新冠肺炎疫情席卷全球，影视行业受创承压。4月10日，腾讯公司联合清华大学中国文艺评论基地，举办“后疫时代‘互联网+影视’的破局之路”云沙龙，共话互联网如何助力电影产业复苏。

中国电影家协会副主席、清华大学教授尹鸿，导演张一白，北京电影学院管理学院院长吴曼芳，编剧董润年，企鹅影视副总裁常斌，腾讯影业宣发副总裁马捷，猫眼娱乐副总裁张乐，腾讯公司舆情专家高大为等行业专家、企业代表出席。

腾讯联合清华大学中国文艺评论基地举办云沙龙

电影产业如何化疫为翼？

■文/本报记者 姬政鹏

疫情加剧影响电影行业 期待优惠政策发挥效力

疫情发生以来，电影产业链各环节均不同程度受损受制，面对疫情防控常态化，链条上各主体生存发展压力有所增大。数据显示，今年和去年同期相比，票房下降90%，仅为去年同期的10%，且主要集中在影院停业前，之后票房几乎为零。

尹鸿认为，此次疫情导致全球性全行业停摆，整个产业链从上到下受到影响，上游资金无法流动，电影制作工作完全暂停，对于处在结构调整期的影院及院线而言更是“雪上加霜”。由于“零收入”，各类减免等优惠政策也暂未发挥出有效作用，期待更大力度优惠政策发挥效力。

行业前端和票务平台压力直接体现在部分中小影视企业倒闭和票务服务业务停滞，后续或对行业从业人员带来进一步传导性影响。张一白称，除了电影院线，行业前端环节受到较大打击，部分小电影公司因经营成本面临倒闭风险。张乐表示，票务平台依赖于上游也依赖院线，由于整个行业按下暂停键，票务平台也相应受制。

此外，疫情造成的社会负面情绪波动，也对电影产业复苏产生重要影响。高大为指出，腾讯指数基于公开场景网民评论文本，通过深度学习模型分析网民情绪变化发现，担忧等非积极性情绪是2020年一季度网民情绪主基调，即使伴随复工复产呼声抬头，积极心态有所回升，但仍较为有限。董润年表示，疫情之下，各方对行业发展产生担忧情绪，对创作者心态也造成一定影响。马捷认为，疫情对电影产业复苏的制约，在于公众“安全信心”尚未恢复。大家现在都在考虑衣食住行等最民生的问题，线下观影的消费行为应该和其他线下消费形式一样，是最后一批。

“看电影”难 “聊电影”热 舆论对行业复苏日趋关注

伴随互联网应用普及，线上网民和线下公民身份日益重合，舆论关注也在一定程度上映射了行业变化，线下“看电影”受阻，使民众线上“聊电影”热情更高。高大为介绍，基于腾讯指数搭建的“电影产业舆论期待指数模型”显示，伴随防疫抗疫工作逐渐向好，叠加前期疫情造成的“压抑性需求”，以及近期形成的“增长式需求”，尽管担忧焦虑等情绪仍较重，但网民对于行业复工复苏的期待心态持续走高。

进入行业“复苏期”，网民关于重返电影院、撤档影片复映时间、经典优秀老片复展、新片预告等复工相关讨论显著增多。讨论热词也反映出，线上观影仍不能完全代替线下观影体验，而且优质电影产品也是来自“需求侧”的重要诉求。

互联网成解困重要抓手 线上线下联手补位抗压

电影成为民众精神文化生活“刚需”之一，疫情期间需求也愈发走强，加之行业线下发展压力等主客观因素，互联网渠道和模式优势，成为影视行业解困的重要抓手。互联网积极发挥为行业拓宽发展途径和生长空间等作用，助力行业短期内提升整体抗风险能力，降低未来遭遇重大外部风险受损程度。

从放映模式观察，网播正在成为助力行业止损的“高性价比”方法。常斌表示，疫情期间用户观影需求“非常大”，作为互联网平台从两个方面着手满足，一是运营片库，腾讯视频约1.4万部影片发挥积极作用；二是网络电影补充用户需求，“网络电影制作周期短、可控性强，资金回收也较快，或是让产业先动起来的突破口”。

从内容创作和服务支持看，伴随产业复苏逐渐抬头，借此“窗口期”深化“修炼内功”，有助全行业“无缝”应对和迎接终将到来的回春期，以及从源头振兴影业发展。张一白认为，导演、编剧应将疫情视为一个学习窗口期，立足于把作品做好，“没有好的作品，即使院线生存下来，但电影产业依旧难以为继”。张乐则表示，作为猫眼这样的互联网服务平台，目前应该夯实对影院、内容创作者等的支持工作，持续做优票务、宣发、大数据等平台服务，待到行业复苏时为合作伙伴提供更好的基础设施支撑。

“互联网+电影”提档增速 行业转型升级逢新机遇期

尽管疫情令行业受创受损，但客观上也开启了行业转型升级新的机遇期。互联网与电影产业融合或再度迎来政策红利、舆论红利，驱动线上线下深度融合，加速电影产业破茧和鼎新。

从产业体系优化方面来看，吴曼芳指出，云制片模式的出现，不仅使工作效率提高，也是对制片体系的一次内在升级，由不规范走向规范化，专业分工、责任到人，通过数据可视化，把控项目的制作进度，这也是中国电影产业走向工业化的重要一环。

尹鸿指出，现在是行业至暗时刻，也许会有很多中小企业挺不过去，但过去电影行业资金过度分散、资源不集中带来的恶性竞争局面，也可能因此发生改变，从长远来想，这种结构性调整也许会给中国电影的未来带来良性影响。

从内容品质提升方面来看，董润年表示，互联网给很多年轻创作者提供了很好的机会，有报道显示现在大约40%年轻导演的第一步电影都是通过互联网去实现。但目前网络电影在类型上仍比较趋同，希望互联网能够为创作者提供类型更加多元的空间。常斌认为，对于网络平台而言，更好地提升内容品质，才能满足用户对于看好电影的迫切需求，要实现这个目的，一是平台切实提升网络电影制作成本，二是吸纳更多专业的院线人才进入网络电影领域。

此外，互联网链接支持、精准分发能力日益显著。马捷指出，互联网要为好的内容找到核心用户群，发挥支持能力、链接能力，为内容创作提供方向。董润年认为，互联网是串起好内容的平台，能在电影类型推荐上发挥大数据优势，中国观众数量庞大，即便很小众的文艺作品，如果能够精准找到受众，其绝对数量也可以覆盖成本。

互联网分担院线压力、助力行业转型升级能力备受认可。常斌认为，复工后积压片子将对院线排片带来挑战，有些电影可以选择互联网首播，分担影院压力。

下一阶段，现有商业模式或也将发生变化。吴曼芳指出，对于制片方来讲，需要思考如何控制成本、打造适合网络播出的影片；作为网络平台，则要考虑什么样的商业模式能够让制片公司获利，现在的分账模式，可能应当针对一些原来定位在影院播出的影片进行相应调整。

未来，互联网和电影产业面临持续深度融合，双方合作效能仍有广阔释放空间。高大为指出，疫情期间，舆论对电影产业发展、转型提出较多要求，互联网对产业链升级助力潜力还有待深挖开发。尹鸿指出，网络电影头部作品与院线电影的中小成本艺术片和类型片之间，重合度会越来越高，互联网将对电影产生重要影响，扩窗带来的时间延长和分众带来的空间的扩大，是中国电影未来更健康的发展模式。