

分区复工 意义重大

■文/赵军

在全国抗疫一盘棋的战略方针指引下,我们需要把复工也看作是抗疫的组成部分。因为抗疫的目的包含了恢复国民经济。第一阶段基本赢得胜利,第二阶段就是让经济恢复运行。真正的信心必定来自于人民得以重新回到正常的生活状态。

第一,如果不能复工,意味着这个行业就这样被疫情彻底打倒,而实际上行业现在并没有被击倒,只是面临大的困难,可以有秩序地复工,行业就能够找回元气,恢复健康。

第二,社会正在总结各种严控的经验,在感染成为小概率的当下,早一天复工开业,就早一天使严控措施得到验证,提高社会抗击疫情的水平。况且,假如真如专家预测的那样,我们将与新冠病毒长期共存,难道整个社会就无所作为了吗?

显然,要有这样充分的信心,做好在一个漫长的岁月中,和新冠病毒作斗争的准备,相信人类世界的各行各业是能够生存发展的。

第三,各地政府已经陆续出台政策,为复工保驾护航,相信地方政府在分区积极复工上会有应对措施,地方财政对于长时间经济停摆,是难以承受的。电影产业不能拖国家的后腿,局部区域不能拖全局的后腿,院线行业不能拖整个电影产业的后腿。

有人会说,出了感染事件你能负责吗?我相信生活回复常态是社会的要求,而我们不会因为有小概率的可能,就否定一个社会对于有步骤积极复工的策略安排。我们要做好与病毒进行持久作战的准备,这意味着我们也必须做好感染还会出现的准备。

感染再次出现是小概率事件,现在应该成为一种社会共识,这是我们敢于说2020抗疫斗争取得了阶段性胜利的前提。小概率应对与大战略应对的总战略当然会发生改变,战略的改变就是科学,如此不改变就是形而上学。

那么分区复工存在怎样的可能性呢?首先,是我们看到了在偌大的中国领土上,不是所有地区都是病毒灾区,相反,大部分地区基本没有遭到病毒的打击。遭受打击的地区付出了惨重的代价,而不太严重的地区因为防控也付出了很大的代价。但是地区间的差异对于恢复经济的选择性一定不同。

其次,原来遭遇了疫情影响的地区很多已经连续二三十天都没有再新增病例,这就为复工提供了信心和支持。从全国经济一盘棋来看,先复工的地区能够为全国经济提供恢复元气的贡献,这是一个大国的优势,“一刀切”等于毁了这种优势。中国有句老话说,“西方不亮东方亮”,就是中国战略的优势所在。

再次,院线、影城正在为复工做着很多详尽的准备,他们正在当地政府的指导下做着更多的一旦复工而必须有的影城防控措施。同时,这些准备是可成为检验能否复工的重要条件。复工是对观众负责,不是只为挣钱。这些准备必须符合卫生保障的标准要求。

有人说,即使影城开张观众也不会如此之快地回来看电影,因为社会的恐惧心理由于全球疫情蔓延而骤增。我们都在关注“输入性”问题,这是需要在恢复经济生活当中作为重点考虑的。也因此要有预防措施,而这些措施今天我们已经在操作了。

譬如,在监测体温的同时,我们可以约定每一个影厅的售票率上限为25%,减少高度聚集的可能。我们还可以约定,一旦出现疑似患者,马上采取追踪上报措施。我们的地方预防在整个年度内都不可能放松警惕,我们不认为新冠病毒是无法战胜的,毕竟,办法总比困难多。

持续不开业会给社会心理平添更大的压力,它说明真的一筹莫展、手足无措。人们进而更认为这个行业没救了,更多的影城此后会被彻底放弃,这个行业和电影产业受到

的打击将日趋严重。选择分区积极复工开业,还是选择“一刀切”不开业,就是选择拯救这个行业,还是选择雪上加霜。

所谓分区逐步地积极复工是院线行业群起而迎战的正确态度。现在大部分院线、影城是支持拥护这个举措和主张的。这个主张符合地方尽快启动被停摆的各类行业和部门的需求,配合了地方政府的国计民生,配合了地方尽快摆脱财政税收的困境,配合了整个抗击疫情斗争的最终胜利。

我们应该怎样看待要在持久战中坚持的院线行业呢?4月份应该就是开始恢复的阶段。开始是最难的,是最需要勇气和科学精神的,这措施得到验证,提高社会抗击疫情的水平。况且,假如真如专家预测的那样,我们将与新冠病毒长期共存,难道整个社会就无所作为了吗?

这很多是开始。它意味着艰难,意味着未来,意味着重生。它会在4月中艰难地熬过,等待大规模的影片发行的到来。我们是不能勉强观众的,但是整个社会会自然地产生出它的需求,如果各行各业都涌现出了活力,年轻人成群结队上了街头,女人们涌进了各种时装店、体育赛事开始举行,餐厅酒楼人满为患,这时,百业复苏对电影的带动作用就自然而然显现了。

最后我们来分析一下如何看待“输入型病例”对于影城复工的困扰。我认为,对付“输入型”的防范要在第一道关卡,即机场、码头、海关方面做好严防死守,而不是依赖增长及其对线下实体店影院的冲击。维护行规,就是保守秩序稳定和既得利益;打破行规,就是利益格局的重新调整,又疼又累。

归纳一下三部影片线上播放的初步效果:

在整个电影产业当中,制片上游和发行中游都盼着下游的院线终端市场尽快复苏。没有院线就没有完整的电影产业,这是常识。所以,今天制片和发行都在看着影城院线的复工与否,他们也在盼着复工,影片要生产,节目要发行,下半年的节目在上半年就要逐一计划了。

全国的分区域复工开业可以按照四个层次在不同的地区分类进行。第一类,是诸如上海、江苏、广东、四川以及离湖北较远的地区,如新疆、甘肃、内蒙、云南、广西、福建、山东、陕西、青海、辽宁、山西、海南、吉林、西藏等地,这些地区前面的防控做得得到位,病例不多。

第二类,譬如浙江、湖南、重庆、安徽、江西、河南、贵州等地,它们离湖北近一些,需要谨慎一些,可以再给一些时间,但是只要不再出现疑似病例,也应当逐步放开,同时与第一类一样,保证预防监测措施不松。

第三类,首先是北京、天津、河北、黑龙江和湖北除武汉、孝感、黄冈之外的大部分地区。这些地区是需要格外小心谨慎的。京津冀是“输入型”的首当其冲之地,严控不在话下,湖北几大重点区的反复检查、核查需要更多时间,只要措施到位,这些准备也是国家最重点关注的地区,相信假以时日也能够跟上全国的步伐。

第四类,就是武汉等几个重点区了。武汉电影市场的光复值得全国电影业同仁今天为之之举手加额。武汉等地电影市场的恢复开业预示着产业全面复苏。在2020年这个全人类不平凡的春天中,武汉成为了中国的象征。现在它是电影产业全面复苏的象征。需要多长的时间呢?从现在开始,我们预期它用一个半月左右的时间,也就是到了五一档期,武汉电影市场有望重光。

从现在起,我们应该为全国电影市场分区逐步积极复工努力做好一系列卫生安全防范的准备工作,安排好各项预防疫情卷土重来的措施,将之逐一落实到每一家影城、每一家院线当中。地方电影主管部门要对每一家影城作复工开业的监测,院线要提供报告,责任要区别落实到企业和负责人。如此,复工开业可期,社会娱乐文化气氛重回大地可期,中国电影产业复苏可期。

中国电影艺术研究中心 电影研究室专版

春节期间《囧妈》的线上发行操作之后,这类事情近几个月在电影圈连成了“月度系列剧”。“囧妈”身后,“肥龙过江”(2月1日上线,收费),“大赢家”(3月20日上线,首发,免费),美国的“魔发精灵”也按捺不住了。3月末,《魔发精灵2:世界之旅》(环球出品)宣布4月10日北美上映的同一天,也

上线家庭娱乐平台。美国影院业主协会主席 John Fithian 表示,其他电影公司在这个疫情危机时期,对所有美国人、乃至全世界电影观众表现出真正的伙伴关系和对影院观影模式的信念,只有环球打破了这一规则,“院线永远都不会忘记这件事情”。这声明,言辞克制,但还是感觉到唾沫星子里的愤怒。

这类事件中,片和院线影院之间的矛盾,虽然可能由于已经发生的发行营销等费用打了水漂,根本的还是这种做法触动了院线影院的核心利益。作为渠道商,失去重要的内容供给(头部产品),意味着预期票房的重大损失;即便这是疫情之下的特殊之举,但意味着规则的破坏,这类“坏典型”会发生示范作用。可是,面对网友的欢呼雀跃(当然,首先是因为免费观看)和巨大的点播量,谁不得不再次认识互联网时代电影行业的发展趋势,尤其是网络发行播放的增长及其对线下实体店影院的冲击。维护行规,就是保守秩序稳定和既得利益;打破行规,就是利益格局的重新调整,又疼又累。

归纳一下三部影片线上播放的初步效果:

日本导演是枝裕和在《小偷家族》获得第71届戛纳电影节金棕榈奖后曾预言,《小偷家族》将是个人职业生涯的转折点,标志着另一个新阶段的开始。然而他的新作《真相》,在去年威尼斯电影节以开幕影片亮相以来,这部其个人首部“非日语”电影,却引起了广泛的争议。在获得威尼斯金狮奖提名、影片艺术品质得到肯定的同时,《真相》在主流评分网站的口碑,也几乎创下了是枝裕和电影的新低(Imdb6.5;豆瓣7.2)。

亚洲导演在成名之后,与欧美合作拍摄非母语的文艺电影早有先例,如王家卫的《蓝莓之夜》、朴赞郁的《斯托克》、侯孝贤的《咖啡时光》等。拍摄外语片对导演是很大的挑战,不同的民族语言和文化习性带来的壁垒,使得对台词的细微变化、传递细腻的情感等创作沟通相当困难。不少评论认为《真相》也重蹈前人覆辙,是枝裕和的非母语创作也有着“水土不服”的宿命。

是枝裕和出道于上世纪90年代日本新浪潮时期,大制片厂制度的崩塌,让崭露头角的新导演必须直面生存危机。从处女作《幻之光》开始,是枝裕和就以参加国际电影节作为其作品打开市场的途径,通过获奖提升知名度,进而打入国际市场并重新回到国内放映的方针屡试不爽。

无疑,是枝裕和已是当今亚洲最具国际影响力的导演,他的部分影片在法国的观影人次甚至远超过日本。熟悉欧美市场规则和观众口味,加以优越的制片资源(《真相》主演包括凯瑟琳·德纳芙、朱丽叶·比诺什、伊桑·霍克等国际大牌明星),“水土不服”的说法恐怕只是一厢情愿的猜测。

《真相》是在是枝裕和的预期里,是自己所有作品中“读后感”最“轻松欢快”的电影。金棕榈的市场号召力尚在,个人认为《真相》是他借势进入国际主流电影市场的一次“试水”,是枝

“囧妈+肥龙+大赢家”: 窘迫时刻的新可能

■文/边静

A. “囧妈+大赢家”是流媒体平台购买版权,免费播放。《囧妈》在头条系四大平台(抖音、西瓜视频、今日头条、抖音火山版)及智能电视“鲜时光”3天总播放量超过6亿。《大赢家》在西瓜视频、抖音、今日头条App和智能电视鲜时光上线3天,正片总播放量破9800万(“新京报网”20200324)。不用细究“字节跳动”的成本收益情况,就能肯定这是一笔好买卖。对比一下影院放映的人次:《战狼2》1.6亿人次,《哪吒之魔童降世》1.4亿人次,《流浪地球》1.05亿人次(猫眼数据),国内院线市场档期观影人次目前的高度是1.6亿。这两部院线片在线上首发3天的播放量6亿和9800万,相当可观。如果按照分账票房发行,这个播放量对应的网络票房也很不错。

B. 《肥龙过江》采取“保底+分账”模式发行,付费观看(爱奇艺+腾讯平台)。第一个月会员付费6元,非会员12元,点播量为1.1亿元(艺恩数据),网络票房大致在7亿元。第二个月月开始会员免费。截至3月27日,仅腾讯平台点播量达到1.6亿。从点播量上就可乐观估计保底部分已经完成,片方还有分账收益。有人估算片方第一阶段(大致2月份)收益大概在1.1亿元播收益的41%,即3.1亿元(“论道知影”20200310),再加上会员免费期间的分账收益,片方的这次线上发行是成功的,可能好过他们对国内院线发行的预期吧。

结论:A. 这三部影片的线上发行播放是中国电影市场线高成本

成一种天地有情的物哀之美;又可以成为观察时代世相,批判社会现实的载体。在面对相同或类似主题时,对素材、技巧以及氛围进行重设或重组,从而呈现不同的面貌,是是枝裕和的自觉和能力,在他的叙事里,家始终是“充满琐碎又最为宝贵的存在”。

出新——走出舒适区

追求轻松欢快的“读后感”,其目的是吸引更大的观影人群。除开耀眼的明星阵容,在《真相》这个具有日本气质的法国故事里,是枝裕和设置了具有普遍意义的话题。如果说在走向世界之初,是枝裕和电影还是以自己的幸福,并从自传里找到童年如此不幸的原因。卢米埃尔相信自己的记忆,她指责《真相》里全是谎言,甚至当“爆料”母亲不堪的丑闻。母女间尘封的伤痛被层层剥开。

是枝裕和把舞台剧改编成了自己最擅长的家庭片,如何弥合母女间原生家庭的“魔咒”,它与现实的触点原在于,强调个体与独立的西方现代

社会、亲情的价值和意义。

在叙事上,《真相》对欧美观众的心理和观影习惯有所偏重。除了致敬法国电影的伏笔(饰演法比安前夫皮埃尔的 Roger Van Hool 曾经在1968年的《La Chamade》中扮演德纳芙的情侣),汉克和女儿的戏份,也是对好莱坞幽默的调侃。相较于法比安

的冷漠自傲,同为演员的汉克(隐喻着美国电影)更能善解人意,让人欢笑。

戏中戏结构的安排,对有着丰富戏剧传统的欧洲观众并不陌生,家庭和摄影棚两个不同的空间,形成了有趣的镜像关系,在生活的家里法比安是“演员”,在摄影棚里却要成为“女儿”(角色)。戏中之戏与影片中的现实生活形成了“互文”,推进叙事并推

动了人物的心理变化,在舒缓的叙事节奏中提高了信息的密度。

追问——真相是什么

就故事而言,因为回忆的不可靠,历史的真相并不可知。是枝裕和给普世问题给出的东方答案是,能确认的只有情感的“真相”,家是给予人庇护和安全的存在,母女最终的和解,不是完全认同对方,而是学会了共处。就犹如最后善意的“谎言”,也是“真相”的一部分。

据统计,给《真相》评分较低的人群,恰恰是以往是枝裕和电影的忠实粉丝。而打分较高的,更大比例是初次接触他电影的观众。必须承认,《真相》的整体品质距离《无人知晓》、《小偷家族》等作品有着相当的差距。影片最大的不足在于,离开了日本本土的社会文化环境,是枝裕和还没有能为这个法国故事建构出宏大的现实背景,他缺失了自己之前作品的格局和现实关联的深度。作为获得金棕榈奖的首部影片,它更强化了粉丝的失望之情。

但从另外的维度,是枝裕和的“突围”又是势在必行。一方面他的电影在日本国内遭到了不少的批评和抵制,比如是“专为电影节创作”,甚至指责他的作品是抹黑日本形象的“辱国映画”,海外资金能提供更自由的创作环境。更重要的,是枝裕和认为单靠国内市场就可以回本的电影投资状况,让日本电影正在逐步走向封闭;始终耕耘家庭题材的是枝裕和,也开始被批评重复和缺乏新意。

这也是《真相》背后市场和产业的真相,《真相》目前在欧洲市场取得了300多万美元的票房,最后的成绩如何?仅仅是针对主流市场的“试水”还是新阶段的开端?作为粉丝,我也期待着水落石出的真相。

■文/虞晓

《真相》: 是枝裕和的守常与出新

是枝裕和的守常与出新

是枝裕和的守常与出新

是枝裕和的守常与出新

是枝裕和的守常与出新

是枝裕和的守常与出新

是枝裕和的守常与出新

是枝裕和的守常与出新

是枝裕和的守常与出新

是枝裕和的守常与出新

是枝裕和的守常与出新