

好莱坞片商快速出招应对中国市场突变

相关数据显示,我国去年电影票房总收入达到170.73亿元,超过日本成为仅次于美国的全球第二大电影市场。而截至目前,今年国内电影总票房已经毫无悬念地冲破了200亿元大关。除了市场快速发展,中国电影市场的结构也在发生着巨大变化。据统计,前三季度164亿元的票房中,国产片占比超过58%,进口片占比不到42%,并首次出现了五年来的负增长。面对这种变化,以好莱坞为代表的海外片商的态度正发生着转变。

转变一 主创频频亲临与影迷互动

在今年,国内的影迷不仅见到了“钢铁侠”小罗伯特·唐尼、雷神弟弟洛基的扮演者汤姆·希德勒斯顿、乔布斯的扮演者艾什顿·库彻,还近距离接触到了几位重量级的导演,如《了不起的盖茨比》的导演巴兹·鲁曼、神作《地心引力》的导演阿方索·卡隆,而他们来华的目的都只有一个:为电影做宣传。

对此,影评人刘畅告诉北京商报记者:“以往,由于国产电影还不具备如今的票房号召力,进口片基本都无需过多宣传就可以收获高票房,说到主创自来华做宣传,那更是少之又少,几乎为零。而今年,进口片的主创频频来华做宣传,一方面是由于国内影迷的消费力以及市场潜力都在不断

提升,可以说是掘金的黄金时期;另一方面,也是受到了国产电影竞争压力所致。相信这一趋势在未来将会继续,其与国内影迷的互动也将会进一步加强。”

转变二 利用“植入”寻求深度合作

无论是《钢铁侠3》中演员王学圻以拯救“钢铁侠”的吴医生身份出现,还是《地心引力》中女主角最后乘坐神舟飞船回到地球的场景,或是时下正处于热拍阶段的《变形金刚4:绝迹重生》辗转国内多地进行取景,大量中国元素的植入也让不少影迷都愿意为之买单,“当我看到《地心引力》的女主角坐上神舟飞船的时候真的为之一震,我个人认为其实是拉近影迷与电影距离的最好手段”。

除此之外,如今的进口片除了在电

影中植入带有中国符号的元素外,也在通过第三方公司的介入,开始与中国企业进行品牌植入上的深度合作。以《变形金刚4:绝迹重生》为例,其制作方目前就正在与数家国内品牌进行广告植入的洽谈。

“对于国内企业而言,在好莱坞大片中植入广告可以对品牌起到全球化宣传的效果,而就好莱坞片方来说,在继续打好‘亲华牌’的同时,也可以赚得不菲的广告收益,可谓一举两得。”刘畅如是说。

转变三 逐步开拓“中国式”营销模式

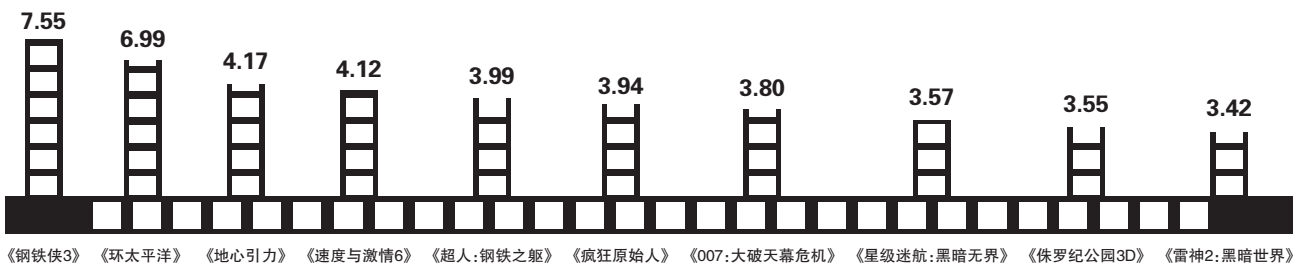
在许多人看来,好莱坞影片相较于国产影片最大的弱势,往往在于营销宣传上。而近两年来,好莱坞片商也在开始逐步进

行着转变。北京影行天下文化传播有限公司总经理安玉刚向北京商报记者表示,以系列电影《饥饿游戏》为例,在预告片的问题上,美国的狮门影业就首次尝试了制作海外版本,而这种情况在以前是没有的。

“由于《饥饿游戏》是根据小说改编,对于没有看过这部小说的内地观众来说,要想理解其中的一些情节稍有困难。而当时狮门影业给到我们的预告片,恰恰是以故事情节为主,很难让中国观众在第一时间对该片产生兴趣。在多次沟通后,最终对方决定按照我们的建议,制作一款以凸显影片视觉冲击力为主的预告片,而最终市场效果也令双方都很满意。对于如今的好莱坞片方来说,他们也更愿意在电影营销上进行新的尝试,来适应国内电影市场及影迷的欣赏习惯。”安玉刚如是说。

北京商报记者 卢扬/文 贾丛丛/制表

2013年进口片票房TOP 10 (单位:亿元)



《钢铁侠3》 《环太平洋》 《地心引力》 《速度与激情6》 《超人:钢铁之躯》 《疯狂原始人》 《007:大破天幕危机》 《星级迷航:黑暗无界》 《侏罗纪公园3D》 《雷神2:黑暗世界》

2013进口片大起底

今年进口片的整体表现已不像去年那般来势汹汹。目前34部进口片的2013中国行已接近尾声,我们以票房、口碑、档期等要素为指标,盘点出本年度最值得关注的五部进口片。



最卖座影片 《钢铁侠3》

今年上半年,就在《西游降魔篇》、《北京遇上西雅图》等多部国产电影纷纷拿下过5亿元的高票房时,多部进口片票房遇冷。《钢铁侠3》之所以会最终获得超7亿元的票房,可谓是占尽“人和”优势。作为美国漫威公司和中国DMG娱乐传媒集团联合制作、出品的电影,《钢铁侠3》在国内进行营销、宣传时,掌握了大量的资源,除了前期在太庙举办首映礼外,热映时包括56万多条网络报道、447篇平面报道在内的规模媒体宣传,都给这部影片的高票房提供了保障。

此外,电影上映后,关于“中国元素植入”、“特供版”的争议不断,借助话题效应的持续发酵,也为该片在上映后能够保持高热度起到了积极的推动作用。



最好口碑影片 《地心引力》

《地心引力》还没有进入到国内上映前,凭借着在美国洛杉矶影评人协会大奖评选中一举夺得最佳影片、最佳导演、最佳摄影、最佳剪辑四项大奖,著名导演詹姆斯·卡梅隆给予该片“史上最强大太空科幻电影”的赞誉,以及Metacritic(美国CNET Networks国际媒体旗下专门收集对于电影、电视节目、音乐专辑、游戏评论的网站,极具权威性)对该片打出的罕见高分96分,使得许多国内影迷对于该片的期待值一路看涨。

在国内上映后,尽管有些影迷对于电影时长、故事情节等方面存在着些许争议,但当说到该片近乎做到极致的电影画面以及“水滴出画”等一系列令人震撼的3D效果时,也几乎赢得一边倒的好评。



最命运多舛影片 《被解救的姜戈》

要说国产电影中命运多舛的电影,当属如今正在热映的《无人区》。而说到今年34部进口片中谁的上映之路最为坎坷,非《被解救的姜戈》莫属。这部鬼才导演昆汀·塔伦蒂诺三年磨一剑的电影自从曝出消息将在内地上映之后,一度引起了影迷的热议,在时光网和豆瓣网的评分都达到8.5分。

该片4月11日上映后却因技术原因紧急叫停,5月12日《被解救的姜戈》再次复映。对此,影迷杜然告诉北京商报记者:“影片被紧急叫停后,我都有些绝望了,所以就在网络上看完了该片,真没想到最后竟然又复映了。”复映后,该片的首日票房仅为370万元。



最会选档期影片 《雷神2:黑暗世界》

要说今年34部进口片中最会选档期的,当属《雷神2:黑暗世界》(以下简称《雷神2》)。

由于今年的“光棍节”正值周一,所以近两年来这个最热的档期在今年就提前到了11月8日,而《雷神2》恰恰就选择在这一天上映。尽管同期有包括《意外的恋爱时光》、《甜心巧克力》、《我爱的不是你爱我》等多部国产电影上映,但没有一部国产电影能够复制当年《失恋33天》的票房奇迹,三部影片的票房分别为2500万元、390万元、1020万元,再加上同质化现象严重,则使《雷神2》显得尤为突出,并最终斩获3.4亿元的高票房。据票房统计显示,今年“光棍节档”总票房近4亿元,《雷神2》无疑成为最大赢家。



最具行业借鉴意义影片 《疯狂原始人》

近两年来,国产动画电影有一个十分明显的大趋势,就是重3D、重制作、重投资。从提升动画电影制作质量的角度来看,这样的做法无可厚非,但最终的市场效果却不尽如人意,以《昆塔:盒子总动员》为例,过亿元的制作费历经数年的创作周期,都让这部影片备受业内外关注,但最终却只有1300万元的票房。

好莱坞动画电影《疯狂原始人》上映后在收获观众好口碑的同时,也斩获了近4亿元的票房。对此,北京大学文化产业研究院研究员邓丽丽表示,《疯狂原始人》之所以最终能够斩获高票房在于感人的故事情节,这也是国产动画电影最需要学习的地方。北京商报记者 卢扬