国庆档上映，8天总票房达到了39.5亿元，拿下了中国影史国庆档票房亚军。而到了10月中旬累计票房达到130亿元，影市逐渐恢复元气。

截至12月23日，电影年票房达186亿元，约为2019年总票房的四分之一，在国庆假期后“大片荒”的情况下，实现这个票房成绩实属不易。在充满坎坷的2020年，如果最后几天不出“黑马”的话，《八佰》将是全球票房最高的电影，而且我们

的年度总票房也会超越北美，首次成全球第一大票仓。疫情防控常态下，国内电影市场渐渐恢复活力，必将愈来愈好。

关键词

《我和我的家乡》  
《金刚川》

目前，《八佰》《我和我的家乡》《姜子牙》《金刚川》《夺冠》五部电影票房位居前五，成为市场追捧的电影。通过观众的选择可以看出主旋律商业大片、“中国故事”最受关注。

国庆档电影《我和我的家乡》斩获28亿票房，取得票房和口碑双赢，再一次证明爱国主义永远是电影创作的主旋律，这部影片的新艺术表达赢得了观众强烈的共鸣。此外，无论是《金刚川》《夺冠》还是《姜子牙》《八佰》，高票房大片都在说明，用心讲述“中国故事”的电影永远不失新鲜感、不失观众。

《我和我的祖国》和《我和我的家乡》的双双成功，标注着主旋律献礼大片形成自身新的创作路径。那就是以不同风格的单元故事模式，通过多个小人物视角“以小见大”描绘时代厚重感。主旋律大片在恢宏、壮阔之下，又让观众进入到真实、共情的观影感受中。

如果说《八佰》让观众看到了史诗般的战争大片，那么11亿票房的《金刚川》让观众看到“电影人的速度与激情”。作为一部献礼片，《金刚川》必须在10月25日中国人民志愿军抗美援朝出国作战70周年纪念日之前上映，但该片8月才立项。拍摄《金刚川》的电影人和电影战士们肩负着类似的使命：台前幕后五千人在三个月时间内奇迹般完成了搭建外景、拍摄和后期特效等全部工作，创作出这部剧作过硬、制作精良的作品，并顺利于10月23日搬上银幕。该片呈现了国产电影工业的高强度制作能力，其创作历程为中国电影工业化留下了许多宝贵经验。

值得一提的是，在国庆档之后，“拥挤不堪”的春节档之前，这几个月时间里，商业大片缺席，多部小众文艺片、纪录片上映。《一秒钟》《风平浪静》《气球》《热血合唱团》《棒！少年》等影片避开热门档期，积极寻找出圈机会，虽未能引爆票房，但极大地满足了观众的多样化观影需求。作为文艺片，这些影片的票房成绩也并不太差。

关键词

最差《花木兰》  
漫威缺席

曾经被列入2020年好莱坞超级大片榜单的《007：无暇赴死》《黑寡妇》《毒液2》《速度与激情9》《哥斯拉大战金刚》《沙丘》等影片，都未能在2020年如约与观众见面。而往年称霸全球票房榜单的漫威电影，十年来第一次缺席全年档期。为激励电影行业坚持院线上映的《信条》以及多次推迟档期年底终上映的《神奇女侠1984》等影片是今年为数不多的好莱坞大片，但都不是传统意义上的爆米花式大爽片，未能引爆票房。

更换档期数次后，迪士尼大制作《花木兰》选择9月初在部分国家/地区上线迪士尼+付费观看，在部分国家/地区院线上映。9月11日在国内上映后，这部原本备受关注的影片，引发极大争议，其中“文化输出”与“文化挪用”的话题讨论尤其集中。有人认为《花木兰》应是中国传统文化输出的表现，有人则认为从中国传统文化元素到故事主题都“走偏了”的《花木兰》恰恰证明了好莱坞“文化挪用”的惯用手段。整部片子都充满文化误读。片中，秉持着“忠孝勇真”思想的花木兰，被认为是好莱坞塑造的想象中的东方女战士，是披着木兰外衣的“超级英雄”。影评人尹鸿就认为，影片从故事到意象、从场面到表演，充满了概念化、奇观化、套路化的设计和表达，电影因而失去了人性的活力和“年代”的质感，而“忠孝勇真”的主题与女性独立和解放也格格不入。综合评分、观众评价，这版《花木兰》成为“最差”《花木兰》。

国内影视12月底又迎来一波观影小高峰，《拆弹专家2》《紧急救援》吸引观众眼球，《送你一朵小红花》蓄势待发，此后将是无比拥挤的春节档。期待2021年的春节档再创票房历史新高。