

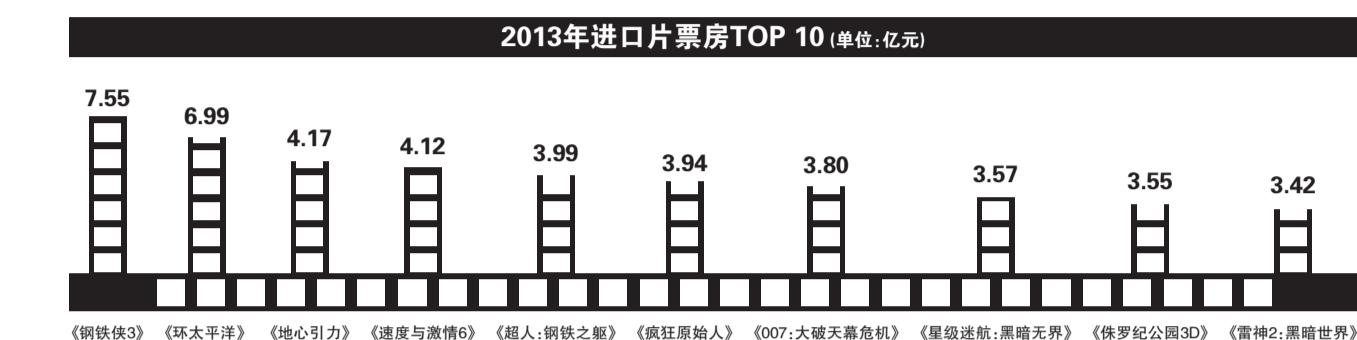
# 好莱坞片商快速出招应对中国市场突变

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,说到主创亲自来华做宣传,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56万条网络报道、447篇平面报道在内的大规模媒体宣传,都给这部电影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》

要说国产电影中最命运多舛的电影,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》、《爱的是你爱我》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,都让这部电影备受业内外关注,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