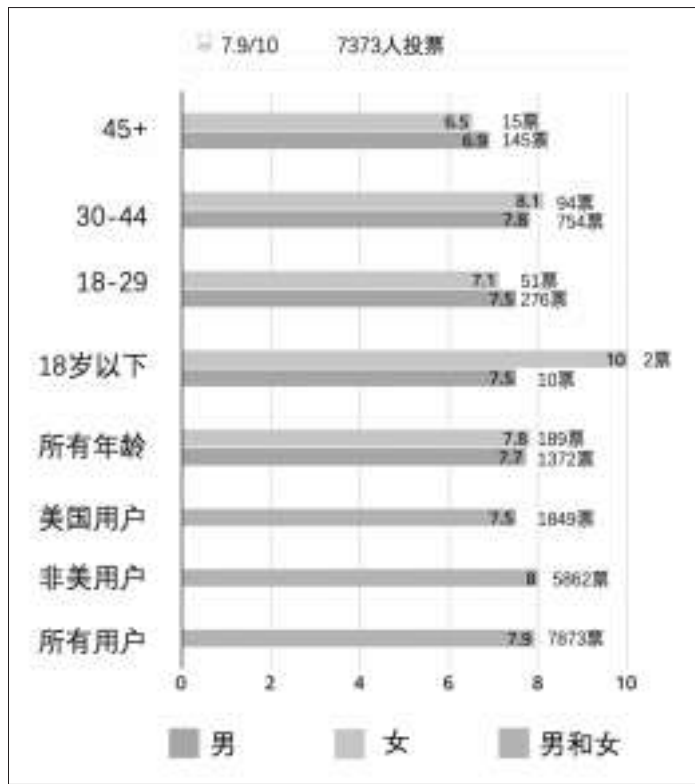


以《流浪地球2》英国发行为例 中国电影如何在海外市场赢得更多关注

■ 文忆宸

《流浪地球2》IMDb 观众评分的统计分析



英国华语电影票房前八名(截至2023年4月5日)			
排名	片名	上映日期	累计票房(万英镑)
1	卧虎藏龙	2001.1.5	937
2	英雄	2004.9.24	382
3	十面埋伏	2004.12.4	378
4	霸王别姬	1994.1.7	164
5	功夫	2005.6.24	132
6	满城尽带黄金甲	2007.4.13	114
7	霍元甲	2006.6.23	112
8	流浪地球2	2022.1.22	80

“颁奖季”争取到了66家影院的开放映量。多年来产出华语票房最多的影院已经基本固定,但这次额外获得了IMAX的支持,通常这需要提前几周才能预订到,但在《流浪地球2》超高的上座率和强烈的观众呼声下,IMAX西区旗舰店把同时上映的宝莱坞大片《帕坦》(Pathan)的排片场次让给了《流浪地球2》,不得不说这是一个相当了不起的成就。

营销推广方面,尽管时间非常紧张,但仍然做到了从首映式、社交媒体、广告传单、传统报刊等多渠道增加曝光、扩大影响。确定发行到正式上映只有不到2周时间,这被英国发行放映商普遍认为太过仓促,却是中国电影在英国市场的常态。大部分华语电影在英国的目标观众主要为在英华人、留学生,《流浪地球2》也不例外,特殊之处在于——该片同时也瞄准了英国科幻电影爱好者、刘慈欣小说迷。刘慈欣在英国颇受追捧,他的小说英译本已经售罄,粉丝们建立了网络社群专门讨论他作品中的细节和设定。

影片宣传方面,发行商联系了多家中英文社交媒体,使用了赠品、竞答和多种混合推广手段,最大限度地吸引《流浪地球2》的潜在观众。比如,在社交媒体上鼓励观众提问,并请郭帆导演来回答。策划“让明信片替你回家”的线上线下联动环节,专门为英国观众设计了限量版明信片,考虑到很多华人连续多年没能回国,鼓励观众通过明信片与家人取得联系,同时契合电影主题——中国人与故土的连接。10多位英国本地KOL(意见领袖)和名人受邀参加首映式,映后在社交媒体上分享首映照片和视频。其中,英国国王学院(KCL)的电影学教授克里斯·白瑞(Chris Berry)专门研究华语电影,他为《流浪地球2》撰写的评论曾刊载在顶级学术期刊《电影季刊》(Film Quarterly),《流浪地球2》散场后他在影院接受了采访并录制了视频。Trinity CineAsia之前在发行多部中国电影时,与当地中餐馆、奶茶店、华人企业建立了品牌合作关系,可以达到相互宣传扩大影响力的多赢效果,遗憾的是《流浪地球2》的宣发筹备时间太过紧张,这些合作都没能开展。

观众反响方面,《流浪地球2》在英国上映的首周末吸引了以华人为主的绝大部分观众,甚至有许

多观众多次购票反复观看,并在其后将影片热情推荐给了他们的外国朋友,几乎所有人都给予了影片高度评价。但影评人们对这部电影的评价却褒贬不一。有评论称赞了影片的技术含量,以及它的浩瀚格局和工业制作规模,但有些评论表示对电影的情节无感或困惑。对于感动了许多中国观众的刘德华和女儿之间的故事线,在英国观众中并没有预期的那么受欢迎。

同类竞品方面,Cedric认为这部电影是独树一帜的,同期上映的影片中没有同类型的竞争者,以往上映的影片中也没有可以对标的参考。近年来在英国电影院上映的外语科幻片很少,几乎只有美国好莱坞电影公司的科幻片在广泛上映。科幻电影的票房区间非常广,良莠不齐。比如,《沙丘》收入了2100万英镑票房,《阿凡达2》收入了7600万英镑票房,但奥斯卡获奖者本·金利主演的《机器人帝国》(Robots Overlord)只有1万英镑票房。从纯粹的票房收入来看,《流浪地球2》的市场表现更像是像科幻片品类中这是非常出色的成绩。当然,《流浪地球2》在英国市场也有一些先天劣势,比如演员相对不那么知名,故事情节比较难以理解,而且《流浪地球2》在英国没有院线发行(仅在Netflix点播),市场对这个IP并不太了解。

Cedric介绍,在英国进口外语片这个小众利基市场,艺术电影和商业电影是两种不同的商业模式。对于艺术电影,院线票房占所有发行收入的大头;而对于商业电影,院线之外的其他发行渠道的收入则更为丰厚。总体而言,华语商业片在英国的发行利润率要高于华语艺术片,但落后于拥有大量在英国的移民群体(超过100万波兰人和超过500万印度裔人)的印度和波兰电影。在英国上映的亚洲电影中,韩国电影的市场表现最为亮眼,日本电影除了动画片之外其他电影表现并不突出,华语电影的数量和票房都比日语片更胜一筹。最成功的印度(宝莱坞)电影在票房上的表现是《流浪地球2》的三倍,如果考虑到在英国的印度裔人口的数量,《流浪地球2》取得的成绩是值得欣喜的——英国华裔人口的数量不到印度裔人口的10%,但《流浪地球2》的票房是最大宝莱坞电影票房的35%,这意味着中

国电影比宝莱坞电影更受其他族裔和背景的观众欢迎。

关于中国电影如何在海外赢得更多关注,Cedric从一线发行商的角度提出了非常实际的建议:

针对大多数海外观众不爱看带有字幕的电影这个问题,他表示:“虽然院线发行已经结束,但我非常期待《流浪地球2》能有英语配音版,因为配音版将大大有助于视频点播和电视销售。如果以后再有这样重量级的中国商业大片,建议在国内外发行前就做好配音版。作为发行商,我会在电影市场提前推出配音版本,制定针对更广泛受众的匹配媒体和公关计划,并让影院支持它。不少动画电影就使用这种模式,他们为粉丝推出一个字幕版本,为更广泛的观众推出一个配音版本,我很想在未来的中国电影上尝试这种模式。但这意味着必须在放映前三个月就获得所有物料,包括电影的放映拷贝(即使是未完成的版本)。”

针对海外普通观众对中国电影缺乏认知的问题,他认为:“我坚信,如果国际发行是中国电影出品公司更关注的问题和优先事项,中国电影可以表现得更好。中国电影公司绝对需要在电影生命周期的早期与我们这样的国际发行商取得联系,共同制定海外发行计划。如果没有这样做,中国电影将无法在国外市场发挥真正的潜力,也无法与其他更早展开全球发行计划的国际电影竞争。”Trinity CineAsia在英国完成的大多数中国电影发行项目,营销宣传和发行排片的时间往往只有半个月,而英国的其他外语片在这方面至少有三个月的时间,有些好莱坞电影在英国甚至提前一年就开始陆续进行宣传了。

针对什么题材和类型的中国电影最能吸引主流英国观众的问题,Cedric回答:“最重要是一个引人入胜的具有普遍价值观的故事,顶尖的制作水平,和能够‘突围’的演员阵容。例如在国际上广受欢迎的《英雄》和《十面埋伏》。”“类型方面,动画、科幻、动作、史诗战争片、历史剧,都会非常有吸引力,但前提是要做得非常精良,要能够体现创作者具备未被商业篡改的艺术野心。”



附:塞德里克·贝雷尔(Cedric Behrel),“三一影视娱乐”(Trinity Filmed Entertainment)公司联合创始人、总经理。这是一间全版权电影发行商,致力于为英国和欧洲观众带来最优质的世界电影。建立Trinity公司之前,塞德里克在巴黎第一大学获得哲学荣誉学位,并在伦敦电影学院修完了电影制作方面的硕士学位。

作为独立发行商,Trinity自2006年成立以来已经成功地发行了多部标志性的影片,如丹尼斯·维伦纽瓦执导的奥斯卡提名影片《焦土之城》,菲利普·塞默·霍夫执导的《杰克去划船》,保罗·索伦蒂诺执导、西恩·潘出演的《为父寻仇》,尤里西·塞德尔执导的金棕榈提名影片《寂寞边界》,格雷厄姆·查普曼的动画传记片《撒谎精自传》,以及加斯帕·诺执导的《遁入虚无》。

2015年纳入旗下的CineAsia是英国最大的华语电影发行厂牌。CineAsia发行过著名的《叶问》系列电影,并发行了一系列由成龙、甄子丹、周润发主演的影片。近年来的电影履历包括《芳华》、《飞驰人生》、《中国机长》、《哪吒》、《唐人街探案2》、《八角》、《战狼2》、《长津湖》、《我和我的祖国》这些票房成绩极佳的电影。2018年,Trinity CineAsia开始在俄罗斯、哈萨克斯坦、阿塞拜疆等超过十个中亚和俄罗斯联邦国家发行华语电影。

(作者单位:中国电影艺术研究中心电影产业研究部)

《龙马精神》发布片尾曲《青春故事》MV



本报讯 近日,由杨子编剧、执导,成龙、刘浩存、郭麒麟领衔主演的电影《龙马精神》正式公映。上映当日恰逢成龙69岁生日,这部凝聚了成龙一生经历的电影,选择在这一天与观众见面,饱含感动与祝福。与此同时,电影发布片尾曲《青春故事》MV,这首由成龙深情演唱的《青春故事》,是片中老罗带着无尽热爱与满身伤痕,对自己为之拼搏一生的龙虎武师生涯的深情回望;更是成龙对自己8岁入行至今,60年间光影故事的娓娓道来。

《龙马精神》是导演杨子继《宠爱》之后的全新作品,杨子在拍过一众“萌宠”后,选择将目光聚焦到了体型更大的马身上,并加入了成龙电影中经典的动作、喜剧等元素,让成龙与赤兔组成了“一人一马”的特别搭档。电影中,成龙饰演的老罗“花式练马”,一心想培养赤兔成为龙虎武师,并和赤兔一起在片场不断冒险,配合完成各种高难度的动作戏。而

老罗和赤兔像家人般的彼此守护,更是让观众收获了满满感动,击中观众泪点。“没想到马的动作可以这么丰富,情感可以这么炙热,这四匹马的情感表达太出乎意料了。”

《龙马精神》中,成龙本色出演一位龙虎武师,也再现了武行背后不为人知的伤痛和坚守。片中的老罗,用一生践行着“龙虎武师 never say no”的精神,哪怕一身伤病也从不屈服,这一切,在从影60年的成龙身上也有迹可循,不少观众直言看到了平行世界的成龙,“看的时候无限感动,这个角色交给成龙来演绎,多了很多份的真实和信任。”值得一提的是,片中老罗的种种装扮和动作,都能找到成龙旧日作的出处,导演的“夹带私货”,藏着的是无数电影人对大哥的致敬,有观众在看片后表示,“如果你是一个了解成龙电影的人,那《龙马精神》对你来说处处都是彩蛋。”(影子)

《爱很美味》路演北京站“嗨翻天”



本报讯 日前,由同名口碑剧集原班人马打造电影《爱很美味》正式开启“姐妹聚会,快乐加倍!”主题全国路演。4月8日,导演陈正道、许肇任,领衔主演李纯、张含韵、王菊,主演任彬、张帆、尹浩宇、白恩、周澄奥、杨博潇携影片来到北京外国语大学,与同学们一同在轻松治愈的剧情中感受纯粹动人的友情和爱情。

映后交流环节,不少同学都对影片中折射的现实议题分享了自己的见解与感悟,对片中所呈现的完美姐妹情也表现出强烈的共鸣感,更有北外学子现场与主创分享自己与姐妹的暖心故事。有同学讲述自己与挚友相识形影不离的奇妙过程,并表示“可以没有男人,但不能没有闺蜜”,发言真实戳心,引得现场点赞;还有同学“隔空路演”替好友圆梦,独特的陪伴方式让人看到友谊的多重可能,与片中三姐妹不离不弃的深厚友谊交相辉映。

《爱很美味》直面未婚先孕、大龄失

业等现代女性可能面临的诸多现实困境,不少同学点赞影片“看着三位女性面对不同的情感与职场问题,在磨合中获得成长,简直让人感同身受”、“真正做到了用平等的视角来探讨女性生活和两性关系,剧中三位女主个性鲜明,人设真实,这才是当代都市女性缩影”。在被问及是如何拍出让女性观众产生情绪共振的故事时,两位导演皆表示源于观察与尊重,对周围女性的观察和揣摩是影片具备真实感的基础,与此同时,影片所表达的观点,即对女性每个选择的尊重则是让故事在女性群体中产生广泛共鸣的关键,“女性无需说教,只需告诉她们‘我懂你’‘我尊重你’,就是对她们最好的爱”。

该片由陈正道、许肇任导演,沈洋、易帅编剧,李纯、张含韵、王菊领衔主演,任彬、张帆、尹浩宇、白恩、周澄奥、杨博潇等主演,将于4月15日正式登陆全国院线,4月9日、13日、14日刷剧超前观影中。(影子)

爱情电影《这么多年》提档4月28日

本报讯 由张新成、孙千领衔主演,季竹青导演的爱情电影《这么多年》今天宣布提档至4月28日上映,并发布了最新全阵容版预告,正式加入五一档。预告中,主演首次集体亮相,阵容庞大,“校花专业户”章若楠饰演凌翔茜,“锅姨”刘丹与孙千演母女,吴俊霆饰演陈立志,李燃爷爷则由李光复演绎。《这么多年》改编自八月长安“振华宇宙”系列小说的最终章,在重男轻女的原生家庭中长大的女孩陈见夏,在最敏感的青春岁月中,被霸道温柔的富二代李燃救赎。电影由光线影业和五光十色影业出品。

在宣布提档的同时,《这么多年》发布了最新的全阵容版预告以及海报,首次曝光了全部主演,“老戏骨”和新生代演员同台“飙戏”,引人期待。除了张新成和孙千分别饰演男主李燃和女主陈见夏外,“校花专业户”章若楠出演振华女同学凌翔茜,为见夏自卑胆怯的高中生活带来了一抹亮色。电视剧《开端》中给人留下了深刻印象的“锅姨”刘丹将饰演陈见夏重男轻女的妈妈,再度挑战窒息的母亲角色。热播剧《时光与他,恰是正好》主演吴俊霆扮演见夏的弟弟。曾出演过《人世间》、《谁是凶手》等影视作品的李光复将在影片中扮演李燃的爷爷,



温暖李燃的童年。与其他青春爱情电影不同的是,《这么多年》浪漫的爱情底色是阴郁的原生家庭。在电影中,孙千饰演的陈见夏从小成绩就好,靠自己的努力从小县城考到了省城最好的振华中学,但是由于父母的重男轻女,她在家中不但得不到任何关爱,反而还被要求牺牲自己的未来、留在家中照顾弟弟小伟。偏心的妈妈、沉默的爸爸、不懂事的弟弟,如此压抑的家庭环境让陈见夏无法喘息。(影子)